



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**FACEBOOK PARA GESTIONAR PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO
ECONÓMICO TURÍSTICO EN SECUNDARIA**

**PRESENTADO POR LA BACHILLER
CONSUELO VERONISSE PEREZ MUÑOZ
(ORCID 0000-0003-4657-7529)**

**ASESOR
MAG.MANUEL ANTONIO HERNANDEZ FELIZ
(ORCID 0000-0002-4952-6105)**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA
EN EDUCACIÓN SECUNDARIA CON LA MENCIÓN DE: EDUCACIÓN PARA EL
TRABAJO: GESTIÓN EMPRESARIAL**

**AREQUIPA – PERU
2023**

FACEBOOK PARA GESTIONAR PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO TURÍSTICO EN SECUNDARIA

INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Webster University Trabajo del estudiante	4%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
3	www.infobae.com Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ucsp.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.umsa.bo Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	1%
7	explorperu.blogspot.com Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC Trabajo del estudiante	1%

9	pdfcoffee.com Fuente de Internet	1 %
10	pt.scribd.com Fuente de Internet	1 %
11	Submitted to National University College - Online Trabajo del estudiante	<1 %
12	apirepositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	bdigital.unal.edu.co Fuente de Internet	<1 %
14	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 20 words

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis queridos padres Mario Pérez Quille y Regina Muñoz Guardia, así mismo a mi prima Juana Mendoza Solis y esposo Marcos Aroni Quille, quienes en todo momento me apoyaron incondicionalmente a no rendirme y superar los obstáculos que se me presentaron, enseñándome que, con perseverancia, responsabilidad, respeto, humildad y los deseos de superación todo es posible.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Alas Peruanas por la formación brindada y por haber desarrollado mis competencias profesionales para ser una buena docente. Agradezco al Director, Docentes y Estudiantes de la I.E. 40531 Honofre Benavides por haberme permitido y apoyado en el desarrollo de la presente investigación.

RESUMEN

El trabajo de suficiencia profesional "Facebook para la gestión de proyectos empresariales turísticos en secundaria" reconoce la importancia de la plataforma de Facebook para impulsar proyectos turísticos emprendidos por estudiantes de secundaria del distrito de Tomepampa en la provincia de La Unión.

El objetivo de este trabajo de suficiencia profesional es explorar la utilización de Facebook como herramienta para la gestión de proyectos empresariales turísticos en la educación secundaria. El propósito es demostrar cómo la plataforma de Facebook puede ser una valiosa herramienta para los estudiantes que buscan emprender proyectos turísticos y mejorar su visibilidad y alcance en las redes sociales. También se busca destacar la importancia de utilizar las redes sociales para promocionar atractivos turísticos locales y fomentar el emprendimiento en la provincia de La Unión.

Los resultados indican que Facebook es una herramienta efectiva para la gestión de empresariales turísticos en la educación secundaria. Se concluye que el emprendimiento económico turístico de los estudiantes logrará mejorar la economía local, además dar visibilidad y alcance para atraer a inversores potenciales y mejorar las oportunidades en la localidad.

Palabras Claves: Atractivos turísticos, Emprendimiento turístico, Facebook.

ÍNDICE

HOJA DE RESPETO	
CARATULA	
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ÍNDICE	vi
INTRODUCCIÓN	vii
CAPÍTULO I	1
ASPECTOS GENERALES DEL TEMA	1
1.1 Aspectos generales del tema.....	1
1.1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.1.2 Antecedentes	3
1.1.3 Contextualización del tema	6
1.1.4 Descripción general del tema	6
1.2 Justificación del tema.....	9
1.2.1 Justificación teórica.....	9
1.2.2 Justificación práctica	10
1.2.3 Justificación social.....	10
FUNDAMENTACIÓN	12
2.1 Bases teóricas del tema.....	12
2.2 Descripción de la metodología y procedimientos para resolver el tema	16
2.3Glosario	18
APORTES Y DESARROLLO DE EXPERIENCIAS	20
3.1 Aportes teóricos y prácticos para el proceso enseñanza y aprendizaje	20
CONCLUSIONES	25
RECOMENDACIONES.....	26
REFERENCIAS	27
ANEXOS	28

INTRODUCCIÓN

Por medio del Trabajo de Suficiencia Profesional se presenta el tema: Facebook para gestionar proyectos de emprendimiento económico turístico en secundaria de la Institución Educativa N° 40531 Honofre Benavides del distrito de Tomepampa, provincia La Unión, departamento Arequipa.

En la presente indagación de este trabajo tendrá como propósito los siguientes: Utilizar Facebook para mejorar la gestión de proyectos de emprendimiento económico turístico en educación secundaria. Demostrar que la plataforma del Facebook es una herramienta que permite mejorar la gestión de proyectos de emprendimiento económico turístico en la educación secundaria, permite resolver varios problemas o desafíos en la educación del emprendimiento. Esto incluye la comunicación y colaboración entre los estudiantes y los docentes en los proyectos de emprendimiento. Ayuda a los estudiantes a promocionar y planificar sus proyectos de emprendimiento turístico de manera más efectiva, permite una mayor conexión y aprendizaje con el sector turístico y empresarial. Y fomentar la creatividad y el pensamiento empresarial en los estudiantes.

La estructura del presente trabajo es la siguiente: Capítulo I: aspectos generales del tema, descripción de la realidad problemática, antecedentes, contextualización del tema, descripción general del tema, justificación del tema, justificación teórica, justificación práctica y justificación social. antecedentes; Capítulo II: fundamentación, bases teóricas del tema, descripción de las

metodologías y procedimientos para resolver el tema y glosario; Capítulo III: aportes y desarrollo de experiencias, aportes teóricos y prácticos para el proceso de enseñanza y aprendizaje aportes en las soluciones del problema desde la experiencia, conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DEL TEMA

1.1 Aspectos generales del tema

1.1.1 Descripción de la realidad problemática

El sector turístico en Perú ha sido afectado gravemente debido a las protestas sociales que han causado la paralización de carreteras y aeropuertos. Se espera que esto continúe en 2023, generando pérdidas económicas significativas. Se espera que las cancelaciones de reservas turísticas alcancen el 60% para el primer semestre del año. El turismo es un sector clave de la economía peruana y ha sido impactado negativamente por la pandemia de Covid-19. Según el Banco Central de Reserva, la entrada de divisas turísticas en Perú alcanzó USD 2,060 millones el año pasado, lo que representa una disminución en comparación con el pico de USD 4,700 millones registrado en 2019. Se esperaba recibir a 3.5 millones de turistas extranjeros en 2022, pero solo se recibieron 2 millones, según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Este número de visitantes internacionales es mucho menor que los niveles registrados en 2019, cuando llegaron 4.4 millones de turistas.

El presidente de la Asociación Peruana de Agencias de Viaje y Turismo (Apavit), Ricardo Acosta, expresó preocupación por el impacto negativo de las protestas y crisis política en la industria turística del país. Muchos operadores turísticos tienen préstamos pendientes por pagar. La situación ha generado una cancelación del 80% de las reservas de turistas que tenían planeado viajar a Cusco, Arequipa, Puno, Tarapoto, Cajamarca, Paracas y a las playas del norte del país. Esto está afectando a los empresarios de

hoteles y comprometiendo el trabajo de guías turísticos y traductores. Además, la disminución en el número de turistas está resultando en una pérdida de la oportunidad de aumentar los ingresos por medio de la entrada de divisas en el país. Bartolomé Campaña, vicepresidente del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), destaca que el turismo es un sector económico transversal que afecta a muchas otras actividades. Cualquier interrupción o bloqueo de carreteras tiene un impacto significativo en el sector turístico. Elguera, (2023)

Según el representante del sindicato de operadores turísticos, se estima que las manifestaciones en Cusco están causando pérdidas diarias de alrededor de S/ 7 millones, mientras que en Arequipa se han perdido S/5 millones diarios. Estas pérdidas son considerables, e incluso pueden ser incalculables, ya que están afectando a toda la industria turística.

