



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Levantamiento de información para determinar la capacidad
emprendedora de los ex alumnos de la UTPL, modalidad presencial y su
influencia en el entorno académico, económico y social, año 2000 - 2013**

TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN.

AUTORES: Aguirre Saavedra, Sandra Nataly
Rojas Jaramillo, Jessica Evelyn

DIRECTOR: Landacay Torres, Mireya del Cisne, Mg.

LOJA - ECUADOR

2014

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

Magister.

Mireya del Cisne Landacay Torres

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: “Levantamiento de información para determinar la capacidad ad emprendedora de los exalumnos de la UTPL, modalidad presencial y su influencia en el entorno académico, económico y social, año 2000 – 2013” realizado por Aguirre Saavedra Sandra Nataly y Rojas Jaramillo Jessica Evelyn, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, octubre de 2014

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Nosotros, Aguirre Saavedra Sandra Nataly y Rojas Jaramillo Jessica declaramos ser autoras del presente trabajo de fin de titulación: Levantamiento de información para determinar la capacidad emprendedora de los exalumnos de la UTPL, modalidad presencial y su influencia en el entorno académico, económico y social, año 2000 – 2013, de la Titulación de Ingeniero en Administración de Empresas, siendo Mireya del Cisne Landacay Torres directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.

Aguirre Saavedra Sandra Nataly

1104521933

f.

Rojas Jaramillo Jessica Evelyn

1104613524

DEDICATORIA

Con mucho cariño y amor va dedicada a mis PADRES, Bélgica y Miguel, por su infinito apoyo, quiénes formaron mi educación y lo que hoy en día soy. Gracias por darme todo su amor, confianza y soporte en cada momento, en cada meta que he deseado cumplir, sin ellos no fuera posible estar aquí. Considero que más que una meta mía que hoy la puedo culminar, es un agradecimiento a ustedes en honor a todos sus esfuerzos. A mis hermanos: Lorena, Migue, Katy, Edwin y Miguel Ángel por su generosidad, capacidad, superación y ejemplo de valentía. Y, por supuesto, dedicado para mi familia, para mi esposo Paúl y mi adorado hijo Alejandrito, son la razón de seguir adelante con todos los proyectos de vida que tengo. Los amo infinitamente, por ellos y para ellos!

Jessica Rojas Jaramillo

DEDICATORIA

Al creador de todas las cosas, al que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado, por ellos con toda la humildad que de mi corazón puede emanar dedico primeramente mi trabajo a Dios. De igual forma a todas las personas que son mi pilar fundamental, a mis padres Efrén y Cecilia por su apoyo, consejos, comprensión, amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo q soy. A mis hermanos Jorge Carlos y Mayra por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar, que con su amor me han enseñado a salir adelante. Gracias por su paciencia, por preocuparse por su hermana menor, por compartir sus vidas, pero sobre todo, gracias por ser parte de este momento tan importante en mi vida. A mis sobrinos que son mi motivación, inspiración y felicidad.

En fin a toda mi familia que siempre me ha estado apoyando y de manera especial a Alfredo quien formo parte de mi vida y siempre lucho por verme culminar esta gran etapa. Para todos ustedes mil Gracias.

Sandra Nataly Aguirre Saavedra

AGRADECIMIENTO

Al finalizar un trabajo tan arduo como es el desarrollo de una tesis, es inevitable agradecer a las personas que estuvieron acompañándonos a lo largo de este camino, que de uno u otro modo nos dieron el empujón necesario para culminar esta etapa de nuestras vidas. Por ello, es un verdadero placer utilizar este espacio para ser justo y consecuente con ellas, expresándoles nuestros agradecimientos, en especial a la Ing. Mireya Landacay por la paciencia brindada y su apoyo incondicional en todo el desarrollo de nuestra investigación. De igual forma agradecer a la Ing. Dayanara Villafuerte, tutora del Proyecto de Fin de Carrera 4.2, en fin a todos los docentes de la UTPL que nos brindaron sus conocimientos durante el trayecto de nuestra carrera, quiénes con sus enseñanzas han sabido encaminarnos de mejor manera en nuestro proyecto. Gracias de corazón por ser parte de una nueva meta alcanzada.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	I
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VI
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO I	11
1.1. EMPRENDIMIENTO	12
1.1.1. <i>Definición de emprendimiento según varios autores</i>	12
1.2. TIPOS DE EMPRENDIMIENTO.....	15
1.3. PERFIL DEL EMPRENDEDOR.....	17
1.3.1. <i>Capacidades emprendedoras</i>	19
1.3.2. <i>Actitudes emprendedoras</i>	20
1.4. COMPONENTES DEL PROCESO EDUCATIVO Y SU INFLUENCIA EN LA FORMACIÓN DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS.	21
1.5. EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA.....	22
1.5.1 <i>Componentes académicos relacionados al emprendimiento</i>	26
1.5.2. <i>Prendho</i>	29
CAPÍTULO II.....	31
2.1. METODOLOGÍA	32
2.1.1. <i>Universo y muestra</i>	33
2.2. INFORME DE RESULTADOS	34
2.3. EMPRENDIMIENTOS MÁS DESTACADOS DE EXALUMNOS DE LA UTPY Y SU IMPACTO CAUSADO EN EL ÁMBITO ACADÉMICO, SOCIAL Y ECONÓMICO	38
2.3.1. <i>Impacto económico</i>	41
2.3.2 <i>Impacto académico</i>	45
2.3.3 <i>Impacto social</i>	49
CAPÍTULO III	55
3.1 ANÁLISIS FODA.....	56
3.1.1 <i>Evaluación de los factores externos</i>	58
3.1.2 <i>Evaluación de los factores internos</i>	61
3.2 PROPUESTA.....	66
3.2.1 <i>Introducción</i>	66
CONCLUSIONES	96
RECOMENDACIONES	98
BIBLIOGRAFÍA	100
ANEXO 1	102
ANEXO 2	104
ANEXO 3	106
ANEXO 4	134
ANEXO 5	138

