

**UNIVERSIDAD
CASTRO CARAZO
FACULTAD DE EDUCACIÓN**

**Licenciatura en Ciencias de la Educación con énfasis en
Docencia para ejercer la Enseñanza de Gestión Empresarial
del Turismo Sostenible con Énfasis en Turismo Alternativo.**

**PRÁCTICA PROFESIONAL DOCENTE EN EL COLEGIO
TÉCNICO PROFESIONAL SAN ISIDRO, CIRCUITO 03,
DIRECCIÓN REGIONAL DE EDUCACIÓN DE PÉREZ
ZELEDÓN, 2023.**

KATHERINE MARÍA SOLÍS SANDÍ

Cédula 116390605

Memoria de la Práctica Profesional presentada ante el Programa
de Ciencias de la Educación como parte de los requisitos para
optar por el grado de Licenciatura en Docencia

Pérez Zeledón, agosto del 2023



© Katherine María Solís Sandí
Ó { [] • Á
Ü & } [& a] d È [Ô { ^ ! & ñ U ã U à ã Ö ! ã ã á
| È Ò c ^ ! } ã á } ã

COMITÉ EXAMINADOR

Este Trabajo Final de Graduación, fue aceptado por la Comisión del Programa de administración de la Universidad Castro Carazo, como requisito parcial de graduación para optar por el grado de Licenciatura en Ciencias de la Educación con énfasis en Docencia.



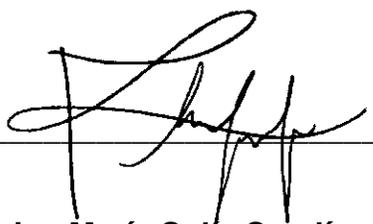
MSc. Melania Cordero Rojas

Asesora Metodóloga

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Katherine María Solís Sandí estudiante de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Educación con énfasis en Docencia, portador de la cédula de identidad 116390605, en este acto debidamente percibido y entendido de las penas y consecuencias con que se castigan en el Código Penal de nuestro país, el delito de perjuicio ante quienes construyen el Comité Examinador de mi Proyecto de Graduación, juro solemnemente que este trabajo es una obra original y que he respetado todo lo pre aceptado por las leyes penales, así como los derechos de autor. No omito en señalar que quedo advertido que la Universidad Castro Carazo se reserva el derecho de protocolizar este documento ante un notario público.

En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San Isidro de El General, el 24 de agosto del año 2023.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Katherine Solís Sandí', is written over a horizontal line.

Katherine María Solís Sandí

Cédula: 116390605

DEDICATORIA

Dedico este gran triunfo a Dios, primeramente, sin Él jamás hubiese logrado todo lo que tengo en mi vida.

A mis padres, Rodrigo y Mary, a quienes admiro enormemente, quienes han sido el pilar más importante en mi vida y mi mayor ejemplo, quienes siempre han creído en mí y me impulsan a ser una mejor persona y profesional cada día, quienes han estado conmigo, en las buenas y aún más en las malas, siempre tienen las palabras de aliento adecuadas y necesarias para no dejarme caer, quienes quiero que se sientan orgullosos de la hija y mujer que han formado.

A mis hermanos, Karina, Karol y Javier, que son los mejores hermanos que Dios me haya podido regalar, que, a pesar de las diferencias como todos hermanos, siempre nos apoyamos y que siempre tenemos buenas razones y anécdotas para reír.

A mis sobrinas, Victoria y Sarah, las princesas de tía “Tashin” y tía “Tati”, que son mis grandes amores, por quienes pelearía porque nunca les apaguen esas hermosas sonrisas.

A mi esposo, Deyber, quien me ha apoyado demasiado en este último paso, quien me ha consolado en mis momentos de frustración y me motiva a no rendirme y recordarme que soy capaz de hacer todo lo que me propongo.

Por último, pero no menos importante, dedico esto a mí misma, ya que merezco este gran triunfo por toda la dedicación y esfuerzo que he dado a lo largo de la carrera, que valió la pena todo el cansancio, las lágrimas, los sacrificios.

Kathica

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Colegio Técnico Profesional de San Isidro, ya que me abrieron sus puertas para realizar mi práctica profesional como docente, a las profesoras Sol y Nancy, quienes desde el primer momento me apoyaron en este nuevo proceso y me dieron la oportunidad de tomar su grupo de estudiantes para así desarrollar y mejorar mis habilidades.

Agradezco también a mi profesora tutor del curso del Seminario de Práctica Docente, Melania, quien tuvo toda la disposición de ayudar en el desarrollo tanto de la práctica, como la memoria.

Agradezco en general a todos los profesores que a lo largo de la carrera me transmitieron sus conocimientos y me permitieron crecer tanto profesional como personalmente.

Agradezco a mi jefe Maikol, quien tuvo total disposición de ayudarme con los horarios de trabajo, realmente sin su gran ayuda no hubiese logrado culminar la carrera.

Kathica

PRESENTACIÓN

El papel de un docente en una institución es una responsabilidad que debe llevarse con mucha tenacidad, equilibrio y ética profesional, en donde los principios humanos se convierten en herramientas de éxito en esta labor que requiere una dosis importante de tolerancia y sabiduría.

El presente trabajo constituye el Proyecto de Graduación a nivel de Licenciatura, requisito que solicita la Universidad Castro Carazo, sede Pérez Zeledón, para optar por el grado de Licenciatura en Ciencias de la Educación con énfasis en Docencia

La práctica se realizó en Colegio Técnico Profesional San Isidro.

Las conclusiones que se obtengan de esta práctica dan la información necesaria para indicar recomendaciones y propuestas adecuadas para la institución educativa.

TABLA DE CONTENIDOS

Contenido	
Introducción	1
CAPÍTULO I INTRODUCTORIO	3
A. Aspectos situacionales del Colegio Técnico Profesional de San Isidro	4
1. Reseña histórica.....	4
a. Misión.....	5
b. Visión.....	5
c. Objetivos de la institución.....	5
c.1. Objetivo general.....	5
c.2. Objetivos específicos.....	5
d. Valores.....	6
2. Recurso humano.....	6
3. Órganos de apoyo.....	7
4. Infraestructura.....	7
5. Diagnóstico institucional.....	8
6. Objetivos de la práctica.....	8
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	10
A. Reseña histórica del cantón de Pérez Zeledón	11
1. Reseña histórica.....	11

2. Ubicación geográfica	14
3. División Política	15
4. Economía	16
5. Educación.....	17
6. Área de salud	19
B. Directrices del Ministerio de Educación Pública	19
1. Ministerio de Educación Pública.....	19
a. Reseña histórica.....	19
b. Misión.....	20
c. Visión.....	21
d. Objetivos.....	21
2. Marco Filosófico y conceptual del sistema educativo	21
3. Fines de la educación.....	23
4. Consejo Superior de Educación	24
a. Funciones.....	24
b. Integrantes y puestos.	25
5. Protocolos de actuación	26
a. Qué son los protocolos de actuación.....	26
b. Pautas generales.....	26
c. Protocolos de actuación.....	27

C. Aspectos del proceso de enseñanza aprendizaje.....	28
1. Mediación pedagógica para la Nivelación Académica.....	28
a. Mediación pedagógica.....	28
b. Competencias.....	30
c. Pruebas comprensivas	32
d. Pruebas estandarizadas	32
2. Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes.....	35
a. Evaluación de los aprendizajes.	35
b. Funciones de la evaluación de los aprendizajes.	36
c. Trabajo cotidiano	36
d. Portafolio de evidencias	37
e. Tareas.	37
f. Pruebas	38
g. Proyectos.....	38
h. Condiciones para eximirse	38
i. Actividad de recuperación.....	39
j. Estrategia de promoción	39
3. Reglamento de la ley de igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.	40
a. Artículos N° 47.....	40

b. Artículo N°47 Bis.....	40
c. Artículo N°48.....	41
4. El planeamiento didáctico.....	41
a. Qué es el planeamiento didáctico.....	41
b. Elementos.....	43
5. Las rúbricas.....	43
a. Que son las rúbricas.....	43
b. Ejemplos de rúbricas.....	44
CAPÍTULO III. EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA	46
A. Evaluación de la práctica	47
1. Nivel de logro de los objetivos.....	47
2. Cronograma de horas administrativas.....	47
3. Cronograma de lecciones.....	48
4. Registro acumulativo de actividades.....	469
a. Planeamiento didáctico.....	50
b. Material didáctico.....	55
c. Hoja de evaluación del docente en el aula	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
ANEXOS	

LISTA DE TABLAS

Número de tabla	Nombre	Página
1	Personal del Colegio Técnico Profesional San Isidro	6
2	Infraestructura del Colegio Técnico Profesional San Isidro	8
3	Ejemplos de rúbricas	45

LISTA DE ÁNEXOS

Número de anexo	Nombre
1	Carta de autorización de la institución
2	Carta de conclusión de la práctica
3	Fotografía del sustentante

Introducción

La presente práctica para optar por el grado de Licenciatura en Ciencias de la Educación con énfasis en Docencia se realizó en el centro educativo: colegio Técnico Profesional de San Isidro.

Capítulo I

En este capítulo se puede encontrar la reseña histórica del colegio Técnico Profesional de San Isidro, así como su ubicación, visión, misión, valores, los objetivos del centro educativo y cómo está conformada la institución, su personal docente y administrativo; y la planta física con la que cuenta. Además, se presenta el diagnóstico institucional y los objetivos de la práctica.

Capítulo II

En este capítulo se incluye la reseña histórica del cantón de Pérez Zeledón, así como su ubicación geográfica y división política, también, aspectos como economía, educación y área de salud. Por otra parte, en cuanto al Ministerio de Educación Pública, se detallan aspectos como la reseña histórica y su marco filosófico, los fines de la educación costarricense, la conformación del consejo superior de educación, protocolos de actuación que se implementan en los centros educativos, tanto públicos como privados y todas las pautas que los definen. En este capítulo también se puntualiza aspectos del proceso de enseñanza aprendizaje, así como el reglamento de evaluación del aprendizaje y algunos artículos del reglamento de la ley de igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

Capítulo III

En este capítulo se puede encontrar todos los aspectos referentes a la evaluación de la práctica, entre ellos, el nivel de logro de los objetivos, el cronograma de horas administrativas, el cronograma de lecciones, el registro acumulativo de actividades, el planeamiento didáctico, el material didáctico, las dos hojas de evaluación por parte del docente en el aula y las referencias bibliográficas.

CAPÍTULO I INTRODUCTORIO

A. Aspectos situacionales del Colegio Técnico Profesional de San Isidro

1. Reseña histórica

El Liceo nuevo de Tercer Ciclo, hoy Colegio Técnico Profesional San Isidro, se fundó en febrero de 1974, durante la administración de Don José Figueres Ferrer. Su primer director fue el profesor Carlos Francisco Vega Soto.

Contaba con seis secciones de séptimo año y una matrícula de ciento ochenta y nueve alumnos. Ocupaba, durante las tardes, las instalaciones de la Escuela Pedro Pérez Zeledón. Antes de 1970, San Isidro de El General contaba solamente con dos instituciones de Enseñanza Media: el Liceo Unesco y el Colegio Nocturno.

En el año 1976, el Ministerio de Educación Pública, transformó el Liceo de Tercer Ciclo en un Colegio Profesional de modalidad Industrial con tres especialidades: Secretariado Comercial, Contabilidad y Electromecánica. En esta época fungía como director el profesor Marco Tulio Arias Álvarez.

En 1977 la matrícula aumentó a novecientos siete alumnos, generando la necesidad de conseguir un terreno apropiado para construir un nuevo edificio. Después de muchas gestiones, don Jorge Halder Lacher, por medio de la Asociación Shuraben, donó un terreno de tres manzanas, ubicado en Villa Ligia. Su construcción inició en 1979 y finalizó en 1980. Colaboraron en esta gran obra el exdiputado José Adémar Vega Chávez y el ingeniero Rodolfo Méndez Mata, exministro de Obras Públicas y Transportes; el director de ese entonces, don José Antonio Chacón y la Junta Administrativa.

a. Misión.

Somos una institución educativa que trabaja en equipo para ofrecer servicios de calidad.

b. Visión.

Ser una institución educativa que lidera procesos para la formación integral de la población estudiantil.

c. Objetivos de la institución.**c.1. Objetivo general**

Formar personas útiles para la sociedad, bajo un cuidadoso régimen disciplinario y con respeto de las normas establecidas, proporcionándoles herramientas cognitivas que les permitan la generación de recursos económicos en el corto plazo.

c.2. Objetivos específicos.

- Crear estrategias que permitan el mejoramiento académico de los estudiantes del Colegio Técnico Profesional San Isidro.
- Brindar atención eficiente y oportuna a los estudiantes, padres y madres de familia, personal docente y administrativo.
- Desarrollo estratégico, que fortalezca la ética.
- Dotar a la Institución de infraestructura, mobiliario, material y equipo acorde con las necesidades detectadas.

- Promover la participación activa de la familia en la comunidad estudiantil mediante diversas actividades.
- Lograr que la persona estudiante correlacione la teoría con la práctica.

d. Valores

En el Colegio Técnico Profesional San Isidro se practican y cumplen los siguientes valores:

- Trabajo en equipo.
- Coherencia.
- Compromiso.

2. Recurso humano

En el Colegio Técnico Profesional San Isidro se cuenta con el siguiente personal:

Tabla 1

Personal del Colegio Técnico Profesional San Isidro

Puesto	Cantidad
Director	1
Oficinistas	2
Auxiliares administrativos	2
Docentes de tecnología	32
Docentes del área académica	46
Docentes de educación especial	
Total	83

Datos: Archivo institucional

3. Órganos de apoyo

Esta institución posee órganos que le colaboran en los servicios educativos, como:

- Ley 7372
- Ley 6746
- Ley 8283
- Ley PANEA
- Transporte
- Asociación de padres de familia
- Patronato escolar
- Junta de educación

4. Infraestructura

El colegio Técnico Profesional San Isidro cuenta con un área total de terreno de 28000 m² del cual un área de 1460 m² está cubierta por infraestructura, en el restante espacio se ubican zonas verdes, bosque y áreas de esparcimiento para los estudiantes. Lo que respecta a la infraestructura se distribuye en pabellones, aulas, baterías sanitarias, talleres para impartir especialidades técnicas, laboratorios, audiovisuales, etc.

Tabla 2**Infraestructura del Colegio Técnico Profesional San Isidro**

Puesto	Cantidad
Pabellones	12
Oficina administrativa	1
Laboratorio de informática	5
Gimnasio	1
Salón reuniones	1
Total	20

Datos: Archivo institucional

5. Diagnóstico institucional

El centro educativo se encuentra en el distrito de Daniel Flores, teniendo en su matrícula como principal afluencia jóvenes de comunidades de Los Ángeles, Repunta, San Francisco, Baidambú, las cuales poseen un alto grado de problemática social.