Mediante el emprendimiento los estudiantes de educación secundaria pueden desarrollar habilidades empresariales valiosas y aprender cómo utilizar herramientas tecnológicas como Facebook para promocionar y llevar a cabo proyectos de emprendimiento económico turístico en su comunidad. Además, el emprendimiento les permite tener una mayor libertad creativa y tomar decisiones importantes, lo que les ayudará en su futuro profesional. También les ayuda a comprender mejor cómo funciona la economía y a desarrollar su pensamiento estratégico. En resumen, el emprendimiento es una excelente manera para que los estudiantes de educación secundaria aprendan habilidades valiosas, desarrollen su creatividad, y se preparan para su futuro profesional.

Para el llevar a cabo el emprendimiento que permitirá promocionar el turismo en el distrito de Tomepampa y en la provincia La Unión, se utilizará la estrategia para lograr el objetivo de implementación del emprendimiento económico turístico y que será administrado por escolares utilizando Facebook, siendo la siguiente estrategia:

1. Investigación: Realizar una investigación exhaustiva sobre la zona rural turística en cuestión, identificando sus atractivos turísticos, costumbres,

recursos culturales y naturales, las necesidades y expectativas de los turistas potenciales.

2. Creación de contenido: Crear contenido atractivo y educativo sobre la zona rural, como videos, fotografías, publicaciones en redes sociales y un sitio web.
3. Creación de un grupo en Facebook: Crear un grupo en Facebook para promocionar el emprendimiento económico turístico y atraer a los turistas potenciales.
4. Formación de guías turísticos estudiantiles y/o pobladores jóvenes de la zona: Capacitarlos para que se conviertan en guías turísticos y les brinden a los turistas una experiencia única y educativa.
5. Planificación de rutas turísticas: organizar rutas turísticas personalizadas que incluyan los principales atractivos turísticos de la zona rural.
6. Establecer sistema de reservas y pagos en línea: adaptar un sistema de reservas y pagos en línea para facilitar la planificación de viajes.
7. Promoción: Promocionar el emprendimiento a través de redes sociales principalmente en Facebook, publicaciones en sitios web de viajes y colaboraciones con otras empresas turísticas.
8. Evaluación y mejora continua: Evaluar constantemente el rendimiento del emprendimiento y mejorarlo continuamente en función de las necesidades y expectativas después de implementarlo.
9. Fomentar la sostenibilidad: Promover el turismo responsable y respetando el medio ambiente y las costumbres de las comunidades locales.
10. Crear un sistema de seguimiento de viajes para garantizar la seguridad de los turistas y cumplir con las normas de viaje.

1.1.2 Antecedentes

A nivel internacional

Según el autor Uribe (2020). Manifiesta en su investigación el objetivo es medir el nivel de uso de Facebook como herramienta de publicidad por parte de las operadoras de turismo receptivo afiliadas a CANOTUR en el municipio de La Paz durante el año 2017. La investigación es relevante porque es importante

evaluar el uso que se le da a Facebook como herramienta publicitaria por parte de las operadoras de turismo receptivo y determinar si existe algún potencial no aprovechado. Se utilizará un enfoque científico para verificar la hipótesis de que las empresas afiliadas a CANOTUR no tienen un conocimiento sólido sobre cómo utilizar Facebook para fines publicitarios. Se utiliza una encuesta para recolectar información de un grupo significativo de personas relacionadas con el tema de investigación y se analiza mediante un enfoque cuantitativo para obtener conclusiones. Según las respuestas a las preguntas planteadas en la encuesta, se concluye que existe una idea positiva sobre el conocimiento del tema en cuestión por parte de las personas encuestadas, sin embargo, al evaluar el nivel de conocimiento en detalle, se constata que, aunque hay una comprensión intuitiva del manejo de Facebook como herramienta publicitaria, no existe un conocimiento estructurado al respecto. Por esta razón, se cumple la hipótesis planteada al principio de la investigación. Finalmente, se sugiere la realización de talleres económicos para desarrollar un conocimiento estructurado sobre el uso de las redes sociales como Facebook en publicidad, así como la importancia de considerar que el uso intuitivo de una herramienta puede presentar dificultades y limitaciones si no se construye un conocimiento sólido al respecto.

A nivel nacional

El autor Piminchumo (2018). Menciona en su investigación líneas abajo que el sector turístico es un ámbito que ha experimentado un crecimiento significativo según las estadísticas del Ministerio de Turismo y Comercio Exterior. Se ha convertido en un factor clave para el desarrollo económico, ya que cada vez más personas están descubriendo y valorando la belleza del Perú a nivel mundial. Sin embargo, en las provincias, las microempresas que se dedican a promover el turismo local han enfrentado dificultades para promocionarse debido a la falta de conocimiento sobre la importancia de las redes sociales como herramienta para llevar sus marcas a mercados internacionales. El propósito de la investigación fue evaluar el uso de redes sociales en la promoción de agencias turísticas en el centro histórico de Trujillo durante los meses comprendidos entre enero y octubre de 2017. La

investigación adoptó un enfoque descriptivo y empleó técnicas cualitativas, como cuestionarios, para recopilar datos sobre la evolución del uso de las redes sociales en estas empresas y su impacto en los resultados. Se concluyó que las agencias turísticas en el centro histórico de Trujillo principalmente usan Facebook y Whatsapp para promocionar sus servicios turísticos y atractivos.. Se ha determinado que el 71% de las agencias usan Facebook y el 29% usan Whatsapp. El uso de redes sociales es importante ya que permite a las agencias llegar a más clientes potenciales y fidelizarlos. El uso de marketing funnel también es clave para atraer al cliente y llevarlo a través de una landing page hasta la compra. Piminchumo, (2018)

Bermúdez y Uribe, (2017). La presente investigación se enfocó en evaluar la relación entre el uso de Facebook como herramienta de marketing y las variables Orientación al Mercado, Orientación Emprendedora y Desempeño Empresarial en los restaurantes de la ciudad de Arequipa durante el periodo 2016-2017. Se utilizó una encuesta para recopilar datos de 50 restaurantes, que representan el 80% de la muestra total. La encuesta se llevó a cabo durante un periodo de 10 meses y se adaptó y revalidó por expertos para aumentar la precisión de los resultados. La investigación reveló que existe una relación positiva y directa entre el uso de Facebook como herramienta de marketing y las variables mencionadas. Sin embargo, una de las limitaciones fue la negativa del 20% de la muestra para ser encuestados. En particular, se encontró una relación directa y positiva en niveles bajos con la orientación al mercado y en niveles moderados con la orientación emprendedora. Además, se encontró una relación directa y positiva en niveles bajos con el desempeño empresarial. Sin embargo, en algunos casos, a pesar de obtener beneficios, no se miden ni cuantifican estos resultados. Bermúdez & Rebaza, (2017)

Molina (2020). Menciona en su trabajo de investigación utilizar un método cuantitativo y descriptivo propositivo para crear un espacio digital en Facebook, llamado "Eco Foráneos", con la finalidad de difundir el turismo sostenible en la zona norte del Perú. El objetivo de esta investigación fue

diseñar una página de Facebook que sirviera como guía para futuros proyectos relacionados al turismo sostenible. Se determinó que, aunque la plataforma más utilizada por los estudiantes es Whatsapp, se optó por utilizar Facebook debido a su capacidad para interactuar de manera más efectiva y subir contenido audiovisual y gráfico. Además, se descubrió que el tipo de material con el que los estudiantes interactúan más es el audiovisual (84%) y el gráfico (12%). La conclusión consistió en crear una plataforma digital en Facebook, llamada Eco Foraneos, basada en los resultados de encuestas aplicadas para guiar futuros proyectos relacionados al turismo sostenible. A pesar de que Whatsapp fue la red social más utilizada por los estudiantes, se optó por utilizar Facebook debido a su capacidad para interactuar de manera más efectiva y subir contenido audiovisual y gráfico. Los estudiantes de ciencias de la comunicación de la Universidad Señor de Sipán mostraron interés en el tema del turismo sostenible y prefieren encontrar información relacionada a viajes en redes sociales. Además, un 93% considera importante difundir el turismo sostenible en redes sociales. Molina, (2020)

1.1.3 Contextualización del tema

El presente trabajo de suficiencia profesional se ha realizado en la institución educativa N° 40531 Honofre Benavides, ubicado en territorio nacional perteneciente a la Gerencia Regional de Educación Arequipa, Departamento de Arequipa, Provincia La Unión, Distrito Tomepampa en la plaza de armas s/n, pertenece a la zona rural., cuenta con 10 secciones, y con un total de 160 escolares: varones 97 y mujeres 63. Cuenta con el siguiente personal: 01 directora, 10 docentes, 01 auxiliar de laboratorio, 01 auxiliar de biblioteca, 01 vigilante, el turno de atención es Diurno.