RESUMEN

En el presente proyecto, se realizó un levantamiento de información a través de encuestas dirigidas a los exalumnos de las diferentes carreras de la UTPL, que poseen algún tipo de negocio o empresa, dichos resultados determinaron cuáles son las causas principales que impiden a los utepelinos emprender y ejecutar proyectos de negocio; y de esta manera definir el tipo de asesoramiento que les gustaría recibir por parte de la UTPL, en donde se prevalezcan temas de emprendimiento para ayudar a direccionar los proyectos.

El objetivo es fomentar una cultura empresarial, desde que los profesionales en formación comienzan su carrera universitaria, además crear una red de emprendimiento, que brinde asesoramiento a los estudiantes en la creación, ejecución e implementación de proyectos de negocios que en su mayoría son desarrollados por los estudiantes durante su formación académica en las diferentes carreras universitarias y que necesitan apoyo de personas especializadas para lograr ponerlos en ejecución y que sobresalgan.

Con la implementación de este proyecto, la universidad será descrita como una universidad de emprendedores y con un alto porcentaje de estudiantes con empresas exitosas.

PALABRAS CLAVES:

Emprendimiento, exalumnos, creación de proyectos, cultura empresarial, éxito, entorno económico, entorno académico, entorno social.

ABSTRACT

In this project, a survey was conducted of information through surveys with alumni from different races UTPL that have some type of business or company, these results determined what are the main obstacles to undertake utepelinos business and execute projects; and thus define the type of advice they would like to receive from the UTPL, where issues of entrepreneurship prevail to help direct the projects.

The aim is to foster an entrepreneurial culture, since undergraduate students begin their college career also create a network of entrepreneurship, to provide advice to students in the creation, execution and implementation of business projects which mostly are developed by students during their academic training in various university courses and support they need to achieve skilled and implement them protruding.

With the implementation of this project, the university will be described as an entrepreneurial university and a high percentage of students with successful companies.

KEYWORDS:

Entrepreneurship, alumni, project development, corporate culture, success, economic environment, academic environment, social environment.

INTRODUCCIÓN

Analizando la situación del emprendimiento empresarial como aspecto de interés social, económico y académico de nuestro entorno, la situación económica actual, con sus efectos demoledores sobre el desempleo y subempleo existentes que se reflejan en las tasas actuales, exige que todos los actores posibles presten una mayor atención al emprendimiento, como una de las vías más interesantes para fomentar la creación de empresas con miras a crecimiento y expansión, así como la creación de nuevas plazas de empleo.

Para ello, se ha previsto conjuntamente con la Universidad Técnica Particular de Loja y con la intención de crear un grupo de trabajo donde intervengan todos los exalumnos y profesionales en formación, con competencias en la materia, organizar la presente propuesta, la misma que tiene como finalidad determinar la capacidad emprendedora de los exalumnos de la UTPL, en donde se exponen diversos factores medibles, con el fin de analizar las debilidades y fortalezas de los mismos. Se definen estrategias de trabajo, para su posterior difusión y puesta en marcha; ésta cooperación entre las partes permitirá reunir todas las herramientas necesarias y aplicables en materia de emprendimiento, priorizando el diálogo y trabajo en equipo con la finalidad de conseguir resultados a mediano y largo plazo.

El desarrollo de la presente tesis, está dividida en 3 capítulos que se detallan a continuación: Capítulo 1; se abordan aspectos conceptuales del emprendimiento luego se da un breve enfoque del emprendimiento en Ecuador, finalizando con una conceptualización y descripción de los principales emprendimientos que han surgido en la UTPL, durante los últimos años.

Capítulo 2; se desarrolla el levantamiento de la información de la propuesta de acuerdo a las necesidades y los objetivos de la investigación, a nivel de los exalumnos utepelinos identificando las principales causas y necesidades de aquellos exalumnos que decidieron emprender su propio negocio o empresa y lograr una gestión eficiente y eficaz.

Capítulo 3; se elabora la propuesta para mejorar las iniciativas de emprendimiento empresarial en los exalumnos utepelinos así como también en los estudiantes en formación de cada una de las carreras ofertadas.

Dentro de éste capítulo se han planteado tres objetivos que consisten en: elaborar un plan de capacitación integral, motivación e incentivos dirigido a los exalumnos emprendedores de la UTPL, este objetivo se ha planteado en consideración al limitado número de exalumnos emprendedores que cuentan con su propio negocio, y la escasa formación empresarial que dificulta a los mismos tener una dirección clara de su emprendimiento.

El segundo objetivo es crear una red de emprendimiento dirigida a los alumnos que cursan los dos últimos años de su carrera universitaria, como consecuencia de la falta de una cultura emprendedora que no permite a los nuevos profesionales promover ideas de negocio creativas, que estimulen el desarrollo empresarial.

El tercer objetivo es reforzar la malla académica curricular de todas las carreras en lo referente a Emprendimiento, ya que existe una falta de profesionales con visión y cultura empresarial.