En este momento la institución se encuentra con la remodelación de los pupitres ya que se encontraban en muy mal estado. También el cambio e instalación de la Electricidad igual en mal estado y en caso de un pabellón no tenía instalación eléctrica.

Los docentes que forman parte del colegio Técnico Profesional de San Isidro, se interesan por estudiar carreras afines. También constantemente tanto profesores, como estudiantes reciben capacitaciones en áreas afines a las especialidades.

6. Objetivos de la práctica

- Aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera de docencia, en la ejecución de la práctica docente.

- Implementar recursos didácticos variados en la ejecución de los planeamientos que se ajusten a las políticas educativas establecidas por el Ministerio de educación.
- Ajustar los lineamientos y reglamentos internos establecidos en la institución.
- Elaborar los planeamientos didácticos ajustados a los lineamientos directrices por el Ministerio de Educación Pública.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

A. Reseña histórica del cantón de Pérez Zeledón

1. Reseña histórica

En la época precolombina el territorio que actualmente corresponde al cantón de Pérez Zeledón estuvo habitado principalmente por indígenas del llamado grupo Brunca. El conquistador español don Juan Vázquez de Coronado realizó, en 1563, una expedición a lo que hoy se conoce como el Valle de El General hasta el territorio de Coctos, cuya principal población fue dominada luego de una escaramuza.

En 1659 el gobernador don Andrés Arias Maldonado y su hijo Rodrigo, entre 1662 y 1663, sacaron y sometieron a algunos aborígenes de Talamanca; por este motivo muchos de ellos huyeron al otro lado de la cordillera y se ubicaron en el Valle de El General. En 1680, don Juan de Ulate encontró allí hasta 500 familias de indígenas. Este pueblo no fue conocido por los españoles y continuó ignorado hasta el momento en que comenzaron a llegar los primeros colonizadores, procedentes del Valle Central y áreas aledañas, por lo que los indios decidieron huir de nuevo a sus antiguos asentos.

En relación con el nombre de El General han surgido diversas versiones. Una de ellas hace mención de que se le otorgó esta denominación a todo el valle, debido a que es drenado por el río principal de igual nombre, que recolecta las aguas de varios afluentes. Otra se refiere a que, en el año de 1887, el General don Bernardo Soto Alfaro visitó el valle y de allí en adelante se le siguió llamando el Valle de El General. El nombre de San Isidro data desde 1910, cuando un grupo de familias de la región, acordaron cambiar la antigua denominación de Quebrada los Chanchos, con que se

conocía al lugar, por el de San Isidro; ya que era el que más se adaptaba a un pueblo de agricultores como ellos y al ser este santo su patrono.

La primera ermita se construyó en 1850. Durante el episcopado de monseñor Juan Gaspar Stork Werth, tercer obispo de Costa Rica. En 1914, se erigió la parroquia, dedicada a San Isidro Labrador. El 19 de agosto de 1954, mediante bula, Neminem Fugit se estableció la diócesis de San Isidro de El General, de la provincia eclesiástica de Costa Rica; siendo su primer obispo monseñor don Delfín Quesada Castro. A esta iglesia se le otorgó el título de catedral. El nuevo edificio del templo se comenzó a construir en 1956, consagrándose el 12 de diciembre de 1967.

En 1861, el congreso constitucional promulgó una ley que gratificaba con cinco mil pesos a quien abriera una vereda hacia los pueblos de Térraba y Boruca. A raíz de la anterior disposición, don Cornelio Monge, vecino de Desamparados, salió de San Cristóbal a principios del año 1863; atravesó los confines de Santa María y El Copey, logró llegar al valle de El General, por la margen oeste del río de igual nombre, continuó hasta Térraba, punto final de su viaje. El decreto N°3 del 19 de agosto de 1883, concedió a don Cornelio y a su hijo José, setenta caballerías de terrenos baldíos por la construcción de un camino entre Santa María y El General; y el decreto N°6 de 15 de mayo de 1884, les otorgó prórroga a los mismos señores por un año para la construcción del camino, empresa que les fue imposible concluir.

En el gobierno de don Ascensión Esquivel Ibarra (1902-1906), se abrió una escuela que se denominó Escuela Ureña; posteriormente cambió el nombre por Escuela 12 de marzo de 1948. En 1953 se estableció una escuela complementaria, para

la enseñanza secundaria, que funcionó en el edificio de la escuela; en 1962 se inauguró el edificio actual, en la administración de don Mario Echandi Jiménez, el cual lleva el nombre de Liceo UNESCO.

El 9 de octubre de 1931, en el segundo gobierno de don Cleto González Víquez, se creó el cantón y al distrito primero se le dio el nombre de Ureña, en recuerdo de don José María Ureña, fundador de Santa María de Dota. En el gobierno interino de la Junta Fundadora de la Segunda República, el 18 de noviembre de 1948 se promulgó el decreto ley N°274, que declaró Ciudad Mártir de la Revolución Libertadora de Costa Rica de 1948, a la actual ciudad San Isidro de El General. Posteriormente, el 7 de agosto de 1954, en el primer gobierno de don José Figueres Ferrer, se promulgó el decreto ejecutivo N°40, que dispuso que la ciudad Ureña, cabecera del cantón en adelante se llamaría San Isidro de El General, lo mismo que el distrito primero.

El cantón de Pérez Zeledón, a raíz de la apertura de la carretera interamericana, en 1946, entre las ciudades San José y San Isidro de El General, se inició un intenso y rápido desarrollo agrícola, económico y demográfico.

Actualmente este distrito se caracteriza por ser donde se concentra la mayor cantidad de la zona urbana del cantón y donde se concentra el comercio de bienes y servicios. Además, se encuentra cerca de varios sitios turísticos muy visitados, como el Cerro Chirripó, el Parque Internacional La Amistad, Jardín Botánico Wilson Playa Dominical. También existe la posibilidad de efectuar turismo de aventura y ecológico. Asimismo, San Isidro de El General ofrece numerosas opciones de hospedaje.

La ciudad es sede de varias empresas e instituciones que tienen sus oficinas centrales en ella. Algunas de estas empresas son las siguientes:

- Coopealianza: Cooperativa de ahorro y crédito con más de 50 oficinas y 800 empleados en todo el país. Fue fundada en 1971 tras la fusión de dos pequeñas cooperativas llamadas Coopehosani y Coopezel.
- ZEWS S.A.: Empresa dedicada a servicios de diseño de sitios web, desarrollo de aplicaciones móviles, entre otros. Sus oficinas centrales están ubicadas al sureste de San Isidro de El General y cuenta con oficinas en Escazú, David (Panamá) y Atlanta.
- Corporación Coopeagri R.L.: Cooperativa agrícola industrial. Se dedica a la producción y comercialización de café, caña de azúcar y abono orgánico. Además, maneja cuatro supermercados, un almacén de suministros agrícolas, una estación de combustible y una ferretería. Fue fundada en 1962 y actualmente cuenta con más de 10000 asociados.
- Universidad Internacional San Isidro Labrador (UISIL): Universidad privada fundada en 1995. Además, de su sede principal ubicada al norte de la ciudad de San Isidro de El General, cuenta con sedes en Heredia, Guápiles, Ciudad Quesada, Grecia, Buenos Aires, San Vito, Río Claro y Quepos.

2. Ubicación geográfica

Las coordenadas geográficas medias del cantón de Pérez Zeledón están dadas por 9° 05' 37" latitud norte y 83° 26' 83" longitud oeste. La anchura máxima es de 68

kilómetros; en la dirección noroeste a sureste, desde el límite con el cantón Aguirre, sobre el río Savegre hasta confluencia del río Caliente con la Quebrada Guácima. La extensión del cantón de Pérez Zeledón es de 1905.51 kilómetros, la cual representa un 38.42 % del territorio de la provincia San José y, a su vez, un 3.33% del territorio nacional.

3. División Política

En este cantón se encuentran los siguientes distritos:

- San Isidro
- El General
- Daniel Flores
- Rivas
- San Pedro
- Platanares
- Pejibaye
- Cajón
- Barú
- Paramo
- Río Nuevo

- La Amistad

4. Economía

El cantón de Pérez Zeledón se ha caracterizado por su desarrollo económico basado en actividades agrícolas, ganaderas, comerciales, industriales y turísticas. Uno de los factores que ha impulsado este auge económico es que Pérez Zeledón es un puente entre la capital de nuestro país y la zona sur del territorio nacional.

Dentro de las actividades agrícolas más importantes se encuentran: la siembra de caña de azúcar, café, tabaco, tiquizque, banano y mora; siendo las dos primeras sus productos más importantes.

En las actividades ganaderas se encuentran el ganado porcino y el ganado vacuno. Este último con fines de engorde y lechería.

Las actividades comerciales han surgido con gran auge en las últimas décadas, en gran medida por el establecimiento de cooperativas financieras, bancos, empresas nativas del cantón, medios de comunicación, transportistas; de tal manera que diversas empresas de la meseta central han establecido sus operaciones en el cantón.

Dentro de las industrias más importantes se encuentran las maquilas, panificadoras, cooperativas que laboran en áreas como el procesamiento del café y la caña de azúcar; además, de un sinnúmero de microempresas que se dedican a diferentes quehaceres industriales. Muchas de estas industrias comercializan sus productos a nivel nacional e internacional, como por ejemplo el café, azúcar y prendas de vestir.

Su principal atractivo turístico es la diversidad ecológica, ya que se encuentran sitios como el Parque Nacional Chirripó, el cerro más alto de Centroamérica y el Caribe, con una altura de 3.820 metros sobre el nivel del mar y con una gran belleza escénica, en flora y fauna.

Entre otras atracciones se encuentran los viajes por los ríos rápidos, los cuales permiten al turista observar los atractivos ecológicos de la zona.

5. Educación

La primera escuela se estableció en 1927, se ubicó primeramente en un galerón a orillas del río Pedregoso, luego se ubicó en la esquina Este del cruce San Ramón, Pedregoso. La primera maestra fue doña Mercedes Jiménez quien atendía alumnos de todas las edades, a ella asistían alumnos todos los pueblos aledaños. Esta escuela vino a llenar una necesidad de los pobladores que en su mayoría eran analfabetos. Cuenta con una “Casona” la cual fue declarada Patrimonio Nacional, en ella se formaron grandes personalidades del cantón de Pérez Zeledón.

Actualmente en Pérez Zeledón hay una totalidad de 218 escuelas, entre públicas y privadas, también, se destacan universidades públicas y privadas, las cuales tienen amplia oferta académica y horarios los cuales se facilita para personas de todas edades.

La Universidad Nacional que, en 1974, se iniciaron en esta Sede los Estudios Generales, lo cual permitió que esta institución fuese llamada transitoriamente “Centro Universitario de Pérez Zeledón”. Con la puesta en vigencia del Estatuto Orgánico de la Universidad Nacional, publicado en la Gaceta del 20 de agosto de 1976, se le asignó el

nombre de Sección Regional de Pérez Zeledón. Actualmente, la Universidad Nacional cuenta con una amplia infraestructura que se distribuye en aulas, dos gimnasios multiuso, además, con residencia para estudiantes de zonas lejanas.

Por otra parte, en el cantón de Pérez Zeledón se puede encontrar la escuela de música sinfónica, quienes tienen como misión formar jóvenes en el área musical y velar por su desarrollo integral, en esta institución se reciben estudiantes desde los 8 años hasta los 19, quienes reciben clases de distintos instrumentos impartidas por profesores con gran conocimiento en la materia.

También, se cuenta con el Colegio Científico el cual pertenece al Sistema de Colegios Científicos de Costa Rica y que para su creación la Universidad Nacional y el Ministerio de Educación Pública firmaron un convenio específico que garantizó la asignación del personal calificado, la aprobación de los planes de estudio, la agilización de las pruebas de admisión y la reglamentación correspondiente a la evaluación y promoción.

En cuanto a universidades privadas más destacadas en el cantón, la Universidad Castro Carazo quienes pretenden contribuir con el bienestar individual y colectivo, desarrollando en sus alumnos la capacidad de lograr sus sueños, metas profesionales y potencial intelectual pleno. Asimismo, los faculta para asumir su responsabilidad solidaria, como ciudadanos emprendedores, productivos, creativos y éticos, en un mundo cambiante y multicultural. Para ello, la Universidad Castro Carazo ofrece programas formales y no-formales de educación general, ocupacional y de conservación ambiental.

Por otra parte, la Universidad San Isidro Labrador (UISIL), quienes cuentan con una variada oferta académica, respaldada por más de 25 años de experiencia formando profesionales en las áreas de Educación, Ingeniería de Sistemas, Administración de Empresas, Turismo y Derecho Notarial y Registral. Además, tienen oferta de Técnicos y Cursos libres.

Además, en el cantón de Pérez Zeledón se ofrece oportunidad a personas que tienen el deseo de superación, esto con los colegios nocturnos, así como instituciones que ofrecen educación a distancia.

6. Área de salud

Respecto al área salud, en la ciudad de San Isidro de El General se encuentra el Hospital Escalante Pradilla, el Centro de Salud y en el cantón existen diez EBAIS que brindan atención a tiempo completo y dos a medio tiempo. En el hospital laboran médicos internistas, cardiólogo, neurólogo, cirujanos generales, ortopedistas, radiólogo, pediatras, cirujanos pediatras, neonatólogos, oftalmólogos, optometrista, gastroenterólogo, anestesiistas, entre otros.

Además, existen varias clínicas privadas, entre ellas: Clínica de Urgencias y Clínica Las Américas.

B. Directrices del Ministerio de Educación Pública

1. Ministerio de Educación Pública

a. Reseña histórica.

En 1792, el gobernador de Costa Rica ordenó a los padres que enviaran a sus hijos a la escuela, pues, de hacerlo, deberían pagar una multa. En 1844, se creó en la

Constitución un capítulo dedicado a la educación pública, en el cual se declaró que esta es un derecho de los costarricenses que el Estado garantizará.

En la Constitución de 1847 se instruye que la educación es igual para hombres y mujeres. En este año se crea la cartera de institución pública y se declara la gratuidad de las escuelas de primeras letras. En 1885, fue creada la Ley Fundamental de Instrucción Pública que centró la educación en el Estado y en el Ministerio de Instrucción Pública su dirección e inspección y se restableció el Consejo de Instrucción Pública.

Entre los años 1887 y 1888 fueron creados el Instituto de Alajuela, el Liceo de Costa Rica y el Colegio Superior de Señoritas. En 1891, fueron traídos al país varios profesores europeos para que trabajaran en escuelas y colegios. En los primeros años del siglo XX fue promulgado el Reglamento Orgánico del Personal Docente de las Escuelas y formulados los programas para la educación primaria. En 1914, fue fundada la Escuela Normal de Costa Rica. Entre 1953 y 1966 se crean en el MEP organismos técnicos y jurídicos.