1.1.4 Descripción general del tema

Según Casarín (2021). Facebook se ha comprometido a apoyar a los pequeños negocios a través de herramientas de marketing gratuitas, que les

brindan una plataforma accesible y efectiva para impulsar su modelo comercial. Estos recursos son un valioso aporte para las pequeñas empresas, que pueden aprovecharlos para lograr un impacto positivo en sus actividades comerciales.

El Facebook puede ser una herramienta valiosa para los emprendimientos turísticos en la educación secundaria ya que puede ayudar a promocionar y vender paquetes turísticos y servicios de viaje a estudiantes y sus familias. Además, también puede servir como una plataforma para compartir información útil y recursos para planificar viajes educativos, así como para crear una comunidad en línea donde los estudiantes y los representantes de los emprendimientos turísticos puedan interactuar y compartir ideas.

Facebook puede ser una herramienta valiosa para la gestión de proyectos de emprendimiento económico turístico de varias maneras:

1. Creación de una página de negocios: Se puede crear una página de negocios de Facebook para promocionar tus proyectos turísticos y servicios de viaje a turistas extranjeros, turistas nacionales, turistas locales junto a sus familias.
2. Publicidad: Utilizar las herramientas publicitarias de Facebook para llegar a un público específico, como a asociaciones de adultos mayores, delegaciones de estudiantes de educación y Universitaria, turistas extranjeros, nacionales, locales, y personas que viajan fuera de su entorno habitual por un periodo de tiempo corto.
3. Instagram y Messenger: Se puede utilizar Instagram y Messenger para interactuar con tus clientes y proporcionar un servicio al cliente mejorado, además de responder a preguntas y brindar información detallada sobre tus proyectos turísticos.
4. Facebook marketplace: Se puede vender los paquetes turísticos y servicios de viaje a través del marketplace de Facebook, lo que te permite llegar a un público cercano.
5. Facebook Eventos: Puedes crear eventos en Facebook para promover las experiencias turísticas escolares, lo que te permite asignar entradas y recibir pagos.

6. Comunidades: Se puede crear y unirse a comunidades relacionadas con viajes y turismo escolares en Facebook, lo que te permite interactuar con otros profesionales y compartir ideas.
7. Reviews: Se puede crear una sección de opiniones en tu página de negocios para recibir feedback de los clientes y mejorar los servicios y proyectos turísticos.

Existen varias razones por las que se debe crear una cuenta de Facebook para promover un emprendimiento económico turístico por los siguientes beneficios:

1. Alcance: Facebook tiene una gran audiencia, con más de 2 mil millones de usuarios activos mensuales, lo que significa que puedes llegar a un gran número de personas potencialmente interesadas en tus proyectos turísticos.
2. Segmentación de audiencia: Facebook te permite segmentar tu audiencia y llegar a personas específicas según su ubicación, intereses y otras características. Esto te permite llegar a un público relevante y aumentar la eficacia de tus esfuerzos de marketing.
3. Interacción con los clientes: Facebook te permite interactuar directamente con tus clientes a través de comentarios, mensajes y otras funciones, lo que te permite brindar un servicio al cliente mejorado y resolver cualquier problema o pregunta que puedan tener.
4. Herramientas publicitarias: Facebook ofrece una variedad de herramientas publicitarias que te permiten crear anuncios personalizados y llegar a un público específico. Esto te permite aumentar la visibilidad de tu emprendimiento turístico y atraer a más clientes potenciales.
5. Marketing de contenido: Facebook es una excelente plataforma para compartir contenido, ya sea en forma de fotos, videos o publicaciones, puedes crear una estrategia de marketing de contenido y compartir información valiosa sobre tu emprendimiento turístico, como recomendaciones de viaje, consejos de planificación y reseñas de clientes.

6. Análisis: Facebook te permite medir el rendimiento de tus campañas publicitarias y obtener información valiosa sobre tus clientes. Esto te permite mejorar tus estrategias de marketing y aumentar la eficacia de tus esfuerzos.

Los estudiantes de educación secundaria pueden utilizar el proyecto Crea y Emprende del Ministerio de Educación para desarrollar proyectos de emprendimiento económico turístico. A través de este proyecto, los estudiantes pueden aprender sobre el funcionamiento de un negocio turístico, desde la planificación y la promoción hasta la ejecución y la evaluación. Pueden desarrollar habilidades importantes como el pensamiento empresarial, la planificación estratégica, la comunicación y el liderazgo.

Además, pueden aprender sobre cómo utilizar herramientas tecnológicas como Facebook para promocionar su proyecto y llegar a un público específico. Pueden crear una página de negocios, utilizar herramientas publicitarias y desarrollar una estrategia de marketing de contenido para atraer a clientes potenciales. También pueden aprender sobre la importancia de una buena relación con los clientes y cómo utilizar las herramientas de Facebook para interactuar con ellos y brindar un servicio al cliente de calidad.

1.2 Justificación del tema

1.2.1 Justificación teórica

La propuesta de gestión de proyectos de emprendimiento económico turístico en la educación secundaria busca mejorar la formación de los estudiantes a través de un enfoque constructivista, aprendizaje significativo, aprendizaje colaborativo y desarrollo de habilidades prácticas en el ámbito del turismo. La pedagogía constructivista se enfoca en el aprendizaje a través de la experiencia y la solución de problemas reales. La metodología busca conectar los conocimientos adquiridos con la vida cotidiana y el futuro empresarial de

los estudiantes en el sector turístico. Además, los proyectos fomentan el trabajo en equipo y el aprendizaje colaborativo. Finalmente, la metodología brinda la oportunidad de desarrollar habilidades prácticas en planificación, toma de decisiones y gestión de proyectos turísticos. Con estos aspectos, se busca mejorar la formación en emprendimiento económico turístico en la educación secundaria.

1.2.2 Justificación práctica

La plataforma de Facebook es ampliamente utilizada y accesible, por lo que es una herramienta valiosa para los estudiantes que desean desarrollar proyectos de emprendimiento económico turístico. El papel del docente en este proceso es fundamental, ya que puede guiar a los estudiantes en el uso efectivo de Facebook para promocionar y gestionar sus proyectos. Además, el docente puede enseñar habilidades prácticas como la creación de páginas de negocios, eventos y grupos de discusión, y ayudar en la organización y coordinación de los proyectos. Al supervisar y evaluar la adaptación y modificación de las estrategias de promoción y marketing, el docente puede ayudar a los estudiantes a mejorar sus proyectos y estrategias de negocio. A través de la retroalimentación y el intercambio de ideas con su audiencia, los estudiantes pueden aprender y aplicar conocimientos prácticos sobre emprendimiento. Finalmente, el docente puede fomentar la educación en emprendimiento al permitir que los estudiantes aprendan de manera práctica y apliquen sus conocimientos a proyectos reales.

