



UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI

DIRECCION DE POSGRADO

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: INFORME DE INVESTIGACIÓN

Título: El emprendimiento como alternativa laboral para los Graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, cohortes 2018

Tesis previa a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas

Autor
Ángela Maricela Pastas Taco

Tutor
Guido Patricio Santamaría Quishpe M.Sc

LATACUNGA –ECUADOR
2019

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “El Emprendimiento como alternativa laboral para los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, cohortes 2018” presentado por Pastas Taco Ángela Maricela para optar por el Título Magister en Administración de Empresas

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal de Lectores que se designe.

Latacunga, junio del 2020


.....
M.Sc. Guido Patricio Santamaria Quishpe
CC. 0501848220

APROBACIÓN TRIBUNAL

El Trabajo de Titulación “El Emprendimiento como alternativa laboral para los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, cohortes 2018”, ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, previo a la obtención del de Magíster en Administración de Empresas; el presente trabajo reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la exposición y defensa.

Latacunga, agosto del 2020

.....
M.Sc. Vladimir Marconi Ortiz Bustamante
0502188451
Presidente del tribunal

.....
PhD. Juan José la Calle Domínguez
Lector 2

.....
PhD. Angel Francisco Esquivel Valverde
0502227259
Lector 3

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo va dedicado con mucho esfuerzo y amor a mis hijos Daniel y Victoria

Maricela

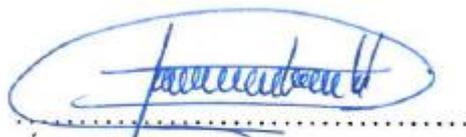
AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento infinito a las Autoridades Universitarias, por el aporte brindado, a mi familia por apoyarme siempre en mis metas, y sobre todo a mis hijos que con su amor, paciencia y comprensión ayudaron a hacer posible este mi sueño

RESPONSABILIDAD DE AUTORIA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.

Latacunga, junio del 2020

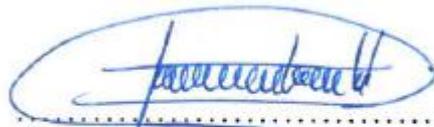


Ángela Maricela Pastas Taco
040146447-4

RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, junio del 2020



.....
Ángela Maricela Pastas Taco
040146447-4

AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe que el presente Trabajo de Titulación "El emprendimiento como alternativa laboral para los Graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, cohortes 2018", siendo una tesis previa a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas, de autoría de Ángela Maricela Pastas Taco, y la tutoría de Guido Patricio Santamaria Quishpe M.Sc, contiene las observaciones realizadas por los lectores en sesión lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, 14 de agosto del 2020



Ing. Mgs. Vladimir Ortiz Bustamante
PRESIDENTE

**UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
DIRECCION DE POSGRADO**

MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULO: El emprendimiento como alternativa laboral para los Graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, cohortes 2018.

AUTOR: Pastas Taco Ángela Maricela

TUTOR: Santamaría Quishpe Guido Patricio M.Sc.

RESUMEN

El trabajo presentado está enfocado principalmente en investigar y analizar el campo laboral de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, y cuyo objetivo es el de aportar con estrategias a la formación de emprendimientos de graduados, que permitan consolidarse en el mercado.

En los actuales momentos existe una crisis económica profunda en el país que ataca de manera inevitable a los recién graduados, la sobre demanda de profesionales también es un atenuante por cuanto las fuentes de trabajo son muy pocas o escasas, por ello se proyecta retos para las universidades, consideradas como un pilar fundamental y propositivo, capaces de aportar en la dirección del desarrollo social y económico.

Si no existe el suficiente acompañamiento a iniciativas de negocios de graduados, se generará un obstáculo al emprender, pudiendo haber sido ésta muy exitosa en el mercado, y al contrario se queda estancada, cuán importante es entonces que la academia no sólo estimule a los profesionales a desarrollar proyectos de negocios, sino que además brinde una asesoría especial para lograr su consolidación y posicionamiento.

El marco teórico utilizado permitió ir fundamentando un esquema para la consolidación de la propuesta; se estableció una clara metodología de investigación mediante la aplicación del instrumento (encuesta), a una muestra de 65 graduados, que se tabuló e interpretó los resultados obtenidos, verificando la relación de las variables planteadas; y finalmente a través de las conclusiones y recomendaciones se ha comprobado el problema planteado, siendo ésta la razón para plantear la propuesta de un Plan Estratégico para graduados.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, Innovación, Incubadora, Plan Estratégico.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCION DE POSGRADO**

MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TOPIC: "BUSINESS AS AN EMPLOYMENT ALTERNATIVE FOR THE GRADUATES OF THE COMMERCIAL ENGINEERING MAJOR OF THE TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI, 2018 COHORTS".

AUTHOR: Pastas Taco Ángela Maricela

ABSTRACT

The work presented is mainly focused on researching and analyzing the labor field of graduates at Commercial Engineering Major at the Technical University of Cotopaxi, and whose objective is to contribute with strategies to the formation of graduate entrepreneurship, which will allow them to consolidate their position in the market. At present, there is a deep economic crisis in the country that inevitably attacks the recent graduates, the over demand for professionals is also a mitigating factor because the sources of work are very few or scarce, so it is projected challenges for universities, considered as a fundamental pillar and proposal, able to contribute in the direction of social and economic development. If there is not enough accompaniment to graduate business initiatives, it will generate an obstacle to undertake, which may have been very successful in the market, and on the contrary it remains stagnant, how important it is then that the academy not only stimulate professionals to develop business projects, but also provide special advice to achieve its consolidation and positioning. The theoretical framework used made it possible to base a scheme for the consolidation of the proposal; a clear research methodology was established by applying the instrument (survey) to a sample of 65 graduates, who tabulated and interpreted the results obtained, verifying the relationship of the variables proposed; and finally, through the conclusions and recommendations, the problem posed has been verified, which is the reason for proposing a Strategic Plan for graduates.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Innovation, Incubator, Strategic Plan.

Alison Paulina Mena Barthelotty, con cédula de identidad número: 0501801252 Licenciada en Ciencias de la Educación especialidad Inglés, con número de registro de la SENESECYI: 1020-06-65/642 CERTIFICO haber revisado y aprobado la traducción al idioma Inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: **EL EMPRENDIMIENTO COMO ALTERNATIVA LABORAL PARA LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, COHORTES 2018** de Pastas Taco Ángela Maricela aspirante a Magister en Administración de Empresas.

Latacunga, agosto 2020


Lic. Alison Mena Barthelotty MSc.
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS UTC
CC: 0501801252



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I.....	21
FUNDAMENTACIÓN TEORICA.....	21
1.1 ANTECEDENTES.....	21
1.1.1 El Emprendimiento Universitario.....	27
1.1.2. El Rol de la Universidad en el Emprendimiento	29
1.2. Fundamentación epistemológica. -	31
1.2.1 Emprendimiento.....	31
1.2.2 Importancia del Emprendimiento.....	33
1.2.3. Tipos de Emprendimiento	34
1.2.4. Sostenibilidad de Emprendimientos	35
1.2.5. Emprendimiento y el Aporte al Desarrollo Económico-Social	37
1.2.6. Emprendimiento en Universidades.....	38
1.2.7. Capacidad Emprendedora	40
1.2.7.1. Capacidad Emprendedora en el Ecuador	41
1.2.8. Fomento de la Cultura del Emprendimiento	42
1.2.9. Factores de éxito para emprendimientos.....	42
1.2.10. Motivación para emprender	44
1.2.11. Características del emprendedor	45
1.2.12. Habilidades del emprendedor.....	46
1.2.13. Apoyo de las redes	47
1.2.14. La responsabilidad social para emprendedores.....	48
1.2.16. Planeación Estratégica	51
1.2.17. Incubadoras de Empresas	53
1.2.18. Tipos de Incubadoras de Empresas	53
1.2.19. El Proceso de Incubación	54
1.3. Fundamentación del estado del arte. -	54
1.4. Conclusiones del Capítulo 1	58
CAPÍTULO II	59
PROPUESTA.....	59
2. Título de la propuesta	59
2.1. Objetivos	59
2.1.1. Objetivo General	59

2.1.2.	Objetivos Específicos.....	59
2.2.	Justificación	60
2.3.	Desarrollo de la Propuesta	61
2.3.1.	Elementos que la conforman. -.....	61
2.3.2.	Explicación de la Propuesta	62
2.3.3.	Premisas para su Implementación.....	63
	Funcionamiento.....	63
	Conclusiones Capítulo II.-	87
	CAPÍTULO III.....	88
	APLICACIÓN Y/O VALIDACION DE LA PROPUESTA.....	88
3.1.	Evaluación de expertos. -.....	88
3.2.	Evaluación de usuarios	90
3.3.	Evaluación de Impactos	91
3.4.	Conclusiones del Capítulo III	92
	CONCLUSIONES GENERALES	93
	RECOMENDACIONES	94
	Referencias.....	95
Anexos	98	

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Estructura de empresas según su tamaño - Ecuador año 2017	22
Gráfico 2	Ciclo del Emprendimiento	23
Gráfico 3	Principales motivos de cierre de los negocios en Ecuador	24
Gráfico 4	Componentes del Ecosistema Emprendedor.....	50
Gráfico 5	Proceso operativo.....	62
Gráfico 6	Plan Estratégico “INCUBA-UTC”	63
Gráfico 7	Estructura Organizativa	66
Gráfico 8	FODA – INCUBA-UTC	68
Gráfico 9	Usted ejecutaría algún proyecto de negocio	74
Gráfico 10	Área en la que emprenderían.	75
Gráfico 11	Para su emprendimiento llevaría a cabo una investigación de mercado	75
Gráfico 12.	Fuentes de financiamiento para la creación del emprendimiento.	76
Gráfico 13	Que Emprendimiento llevaría a cabo	77
Gráfico 14	Incentivos a emprender en su negocio.....	78
Gráfico 15	Principales impedimentos al momento de decidirse para generar un negocio.....	79
Gráfico 16	Factores más importantes que influyen en el éxito	80
Gráfico 17	Fomento de la cultura de emprendimiento en el proceso académico en la UTC.....	81
Gráfico 18	Los conocimientos técnicos adquiridos en la UTC son suficientes para emprender	82
Gráfico 19	Aspectos podría fortalecer su negocio y se interesarían en conocer	83
Gráfico 20	Participación en un programa para Graduados Universitarios.	84

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Actividades en relación con los Objetivos Específicos	17
Tabla 2	Etapas de desarrollo investigación.....	18
Tabla 3	¿Ejecutaría usted algún proyecto de negocio?.....	74
Tabla 4	¿Si su respuesta es afirmativa señale el área en el que emprendería?... 74	
Tabla 5	¿Para la ejecución de su emprendimiento, llevaría a cabo una investigación de mercado?	75
Tabla 6	¿Qué fuentes de financiamiento utilizaría para la creación del emprendimiento?	76
Tabla 7	¿Qué tipo de emprendimiento llevaría a cabo?	77
Tabla 8	¿Qué lo incentivaría a emprender en su negocio?	78
Tabla 9	¿Cuál cree usted que son los principales impedimentos al momento de decidirse para generar un negocio?.....	79
Tabla 10	¿Cuál cree usted que son los factores más importantes que influyen en el éxito del emprendimiento?	80
Tabla 11	¿Considera usted que se fomenta la cultura de emprendimiento en el proceso académico recibido en la Universidad Técnica de Cotopaxi?.....	81
Tabla 12	¿Los conocimientos técnicos adquiridos en la UTC son suficientes para emprender?.....	81
Tabla 13	¿Elija cuál de los siguientes aspectos podría fortalecer su negocio y se interesarían en conocer?	82
Tabla 14	¿Le gustaría participar en un programa para Graduados Universitarios que lo capacite para poder gestar su propio empleo o negocio?	83

INTRODUCCIÓN

Para el presente trabajo investigativo se realizó el análisis correspondiente a la realidad de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial en donde se busca otorgar estrategias a la formación de emprendimientos de graduados, que permitan desde su inicio, una sólida consolidación y permanencia en el mercado.

Se ha tomado en cuenta la línea de la Administración y Economía para el desarrollo social y sublínea de Investigación del Emprendimiento para la realización de la investigación, ya que el problema detectado como tal es la limitada participación de graduados de la carrera de Ingeniería Comercial en proyectos de emprendimiento, por ello se ha planteado un Plan Estratégico, como una estrategia basado en el conocimiento de los estudiantes, en el cual se generen ideas innovadoras que se conviertan en negocios productivos, generando fuentes de empleo en la ciudad de Latacunga; dando un reconocimiento a la Universidad Técnica de Cotopaxi por cumplir con la misión institucional de formar profesionales de excelencia, humanistas e investigadores; genera ciencia y tecnología vinculada con la sociedad mediante la transferencia y difusión del conocimiento, arte y cultura para contribuir en la transformación social y económica del país.

América Latina se caracteriza por ser una región de muchas empresas y poca innovación, parece ser que el entusiasmo con los mercados emergentes se ha empañado en los últimos meses. La notoria desaceleración de estos ha sembrado dudas sobre la sostenibilidad de las elevadas tasas de crecimiento de la última década y ha reavivado el viejo temor a las turbulencias financieras y macroeconómicas. Así, expresiones como “las economías sumergidas” se han vuelto habituales en las publicaciones financieras; Ecuador no es la excepción, los resultados anuales del Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (GEM, 2017) ratifican la tendencia observada en los últimos diez años en donde no se han presentado cambios sustanciales en el emprendimiento.

El índice de Actividad Emprendedora Temprana TEA (GEM, 2017) continúa alta, y está conformada principalmente por emprendedores nacientes, es decir aquellos cuyos negocios no están consolidados, pudiendo incluso estar en etapa de proyecto. Si bien la oportunidad con motivación para emprender predomina, la oportunidad de mejora es baja, y Ecuador posee una de las tasas de emprendimiento por necesidad más alta, es decir, 1 de 3 individuos han realizado gestiones para iniciar una actividad económica. Los negocios se concentran en comercio, baja competitividad, limitado uso de tecnología y baja innovación.

Múltiples son los factores que inciden y deben ser tomados en cuenta para estimular el desarrollo de actividades productivas ya que se encuentran influenciadas por diversos condicionantes y actores, requiriendo el análisis de la dinámica de interacción de los contextos políticos, económicos, sociales y culturales, como así también las funciones que desempeñan los diferentes organismos públicos, las redes y organizaciones empresariales, centros de investigación y desarrollo para el estímulo y desarrollo de actividades productivas.

De acuerdo al (GEM, 2017) alrededor de 3 millones de adultos empezaron el proceso de puesta en marcha de un negocio (emprendimiento naciente) o poseían uno con menos de 42 meses de antigüedad (emprendimiento nuevo), lo que representa el 29.6% de la población entre 18 y 64 años, siendo ésta la TEA más alta de la región por sexto año consecutivo, seguido por Perú y Chile, pese a que ha decrecido gradualmente hasta 6 puntos porcentuales desde el 2013. Persisten las dificultades para que un emprendimiento supere la barrera de los 3 meses de operación; los problemas de financiamiento y falta de rentabilidad fueron las principales razones de discontinuación.

Según este estudio realizado en el año 2017, informa que la Actividad Emprendedora Temprana) para Ecuador el porcentaje de la población adulta (entre 18 años y 64 años de edad) está en el proceso de iniciar un negocio (emprendedor naciente), o ya es dueño o administrador de un negocio nuevo que ha estado en marcha durante menos de 42 meses. Este indicador se puede enriquecer con

información relacionada con la motivación (oportunidad vs. necesidad), inclusión (género, edad), impacto (crecimiento del negocio en términos de generación de empleo, innovación, y sector industrial) e industria (sectores).

En la Provincia de Cotopaxi de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotopaxi 2025, Se determina que en la provincia de Cotopaxi existen 10.761 establecimientos económicos, distribuidos en los sectores manufactura, comercio, servicios y otros en los 7 cantones de la Provincia con el 60,72% Latacunga, 14,16% Salcedo, 10,63% La Maná, 5,98% Pujilí, 5,06% Saquisilí, 1,83% Sigchos y 1,62% Pangua. (Manrique, 2006).

El **problema planteado** de esta investigación es el siguiente: ¿Por qué existe una limitada participación de graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi en proyectos de emprendimiento en la ciudad de Latacunga?

Las posibles causas que ocasionan el problema planteado son: la limitada actitud y espíritu emprendedor de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial; no está desarrollada una cultura emprendedora, por cuanto no se llega a concretar una idea de negocio y al temor a un fracaso de negocio naciente; por el riesgo a perder el capital invertido provenientes de ahorros propios, este problema se agrava por el difícil acceso a financiamiento otorgado por las instituciones financieras, ya que estas solicitan requisitos que no poseen los graduados; o las pocas oportunidades que genera la ciudad para el desarrollo de negocios. (Córdova, 2014).

Y los efectos al problema encontrado: escaso porcentaje de negocios de graduados en el mercado; además los graduados en su mayoría no utilizan herramientas técnicas para un mejor funcionamiento de su emprendimiento; excesivos trámites burocráticos para la creación de empresas; crecimiento del desempleo por las escasas oportunidades generadas en la ciudad en consecuencia de la crisis económica actual, y por tanto los recién graduados optan por salir a otras ciudades donde puedan acceder a fuentes de trabajo.

El trabajo investigativo se lo aplicará en la ciudad de Latacunga, y estará dirigida a los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, cohortes 2018.

Y para ello se planteó dentro de la investigación como **Objetivo General:** Determinar los factores que inciden en las decisiones de emprendimiento como alternativa laboral de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial de las Universidad Técnica de Cotopaxi.

De la misma manera como **Objetivos Específicos:** Desarrollar un análisis teórico sobre el emprendimiento y su aporte a la problemática socio económica; Realizar una investigación diagnóstica que identifique los principales factores que inciden en las decisiones de emprendimiento como alternativa laboral de los graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi; y finalmente Proponer el diseño de un plan estratégico para contribuir a una participación más activa de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi en proyectos de emprendimiento.

Se plantean los siguientes Sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos, para poder dar su cumplimiento.

Tabla 1 Actividades en relación con los Objetivos Específicos

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDAD/TAREAS
Desarrollar un análisis teórico sobre el emprendimiento y su aporte a la problemática socio económica	• Revisión teórica- conceptual de emprendimientos de graduados en el Ecuador, la Provincia y el cantón Latacunga.
Realizar una investigación diagnóstica que identifique los principales factores que inciden en las decisiones de emprendimiento como alternativa laboral de los	• Levantamiento de información a través de encuestas dirigidas a graduados universitarios

graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi

Proponer el diseño de un plan • Plan estratégico estratégico para contribuir a una participación más activa de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi en proyectos de emprendimiento.

Elaborado por: La investigadora

El desarrollo de la investigación se basa en las siguientes etapas:

Tabla 2 Etapas de desarrollo investigación

Etapas	Descripción
I Etapa	Identificar variables: dependiente e independiente de la investigación con el propósito de situar a la problemática, es decir porque de la limitada participación de graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi en proyectos de emprendimiento en la ciudad de Latacunga
II Etapa	Diseño y aplicación de los instrumentos de recolección de datos, para determinar las estrategias metodológicas para contribuir a la implantación de negocios de graduados

III Etapa

Desarrollo de la propuesta: Plan estratégico para promover la generación de negocios a través de la formación en emprendimiento a los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Administrativas.

Elaborado por: La investigadora

El desarrollo de esta investigación tiene un alto grado de importancia debido a que se describen estrategias de gran **interés y novedosas** para los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial, mediante estas acciones el riesgo de cierre o fracaso se verán reducidas, esto con relación a iniciar un negocio sin ayuda técnica, mediante el asesoramiento se pondrán determinar los requisitos y aspectos que influyen tanto interna como externamente para el inicio de un negocio; y finalmente la puesta en marcha, logrando mantener a los graduados en la ciudad, para que generen nuevas oportunidades de empleo en la ciudad de Latacunga.

Adicionalmente tiene una **utilidad práctica** para los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial, ya que en el Plan Estratégico se identificarán las ideas de negocios y se seleccionará la mejor para ponerla en marcha, además de ello se medirá el grado de motivación que tienen los graduados para ejecutar la idea presentada. Dentro de esta planificación se trabajará mucho en las actitudes y espíritu emprendedor que deben tener para plasmar su idea de negocios.

La investigación también tiene una gran **utilidad metodológica** que servirá como pauta para realizar futuras investigaciones que se lleven a cabo entorno a emprendimientos de graduados universitarios.

La investigación desarrollada posee una **relevancia social**, por cuanto abarca a graduados de todos los estratos sociales que tienen ideas de negocios y que, por

distintos factores económicos, sociales, culturales, de etnia u otras, no lo hayan podido poner en práctica.