En este contexto la presente propuesta puede hacerse efectiva en un trabajo que se direcciona en una labor universidad – empresa, con el fin de generar valor en los diferentes ámbitos tanto social, económico, y académico, en el que todos los implicados se enfoquen en el incremento en cantidad y calidad de empresas sostenibles, generadoras de riqueza y empleo.

CAPÍTULO I
ASPECTOS GENERALES

1.1. Emprendimiento

Para conocer acerca del emprendimiento, es fundamental profundizar de donde proviene esta palabra y que significa; “emprendedor” proviene del francés *entrepreneur* que significa pionero, pero solamente se utilizaba para referirse a los aventureros, como es el caso de Colón que se venía al nuevo mundo sin saber con certeza que se podían encontrar. (Silva, 2013)

1.1.1. Definición de emprendimiento según varios autores

A principios del siglo XVIII, el autor fisiócrata (Cantillon, 1803) fue el primero en introducir en la teoría del pensamiento económico el término emprendedor, en su obra *Essai sur la nature du commerce*, en donde lo define como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre (Link, Hébert, 1988).

Años más tarde Jean-Baptiste Say (1803) afirmó que el emprendedor es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad (Burnett, 2000), considerándolo como un trabajador superior.

Mill (1848), enfatizó más la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico. Él expresó que el desarrollo del “entrepreneurship” requiere de habilidades no comunes.

Los neoclásicos Marshall y Keynes, hacen referencia al término utilizado por Say y Smith sobre el “*trabajador superior*”, Alfred Marshall (1890) consideraba que los factores de producción no son tres, sino 4. A los factores tradicionales tierra, trabajo y capital, le agregó el entrepreneurship y lo definió como el factor coordinador, el cual atrae y agrupa a los otros factores, mientras John Maynard Keynes (1919) desarrolla el concepto original de impulso espontáneo a la acción, conocido como “animal spirits”.

Schumpeter(1911), plantea en su teoría del entrepreneurship definirlo como la realización de nuevas combinaciones generadas por los empresarios, que crean innovaciones técnicas y financieras en un medio competitivo en el que deben asumir continuos riesgos y beneficios que no siempre se mantienen. Para él, el entrepreneurship es el motor que impulsa a la innovación y promueve el desarrollo económico. Además, expresó que el emprendedor es la persona con la idea del negocio, el innovador, él que pone las ideas en movimiento, haciéndolas potencialmente rentables mediante el desequilibrio dinámico o destrucción creativa. Afirmó que el emprendedor es una persona dinámica y fuera de lo común, que

promueve nuevas combinaciones o innovaciones y quien tiene como principales características la iniciativa, visión e imaginación y adicionalmente, liderazgo que le conduce a innovación.

Schumpeter (1935) uno de los autores más destacados en el tema, introdujo en la teoría neoclásica la figura del emprendedor, manifestando que: “La función de los emprendedores es formar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.”

Ludwig Von Mises (1949), la actividad empresarial parte de la detección entre lo que se hace habitualmente y lo que debería hacerse de esta manera, se decide realizar una acción que dirige consciente y exitosamente el flujo de los recursos hacia la satisfacción de las necesidades del consumidor. 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 que calcula beneficios y costes numéricos y descubre nuevas necesidades y factores de producción. La segunda característica, es que el emprendedor coordina la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercancía y la tercera, es que tolera la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro.

Kirzner (1973,1979) aseguró que el entrepreneurship está estrechamente vinculado al arbitrio y a la habilidad de anticipar correctamente el momento futuro en que se presentarán las imperfecciones y desequilibrios del mercado y que la función del emprendedor es estar alerta ante la identificación de oportunidades producto de esas situaciones a fin de satisfacerlas, lo define como un equilibrador pasivo”. No considera al empresario como una fuente de ideas innovadoras innata sino como un individuo atento a las oportunidades que ya existen y que están esperando a que alguien las descubra.

Ducker (1985) plantea que ser emprendedor no es un rasgo de carácter sino una conducta y destaca al emprendedor innovador. Manifiesta que quien de origen a un pequeño negocio y corra riesgos, no quiere decir que sea innovador y no necesariamente es emprendedor. La obsesión por la oportunidad, la meta de crear y distribuir riqueza, y la constante búsqueda del crecimiento son las bases del emprendimiento según este autor. Complementando el pensamiento de Ducker, (Stevenson, 1980) enfatizó que la mentalidad emprendedora es un sistema de gestión enfocado en mayor medida en las oportunidades que en los recursos.

Timmons (1911) desarrolló un modelo en el que señala que los tres elementos más importantes en el proceso de emprendimiento son las oportunidades, los recursos y las personas; siendo el elemento dominante las personas, que buscan oportunidades en el mercado y complementan el proceso con sus recursos administrados eficientemente, a fin de que se convierta en una empresa de alto potencial como las nombra (Timmons, Zacharakis, & Spinelli,, 2004).

Finalmente, estudios de (Muller, Amit , 1994) manifiestan asimismo que el emprendimiento no está relacionado con las características de personalidad, más bien se relaciona con el comportamiento, que puede ser cambiado o aprendido. Estas afirmaciones coinciden con las conclusiones a las que han llegado otros autores como Drucker y Marshall, que manifiestan que existe una evidente relación entre el emprendimiento y la educación, y que no se debe poner todos los esfuerzos para educar en emprendimiento.

El emprendimiento y su enseñanza a lo largo del tiempo, están ligados a tres elementos fundamentales, que se distinguen en función de los aportes emitidos por algunos autores, que en sus diferentes estudios y análisis, han desarrollado la teoría del emprendimiento dentro de la teoría económica y son:

1. La facultad de crecer y de crear riqueza, orientada bien hacia la generación de desequilibrio (Escuela de Schumpeter) o de equilibrio (Escuela Austríaca).
2. La orientación al crecimiento (teoría de Drucker y Stenvenson).
3. El encaje de tres puntos básicos: las oportunidades, las personas y los recursos (Castillo, 1999).