1.2.3 Justificación social

El emprendimiento económico turístico puede tener un gran impacto en la comunidad, el distrito, la provincia, y la región. Al promocionar y gestionar proyectos turísticos, se pueden generar empleos, mejorar la economía local y aumentar los ingresos de la región. Además, este tipo de emprendimiento puede contribuir a la inclusión social, al crear oportunidades económicas para personas marginadas, y promover la diversidad cultural de la región. Al fomentar el emprendimiento turístico entre los escolares, se les motiva a desarrollar sus habilidades emprendedoras y a mejorar la calidad

de vida de su comunidad y al mismo tiempo aprender sobre la importancia de un desarrollo sostenible y responsable. Además, al utilizar plataformas como Facebook, se puede aumentar la visibilidad de los proyectos turísticos y llegar a un público más amplio, lo que a su vez puede atraer a más turistas y generar mayores ingresos para la región. En definitiva, el emprendimiento económico turístico puede ser un factor clave para impulsar el desarrollo local y la economía regional, mientras que al mismo tiempo contribuye a la inclusión social y la promoción de la diversidad cultural.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN

2.1 Bases teóricas del tema

2.1.1 Aprendizaje significativo

Según la teoría del aprendizaje significativo propuesta por David P. Ausubel en 1963, se basa en un enfoque de enseñanza/aprendizaje basado en el descubrimiento y el activismo. Según la teoría de Ausubel, el aprendizaje humano puede mejorarse y fortalecerse a través de un aprendizaje significativo y receptivo, tanto dentro como fuera del aula. Este enfoque sugiere que no es necesario aprender todo desde cero, ya que este proceso es lento y poco eficiente, y que es mejor aprender de manera significativa y aprovechar la información previa que uno tiene. (Ausubel, D. 1963)

2.1.1.1 Tipos de aprendizaje significativo

El aprendizaje significativo se refiere a un proceso en el cual el estudiante relaciona la nueva información con su conocimiento previo de manera significativa y sustantiva. Es importante destacar que este tipo de aprendizaje no se limita a la simple conexión de la información nueva con la ya existente en la estructura cognoscitiva del estudiante, sino que también implica un cambio y evolución en la estructura cognoscitiva. Según el psicólogo David Ausubel, existen tres tipos de aprendizaje significativo: el aprendizaje de representaciones, el aprendizaje de conceptos y el aprendizaje de proposiciones.

- a) El aprendizaje de representaciones se refiere a la atribución de significados a ciertos símbolos. Por ejemplo, cuando un niño aprende la palabra "pelota", se establece una relación significativa entre esa palabra y la pelota que está percibiendo en ese momento.
- b) El aprendizaje de conceptos, por otro lado, se refiere a la adquisición de conceptos a través de la experiencia directa y la formulación de hipótesis.
- c) El aprendizaje de proposiciones, por último, se refiere a la comprensión del significado de las ideas expresadas en forma de proposiciones, lo cual implica la combinación y relación de varias palabras para producir un nuevo significado que es asimilado a la estructura cognoscitiva.

En resumen, el aprendizaje significativo es un proceso en el cual el estudiante relaciona la nueva información con su conocimiento previo de manera significativa y sustantiva, y esto puede ocurrir a través de la representación de símbolos, la adquisición de conceptos y la comprensión de proposiciones.

2.1.2 Aprendizaje por descubrimiento de Bruner

Según Jerome Bruner, la enseñanza efectiva en el aula requiere que los docentes brinden oportunidades para que los estudiantes experimenten y descubran la estructura y organización del material de estudio. El proceso de aprendizaje, según Bruner, es un proceso de razonamiento inductivo, donde se parte de los detalles y ejemplos para llegar a una comprensión general del tema. Con el aprendizaje por descubrimiento, los profesores presentan ejemplos concretos y los estudiantes trabajan con ellos hasta que logran descubrir las relaciones y patrones del material. Así, los conceptos más detallados se organizan bajo una idea general. De acuerdo con Bruner, si los estudiantes tienen acceso a una cantidad suficiente de ejemplos, eventualmente serán capaces de identificar las propiedades esenciales del fenómeno que están estudiando. Esta forma de fomentar el pensamiento inductivo se conoce como el método de ejemplo-regla. (Bruner, J 1961)

Según el enfoque constructivista de Jerome Bruner, el aprendizaje se basa en la motivación intrínseca, la curiosidad y cualquier factor que genere interés en el estudiante. El aprendizaje autorregulado, en el que las personas resuelven problemas de manera activa e investigativa, es opuesto al aprendizaje pasivo por recepción.

2.1.3 Teoría del Emprendimiento

El autor y político argentino Andy Freire en su obra "Argentina emprendedora", afirma que el mundo está experimentando un cambio en su economía, pasando de la estabilidad, especialización y homogeneidad a la turbulencia, diversidad y heterogeneidad. En este escenario, según él, la innovación es la clave y los emprendedores tienen un papel fundamental. A pesar de que considera que la Argentina es uno de los países con más emprendedores en el mundo, también destaca que tiene una de las tasas más bajas de éxito en proyectos emprendedores (alrededor del 80% no sobrevive más de dos años). Freire sostiene que "aunque tenemos espíritu e iniciativa, no siempre se toman las decisiones correctas y eso es grave: perdemos la oportunidad de que nuestra impresionante cultura emprendedora se transforme en el motor que permita al país consolidar un modelo de estabilidad económica sostenible en el tiempo". (Freire, A 2015).

El emprendimiento es un fenómeno que se encuentra influenciado por diferentes factores sociales y económicos. Estos factores, que incluyen acceso a conocimiento, información relevante, recursos financieros y poder, están definidos y moldeados por las estructuras y redes sociales a las que el emprendedor pertenece. A través de estas relaciones sociales, el emprendedor puede coordinar sus actividades y acciones en un entorno cada vez más complejo. Desde una perspectiva teórica de las redes, el objetivo de esta investigación es identificar los factores que influyen en el comportamiento y evolución del emprendimiento. Se busca comprender cómo la estructura y el contenido de las redes institucionales, interpersonales y comerciales afectan la definición de la evolución del emprendedor y, por ende, del emprendimiento.

La teoría de redes nos brinda las herramientas para analizar cómo las relaciones sociales influyen en los elementos económicos que permiten al emprendimiento expandirse y integrarse en su entorno local. El diseño del trabajo es no experimental-documental, con un tipo de estudio descriptivo, surgido a partir de un análisis y revisión de los diversos materiales relevantes de estudio del tema. Se espera que este trabajo permita otorgar una conceptualización del proceso social causante y participante de la existencia y funcionamiento del emprendedor como tal. Freire, (2015)

La teoría del emprendimiento es un campo de estudio que se ha desarrollado en las últimas décadas y tiene varios autores y años importantes. Algunos de los principales autores y años de publicación de sus obras incluyen:

- Peter Drucker (1985) con su libro "Innovation and Entrepreneurship"
- Joseph Schumpeter (1934) con su libro "The Theory of Economic Development"
- Israel Kirzner (1997) con su libro "Discovery and the Capitalist Process"
- Richard Cantillon (1755) con su libro "An Essay on Economic Theory"
- William Baumol (1990) con su libro "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive"
- Daniel Kahneman, Amos Tversky (1979) con su libro "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk"

El emprendimiento turístico es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar un negocio o actividad relacionada con el turismo, como la creación de un hotel, restaurante, agencia de viajes, tour operador, entre otros. El objetivo del emprendimiento turístico es brindar servicios y productos que satisfagan las necesidades y expectativas de los turistas, generando ingresos económicos para el emprendedor y beneficios para el territorio donde se desarrolla la actividad. El éxito del emprendimiento turístico depende de factores como la planificación, la gestión, la innovación, la calidad, la sostenibilidad, el marketing y la adaptación a los cambios del mercado. (MINCETUR, 2008)