El Diseño de la investigación será Exploratoria por cuanto se regirá a recolectar datos primarios; En el Tipo de Estudio se utilizará de investigación transversal, donde se procederá a recolectar datos y se analizará cuál es su incidencia, en este caso se analizará la limitada participación de emprendimientos de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial.

En la presente investigación se utilizará el método descriptivo en donde se detallará la situación actual de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial en relación a la ejecución de emprendimientos, y a través de la técnica de recolección de datos en este caso se aplicará las encuestas se podrá identificar las ideas sobresalientes de emprendimientos en la cual desean iniciar sus negocios, la que será analizada una vez que se tenga resultados.

Para realizar la validación de la propuesta se ha utilizado la evaluación de expertos, quien con su amplio conocimiento en proyectos de emprendimiento formulen sus comentarios valorativos.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

1.1 ANTECEDENTES

El emprendimiento es hoy por hoy considerado como una de las actividades más provechosas para sociedad. La ejecución de un emprendimiento requiere que el emprendedor mire oportunidades de negocio en la idea de satisfacer las necesidades de otros. Los emprendedores no se enfrascan en los problemas o dificultades porque encuentran un estímulo en resolver las cosas y encontrar en ello un modelo de negocio.

El desarrollo económico de nuestro país es el resultado de las habilidades que tienen las personas para aprovechar una oportunidad de negocio, es por ello que de acuerdo al estudio realizado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2017) que es el más prestigioso y extenso estudio sobre el estado del emprendimiento a nivel mundial, menciona que Ecuador se constituye con el índice más alto en la Actividad Emprendedora Temprana (TEA) con un 31,8%, en emprendimientos nacientes con un 22,4% y un 11% asignado para emprendedores nuevos (no superan los 42 meses), por otro lado un 14, 2% con negocios establecidos que se extienden a los 42 meses.

En el campo político el Gobierno ha impulsado este tipo de proyectos, en los cuales los principales actores son las personas que tienen en su mente una idea de negocio y que por circunstancias económicas no han logrado iniciar su propuesta, por lo tanto los Ministerios de Gobierno buscan nuevos talentos con ideas innovadoras

para incentivar el emprendimiento en nuestro país, tales como la CFN, PRODUCEPYME, EMPRENDECUADOR, apoyando a los ciudadanos con créditos, fortaleciendo la productividad y que apuntalan a la ciudadanía a la creación de negocios con potenciales de crecimiento, innovadores o altamente diferenciados. (Pérez, 2010).

El desarrollo emprendedor es una herramienta fundamental para el diseño de programas transformadores, destinados a impulsar el desarrollo económico local de una región y por tanto son las universidades del país, a través de sus carreras, las impulsadoras de formación de emprendedores, sin embargo es poco el avance del desarrollo emprendedor lo cual hace necesario plantear un esquema o un modelo acorde a los entornos de cada región y precisamente del cantón Latacunga impulsando una visión emprendedora y competitiva.

Una de las realidades de Ecuador, según (Censos, 2016), es que el 90, 5% corresponde a las micro empresas, consideradas como tal aquellas que perciben ventas menores a 100.000 dólares y con el número de trabajadores es de 1 a 9.

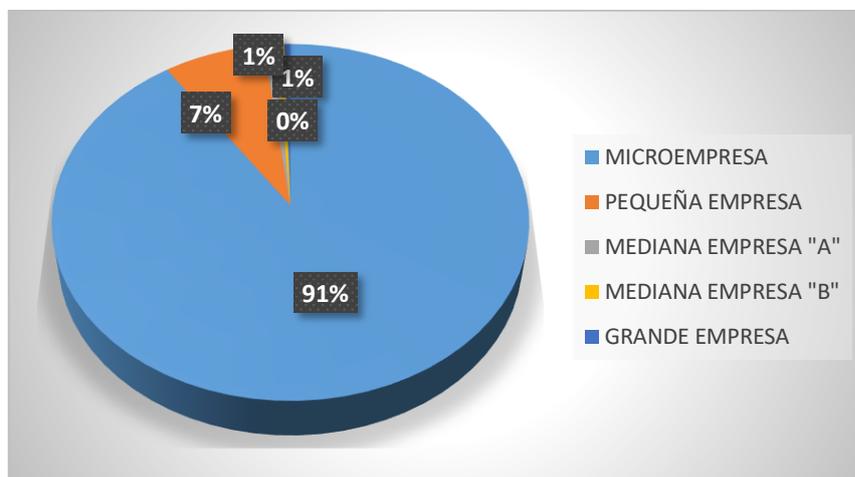


Gráfico 1 Estructura de empresas según su tamaño - Ecuador año 2017
Fuente: (Censos, 2016)

Dentro de la dinámica del gobierno pasado, operaba el plan de impulsar la matriz productiva que tuvo como propósito generar más riqueza a través del desarrollo productivo en las provincias de Ecuador, en donde: la producción manufacturera,

es aquella ligada a la población urbana y necesita de tecnología para elaborar ciertos productos que en su mayoría son consumidos localmente y un porcentaje es exportado a mercados cada vez más exigentes y crecientes en el ámbito mundial. (SENPLADES, 2015).

El desarrollo empresarial depende no solo del emprendedor sino de quien decida involucrarse en su camino tanto actores públicos como privados, y es así que en el análisis de (EKOS, 2015) afirma que: “Las acciones promovidas se han caracterizado por una tendencia hacia la “escasa articulación” y a una concentración en ciertas etapas del denominado ciclo del emprendimiento”.



Gráfico 2 Ciclo del Emprendimiento
Fuente: (EKOS, 2015)

A pesar de una escasa articulación, en el (MIPRO, 2017) afirma lo siguiente: “Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y la tecnología potencien el cambio de matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores”.

El contexto político, institucional y social tienen un factor común que es la incertidumbre ante los cambios frecuentes que se dan como en el marco regulatorio o las contradicciones gubernamentales de favorecer al emprendedor, pero no al

empresario todo influye en un riesgo alto de inversión y simplemente induce a que se den emprendimientos por necesidad.

Por otro lado, en Ecuador la principal fuente de financiamiento para el emprendedor son los bancos con un 47% seguido del apoyo familiar con un 30% y el gobierno aporta apenas con un 4% ratificando así que no todos los actores son promotores del emprendimiento. (Lasio, 2017).

A diferencia de aquellas políticas, programas y demás actividades realizadas, los expertos de la (Management, 2017) mencionan que existen restricciones al emprendimiento sobre todo en: el marco jurídico en general que impone barreras para la creación de empresas, la rigidez de las normas laborales, el costo de disolver una empresa, los continuos cambios tributarios y la incertidumbre que generan, el actual régimen de propiedad intelectual que afectaría principalmente a la innovación, entre otras.

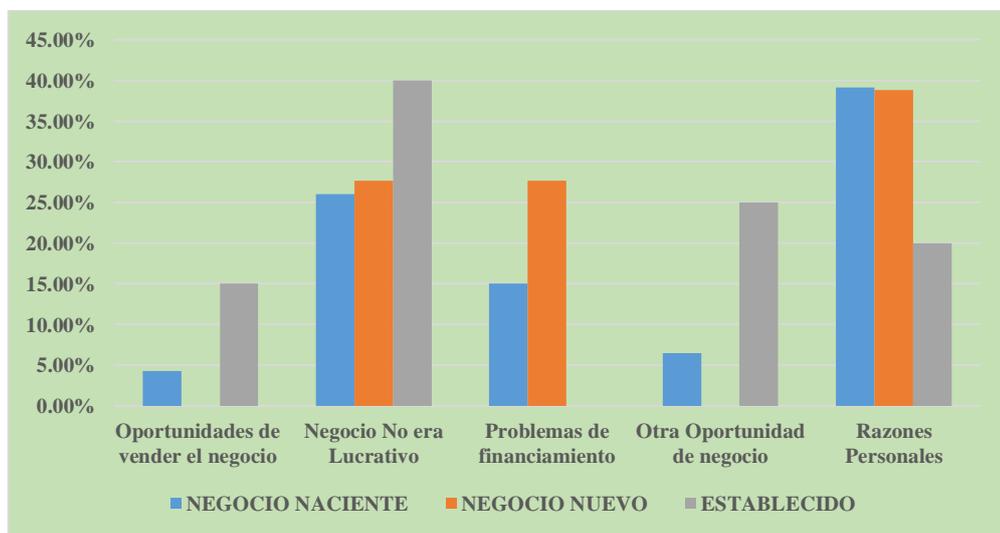


Gráfico 3 Principales motivos de cierre de los negocios en Ecuador
Fuente: (El Telegrafo, 2018)

Dentro de las gestiones del Gobierno Provincial, se lleva a cabo procesos gratuitos de apoyo al emprendimiento en aspectos como: asistencia técnica en temas de interés empresarial, generación de marcas, creación de páginas web promocionales, capacitaciones, promoción y realización de eventos de motivación al emprendedor,

Ferias: “Jóvenes Emprendedores Cotopaxenses”, “Mujeres Emprendedoras”, emprendimientos productivos florícolas, entre otros (Manrique, 2006).

En cuanto a la educación en emprendimiento, a pesar de que en los últimos años existió una mayor cantidad de recursos y programas en las universidades su impacto aún no se refleja en la actividad emprendedora temprana, lo cual requiere la necesidad de revisar los procesos formativos, así como desarrollar otros elementos complementarios del ecosistema emprendedor tales como: el proceso a la información de mercados o el desarrollo de productos financieros.

Dentro del escenario universitario la actitud emprendedora no es la más adecuada ya que no se pone en marcha el ímpetu proactivo de trabajar con ideas de negocios que fomenten la reactivación del aparato productivo de la ciudad; la cultura emprendedora no está desarrollada, es muy baja la iniciativa de concretar una idea de negocio y el temor al fracaso por el riesgo a perder el dinero invertido en el negocio es alta, el financiamiento para iniciar su negocio es por ahorros propios y el tema de los limitados acceso a créditos otorgados por las instituciones financieras, ya que solicitan requisitos que no poseen los graduados de las universidades (Córdova, 2014).

Durante la última década, se ha observado una tendencia decreciente de emprendimientos en universitarios, que no apuestan por el factor de innovación con ideas de mejoramiento y el manejo de estrategias propositivas.

El rol de las universidades es central debido a su misión, de generar conocimiento básico y aplicado a la sociedad. Es necesario habilitar y asegurar sus actividades mediante un financiamiento eficaz de incentivos adecuados, la creación de redes sólidas de intercambio de conocimiento, y movilidad de recursos humanos entre la academia y empresas con alta intensidad de I&D. (Manrique, 2006)

Es por ello que la Universidad Técnica de Cotopaxi y su Centro de Emprendimiento, surge con la labor de sembrar la cultura emprendedora dentro y

fuera de la universidad a través de eventos, ferias, concursos, servicios y trabajo con estudiantes, profesores y ciudadanía en general.

Busca vincular a los estudiantes en la génesis empresarial, para que esta iniciativa sea una experiencia su formación personal y académica como seres humanos y profesionales, con lo cual se genera responsabilidad y vinculación del estudiante con la sociedad. Además, el Centro de Emprendimiento CEUTC busca fomentar aquellas iniciativas empresariales que por falta de apoyo no cumplen su ciclo de vida, por esta razón crea, incuba y potencia los emprendimientos para contribuir con el desarrollo del país.

El Centro de Emprendimiento responde a Línea de Vinculación e Investigación de: Administración y Economía para el desarrollo humano y social y está orientada a generar investigaciones que aborden temas relacionados con la mejora de los procesos administrativos e indaguen en nuevos modelos económicos que repercutan en la consolidación del estado democrático, un sistema económico solidario y sostenible que fortalezca la ciudadanía contribuyendo a impulsar la transformación de la matriz productiva; dentro del Centro se promueven los proyectos de vinculación y práctica pre profesional por lo que esta actividad es parte del desarrollo de conocimientos de los estudiantes y acorde a los programas o proyectos de vinculación, los cuales responden a objetivos institucionales como se detalla a continuación:

Tabla 3 Líneas de Vinculación

DOMINIOS	LÍNEAS	CARRERA	SUBLÍNEA	PROGRAMA	NOMBRE DEL PROYECTO	OBJETIVOS DEL PROYECTO
Aprovechamiento de los recursos y potenciales endógenas de la comunidad para la economía popular y solidaria	Administración y Economía para el desarrollo humano y social	Administración de Empresas	Estrategias Administrativas, productivas y emprendimiento	Programa de Vinculación	Centro de Emprendimiento	Contribuir a la formación de la cultura emprendedora mediante el incremento de alternativa empresariales

Elaborado por: Centro de Emprendimiento

Adicionalmente responde a los objetivos dentro de los Sistemas de Investigación: “Promover el desarrollo de la ciencia, la tecnología, la innovación y la creatividad, con un alto grado de componente nacional evitando así la dependencia, y elevar la Productividad y competitividad, mediante la transferencia tecnológica y apoyo a la Innovación garantizando el ejercicio de derecho de las personas, de los pueblos y de la naturaleza”; y a los objetivos dentro de los Sistemas de Vinculación con la Sociedad “Contribuir al desarrollo humano, entendido como la ampliación de oportunidades y la construcción de equidad e inclusión, mediante programas y proyectos inter y transdisciplinarios que atiendan las expectativas y requerimientos sociales”.

Además de esto, se ofrece el servicio de coworking o cotrabajo que es una forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores y pymes de diferentes sectores, compartir un mismo espacio de trabajo (tanto físico como virtual) con el fin de desarrollar sus proyectos profesionales, a través de la suscripción de un convenio con la Universidad de San Marcos Perú que proporciona la competencia para que se brinde asesoría a las microempresas. Los trámites que se ejecutan en esta oficina son las declaraciones, asesoramiento en los procesos contables y en el área de coworking dirigido tanto a estudiantes emprendedores como a pequeñas y medianas empresas para que puedan ofrecer un acompañamiento en las áreas financieras, administrativas, de marketing, mercadeo, publicidad, “y que los emprendimientos puedan tener mejoramiento en los procesos productivos y la posibilidad de crecer y contribuir al desarrollo local”

1.1.1 El Emprendimiento Universitario

¿Los emprendedores nacen o se hacen? Es una de las interrogantes que muchos de los estudiantes se preguntan, pero los mismos llegan a la conclusión que un emprendimiento surge de la necesidad de crear algo nuevo e innovador o en otra instancia es la falta de fuentes de trabajo que hace que una persona busque la forma de ganarse la vida y emprenda. En el país las instituciones educativas de educación superior se han constituido en promotores de los emprendimientos, incorporando

en las mallas curriculares asignaturas relacionadas con el emprendimiento, creatividad e innovación con la finalidad de formar personas críticas con ideas innovadoras creando sus propias empresas encargadas de impartir charlas de emprendimiento y hasta realizar encuentros con empresarios que han sido fundadores de grandes empresas. (Guerrero, 2016)

La educación emprendedora debe ser el eje de la política educativa de todo país, que se interese más sobre el emprendimiento. Este tema debe ser abordado en todos los ámbitos sean los políticos, económicos, sociales y hasta culturales ya que todos se encuentran inmiscuidos en generar emprendimientos con resultados positivos que coadyuve a mitigar la crisis económica que la cual el país se encuentra; la misma ha provocado otra era económica que debemos saberla enfrentar con cautela y con astucia, es decir generando fuentes de empleo con nuevos emprendimientos; es por ello que los estudiantes son capacitados constantemente para que en futuro puedan crear sus propios negocios ayudando al desarrollo del país. Así lo define el autor (Rae, 2010).

Una de las características principales del emprendimiento universitario son las habilidades emprendedoras que son fijas de cada persona, además se ha puesto como punto principal que el rendimiento general de la educación esta interrelacionado en ser un emprendedor positivo y que la formación empresarial es efectiva en el rendimiento de las personas que comienzan su propia empresa. Los diferentes programas de educación emprendedora, o en su totalidad tienen como primordial objetivo educar a los estudiantes a poner la teoría en práctica y comprender qué es el emprendimiento. Ganando así autoconfianza y motivación, llegando de tal forma a ser proactivos, creativos y aprenden cómo trabajar en equipo (Sánchez & Hernández, 2016).

La intención emprendedora es el auto reconocimiento de crear un negocio y planificar conscientemente el futuro, dentro de ellos se toma muy en cuenta los valores con los que cada individuo ha sido formado tomando como fuente principal

el entorno familiar, educativo, económico, cultural y el auto-reconocimiento de autoeficacia de conseguir algo ventajoso (Barreto, Zuniga, & Ruiz, 2015).

En la actualidad el sistema educativo se encuentra promoviendo la cultura emprendedora tomando la innovación como una estrategia de relevancia prioritaria para conseguir una mayor claridad sobre la importancia de la promoción del perfil del emprendedor y su espíritu emprendedor. La educación se encuentra incorporando, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera, debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.

1.1.2. El Rol de la Universidad en el Emprendimiento

Hoy en día el rol de la universidad en los emprendimientos tiene un impacto positivo desde los ámbitos científicos y tecnológicos hasta aspectos como la consolidación de valores en la sociedad. Asimismo, entre sus múltiples roles está formar profesionales emprendedores capaces de enfrentar los retos que se le presente, la principal fuente es el capital humano especializado. Sin embargo, la universidad, además de crear individuos que ocuparán funciones establecidos, debe formar a quienes buscan indagar, renovar, crear e iniciar sus propios proyectos para transformarlos en nuevas fuentes de empleo, transformando procesos, productos o servicios que resuelven problemas de la sociedad.

A nivel mundial en las diferentes universidades se han formado grandes empresarios emprendedores que han logrado que su idea de negocio llegue a ser la más grande y lucrativa como tales tenemos los emprendimientos. Adicionalmente, existe evidencia del impacto de las universidades en el emprendimiento gracias a indicadores como la proliferación de oficinas de transferencia de tecnología, incremento de patentes y licencias, así como cambios en la misión, criterios de permanencia y promoción de las universidades (Goldstein, 2010). Sin embargo, todavía falta mucho por hacer, desde la mejora de programas que permitan

desarrollar el espíritu emprendedor del estudiante, hasta investigaciones que permitan conocer con mayor profundidad el fenómeno emprendedor.

La importancia se fundamenta en “evidenciar la formación emprendedora y el grado de responsabilidad social que los graduados universitarios dicen poseer” (Jarrín, 2014). En los últimos años, el emprendimiento en el Ecuador ha logrado un buen posicionamiento a nivel mundial, pese a esto, existen diferentes enfoques sobre su importancia dentro del mundo empresarial. A diferencia de los emprendimientos que tienen como único objetivo el lucro, los emprendimientos sociales provienen de personas que buscan desarrollar sus ideas innovadoras y se centran en resolver problemas existentes en la sociedad. Su fin no es solo económico, aunque también es parte de los objetivos puesto que buscan un cambio social y cierto beneficio económico para poder conseguirlo.

En la actualidad se ha hablado mucho del emprendimiento, ya que cada vez son más los jóvenes que buscan emprender y miran en este, una oportunidad para tener un futuro próspero, sin depender de un empleador y sin regirse a horarios; esto se debe también a que se han reducido notablemente las buenas oportunidades laborales que ofrezcan una estabilidad y seguridad.

En el año 2017 uno de los principales problemas en el país es la alta tasa de desempleo de los jóvenes graduados, se encontraba en el cuarto lugar mundial de desempleo. Esto muestra los obstáculos que enfrentan en general para lograr su inserción exitosa en el mercado laboral (Andrade, 2012).

Actualmente el terminar una carrera universitaria no es suficiente para lograr una inserción activa. Anteriormente, la obtención de un título universitario era una de las principales vías de ascenso en escala social. A partir de reiterativas crisis económicas que se suceden en el país, las condiciones de inserción laboral de los profesionistas han sido desfavorables, por lo que la movilidad social positiva de la población ha decrecido considerablemente. Por otro lado, el nivel de competitividad que exige la demanda laboral a los jóvenes graduados de las instituciones de

educación superior del país requiere un constante ajuste de los programas académicos; esto en aras de que las habilidades, las destrezas y los conocimientos de los graduados se correspondan adecuadamente con la demanda de los distintos sectores empresariales del país (Lasio, 2017).

Para que el mercado laboral se aproxime a un equilibrio entre oferta y demanda de trabajo es de suma importancia que las instituciones de educación superior sean conscientes sobre cómo influyen en el mercado laboral a partir de la cualificación de sus graduados.