En el transcurso de los años, los estudiosos del tema han ido incorporando nuevos aportes que complementen la visión del emprendimiento. Sin embargo aunque se centran mucho en la capacidad de la gente y la actitud que imponen para lograr sus metas, así como la identificación de oportunidades que les permitan ser exitosos y la innovación como estrategia, se debe considerar otros factores del entorno que afectan positiva y negativamente para llegar al cumplimiento de dichos objetivos, especialmente en el ámbito político, socio – cultural, económico y tecnológico.

1.2. Tipos de emprendimiento

En este punto se detalla lo mencionado por (Meza, Ema Julca, 2011) en su tesis doctoral *Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo*, el caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú), en donde establece al emprendimiento desde una perspectiva empresarial, el cual puede generarse en tres dimensiones, que se exponen a continuación:

- **Emprendimiento para la constitución empresarial**, es decir, concretar la idea de crear una empresa mediante el aprovechamiento de una oportunidad de negocios, el cual por lo general queda plasmado en un proyecto de constitución empresarial.
- **Emprendimiento para el establecimiento empresarial**, el cual consiste en ejecutar lo establecido en el proyecto de constitución empresarial con fines de ponerlo en el mercado.
- **Emprendimiento para mejorar las condiciones actuales de una empresa**, es decir, cuando se quiere mejorar el proceso productivo o de prestación de servicio, de una empresa que ya se encuentra insertado en el mercado de bienes o servicios, según corresponda.

Otras de las clasificaciones o tipos de emprendimiento que según el artículo publicado en la página web de (Emprendovenezuela, 2007) donde se expone a los tipos de emprendimiento en 6 categorías, las mismas que se detallan a continuación:

- Emprendedor Empresarial Tradicional.

Es aquel que entra en un mercado de producción de bienes que ya existen y se comercializan actualmente, sin embargo, cree que por características intrínsecas puede superar a sus competidores, bien, por haber agregado ciertas mejoras o cambios a los objetos producidos, o por ciertas ventajas inherentes a su empresa, pueda dar una mejor distribución o atención a clientes, que sus competidores no han podido realizar. Este emprendedor, requiere de un capital de alto a moderado para iniciar.

- Emprendedor innovador.

Generalmente, este tipo de emprendedor inicia en las Universidades o Centros de Investigación y son ayudados por los denominados Parques Tecnológicos. Consiste en tener un producto innovador que permite crear un mercado nuevo o sustituir otro ya existente. Versa igualmente sobre bienes tangibles, pero protegidos por los bienes intangibles (inventos, diseños, modelos de utilidad, etc.) y va desde medicinas hasta equipos

simplificados para plomería. Un ejemplo típico, son aquellos cambios pequeños que se ofrecen a los productos que se vende en la publicidad de televisión por cable.

- Emprendedor Comercial.

Es quien vende los productos que terceros le coloquen. Agrega poco o nulo valor al objeto vendido, sin embargo, si lo hace con la atención y servicios. En este caso se incluye desde los supermercados, abastos, tiendas de ropa, ferreterías, librerías, farmacias, etc. Se requiere un capital de medio a alto como inicial.

Igualmente, la diferenciación con la competencia puede ser enfocada de tres formas diferentes:

- Precios (no recomendable, porque normalmente se empieza una guerra de precios, en la cual, recuperar la inversión se hace muy difícil, sin embargo, si puede basarse en acuerdos con colectivos, para dar un descuento y obtener un mercado mayor, ejemplo, descuentos a los pertenecientes al gremio de ingenieros y arquitectos, en casos de ferreterías o un descuento para enfermos crónicos si se registra en la farmacia, o a estudiantes, en caso de librerías).

- Productos especializados (además de los genéricos o comunes, se puede inclinar a un nicho particular, ejemplo, una librería general, con especial referencia a las revistas o a la sección de libros médicos, o una tienda de ropa para personas obesas, o un supermercado de productos naturales) y,

- Servicios adicionales (desde el servicio de catering o envío a la casa u oficina, hasta cursos gratuitos de como reparar algo – caso ferreterías -, servicios médicos de control – caso farmacias –, autores invitados –casos librerías-, desfiles y galerías con los clientes – caso tiendas de ropa, etc.).

- Emprendedor de servicios.

Los ejemplos clásicos de este tipo de emprendimiento son las ventas de comida, panaderías, centros estéticos, floristerías, peluquerías, gimnasios, servicios técnicos (computación, plomería, electricidad, decoración, etc.). En términos generales, éste es el más común de los emprendimientos, por ser de bajo capital inicial requerido y existir pocas barreras de entrada.

- Emprendedor Tecnológico.

Es aquella actividad que se basa en las nuevas tecnologías, y va desde crear apps (o adicionales) para móviles (Blackberry, Apple o Android, principalmente) o para servicios (como Facebook, twitter, etc.). También, está dentro de esta categoría toda iniciativa que pretenda obtener una remuneración por la creación de contenidos, redes sociales o servicios en el internet, bien de forma directa (comercio electrónico) o indirecta (publicidad).

- Emprendedor Profesional

Es parecido al emprendedor de servicios, pero su público es mucho menor, ya que es especializado. Se comercializan conocimientos específicos, y normalmente lo representan los asesores empresariales, los centros de apoyo para pymes, los coach, los centros de capacitación y los outsourcing profesionales (soportes web, diseños, medicina preventiva empresarial), etc.