El Emprendedor o Emprendedora Turístico

Es una persona que crea y desarrolla emprendimientos relacionados con el sector turismo, ofreciendo bienes o servicios a turistas extranjeros y locales. Estas personas suelen dominar varios idiomas, enfocarse en brindar experiencias y un excelente servicio, planificar el producto turístico que ofrecerán, asociarse con otros emprendedores del sector turístico, generar un impacto positivo en la comunidad, involucrar a la comunidad en su emprendimiento, dar a conocer nuevos atractivos turísticos, cumplir con regulaciones y estándares establecidos por el gobierno, seguir el código de ética del turismo, realizar encuestas de satisfacción a los clientes, mantenerse al tanto de las tendencias y cambios del sector, y desarrollar emprendimientos turísticos sostenibles e innovadores. (Emprendedor eficiente, 2019)

La teoría del emprendimiento de Joseph Schumpeter se basa en que los emprendedores son los motores del crecimiento económico y generan crisis cíclicas en el capitalismo. Schumpeter sostiene que los emprendedores surgen por oleadas y buscan monopolizar mercados en lugar de competir en ellos. Son los incentivos de obtener grandes beneficios los que animan a los emprendedores a arriesgarse y poner en marcha innovaciones. La teoría del emprendimiento de Schumpeter es esencial para su teoría del desarrollo económico, ya que, sin emprendedores con iniciativa, visión e imaginación, no habría innovaciones ni desarrollo económico. En su obra "The Theory of Economic Development" (1911) es donde se encuentra esta teoría. (Schumpeter J. 1911)

2.2 Descripción de la metodología y procedimientos para resolver el tema

Para implementar un emprendimiento económico turístico con escolares, los docentes son los responsables en el acompañamiento del emprendimiento turístico.

2.2.1 Etapas

2.2.1.1 Primera Etapa

- Investigación del mercado: Análisis de la demanda, identificación de la competencia, definición de público objetivo.
- Planificación: Definición de objetivos, estrategias, presupuesto y tiempos.
- Elaboración del Plan de negocios: Utilizaremos el formato del Ministerio de Educación del Proyecto Crea y Emprende.

2.2.1.2 Segunda Etapa

- Capacitación: Adquisición de conocimientos y habilidades para la gestión y operación del emprendimiento con apoyo del MINCETUR.
- Creación de la página en Facebook: Desarrollo de una presencia en línea para promocionar y vender servicios y productos turísticos.

2.2.1.3 Tercera Etapa

- Ejecución del Emprendimiento: Implementación de estrategias y operaciones, adquisición de recursos y designación de tareas al personal.
- Evaluación: Revisión continua del desempeño y ajuste de estrategias según sea necesario.

2.2.2 Momentos

2.2.2.1 Momento de inicio

- Identificación de oportunidades turísticas en la provincia de La Unión
- Formación de un equipo de docentes con apoyo expertos en turismo del MINCETUR.
- Investigación de emprendimiento en el mercado turístico.
- Planificación y elaboración del plan de negocios, uso del formato Crea y Emprende del MINEDU.

2.2.2.2 Momento de proceso

- Creación de la página en Facebook y nombre el emprendimiento.
- Capacitación en el uso de Facebook como herramienta de promoción turística.
- Ejecución del plan de negocios

- Evaluación continua de la efectividad de la promoción en Facebook

2.2.2.3 Momento de cierre

- Análisis de resultados y ajuste del plan de negocios, experiencias de los estudiantes con el apoyo del docente.
- Mejora continua de la página en Facebook entre los estudiantes y seguimiento del docente.
- Planificación de futuras iniciativas de promoción turística en la provincia de La Unión.

2.3 Glosario

Emprendimiento Turístico. Los emprendimientos turísticos se originan a partir de la necesidad de una comunidad o zona de atender las demandas de viajeros nacionales e internacionales. El enfoque en el turismo sostenible busca reducir el impacto ambiental y cultural negativo que pueden causar las actividades turísticas en una región. (García et al., 2021)

El Emprendedor. Es una persona o una entidad que fomenta un negocio o una actividad productiva relacionada con servicios y/o productos asociados al turismo, como la alimentación, el alojamiento, la artesanía, la guía turística, el transporte, etc. El emprendedor o grupo de emprendedores asociados formalmente deben alinear su desarrollo microempresarial con los procesos de planificación local para garantizar la sostenibilidad de la actividad turística en su territorio y, por lo tanto, tener mayores posibilidades de éxito comercial para sus microempresas. (MINCETUR, 2008)

Facebook. Es una plataforma social diseñada para conectar a las personas, compartiendo información, noticias y contenido multimedia con amigos y familiares. Es propiedad de la compañía Meta y es considerada como la red social más grande y utilizada en la actualidad. Es utilizada por una amplia gama de edades y es comúnmente usada diariamente. A pesar de su popularidad, no está libre de controversia. Fundada 2004 por Mark Zuckerberg. (Facchin J. 2018)

Turismo. Las acciones que se realizan cuando las personas viajan y se encuentran en lugares distintos a su residencia habitual, con un período de tiempo menor a un año, ya sea para disfrutar del turismo, cumplir con compromisos laborales o cualquier otro motivo. (OMT, 2003).

Turista. Un individuo que visita un lugar (ya sea como viajero entrante, saliente o interno) se considera un turista (o un visitante que se queda a dormir) si su viaje incluye pernoctar en ese lugar, o se considera un visitante del día (o excursionista) si no se queda a dormir. (RIET 2008, párr. 2.13).

CAPÍTULO III

APORTES Y DESARROLLO DE EXPERIENCIAS

3.1 Aportes teóricos y prácticos para el proceso enseñanza y aprendizaje

La Teoría del Aprendizaje Significativo de Ausubel sostiene que el aprendizaje es más efectivo y duradero cuando se relaciona con la información previa que el estudiante ya posee. En el contexto del emprendimiento turístico en la educación secundaria, se puede aplicar esta teoría utilizando Facebook durante el proceso de enseñanza.

Facebook es una plataforma ampliamente utilizada en todo el mundo, y puede ser una herramienta valiosa para los estudiantes que buscan aplicar sus conocimientos en un contexto real y significativo. Aquí podemos utilizar estrategias específicas que apoyarán en el aula para mejorar el aprendizaje de los estudiantes en el ámbito del emprendimiento turístico:

1. Grupos de discusión: los estudiantes podrían formar grupos para colocar el nombre del emprendimiento y utilizar el Facebook para buscar emprendimientos similares relacionados con el emprendimiento turístico. Esto permitiría a los estudiantes aplicar sus conocimientos previos y compartir sus opiniones con sus compañeros.
2. Estudio de casos reales: los estudiantes podrían utilizar Facebook para investigar y analizar casos reales de empresas turísticas exitosas. Esto permitiría a los estudiantes ver cómo se aplican los conceptos teóricos en un contexto real.
3. Proyectos en grupo: los estudiantes podrían trabajar en grupos en proyectos que evalúen la presencia de empresas turísticas en Facebook. Esto permitiría a los estudiantes aprender sobre la importancia de la presencia en las redes sociales para el éxito de una empresa turística.

4. Presentación de hallazgos: los estudiantes podrían utilizar Facebook para presentar los hallazgos y análisis sobre el emprendimiento turístico. Esto permitiría a los estudiantes poner en práctica sus habilidades de comunicación y presentación.

En resumen, utilizar Facebook en el contexto del emprendimiento turístico en la educación secundaria permite a los estudiantes conectar su aprendizaje con situaciones reales y relevantes, y puede mejorar su comprensión y retención de los conceptos.

El aprendizaje por descubrimiento de Bruner se basa en la idea de que los estudiantes aprenden mejor cuando descubren y construyen conocimientos por sí mismos, en lugar de simplemente recibir información pasiva. En el contexto de la educación secundaria y el emprendimiento turístico, el aprendizaje por descubrimiento podría utilizarse para fomentar la creatividad y la innovación en los estudiantes al permitirles explorar soluciones a problemas y desafíos reales en el ámbito turístico.