El abordaje de la problemática del mercado laboral, de la adecuación entre la oferta y la demanda se puede realizar desde distintas perspectivas. Además, el seguimiento de graduados es una herramienta de la que disponen la mayoría de las universidades, que provee de información de primera mano y que permite recuperar las experiencias que han tenido los profesionales para obtener un puesto, así mismo posibilita la identificación de los factores que han facilitado o dificultado su posicionamiento laboral. (Ramirez, 2016)

Hoy en día, promover el emprendimiento en la educación es una clave esencial para que los alumnos asuman riesgos, sean independientes y tengan confianza en su futuro laboral. Los beneficios de ello son múltiples: se desarrollan la creatividad, asertividad, la confianza y el pensamiento crítico. Por otro lado, también mejora su capacidad para resolver conflictos y tomar decisiones.

1.2. Fundamentación epistemológica. -

1.2.1 Emprendimiento

Uno de los principales autores sobre emprendimiento es el economista de origen austriaco (Schumpeter, 1911) sus principales aportes fueron sobre emprendimiento, innovación y su impacto en el desarrollo económico percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones,

subrayando su papel para estimular la inversión y la innovación que determinan el aumento y la disminución de la prosperidad.

Siguiendo con nuevos aportes realizados a la teoría del emprendimiento como lo son: (Ludwing, 1985) Identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor. La primera tiene que ver con que el emprendedor es un evaluador, es decir que calcula beneficios y costos numéricos; en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. La segunda característica es la de empresario, en el cual el emprendedor coordina la decisión de cómo utilizarlos, para producir mercancía. Por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.

Actualmente el emprendimiento es una actitud en las personas hacia la identificación de oportunidades y la toma de riesgos, para lograr una sociedad más emprendedora, es necesario activar su potencial, la cual debe estar acompañada de la innovación de nuevos productos, servicios y modelos de negocio que generen valor para las organizaciones, relacionando esto con el crecimiento económico.

Es importante destacar que el emprendimiento es considerado como base para el desarrollo del país, ya que se crean nuevas fuentes de trabajo, promoviendo la inclusión y reduciendo así la pobreza (Messina & Hochsztain, 2015) Por tanto, tiene un enfoque de responsabilidad social en donde se genera soluciones a la problemática en el entorno, y el desarrollo de la sostenibilidad.

Por tanto (Alcaraz, 2011) considera al emprendedor como actor principal de generar dichos aspectos positivos, ya que tiene la iniciativa y capacidad para aprovechar las oportunidades, asumir riesgos, y motivar a las personas para cumplir con sus objetivos, mencionan que se debe desarrollar la capacidad emprendedora para que las personas puedan tener oportunidades de formarse y poder participar en

las diferentes redes empresariales, ampliando su visión y aportando a la economía social.

1.2.2 Importancia del Emprendimiento

En los últimos años, en Latinoamérica se ha dado mucha importancia a la formación en emprendimientos a través de cursos, centros de apoyo y asesoría, incubadoras, llegando la institucionalidad educativa, a formar un círculo virtuoso junto con el estado y demás instituciones relacionadas, quienes actúan en fomento y desarrollo de la actividad emprendedora, pudiendo afirmar que la intención y las aptitudes emprendedoras llegan a forjarse a través de la educación (Formichella, 2004).

En este sentido, (Formichella, 2004) asevera que existe un círculo virtuoso entre el emprendimiento, la educación, el empleo, la pobreza y el desarrollo local: una apropiada educación otorga cualidades y competencias, lo que aumenta el espíritu emprendedor de los individuos; esto impulsa a la creación y desarrollo de las empresas, generando empleo y favoreciendo el desarrollo socioeconómico. El incremento de empleo permite una reducción de los recursos ociosos de la comunidad y los ciudadanos mejoran su autoestima y calidad de vida.

En este mismo contexto (Formichella, 2004) señala que la educación potencializa la capacidad de reorganizarse y tomar decisiones que causen beneficio próximo, por lo que se considera a la educación compleja pero además participativa (Echeverría, 2009), involucrando a todos los actores de forma tal que les ocasione un mejoramiento de su situación actual, ocupando las diferentes dimensiones de la educación y llegando a establecerse como una variable de amplio análisis frente a la favorabilidad de presentar un clima universitario comprometido con el emprendimiento; asumiendo para los estudiantes mayores conocimientos y habilidad canalizados a través de la práctica; generando la necesidad de la flexibilidad del aprendizaje universitario forjado desde las especificidades mismas de los estudiantes.

Para el estudiante universitario estas normas miden la presión de su entorno inmediato a la hora de atreverse a optar o no por el emprendimiento, por la valoración que le otorga su familia o amigos.

El análisis del ecosistema de emprendimiento en las instituciones de educación superior (IES), se centra en la intención emprendedora de los estudiantes, el perfil del docente, las estrategias de fomento y los planes de negocio para establecer la línea base del desarrollo de la cultura del emprendimiento. La universidad potencia el capital humano de sus estudiantes en dos niveles: la difusión de la cultura emprendedora y el desarrollo de competencias específicas para emprender (Caicedo, 2015) sin duda, el fomento del emprendimiento dependerá de un sin número de factores en una nación, en este contexto, el clima o ecosistema emprendedor podría ser decisivo al momento de construir un tejido emprendedor sostenible.

El ecosistema emprendedor universitario explica también a la intención emprendedora, aunque no tan fuertemente como la norma subjetiva, sin embargo, su rol se vuelve importante cuando se le introduce como mediador entre la norma subjetiva y la intención emprendedora. Criterio similar al realizado por quienes señalan a la universidad como proveedora de herramientas, habilidades y competencias que se ponen a disposición del emprendedor en su decisión de iniciar una empresa.

El emprendimiento se ha ganado un gran sitio por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica a ello se suman los altos niveles de desempleo que han ido ganando esa idea de iniciar sus propios negocios y generar sus propios recursos.

1.2.3. Tipos de Emprendimiento

Existen diversos tipos de emprendimiento y es necesario conocer en que consiste cada uno: (Caro, 2019).

1.2.3.1. Tipos de emprendimiento según su innovación

- **Emprendimiento innovador:** Son emprendimientos en los cuales un proceso de investigación y desarrollo conduce a la innovación. Esto constituye una fuerte ventaja competitiva al momento de entrar en el mercado, porque garantiza un impacto basado en las necesidades del público objetivo del producto o servicio. Usualmente este tipo de emprendimiento suele estar relacionado con la ciencia y la tecnología. Por lo tanto, son empresas que requieren de un alto financiamiento para poder desarrollar el proceso de investigación y la posterior creación de los bienes.
- **Emprendimiento oportunista:** Se refiere a aquellos emprendimientos que surgen en un contexto donde puede identificarse una necesidad urgente o una oportunidad clara de negocio. Este emprendimiento requiere de una alta sensibilidad para detectar, explotar y ejecutar las oportunidades.
- **Emprendimiento incubador:** Se refiere a aquellos emprendimientos que no están basados en oportunidades emergentes, sino en todo un proceso de incubación previa. Por lo tanto, se enfocan en la satisfacción de aquellas necesidades del mercado que son permanentes y bien conocidas.

1.2.4. Sostenibilidad de Emprendimientos

El término sostenibilidad, no tiene una definición ya establecida en relación con el emprendimiento; sin embargo, se vincula en el ámbito económico con la capacidad de un negocio para permanecer en el tiempo, generando condiciones adecuadas que garanticen su estabilidad y presencia en el mercado. (Vásquez, 2009).

En el campo de la Economía Social y Solidaria tanto la propia definición de sostenibilidad como el alcance de su aplicación están en discusión. Se considera que la sostenibilidad es una noción actualmente en construcción y que en principio hace referencia a la capacidad de perdurar en el tiempo de cierta actividad, proceso

o institución. La sostenibilidad de un emprendimiento refiere a su capacidad de generar condiciones de viabilidad y seguir funcionando a mediano y largo plazo.

Los emprendimientos sostenibles son aquellos que desarrollan estrategias, para alcanzar sus objetivos, permitiéndoles mantenerse en el mercado a través del tiempo, cubriendo sus gastos y obteniendo utilidades, de esa manera aportan al desarrollo económico del lugar en el que se ubican, mejoran su estilo de vida y contribuyen al bienestar de sus trabajadores.

La sostenibilidad hace referencia a la capacidad de mantenerse en el tiempo, en la medida que se desarrollan capacidades y competencias. En este caso específico, se refiere a la capacidad de una organización de mantener un posicionamiento en el mercado y en el sector que le permita sobrevivir a través de los años, generando rentabilidad y productividad, tanto para la propia empresa, como para el sector en que localiza y para las personas que laboran en ella (Wagner & Schaltegger, 2011).

Para que un emprendimiento sea considerado como sostenible, éste debe percibir ganancias suficientes, después de los gastos que implica la actividad económica y productiva del mismo; permitiéndole realizar inversiones, en cuanto a la mejora continua de la empresa, para que pueda ofrecer un mayor valor agregado en sus bienes o servicios (Zorilla, 2013).

Estas unidades logran mantener un nivel de operaciones que no sólo les permite la reposición del capital, sino, además, la acumulación y la reinversión en pequeña escala”. De esta manera tiene mayores probabilidades de sobrevivir en el lugar en el cual introdujo su producto, convirtiéndose en una empresa sólida y combatiendo a su competencia.

1.2.5. Emprendimiento y el Aporte al Desarrollo Económico-Social

La apertura de nuevos emprendimientos ha contribuido a la sociedad de manera productiva, en primer lugar, satisfaciendo de una forma más eficiente y rápida las necesidades de los consumidores, llegando a nuevos nichos de mercado o a mercados atendidos inadecuadamente, brindando así una buena atención y promoviendo el desarrollo social.

Formar en el emprendimiento es significativo para el desarrollo local, el cual es planteado como el beneficio que la sociedad recibe al afrontar de una forma más eficiente la satisfacción de las necesidades y la solución de los problemas con prontitud de las respuestas a las demandas de la comunidad, lo que reconoce al emprendedor como figura auténtica en el progreso permanente de una localidad a nivel municipal y/o regional (Duarte & Ruiz, 2009).

A más de aportar al beneficio de la sociedad, en cuanto a la satisfacción de las necesidades de los habitantes de una localidad, el emprendimiento juega un papel muy importante en el crecimiento económico de la misma; puesto que las empresas privadas son las que generan mayores fuentes de trabajo en un país, reduciendo la tasa de desempleo, y por ende disminuyendo el índice de pobreza. (Bedoya, 2009) “El nivel de desarrollo económico y social de un país, depende en gran medida de la dinámica emprendedora que ostente en su interior y de los esfuerzos conjuntos, del sector público y privado, por promover la cultura emprendedora, sobre todo la que contiene altos estándares de innovación, investigación y desarrollo, la creación de empresas, ha adquirido relevancia en los últimos años al convertirse en el instrumento para contrarrestar los índices de desempleo en el país.

La creación de más empresas, significa la producción de un mayor número de bienes dentro del país, lo cual incide directamente en la aportación al crecimiento del Producto Interno Bruto de la Nación (PIB) y de esa manera permite un mayor dinamismo en la economía, lo que significa el progreso y desarrollo de la misma, garantizando la estabilidad de los habitantes; sin embargo para que los beneficios sean totales, los nuevos emprendimientos deben permanecer a largo plazo en el

mercado y de esta manera generar beneficios para sí mismos y para las personas del entorno, al no lograr cumplir con sus objetivos, los emprendimientos desaparecen a temprana edad, debilitando la estructura empresarial del sector y por ende la economía del mismo; de ahí parte la importancia de generar negocios competitivos, que permanezcan de manera estable, logrando el reconocimiento de los clientes y generando rentabilidad constante.

El efecto del emprendimiento sobre el crecimiento económico y la prosperidad material de la sociedad será positivo si los nuevos emprendedores disponen de las capacidades directivas necesarias para impulsar la productividad de las nuevas empresas por encima de la productividad de las existentes (Torrent, 2013).

Los conocimientos fortalecen cada día más a los estudiantes con educación formal y no formal conjuntamente, el talento humano debe nutrirse de las enseñanzas del vivir diario y de la retroalimentación constante, muchas de las actividades que se fomentan en la sociedad tienen que ser muy bien observadas y analizar la calidad del resultado final en las investigaciones (Ramirez, 2016).

El adelanto de los países depende esencialmente de su espíritu emprendedor, desarrollándose en aquellos países en donde la capacidad económica lo estimula. Sin embargo, eso no basta, ya que se debería partir desde lo primordial, tomando en cuenta que desde los principales niveles de educación es viable crear un espíritu emprendedor, por lo que a nivel de la educación básica y de la educación superior es preciso originar la cultura emprendedora (Omelas & Contreras, 2015).

1.2.6. Emprendimiento en Universidades

Todos los seres humanos somos emprendedores por naturaleza. Es posible que estas afirmaciones sean de sentido común, lo cierto es que la poca evidencia científica lograda en nuestro medio también coincide en creer que las universidades juegan un papel importante o tienen que jugar un papel trascendente en la formación de jóvenes emprendedores (Olivero, 2007).

De acuerdo con este autor considero importante el realizar un análisis de la actitud emprendedora, espíritu emprendedor, los limitantes a la hora de realizar emprendimientos los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Priorizar el accionar académico en el desarrollo de habilidades y destrezas que le permitan al estudiante obtener en primer lugar avances significativos en el ejercicio de las relaciones de convivencia, tanto en la universidad y la facultad como centro de vida, en la tolerancia y el respeto por el otro, los otros y lo otro, frente a sus responsabilidades personales, familiares, empresariales, gremiales y sociales, y en los aspectos económicos, sociales, financieros, administrativos y contables. (Moncayo, 2008).

Para todos es conocido que el vínculo directo que existe entre las universidades y los estudiantes es fundamental, porque en ella adquieren mayor grado de conocimiento en las aulas, que en un momento determinado ayudará a la implementación de sus propios negocios.

Es menester trabajar desde las aulas de clases con las actitudes, habilidades, destrezas y especialmente en el espíritu emprendedor del estudiante, que desde allí vengan con el firme propósito de encaminar su accionar e la ejecución de su propia empresa

En cada estudiante existe un millar de ideas que podrían ser factibles de realizarlas por lo que debe existir el trabajo en conjunto de los docentes y estudiantes que ayuden durante su carrera estudiantil a la consecución y ejecución de una empresa palpable.

1.2.7. Capacidad Emprendedora

Para poder generar negocios exitosos, las personas deben estar dotadas de una capacidad emprendedora, ya sea que hayan nacido con ella o que a lo largo de sus vidas aprendan a adquirir estas habilidades, logrando así poder actuar de la manera más correcta ante las distintas situaciones que se presenten a lo largo del proceso de la creación y sostenimiento de los emprendimientos, para ello se debe contar con una serie de actitudes, aptitudes, habilidades y motivaciones que permitan gestionar las empresas de manera eficiente, mediante la correcta organización y planificación de las mismas. (Román, 2012) Redactó:

Los valores de la cultura y competencia emprendedora vienen determinados por una serie de capacidades que se pueden aprender y desarrollar en el entorno educativo como la creatividad, el liderazgo, la imaginación, la autonomía, la flexibilidad, la responsabilidad, el trabajo en equipo o la innovación, entre otras, para conseguir un tejido emprendedor es fundamental formar personas con capacidad de innovar, que sean creativas, metódicas, éticas, responsables y efectivas. Es muy conveniente trabajar estos valores del emprendimiento con los más jóvenes dentro del sistema educativo.

Se trata de potenciar las fortalezas y capacidades de las personas, encaminándolas a tener una mentalidad de superación constante, en la cual en su futuro se vean como jefes y no como subordinados, esperando seguir órdenes constantes de sus superiores, sino más bien teniendo una visión de grandeza, al tener como objetivo en su mente ser propietarios de su unidad productiva, mejorar su situación económica y de quienes están involucrados en este proceso, además de ofrecer mejores condiciones de vida para su familia, generar fuentes de empleo y ayudar al crecimiento económico y social del lugar donde se ubican.

1.2.7.1. Capacidad Emprendedora en el Ecuador

Para el (GEM, 2017) la intención de emprender en la población es del 52% de los ecuatorianos, siendo el segundo porcentaje más alto en la región después de Colombia, y por encima del promedio para las economías de eficiencia. Sin embargo, esta intención se ve afectada por el temor al fracaso que se convierte, en algunos casos, en una barrera para emprender. En Ecuador el 31.7% de la población considera que el miedo al fracaso le impediría emprender, alrededor de la media regional pero inferior a la media para economías de eficiencia.

En la actualidad la crisis económica por la que el país atraviesa, puede ser un impulsador, para que las personas busquen otras formas de generar ingresos, para poder llevar una vida digna y mantener a su familia, encontrando en el emprendimiento una salida a la carencia de dinero y pocas fuentes de empleo, aportando mediante sus nuevos negocios al desarrollo económico del Ecuador.

La intención de emprender junto con las percepciones de oportunidades y capacidades está correlacionadas. Para 2017, se ha encontrado que el 54.43% de la población que percibe oportunidades en los próximos 6 meses, estaría iniciando un negocio en los próximos tres años, en contraste con el 41.65% para quienes no perciben oportunidades. Del mismo modo, el considerarse capaz poseyendo los conocimientos y habilidades para emprender, también incide en la intención de emprender. El 53.2% de quienes se consideran capaces y no están emprendiendo actualmente, iniciaría un negocio en los próximos tres años, en comparación con el 35,9% de quienes no perciben poseer las capacidades para emprender (Lasio, 2017).

Los ecuatorianos son personas creativas, innovadoras, capaces de identificar oportunidades de negocios y saberlas aprovechar mediante la creación de un emprendimiento, son líderes y su principal fortaleza es la perseverancia, pese a circunstancias poco alentadoras en cuanto a la economía del país, siempre miran hacia adelante y buscan la manera de generar ingresos, que les permitan mejorar la calidad de vida de su familia y la suya.

1.2.8. Fomento de la Cultura del Emprendimiento

La cultura del emprendimiento es la manera de pensar y actuar de una persona direccionada hacia la creación de su propio negocio, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión amplia, global y con un liderazgo equilibrado, de la intuición de riesgo y fracaso, cuyo resultado beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad.

Consciente de que formar una cultura emprendedora no es de la noche a la mañana se hace necesario que el individuo inicie un proceso de autorrealización personal y que mejor que sea con su propio negocio a través de los diferentes emprendimientos existentes. Por ello se debe reestructurar nuestro sistema educativo que si bien es cierto aporta en gran parte a la cultura de emprendimiento aún no es suficiente por cuanto somos formados para servir de empleados asalariados y no empresarios emprendedores.

1.2.9. Factores de éxito para emprendimientos.

La regla de un emprendedor que pone en marcha su negocio es convertirlo en un negocio rentable. Todo gran negocio comienza con empuje y pasión, y sobre todo con una idea (Alcaraz, 2011).

- **Decide tú, tu propio destino:** Sí, somos conscientes de que decidir sobre nuestro propio destino nunca es fácil y que se trata de una de esas frases grandilocuentes que en realidad no dicen nada. Pero la idea principal que debe calar en un espíritu emprendedor es que él puede decidir sobre su propio futuro.

Para alcanzar esto por supuesto hay que probar con ideas diferentes, ser imaginativo, creativo, y caminar por sendas por las que otros no han caminado. Las mejores ideas de negocio en la historia han sido muchas veces tachadas de alocadas, por enfrentarse a lo establecido o proponer soluciones no tradicionales.

En los últimos años por fortuna se está desarrollando ese ecosistema necesario para hacer crear el clima de emprendimiento e innovación que es tan necesario, y donde los futuros emprendedores pueden reunirse con personas a las que admiran o donde pueden surgir oportunidades de negocio inesperadas.

- **Qué puedes aportar tú, cuál es tu secreto del éxito:** Otro de los elementos indispensables para alcanzar una idea exitosa y emprender con resultados positivos es aprovechar al máximo las capacidades de uno mismo. Las personas exitosas descubren rápidamente cuáles son sus virtudes y, lo que es más importante, detectan también qué les impide avanzar.

En este sentido son muy importantes los coaches y mentores, profesionales expertos en evaluar fortalezas y debilidades que ayudan a detectar todos estos atributos. Una vez detectados tanto virtudes como defectos es el momento de sacar partido de ellos. En muchas empresas, mentores y coaches son imprescindibles para precisamente esto, ayudar a detectar a empleados y miembros de un equipo de trabajo o de un proyecto qué papel ha de desempeñar y cuáles son sus pasos a seguir para conseguir resultados. Son muchos los casos de éxito en empresas basados en la gestión de capacidades de los diferentes profesionales.

- **Marcarse objetivos claros:** Otro de los factores indispensablemente necesarios para alcanzar el éxito en un proyecto emprendedor es la elección de objetivos que sean cumplibles pero ambiciosos. La capacidad de elegir una meta y trabajar en torno a ella sin mostrar debilidades y distracciones es una característica común de cualquier emprendedor exitoso.