1.3. Perfil del emprendedor

En los años ochenta, ante el auge del entrepreneurship, se desarrollaron ciertos estudios en los Estados Unidos, con la intención de determinar el perfil de un emprendedor. La metodología se basó en el análisis de la personalidad de los emprendedores que habían alcanzado el éxito, tratando de extraer el común denominador a todos aquellos.

Es así, que el perfil del emprendedor, presenta las siguientes características:

- Adaptabilidad.- es la capacidad que tendría el emprendedor para adaptarse a condiciones muy diversas, ambientes diferentes, tratar con personas de características distintas, así como tolerar los cambios frecuentes en su entorno.
- Asertividad.- es su capacidad para defender sus opiniones, sus intereses, utilizando siempre importantes dosis de persuasión.
- Asunción de riesgos.- es su disposición a afrontar riesgos calculados, basándose en la certidumbre de que “el que no se arriesga, no pasa la mar”
- Autonomía.- es la dependencia o rechazo de la dependencia de otras personas, al tiempo que desarrolla la habilidad de solucionar sus problemas por sí solo sin ayuda de otros.

- Creatividad.- es la capacidad para buscar soluciones nuevas a problemas viejos, o a su vez plantear nuevos problemas. Se trata de romper deliberadamente con lo establecido o conocido, para buscar nuevas y mejores maneras de hacer las cosas.
- Comunicación.- es su capacidad de expresar deseos, necesidades, objetivos, ideas a sus socios, clientes y proveedores; son capaces de distinguir cómo tratar y comportarse con todo tipo de personas y, son muy perceptivos en distinguir cuando es el momento oportuno para entablar una conversación.
- Concentración.- implica focalizar su atención en sus objetivos y no dispersarse en asuntos colaterales.
- Cooperación.- es la disposición a tratar de resolver los problemas de los trabajadores, proveedores y clientes, como medio de conseguir que ellos también se impliquen en la resolución de los problemas propios. Muchas veces este rasgo es confundido con la mutua lealtad.
- Determinación.- ésta característica está estrechamente relacionada con la perseverancia y la tenacidad.
- Planificación.- es su capacidad para establecer de antemano objetivos, medios y controles, como opuesto a la improvisación.
- Presencia física.- los emprendedores con éxito tienen en general una presencia física positiva que les hace caer bien a la gente, y que no pasa desapercibida.
- Realismo.- los emprendedores tienen que estar a medio camino entre el realismo y la capacidad de soñar. Esta mezcla tiene que estar bien equilibrada, porque un individuo demasiado cauto o conservador difícilmente aceptará retos, mientras que un soñador puede cometer serias imprudencias que podrían comprometer el éxito de su empresa.
- Responsabilidad.- el emprendedor es el responsable directo de todo lo bueno o malo que suceda en su empresa/negocio, tanto de los aciertos y errores propios como de las acciones afortunadas o no de sus trabajadores.
- Técnica.- los emprendedores tienen un apreciable dominio técnico del trabajo que realizan, ya que éste es un factor crucial.

- Tenacidad.- es la constancia que tiene un emprendedor para seguir adelante ante las dificultades que se le presenten, sin disminuir el ritmo que lleva.
- Visión.- es la capacidad que tenga un emprendedor para imaginar el futuro, lo que le permitirá prepararse para estar bien posicionado cuando éste futuro llegue.

1.3.1. Capacidades emprendedoras

Para crear una empresa de éxito no es suficiente con contar con una buena idea de negocio, sino que la persona que está llevando a cabo el proyecto debe poseer una serie de actitudes y comportamientos adecuados que garanticen su competencia para afrontar el negocio de una manera óptima (Las siete capacidades emprendedoras fundamentales, Cámara de Navarra de Comercio e Industria. 2006).

La ausencia o presencia de estas actitudes determinan el perfil emprendedor de cada persona y una vez creada la empresa, la probabilidad de salir triunfante de la experiencia. Este perfil no es algo estático y fijo para cada persona, sino que todos los comportamientos básicos para garantizar el éxito puede trabajarse y mejorar su rendimiento.

Algunas de las capacidades emprendedoras fundamentales, aunque no las únicas, son las siguientes:

- **Búsqueda de oportunidades:** Consiste en la capacidad de detectar las demandas y necesidades del mercado, Es necesaria no sólo para poner en marcha una empresa, sino también para que aquellas empresas que ya están en marcha se adapten a los continuos cambios en el mercado, logrando incluso anticiparse y crear dichas necesidades. Para ello, es necesario dejar a un lado los prejuicios que tantas veces nos atan y que nos impiden avanzar.
- **Fijación de metas y planificación:** Tan importante es tener claro lo que se quiere, como organizar la manera de conseguirlo. Para que las metas puedan motivarnos será preciso que sean realistas, sólo así conseguirán llevarnos a la acción.
- **Asunción de riesgos calculados y toma de decisiones:** Los riesgos que rodean a una empresa son elevados, pero no por ello deben desanimar a la puesta en marcha de un nuevo proyecto. Lo fundamental es que dichos riesgos se conozcan perfectamente, se evalúen y se busque la mejor manera de hacerles frente, en caso de que finalmente el riesgo acabe materializándose.