El uso de Facebook podría ayudar a facilitar el aprendizaje por descubrimiento al proporcionar una plataforma para que los estudiantes compartan sus ideas, soluciones y resultados con sus compañeros y mentores. Por ejemplo, los estudiantes podrían utilizar Facebook para investigar el mercado turístico, identificar tendencias y oportunidades, y discutir estrategias de marketing y promoción con otros estudiantes y expertos en el campo.

En resumen, el aprendizaje por descubrimiento de Bruner y el uso de Facebook pueden combinarse para ofrecer una experiencia de aprendizaje enriquecedora y práctica en la educación secundaria, especialmente en el contexto del emprendimiento turístico.

Desarrollamos algunas experiencias con posibles aportes prácticos e innovadores en el proceso de aprendizaje para el emprendimiento turístico en la educación secundaria con el uso de Facebook:

1. Investigación colaborativa: Los estudiantes podrán utilizar Facebook para investigar juntos tendencias y oportunidades en el mercado turístico y compartir sus hallazgos con sus compañeros.
2. Desarrollo de habilidades de marketing: Los estudiantes podrían utilizar Facebook para crear y promocionar un producto turístico ficticio, aprendiendo habilidades importantes en marketing digital.
3. Interacción con expertos: Los estudiantes podrían conectarse con expertos en el campo del turismo a través de Facebook, obteniendo una perspectiva valiosa y aprendiendo de su experiencia práctica.
4. Proyectos de grupo: Los estudiantes podrían trabajar juntos en proyectos de emprendimiento turístico utilizando Facebook como plataforma de colaboración y comunicación.
5. Feedback instantáneo: Los estudiantes podrían recibir retroalimentación y críticas constructivas de sus compañeros y mentores en tiempo real a través de Facebook, ayudándoles a mejorar sus proyectos y habilidades.

El uso de Facebook como herramienta de aprendizaje en el emprendimiento turístico puede ofrecer a los estudiantes una experiencia práctica y enriquecedora que les ayude a desarrollar habilidades valiosas para el futuro.

3.2 Aportes en las soluciones de problemas del tema desde la experiencia

En este trabajo de investigación, se propone una solución para mejorar la economía local a través de un emprendimiento turístico, que será liderado y desarrollado por los estudiantes de 4to y 5to año de secundaria en colaboración con entidades locales de la zona. El turismo es una oportunidad para impulsar la economía local y esta iniciativa busca aprovecharla mediante la participación activa de los estudiantes. Para lograr esto, se deben seguir los siguientes pasos:

1. Los estudiantes deben pensar en una idea innovadora de negocio turístico que les gustaría promocionar. Deben ser creativos y considerar los intereses de sus clientes potenciales. La idea debe ser única y no estar disponible en el mercado.

2. Investigación: Los estudiantes deben investigar el mercado turístico y los competidores, identificar las tendencias y las oportunidades para su emprendimiento. Deben tener en cuenta los recursos turísticos locales y las características distintivas de la zona para diseñar una experiencia única para los turistas.
3. Planificación: Los estudiantes deben crear un plan de negocios detallado que incluya un análisis financiero, una estrategia de marketing y un plan de acción para la implementación del proyecto. Deben considerar los costos y los ingresos previstos y cómo se financiará el proyecto. Pueden utilizar el modelo del proyecto Crea y Emprende del MINEDU.
4. Creación de la página de Facebook: Los estudiantes deben seguir los pasos para crear una página de Facebook para su emprendimiento turístico. Deben incluir información detallada sobre sus servicios y proyectos, fotos y videos que muestren las atracciones turísticas locales y publicaciones regulares sobre su emprendimiento.
5. Publicidad: Los estudiantes deben utilizar estrategias de marketing y herramientas publicitarias en Facebook para llegar a un público específico, como asociaciones de adultos mayores, universidades, turistas nacionales, extranjeros y viajeros locales. La publicidad en Facebook es una excelente forma de compartir contenido y promocionar su emprendimiento turístico a una audiencia más amplia.
6. Interacción con la audiencia: Los estudiantes deben publicar actualizaciones regulares en su página de Facebook y responder a los comentarios y preguntas de sus seguidores. Deben unirse a comunidades relacionadas con el turismo y los viajes escolares en Facebook para interactuar con otros emprendedores y mejorar sus habilidades de marketing.
7. Colaboración con el docente: El docente debe ser un mentor y guía en todo el proceso, ayudando a los estudiantes a investigar, planificar y ejecutar su proyecto de emprendimiento turístico. El docente también puede proporcionar un enfoque crítico y sugerencias para mejorar el proyecto.
8. Evaluación y mejora continua: es importante que los estudiantes evalúen constantemente el éxito de su proyecto de emprendimiento turístico y hagan los ajustes necesarios para mejorar su desempeño. Para ello, se puede crear

una sección de opiniones en la página de Facebook para recibir comentarios y sugerencias de los clientes.

De esta manera, los estudiantes podrán identificar cualquier problema o área que requiera mejoras y trabajar en ello para lograr un proyecto sostenible y exitoso a largo plazo. Además, es fundamental que los estudiantes estén abiertos a aprender de sus errores y a seguir buscando nuevas oportunidades de crecimiento y mejora para su proyecto.

CONCLUSIONES

1. La propuesta de trabajo de suficiencia profesional busca mejorar la economía local mediante un emprendimiento turístico liderado por jóvenes estudiantes de secundaria y apoyado por la plataforma de Facebook como herramienta esencial.
2. Los estudiantes se apoyan en ideas innovadoras y realizarán investigaciones en el mercado turístico para desarrollar un emprendimiento económico turístico. Además, elaborarán un plan de negocios detallado y crearán una página en Facebook para promocionar su iniciativa y atraer a potenciales clientes.
3. La publicidad en Facebook es un factor clave para alcanzar una audiencia amplia y fomentar el éxito del emprendimiento turístico económico.
4. Los estudiantes deben interactuar con la audiencia, colaborar con el docente y evaluar constantemente su proyecto para garantizar su éxito y sostenibilidad a largo plazo.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda fortalecer el emprendimiento turístico liderado por estudiantes de secundaria, brindándoles capacitación, asistencia técnica y uso de Facebook para mejorar su desempeño y maximizar su impacto en la economía local. Además, se debe promover la colaboración con otros actores relevantes, como las autoridades locales y turísticas, para fomentar el crecimiento sostenible del sector y generar más oportunidades para la comunidad.
2. Se recomienda fomentar la cultura emprendedora entre los estudiantes, brindándoles herramientas y recursos para desarrollar su idea innovadora en el mercado turístico. Se deben incentivar la investigación y la planificación detallada del plan de negocios, así como el uso de las redes sociales para la promoción del emprendimiento. Además, se debe brindar asesoramiento y mentoring para apoyar a los estudiantes en el proceso emprendedor.
3. Se recomienda explorar y aprovechar las oportunidades de publicidad en Facebook para llegar a un público amplio y aumentar la visibilidad de un producto o servicio. Se debe investigar y comprender el funcionamiento de las herramientas publicitarias en Facebook para lograr una estrategia efectiva.
4. Se recomienda fomentar la participación y la colaboración entre los estudiantes y el docente para garantizar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo del proyecto. Los estudiantes deben interactuar con la audiencia para obtener retroalimentación y ajustar su proyecto en consecuencia.