En 1973, es declarada obligatoria y gratuita la educación general básica y gratuitas la educación preescolar y la diversificada. En 1977, es declarada obligatoria la educación preescolar.

b. Misión.

El MEP es el ente rector que garantiza a los habitantes del país el derecho fundamental a una educación de calidad, con acceso equitativo e inclusivo, con

aprendizajes pertinentes y relevantes, para la formación plena e integral de las personas y la convivencia.

c. Visión.

Ser una institución reconocida a nivel nacional e internacional, como la rectora del sistema educativo costarricense mediante el mejoramiento continuo de la gestión, con estándares modernos de eficacia, eficiencia y transparencia; orientada a la construcción de una sociedad inclusiva e integrada.

d. Objetivos.

- Conducir técnicamente la gestión ética en la institución con el liderazgo y la responsabilidad del o de la Jerarca, los y las titulares subordinados y la participación de toda la Administración activa.
- Gestionar una ética institucional preventiva (previa a la acción) que busque el fortalecimiento de las prácticas éticas de las personas en el ejercicio de sus funciones.
- Fomentar una cultura ética institucional, estableciendo procesos y mecanismos para el fortalecimiento y promoción, de la ética y los valores.

2. Marco Filosófico y conceptual del sistema educativo

• Paradigma de la complejidad

Plantea que el ser humano es un ser auto-organizado y auto-referente, es decir que tiene conciencia de sí y de su entorno. Su existencia cobra sentido dentro de un ecosistema natural-social-familiar y como parte de la sociedad. En cuanto a la

adquisición de conocimiento, este paradigma toma en cuenta que las personas estudiantes se desarrollan en un ecosistema bionatural (que se refiere al carácter biológico del conocimiento en cuanto a formas cerebrales y modos de aprendizaje) y en un ecosistema social que condiciona la adquisición del conocimiento.

El ser humano se caracteriza por tener autonomía e individualidad, establecer relaciones con el ambiente, poseer aptitudes para aprender, inventiva, creatividad, capacidad de integrar información del mundo natural y social y la facultad de tomar decisiones. En el ámbito educativo, el paradigma de la complejidad permite ampliar el horizonte de formación, pues considera que la acción humana, por sus características, es esencialmente incierta, llena de eventos imprevisibles, que requieren que la persona estudiante desarrolle la inventiva y proponga nuevas estrategias para abordar una realidad que cambia a diario.

- **Racionalismo**

El paradigma del racionalismo, que se sustenta en la razón y en las verdades objetivas como principios para el desarrollo del conocimiento válido, ha sido fundamental en la conceptualización de las políticas educativas costarricenses.

- **Constructivismo social**

Propone el desarrollo máximo y multifacético de las capacidades e intereses de las personas estudiantes. El propósito se cumple cuando se considera el aprendizaje en el contexto de una sociedad, tomando en cuenta las experiencias previas y las propias estructuras mentales de la persona que participa en los procesos de construcción de los saberes.

Esto se da en una interacción entre el nivel mental interno y el intercambio social. Es parte y producto de la actividad humana en el contexto social y cultural donde se desarrolla la persona. Considera que estos procesos se dan en asocio con comunidades de aprendizaje, dado que el conocimiento es también una experiencia compartida.

- **Humanismo**

Se orienta hacia el crecimiento personal y por lo tanto aprecia la experiencia de la persona estudiante incluyendo sus aspectos emocionales. Cada persona se considera responsable de su vida y de su autorrealización.

La educación, en consecuencia, está centrada en la persona, de manera que sea ella misma evaluadora y guía de su propia experiencia, a través del significado que adquiere su proceso de aprendizaje. Cada persona es única, diferente; con iniciativa, con necesidades personales de crecer, con potencialidad para desarrollar actividades y solucionar problemas creativamente.

3. Fines de la educación

El artículo 2° establece los siguientes fines de la educación costarricense:

- La formación de ciudadanos amantes de su Patria, conscientes de sus deberes, de sus derechos y de sus libertades fundamentales, con profundo sentido de responsabilidad y de respeto a la dignidad humana.
- Contribuir al desenvolvimiento pleno de la personalidad humana.

- Formar ciudadanos para una democracia en que se concilien los intereses del individuo con los de la comunidad.
- Estimular el desarrollo de la solidaridad y de la comprensión humanas.
- Conservar y ampliar la herencia cultural, impartiendo conocimientos sobre la historia del hombre, las grandes obras de la literatura y los conceptos filosóficos fundamentales.

4. Consejo Superior de Educación

a. Funciones.

Le corresponde al Consejo Superior de Educación aprobar:

- Los planes de desarrollo de la educación pública.
- Los proyectos para la creación, modificación o supresión de modalidades educativas, tipos de escuelas y colegios, y la puesta en marcha de proyectos innovadores experimentales, ya se trate de la educación formal o la no formal.
- Los reglamentos, planes de estudio y programas que deban regir los establecimientos educativos no universitarios y resolver sobre los problemas de correlación e integración del sistema.
- Los planes de estudio y los aspectos centrales del currículum y cualquier otro factor que pueda afectar la enseñanza en sus aspectos fundamentales.
- El sistema de evaluación de los aprendizajes de promoción y graduación.

- Las solicitudes de equivalencia de estudios y títulos de estudiantes y profesionales extranjeros que no sean de la competencia de las universidades.
- Los lineamientos generales del currículum y las políticas aplicables a la educación parauniversitaria, así como la aprobación del funcionamiento de cada institución de este tipo.
- La política de infraestructura educativa.
- Los planes para la preparación, el perfeccionamiento y estímulo del personal docente.
- Cualquier otro asunto que le someta el ministro de Educación o por lo menos tres de sus miembros, dentro de la materia de su competencia.

b. Integrantes y puestos.

El Consejo está conformado por siete miembros propietarios y tres suplentes que han de ser:

- El ministro de Educación Pública, quien lo preside.
- Dos exministros de Educación Pública, designados por el Poder Ejecutivo.
- Un integrante nombrado por el Consejo Universitario de la Universidad de Costa Rica.
- Un representante de III ciclo de la Educación General Básica y de la Educación Diversificada, nombrado por los directores de los centros educativos de estos ciclos.

- Un representante de I y II ciclos de la Educación General Básica y preescolar, nombrado por los directores regionales, supervisores y directores de las escuelas de I y II ciclos de la Educación General Básica del país.
- Un integrante designado por las organizaciones de educadores inscritas conforme a la ley, nombrado por sus correspondientes directivas

5. Protocolos de actuación

a. Qué son los protocolos de actuación.

Los protocolos de actuación constituyen una herramienta sencilla y práctica que busca apoyar al personal de centros educativos, a la propia población estudiantil y a la comunidad educativa en general, para que puedan enfrentar mejor estas amenazas.

Se trata de una propuesta articulada de atención que permite guiar las acciones con el propósito de intervenir y minimizar las consecuencias de las distintas formas de violencia que puedan darse en el centro educativo y; así, evitar revictimizaciones, exceso de tareas y propiciar un espacio para la educación para la vida y la convivencia.

b. Pautas generales.

- Alcance de los protocolos.
- Desde el enfoque de derechos y responsabilidades de la niñez y adolescencia.
- Orientaciones jurídicas para atender situaciones de violencia.
- Obligaciones y/o responsabilidades en situaciones de violencia según edad.
- Responsables y responsabilidades en la implementación de los protocolos.

- Responsabilidad de denunciar cualquier situación que violente los derechos de niñas, niños, y adolescentes.
- Reconocimiento de los delitos contra la niñez y adolescencia.
- Dónde denunciar un delito de violencia contra una persona menor de edad.
- Preguntas frecuentes.

c. Protocolos de actuación.

- Pautas generales para protocolos de actuación en situaciones de violencia y riesgo en los centros educativos.
- Protocolo de actuación en situaciones de bullying.
- Protocolo de atención del bullying contra la población LGTBI inserta en los centros educativos.
- Protocolo de actuación en situaciones de hallazgo, tenencia y uso de armas.
- Protocolo de actuación en situaciones de hallazgo, tenencia, consumo y tráfico de drogas.
- Protocolo de actuación en situaciones de violencia física, psicológica, sexual, acoso y hostigamiento sexual.
- Protocolo de atención a la población estudiantil que presenta lesiones autoinfligidas y/o en riesgo por tentativa de suicidio.

- Atención del embarazo y maternidad en personas menores de edad insertas en el sistema educativo.
- Protocolo de actuación institucional para la restitución de derechos y acceso al sistema educativo costarricense de las personas víctimas de sobrevivientes del delito de trata de personas y sus dependientes.
- Protocolo de actuación en situaciones de discriminación racial y xenofobia.

C. Aspectos del proceso de enseñanza aprendizaje

1. Mediación pedagógica para la Nivelación Académica

a. Mediación pedagógica

Para facilitar desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes en los estudiantes durante el proceso de aprendizaje, la mediación pedagógica se enfoca en las labores que realiza el docente de manera intencionada y por su experiencia. Tal como lo indica orientaciones pedagógicas (2023). “La mediación pedagógica se enfoca en las acciones que realiza la persona docente de manera intencionada y experimentada para facilitar el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes en la persona estudiante durante los procesos de aprendizaje.” (p. 6).

La mediación pedagógica se basa en los principios del Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA), esto para plantear actividades que incorporen múltiples formas de motivar, múltiples formas de actuar o expresar y múltiples formas de representar la información de los materiales. Tal como lo indica orientaciones pedagógicas (2023). “La mediación pedagógica debe tomar en cuenta los principios del Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA), al proponer actividades accesibles, que incorporen múltiples formas

de motivación, múltiples formas de acción o expresión y múltiples formas de representación de la información y de los materiales.” (p. 7).

En la mediación pedagógica el docente y el estudiante están en constante interacción, por lo que el papel del docente como mediador es de vital importancia, es quien debe plantear estrategias para que los estudiantes desarrollen todo su potencial, tal como lo indica orientaciones pedagógicas (2023, p. 7).

Además, la mediación pedagógica implica una interacción constante docente-estudiante, proporcionándoles estrategias que desarrollen todas sus potencialidades; es por esta razón, que el papel de la persona docente como mediador pedagógico, es fundamental para:

- **Implementar los programas de estudio de forma completa y apoyar el desarrollo integral de las personas estudiantes.**
- **Utilizar las guías para el desarrollo de competencias como insumo para el planeamiento didáctico.**
- **Fomentar el aprendizaje autónomo con las herramientas digitales y recursos didácticos disponibles.**
- **Habilitar espacios de comunicación y participación para que las familias conozcan las acciones que se llevarán a cabo con las personas estudiantes.**

- **Fortalecer las acciones de bienestar emocional que contribuyan a que la persona estudiante mantenga su vínculo con el centro educativo.**
- **Conformar redes de apoyo pedagógico entre los profesionales del centro educativo que permita la organización y gestión de los recursos y apoyos pedagógicos.**
- **Poner en práctica una evaluación efectiva del aprendizaje que propicie la toma de decisiones prontas y oportunas, orientadas al seguimiento y a la mejora constante del proceso de construcción del conocimiento.**

b. Competencias

De acuerdo con lo establecido en la Política Curricular Educar para una Nueva Ciudadanía (2016) “(...) las competencias son los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para enfrentar exitosamente los retos que plantea la cotidianidad, y que nos invitan a reformular los proyectos de vida.” (p. 6).

Es decir, las competencias son necesarias para lograr éxito, ya que para esto se necesita conocimientos y habilidades, para así plantearse proyectos de vida.

Según la Política Educativa “La Persona Centro del Proceso Educativo y Sujeto Transformador de la Sociedad” (2017, p. 7).:

El desarrollo de las competencias es un tema central para la formación de la vida humana y, por ende, para el bienestar de toda la población. Las competencias potencian que la persona pueda comprender mejor su entorno, expresarse e interpretar conceptos, pensamientos, sentires,

opiniones y acontecimientos. Gracias a esto, le será posible interactuar más provechosamente en distintos espacios o contextos y durante diferentes momentos de su vida. Lo anterior a raíz de que habrá interiorizado el valor de autoconocerse y de tomar decisiones para poder construir, de manera activa y proactiva, una verdadera ciudadanía.

Las competencias ayudan a que las personas comprendan su bienestar, de esta forma, aprender a conocerse a sí mismos y así interactuar o relacionarse de una mejor manera con el entorno.

Para el curso lectivo 2023 se pretende el desarrollo de competencias como: competencias para la ciudadanía responsable y solidaria, competencias para la vida, competencias para la empleabilidad digna. Tal como se indica en Orientaciones Pedagógicas (2023, p. 6).

Para el curso lectivo 2023, se proyecta una ruta educativa que busca el desarrollo de las siguientes competencias:

- **Competencias para la ciudadanía responsable y solidaria.**
- **Competencias para la vida.**
- **Competencias para la empleabilidad digna.**

Estas competencias procuran el fortalecimiento de una ciudadanía basada en valores, actitudes, prácticas, destrezas, responsabilidad solidaria y social.

c. Pruebas comprensivas

Las pruebas comprensivas son un instrumento con el cual se mide o determina el dominio de los estudiantes en cuanto a los temas vistos durante el ciclo lectivo, estos considerados de gran importancia en cada una de las asignaturas. Tal como se indica en el documento “Pruebas Comprensivas en el curso lectivo 2023” (p. 5).

Es el instrumento de medición establecido por la administración de este Ministerio con el propósito de determinar el dominio que posee la persona estudiante respecto a los aprendizajes previos, considerados fundamentales en cada una de las asignaturas o figuras afines, para el andamiaje de los nuevos aprendizajes por lograr.

Además, para llevar a cabo estas pruebas comprensivas, se sugiere las siguientes fases: determinación de los aprendizajes previos, planificación y elaboración de la prueba comprensiva, implementación de la prueba comprensiva, sistematización de desempeños, análisis de resultados y definición de acciones de recuperación y la última fase, la implementación de las acciones de acompañamiento y recuperación.

d. Pruebas estandarizadas

- **Marco referencia**

El marco de referencia tiene como propósito dar seguimiento al aprendizaje de los estudiantes para así progresar en el proceso de enseñanza, comparando en principio y el final del ciclo lectivo. De acuerdo con el artículo 79 del Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes. (2023, p. 5).

La Prueba Nacional Estandarizada tiene como propósito monitorear el desarrollo de aprendizajes esenciales de los estudiantes para la mejora continua en el proceso de enseñanza y aprendizaje, entre el inicio y final del año académico, asimismo, para la medición de la calidad educativa.

La Prueba Nacional Estandarizada evalúa distintas capacidades de los estudiantes, entre ellas: capacidades lingüísticas, científicas, matemáticas y ciencias sociales según los enfoques de los programas de estudio, esto contribuye a la elaboración de la prueba. De acuerdo con el artículo 79 del Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes. (2023, p. 5).