- **Persistencia:** Cualquier persona que se plantee tener éxito empresarial deberá tener la fuerza suficiente para continuar en la consecución de sus objetivos a pesar de las dificultades y contratiempos que puedan surgir por el camino.
- **Capacidad creativa e innovación:** Lo dice la famosa frase: "Renovarse o morir". Para ello, hay que buscar día a día la manera de mejorarnos y hay que abrir el campo de visión. Sólo así se llegará a soluciones diferentes a las que ya existan en el mercado y, por lo tanto, sólo así podremos destacar sobre lo ya existente.
- **Internalidad:** Consiste en tener conciencia de que el éxito o el fracaso de nuestras acciones dependen de nosotros mismos y no de factores externos. Por lo tanto, requiere también una confianza en nuestras propias capacidades y un adecuado conocimiento de nuestras limitaciones.
- **Persuasión y redes de apoyo:** Es la búsqueda de estrategias para influenciar a otros. Es una capacidad clave en la consecución de los objetivos que toda empresa debe plantearse. No obstante, no es el perfil que hoy tenemos el que determinará el éxito o fracaso de nuestra empresa, ya que siempre podremos mejorarlo. Lo importante es saber en qué punto nos encontramos y cómo podemos avanzar.

1.3.2. Actitudes emprendedoras

Según un estudio realizado por la Pontificia Universidad Javeriana en su revista Javeriana edición No. 743, se ha generado una tabla que describe algunas actitudes empresariales o emprendedoras.

Cuadro N° 1. Actitudes emprendedoras.

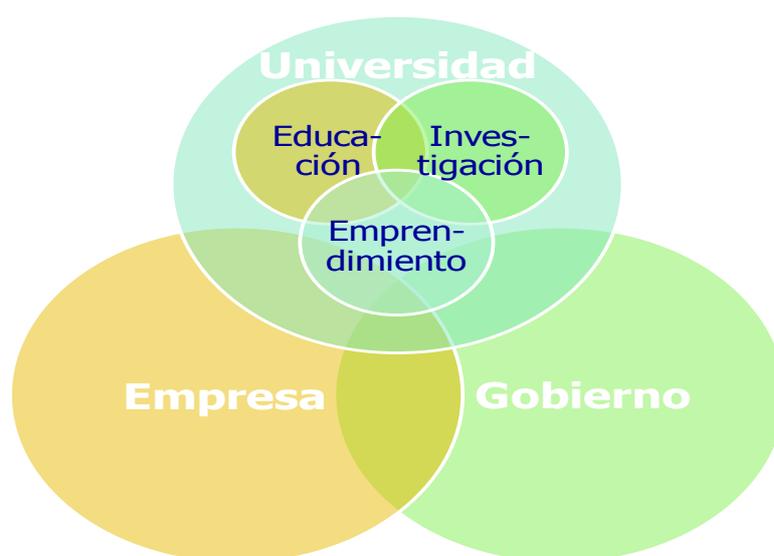
TEMAS	ACTITUDES
DETERMINACIÓN	Tenacidad, disciplina, persistencia en la resolución de problemas, sacrificio personal.
OBSESIÓN POR LA OPORTUNIDAD	Conocimiento certero de las necesidades de los clientes y orientación al mercado.
TOLERANCIA AL RIESGO Y A LA INCERTIDUMBRE	Tomar riesgos calculados, minimizar el riesgo, tolerancia de la incertidumbre, manejo del stress y el conflicto, habilidad para resolver problemas e integrar soluciones.
CREATIVIDAD Y HABILIDAD PARA LA ADAPTACIÓN	Pensamiento lateral, aprender a aprender, intranquilidad con el status quo.
MOTIVACIÓN POR SOBRESALIR	Orientación hacia metas y resultados, manejar el éxito y el crecimiento, conciencia de las fortalezas y debilidades.
LIDERAZGO	Experiencia, paciencia, autocontrol, trabajo en equipo.

Fuente: Pontificia Universidad Javeriana. Revista Javeriana edición No. 743.

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

1.4. Componentes del proceso educativo y su influencia en la formación de competencias emprendedoras.

Figura 1: Modelo de la Triple Hélice de la relación Universidad-Empresa-Gobierno



Fuente: Agencia de Desarrollo Empresarial ADE-Loja.

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

La figura 1 nos muestra el Modelo de la Triple Hélice en donde la responsabilidad es compartida y debe existir cooperación entre las partes: Universidad, Empresa y Gobierno (Etzkowitx & Leydesdorff, 2000), eso es:

- Cuando la Universidad toma el rol de emprendedora, ella asume como suya la función de acelerar el desarrollo socio-económico de una región y se equipara en importancia al papel de la empresa privada y del gobierno en este proceso. (Leydesdorff and Etzkowitz , 2003)
- La Universidad debe contar con el apoyo de la empresa privada y el gobierno. Ambos tienen la responsabilidad de contribuir al proceso emprendedor dotando a la Universidad con recursos físicos, humanos y financieros para la consecución de los objetivos comunes. (Carvalho de Mello , 2004)

1.5. Emprendimiento en la Universidad Técnica Particular de Loja

Según Censo del 2010, la provincia de Loja posee 448.966 habitantes, predomina como actividad económica la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, en su gran mayoría para abastecer el mercado local; el comercio al por mayor y menor; la enseñanza y la construcción. Lo mismo sucede con un reducido número de industrias (20 registradas en la Cámara de Industrias de Loja al 2014), las cuales abastecen al mercado local y muy pocas logran traspasar las fronteras provinciales, menos aún las nacionales.

Según estadísticas del Banco Central de Ecuador (2013), la provincia de Loja aporta con el 1,22% al PIB Nacional, lo cual es muy bajo si consideramos la población económicamente activa y las potencialidades que tiene. Si analizamos dentro de la provincia la desigualdad es mucho más grande, pues el desarrollo industrial se encuentra afincado en los cantones de Loja y Catamayo, dicha actividad industrial con generación de valor agregado en los restantes 14 cantones es nula.