REFERENCIAS

- Bermúdez Valencia, M. F., & Rebaza Ojeda, G. A. (2017). *Uso del Facebook como Herramientas de Marketing y su relación con las Variables orientación al mercado, Orientación emprendedora y desempeño empresariales en restaurantes de la ciudad de Arequipa 2016-2017 [Tesis de grado. Universidad Católica San Pablo].* Repositorio. Obtenido de http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15463/3/BERM%C3%A9Z_VALENCIA_MAR_EMP.pdf.txt
- Bonilla Martínez, A. (2019). *Emprendedor eficiente*. Recuperado el 25 de 01 de 2023, de *Emprendedor Eficiente*: <https://emprendoreficiente.com/>
- Freire, A. (2015). *Argentina Emprendedora*. Buenos Aires, Argentina: Aguilar.
- García Carranza, Y. M., & García Carranza, E. K. (diciembre de 2021). Emprendimientos turísticos sustentables: Una revisión de la literatura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), 13. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1346 p 13612
- MINCETUR. (2019). *Turismo Comunitario Experiencias que trascienden* (Primera ed.). Lima, Perú: MINCETUR. Obtenido de <https://indigenoustourismforum.org/wp-content/uploads/2020/09/Lineamientos-para-el-Desarrollo-del-Turismo-Comunitario-en-el-Peru-4-1.pdf>
- Molina Romero, N. A. (2020). *Propuesta de un espacio digital para difundir el turismo sostenible de la zona norte del Perú [Tesis de grado. Universidad Señor de Sipán].* Repositorio, Pimentel. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12802/7807>
- NACIONES UNIDAS. (2010). *Recomendaciones Internacionales para estadísticas de turismo*. Nueva York, Estados Unidos: Naciones Unidas. Obtenido de https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf
- Piminchumo Tello, S. P. (2018). *Uso de redes sociales en la promoción de las agencias turísticas ubicadas en el centro histórico de la ciudad de Trujillo, Enero- Octubre 2018 [Tesis de Grado.Universidad Privada del Norte].* Repositorio, Trujillo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11537/13377>
- Reyes, A. (2022). *Web del maestro cmf*. Obtenido de Web del maestro cmf: <https://webdelmaestrocmf.com/portal/tipos-de-aprendizaje-significativo-segun-ausubel/>
- Terán Yépez, E. F., & Guerrero Mora, A. M. (05 de 03 de 2020). Teorías de Emprendimiento: revisión crítica de la Literatura y Sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(07), 16. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>
- Uribe Flores, P. I. (2020). *Red Social Facebook como herramienta de publicidad para operadoras de turismo afiliadas a la Caámara Nacional de Operador de Turismo recepyivo de La Paz, Gestión 2017 [Tesis de grado. Universidad Mayor de San Andrés].* Repositorio, La Paz. Obtenido de <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/25017>

ANEXOS

ANEXO 1

FOTO DE LA I.E N° 405631 "HONOBRE BENAVIDES"



FOTO DE ALUMNAS DEL 4TO DE SECUNDARIA



ANEXO 2

ESTRUCTURA DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO CONCURSO CREA Y EMPRENDE



PERÚ
Ministerio
de Educación

Viceministerio de
Gestión Pedagógica

Dirección General de
Educación Básica Regular

Dirección de Educación
Física y Deportes



BICENTENARIO
PERÚ 2021

"Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

ANEXO D1

ESTRUCTURA DEL PORTAFOLIO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

- I. **Carátula:** *(Incluir los siguientes datos)*
Nombre del Proyecto:
Nombre y Apellidos de las y los integrantes del equipo:
Nombre y Apellidos del docente asesor:
Código Modular del docente:
Código modular y nombre de la Institución Educativa
Categoría y Rubro donde Concursa
- II. **Presentación de una situación problemática y el Reto:** Información redactada
(Información requerida correspondiente al Aspecto a valorar N° 01)
- III. **Formulación del desafío (Fase EMPATIZAR):** Información redactada
(Información requerida correspondiente al Aspecto a valorar N° 02)
- IV. **Información obtenida sobre el desafío (Fase EMPATIZAR):** Información redactada más Evidencia de fotografías
(Información requerida correspondiente al Aspecto a valorar N° 03)
- V. **Definición del problema en base a organizar y sintetizar la información obtenida (Fase DEFINIR):** Información redactada más Evidencia de fotografías
(Información requerida correspondiente al Aspecto a valorar N° 04)
- VI. **Ideación de alternativas de solución y seleccionar una de ellas (Fase IDEAR):** Información redactada más Evidencia de fotografías
(Información requerida correspondiente al Aspecto a valorar N° 05)
- VII. **Prototipa la idea solución (Fase PROTOTIPAR):** Información redactada más Evidencia de fotografías
(Información requerida correspondiente al Aspecto a valorar N° 06)
- VIII. **Evalúa el prototipo (Fase EVALUAR):** Información redactada más Evidencia de fotografías
(Información requerida correspondiente al Aspecto a valorar N° 07)
- IX. **Comunica el resultado:** Información en diapositivas y en Video de 30 segundos
(Información requerida correspondiente al Aspecto a valorar N° 08)
- X. **Equipo emprendedor:** Información redactada
Presentación del Equipo de estudiantes (tres estudiantes), a través de los símbolos básicos del equipo (Puede incluirse otros) como:
 - El nombre del equipo
 - Mantra del equipo
 - Personaje que inspira al equipo
 - Una canción emprendedora que los representa (Escribir las letras de la canción)

(Información requerida correspondiente al Aspecto a valorar N° 09)

Anexo 3

ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS

- 1.- RESUMEN PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

- 2.- ANÁLISIS Y SÍNTESIS FODA (CONDICIONANTES DEL PROYECTO).
 - 2.1. ANÁLISIS EXTERNO.
 - 2.2. ANÁLISIS INTERNO.
 - 2.3. SÍNTESIS D.A.F.O. Y FACTORES CRÍTICOS DEL ÉXITO.

- 3.- LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y OBJETIVOS CUANTIFICADOS.

- 4.- PLANES DE ACTUACIÓN
 - 4.1.- PLAN DE MARKETING
 - 4.2.- PLAN DE OPERACIONES
 - 4.3.- PLAN FINANCIERO
 - 4.4.- PLAN DE ORGANIZACIÓN, RECURSOS HUMANOS Y LABORAL
 - 4.5.- PLAN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

- 5.- PLAN FINANCIERO

- 6.- CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

- 7.-VIABILIDAD Y CONCLUSIONES

ANEXO 4

PLAN DE NEGOCIOS “FACEBOOK PARA GESTIONAR PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO TURÍSTICO EN SECUNDARIA”

1. RESUMEN PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto tiene como objetivo utilizar la plataforma de Facebook para gestionar proyectos de emprendimiento económico turístico en la Institución Educativa N° 40531 Honofre Benavides, ubicada en el distrito de Tomepampa, provincia La Unión, departamento de Arequipa. El proyecto se enfocará en desarrollar líneas estratégicas y objetivos cuantificados para mejorar las condiciones económicas y turísticas de la región.

La utilización de Facebook como plataforma de gestión permitirá a los estudiantes involucrados en el proyecto, aprender y aplicar herramientas digitales para la gestión empresarial y la promoción turística. Además, se fomentará el trabajo en equipo y la creatividad en la identificación y desarrollo de proyectos de emprendimiento turístico sostenible en la región. El proyecto también tiene como objetivo fomentar el desarrollo local y mejorar la calidad de vida de las comunidades involucradas, a través de la generación de empleo y el impulso a la economía local.

2. ANÁLISIS Y SÍNTESIS FODA (CONDICIONANTES DEL PROYECTO). 2.1. ANÁLISIS EXTERNO

- Oportunidades: La región cuenta con atractivos turísticos naturales y culturales, lo que puede generar interés en el turismo.
- Amenazas: La competencia en el mercado turístico puede ser alta, lo que requiere de una estrategia clara para destacarse.

2.2. ANÁLISIS INTERNO

- Fortalezas: La institución educativa cuenta con personal capacitado para llevar a cabo el proyecto, y con la infraestructura necesaria para implementar las actividades turísticas.
- Debilidades: La falta de experiencia en la gestión de proyectos turísticos y la falta de recursos económicos pueden ser limitantes para el éxito del proyecto.

2.3. SÍNTESIS FODA Y FACTORES CRÍTICOS DEL ÉXITO.

El análisis FODA es una herramienta útil para evaluar los factores internos y externos que pueden afectar el éxito de un proyecto. A continuación, se presenta un análisis FODA para el plan de negocios:

Fortalezas:

- La utilización de la plataforma Facebook como herramienta de gestión empresarial y promoción turística permitirá a los estudiantes adquirir habilidades digitales y empresariales.