La Prueba Nacional Estandarizada evaluará capacidades lingüísticas, científicas, matemáticas y de ciencias sociales, de acuerdo con los enfoques y fundamentación teórica de los Programas de Estudio de las asignaturas de Español, Matemáticas, Ciencias e Idioma (inglés o francés, secundaria), Estudios Sociales (primaria y secundaria) y Educación Cívica (secundaria), lo cual constituye el insumo principal para el diseño de la prueba.

El diseño centrado en evidencias es una forma de evaluación donde los estudiantes además de expresar sus conocimientos, con distintas técnicas evidencian de manera efectiva su aprendizaje. Como lo indica (Mislevy et al., 2003, p. 6).

El diseño centrado en evidencias considera la evaluación como un argumento probatorio, esto es, un argumento que parte de lo que observamos que el estudiantado dice, hace o realiza en unas

circunstancias concretas, para inferir lo que saben, pueden hacer o han logrado de forma más general.

- **Marco especificaciones**

En primaria, la Prueba Nacional Estandarizada evalúa las capacidades lingüísticas, científicas, matemáticas y ciencias sociales según las especificaciones del plan de estudios de cada asignatura. En dicha prueba, las asignaturas de español y matemáticas, cada una de ellas, representan un veintisiete por ciento y por otro lado, estudios sociales y ciencias, representan cada una de estas asignaturas un veintitrés por ciento de la prueba. Tal y como lo indica el Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes, la Prueba Nacional Estandarizada (2023, p. 5).

En primaria, evaluará capacidades lingüísticas, científicas, matemáticas y de ciencias sociales, de acuerdo con los enfoques y fundamentación teórica de los Programas de Estudio de las asignaturas de Español, Matemáticas, Ciencias y Estudios Sociales, lo cual constituye el insumo principal para el diseño de la prueba.

En secundaria, la Prueba Nacional Estandarizada está compuesta por componentes los cuales evalúan las capacidades de los estudiantes en las siguientes asignaturas: español, matemáticas, estudios sociales, ciencias; cuya materia se subdivide: biología, química y física, además cívica y la lengua extranjera (inglés y/o francés). Cada una de estas representando un veinte por ciento de dicha prueba, en excepción de la lengua extranjeras, ya que esta se evalúa, sin embargo, no influye en el

resultado. Tal y como lo indica el Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes, la Prueba Nacional Estandarizada (2023, p. 36).

En secundaria, evaluará capacidades lingüísticas, científicas, matemáticas y de ciencias sociales, de acuerdo con los enfoques y fundamentación teórica de los Programas de Estudio de las asignaturas de Español, Matemáticas, Ciencias (Biología, Física y Química), Estudios Sociales, Educación Cívica y Lenguas Extranjeras (Inglés o Francés). Para tales efectos, la Prueba está conformada por los conocimientos, las habilidades y otras destrezas propias de las asignaturas mencionadas, por lo que se les considera como componentes de dicha Prueba.

2. Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes

a. Evaluación de los aprendizajes.

El Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes (2023, p. 3) en su artículo 3 establece:

La evaluación de los aprendizajes es un proceso continuo de recopilación de información cualitativa y cuantitativa, que fundamenta la emisión de juicios de valor y la toma de decisiones por parte de la persona docente y el estudiantado, para la mejora progresiva de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

La evaluación de los aprendizajes permite que se estimule y desarrolle el conocimiento de los estudiantes, con esto crear cambios, los cuales se verán de manera notable durante el transcurso del periodo lectivo.

b. Funciones de la evaluación de los aprendizajes.

El Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes (2023, p. 3) en su artículo 4 establece:

- **Diagnóstica:** permite conocer el estado inicial de la persona estudiante en las áreas del desarrollo: cognoscitiva, socio afectiva y psicomotriz, con el fin de facilitar, con base en la información que de ella se deriva, la aplicación de las estrategias correspondientes.
- **Formativa:** brinda información necesaria y oportuna durante los procesos de enseñanza y aprendizaje, con la finalidad de reorientar o realimentar las áreas que así lo requieran.
- **Sumativa:** constata los logros alcanzados al término de un proceso de aprendizaje y fundamenta la calificación, la promoción y la certificación.

La evaluación de aprendizajes tiene distintas funciones, las cuales se mencionan: la parte diagnóstica, esta se presenta al principio del proceso de formación de los estudiantes. En cuanto la parte formativa, se refiere al aprendizaje que el estudiante adquiere durante el proceso de enseñanza. Por último, la parte sumativa, que bien se define como los logros que se obtuvieron al final del proceso de aprendizaje.

c. Trabajo cotidiano

El Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes (2023) en su artículo 26 establece: “Consiste en las actividades educativas que realiza el estudiantado con la guía y orientación de la persona docente según el planeamiento didáctico y el programa de estudios.” (p. 18).

El trabajo cotidiano son las actividades que se realizan en la clase, estas planteadas por el docente a cargo, el cual se guía con el programa de estudios.

d. Portafolio de evidencias

El Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes (2023, p. 19) en su artículo 26 establece:

Consiste en un concentrado de evidencias de aprendizaje estructuradas, que permiten obtener información valiosa del desempeño adquirido por la persona estudiante, tanto durante el proceso de aprendizaje que se desarrolla en la empresa, sea de forma presencial o en entorno virtual, como en el centro educativo. Muestra una historia documental, construida a partir de las producciones relevantes de los estudiantes, a lo largo de la implementación del proceso educativo del plan de estudios de la especialidad técnica que cursa.

El portafolio de evidencias es un documento o folder en el cual el estudiante registra y/o guarda la información relevante de cada sesión o lección que reciben.

e. Tareas.

El Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes (2023) en su artículo 27 establece: “Consisten en trabajos cortos que se asignan al estudiantado con el propósito de reforzar aprendizajes esperados, de acuerdo con la información recopilada durante el trabajo cotidiano.” (p. 19).

Las tareas son pequeños trabajos que el profesor asigna, esto con el fin de reforzar y repasar la materia vista en clase.

f. Pruebas

El Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes (2023) en su artículo 28 establece: “Son un instrumento de medición cuyo propósito es que el estudiantado demuestre la adquisición de habilidades cognitivas, psicomotoras o lingüísticas. Pueden ser escritas, de ejecución u orales.” (p. 20).

Con las pruebas, se puede medir el conocimiento y habilidades que adquirió cada estudiante en el proceso de aprendizaje.

g. Proyectos

El Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes (2023, p. 20) en su artículo 29 establece:

Es un proceso de construcción de aprendizajes, guiado y orientado por la persona docente; parte de la identificación de contextos del interés de la persona estudiante. Está relacionado con contenidos curriculares o resultados de aprendizaje, aprendizajes obtenidos, valores, actitudes y prácticas propuestas en cada unidad temática del programa de estudio o subáreas de las especialidades técnicas.

Los proyectos son un proceso de aprendizaje que debe ser dirigido por el docente, estos se realizan según los temas del programa de estudio.

h. Condiciones para eximirse

El Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes (2023, p. 39) en su artículo 43 establece:

En todas aquellas asignaturas y subáreas, que se aplique como mínimo dos pruebas en cada período, tendrá derecho a eximirse de la última prueba del último periodo, aquella persona estudiante que hubiese obtenido nota igual o superior a noventa tanto en el primero como el segundo periodo y que, además, hubiesen obtenido una calificación de noventa en la primera prueba y una calificación igual o mayor a noventa en cada uno de los demás componentes de la calificación.

Según la normativa, las condiciones de eximirse son que el estudiante obtenga en los primeros dos periodos notas superiores a noventa y que en el primer examen del tercer periodo obtenga de igual manera una calificación igual o mayor a noventa, así mismo en los otros rubros de calificación.

i. Actividad de recuperación

El Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes (2023) en su artículo 45 establece: “La actividad de recuperación es un espacio académico de realimentación, planificado e implementado por la persona docente y dirigida a quienes presentan dificultades o bajo nivel de logro en los aprendizajes esperados.” (p. 42).

La actividad de recuperación se implementa para estudiantes con dificultad o bajo nivel de aprendizaje, para esto, el docente les crea un espacio en el cual se retroalimenta los temas vistos en clase.

j. Estrategia de promoción

El Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes (2023, p. 46) en su artículo 54 establece:

La estrategia de promoción, determinada por el Comité de Evaluación Ampliado, tiene el propósito que la persona estudiante reprobado en una única asignatura defina su condición final. Dicha Estrategia puede consistir en la resolución de casos, resolución de problemas, exposiciones, resolución de ejercicios o prácticas experimentales, acordes con la naturaleza de la asignatura, subárea, módulo o periodo.

Con la estrategia de promoción se brinda la opción de que el estudiante que reprueba una única asignatura elija su condición final, con esto, puede realizar alguna resolución de un ejercicio o de un caso, exposiciones, prácticas experimentales, según la materia así lo facilite.

3. Reglamento de la ley de igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

a. Artículos N° 47.

Adecuaciones de acceso al currículo. Las adecuaciones de acceso al currículo serán determinadas y aplicadas por los docentes del centro educativo, debiendo documentarse en un expediente el tipo de apoyo que requiera cada estudiante.

b. Artículo N°47 Bis.

Adecuaciones curriculares no significativas. Las adecuaciones al currículo no significativas serán determinadas y aplicadas por los docentes del centro educativo. Así mismo, realizarán los ajustes pertinentes en la mediación pedagógica que consideren necesarios. Dado el carácter no significativo de estas

adecuaciones, no se requerirá de la apertura de un expediente administrativo del estudiante que documente la aplicación de adecuaciones curriculares por ese concepto.

c. Artículo N°48.

Adecuaciones curriculares significativas. En caso de que el alumno con necesidades educativas especiales requiera de adecuaciones curriculares significativas, éstas serán propuestas, oportunamente, por el docente del centro educativo y deberán contar con la aprobación del Comité de Apoyo Educativo regulado en el artículo 44 del presente Reglamento. En el caso de no encontrarse satisfechos, los padres de familia podrán apelar la decisión que se adopte, la cual será resuelta por el Asesor Regional de Educación Especial. Únicamente en el caso de escuelas multigrado y de Dirección 1, la Adecuación Curricular Significativa deberá ser propuesta por el docente y aprobada por el Asesor Regional de Educación Especial.

4. El planeamiento didáctico

a. Qué es el planeamiento didáctico.

El planeamiento didáctico son las ideas que tienen los docentes y que llevan esas ideas a prácticas cuando imparten las lecciones para así lograr el objetivo que es motivar a los estudiantes en el proceso de aprendizaje. Tal como lo indica Ruiz (2019, p. 51).

La planificación didáctica es la herramienta que permite al docente organizar el pensamiento y la acción, ordenar la tarea, estimular el compartir, el confrontar, ayudar a establecer prioridades, a concientizarse sobre eso que va a enseñar, sobre la distribución del tiempo.

La importancia del planeamiento didáctico básicamente es que el profesor organice sus lecciones durante todo el curso lectivo, según sus metas con los estudiantes, llevar a cabo un proceso de enseñanza en el cual el estudiante logre adquirir el aprendizaje que el profesor desea. Para esto, el profesor se guía con el programa de estudio de la asignatura y tener un proceso de enseñanza efectivo en el cual se abarcan todos los contenidos que se indican en el documento antes mencionado. Además, el profesor debe tener la destreza para crear lecciones en las que los estudiantes se motiven e interesen por conocer nuevos temas. Tal como lo indica Carriazo (2020, párr. 20).:

La importancia de la planificación curricular radica en la necesidad de organizar de manera coherente lo que se quiere lograr con los estudiantes en el aula. Esto implica tomar decisiones previas a la práctica sobre qué es lo que se aprenderá, para qué se hará y cómo se puede lograr de la mejor manera. De allí la importancia de la determinación de los contenidos conceptuales, procedimentales y de actitudes que se abordarán, en qué cantidad y con qué profundidad. De igual manera es importante conocer y saber la finalidad de lo que estamos haciendo, ya que para los estudiantes resulta fundamental reconocer algún tipo de motivación o estímulo frente al nuevo aprendizaje. Finalmente, debe considerarse cuál es la forma más adecuada para trabajar con los estudiantes, pensando en actividades que podrían convertir el conocimiento en algo cercano e interesante para un grupo, dentro de un determinado contexto.

b. Elementos.

El planeamiento didáctico se compone por los siguientes elementos:

- Parte administrativa que contiene: nombre de la institución, tiempo, periodicidad, nombre del docente, nivel, y otros.
- Objetivos
- Habilidades e indicadores
- Metodología
- Evaluación
- Material didáctico
- Actividades de mediación
- Rúbricas
- Bitácora

5. Las rúbricas**a. Que son las rúbricas.**

Las rúbricas son una herramienta que se utiliza para evaluar todo trabajo realizado por los estudiantes, para ello se utilizan distintos niveles de desempeño de estos, los cuales se evalúan en una escala del uno al cinco, donde uno es la nota mínima y cinco la nota máxima, considerando si el desempeño del estudiante es

aprobado o no aprobado. Tal como se indica en “Evaluación Diagnóstica” (2013, p. 21).:

La rúbrica es un conjunto de orientaciones que describen diferentes niveles del desempeño de los estudiantes y se usan para evaluar las actuaciones o los trabajos realizados por ellos. Las rúbricas, como herramienta de evaluación, son un conjunto fijo de criterios expresados claramente y acompañados por una escala que define qué se considera un desempeño aceptable o uno inaceptable.

b. Ejemplos de rúbricas

Tabla 1

Rúbrica para evaluar los componentes de una computadora

Categorías/ Criterios			
Indicadores	Muy bueno	Bueno	Debe mejorar
Describe las medidas de seguridad e higienes necesarias para el trabajo con equipo de cómputo y herramientas manuales.	Describe de seis a ocho las medidas de seguridad e higienes necesarias para el trabajo con equipo de cómputo y herramientas manuales.	Describe de tres a cinco las medidas de seguridad e higiene del entorno trabajados en clase.	Describe de uno a dos las medidas de seguridad e higiene del entorno trabajados en clase.
Diferencia los dispositivos periféricos asociados con la computadora.	Diferencia de seis a ocho los dispositivos periféricos asociados con la computadora.	Diferencia de tres a cinco los dispositivos periféricos asociados con la computadora.	Diferencia de uno a dos los dispositivos periféricos asociados con la computadora.
Diferencia los componentes internos de la computadora.	Diferencia de seis a ocho los componentes internos de la computadora.	Diferencia de tres a cinco los componentes internos de la computadora.	Diferencia de uno a dos los componentes internos de la computadora.
Describe el procedimiento a seguir para el uso de cada una de las herramientas.	Describe de seis a ocho el procedimiento a seguir para el uso de cada una de las herramientas.	Describe de seis a ocho el procedimiento a seguir para el uso de cada una de las herramientas.	Describe de seis a ocho el procedimiento a seguir para el uso de cada una de las herramientas.