A esto se suma que Loja poseía el cantón más pobre del país, Espíndola, según metodología IDH levantado por PNUD (1990-2001) y, los demás cantones se encontraban en niveles preocupantes dentro del mismo indicador. No así según datos del Sistema Nacional de Información (2010) que manifiesta que los cantones más pobres de Loja son Sozoranga y Espíndola, con un índice de 88,51 y 88,36 respectivamente, de acuerdo a la metodología de NBI (Necesidades Básicas Insatisfechas). Aunque las estadísticas son contundentes, la provincia de Loja y la de Zamora Chinchipe son provincias con un enorme potencial, sobre todo en turismo, producción agrícola y ganadera. La pregunta es ¿Cómo ayudarles a despegar todo su potencial?

En Loja existen varias limitaciones que pueden convertirse en oportunidades de emprendimiento. Nuestra ciudad está lejos del desarrollo, lo cual hace que se tenga costos muy altos y se pierda la competitividad, aun así, existe potencial para generar empresas aprovechando el talento humano de jóvenes con ideas innovadoras.

Existen empresas lojanas que han mejorado su productividad y competitividad, sin embargo, por la ubicación geográfica que tiene Loja, no es una ciudad para generar industrias masivas, por lo que se trata de generar industrias de alto nivel, que hagan producciones pequeñas, pero que sean de alto contenido tecnológico y de calidad, es decir, productos exclusivos para ciertos mercados aprovechando los recursos existentes.

El emprendimiento es una actividad que busca generar empleo, independencia y sobre todo ser una fuente de ingresos para quienes deciden iniciar una idea de negocio, ya sea por medio de la transformación de productos o la oferta de servicios.

Considerando las iniciativas que promueven la relación Universidad-Empresa, la Universidad Técnica Particular de Loja es partícipe de esta relación y fomenta la creación de emprendimiento impulsando modelos que potencian emprendedores ya sean alumnos, o público externo que puedan desarrollar una empresa basada en innovación, desarrollando competitivamente o comparativamente producciones distintas a las que se hace en el país, con el fin de ser fuertes en el mercado, para esto es necesario el conocimiento y experiencia que la universidad puede brindar por medio de investigación.

El objetivo es que los profesionales en formación tengan una actitud emprendedora y con miras a expandir sus ideas al mercado internacional, esto con el fin de que la generación de empleo y la sostenibilidad de la empresa sean importantes a largo plazo teniendo en cuenta que toda actividad empresarial genera impactos positivos y negativos. Lo importante es que los emprendedores aprenden a conllevar las dificultades en la parte laboral, ambiental y tributaria; cumpliendo con las leyes y asumiendo la responsabilidad que un emprendimiento supone.

La UTPL ha realizado varios aportes al emprendimiento regional en los que se destacan las siguientes iniciativas detalladas en el Cuadro 2:

Cuadro N° 2: Cronología de las iniciativas de la UTPL dirigidas al fomento del emprendimiento

1969	Se crea la <i>Planta de Balanceados</i> por iniciativa de la UTPL con la misión de elaborar y empacar productos con la marca
-------------	--

	“Balaceados UTPL” para aves, bovinos, cerdos, caballos, cerdos, peces, camarones, ranas, entre otros. Fue vendida en 1983 (?).
1974	Se crea la <i>Editorial UTPL</i> con la misión de proveer soluciones gráficas integrales para estudiantes del mercado nacional. Se ha posicionado como la editorial más confiable a nivel científico y la de mejor calidad en el ámbito educativo y comercial.
1983	Nace <i>ECOLAC</i> con el fin de dar valor agregado a los productos lácteos. Apoya a la investigación y sobre todo a los productores de leche de la provincia de Zamora Chinchipe. En 1985 amplía su capacidad y paleta de productos. En 1997 instala 4 centros de acopio.
1983	Nace <i>CERART</i> , empresa que vincula la identidad y la plasma en artesanías con la tradición ceramista de la región sur del Ecuador. Las dos unidades productivas - <i>ECOLAC</i> y <i>CERART</i> - actualmente desarrollan modelos de negocios inclusivos con sus proveedores.
2001	Se crea la <i>Agencia de Desarrollo Empresarial (ADE)</i> como un organismo privado sin fines de lucro cuyo objetivo es la fusión entre conocimiento, tecnología y el emprendimiento. Es una iniciativa de la UTPL, Cámara de la Industria de Loja y otros actores.
2002	Nace <i>Servicios UTPL Cia. Ltda.</i> , empresa que al inicio englobaba el hotel-escuela <i>Casa Lojana</i> y la cafetería del campus universitario de Loja. Más tarde se adosó al grupo el <i>Hospital Universitario UTPL</i> que se inauguró en el 2007.
2004	Se crea <i>Hotel El Almendral Cia. Ltda.</i> Más tarde esta compañía participa junto con otros socios en una franquicia del <i>Hotel Howard Johnson</i> en Loja. El <i>Hotel Howard Johnson Loja</i> fue inaugurado en enero del 2009.
2006	Se crea <i>Loja Valle de Tecnología (LVT)</i> por iniciativa de la Escuela de Informática. LVT es una incubadora de empresas de base tecnológica con el fin de apoyar empresas que desarrollan soluciones en el campo de la informática, electrónica y afines. Entre las empresas de LVT se encuentran: ByluSoftware, Kanastakuna, AQA Solutions, Telecaastro, Ideas Factory,