Para emprender un negocio resulta fundamental crear prioridades que permitan seleccionar las oportunidades o caminos a seguir. Y por supuesto, no desesperes si los resultados tardan en llegar.

La conocida zona de confort: Es otro concepto que está muy trillado, pero lo cierto es que es real. La zona de confort es ese espacio social y profesional en el que nos sentimos cómodos, estabilizados y sin altibajos, pero también sin emociones.

El éxito de un proyecto emprendedor obliga a escapar de esa zona de confort y asumir una serie de riesgos, pero siempre teniendo claro el peligro que conllevan esos riesgos. Para asumir riesgos de manera sensata debes creerte joven, es decir, buscar ese nivel de incertidumbre que te haga sentir algo incómodo pero emocionado y ansioso al mismo tiempo.

Asumir riesgos también presenta como punto positivo que te hace conocerte a ti mismo, cuantos más riesgos experimentes, más fácil será conocer tu capacidad real de gestión.

- **Trabajo, trabajo y más trabajo:** No se trata de trabajar más para ganar más dinero o tener las mejores ideas de negocio, sino hacerlo para alcanzar todas las metas fijadas. Las personas exitosas son aquellas que están impulsadas por esa energía interna que les permite salir adelante aun cuando se enfrentan a fracasos o el éxito parece estar muy alejado.

No se trata de querer alcanzar la meta final, sino ir construyendo día a día el futuro, disfrutar con la gestión del proyecto, divertirse con el proceso y poco a poco ir ganando en resistencia para poder enfrentar esas decepciones que pueden surgir por el camino.

1.2.10. Motivación para emprender

Existe un sinnúmero de motivos y circunstancias para que un individuo decida iniciar con su emprendimiento que van desde una simple ilusión o motivación personal y familiar hasta por una necesidad básica de subsistencia. Por lo tanto, se considera a la motivación como la fuerza de una persona para proponerse una meta, usando los medios necesarios y del entorno para la consecución de su objetivo.

Al realizar la investigación se encontraron las siguientes motivaciones:

- Desarrollar proyectos de vida
- Mejorar económicamente
- Por desempleo y por encontrar el modo de resolver una necesidad
- Aprovechar oportunidades
- Disponibilidad de recursos

Como consecuencia de las necesidades que había y hay en nuestra sociedad, una alternativa es el emprender en tu propio negocio, que además de generar una satisfacción personal también logra generar recursos económicos al individuo que lo pone en marcha.

1.2.11. Características del emprendedor

Un emprendedor no solo es quién tiene la idea, sino quien reúne algunas características necesarias que harán que su emprendimiento sea exitoso (Fuentelsaz & Gonzalez , 2015).

- **Visión:** Debe tener una visión de negocio especial. Un olfato que le permita anticiparse para poner en marcha un negocio que realmente satisfaga las necesidades de su público objetivo.
- **Iniciativa:** Un emprendedor debe llevar la iniciativa como bandera. Una persona que se plantee continuamente nuevas propuestas, mejoras y oportunidades.
- **Pasión:** Un emprendedor sin pasión por lo que hace no tiene ningún sentido. Al emprendedor tienen que entusiasmarle lo que está llevando a cabo y creer en su proyecto ya que de ello también dependerá su éxito o fracaso.

- **Ambición:** Tener claro qué queremos conseguir y, después, plantearnos cómo lo vamos a lograr, ayudará al emprendedor a ver el camino con mayor claridad.
- **Liderazgo:** Una start-up o proyecto emprendedor necesita de un buen líder que tenga una capacidad de influencia especial y que sepa conectar con sus trabajadores.
- **Resolutivo:** Otra cualidad del emprendedor es la capacidad de resolver los inconvenientes o problemas de una manera rápida y eficaz.
- **Creativo:** Debe tener una mente innovadora y creativa, cuya inspiración no tenga límites precisamente para idear un proyecto innovador.
- **Asertivo:** Mostrarse seguro de sí mismo y hacérselo ver al resto.
- **Capacidad De Aprendizaje:** Aprender día a día de los aciertos y de los errores es otra de las grandes cualidades que ha de tener un buen emprendedor.
- **Optimista:** Ser positivo ayudará al emprendedor a convertir las amenazas en oportunidades. Asimismo, favorecerá a cumplir con el resto de cualidades, ya que permitirá afrontar con una mejor actitud ante cualquier adversidad, además de desarrollar una mentalidad constructiva.

1.2.12. Habilidades del emprendedor

En los estudiantes universitarios es fundamental fomentar las habilidades emprendedoras en cada etapa de su carrera que describen su grado de competencia para cumplir objetivos y metas. Éstas pueden ser aptitudes, destrezas o capacidades innatas, pero también se pueden desarrollar mediante la práctica. Se aprenden y se integran al comportamiento y a las acciones cotidianas a través de la prueba y el error (Fuentelsaz & Gonzalez , 2015).

- **Liderazgo:** El papel de un emprendedor es convocar a otras personas y convencerlas de formar parte de sus iniciativas. Ser líder no sólo significa tomar decisiones, sino crear y generar valor.
- **Networking:** Una de las partes cruciales del éxito de todo emprendedor tienes que ser capaz de aprovechar estas circunstancias y generar una red virtuosa de relaciones con proveedores, instituciones financieras.
- **Impermeabilidad a las críticas:** Capacidad para auto-analizarse y ver sus propios fallos.
- **Pasión:** Poseer una pasión por lo que estás haciendo es una de las más importantes cualidades emprendedoras. Si no disfrutamos o no sentimos con firmeza la búsqueda de nuestros logros, podemos comenzar a sentirnos como si estuviéramos en un trabajo más.

1.2.13. Apoyo de las redes

Funcionan para dar asesoramiento financiero, proporcionando capacitación para mejorar el desarrollo de los emprendimientos, entre otras opciones estratégicas que favorecen su crecimiento. Se trata de un sistema de servicios adecuado a los requerimientos de los emprendedores y empresarios, que los apoya a delimitar cuáles son los productos o bienes que realmente fortalecerán la Empresa.

- **Corporación Financiera Nacional:** (Dunn, 2020) Tiene como principal objetivo brindar apoyo a los sectores de producción y estrategia del Ecuador, La CFN ofrece lo siguiente:
 - Apoyo Solidario.
 - Crédito Directo.
 - Factoring Electrónico.
 - Factoring Internacional.
 - CFN Construye.

- Financiamiento Forestal.
- Cambio de la Matriz Productiva.
- Programa de Apoyo Productivo y Financiero.
- Programa de Financiamiento para Emprendedores.
- Financiamiento para Floricultores.
- Talleres de educación financiera.

Gracias a esto la CFN aporta al emprendedor conocimiento fundamental sobre temas como plan y modelo de negocios, atención a los clientes, derechos y obligaciones de los usuarios financieros, manejo de ahorros, saber administrar los riesgos, líneas de financiamiento y mucho más.

Banco del Pacífico: Esta institución financiera estatal del Ecuador es actualmente una de las que cuentan con gran número de utilidades en el país, gracias a esto nos brinda la oportunidad de emprender mediante la financiación de nuestros proyectos. ¿Qué necesitamos? Tener iniciativa y muchas ideas innovadoras. De la mano de la AEI [Alianza para el Emprendimiento e Innovación] se plantea agilizar la ayuda al emprendedor.

1.2.14. La responsabilidad social para emprendedores

Hoy los consumidores no sólo buscan un producto que pueda satisfacer una necesidad, que sea de calidad y no cueste mucho, sino que además sea amigable con el medio ambiente, que impulse de alguna manera el desarrollo de una comunidad y que venga de una empresa que garantice su compromiso con el progreso de una sociedad. La responsabilidad social es, entonces, una nueva manera de hacer negocio.

Cuando se trata de pequeñas y medianas empresas, se recomienda en primera instancia, “hacer una autoevaluación de sus prácticas empresariales en los diferentes ámbitos de la responsabilidad social, a saber: gobierno corporativo, organización interna, derechos humanos, bienes y servicios, proveedores, medio

ambiente y comunidad. Esto con el fin de identificar las áreas donde tienen mayores oportunidades de mejora y diseñar un plan de trabajo que les permita priorizar sus acciones de RSE a implementar. Adicionalmente, las empresas pueden definir sus principios de responsabilidad social, sus valores y su política de sostenibilidad, de tal manera que estos se conviertan en los principios orientadores del quehacer de la empresa (Gonzalez, 2015).

Los principales beneficios de la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial son:

- Mejoramiento de los sistemas de gestión
- Mayor motivación y productividad de los trabajadores
- Mejor clima laboral
- Disminución de los riesgos legales, sociales y ambientales
- Producción más eficiente y limpia
- Mejoramiento de la relación con los grupos de interés
- Aumento en la satisfacción de sus clientes, trabajadores, proveedores y demás grupos de interés.
- Incorporación de indicadores y estándares internacionales
- Generación de valores agregados y de aspectos de diferenciación frente a la competencia
- Fortalecimiento de la imagen corporativa y de la marca
- Incremento de la confianza de los inversionistas y socios.

1.2.15. Ecosistema Emprendedor

El Ecosistema Emprendedor se refiere a los elementos (individuos, organizaciones o instituciones externas) que propician las condiciones favorables para que un emprendedor se convierta en empresario, o que existan mejores condiciones para que un nuevo emprendimiento (startups) tenga mayores posibilidades de éxito. Está constituida por entidades que tienen interés real o potencial de desarrollar el espíritu emprendedor y pueden incluir a: instituciones del gobierno, universidades, sector

privado, inversionistas, bancos, centros de investigación, cooperativas, municipios, gobernaciones, fundaciones, organismos de cooperación, etc.

Para (Peralta, 2013) El Ecosistema Emprendedor es una red de colaboración y confianza entre personas y organismos, tanto públicos como privados, establecidos en una región, con el interés común de favorecer la actividad emprendedora y con funciones específicas dirigidas a lograr el surgimiento de nuevas empresas que fomenten la riqueza y el progreso.



Gráfico 4 Componentes del Ecosistema Emprendedor
Fuente: (PRODEM, 2012)

Sin la presencia simultánea de los tres componentes, no es posible tener un ecosistema emprendedor. Sin embargo, un ecosistema emprendedor puede existir, cuando la innovación es escasa, el financiamiento insuficiente, o con talento empresarial limitado, pero ninguno de estos componentes puede estar totalmente ausentes.

1.2.16. Planeación Estratégica

Es una herramienta de gestión que permite establecer el quehacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno. En este sentido, es una herramienta fundamental para la toma de decisiones al interior de cualquier organización. Así, la Planeación Estratégica es un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos y, especialmente, de los planes de acción que conducirán a alcanzar estos objetivos. (Rodríguez & Rodríguez, 2014).

Las empresas para sobrevivir en el mundo de hoy, deben de plantearse metas y objetivos específicos, relacionados con el tiempo y con niveles de autoridad necesaria en cada equipo de trabajo destinado para los fines.

El resultado obtenido de la planeación de metas y objetivos puede reflejarse de cierta manera en el presupuesto de la empresa, y de ello depende el éxito del mismo.

Con la ayuda de la Planificación Estratégica se busca la concentración en objetivos factibles de lograr y en qué negocio o área competir, en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

La esencia de la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros.

Planear significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo. La planeación estratégica no trata de tomar decisiones futuras, ya que éstas sólo pueden tomarse en el momento.

Se debe realizar un análisis de la situación previo a realizar una planeación estratégica, tomando en cuenta los elementos pasados, presentes y futuros que son

de gran relevancia para el crecimiento y bienestar, concentrándose en esfuerzos para entenderlos claramente y poder sacar el máximo beneficio.

Además, es importante que las personas involucradas en él tengan un amplio conocimiento de lo que tiene en mente el alto directivo y cómo operará el sistema.

Después de la realización del análisis de la situación se debe de ver el planteamiento de estrategias, luego que eso se tenga definido esto se procede al programa de implementación y posterior se hará una revisión de los mismos.

Un plan estratégico debe incluir:

- La misión de la empresa.
- Visión estratégica que defina los objetivos a alcanzar y el modo de conseguirlos.
- Análisis del presente de la empresa y su entorno o escenario.
- Plan de acción u operativo con el que llevar a cabo las estrategias que se hayan definido

A través de la redacción de este documento, los responsables de una firma plantean las decisiones desde el punto de vista estratégico que deberá seguirse a futuro, a mediano plazo principalmente. Normalmente esta previsión suele plantear un horizonte de tres años de cara a conseguir organizaciones competitivas y adaptadas a los sucesivos cambios del sector en el que se trabaja, aunque puede ir de uno a 5 años como mucho.

En ese sentido, cabe destacar que el plan estratégico también incluye un análisis sobre el punto en el que se encuentre la empresa en el presente y los recursos con los que cuenta para, con la ayuda de las estrategias que adopte y defina, llegar a cumplir las expectativas marcadas.

1.2.17. Incubadoras de Empresas

Las incubadoras de empresas son entidades promotoras de emprendimientos innovadores, tienen por objetivo ofrecer soporte a emprendedores para que ellas puedan desarrollar ideas innovadoras y transformarlas en emprendimientos de éxito. Para eso, ofrece infraestructura y soporte gerencial, orientado a emprendedores en cuestiones de gestión y su competitividad, entre otras cuestiones esenciales para el desarrollo de una empresa (Promotas, 2011).

1.2.18. Tipos de Incubadoras de Empresas

Existe un sinnúmero de clasificaciones posibles y aplicables a las incubadoras de empresas. La clasificación de las mismas ha evolucionado a través del tiempo usando diferentes parámetros. Por razones históricas, la mayoría de las incubadoras de empresas son instituciones sin fines de lucro. Son financiadas por gobiernos locales o nacionales, cuyo fin es estimular el desarrollo emprendedor, la generación de empleos y el crecimiento de una economía sana; incluso las incubadoras privadas, en su mayoría nacieron con apoyo de fondos públicos.

Existen 3 generaciones de incubadoras de empresas:

- La primera es la de incubadoras con un soporte reactivo de negocio, que brindan principalmente servicios elementales y alojamiento compartido. Básicamente ofrecen soluciones inmobiliarias.
- En la segunda generación, a estos servicios se agrega soporte y tutoría (coaching) al desarrollo de negocios.
- En la tercera generación, se incrementa el apoyo para que las empresas incubadas accedan con mayor facilidad a las fuentes de financiamiento.

1.2.19. El Proceso de Incubación

El proceso de incubación de empresas, generalmente comprende las siguientes etapas:

- **Pre incubación:** Elaboración de plan de negocios.
- **Incubación.:** Operación del Negocio.
- **Post incubación:** Consolidación.

1.3. Fundamentación del estado del arte. -

El siguiente análisis de caso se basa en el enfoque mixto, investigación cuantitativa y cualitativa (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2010) “El enfoque mixto utiliza la integración de métodos a través de un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio o investigación”. El enfoque cuantitativo y cualitativo como lo expresa el autor (Galeano, 2003):

Los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación y la predicción de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva su intencionalidad es la búsqueda de la exactitud, de la medición de dimensiones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable. (Galeano, 2003)

Los estudios de orden cualitativo tienden a comprender la realidad social como fruto de un proceso histórico de construcción visto a partir de las multitudes lógicas presentes en los diversos y heterogéneos actores sociales, y por tanto desde sus aspectos de ser, ideas, sentimientos y motivos internos de los protagonistas. Trabaja con la palabra, el argumento, el consenso. (Galeano, 2003)

Además, se ha realizado consultas para conocer si existe en la ciudad de Latacunga estudios referente al tema de investigación por lo que intrínsecamente dentro del repositorio de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-Latacunga, existen estudios similares al tema planteado cuya autoría es de (Caicedo F. , 2012); En este

trabajo se realiza una amplia revisión a la literatura que permite argumentar sobre los principales factores de éxito en los emprendimientos para entenderse los diferentes enfoques y niveles.

Previo a la realización del trabajo investigativo se encontró que existe una investigación con el tema: “Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado” (Bolívar & Padilla, 2009).

Mediante esta investigación se pudo evaluar el impacto que ha tenido el emprendimiento en empresas de los estudiantes y estudiar los factores claves para ser exitosos sus emprendimientos, por lo que universidades deben ser las responsables de implementar programas de apoyo, para incentivar a los estudiantes a desarrollar propuestas de negocios e implantarlas mediante una ayuda de entidades gubernamentales o no gubernamentales.

También se contó como aporte la investigación de (Robalino & Vizúete , 2014) con el tema: “Iniciativas de Emprendimiento de los Egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana, en cumplimiento de la Misión de la Universidad.

A través de este trabajo se identifica los principales elementos que influyen en las decisiones de emprender o no de los egresados en un proyecto de negocios y determinando de esta manera el cumplimiento o no de la Misión Institucional.

En este mismo contexto sirvió como aporte para la investigación el “Estudio del nivel de emprendimiento de los egresados de las carreras en Ciencias Administrativas de las universidades y su incidencia en el desarrollo microempresarial de la ciudad de Tulcán, del autor (Córdova, 2014) donde se identificó el nivel de emprendimiento de los egresados de las diferentes universidades de la ciudad de Tulcán;

Se diseñó una propuesta clara, práctica y viable la cual incentive, motive y ayude a generar ideas innovadoras a los estudiantes egresados, a la constitución de microempresas y que además dará como resultado un incremento en el nivel de emprendimiento, fomentando el desarrollo en la ciudad de Tulcán.

Dentro de la recopilación de la información realizada se encontró un trabajo sobre el tema: “Incubadora de Empresas: vía para el emprendimiento en las universidades, en donde se manifiesta las técnicas y procedimientos para consolidar un buen emprendimiento, sostenible y sustentable; por lo tanto, es indispensable señalar que la educación superior tiene gran responsabilidad ante la sociedad, pues exige producir conocimientos que les permitan a los estudiantes y egresados generar soluciones creativas a los problemas que la aquejan. Las universidades se convierten entonces en proveedoras de mano de obra intelectual calificada para el desarrollo del país.

Está claro que en todas las investigaciones recopiladas se evidencia el aporte que desde las universidades se hace a los graduados entendiéndose que los emprendimientos que surgen como spin off universitarios tienen mayores probabilidades de atraer inversionistas, de sobrevivir los primeros años críticos de vida y de tener altas tasas de crecimiento.

Entre las motivaciones que presentan los mismos universitarios emprendedores están: experiencia comercial, facultad altamente productiva, redes sociales externas a la universidad, factores de la universidad: cultura académica, políticas universitarias, características de las oficinas de transferencia tecnológica de la universidad, política de propiedad intelectual de la universidad, factores de desarrollo del negocio: financiamiento del desarrollo, equipo fundador y comprendedores, vínculos con la institución “madre”, características de la tecnología y de la industria, factores regionales, política pública; Cada uno de estos factores tiene incidencia en el éxito del emprendimiento de base universitaria, lo que justifica desarrollar programas en los que participen distintos actores del “ecosistema” emprendedor.

En el trabajo de investigación elaborado por (Vela, 2009) se señalan algunos resultados respecto a la actividad emprendedora de nuestro país y en la que se indica que, en el año 2004 existían aproximadamente 6 300 000 emprendedores. Es en ese sentido existe una necesidad de que los emprendedores universitarios de empresas recién constituidas puedan tener un apoyo que les permita mejorar su competitividad en los mercados gracias a la presencia de una incubadora de empresas.

Dentro de la visión universitaria se considera que la sociedad cada día migra más hacia una economía digital; el emprendimiento e innovación se han convertido en un pilar fundamental en la educación superior más aún cuando las empresas comienzan a madurar su demanda por soluciones tecnológicas para las necesidades de sus respectivas cadenas de valor. En esta coyuntura la academia; las universidades han iniciado la estructuración de sus respectivos Centros de Emprendimiento.

El desarrollo y efectiva gestión de estos centros de emprendimientos logrará acabar con el divorcio que existe entre los centros educativos superiores y las empresas; ya que será el sector privado que tenga la gran oportunidad de presentar y canalizar sus respectivas problemáticas y demandas de soluciones a través de estos centros generadores de innovación; en los cuales los grandes protagonistas serán los talentosos universitarios quienes se comprometan con la incubación de soluciones mediante su propias startups y emprendimientos dinámicos; asimismo estos centros son un puente para que el banco de tesis de los alumnos tanto de nivel pregrado; como postgrado puedan ser aplicadas al mundo real generando innovaciones para el sector empresarial.

Esta simbiosis y sinergia entre las empresas y las universidades permitirá canalizar mayor financiamiento privado en innovación desde el sistema educativo con investigación y desarrollo. Esta nueva relación estrategia entre academia y empresa brindará un apoyo de aceleración en las distintas etapas de desarrollo de los startups

desde su gestación, maduración y expansión contando con una demanda real y segura en el mercado.