Datos: www.cajadeherramientas.mep.go.cr

CAPÍTULO III. EVALUACIÓN DE LA PRÁCTICA

A. Evaluación de la práctica

1. Nivel de logro de los objetivos

En la realización de la práctica profesional docente se logró un 100% en la ejecución de cada una de las actividades propuestas. Cabe destacar que se realizó de la mejor manera, en donde los estudiantes se mostraron siempre con mucha disciplina y disposición a trabajar.

2. Cronograma de horas administrativas

FECHA	ACTIVIDAD	TIEMPO
19 de mayo	Visita al director, solicitar permiso	1 hora
20 de junio	Presentar carta para al director para que la firme y selle.	1 hora
5 de junio	Reunión con el profesor de aula para organizar las actividades a ejecutar	6 horas
11 de junio	Elaboración de planeamientos	4 horas
11 de junio	Elaboración de materiales didácticos para la utilización en cada lección de Mercadeo.	4 horas
25 de junio	Elaboración de materiales didácticos para la utilización en cada lección sobre distintos conceptos sobre el tema de Mercadeo.	4 horas
Total		20 horas

3. Cronograma de lecciones

FECHA	ACTIVIDAD	TIEMPO
20 de junio	Mercadotecnia	3 lecciones
20 de junio	Tipos de Mercadeo	3 lecciones
27 de junio	Segmentación de Mercado	3 lecciones
27 de junio	Posicionamiento en el mercado	3 lecciones
18 de julio	Variables de la mezcla de mercado	6 lecciones
20 de julio	Canales de Distribución (Plaza)	6 lecciones
26 de julio	Precios	6 lecciones
27 de julio	Promoción	6 lecciones
01 de julio	Mercadeo internacional	4 lecciones
Total		40 lecciones

4. Registro acumulativo de actividades

a. Planeamiento didáctico

Plan de Práctica Pedagógica		
Institución Educativa: Colegio Técnico Profesional San Isidro		
Nombre del Docente: Katherine Solís Sandí	Nivel: 10 año	Curso Lectivo: 2023
Especialidad: Turismo Alimentos y Bebidas		Modalidad: Comercial y servicios
Subárea: Empresa Turística		Tiempo Estimado: 40 lecciones
Unidad de Estudio: Mercadeo		
Propósito: Desarrollar en el o la estudiante conocimientos, habilidades y destrezas para mercadear correctamente un producto, empleando una cultura de calidad en el servicio al cliente.		Valores: Capacidad creativa en el desarrollo de trabajos de mercadeo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CONTENIDOS	Estrategias para la mediación pedagógica	Evidencias de Aprendizajes	Tiempo estimado
<p>1. Diseñar un plan de mercadeo para una empresa turística.</p>	<p>Mercadeo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Historia. • Concepto. • Importancia. • Objetivos. • Fundamentos sociales. <p>Tipos de mercadeo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumidores comportamiento de compra. <p>Segmentos de mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bases para segmentar. • Requisitos y selección de mercados. 	<p>El o la estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analiza historia del mercadeo mediante un video. • Contextualiza el tema de mercadeo mediante una presentación. • Analiza el tema de marketing turístico por medio de un video. • Describe la segmentación de mercados a través de una presentación. • Analiza el 	<p><u>Conocimiento</u></p> <p>Anota términos y conceptos</p> <p><u>Producto</u></p> <p>Línea de tiempo sobre historia del mercadeo.</p> <p>Análisis de caso sobre segmentos de mercado.</p> <p>Lista de productos de posicionamiento en el mercado.</p> <p>Curva ciclo de</p>	<p>40</p>

	<p>Posicionamiento en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño del producto o servicio. • Definición. • Clasificación. • Decisión sobre el producto. • Estrategia de fijación de precios. <p>Variables de la mezcla de mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producto. • Clasificación de producto. • Ciclo de vida del producto. • Marcas. • Empaque. 	<p>tema de segmentos de mercado por medio de un video.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprende los conceptos de segmentos de mercado por medio de un trabajo práctico. • Determina cómo posicionar un producto o servicio mediante trabajo práctico en el aula. • Selecciona el vocabulario técnico observando un video y elaborando una línea de tiempo. • Interpreta el 	<p>vida de un producto.</p> <p>Exposiciones sobre ferias internacionales.</p>	
--	---	--	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del producto. • Análisis del producto. <p>Canales de Distribución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto. • Funciones. • Clasificación. <p>Precios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto. • Criterios para fijar precios. <p>Promoción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto • Estrategias de comunicación. • Publicidad. • Formato de presentación de un plan de mercadeo sencillo. <p>Mercado internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características. • Comercio internacional. 	<p>ciclo de vida de un producto observando un video de Heinz y elaborando en el cuaderno una curva.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contextualiza el tema de canales de distribución (plaza), precios y promoción mediante una presentación. • Describe el mercado internacional a través de una presentación. • Analiza las 		
--	---	--	--	--

		<p>distintas ferias en las que participa Costa Rica a nivel internacional por medio del Instituto Costarricense de Turismo.</p> <ul style="list-style-type: none">• Analiza mediante un video, ejemplos de promoción del país a nivel internacional.		
--	--	--	--	--

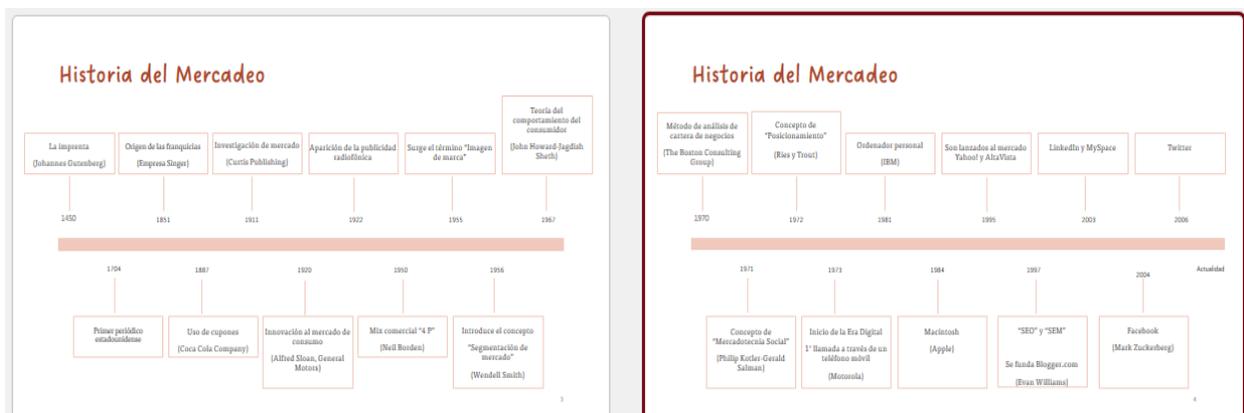
b. Material didáctico.

Presentación del video: **Historia del Mercadeo**



<https://youtu.be/q7Zyv9qkf3M>

Línea del tiempo sobre historia del Mercadeo



Presentación de diapositivas del tema: Mercadeo

Mercadeo

Consiste en un conjunto de principios y prácticas que se llevan a cabo con el objetivo de aumentar el comercio, en especial la demanda.

La mercadotecnia implica el análisis de la gestión comercial de las empresas. Su intención es retener y fidelizar a los clientes actuales que tiene la organización o empresa, mientras que intenta sumar nuevos compradores.

Mercadeo es todo lo que se haga para promover una actividad, desde el momento que se concibe la idea, hasta el momento que los clientes comienzan a adquirir el producto o servicio en una base regular.



Verdades que un comerciante no debe olvidar

- ✓ El mercado está cambiando constantemente.
- ✓ La gente olvida rápidamente.
- ✓ La competencia no está dormida.
- ✓ El mercadeo establece una posición para la empresa.
- ✓ El mercadeo es esencial para sobrevivir y crecer.
- ✓ El mercadeo le ayuda a mantener sus clientes.
- ✓ El mercadeo incrementa la motivación interna.
- ✓ El mercadeo da ventaja sobre la competencia dormida.

Importancia del Mercadeo

- Análisis de un Mercado y sus necesidades
- Determinación del Producto adecuado
- Características y Precio
- Selección de un Segmento de Mercado
- Comunicar el Mensaje
- Logística de la Distribución del producto.



Objetivos de Mercadeo

- Las técnicas y metodologías de la mercadotecnia intentan aportar las herramientas necesarias para conquistar un mercado. Para eso deben de atender a las cuestiones conocidas como las 4P: producto, precio, plaza (distribución) y publicidad o promoción.
- La mercadotecnia pretende posicionar un producto o una marca en la mente de los consumidores. Para esto, parte de las necesidades del cliente para diseñar, ejecutar y controlar las actividades de comercialización de una empresa.
- Las campañas de marketing suponen una inversión en la relación de la empresa con sus clientes, proveedores y hasta con sus propios empleados.
- También pueden incluir publicidades en los medios de comunicación. Por lo tanto, las acciones de mercadotecnia pueden ser consideradas desde un punto de vista de la rentabilidad a corto o largo plazo.

Fundamentos Sociales



El diagrama muestra un ciclo de cuatro elementos: Necesidades (que genera Producto), Producto (que genera Valor y Beneficio), Valor y Beneficio (que genera Necesidades), y Necesidades (que genera Producto).



Necesidades humanas (Abraham Maslow)



La pirámide de Maslow se divide en cinco niveles:

- E: Necesidad de Autorrealización** (Desarrollo potencial)
- D: Necesidad de Autoestima** (Reconocimiento, confianza, respeto, auto)
- C: Necesidades sociales** (Desarrollo afectivo, asociación, empatía, afecto, intimidad sexual)
- B: Necesidad de seguridad** (Necesidad de sentirse seguro y protegido: Vivienda, empleo)
- A: Necesidades fisiológicas o básicas** (Alimentación, mantenimiento de salud, respiración, descanso, sexo)

Conceptos sobre Mercadeo

- **Demanda:** es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.
- **Producto:** es todo aquello que se ofrece en un mercado con objeto de satisfacer una necesidad o un anhelo. No todos los productos son objetivos materiales, su importancia radica en las ventajas que ofrece.
- **Valor y satisfacción:** cuando los consumidores tienen ante sí una amplia gama de productos para satisfacer una necesidad dada cualquiera, compran basándose en la percepción que tienen del valor del producto. Un consumidor escoge aquel producto que le represente mayores beneficios a sí mismo.
- **Intercambio:** es el acto mediante el cual se obtiene un objeto deseado, perteneciente a otro, ofreciendo algo a cambio. Es el concepto fundamental de la mercadotecnia.
- **Transacción:** es un canje de valores entre dos partes. Es la unidad de medición de la mercadotecnia.
- **Mercado:** corresponde a las personas que compran un producto. El mercado puede crearse alrededor de un producto, un servicio o cualquier cosa que entrañe valor.

11

Presentación de diapositivas del tema: Tipos de mercadeo



Funciones del Marketing Estratégico

3. Análisis de la competencia

Para el análisis de la competencia se deben tomar en cuenta los siguientes factores:

- I. La identificación de los competidores actuales y potenciales, sus características, estructura y evolución.
- II. Estudiar los objetivos de los competidores.
- III. Los puntos fuertes y débiles de los competidores.



Funciones del Marketing Estratégico

4. Alianzas estratégicas

El aumento de la competencia obliga a las empresas al establecimiento de redes de empresas, alianzas estratégicas y distintos mecanismos de cooperación con el propósito de complementar las necesidades y atraer mayor número de clientes.



Funciones del Marketing Estratégico

5. Análisis del entorno genérico

Entre las variables o aspectos principales a considerar del entorno son:

- ✓ Demográficas
- ✓ Económicas
- ✓ Socioculturales
- ✓ Legales y políticas
- ✓ Ambientales.



Funciones del Marketing Estratégico

6. Análisis interno. (Análisis PODA)

Consiste en el análisis de los puntos fuertes y débiles de las distintas áreas de la empresa en relación a otras empresas.

Los puntos fuertes permiten mantener la ventaja competitiva.
Los débiles suponen una amenaza para la estrategia empresarial.



Funciones del Marketing Estratégico

7. Formulación de estrategias orientadas al mercado.

Los análisis anteriores nos conducen a clasificar los diferentes productos-mercados en función de los atractivos del mercado y de la posición competitiva de la propia empresa. A partir de los objetivos a alcanzar será necesario analizar las diferentes estrategias de marketing específicas.



Mercadeo Turístico

El Mercadeo turístico es la adaptación sistemática de las políticas de los propietarios de los negocios turísticos, privados o estatales, enfocados en el ámbito local, regional e internacional, la cual busca la satisfacción de ciertos grupos determinados de consumidores y de esta forma lograr un beneficio apropiado.



Diferencia entre Mercadeo Turístico y Mercadeo de Bienes Físicos

TURISTICO	BIENES FISICOS
a) Intangible	a) Tangible
b) Inseparabilidad	b) Separabilidad
c) Heterogeneidad	c) Homogeneidad
d) Perecibilidad	d) Durabilidad



Elementos del Mercadeo Turístico



Oferta

Desde el punto de vista turístico, la oferta está constituida por todo aquello que un país tiene para ofrecer a sus visitantes y está compuesta por:

- Atractivos (culturales, naturales, tecnológicos)
- Planta turística
- Infraestructura
- Superestructura

Estos cuatro componentes se complementan entre sí y forman el producto turístico.

Demanda

"Son las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes."

En turismo, la Demanda Turística la componen todos aquellos segmentos de mercado que las empresas turísticas de un país tratan de atraer. Este término también es conocido como Corriente Turística.




El comprador o cliente

La Industria Turística en nuestro país es una actividad que se ha ido creciendo poco a poco y requiere de una herramienta que le permita mejorar sus servicios, porque la competencia cada vez es más dura y difícil. Por eso es necesario conocer a cuáles son las necesidades de nuestros clientes.

Conducta del consumidor

INFLUENCIAS	
INTERIAS	EXTERIAS
a) Experiencias pasadas	a) Medio ambiente - Familia - Clase Social - Cultura - Moda
b) Características del consumidor - Aspectos demográficos - Estilo de vida - Personalidad	b) Estímulos del Mercado - Producto - Plaza - Precio - Promoción
c) Motivaciones del consumidor	

Presentación del video: **Marketing turístico**



[MARKETING TURÍSTICO... ¿Listo para triunfar? - YouTube](#)

Presentación de diapositivas del tema: **Segmentos de mercado**



Bases para Segmentar	
Análisis de las Características del Consumidor	Análisis del Comportamiento del Consumidor
Este análisis considera aspectos muy generales y externos al consumidor y se mide de dos maneras:	a. Psicográfica: Es un análisis a nivel psicológico. Incluye estilo de vida, donde se miden 3 aspectos:
a. Demográfico: Analiza elementos externos del consumidor como: sexo, edad, número de hijos, miembros de la familia, estado civil, educación, entre otros.	✓ Actividades ✓ Intereses ✓ Opiniones
b. Geográfico: Se refiere al lugar de procedencia del Consumidor.	b. Conductista: Se refiere a la actitud y conocimientos de las personas. El análisis conductista mide tres aspectos: 1. Beneficios: Son las ventajas que se perciben al usar un servicio o producto. 2. Tasa de Uso: Analiza la frecuencia de clientes por un servicio o producto. 3. Sensibilidad del factor de la Mercadotecnia: Analiza los diferentes estímulos que percibe un cliente que lo motiva a consumir un servicio o producto.