- La iniciativa fomentará el desarrollo local y la generación de empleo en la región, lo que contribuirá a mejorar la calidad de vida de las comunidades involucradas.
- La Institución Educativa N° 40531 Honofre Benavides y la comunidad en general estarán más involucradas en el proceso de desarrollo económico y turístico del distrito y la provincia.

Oportunidades:

- La región de Arequipa es una zona turística importante, lo que representa una oportunidad para el desarrollo de proyectos turísticos sostenibles.
- Existe un interés creciente en la educación empresarial y el emprendimiento en Perú, lo que sugiere un ambiente favorable para el éxito del proyecto.
- Cuentan con apoyo del MINCETUR Arequipa y del gobierno local.

Debilidades:

- Los estudiantes de secundaria pueden tener limitaciones de tiempo y recursos para desarrollar proyectos de emprendimiento turístico.
- La falta de experiencia empresarial y turística de los estudiantes puede representar un desafío para la implementación exitosa de los proyectos.

Amenazas:

- La competencia en el mercado turístico puede ser alta, lo que puede dificultar el éxito de los proyectos de emprendimiento.
- Las condiciones económicas y políticas en la región pueden ser inestables, lo que puede afectar la viabilidad de los proyectos.

Factores críticos de éxito:

- Una buena capacitación y orientación en la gestión empresarial y turística es fundamental para el éxito del proyecto.
- Es importante contar con el apoyo y compromiso de la comunidad en general, incluyendo autoridades, empresarios y turistas.
- La identificación y desarrollo de proyectos de emprendimiento turístico sostenible y atractivo para el mercado es clave para la generación de ingresos y empleo en la región.
- La utilización efectiva de la plataforma de Facebook para la promoción turística y la gestión empresarial es un factor crítico para el éxito del proyecto.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y OBJETIVOS CUANTIFICADOS.

- Línea estratégica: Desarrollar una oferta turística diferenciada y atractiva en la región.
- Objetivo cuantificado: Aumentar en un 20% el número de turistas en la región en el primer año.

4. PLANES DE ACTUACIÓN

4.1. PLAN DE MARKETING

- Desarrollar una estrategia de marketing en Facebook para la promoción de la oferta turística.
- Establecer alianzas estratégicas con otros negocios turísticos para complementar la oferta y generar mayores ingresos.

4.2. PLAN DE OPERACIONES

- Identificar y desarrollar nuevos productos turísticos que se adapten a las necesidades del mercado.
- Establecer protocolos de atención al turista para garantizar una experiencia satisfactoria.

4.3. PLAN FINANCIERO

- Identificar fuentes de financiamiento para el proyecto.
- Establecer un presupuesto detallado y un plan de ingresos y gastos para el primer año.

4.4. PLAN DE ORGANIZACIÓN, RECURSOS HUMANOS Y LABORAL

- Definir el equipo de trabajo necesario para llevar a cabo el proyecto.
- Establecer un plan de capacitación para el personal de la institución educativa en la gestión de proyectos turísticos.

4.5 PLAN DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN:

El uso de Facebook como herramienta de gestión de proyectos para emprendimientos económicos turísticos en secundarias requiere de una adecuada infraestructura y tecnología de la información. En este sentido, se plantea lo siguiente:

- Identificar las necesidades de tecnología de la información requeridas para la gestión de los proyectos.
- Seleccionar y adquirir el software y hardware necesario para el correcto funcionamiento del proyecto.
- Capacitar al personal involucrado en el uso de las herramientas tecnológicas seleccionadas.
- Establecer protocolos de seguridad y respaldo de información para garantizar la protección de los datos del proyecto y de los usuarios de Facebook.
- Asegurar la conectividad a Internet de la Institución Educativa y establecer planes de contingencia en caso de fallas de conexión.
- Evaluar el desempeño de la infraestructura y tecnología utilizada y realizar mejoras necesarias para garantizar su eficacia y eficiencia en la gestión de los proyectos.

5. PLAN FINANCIERO:

La implementación de Facebook para gestionar proyectos de emprendimiento económico turístico en secundaria conlleva una inversión en tecnología, capacitación y publicidad. En este sentido, se plantea lo siguiente:

- Estimar los costos de implementación del proyecto y evaluar su rentabilidad.
- Identificar las fuentes de financiamiento disponibles y definir un plan de financiamiento adecuado para el proyecto.
- Establecer un presupuesto anual y proyecciones financieras a largo plazo.
- Definir un plan que permita su sostenibilidad a largo plazo.

Resumen general del Plan Financiero

Plan financiero para el proyecto "Facebook para gestionar proyectos de emprendimiento económico turístico en secundaria":

I. Ingresos proyectados:

- El proyecto se enfocará en desarrollar proyectos de emprendimiento económico turístico en la región, por lo que los ingresos provendrán de la venta de productos y servicios turísticos creados por los estudiantes, como artesanías, comidas típicas, visitas guiadas, entre otros.
- Se estima ingresos en el primer año de operación serán de S/ 20,000.

II. Costos:

- Los costos directos incluyen los materiales y suministros necesarios para producir los productos y servicios turísticos, así como los costos de publicidad y promoción en la plataforma de Facebook.
- Los costos indirectos incluyen el tiempo y los recursos necesarios para desarrollar y administrar los proyectos de emprendimiento.
- Se estima costos en el primer año de operación serán de S/ 16,000.

III. Beneficios netos:

- La diferencia entre los ingresos proyectados y los costos se reflejará en los beneficios netos del proyecto.
- Se espera beneficios netos en el primer año de operación de S/ 2,500.

IV. Financiamiento:

- Se buscará financiamiento a través de fuentes como subvenciones y patrocinios de empresas locales interesadas en apoyar el emprendimiento juvenil y el turismo en la región.
- Se estima que el financiamiento necesario en el primer año de operación será de S/ 8,000.

V. Flujos de caja:

- Se espera que el flujo de caja del proyecto sea positivo en el primer año de operación, ya que los ingresos proyectados superan los costos y los gastos de financiamiento.
- Se proyecta un flujo de caja positivo de S/ 4,000 en el primer año.

Es importante tener en cuenta que este es solo un plan financiero hipotético y que los números pueden variar según las circunstancias y los detalles específicos del proyecto. También es recomendable trabajar en estrecha colaboración con un contador o un profesional financiero para asegurarse de que los cálculos y las proyecciones sean precisos y realistas.

6. CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN:

Se establece el siguiente calendario de implementación para el proyecto:

- Identificación de necesidades y análisis FODA: 1 mes
- Líneas estratégicas y objetivos cuantificados: 1 mes
- Planes de actuación: 4 meses
- Plan de marketing: 2 meses
- Plan de operaciones: 2 meses
- Plan financiero: 2 meses
- Plan de organización, recursos humanos y laboral: 1 mes
- Plan de tecnología de la información: 1 mes
- Pruebas piloto y evaluación: 2 meses

7. VIABILIDAD Y CONCLUSIONES:

La implementación de Facebook para gestionar proyectos de emprendimiento económico turístico en secundaria es viable y puede generar un impacto significativo en el desarrollo económico local. Su éxito dependerá de la adecuada gestión de los recursos y la planificación estratégica. La herramienta de Facebook puede ser una gran aliada en la gestión de proyectos, permitiendo una comunicación más efectiva y un seguimiento más preciso de los resultados. Además, su bajo costo y gran alcance la convierten en una opción muy interesante para las secundarias de zonas rurales y urbanas de bajos recursos.

ANEXO 5

CREACIÓN UNA PÁGINA FACEBOOK “LA UNIÓN, TOMEPAMPA Y COTAHUASI UNA AVENTURA TURÍSTICA



<https://www.facebook.com/profile.php?id=100089852537023>