1.4. Conclusiones del Capítulo 1

Mediante la descripción de la información expuesta se puede comprobar que existe gran importancia respecto al emprendimiento y el emprendedor desde la antigüedad hasta los actuales momentos y que desarrollar una cultura de emprendimiento en los graduados permitirá en ellos esa iniciativa de creación de negocios que permanezcan consolidados durante el tiempo.

Con la ayuda de la fundamentación epistemológica se ha logrado ampliar el conocimiento de emprendimientos como alternativa laboral para los graduados y sobre todo entender el rol fundamental que las universidades ecuatorianas enfrentan un reto en la actualidad, elevar la calidad de la educación para formar profesionales emprendedores, altamente competitivos con una conciencia ética y solidaria, con responsabilidad social y ambiental, capaces de solucionar los problemas del entorno y contribuir al desarrollo económico y social de la comunidad, la región y el país.

Por ello el gran desafío que se tiene a través de la Educación Superior es mejorar drásticamente la calidad de la educación incentivando la innovación, ingenio y creatividad desde la academia; ya que si citamos la cifras de las estadísticas es alarmante los tan bajos niveles de inversión que existen en investigación y desarrollo en nuestro país comparado con otros países de la región La solución provendrá de las nuevas generaciones de jóvenes profesionales con talentos disruptivos que podrán brindar un gran aporte de soluciones innovadoras a las diversas problemáticas de cada comunidad empresarial, finalmente el aporte de contar con un programa dirigido a formar emprendimientos de profesionales para la sociedad es de generar una nueva generación de profesionales con mente disruptiva con vocación emprendedora; pudiendo identificar desde las aulas los problemas y necesidades del sector empresarial que los rodea creando soluciones en base a servicios y productos.

CAPÍTULO II

PROPUESTA

2. Título de la propuesta

“Plan estratégico para promover la generación de negocios a través de la formación de emprendimientos de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Administrativas”.

2.1. Objetivos

2.1.1. Objetivo General

- Coadyuvar a la articulación de estrategias sistemáticas mediante la formación de emprendimientos de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial que les permita poner en marcha su negocio.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Desarrollar un análisis de emprendimientos de graduados de otras cohortes, en donde se dé a conocer su accionar y su aporte a la problemática socio económica.
- Determinar los principales limitantes para la puesta en marcha de negocios de graduados de la carrera de Ingeniería Comercial.
- Diseñar un Plan Estratégico para contribuir a la formación de emprendimientos de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial.

2.2. Justificación

La realización de la propuesta de Plan Estratégico para promover la generación de negocios a través de la formación de emprendimientos de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial se justifica ampliamente desde la visión de los resultados obtenidos con la aplicación de los instrumentos (encuestas), gracias a ello se ha identificado que existe el temor al fracaso considerado como un problema social latente, al igual que no contar con los recursos financieros necesarios o las trabas dispuesta por el sistema financiero; lo que ha limitado su participación en proyectos de emprendimiento; hasta el responder a la línea de Vinculación e Investigación de: Administración y Economía para el desarrollo humano y social y está orientada a generar investigaciones que aborden temas relacionados con la mejora de los procesos administrativos e indaguen en nuevos modelos económicos que repercutan en la consolidación del estado democrático, un sistema económico solidario y sostenible que fortalezca la ciudadanía contribuyendo a impulsar la transformación de la matriz productiva.

También se ha obtenido como resultado mediante la aplicación de éste instrumento de investigación que existe un 100% de graduados de la carrera de Ingeniería Comercial, actualmente interesados en participar de actividades emprendedoras para ello es necesario salir de la zona de confort y atreverse a buscar nuevas oportunidades, el cambio de los tiempos ofrece nuevas posibilidades para prosperar y mejorar el nivel de vida, por lo cual se plantea dentro de la presente investigación estrategias que permitan activar las habilidades y espíritu emprendedor de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial.

También se ha demostrado con la aplicación de las encuestas que este proyecto es de gran relevancia e importancia, ya que el 96% de los graduados concluyen que la formación académica recibida en la Universidad Técnica de Cotopaxi permitirá contribuir con ese aporte a la cultura de emprendimiento, promoviendo la transferencia de conocimientos a la vinculación e inserción de profesionales al servicio de la sociedad, con la creación de sus propios negocios.

En nuestro país se requiere que se prioricen a los emprendimientos como una alternativa de solución social y económica; y las universidades son el medio adecuado, donde se debe promover y fomentar la creación de negocios y el desarrollo profesional de los graduados a través del emprendimiento.

De acuerdo con los resultados obtenidos se ha evidenciado que el 60% de los graduados consideran que el mayor impedimento y limitación al momento de iniciar un negocio es no contar con el dinero para hacerlo y que es muy reducida la disponibilidad de fuentes de financiamiento y la política fiscal, los excesivos trámites y la falta de planeación, ya que existen trámites que son imposibles de cumplir, no hay incentivos fiscales para que los emprendedores inicien su negocio sin cumplir con las obligaciones de las grandes empresas, La banca tradicional sólo presta a emprendedores que hayan pasado por un proceso de incubación de tres a seis meses, por tanto la investigación busca proveer precisamente de esta estrategia de incubación de negocios a los graduados.

Al brindar herramientas a los graduados para que puedan concretar sus ideas, éstos pueden concentrar sus habilidades en el desarrollo de sus potenciales académicos y profesionales como complemento de una gestión exitosa. Con ello se busca trascender la dificultad inicial del emprendimiento, ligada a la carencia de técnicas, por medio de asesoría especializada conjuntamente con el apoyo institucional.

2.3. Desarrollo de la Propuesta

2.3.1. Elementos que la conforman. -

La propuesta de Plan Estratégico se presenta como una alternativa para los graduados para la generación de negocios innovadores y competitivos a través del aprovechamiento de oportunidades y potenciales y es por esto que se vuelve necesario implementar políticas que faciliten el desarrollo de un ecosistema amigable para el nacimiento de las empresas del futuro.

Los elementos que la conforman son los siguientes:

- **Portada:** Título llamativo para generar interés
- **Introducción:** Breve resumen que contiene la propuesta
- **Objetivos:** Finalidad con lo que se pretende trabajar en la propuesta
- **Misión, Visión:** A dónde va y como se proyecta a futuro
- **Proceso Operativo:** Todas las estrategias a utilizar en la propuesta

2.3.2. Explicación de la Propuesta

La propuesta denominada “**INCUBA-UTC**” consiste en desarrollar estrategias sistemáticas que permitan impulsar la generación de negocios innovadores y diferenciados en los graduados de la Universidad Técnica de Cotopaxi, fomentando la cultura emprendedora, con la finalidad de alcanzar el desarrollo económico en la localidad.

La propuesta se divide en cuatro etapas:

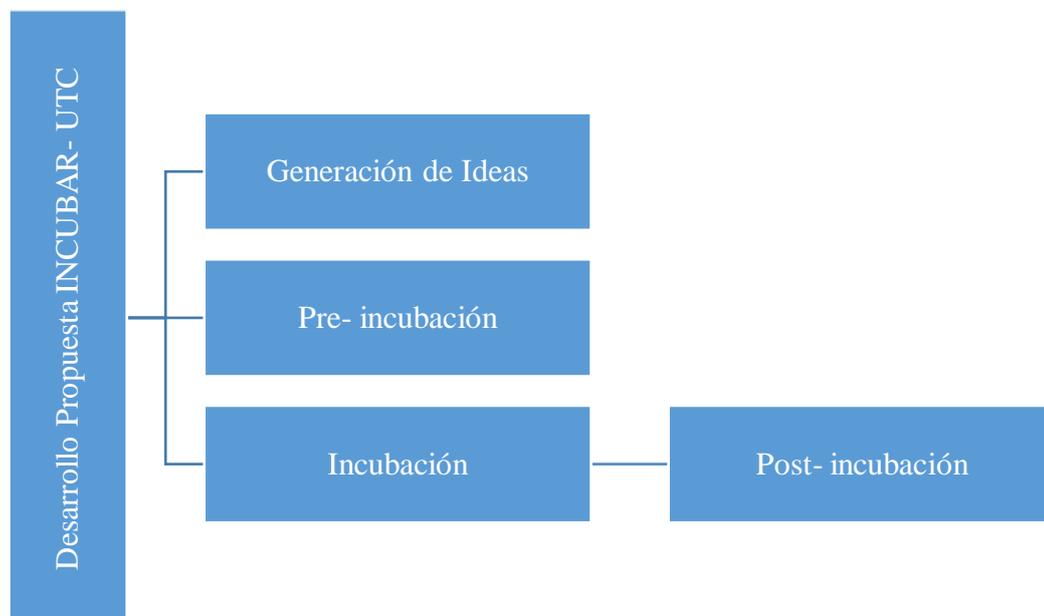


Gráfico 5 Proceso operativo
Elaborado por: Investigación

Cada etapa describe la metodología a utilizar dentro de esta propuesta, de esta manera ir involucrando a los graduados en la formación de emprendimientos, que identifiquen oportunidades de negocios y las ejecuten a corto plazo.

2.3.3. Premisas para su Implementación

Funcionamiento

PLAN ESTRATÉGICO

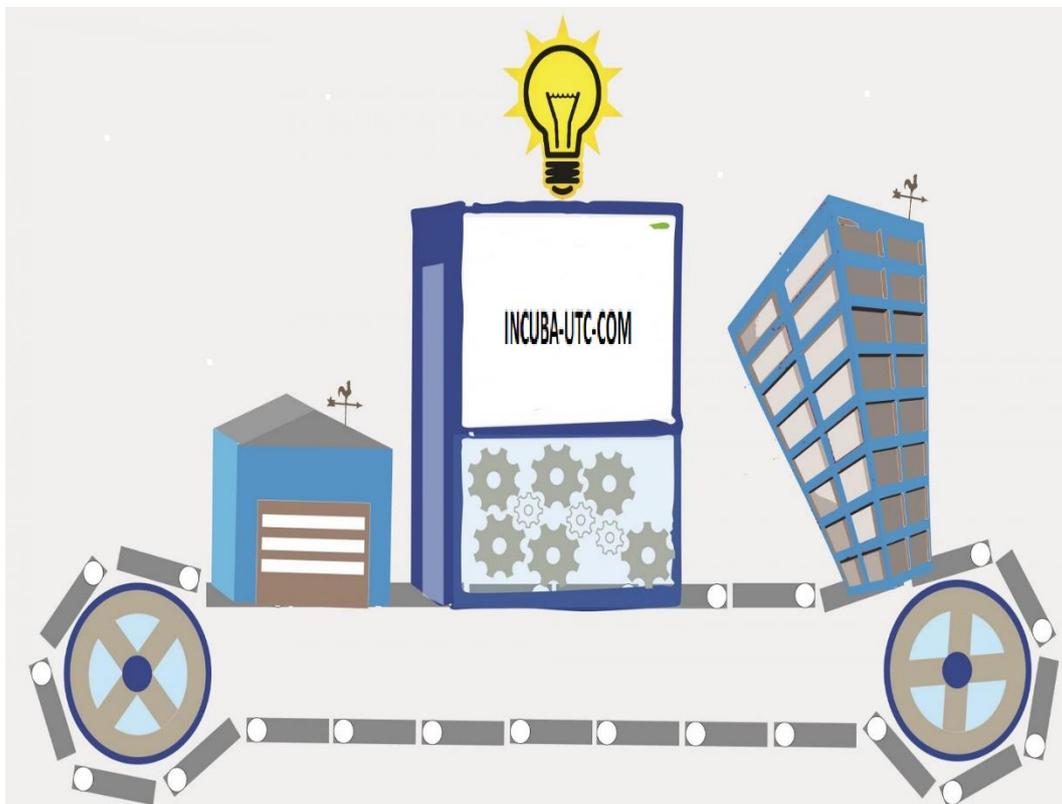


Gráfico 6 Plan Estratégico "INCUBA-UTC"
Elaborado por: Investigación

Introducción

La Universidad Técnica de Cotopaxi viene trabajando en el diseño de nuevas estrategias a fin de dar respuesta a nuevas necesidades relacionadas al empleo, dando oportunidades a los estudiantes y graduados universitarios para poder iniciar sus propios negocios para ello se ha planteado la creación de una estructura organizativa que permita atender los nuevos desafíos de la educación universitaria. En la búsqueda de nuevas alternativas, se han observado diferentes modelos, nuevos escenarios, incorporando dentro del perfil profesional capacidades emprendedoras constatando que la universidad se encuentra a las puertas de una nueva forma de transferir conocimiento; con una nueva mirada al futuro del país y el contexto socio económico.

Una de las estrategias de transformación educativa que permita generar nuevos puestos de trabajo a través de la creación de negocios, es la implementación de una Incubadora de negocios de graduados; para esto, se trata de formar profesionales especializados en la creación de negocios donde se reflejen los conocimientos y experiencias del proceso de apoyo al emprendedor para la creación de empresas innovadoras.

Justificación

En los actuales momentos existe una crisis económica profunda en el país que ataca de manera inevitable a los recién graduados, la sobre demanda de profesionales también es un atenuante por cuanto las fuentes de trabajo son muy pocas o escasas, por ello se proyecta retos para las universidades, consideradas como un pilar fundamental y propositivo, capaces de aportar en la dirección del desarrollo social y económico, para ello se pretende entregar una propuesta que contribuya en un alto porcentaje a la creación de negocios gracias a la formación en emprendimiento.

Si no existe el suficiente acompañamiento a iniciativas de negocios de graduados, se generará un obstáculo al emprender, pudiendo haber sido ésta muy exitosa en el

mercado, y al contrario se queda estancada, cuán importante es entonces que la academia no sólo estimule a los profesionales a desarrollar proyectos de negocios, sino que además brinde una asesoría especial para lograr su consolidación y posicionamiento.

Objetivos:

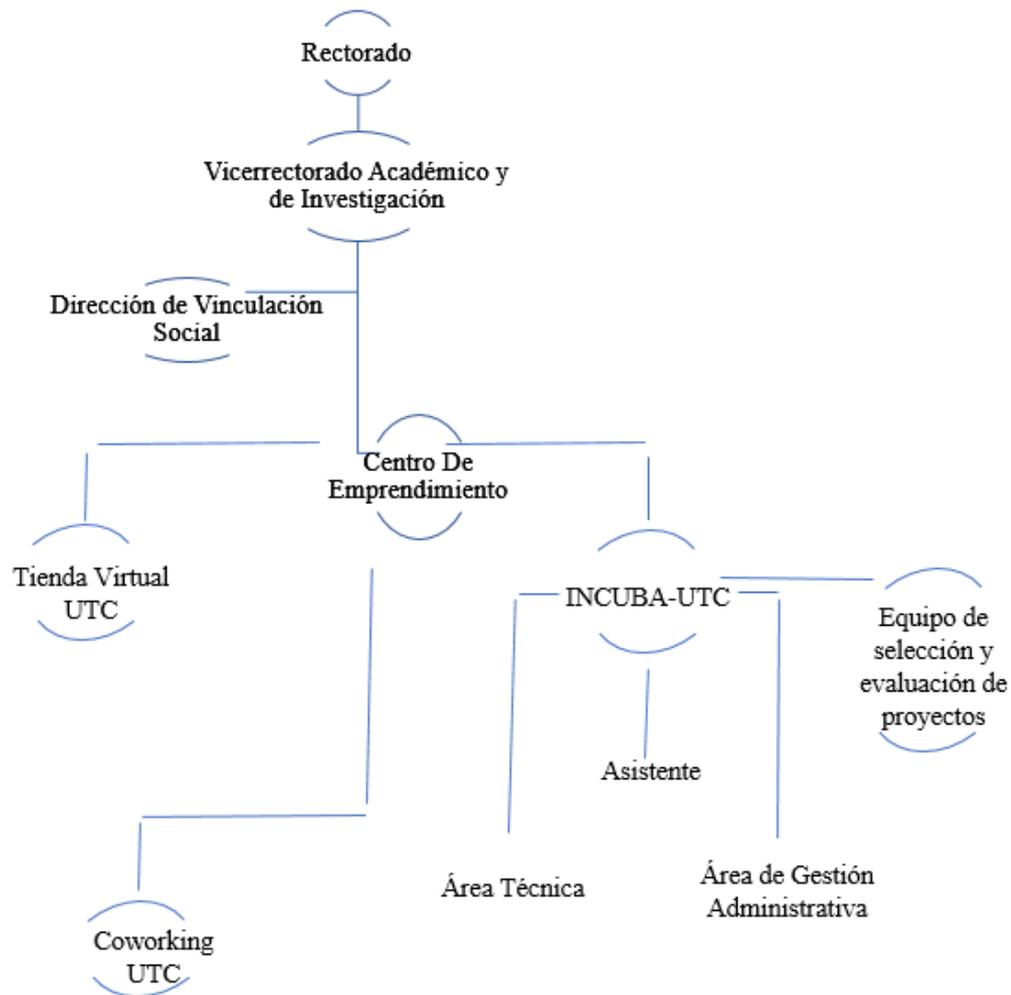
- Desarrollar la cultura emprendedora en los graduados universitarios
- Brindar servicios de apoyo para la generación, desarrollo y consolidación de negocios innovadores de graduados.
- Facilitar el acceso de las empresas incubadas a los potenciales aportantes de capital semilla, capital de riesgo y oferentes de créditos en condiciones favorables

Misión: Captar ideas de negocios y albergar emprendimientos de graduados, para contribuir en la conformación de negocios innovadores, dotándolas de herramientas para el éxito y su sostenibilidad.

Visión: Ser un referente en incubación de negocios de profesionales de la provincia.

“INCUBA-UTC” está dirigida a Graduados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, que cuenten con una idea de negocio o proyecto de empresa innovadora o hayan sido generados a partir de resultados de investigaciones aplicadas y/o análisis de mercados, trabajos de grado, en los cuales la tecnología representa un alto valor agregado.

Se plantea la siguiente Estructura Organizativa de “INCUBA-UTC”



*Gráfico 7 Estructura Organizativa
Elaborado por: Investigación*

Diagnóstico Situacional INCUBA-UTC

Para el proceso de análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) se consideran los factores económicos, políticos, sociales y culturales que representan influencia en el trabajo desde el ámbito externo y que inciden directamente en el trabajo interno de la incubadora, ya que pueden favorecer o poner en riesgo el cumplimiento de nuestros objetivos.

Factores Políticos: INCUBA-UTC, por desarrollarse dentro de la Universidad Técnica de Cotopaxi, la norma general que le regiría directamente es la Constitución de la República del Ecuador, luego está la Ley Orgánica de Educación

Superior (LOES), los Estatutos Orgánicos Institucionales, Reglamentos, Instructivos y demás leyes relacionadas con el comercio.

Factores Económicos: Dentro de los factores económicos que han afectado directamente al desarrollo socio - afectivo y económico de la población está la pobreza y el desempleo; en nuestra ciudad se destacan tres aspectos: Agricultura y Ganadería, donde tienen importancia el minifundio y las grandes explotaciones al igual que la ganadería lechera; Industria, donde las principales ramas industriales instaladas son: Alimentos y bebidas, tabaco, manufacturas metálicas, maquinaria y equipo, industrias del mueble y de la madera, la mayoría de ellas están ubicadas al norte; y Artesanías las más importantes son: zapatería, costura, carpintería, hojalatería, talabartería, cerámica, tejeduría.

Factores Sociales y Culturales: En lo concerniente al enfoque social, la universidad ha asumido esto con gran responsabilidad este factor ya que a través del servicio de vinculación con la sociedad ha logrado aportar con proyectos hacia el mejoramiento de las condiciones de vida de los sectores menos atendidos, en este contexto INCUBA-UTC, busca fomentar aquellas iniciativas de negocios que por falta de apoyo no cumplen su ciclo de vida y potenciar los emprendimientos para contribuir con el desarrollo social del país.

Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

AMENAZAS	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Regularizaciones desfavorables emanadas por parte del Estado que limitan el desarrollo de actividades empresariales. • Cambio de legislación para ejecución de proyectos para emprendedores. • Crisis económica a nivel nacional • Falta de recursos financieros para el desarrollo de proyectos de emprendedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Generador de Empleo • Equipo de trabajo, los asesores tienen experiencia en lo concerniente a emprendimiento y creación de empresas. • Experiencia en elaborar planes de negocios de servicios y productos • Identidad definida • Buena atención a los clientes • Proactividad en el desarrollo de proyectos. • Vínculos con aliados estratégicos

<ul style="list-style-type: none"> • Falta de emprendedores, se pierde el interés por parte de los graduados en la creación de empresas. • Competencia desleal, por parte de otras instituciones educativas con mayores recursos y consultoría de negocios. • La sociedad que desconoce lo que es realmente la incubación de empresas. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de personal en el área • Estandarización en el proceso de incubación • No contar con guías para la elaboración de planes de negocios • Adopción de modelos que no son viables. • Infraestructura no tan adecuada. • No llegan a finalizar los proyectos en emprendimiento. • No existe el vínculo universidad-gobierno - incubadora. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se conoce las necesidades de la población • Se ha venido modificando las políticas gubernamentales para planes de desarrollo económico • Única incubadora que ofrece sus equipos y personal a disposición de los emprendimientos a ejecutarse. • Se ubicará en un semillero que es la Universidad, donde se tiene ideas de proyectos a ejecutarse. • Asesoría técnica y administrativa • Poca competencia
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES

*Gráfico 8 FODA – INCUBA-UTC
Elaborado por: Investigación*

Actividades a desarrollar

ETAPA 1.- Sensibilización, Generación de ideas y Captación

Es la etapa donde se realizan actividades de sensibilización y capacitación y está orientado a los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial, en esta etapa, se fomenta la motivación para que puedan identificar una idea de su negocio con el apoyo del equipo técnico de la “INCUBA-UTC” Así también, se ofrecen tutorías personalizadas para que los potenciales emprendedores puedan identificar la idea de negocio.

“INCUBA-UTC” trabaja muy de cerca con los docentes de la materia de Emprendimiento, y se estimula que el Centro de Emprendimiento, pueda tener una participación activa a través de este proyecto y con la intención de generar empresas innovadoras desde la universidad. En esta etapa se incentiva a los emprendedores que puedan identificar un aliado o socio empresarial. Esta etapa no tiene un plazo de finalización, ya que depende de la actitud y proactividad del emprendedor.

Algunos cursos que “INCUBA-UTC” desarrolla en la etapa son:

- Talleres motivacionales para la identificación de las ideas de negocios.
- Introducción a la generación de modelos de negocios por el método Canvas
- Negocios que llegan lejos.
- Caja de herramientas para emprender.
- Taller de liderazgo.
- Taller de creatividad.

ETAPA 2.- Pre-incubación

En esta etapa, “INCUBA-UTC” pre-incuba a emprendedores por un tiempo máximo de 6 meses y no tiene costo por los servicios recibidos. Puede existir el caso donde el emprendedor demuestra una proactividad y una madurez del desarrollo del emprendimiento, por lo que el equipo técnico puede recomendar que el emprendedor pase a la siguiente etapa para proseguir con el desarrollo del emprendimiento. Para ingresar a la etapa de Pre-incubación, el emprendedor debe presentar un Perfil de idea de negocio y un Lienzo Canvas, formatos establecidos por “INCUBA-UTC” en estos dos formularios se observa la idea de negocio y la factibilidad del emprendimiento. En el caso de que la idea de negocio cumpla los requisitos, se firma con acuerdo con el emprendedor, donde se estipula los servicios ofrecidos por la incubadora de empresas y el plazo de apoyo en esta etapa.

Los servicios que la “INCUBA-UTC” ofrece en esta etapa son:

- Asistencia técnica para la elaboración del Plan de Negocio.
- Sala común para trabajar en el desarrollo de su Plan de Negocio.
- Se analiza el FODA del emprendimiento.
- Apoyo para la elaboración de planificación estratégica
- Capacitaciones en gestión empresarial.
- Apoyo en la definición de la figura jurídica y apoyo en el proceso de formalización.

Para evaluar el avance del emprendimiento, INCUBA-UTC realiza una evaluación trimestral, teniendo en cuenta varios aspectos que debe cumplir el emprendedor, de esta manera se da el seguimiento al emprendimiento y se incentiva a realizar todas las actividades establecidas para esta etapa.

La gran contribución del proceso de Pre-incubación, es garantizar que las empresas que ingresan a la etapa de incubación, estén listas para desarrollarse.

Luego de completar los 6 meses de Pre-incubación y de haber recibido la tutoría por parte del equipo técnico, el emprendedor presenta su Plan de Negocio, el equipo técnico evalúa si está desarrollado y se observa la viabilidad, se invita al emprendedor a ingresar a la etapa de incubación y solicita formalmente su postulación para ingresar a la etapa de incubación.

Proceso de selección del proyecto para incubar

Posterior a estas evaluaciones, se convoca al emprendedor a defender su Plan de Negocio ante el Comité de Selección de Proyectos que está conformado por un mínimo de 5 docentes profesionales y que son convocados por la incubadora de empresas cada vez que existan emprendimientos a ingresar en la etapa de incubación. Este Comité también realiza sus evaluaciones en base a criterios y puntuaciones establecidos por INCUBA-UTC.

Finalizada la puntuación, el Comité de Selección de Proyectos elabora un acta de la reunión indicando las puntuaciones obtenidas por cada emprendimiento. En esta acta, el Comité recomienda firmar el contrato de incubación con los emprendedores de los emprendimientos que hayan superado los 70%. Aquellos emprendimientos que no alcanzan el puntaje mínimo requerido son recomendados a seguir madurando la idea de negocio o modificarla, evitando un potencial fracaso. A continuación, se detalla los criterios de evaluación que deben calificar los miembros del Comité de Selección de Proyectos:

1. Producción de nuevos bienes o servicios
2. Potencial de generación de puestos de trabajo.
3. Grado de contribución a la atención de necesidades nacionales.
4. Protección y/o mejoría del ambiente.
5. Incorporación de criterios de Responsabilidad Social.
6. Grado de sostenibilidad del proyecto.
7. Recursos necesarios para el desarrollo de la empresa en su etapa inicial.
8. Recursos económicos necesarios para el desarrollo de la empresa en su etapa inicial.

ETAPA 3: Incubación

En esta etapa, el emprendedor firma un contrato donde se establecen derechos y obligaciones del emprendedor y su emprendimiento en su etapa de incubación. Durante la incubación, la empresa incubada se somete a una evaluación cuatrimestral por parte del equipo técnico a fin de medir la evolución de la empresa durante su incubación y apoyarlas en el cumplimiento de los puntos establecidos para su crecimiento.

En esta etapa, se ofrece a los emprendedores el soporte estratégico y gerencial, necesarios para la estructuración y organización. El propósito, es crear las condiciones favorables para el acceso al mercado, el crecimiento y consolidación de la nueva empresa. Al final de esta etapa de incubación, la empresa deberá estar preparada para migrar a su sede definitiva, y para ello la empresa debe establecer dentro de sus costos fijos, el costo de alquiler de su futura ubicación.

Algunos de los cursos que INCUBA-UTC desarrolla para los emprendedores en esta etapa de incubación son:

- Curso de Contabilidad para No Contadores.
- Curso de Administración para MIPYMES
- Curso de Gestión de Calidad.
- Curso de Trabajo en Equipo.
- Curso sobre Adaptación de productos/servicios y gestión para el acceso a mercados externos.
- Curso especializado según la necesidad del emprendimiento.

La evaluación se realiza cuatrimestralmente y se observa la maduración en 5 aspectos esenciales: emprendedor, capital, producto/servicio, mercado y gestión. Para graduarse la empresa y emprendedor deben cumplir con lo detallado y según la maduración, se invita a la graduación.

Proceso de graduación

Este proceso consta de una evaluación en la mitad del tercer año de incubación, donde se evalúa si la empresa y el emprendedor han cumplido con los aspectos establecidos dentro de esta etapa, y se observa la maduración o no de la empresa. Se tiene 3 situaciones:

1. Si la evaluación es positiva, y se constata el avance en el desarrollo de la empresa, la empresa ya está apta para graduarse.
2. Si la evaluación es negativa, y la empresa aún no está apta para salir al mercado sin el apoyo de la incubadora de empresas.
3. Egresos: es considerado cuando la empresa no cumple el tiempo de incubación y sale de la incubadora de empresas antes de graduarse.

ETAPA 4: Pos-incubación

INCUBA-UTC permanece por un periodo de tiempo, asistiendo a las empresas graduadas para crecimiento y consolidación.

Consolidación de Relaciones Institucionales

INCUBA-UTC también incentiva a sus emprendedores a participar en concursos nacionales e internacionales, en exposiciones, en ruedas de negocios, en pasantías y visitas técnicas nacionales e internacionales. Incentiva a que los emprendedores se asocien a gremios empresariales.

Analisis e Interpretación de Resultados

Tabla 3 ¿Ejecutaría usted algún proyecto de negocio?

Frecuencia	Número	%
Si	63	96%
No	2	4%

Elaborado por: Investigación

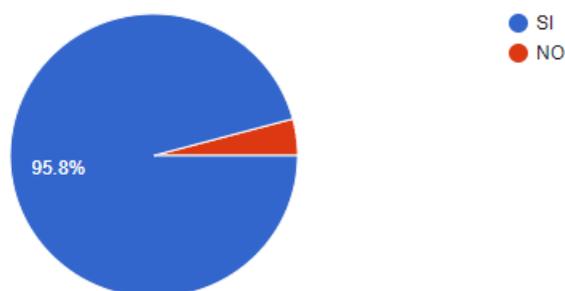


Gráfico 9 Usted ejecutaría algún proyecto de negocio

Elaborado por: Investigación

Según los datos recolectados, se determina que del 100%, el 96% de los graduados si asumirían el reto de ejecutar un proyecto de emprendimiento, mientras que el 4% no lo haría, debido a diversas circunstancias.

Tabla 4 ¿Si su respuesta es afirmativa señale el área en el que emprendería?

Frecuencia	Número	%
Comercio	44	68%
Productiva	8	12%
Servicios	13	20%

Elaborado por: Investigación

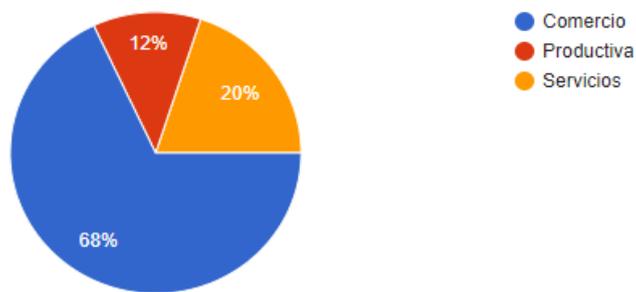


Gráfico 10 Área en la que emprenderían.
Elaborado por: Investigación

Según los datos recolectados, se determina que del 100%, el 68% de los graduados emprendería en un negocio en el área del comercio, el 12 % de los graduados lo haría en el área productiva y el 20% de los graduados en el área de servicios, pero la decisión de emprender está presente en los graduados.

Tabla 5 ¿Para la ejecución de su emprendimiento, llevaría a cabo una investigación de mercado?

Frecuencia	Número	%
Si	62	89%
No	3	11%

Elaborado por: Investigación

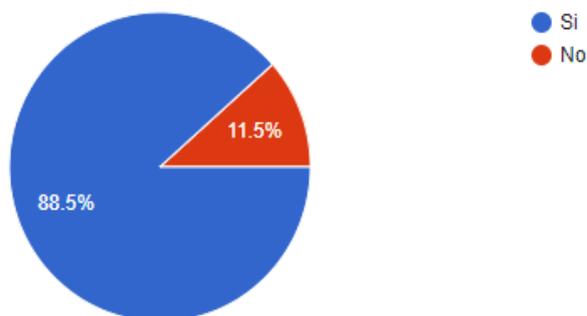


Gráfico 11 Para su emprendimiento llevaría a cabo una investigación de mercado
Elaborado por: Investigación

Según los datos recolectados, se determina que del 100%, el 89% de los graduados llevaría a cabo una investigación de mercado y el 11 % de los graduados no lo haría, esto significa que 62 graduados previo a la iniciación de su negocio haría primero una investigación en la cual se determine cuáles son las necesidades del mercado objeto y que 3 en cambio no haría este estudio por otras razones.

Tabla 6 ¿Qué fuentes de financiamiento utilizaría para la creación del emprendimiento?

Frecuencia	Número	%
Instituciones Financieras	34	52%
Ahorro Personal	14	22%
Préstamo Familiar	17	26%
Capital semilla de ONGs	0	0%

Elaborado por: Investigación

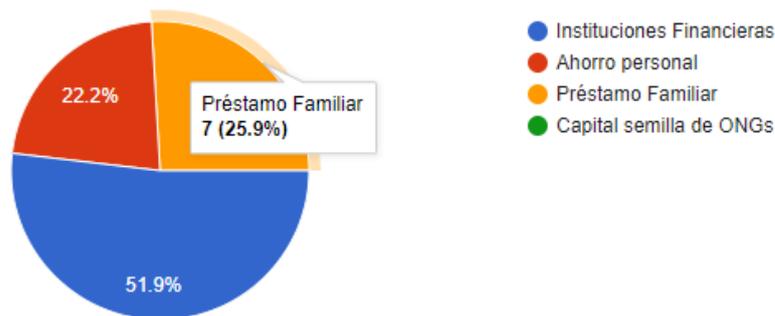


Gráfico 12. Fuentes de financiamiento utilizaría para la creación del emprendimiento.

Elaborado por: Investigación

Según los datos recolectados, se determina que del 100%, el 52% de los graduados buscaría fuentes de financiamiento en instituciones financieras, el 22% para la creación de su emprendimiento lo haría mediante ahorro personal, el 26% utilizaría un Préstamo Familiar y con capital semilla de ONGs no lo haría nadie, esto significa que 34 graduados previo a la iniciación de su negocio utilizaría a los Entidades Financieras sean estas Bancos o Cooperativas para obtener los recursos necesarios para su arranque, mientras que 14 graduados invertirían con sus propios ahorros para la inicialización y 17 graduados lo empezaría mediante préstamos familiares.

Tabla 7: ¿Qué tipo de emprendimiento llevaría a cabo?

Frecuencia	Número	%
Inicio de negocio desde su creación	17	26%
Compra negocio en funcionamiento	44	67%
Compra un negocio en decadencia, lo renueva y lo realiza	4	7%

Elaborado por: Investigación

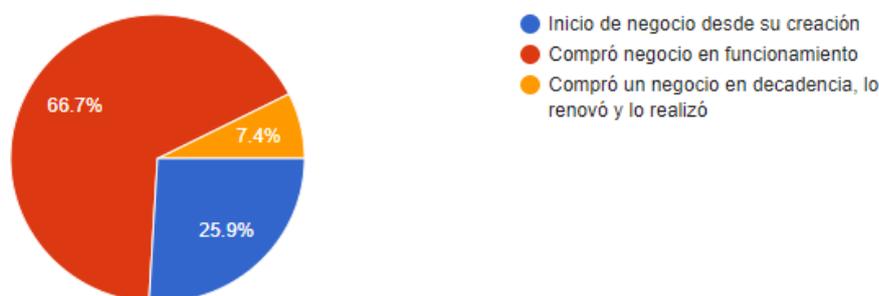


Gráfico 13 Que Emprendimiento llevaría a cabo
Elaborado por: Investigación

Según los datos recolectados, se determina que del 100%, el 26% de los graduados emprenderían en un negocio nuevo, el 67% de los graduados lo harían con un negocio en funcionamiento y el 7% compraría un negocio para renovarlo, esto significa que 17 graduados llevarían a cabo un emprendimiento desde 0, la mayoría de graduados es decir 44 de ellos comprarían un negocio que ya se encuentre plenamente establecido y apenas 4 de ellas comprarían un negocio en decadencia Talvez por haberse encontrado en liquidación o cierre y con ello utilizarían nuevas ideas.

Tabla 8 ¿Qué lo incentivaría a emprender en su negocio?

	Frecuencia	Número	%
Lograr independencia		5	7%
Hacer lo que realmente le gusta		9	15%
Necesidad de subsistencia	de	26	40%
Desempleo		14	22%
Despido de trabajo		5	7%
Necesidad de desarrollo personal	de	5	7%
Obtener mayores ingresos		1	2%

Elaborado por: Investigación

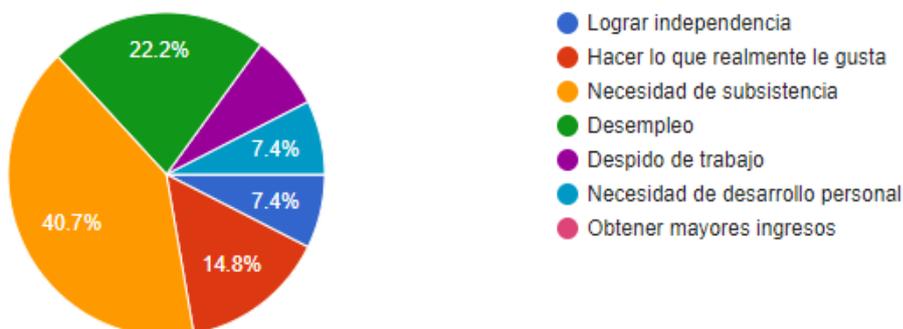


Gráfico 14 Incentivos a emprender en su negocio.

Elaborado por: Investigación

Según los datos recolectados, se determina que del 100%, el 7% de los graduados deciden emprender para lograr independencia, el 15% de los graduados hacen lo que les gusta, el 41% deciden hacerlo por necesidad de subsistencia, el 22% lo haría por haberse quedado en el desempleo, el 7% por despido de su trabajo, el 7% por una necesidad personal y el 2% para obtener mayores ingresos, esto significa que 5 de ellos lo que los motivaría sería lograr la independencia de su familia, 10 de ellos opinan que harían lo que realmente les gusta, 26 graduados opinan que lo haría por una necesidad de subsistencia lo que en la actualidad es muy común, 14 graduados lo haría por encontrarse desempleados, 5 de los graduados opina que iniciarían su emprendimiento por una necesidad de desarrollo personal y 1 de ellas por obtener mayor cantidad de ingresos para su familia.

Tabla 9 ¿Cuál cree usted que son los principales impedimentos al momento de decidirse para generar un negocio?

Frecuencia	Número	%
No contar con el dinero suficiente para emprender	38	59%
Se encontraba trabajando y no estaba dispuesto a dejar su trabajo	7	11%
Temor o miedo al fracaso	14	22%
Limitada posibilidad de otorgamiento de créditos por parte del sector financiero	5	7%
Desconocimiento de oportunidades	1	1%

Elaborado por: Investigación

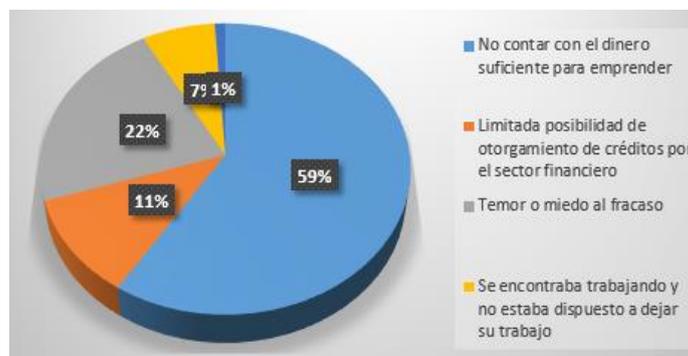


Gráfico 15 Principales impedimentos al momento de decidirse para generar un negocio
Elaborado por: Investigación

Según los datos recolectados, se determina que del 100%, el 59% de los graduados, creen que dentro de los principales impedimentos al momento de emprender esta él no contar con el suficiente dinero, el 11% piensa que el estar trabajando en relación de dependencia, el 22% considera que es por miedo al fracaso, el 7% es por las diferentes trabas impuestas por el sector financiero, y el 1% fracasan por desconocimiento al funcionamiento, esto significa que 38 graduados consideran que el dinero es lo fundamental para emprender y que esa es la principal causa para los fracasos, 7 de ellos opinan que fracasarían por encontrarse con otro trabajo, 14 graduados opinan que fracasarían por miedo, 5 de ellos piensa que sería por su

propia actitud que lo lleva a fracasar y 1 opina que sería por descubrir como funciona un negocio.

Tabla 10; Cuál cree usted que son los factores más importantes que influyen en el éxito del emprendimiento?