Requisitos y Selección de Mercado	
Ser medibles Que se pueda determinar de una forma precisa o aproximada, aspectos como tamaño, poder de compra y perfiles de los componentes de cada segmento.	Ser sustanciales Que sean suficientemente grandes o rentables como para servirlos.
Ser accesibles Que se pueda llegar a ellos de forma eficaz con toda media de mercadotecnia.	Ser diferenciales Un segmento debe ser claramente distinto de otro de tal manera que responda de una forma particular a diferentes actividades de mercado.

Presentación del video: Segmentos de mercado

SEGMENTO DE MERCADO

SE LOGRA IDENTIFICAR UN GRUPO DE COMPRADORES HOMOGENEOS

SE DIVIDE EL MERCADO EN SUBMERCADOS O SEGMENT

EJEMPLO

DE ACUERDO A LOS DIFERENTES DESEOS DE COMPRAS

ES DIFICIL ENCONTRAR ROPA O ZAPATOS DE SU TALLA

0:57 / 5:43

[¿Qué es la SEGMENTACIÓN de MERCADO? /4 PUNTOS IMPORTANTES para una SEGMENTACIÓN - YouTube](#)

Conversatorio sobre: Segmentos de mercado

Se toma un producto (zapatos) donde los estudiantes deben tomar en cuenta distintos conceptos que se explicaron en la presentación, deben segmentar el mercado según las características y comportamientos del consumidor.

Presentación de diapositivas del tema: Posicionamiento de mercado.



Posicionamiento en el Mercado

El posicionamiento de mercado es la posición que ocupa un producto o servicio de una empresa determinada en la mente de los consumidores. Siempre tomando como referencia a sus competidores tanto directos como indirectos.

Tipos de Posicionamiento

Estratégica	Diferenciación	Competitiva	Beneficio	Nicho de mercado
Suele ir ligada al prestigio y el estatus de los consumidores que optan por esta vía. Así muchas marcas optan por ofrecer un símbolo de calidad relacionando su consumo a un determinado estatus social.	Hace referencia a un posicionamiento de mercado que se produce por una serie de características que hacen de tu bien o servicio único y diferente al resto.	La innovación es clave. A través de esa vía se persigue la diferenciación, pero ofreciendo un valor añadido que otros productos, iguales o similares no ofrecen.	Es una vía en la que se apuesta por el valor añadido que ofrece el producto. Es decir, un beneficio adicional que conlleva la utilización de dicho bien o servicio.	Consiste en hallar un hueco en el mercado, ofreciendo un bien o servicio que, al igual que en la diferenciación no existe previamente. Sin embargo, éste nace para satisfacer una de las necesidades determinadas.

Etapas del posicionamiento

1. Análisis interno y externo del mercado al que nos referimos.
2. Definir el posicionamiento que buscamos y perseguimos.
3. Definir el producto o servicio que ofrecemos.
4. Escoger el posicionamiento que queremos lograr.
5. Seleccionar la mejor estrategia de posicionamiento que queremos seguir.
6. Desarrollar la estrategia de marketing mix.

Además, se debe tomar en cuenta algunos aspectos clave para posicionar bien el producto o servicio en el mercado.

- Análisis del valor añadido que ofrece nuestro producto o servicio.
- El proceso de desarrollo de nuestro producto o servicio.
- El diseño de nuestro producto o servicio.

Diseño del producto

Es fundamental una buena segmentación en base a estilos de vida del potencial cliente, de cara a realizar el diseño del producto más acorde a cada tipo de consumidor.

- ✓ Diferenciar al producto de la competencia, en base a sus características físicas o a envases y embalajes.
- ✓ Adaptarlo a los gustos estéticos y simbólicos de los segmentos de mercado meta.

Para lograr los objetivos hay que tomar en cuenta las necesidades del diseño en la fabricación de cara a su competencia en el mercado.

- ✓ Racionalizar el proceso productivo.
- ✓ Aumentar la calidad del producto.
- ✓ Favorecer la venta.

Clasificación

Se van a clasificar en función

Atributos	Descripción
Atributos	Dicho atributo debe ser seleccionado por el valor que le dan los consumidores donde se permite identificar y diferenciar la oferta de la empresa.
Competencia	Se hace por el énfasis de las ventas: precio, calidad, servicio, etc. en comparación a la competencia.
Por su uso	Porque se va a utilizar para un fin en concreto.
Estilo de vida	Se va a trabajar en función a las necesidades para brindarle la mejor alternativa a un tipo de persona.
Social de la empresa	Las nuevas corrientes (ecología, vida sana, tiempo libre, ...) Son tomadas en cuenta por la empresa a la hora de dar a conocer sus productos.
Por otros criterios	Es cuando la empresa toma sus propias estrategias para posicionar la empresa.

Decisiones sobre el producto

Los atributos propios del producto	Son las características tangibles del producto, su calidad, diseño, color, etc.
La marca	El nombre o símbolos para identificar al producto.
El envase y el etiquetado	Envase: ayuda a proteger y diferenciarlo de la competencia. Etiquetado: permite transmitir la principal información del producto.
Otros servicios	Por ejemplo, garantía, instalación, servicio postventa, plazos de pago.

Conversatorio sobre: Posicionamiento de mercado

Se les nombra a los estudiantes una lista de productos tipo para que los anoten en el cuaderno, de los cuales, ellos eligen una marca según el producto y se les explica que a eso se le llama “posicionamiento de mercado”, al ellos pensar específicamente una marca o una empresa.

Presentación de diapositivas del tema: Variables de la mezcla de mercadeo



Variables de la Mezcla de Mercadeo

La mezcla de mercadotecnia, también llamada las 4 P's del marketing o marketing mix, representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing: producto, precio, plaza y promoción.

Cuando las cuatro están en equilibrio, tienden a influir y a conquistar al público.



1. Producto

Un producto es un bien o servicio con características tangibles e intangibles a través de las cuales puede satisfacer necesidades y deseos de los clientes. Las características tangibles o físicas de los productos son, por ejemplo, su peso, su tamaño, etc.

Entre tanto las características intangibles hacen referencia a lo que el cliente percibe de él, por ejemplo, prestigio, durabilidad, exactitud, etcétera.

Las características del producto son inherentes a él y son las que dan lugar a las percepciones del cliente. Podemos definir también como producto cualquier cosa que se recibe en un intercambio, es un complejo de atributos tangibles que incluyen productos o beneficios, funcionales, sociales, psicológicos.



Clasificación de los productos

Los expertos en mercados al desarrollar estrategias para su producto y servicio en dos clases amplias, basados en los tipos de consumidores que los utilizan. Los productos y servicios pueden clasificarse de acuerdo con su comprador, lo que da lugar a la designación tradicional.

Son los que adquiere una persona, familia o núcleo de convivencia para su consumo. Los productos de consumo se pueden clasificar por el sitio que ocupa el producto en los patrones de compra del consumidor. Son los productos que se compran con el fin fundamental de satisfacer necesidades personales y familiares. Incluye bienes de uso común, de comparación, de especialidad y de bienes no buscados.

Se pueden clasificar en 3 grupos:

- **Bienes no duraderos:** son los bienes tangibles que se consumen normalmente en uno o varios usos (ornanza, tel, sapes, etc) como estos bienes se consumen rápido y se compran con frecuencia, la estrategia adecuada es hacerlo accesible en muchas situaciones cobrir un pequeño margen de ganancia bruta y hacerle mucha publicidad para inducir al consumidor a probarlo y a tener preferencia por ellos.
- **Bienes duraderos:** son bienes tangibles que normalmente sobreviven muchos usos (refrigeradores, máquinas, herramientas, ropas, etc).
- **Bienes de consumo:** son aquellos que los consumidores finales adquieren para consumo personal.

Productos industriales

Los bienes industriales son aquellos que compran individuos u organizaciones para procesarlos o utilizarlos en el manejo de un negocio.



Identificación del producto

Estas constituyen una herramienta para diferenciar los productos de una organización frente a sus competidores. Convierte algo nuevo, innovador y valioso en una buena manera de competir.

Por las características:

- El tamaño la agrupa para niños.
- La variedad los clasifica de 10.
- Precio.
- Mecanismos.
- Resultados de funcionamiento.
- Propiedades químicas o físicas.

Cada decisión proviene de la evaluación de necesidades del consumidor.

Por atributos del producto

- De orden psicológico: contenido simbólico que le da al comprador.
- De orden sociológico: se refiere al segmento al que pertenece el consumidor.
- Calidad.
- Diseño.

Por la marca

Es un nombre, término, signo, símbolo o diseño destinado a identificar un producto bien o servicio con el fin de diferenciarlo. La marca registrada es la parte que recibe una protección legal, facultad exclusivamente a su propietario para exhibirla. El derecho de autor es el derecho legal exclusivo de reproducir, publicar y vender el contenido y la forma de un trabajo literario, musical o artístico.

El nombre debe ser elegido teniendo en cuenta:

- Ser fácil de pronunciar y fácil de recordar.
- Legibilidad: ser claro en grandes y pequeños caracteres.
- Evitar connotaciones y asociaciones negativas.
- Originalidad: evitar similitud con otros nombres.



Es un enunciado de aquello que el empaque debe ser o hacer para el producto.

Funciones principales del empaque:

- **Proteger el producto**
- **Ofrecer otro sistema para servirlo**
- **Proteger algunos de las cualidades del producto o de la empresa o cualquier otra cosa.**

Se refiere a las actividades necesarias para diseñar y producir el recipiente o envoltorio de un producto. El paquete puede incluir el recipiente terminado el producto, un empaque secundario que se tira a la basura cuando se va a usar el producto y el empaque del empaque, necesario para almacenar, identificar y transportar el producto.

Las etiquetas también forman parte del empaque y contienen la información impresa que aparece en o con el empaque. En un entorno muy competitivo, el empaque puede ser la última oportunidad que tenga el vendedor para influir en las compras. El empaque se convierte en un "comercio de cinco segundos".

Etiqueta

Las etiquetas pueden ser desde simples pedacitos de papel pegados en los productos hasta gráficos complejos que forman parte del paquete.

Esta cumple varias funciones y el vendedor tendrá que optar por algunas de ellas. La etiqueta identifica el producto o la marca, califica el producto, puede escribir varias cosas del producto, puede promover el producto en razón de gráficos atractivos.

Expresa las asociaciones deseables. Tienen significado para las personas y las preferencias van desde el nivel de sencillez. Expresa blancura, naturalidad, frescos. Lo afecta la luz según el lugar donde se coloque.

Color

- Blanco: expresión máxima de luz, sensación de amplitud e inmensidad. Simboliza pureza.
- Negro: refleja entusiasmo, impacto. No resulta convenientemente en grandes superficies.
- Amarillo: luz vida. Símbolo de la riqueza y poder.
- Verde: el color de equilibrio. Simboliza la naturaleza, produce reposo.
- Azul: simboliza la inteligencia, la confianza, la sabiduría. Es el color sereno.
- Violeta: color trágico. Simboliza misterio y aflicción.
- Rojo: simboliza la realeza y submisión.



Ciclo de vida

El gráfico muestra un ciclo de vida con cuatro etapas: **Introducción**, **Crecimiento**, **Madurez** y **Declive**. El eje vertical representa **Ventas** y el eje horizontal representa **Tiempo**. Una curva ascendente muestra un crecimiento sostenido que comienza a disminuir en la etapa de declive.

Etapas del ciclo de vida de un producto

1. **Etapas de Introducción:** es el inicio de la vida del producto o servicio, en esa etapa el aporte o contribución que hace el producto es mínimo pues sus ventas son bajas y no alcanzan a cubrir los costos de producción y comercialización. Además, los costos de mercadeo son altos en esta etapa. Tanto la mezcla promocional como la distribución juega un papel importantísimo en esta etapa. El precio alcanza generalmente su más alto nivel.

- Fase de fuerte promoción.
- Alta inversión en publicidad.
- Alta estimulación a probarlo.
- Poca competencia directa.

Después de la introducción la mayor parte de los productos comienzan con lentitud y pocas veces producen suficientes ventas como para realizar utilidades de inmediato. A medida que los consumidores van con rapidez a fin de evitar la muerte prematura o debilitamiento de la demanda. La promoción los precios y los canales de distribución deben diseñarse de tal manera, que atraigan al sector del mercado que más interesa y que presente el menor número de obstáculos.

Etapas del ciclo de vida de un producto

2. **Etapas de crecimiento:** es la iniciación o planteamiento en el mercado, en esta etapa los ingresos se incrementan más rápidamente que los gastos, lo cuales tienden a estabilizarse, y el producto empieza a generar beneficios económicos.

- El precio permanecerá alto.
- La promoción sigue siendo vital ya que en esta etapa puede surgir competencia.
- Alta competencia.
- Aumentan las ventas como las utilidades.
- Hay publicidad selectiva.
- Esta etapa se aumenta la participación.

Etapas del ciclo de vida de un producto

3. **Etapas de la madurez:** apogeo, esta habilidad, las ventas alcanzan su nivel más alto, pero también la competencia se hace más intensa lo cual genera presiones sobre los precios y márgenes de utilidad. Se puede recurrir a seleccionar un segmento de mercado en que se pueda asegurar una alta participación.

- Competencia intensa.
- Bajan las utilidades.
- Descenso de precios.
- Costo de mercadeo suben.
- Las ventas continúan aumentando a una tasa cada vez menor.
- Llega a punto de saturación.
- Oferta excede la demanda.

Etapas del ciclo de vida de un producto

4. **Etapas de declinación:** terminal, abandono, muerte, relanzamiento, madurez prolongada, las ventas decrecen, los competidores salen del mercado, también disminuyen los gastos de mercadeo. Sin embargo, el producto puede permanecer en esta etapa por mucho tiempo y si la empresa es sólida incluso en esa etapa el aporte de mercadeo del producto puede ser atractivo ya que como se dijo anteriormente los gastos de mercadeo disminuyen.

- Innovación de producto.
- Cambio en el comportamiento de compra.
- Exceso de capacidad productora.
- Bajan las ventas, publicidad y promoción.

Presentación del video: **Ciclo de vida de un producto**

CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO.

NACEN

CRECEN

MADURAN

MUEREN

durante el que nacen, crecen, maduran
y mueren. Este ciclo vital es lo que



0:18 / 4:49 • ¿Qué es el Ciclo de Vida de ...

Presentación del video: Ejemplo de ciclo de vida de un producto



[De la bancarrota a FUNDADOR DE HEINZ KETCHUP el imperio multimillonario de catsup - YouTube](#)

Actividad sobre: Ciclo de vida del producto

Se les brinda a los estudiantes una hoja con las siguientes instrucciones:

- Elabore una curva del ciclo de vida del producto con sus cuatro fases.
- Anote características de cada una de ellas.
- Además, anote dos ejemplos de productos para cada una de las fases.



Presentación de diapositivas del tema: Canales de distribución

2. Plaza o canales de distribución

Los canales de distribución son los recursos por los que se producen los desplazamientos de los productos hasta llegar al consumidor final.

Los canales de distribución lo conforman empresas prestadoras de servicios que investigan el mercado, promocionan los productos y negocian con clientes potenciales sobre precios, modalidades de entrega e inventarios sobre la cantidad de producto que necesitan.

En un canal de distribución participan 3 actores importantes:

- Productores
- Mayoristas
- Minoristas

Estos participantes pueden ser almacenes, empresas de transporte, comercios, entre otros.

Importancia de los canales de distribución

A través de los canales de distribución una empresa productora alcanza objetivos importantes: ubicar su mercancía en el lugar adecuado, para el alcance del consumidor en el menor tiempo posible.

Tipos de canales de distribución

Canal directo	Canal indirecto
<p>Se trata de una unidad de trabajo que pertenece a la misma empresa productora y son ellos quienes directamente se encargan de hacer llegar la mercancía a sus clientes.</p> <p>Esto implica, además, que la empresa debe contar con espacio para almacenar la mercancía y medios de transporte para hacer las entregas.</p> <p>También, mantienen contacto directo con los clientes.</p>	<p>Son terceras empresas que se encargan de prestar este servicio. Este tipo de distribuidores dividen el trabajo en función de los costos, precios el tipo de mercado y la forma de comercializar el producto.</p> <p>Estas mismas razones definen que los canales sean:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Doble: Intervienen 3 agentes distribuidores, un mayorista, un minorista y un distribuidor de carácter exclusivo que, además, tiene participación en la comercialización del producto. ✓ Largo: en este caso son solo dos agentes. La mercancía va directamente desde el distribuidor mayorista al minorista y este finalmente entrega al consumidor. Esta cadena de distribución generalmente se aplica en comercios pequeños. ✓ Corto: en el formato de distribución en el que el producto va directo desde el fabricante al minorista y este lo lleva al destino final. Empresas como Amazon aplican estos procesos de distribución.

Funciones de los canales de distribución

- ✓ Centralizan decisiones básicas de la comercialización.
- ✓ Participan en la financiación de los productos.
- ✓ Contribuyen a reducir costes en los productos debido a que facilitan el almacenaje, transporte...
- ✓ se convierte en una partida del activo para el fabricante.
- ✓ Intervienen en la fijación de precios, aconsejando el más adecuado.
- ✓ Tienen una gran información sobre el producto, competencia y mercado.
- ✓ Participar activamente en actividades de promoción.
- ✓ Posicionan al producto en el lugar que consideran más adecuado.
- ✓ Intervienen directa o indirectamente en el servicio post venta.
- ✓ Colaboran en la imagen de la empresa.
- ✓ Actúan como fuerza de ventas de la fábrica.
- ✓ Reducen los gastos de control.
- ✓ Contribuyen a la racionalización profesional de la gestión.
- ✓ Venden productos en lugares de difícil acceso y no rentables al fabricante.

Clasificación de los canales de distribución

Del productor al cliente industrial	En este sector el canal de distribución más utilizado es el que va directo del productor al consumidor industrial. Esto porque, los tiempos de entrega son más cortos, hay menos trámites de por medio, es más fácil satisfacer los requerimientos del cliente y la ganancia es mayor.
Del productor a los distribuidores industriales	En este proceso participa como intermediarios los distribuidores industriales que básicamente son los mayoristas. Estos se encargan de adquirir el producto y luego lo venden en grandes cantidades por menos valor.

Presentación de diapositivas del tema: Precios

3. Precio

> El precio es para la empresa el valor que tiene el producto, entre tanto el precio para el cliente es la suma de dinero que tiene que pagar por recibir los beneficios del producto. Es decir, el precio es el valor de intercambio del producto.

> Uno de los factores de éxito de una empresa radica en modificación de la fijación de los precios.

> La empresa debe mostrarse sensible a las variaciones de los hábitos de compra y a la aceptación por parte de los clientes por sus precios. Debe esforzarse por no fijar precios exagerados ya que de esta manera se puede limitar el número de unidades vendidas. Pero al mismo tiempo se debe tener en cuenta los costos y el margen de utilidad existen varios métodos y políticas para fijación de precios.



Estrategias de fijación de precios

- > Comparaciones económicas de oferta y demanda.
- > Fijación de precios de oferta y demanda.
- > Análisis del punto de equilibrio.
- > Criterios mercadológicos.



Fijación de precios de productos existentes

Existen tres opciones de asignación:

1. Fijar los precios por encima de los de la competencia para productos similares.
2. Fijar los precios iguales por debajo a los del mercado.
3. Fijar los precios igual a los de la competencia.

Existen dos estrategias básicas:

1. Precios altos para productos de alta diferenciación, exclusivos.
2. Precios de penetración, estimular la prueba de productos masivos.



Presentación de diapositivas del tema: Promoción

4. Promoción

Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado.

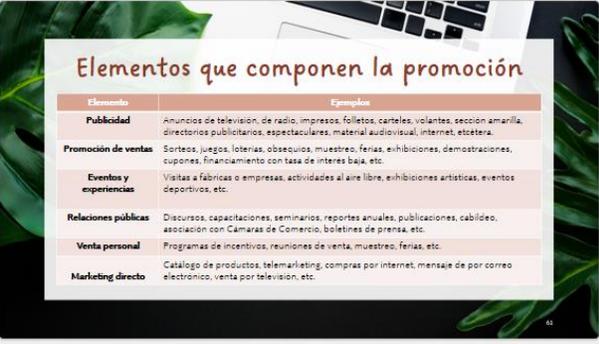
El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas.

La estrategia de promoción tiene el propósito de influir en la actitud y comportamiento del cliente o prospecto utilizando herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y ventas personal.



Elementos que componen la promoción

Elemento	Ejemplos
Publicidad	Anuncios de televisión, de radio, impresos, folletos, carteles, volantes, sección amarilla, directorios publicitarios, espectaculares, material audiovisual, internet, etcétera.
Promoción de ventas	Sorteos, juegos, loterías, obsequios, muestreo, ferias, exhibiciones, demostraciones, cupones, financiamiento con tasa de interés baja, etc.
Eventos y experiencias	Visitas a fábricas o empresas, actividades al aire libre, exhibiciones artísticas, eventos deportivos, etc.
Relaciones públicas	Discursos, capacitaciones, seminarios, reportes anuales, publicaciones, cabildos, asociación con Cámaras de Comercio, boletines de prensa, etc.
Venta personal	Programas de incentivos, reuniones de venta, muestreo, ferias, etc.
Marketing directo	Catálogo de productos, telemarketing, compras por internet, mensaje de por correo electrónico, venta por televisión, etc.



Objetivos de la promoción

- ✓ Aumentar vistas a la web.
- ✓ Incrementar las ventas.
- ✓ Contrarrestar acciones de la competencia.
- ✓ Conseguir nuevos clientes.
- ✓ Potenciar la marca.
- ✓ Generar liquidez económica.
- ✓ Fidelizar.
- ✓ Introducir nuevos productos.
- ✓ Motivar equipos de venta.
- ✓ Reforzar la campaña publicitaria.
- ✓ Conseguir más seguidores en las redes.



Presentación de diapositivas del tema: Mercadeo internacional

Mercado internacional

Todos los seres humanos tienen deseos y necesidades por satisfacer al mínimo costo; eso provoca que las organizaciones de un país deseen ampliar sus fronteras, es decir, estoy en la posibilidad de colocar sus productos en otros países. Existen muchos factores para que una organización tenga éxito al vender sus productos en el extranjero, como los recursos con que cuenta, sus necesidades internas, su capacidad de venta, así como ciertos aspectos políticos.

Gracias al desarrollo de los medios de comunicación y de transporte, la mercadotecnia internacional se está convirtiendo en una necesidad y en una realidad cada vez más palpable, provocando con esto que se obtengan mayores utilidades y se que se adquieran materiales a un costo muy bajo.



Características de los mercados turísticos

El turismo no es un producto que se consume de una vez. Por lo contrario, está formado por un amplio conjunto de bienes y servicios ofrecidos por diferentes empresas que se combinan, a su vez, con los recursos turísticos del destino. Por ello se habla de carácter mixto de un producto turístico, puesto que está formado por un conjunto heterogéneo de bienes y servicios. Los turistas no consumen solamente productos característicos del turismo, sino que su gasto puede abarcar prácticamente la totalidad de actividades económicas que venden bienes y servicios a los consumidores.

Este carácter multi producto incorpora complejidad en el análisis del sector, fue así que existen interdependencias entre los oferentes. Así, la regularidad o la puntualidad del transporte aéreo afecta positivamente a las empresas de alojamiento; la calidad de la oferta de ocio tiene efectos sobre las empresas de restauración, etc. Es decir, en el sector turístico opera un conjunto amplio de empresas formalmente independientes pero que dependen de forma crucial entre sí, con fuertes relaciones de complementariedad.

El consumidor trata de obtener la máxima satisfacción global en su consumo, mientras que cada empresa tiene intereses relativamente particulares en relación a turista, aunque en realidad la situación de su cliente depende de comportamiento de otras empresas.

El comercio internacional

Se define como toda aquella actividad económica en la que personas o empresas de diferentes países, realizan un intercambio de productos o servicios.

Dicha actividad económica involucra la compra, venta o el intercambio de productos y servicios, en diferentes monedas, así como métodos de pago. Como consecuencia de la liberalización comercial, los intercambios internacionales se han incrementado.

Todo ello gracias en gran parte, a la eliminación de las diferentes barreras arancelaria.



¿En qué consiste el comercio internacional?

Al hablar del comercio internacional, necesariamente tenemos que mencionar las economías que participan en dicha actividad. De hecho, a este tipo de economías se le involucran en transacciones comerciales internacionales se les conoce como economías abiertas.

Básicamente se trata de economías o naciones en las que el comercio está totalmente abierto al exterior. Esto significa que tanto empresas, como particulares, pueden comprar productos y servicios del exterior, en lo que se conoce como importación, así como vender productos y servicios a otros países, es decir, exportación.

En el comercio internacional, las economías abiertas se distinguen por el grado de proteccionismo. Es decir, las economías que tienen aranceles de menor cuantía son considerados como de libre comercio.

Caso contrario sucede con las economías que establecen aranceles muy altos y que son conocidas como economías proteccionistas. Y también existe el comercio internacional como tal.

La autarquía es un ejemplo de la economía cerrada, pues se trata de un sistema económico en el que es el Gobierno quien se encarga de abastecer al país con sus propios recursos. Es decir, evita al máximo cualquier tipo de importación.

¿Cuáles son los orígenes e historia del comercio internacional?

Desde que se tienen registros de la actividad económica, las personas han mostrado interés por los intercambios. La historia del comercio internacional se remonta a la época en las que las personas utilizaron en trueque como un sistema de intercambio, hace más de 10.000 años.

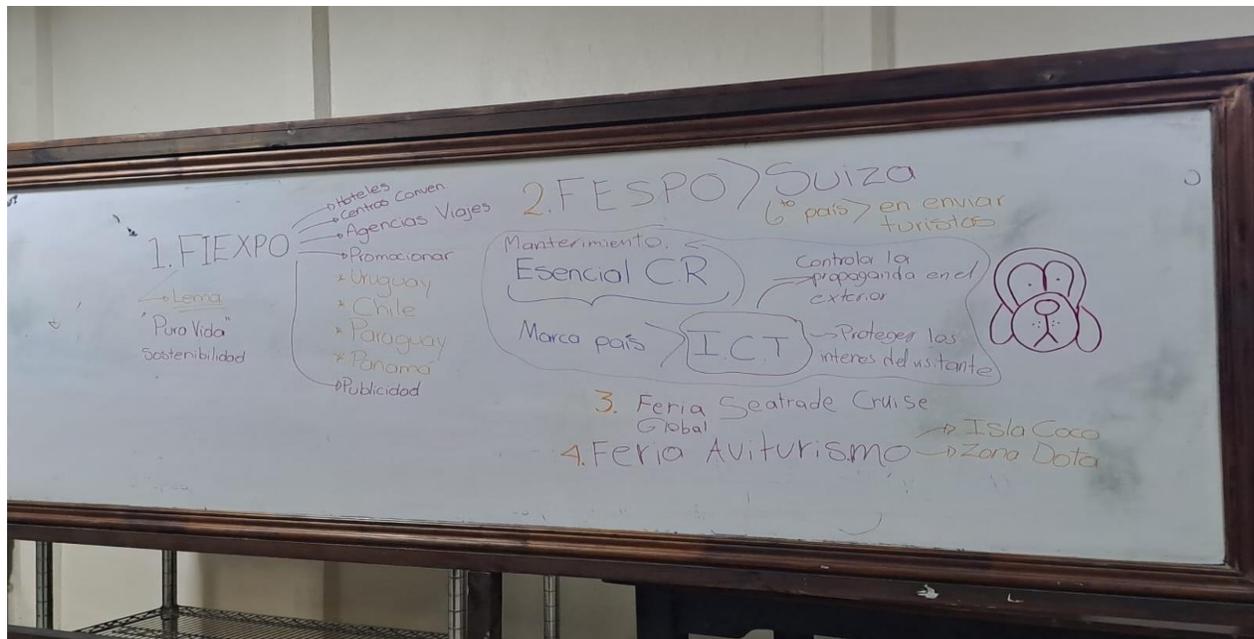
En ese entonces, las personas intercambiaban sus bienes en función de lo que producían y que les interesaba conseguir. En un inicio, estos intercambios solo se practicaban entre los miembros de un mismo grupo o pueblo. Con el paso de los años el desarrollo de las civilizaciones, el comercio comenzó a extenderse. Por lo tanto, si anteriormente el comercio se daba solo entre productores de la misma región, después se realizaba entre personas de una misma comarca.

¿Cuáles son las características del comercio internacional?