Frecuencia	Número	%
Liderazgo	5	7%
Oportunidad de Mercado	20	30%
Entorno financiero favorable	20	30%
Creatividad e innovación	5	7%
Saber negociar	6	11%
Capacidad de asumir riesgos	2	4%
Toma de decisiones	2	4%
Perseverancia	5	7%

Elaborado por: Investigación

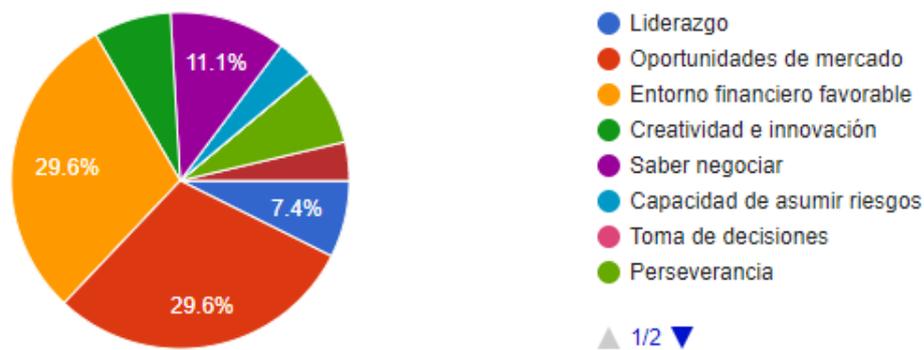


Gráfico 16 Factores más importantes que influyen en el éxito del emprendimiento.
Elaborado por: Investigación

Según los datos recolectados, se determina que del 100%, el 7% de los graduados, creen que dentro de los principales factores más importantes para el emprendimiento está el Liderazgo, el 30 % lo miran como una oportunidad de mercado, entorno financiero favorable con un 30%, la creatividad e innovación con un 7%, saber negociar con un 11%, capacidad de asumir riesgos con 4%, toma de decisiones con un 4% y perseverancia con un 7%, lo que quiere decir que miran al emprendimiento como una oportunidad de generar fuentes de trabajo además de contar con un entorno financiero muy adecuado.

Tabla 11 ¿Considera usted que se fomenta la cultura de emprendimiento en el proceso académico recibido en la Universidad Técnica de Cotopaxi?

Frecuencia	Número	%
Si	62	96%
No	3	4%

Elaborado por: Investigación

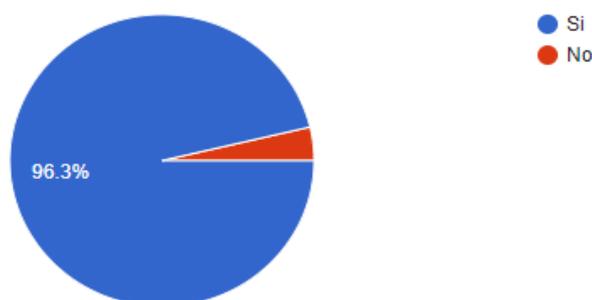


Gráfico 17 Fomento de la cultura de emprendimiento en el proceso académico en la UTC

Según los datos recolectados, se determina que del 100%, el 96% de los graduados, consideran el dentro de la Universidad Técnica de Cotopaxi se fomenta continuamente la cultura de emprendimiento dentro de los procesos académicos y el 4% no lo considera así, esto significa que 62 graduados estiman que la Universidad dentro de sus aulas de clases ayudan a que los estudiantes sean creadores de sus propios negocios, con ideas innovadoras y creativas y solo 3 no lo consideran así.

Tabla 12 ¿Los conocimientos técnicos adquiridos en la UTC son suficientes para emprender?

Frecuencia	Número	%
Muy suficiente	24	37%
Suficiente	41	63%
Deficiente	0	0%
Muy deficiente	0	0%

Elaborado por: Investigación

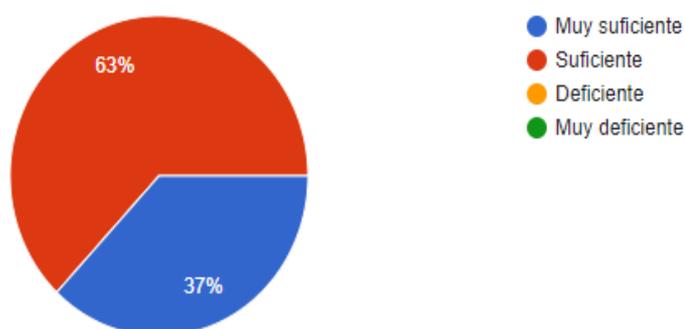


Gráfico 18 Los conocimientos técnicos adquiridos en la UTC son suficientes para emprender
 Elaborado por: Investigación

Según los datos recolectados, se determina que del 100%, el 37% de los graduados, consideran que son muy suficientes los conocimientos técnicos adquiridos en la Universidad para emprender y el otro restante 63% consideran suficientes los conocimientos de aula, esto significa que 24 graduados están de acuerdo con los conocimientos aprendidos y que son muy suficientes a la hora de iniciar su emprendimiento y 41 graduados en cambio consideran importantes los conocimientos técnicos para iniciación de negocios.

Tabla 13 ¿Elija cuál de los siguientes aspectos podría fortalecer su negocio y se interesarían en conocer?

Frecuencia	Número	%
Diseño de un plan de negocios	20	30%
Capacitación en temas relacionados con negocios	13	20%
Planificación Estratégica	26	40%
Asesoramiento Técnico	6	10%

Elaborado por: Investigación

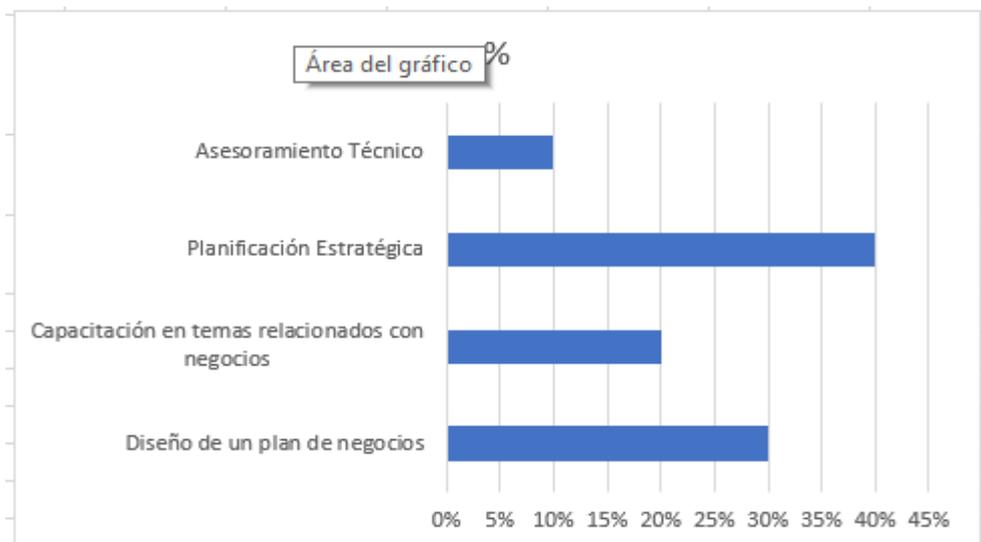


Gráfico 19 Aspectos podría fortalecer su negocio y se interesarían en conocer
 Elaborado por: Investigación

Según los datos recolectados, se determina que del 100%, el 40% de los graduados, quisieran ser fortalecidos en una Planificación Estratégica, el 32% quisiera recibir fortalecimiento en diseño de planes de negocio, el 20% les serviría una capacitación en temas relacionados con negocios y el 12% quisieran Asesoramiento Técnico especializado, esto significa que todos los graduados coinciden en que es necesario recibir fortalecimiento para sus ideas de negocios o emprendimientos puestos en marcha.

Tabla 14 ¿Le gustaría participar en un programa para Graduados Universitarios que lo capacite para poder gestar su propio empleo o negocio?

Frecuencia	Número	%
Si	65	100%
No	0	0%

Elaborado por: Investigación

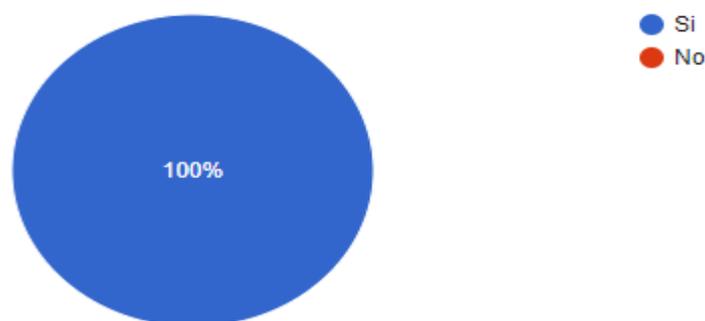


Gráfico 20 Participación en un programa para Graduados Universitarios.
Elaborado por: Investigación

Según los datos recolectados, se determina que el 100% de los graduados les interesaría en participar en un programa para graduados universitarios que les ayude en el caso que requieran iniciar su propio negocio capacitación, formación apoyo y seguimiento y en el caso de tenerlo su fortalecimiento a través de un Programa Universitario en este caso planteado como una Planificación Estratégica para negocios de graduados.

Descripción y Explicación de Resultados

En lo correspondiente a los resultados obtenidos al ejecutar la encuesta en este tipo de investigación a los 65 graduados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Administrativas de la cohorte 2018, se puede evidenciar en el primer ítem que el 96% de los graduados si están dispuestos a ejecutar algún proyecto de negocio.

Referente a la interrogante: ¿En qué área emprendería? el 68% de los graduados emprendería en un negocio en el área del comercio, el 12 % de los graduados lo haría en el área productiva y el 20% de los graduados en el área de servicios, esto evidencia que se inclinan por iniciar sus emprendimientos en el campo del comercio y es allí donde debemos concentrar nuestro Plan Estratégico.

En lo concerniente a la interrogante de que si para su emprendimiento llevaría a cabo una investigación de mercado el 89% de los graduados si lo haría y el 11 % de los graduados no lo haría, esto significa que el graduado previo a la iniciación de su negocio haría primero una investigación en la cual se determine cuáles son las necesidades del mercado objeto.

De acuerdo al ítem de que fuentes de financiamiento utilizaría según los datos recolectados, se determina que el 52% de los graduados buscaría fuentes de financiamiento en instituciones financieras, el 22% para la creación de su emprendimiento lo haría mediante ahorro personal, el 26% utilizaría un Préstamo Familiar y con capital semilla de ONGs no lo haría nadie, esto significa que la mayoría de graduados previo a la iniciación de su propio negocio utilizarían a los Entidades Financieras para obtener los recursos necesarios para su arranque; también tendrían como financiamiento préstamos familiares y en menor porcentaje invertirían con sus propios ahorros para la inicialización.

En la interrogante ¿Qué tipo de emprendimiento llevaría a cabo? se determina que el 26% de los graduados emprenderían en un negocio nuevo, el 67% de los graduados lo harían con un negocio en funcionamiento y el 7% compraría un negocio para renovarlo, esto significa que la mayoría de graduados llevarían a cabo un emprendimiento desde 0, pero la mayoría de graduados comprarían un negocio que ya se encuentre plenamente establecido y un mínimo porcentaje comprarían un negocio en decadencia, que Talvez podría no convertirse en una buena inversión.

Según los datos recolectados, en la interrogante ¿Qué lo incentivaría a emprender en un negocio? se determina que el 7% de los graduados deciden emprender para lograr independencia, el 15% de los graduados hacen lo que les gusta, el 41% deciden hacerlo por necesidad de subsistencia, el 22% lo haría por haberse quedado en el desempleo, el 7% por despido de su trabajo, el 7% por una necesidad personal y el 2% para obtener mayores ingresos, esto significa que en menor porcentaje los motivaría lograr la independencia de su familia, la mayoría de graduados opinan que lo haría por una necesidad de subsistencia lo que en la actualidad es muy

común, seguidamente el porcentaje muestra que de ellos lo harían por encontrarse desempleados y finalmente opinan que iniciarían su negocio propio porque realmente les gusta.

Realmente se ha encontrado dificultad en los graduados en la interrogante Principales impedimentos al momento de decidirse y generar un negocio el 7% de los graduados, creen que dentro de los principales problemas al momento de emprender esta él no contar con el suficiente dinero, el 11% piensa que el estar trabajando en relación de dependencia, el 22% considera que es por miedo al fracaso, el 7% es por su propia actitud, y el 1% fracasan por desconocimiento al funcionamiento, esto significa que la mayor cantidad de graduados consideran que el dinero es lo fundamental para emprender y que esa es la principal causa para los fracasos.

Según los datos encontrados, se determina que dentro de los principales factores favorables para un emprendimiento el 7% de los graduados creen que está el Liderazgo el 30 % lo miran como una oportunidad de mercado, entorno financiero favorable con un 30%, la creatividad e innovación con un 7%, saber negociar con un 11%, capacidad de asumir riesgos con 4%, toma de decisiones con un 4% y perseverancia con un 7%, lo que quiere decir que miran al emprendimiento como una oportunidad de generar fuentes de trabajo además de contar con un entorno financiero muy adecuado.

En el ítem sobre ¿Qué aspectos podría fortalecer su negocio y se interesarían en conocer? Según los datos recolectados, se determina que el 40% de los graduados, quisieran ser fortalecidos en una Planificación Estratégica, el 32% quisiera recibir fortalecimiento en diseño de planes de negocio, el 20% les serviría una capacitación en temas relacionados con negocios y el 10% quisieran Asesoramiento Técnico especializado, esto significa que todos los graduados coinciden en que es necesario recibir fortalecimiento para sus ideas de negocios o emprendimientos puestos en marcha, una justificación para la realización de la presente investigación.

Y Finalmente en la interrogante de que si le interesaría participar en un programa para graduados universitarios el 100% les interesaría en participar, que les ayude en el caso que requieran iniciar su propio negocio capacitación, formación apoyo y seguimiento y en el caso de tenerlo su fortalecimiento a través de un Programa Universitario.

Conclusiones Capítulo II.-

Mediante los resultados obtenidos con la aplicación de las encuestas se ha identificado claramente que no contar con los recursos financieros necesarios o los interminables trámites impuestos por el sistema financiero acompañado a esto del temor al fracaso considerado como un problema social, ha limitado la participación de graduados en proyectos de emprendimiento, por ello es factible la realización de la Propuesta a través de la incubadora de empresas, en donde se promueve la creación de nuevos espacios en favor del graduado emprendedor, que favorezcan la concepción de nuevos emprendimientos y a la reactivación económica de la ciudad.

La presente propuesta permite guiar por las diferentes etapas la creación de un negocio, a fin de optimizar los resultados en todo lo que implica la puesta en marcha y funcionamiento de los elementos estratégicos de un ecosistema emprendedor.

Y finalmente se considera que el Plan Estratégico es clave para crear y potenciar nuevas empresas; los servicios que ofrece a través de profesionales especializados, además de ampliar las posibilidades de conexión con una red de contactos, otorgan mayor seguridad a los emprendedores, ya que, al estar en un ambiente protegido como una incubadora de empresas, las posibilidades de sobrevivencia aumentan.

CAPÍTULO III

APLICACIÓN Y/O VALIDACION DE LA PROPUESTA

3.1. Evaluación de expertos. -

La propuesta esta validada a través de juicio de expertos, se solicitó la colaboración de docentes universitarios, con títulos de cuarto nivel, cuya trayectoria y experiencia profesional en la línea y sublínea de investigación les permite conocer a profundidad la temática presentada.

Proceso de Validación de Expertos

El proceso se desarrolló con la utilización de un instrumento de evaluación donde se analizan cinco criterios, de igual forma emiten sus comentarios acerca de aplicabilidad, confiabilidad y validez, para que los expertos emitan sus juicios valorativos con una escala cualitativa de excelente, muy bueno, bueno, regular y deficiente cuyos resultados se encuentran ubicados en el anexo correspondiente.

El primer experto en validar la propuesta fue el PhD Melquíades Mendoza Poma, docente universitario, quien posee su título de Cuarto Nivel, ha desarrollado programas de emprendimiento y vinculación con estudiantes universitarios de las carreras de la Universidad Técnica de Cotopaxi, por lo que se considera su contribución de experto con mucha trayectoria; el experto ha otorgado una valoración de excelente en los aspectos de claridad en la redacción, coherencia interna, inducción a la respuesta, lenguaje adecuado, mide lo que pretende; y excelente en la escala cualitativa donde indica que el instrumento contiene

instrucciones claras para sus respuestas, los ítems permiten cumplir el objetivo de la investigación, los ítems están distribuidos en forma secuencial y lógica y el número de ítems es suficiente para recoger la información pertinente.

El segundo experto en validar es la M.Gs. Gloria Evelina Pazmiño Cano, Directora de la Carrera de Administración de Empresas Extensión La Maná, posee su título de Cuarto Nivel, ha trabajado con estudiantes en lo concerniente a proyectos de emprendimiento, coordina actividades inherentes a la carrera, por lo que se considera su contribución como experta con mucha trayectoria; ha otorgado una valoración de excelente en los aspectos de claridad en la redacción, coherencia interna, inducción a la respuesta, lenguaje adecuado, mide lo que pretende; y muy bueno en la escala cualitativa, donde indica que el instrumento contiene instrucciones claras para sus respuestas, los ítems permiten cumplir el objetivo de la investigación, los ítems están distribuidos en forma secuencial y lógica y el número de ítems es suficiente para recoger la información pertinente.

El tercer experto en validar es el M.Gs. Mario Fernando Navarrete, docente universitario de la carrera de Administración de Empresas, quien posee su título de Cuarto Nivel, ha trabajado con proyectos de emprendimiento en los sectores rurales de la provincia, además de ello coordina programas de vinculación con estudiantes universitarios por lo que se considera su contribución de experto con mucha trayectoria; el experto ha otorgado una valoración de excelente en los aspectos de claridad en la redacción, coherencia interna, inducción a la respuesta, lenguaje adecuado, mide lo que pretende; y muy bueno en la escala cualitativa, donde indica que el instrumento contiene instrucciones claras para sus respuestas, los ítems permiten cumplir el objetivo de la investigación, los ítems están distribuidos en forma secuencial y lógica y el número de ítems es suficiente para recoger la información pertinente.

Los expertos que colaboraron en el proceso de validación concuerdan en señalar que la propuesta analizada tiene una claridad adecuada, por lo tanto, permite

orientar a los graduados en torno a la aplicación del Plan Estratégico para promover la generación de negocios a través de la formación en emprendimiento.

En conclusión, la validación de expertos contribuye con los aportes necesarios que permiten fundamentar la validez de la propuesta como mecanismo viable para mejorar la limitada participación de los graduados de Ingeniería Comercial.

3.2.Evaluación de usuarios

La propuesta esta validada por estudiantes graduados de la carrera de Ingeniería Comercial, el proceso se desarrolló con la utilización de un instrumento de evaluación donde se analizan cinco criterios, de igual forma emiten sus comentarios acerca de aplicabilidad, confiabilidad y validez, para que los expertos emitan sus juicios valorativos con una escala cualitativa de excelente, muy bueno, bueno, regular y deficiente cuyos resultados se encuentran ubicados en el anexo correspondiente.

En este caso se contó con la colaboración de la Ingeniera Estefanía López Chiluisa, graduada de la carrera de Ingeniería Comercial, quien emitió su juicio valorativo entorno a la propuesta de Plan Estratégico en donde se manifiesta como excelente los aspectos de validez, claridad de redacción, coherencia interna, inducción a la respuesta, lenguaje adecuado, mide lo que pretende, donde indica que el instrumento contiene instrucciones claras para sus respuestas, los ítems permiten cumplir el objetivo de la investigación, los ítems están distribuidos en forma secuencial y lógica y el número de ítems es suficiente para recoger la información pertinente, dando así el cumplimiento de objetivos planteados

También se contó con la participación de la Ingeniera Fernanda Enríquez Garofalo, Graduada de la carrera de Ingeniería Comercial y actualmente cuenta con una Imprenta, quien emitió su juicio valorativo entorno a la propuesta de Plan Estratégico en donde se manifiesta como excelente los aspectos de validez, claridad de redacción, coherencia interna, inducción a la respuesta, lenguaje adecuado, mide

lo que pretende, donde indica que el instrumento contiene instrucciones claras para sus respuestas, los ítems permiten cumplir el objetivo de la investigación, los ítems están distribuidos en forma secuencial y lógica y el número de ítems es suficiente para recoger la información pertinente, dando así el cumplimiento de objetivos planteados.

Por ello el Plan estratégico para promover la generación de negocios a través de la formación en emprendimiento a los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial, permitirá la creación de nuevos espacios a favor del graduado emprendedor, que sean sostenibles a través del tiempo.

Con la propuesta presentada se da un cambio a la manera de concebir a los negocios puesto que se considera al graduado como el motor que propicia el cambio de la economía y el avance en general del país. Por esta razón, se motiva a través de la propuesta del Plan Estratégico a que los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial sean capaces de afrontar las tareas diarias propias de un emprendedor, a mantener la actitud emprendedora ya que será indispensable para llegar a ser un emprendedor competente, saber hacer frente a los obstáculos, conocer las necesidades del mercado, como se suele decir, emprender no es solamente una manera de ganar dinero, sino un estilo de vida.