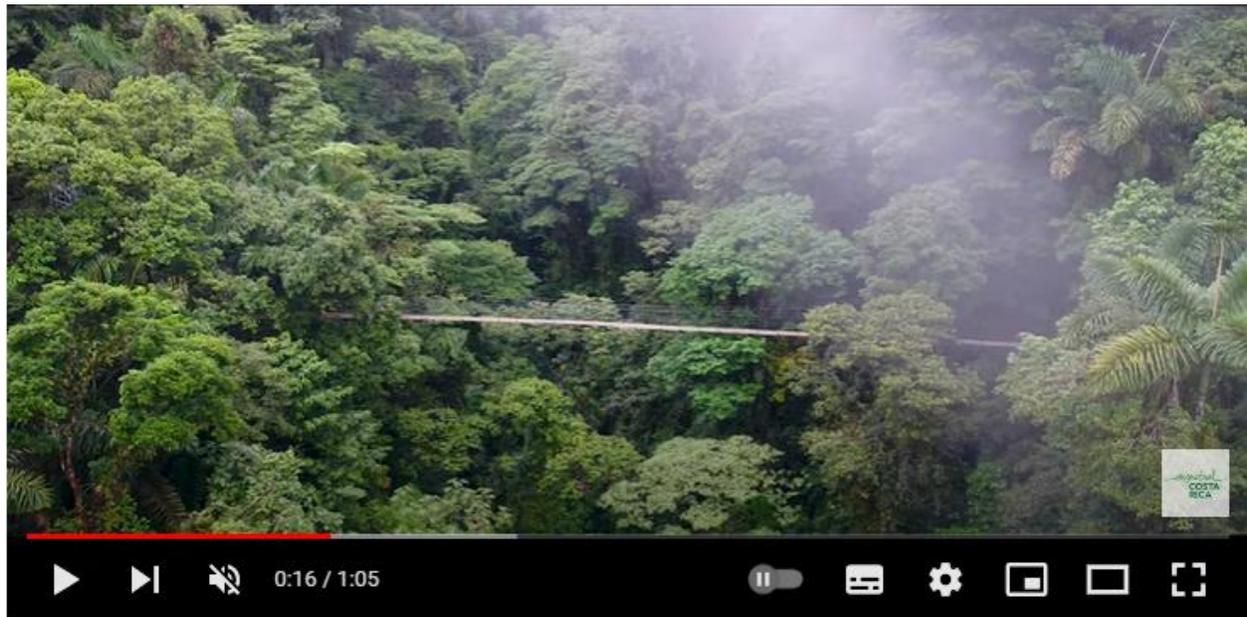
- Intercambio de distintos bienes y servicios. Regulaciones y medidas necesarias.
- Flujo de divisas reflejado en el tipo de cambio. Incentivar la producción de un país.
- Ampliar ofertas en el mercado internacional.
- Dentro del comercio exterior existen normas de control de los productos, procedimientos y tributación, que garantizan que una transacción se realice de manera segura y legal.

Exposiciones grupales sobre: Mercadeo internacional

Se divide la clase en cinco grupos, donde el grupo número uno abarca el tema del Instituto Costarricense de Turismo y los restantes cuatro grupos, trabajan y ejemplos de distintas ferias en las que participa esta entidad (FIEXPO, FESPO, Cruceros y Aviturismo).



Presentación del video: Mercadeo internacional



[Only the Essentials - YouTube](#)

c. Hoja de evaluación del docente en el aula



**TARJETA DE EVALUACIÓN
PRÁCTICA
PRIMERA EVALUACIÓN**

INSTITUCIÓN:

Colegio Técnico Profesional de San Isidro

TEL: 27710910

DIRECCIÓN:

250 metros suroeste de la Dirección del Tránsito, Daniel Flores.

NOMBRE DEL ESTUDIANTE – PRACTICANTE

Katherine María Solís Sandí

PROFESOR (A) SUPERVISOR (A)

Solanje Rodríguez Araya

PERÍODO DEL 20 DE JUNIO AL 01 DE AGOSTO 2023

CRITERIOS ORIENTADOS PARA LA EVALUACIÓN DEL O LA PRACTICANTE

RECOMENDACIONES

Al evaluar al practicante, es importante considerar que es un recurso humano que cuenta con experiencia, por lo que se debe valorar su desempeño, al mismo nivel que un funcionario experimentado.

ASPECTOS TEÓRICO-PRÁCTICOS (Criterios)	ASPECTOS DEL DESARROLLO SOCIO-AFECTIVO Y ÉTICO
<p>EXCELENTE: Se desenvuelve en forma eficiente considerando los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Aplica sus conocimientos en forma fluida. ✦ Realiza los trabajos con calidad. ✦ Hace buen uso del equipo. ✦ Usa adecuadamente los recursos materiales o insumos. ✦ Distribuye bien el tiempo y los recursos. ✦ Acata las normas de Salud Ocupacional. <p>MUY BUENO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Su desempeño en el campo profesional es satisfactorio. ✦ Acepta sus errores y trata de corregirlos con calidad. ✦ Generalmente distribuye bien el tiempo y los recursos. ✦ Presenta poca dificultad al manipular el equipo. ✦ Generalmente acata las normas de Salud Ocupacional. <p>BUENO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Muestra algún grado de inseguridad al realizar las tareas de manipular el equipo. ✦ La calidad de los trabajos no es la óptima. ✦ Corrige los errores alguna lentitud. ✦ Distribuye el tiempo y los recursos con dificultad. ✦ Algunas veces no acata las normas de Salud Ocupacional. <p>REGULAR</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Con frecuencia comete errores al ejecutar sus tareas ✦ Muestra descuido al acatar las normas de Salud Ocupacional. ✦ Manipula con mucha dificultad el equipo. ✦ Hace uso inadecuado de los recursos y materiales. ✦ Muestra lentitud en sus trabajos. 	<p>EXCELENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Su presentación es adecuada con forme a la actividad que ejecuta ✦ Cumple con el horario de trabajo o excede el tiempo, si es necesario. ✦ Muestra respeto a sus superiores y compañeros. ✦ Sus relaciones con el personal son excelentes. ✦ Acata las disposiciones emanadas por la institución. ✦ Mantiene su puesto de trabajo en orden y aseado. <p>MUY BUENO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Su presentación es aceptable. ✦ Cumple con el horario de trabajo. ✦ Generalmente respeta a sus superiores y compañeros. ✦ Sus relaciones con el personal son muy buenas. ✦ En general, acata las disposiciones relacionadas con su trabajo. ✦ Mantiene su puesto de trabajo aseado y en orden. <p>BUENO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Su presentación personal es apenas aceptable. ✦ Casi siempre cumple con su horario de trabajo. ✦ En algunas ocasiones no guarda el debido respeto a sus superiores y compañeros. ✦ Manifiesta algún grado de dificultad en su comunicación. ✦ En algunas ocasiones desacata disposiciones y recomendaciones. ✦ Muestra algún grado de desorden en su puesto de trabajo. <p>REGULAR</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Presenta considerables problemas en la mayoría de los aspectos a evaluar en este apartado.
<p>Fecha: 26 de julio de 2023</p>	
<p>Nombre del docente: Solanje Rodríguez Araya</p>	
<p>Nombre del jefe inmediato: Agnes Makré Mora</p>	
<p>Firma jefe Inmediato: </p>	
	



**TARJETA DE EVALUACIÓN
PRÁCTICA
SEGUNDA EVALUACIÓN**

INSTITUCIÓN: Colegio Técnico Profesional de San Isidro

TEL: 27710910

DIRECCIÓN:
250 metros suroeste de la Dirección del Tránsito, Daniel Flores.

NOMBRE DEL ESTUDIANTE - PRACTICANTE
Katherine María Solís Sandí

PROFESOR (A) SUPERVISOR (A)
Solanje Rodríguez Araya

PERÍODO DEL 20 DE JUNIO AL 01 DE AGOSTO 2023

CRITERIOS ORIENTADOS PARA LA EVALUACIÓN DEL O LA PRACTICANTE

RECOMENDACIONES

Al evaluar al practicante, es importante considerar que es un recurso humano que cuenta con experiencia, por lo que se debe valorar su desempeño, al mismo nivel que un funcionario experimentado.

ASPECTOS TEÓRICO-PRÁCTICOS (Criterios)	ASPECTOS DEL DESARROLLO SOCIO-AFECTIVO Y ÉTICO
<p>EXCELENTE: Se desenvuelve en forma eficiente considerando los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Aplica sus conocimientos en forma fluida. ✦ Realiza los trabajos con calidad. ✦ Hace buen uso del equipo. ✦ Usa adecuadamente los recursos materiales o insumos. ✦ Distribuye bien el tiempo y los recursos. ✦ Acata las normas de Salud Ocupacional. <p>MUY BUENO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Su desempeño en el campo profesional es satisfactorio. ✦ Acepta sus errores y trata de corregirlos con calidad. ✦ Generalmente distribuye bien el tiempo y los recursos. ✦ Presenta poca dificultad al manipular el equipo. ✦ Generalmente acata las normas de Salud Ocupacional. <p>BUENO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Muestra algún grado de inseguridad al realizar las tareas de manipular el equipo. ✦ La calidad de los trabajos no es la óptima. ✦ Corrige los errores alguna lentitud. ✦ Distribuye el tiempo y los recursos con dificultad. ✦ Algunas veces no acata las normas de Salud Ocupacional. <p>REGULAR</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Con frecuencia comete errores al ejecutar sus tareas ✦ Muestra descuido al acatar las normas de Salud Ocupacional. ✦ Manipula con mucha dificultad el equipo. ✦ Hace uso inadecuado de los recursos y materiales. ✦ Muestra lentitud en sus trabajos. 	<p>EXCELENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Su presentación es adecuada con forme a la actividad que ejecuta ✦ Cumple con el horario de trabajo o excede el tiempo, si es necesario. ✦ Muestra respeto a sus superiores y compañeros. ✦ Sus relaciones con el personal son excelentes. ✦ Acata las disposiciones emanadas por la institución. ✦ Mantiene su puesto de trabajo en orden y aseado. <p>MUY BUENO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Su presentación es aceptable. ✦ Cumple con el horario de trabajo. ✦ Generalmente respeta a sus superiores y compañeros. ✦ Sus relaciones con el personal son muy buenas. ✦ En general, acata las disposiciones relacionadas con su trabajo. ✦ Mantiene su puesto de trabajo aseado y en orden. <p>BUENO</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Su presentación personal es apenas aceptable. ✦ Casi siempre cumple con su horario de trabajo. ✦ En algunas ocasiones no guarda el debido respeto a sus superiores y compañeros. ✦ Manifiesta algún grado de dificultad en su comunicación. ✦ En algunas ocasiones desacata disposiciones y recomendaciones. ✦ Muestra algún grado de desorden en su puesto de trabajo. <p>REGULAR</p> <ul style="list-style-type: none"> ✦ Presenta considerables problemas en la mayoría de los aspectos a evaluar en este apartado.
Fecha: 01 de agosto de 2023	
Nombre del docente: Solanje Rodríguez Araya	
Nombre del jefe inmediato: Agnes Makré Mora	
Firma jefe Inmediato: 	
	

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referencias Bibliográficas

Carriazo, D. (2020). Planeamiento didáctico. [Planificación educativa como herramienta fundamental para una educación con calidad \(redalyc.org\)](#)

Ministerio Educación Pública. (2023). Competencias didácticas. <https://ddc.mep.go.cr/>

Ministerio Educación Pública. (2023). Evaluación diagnóstica. <http://cajadeherramientas.mep.go.cr>

Ministerio Educación Pública. (2023). Marco de referencia. Prueba nacional estandarizada 2023. <https://ddc.mep.go.cr/>

Ministerio Educación Pública. (2022). Orientaciones pedagógicas para la nivelación académica. <http://cajadeherramientas.mep.go.cr>

Ministerio Educación Pública. (2023). Pruebas comprensivas en el curso lectivo 2023. <https://ddc.mep.go.cr/>

Ministerio Educación Pública. (2023). Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes. <http://mep.go.cr>

Ministerio Educación Pública. (2023). Rúbricas. <http://cajadeherramientas.mep.go.cr>

ANEXOS

ANEXO N° 1
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Pérez Zeledón, 09 de junio de 2023

Máster
Agnes Makré Mora
Directora
Colegio Técnico Profesional San Isidro



Estimada señora:

La estudiante **Katherine María Solís Sandí**, *cédula: 116390605* de la carrera **Licenciatura en Ciencias de la Educación con énfasis en Docencia para ejercer en la Enseñanza de Gestión Empresarial del Turismo Sostenible con énfasis en Turismo Alternativo**, debe realizar su Práctica Profesional en una institución educativa con las características de la que usted dirige.

Por tal razón y con deseos de ubicar a nuestro estudiante en instituciones reconocidas, nos permitimos solicitar su colaboración para que el (la) portador(a) de la presente, realice allí la mencionada experiencia.

Con respecto al proceso del curso de **Práctica Profesional en Docencia** en términos generales, me permito informarle lo siguiente:

1. La Universidad Castro Carazo solicita al docente de grado hacer dos evaluaciones en dicha práctica. Este será el nexo entre el (la) estudiante, el centro de práctica y la Universidad, procurando que la labor se lleve a cabo en un marco de excelencia académica.
2. La duración de la práctica comprende el período académico de **40 lecciones**.
3. Con respecto a las funciones y deberes del estudiante, no omito manifestarle, que en el Reglamento del Practica Profesional, se señala como deber del estudiante:
4. "Guardar absoluta confidencialidad de la información que el centro de práctica le suministre, para su trabajo y de la que sólo podrá hacer uso con la autorización del representante del centro docente en el que realiza su experiencia".
5. Pretendemos que la permanencia del estudiante en el centro de Práctica, signifique una contribución efectiva, para el mejoramiento cualitativo del proceso de enseñanza aprendizaje. A la vez que pueda enriquecerse por el trabajo de profesionales y especialistas que laboran en su centro educativo.



Anticipadamente le doy a título personal y en nombre de la **Universidad Castro Carazo**, las más expresivas gracias por todas las facilidades y colaboración que se sirva brindarnos y pongo a sus órdenes la siguiente información con el fin de estrechar nuestra relación.

Atentamente,




MSc. Noemí Sosa Castro
Directora Académica
Teléfono 2771-56-32

ANEXO N° 2
CARTA DE CONCLUSIÓN DE LA PRÁCTICA

Martes 01 de agosto de 2023
San Isidro de El General, Pérez Zeledón

MSc. Noemí Sosa Castro
Directora académica
Universidad Castro Carazo

La suscrita **MSc. Agnes Makré Mora**, directora del colegio Técnico Profesional de San Isidro Circuito 03, de la Dirección Regional de Educación de Pérez Zeledón; certifico que la siguiente estudiante; **Katherine María Solís Sandí** cédula: 116390605, concluyó satisfactoriamente la práctica docente en educación técnica.

Dada en San Isidro de El General, Pérez Zeledón, a los **01** días del mes de **agosto** del **2023**.


MSc. Agnes Makré Mora
Directora