3.3. Evaluación de Impactos

El impacto que generará la propuesta es indiscutible por cuanto identifica claramente las estrategias que se presentan mediante el Plan Estratégico y que está acorde a la realidad de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial y que beneficiará en la consecución de sus ideas en negocios firmes y sostenibles, lo que actualmente no está ocurriendo con el cierre prematuro en algunos casos de los negocios y en otros ni siquiera se ha podido poner en marcha uno, por los limitantes de temor a fracasar o el muy escaso financiamiento de las entidades financieras, en consecuencia, de ello se sustenta la propuesta presentada con un efecto positivo con la capacidad de solución del problema planteado por la investigadora.

La propuesta de Plan Estratégico genera un cambio en la sociedad por cuanto servirá como un modelo muy importante para promover la cultura emprendedora en los graduados, constituyéndose en una fuente de inspiración para los emprendedores novatos, mediante la asesoría especializada, formación y visibilidad, por tanto, los emprendedores serán capaces de hacer crecer su negocio en buena dirección pero, además, buscar que sus proyectos empresariales traigan la prosperidad a la ciudad dando origen a la creación de nuevos empleos.

La actividad de este Plan Estratégico de incubadoras es significativo pues no se reduce a elaborar un plan de negocios, sino más bien a brindar al profesional emprendedor las herramientas y habilidades que le permitan gestionar de manera eficiente su empresa, reduciendo, así, las probabilidades del fracaso del negocio, por lo tanto se constituye en un aporte social y económico para la localidad.

3.4.Conclusiones del Capítulo III

Finalizado el Capítulo III se puede concluir que:

Los aportes que se ha tenido a través del juicio de los expertos han brindado un soporte para establecer que la propuesta presentada “INCUBA-UTC” se constituye en una propuesta viable y factible para su implementación, como una estrategia para promover la generación de negocios a través de la formación de emprendimientos, que fueron comprobados a través de la encuesta que arrojaron datos verídicos de la situación de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial, donde un 59% estableció al dinero como el mayor limitante para al momento de emprender.

Con la valoración que se ha tenido de los usuarios la propuesta ratifica que las tácticas que se presenta dentro del Plan Estratégico contribuirán significativamente a la consolidación de los negocios de graduados de la carrera de Ingeniería Comercial, pues se brinda apoyo a través de asesoría técnica referente a

emprendimiento, y redes de apoyo, es decir, se involucran activamente en la construcción del ecosistema de emprendimiento.

CONCLUSIONES GENERALES

Una vez finalizada la investigación se pueden determinar las siguientes conclusiones que van en relación con los objetivos específicos que fueron planteados por la investigadora.

Como resultado del cumplimiento del primer objetivo se recopiló toda la información que fue proporcionada por los graduados en temas netamente de emprendimiento, su importancia, los factores de éxito que contribuyeron a lograr el éxito de sus negocios, los impedimentos que encontraron al momento de ponerlo en marcha y sobre todo la ejecución de los mismos, contribuyendo de esta forma a mejorar su economía y generar más fuentes de trabajo.

De acuerdo con el segundo objetivo planteado la metodología de la investigación y el instrumento (encuesta) empleados, sirvieron para la recolección de información certera que posteriormente permitieron el análisis pertinente, determinado así las principales causas que se consideran como limitaciones para la puesta en ejecución de los negocios de graduados de la carrera de Ingeniería Comercial, en este caso fueron la falta de recursos económicos y la poca asertividad de las políticas fiscal al momento de conceder financiamiento y sobre todo la aplicación del instrumento permitió determinar que existe la predisposición de los graduados de incluirse dentro de la propuesta que se ha planteado.

Y finalmente con el tercer objetivo se pudo comprobar que es necesario la creación de un Plan Estratégico para contribuir a la formación en emprendimiento de los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial”, que incluya políticas de emprendimiento, el apoyo a la formación de emprendedores con potencial, promover el emprendimiento desde la fase misma de gestación, fomentando las vocaciones y las capacidades emprendedoras de los jóvenes cobra sentido dado que

completan la cadena de valor que alimenta al desarrollo emprendedor a lo largo del tiempo y que permita contribuir específicamente a la implantación de negocios de manera permanente en el mercado.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al Centro de Emprendimiento se considere la propuesta INCUBA-UTC como una alternativa más para el fomento de la cultura emprendedora y de contribución con la sociedad, debido a su aporte al cumplimiento de la política institucional.

Continuar promoviendo a través del Centro de Emprendimiento Universitario los concursos de emprendimientos, proyectos empresariales y corporativos, etc., a los estudiantes que les permita ir desarrollando su talento como una ventaja competitiva adicional, fomentando su desarrollo hacia una educación con autonomía y responsabilidad social.

Socializar y ampliar la propuesta INCUBA- UTC al resto de carreras con las que cuenta la Universidad Técnica de Cotopaxi, para incrementar el número de negocios a emprender y a incubarse.

Referencias

- Alcaraz, R. (2011). *Emprendedor - Exito*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- Andrade, X. (2012). *Las Trabas del Emprendimiento en Ecuador*. *Revista de Ciencias Administrativas*.
- Barreto, Zuniga, & Ruiz. (2015). *Factores de éxito de emprendimientos sociales*. Mexico: II Edición.
- Bedoya, G. (2009). *Emprendimiento y desarrollo económico sostenible*. Cúcuta: Publicaciones Estrella.
- Bolivar , M., & Padilla, L. (2009). *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado*. Quito: Tesis.
- Caicedo. (2015). *Importancia del Emprendimiento*. Lima: Edicion Estelar.
- Caicedo, F. (2012). *principales Factores de éxito en los emprendimientos para entenderse los diferentes enfoques y niveles*. Latacunga.
- Caro, L. (2019). *Lifeder.com*. Obtenido de <http://www.lifeder.com/tipos-de-emprendimiento/>
- Censos, I. N. (2016). *Estadísticas de Emprendimientos en Ecuador*. INEC, 20-23.
- Córdova, J. (2014). *El Emprendimiento universitario*. *Revista Universitaria*, 12.
- Duarte, & Ruiz. (2009). *La Universalidad de emprendimientos*. Lima: Editorial S.A.
- Dunn, R. (Abril de 2020). *CFN*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/>
- Echeverria. (2009). *Importancia del Emprendimiento*. México: Ediciones CA.
- EKOS. (2015). *El Emprendimiento en Ecuador*. EKOS, 15.
- El Telegrafo. (2018). *Datos situación económica del país*. El Telegrafo.
- Formichella. (2004). *Importancia del Emprendimiento*. México: Publiarte S.A.
- Fuentelsaz, L., & Gonzalez , C. (2015). *El fracaso emprendedor a través de las instituciones públicas*. Colombia: Editorial S.A.
- Galeano, M. E. (2003). *Administración*. México: Editorial Multiuses.
- GEM. (2017).

- Goldstein. (2010). El Rol de la Universidad en el Emprendimiento. Lima: Editorial Axes.
- Gonzalez, P. (2015). La responsabilidad social para emprendedores. Revista Empresas, 10.
- Guerrero, M. (2016). El Emprendedor. *Emprendeneur*, 15-17.
- Hernandez, Fernández, & Baptista. (2010). Metodología de la Investigación. Lima: Ediciones C.A.
- Jarrín. (2014). Administración siglo XX. México: Ediciones S.A.
- Lasio, V. (2017). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador. *GEM*, 20-35.
- Ludwing, V. M. (1985). Política Económica. México: Ediciones Floresta.
- Management, E. G. (2017). Emprendimientos en Ecuador. Guayaquil: Espae.
- Manrique, G. (2006). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotopaxi 2025. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotopaxi 2025. Cotopaxi.
- Messina, M., & Hochsztain, E. (2015). Factores de Exito en un emprendimiento. *Espiritu Emprendedor*, 23-25.
- MIPRO. (2017). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inver. Quito: Ediciones Ecuador.
- Moncayo. (2008). El Emprendimiento en Universidades. Bogotá: Ediciones Manrique.
- Olivero. (2007). Emprendimiento en Universidades. Lima: Ediciones C.A.
- Omelas, & Contreras. (2015). Emprendimiento y el Aporte al Desarrollo Económico-Social. Guayaquil: Ediciones Culturales.
- Peralta, J. (2013). Más allá del Business Plan. EE.UU: Editorial Business.
- Pérez, R. (2010). Impulsa Emprendedor. *Acudir*, 10-13.
- PRODEM. (2012). Estrategias de marketing. Quito: Ediciones Culturales.
- Promotas, A. N. (2011). El emprendimiento y sus limitantes. *Promotas*, 22.
- Rae. (2010). Emprendimiento Universitario. *Emprender y Motivar*, 11-12.
- Ramirez, R. (2016). Universidad Urgente. Quito: Ediciones Ecuador.
- Robalino, A., & Vizquete, F. (2014). Iniciativas de Emprendimiento de los Egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad

- Politécnica Salesiana, en cumplimiento de la Misión de la Universidad.
Quito: Tesis.
- Rodriguez, U., & Rodriguez. (2014). Planeación estratégica. Medellín: Ediciones Publicart.
- Román. (2012). El futuro del emprendimiento sostenible. Lima: Ediciones Multinar.
- Sánchez, & Hernández. (2016). Los riesgos de emprender en la actualidad. Cali: Ediciones Esploret SA.
- Schumpeter, J. A. (1911). Teoría de desarrollo económico. Publicaciones Adventure.
- SENPLADES. (2015). Desarrollo Económico por ciudades. Quito: Ediciones Culturales Ecuador.
- Torrent. (2013). Emprendimiento y el Aporte al Desarrollo Económico-Social. México: Ediciones Especiales XA.
- Vásquez. (2009). Sostenibilidad de Emprendimientos. México: Ediciones Multiarnet.
- Vela, J. (2009). factores tiene incidencia en el éxito del emprendimiento de base universitaria, lo que justifica desarrollar programas en los que participen distintos actores del “ecosistema” emprendedor. Quito: Tesis.
- Wagner, & Schaltegger. (2011). Sostenibilidad de Emprendimientos. España: Ediciones CAMBRIGH.
- Zorilla. (2013). Sostenibilidad de Emprendimientos. México: Ediciones Estelar.

Anexos

Anexo 1. Modelo de encuesta aplicada a los graduados de Ingeniería Comercial

Conteste las siguientes preguntas con una X, mismas que servirán para conocer los principales factores que influyen en las decisiones de emprendimiento como alternativa laboral de los graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Datos Informativos:

Nombres del Encuestado	
Edad:	
Género:	Masculino () Femenino ()
Estado Civil:	Soltero () Casado () Divorciado () Unión Libre () Viudo ()
Dirección Domiciliaria	

1. ¿Ejecutaría algún proyecto de negocio luego de graduarse en la Universidad Técnica de Cotopaxi?

Si	
No	

Porque:

2. ¿Si su respuesta es afirmativa, señale el área en la que emprendería?

Comercio	
Productiva	
Servicios	

3. ¿Para la ejecución de su emprendimiento, llevaría a cabo una investigación de mercado?

Si	
No	

4. ¿Qué fuentes de financiamiento utilizaría para la creación del emprendimiento?

Instituciones Financieras	
Ahorro personal	
Préstamo Familiar	
Capital semilla de ONGs	

Otros:

5. ¿Qué tipo de emprendimiento llevaría a cabo?

Inicio de negocio desde su creación	
Compra negocio en funcionamiento	
Compra un negocio en decadencia, lo renueva y lo realiza	

6. ¿Qué lo incentivaría a emprender en su negocio?

Lograr independencia	
Hacer lo que realmente le gusta	
Necesidad de subsistencia	
Desempleo	
Despido de trabajo	
Necesidad de desarrollo personal	
Obtener mayores ingresos	

7. **¿Cuál cree usted que son los principales impedimentos al momento de decidirse a generar un negocio?**

No contar con el dinero suficiente para emprender	
Se encontraba trabajando y no estaba dispuesto a dejar su trabajo	
Temor o miedo al fracaso	
Actitud personal	
Desconocimiento de oportunidades de negocio	

Otros:

8. **¿Cuál cree usted que son los factores más importantes que influyen en el éxito del emprendimiento?**

Liderazgo	
Oportunidades de mercado	
Entorno financiero favorable	
Creatividad e innovación	
Saber negociar	
Capacidad de asumir riesgos	
Toma de decisiones	
Perseverancia	
Visión de negocio	
Resolución de Conflictos	

9. **¿Considera usted que se fomenta la cultura de emprendimiento en el proceso académico recibido en la Universidad Técnica de Cotopaxi?**

Si	
No	

10. **¿Considera ud que los conocimientos técnicos adquiridos en la UTC serían suficientes para emprender?**

Muy suficiente	
Suficiente	
Deficiente	
Muy deficiente	

11. **¿Elija cuál de los siguientes aspectos podría fortalecer su negocio o cual le interesaría conocer?**

Diseño de un plan de negocios	
Capacitación en temas relacionados a negocios	
Planificación Estrategia	
Asesoramiento Técnico	

12. **¿Le gustaría participar en un programa de Incubadoras de Empresas para Graduados Universitarios que lo capacite para poder gestar su propio empleo o negocio?**

Si	
No	

Porque:

Anexo 2. Instrumento aplicado a especialistas

INSTRUMENTO APLICADO A ESPECIALISTAS

Modelo de encuesta para evaluar la limitada participación de graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi en proyectos de emprendimiento en la ciudad de Latacunga.

Estimado (a) colega:

Usted ha sido seleccionado para evaluar la propuesta de Plan estratégico para promover la generación de negocios a través de la formación de emprendimiento a los graduados de la carrera de Ingeniería Comercial. Lea detenidamente y analice cada uno de los aspectos incluidos en la tabla y emita su criterio a través de la escala de evaluación, donde el 1 es equivalente a deficiente, el 2 es equivalente a regular, el 3 es equivalente a bien el 4 a muy bien y el 5 a excelente.

Aspectos a evaluar	Escala para la evaluación				
	1	2	3	4	5
Estructuración del Plan Estratégico para promover la generación de negocios de graduados					
Lógica interna del Plan Estratégico para promover la generación de negocios de graduados					
Importancia de implementar el Plan Estratégico para promover la generación de negocios de graduados					
Aporte del Plan Estratégico para promover la generación de negocios de graduados					
Facilidad de aplicación del Plan Estratégico para promover la generación de negocios de graduados					
Valoración integral del Plan Estratégico para promover la generación de negocios de graduados					

Refiera cualquier criterio que tenga con relación al Plan Estratégico que considere para su perfeccionamiento.

Anexo 3. Instrumentos de Validación Expertos

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Denominación: Encuesta para determinar los factores que influyen en las decisiones de emprender en los graduados de la Universidad Técnica de Cotopaxi

Objetivo: Diagnosticar los factores que influyen en las decisiones de emprender en los graduados de la Universidad Técnica de Cotopaxi

Tipo de Investigación: Investigación con enfoque mixto tipo descriptiva.

Unidad de análisis: Graduados de la Universidad Técnica de Cotopaxi

ITEM		Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta		Lenguaje adecuado		Mide lo que pretende		Observaciones
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1		x		x		x		x		x		
2		x		x		x		x		x		
3		x		x		x		x		x		
4		x		x		x		x		x		
5		x		x		x		x		x		
6		x		x		x		x		x		
7		x		x		x		x		x		
ASPECTOS GENERALES										SI	NO	Observaciones
El instrumento contiene instrucciones claras para su respuesta										x		
Los ítems permiten cumplir el objetivo de la investigación										x		
Los ítems están distribuidos en forma secuencial y lógica										x		
El número de ítems es suficiente para recoger la información pertinente										x		
VALIDEZ												
APLICABLE				x				NO APLICABLE				
Validado por:	PND. Melquiades Mendoza Pérez											
Cargo:	Director Académico Universidad Técnica de Cotopaxi - Docente Investigador											
CI	1755415491											
Firma:												
Fecha:												



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Denominación: Encuesta para determinar los principales factores que influyen en las decisiones de emprendimiento de los graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Objetivo: Diagnosticar los factores que influyen en las decisiones de emprender de los graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Tipo de investigación: Investigación con enfoque mixto tipo descriptiva.

Unidad de Análisis: Graduados de la carrera de Ingeniería Comercial UTC.

CRITERIOS A EVALUAR												
ITEM	Claridad en la redacción		Coherencia Interna		Inducción a la respuesta		Lenguaje adecuado		Mide lo que pretende		Observaciones	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	X		X		X		X		X			
2	X		X		X		X		X			
3	X		X		X		X		X		No hay sugerencias en cuanto a cambios	
4	X		X		X		X		X			
5	X		X		X		X		X			
6	X		X		X		X		X			
7	X		X		X		X		X			
8	X		X		X		X		X			
9	X		X		X		X		X			
10	X		X		X		X		X			
11	X		X		X		X		X			
12	X		X		X		X		X			
ASPECTOS GENERALES										SI	NO	Observaciones
El instrumento contiene instrucciones claras para sus respuestas										X		
Los ítems permiten cumplir el objetivo de la investigación										X		
Los ítems están distribuidos en forma secuencial y lógica										X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información pertinente										X		
VALIDEZ												
APLICABLE					X		NO APLICABLE					
Validado	Ing. Mario Fernando Navarrete Fonseca, Mg.											
Cargo	Docente – Investigador Ingeniería Comercial											
CI	1804354890											
Firma												



	
Fecha	

Validación del Instrumento de Investigación

Descripción	Si	No
Aplicabilidad	X	
Confiabilidad	X	
Validez	X	

FFTR55

ESCALA DE CALIFICACION	
Excelente	
Muy bueno	X
Bueno	
Regular	
Deficiente	

Nombre: Ing. Mario Fernando Navarrete Fonseca
Cargo: Docente - Investigador
CI: 1804354890

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Denominación: Encuesta para determinar los principales factores que influyen en las decisiones de emprendimiento de los graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Objetivo: Diagnosticar los factores que influyen en las decisiones de emprender de los graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Tipo de investigación: Investigación con enfoque mixto tipo descriptiva.

Unidad de Análisis: Graduados de la carrera de Ingeniería Comercial UTC.

ITEM		Claridad en la redacción		Coherencia Interna		Inducción a la respuesta		Lenguaje adecuado		Mide lo que pretende		Observaciones
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1		X		X		X		X		X		
2		X		X		X		X		X		
3		X		X		X		X		X		No hay sugerencias en cuanto a cambios
4		X		X		X		X		X		
5		X		X		X		X		X		
6		X		X		X		X		X		
7		X		X		X		X		X		
8		X		X		X		X		X		
9		X		X		X		X		X		
10		X		X		X		X		X		
11		X		X		X		X		X		
12		X		X		X		X		X		
ASPECTOS GENERALES										SI	NO	Observaciones
El instrumento contiene instrucciones claras para sus respuestas										X		
Los items permiten cumplir el objetivo de la investigación										X		
Los items están distribuidos en forma secuencial y lógica										X		
El número de items es suficiente para recoger la información pertinente										X		
VALIDEZ												
APLICABLE						X		NO APLICABLE				
Validado	Ing. Gloria Evelina Pazmiño Curo, Mg.											
Cargo	Director de carrera Ingeniería Comercial /Docente											
CI	1208568239											
Firma	 											

Anexo 4. Instrumentos de Validación Usuarios



Universidad
Técnica de
Cotopaxi



Posgrado

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Denominación: Encuesta para determinar los principales factores que influyen en las decisiones de emprendimiento de los graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Objetivo: Diagnosticar los factores que influyen en las decisiones de emprender de los graduados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Tipo de investigación: Investigación con enfoque mixto tipo descriptiva.

Unidad de Análisis: Graduados de la carrera de Ingeniería Comercial UTC.

ITEM		Claridad en la redacción		Coherencia Interna		Inducción a la respuesta		Lenguaje adecuado		Mide lo que pretende		Observaciones	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1		X		X		X		X		X			
2		X		X		X		X		X			
3		X		X		X		X		X			
4		X		X		X		X		X			
5		X		X		X		X		X			
6		X		X		X		X		X			
7		X		X		X		X		X			
8		X		X		X		X		X			
9		X		X		X		X		X			
10		X		X		X		X		X			
11		X		X		X		X		X			
12		X		X		X		X		X			
ASPECTOS GENERALES											SI	NO	Observaciones
El instrumento contiene instrucciones claras para sus respuestas											X		
Los ítems permiten cumplir el objetivo de la investigación											X		
Los ítems están distribuidos en forma secuencial y lógica											X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información pertinente											X		
VALIDEZ													
APLICABLE						X		NO APLICABLE					
Validado	Jessica Maribel Cuyo Chifusa												
Cargo	Graduada de la carrera de Ingeniería Comercial												
CI	0603396509												
Firma													
Fecha													