	AzClick, Freak Design, Campana Comunicación, I ART STUDIO, WUTOLOJA, CIA. LTDA., YAMBURARA.COM S.A., ENOVATRADING CIA LTDA., AIWIIIB, EQBYTE INSTRUMENTS, Telekatt, Optimiza Tech Cia. Ltda., JERT Industria Manufacturera, Electritelecom.
2009	Se crea el <i>Laboratorio de Alimentos</i> por iniciativa del <i>Centro de Transferencia de Tecnología e Investigación Agroindustrial</i> (CETTIA) para que emprendedores investiguen y desarrollen nuevas formas de obtener productos alimenticios de alto valor agregado.
2010	Se crea la <i>Cátedra de Emprendimiento</i> , iniciativa con la cual se busca desarrollar capacidades emprendedoras y desde la academia fortalecer los conocimientos de los estudiantes sobre liderazgo y negocios, con enfoque a la creatividad e innovación.
2012-2014	PRENDHO Es una impulsadora de empresas y emprendimientos, generadora de conocimiento, innovación y desarrollo. Su actividad se basa en el apoyo a las iniciativas emprendedoras desde la gestación de la idea hasta su incursión y expansión por el mercado nacional e internacional participando activamente en todas las fases del proceso de consolidación empresarial.

Fuente: Agencia de Desarrollo Empresarial ADE-Loja.

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

A través de todas estas iniciativas pro-empresa de los últimos años, la UTPL ha tomado el liderazgo del emprendimiento en la zona 7 del Ecuador. Gracias a eso, ella se encuentra en un posición aventajada de poder realizar lo que la literatura especializada denomina “la segunda revolución académica” dentro del proceso de evolución de la universidad descrito por (Henry Etzkowitz , 2002)

Según el modelo de Etzkowitz, actualmente se puede ubicar la UTPL a medio camino de este proceso de evolución. Con certeza, ella se sitúa en una posición intermedia entre uno y otro grupo, pues ya se vincula con la industria a través de la prestación de servicios empresariales y se encuentra, ella misma, comprometida con la creación de empresas desde hace mucho tiempo.

Figura 2: La evolución de la universidad según Etzkowitz



Fuente: Agencia de Desarrollo Empresarial ADE-Loja.
Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

La evolución implica realizar la “segunda revolución académica” según Etzkowitz. Eso significa a largo plazo la transformación de la UTPL en una “Universidad Emprendedora”, la que tiene como finalidad no solamente impartir la educación e investigación, sino también contribuir al desarrollo económico y social de la región a través del fomento, enseñanza y difusión del emprendimiento.

Este cambio de visión de la universidad y su compromiso con el desarrollo socio-económico de la región y del país requiere una nueva relación de la universidad con la industria y el gobierno que implica modelos de innovación, con un contexto local y nacional. El aprendizaje es un factor clave de la innovación tanto en los alumnos como en los docentes investigadores, las universidades tienen a su favor el poderoso recurso de la educación continua para formar y renovar habilidades que fomenten la cultura empresarial, por su parte, el Gobierno debe brindar el apoyo y facilidades que estén a su alcance para juntos fomentar empresas potenciales a largo plazo

1.5.1 Componentes académicos relacionados al emprendimiento

1.5.1.1. Cátedra de Emprendimiento

La Cátedra de emprendimiento de la UTPL posiciona la cultura y fomenta la creación de emprendimientos innovadores y creativos, basados en el conocimiento, afinidad y demanda

competitiva a nivel local y regional, apoyando el desarrollo social y económico de la sociedad. (Condolo, 2014)

Considerando la experiencia piloto y la aspiración de la UTPL por transformarse en una Universidad Emprendedora, se propuso migrar la Cátedra de Emprendimiento – Gestión Productiva hacia un Programa de Emprendimiento incluyente o integrador; con ello, la enseñanza del emprendimiento deja de ser una oferta limitada de cursos dirigido a unas pocas carreras generalmente del área administrativa, para convertirse en un eje transversal a nivel de pregrado. (Ver anexo 1 y 2)

Cátedra de Emprendimiento con el apoyo de Fundación ADE busca instaurar un modelo en el que expertos en cada uno de los temas a tratar desarrollen talleres o den charlas para que posteriormente lo aprendido se convierta en directrices que se puedan aplicar directamente cualquier idea de negocio.

A partir del año 2011 se desvincula la Cátedra de Emprendimiento ya que pasa a formar parte de la Sección Departamental de Gestión Empresarial competente de dicho componente académico.

1.5.1.2. Componente Emprendimiento

El componente de formación básica “Emprendimiento” perteneciente a la Sección Gestión Empresarial del Departamento de Ciencias Administrativas, tiene como objetivo desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes que le permita al estudiante emprender en el ámbito personal, social y laboral, con la oportunidad de vincularse al entorno productivo. Anteriormente éste componente se denominaba “Desarrollo de la Inteligencia y Liderazgo” y posteriormente “Liderazgo y Creatividad”; se viene dictando por tres períodos académicos consecutivos, desde el período abril – agosto 2013 con el nombre de “Emprendimiento”, según las directrices dadas desde la Dirección General Académica, DGA. (Ver anexo 3)

Dentro de éste componente se ha realizado la Feria Potenciando Emprendedores, tanto en el período académico abril – agosto 2013 como abril agosto 2014, en la que los estudiantes pueden vincularse a una experiencia emprendedora y pueden poner en práctica lo aprendido en las aulas, aportando al sector productivo de Loja, a través de la elaboración y aplicación de estrategias innovadoras en beneficio del emprendimiento. (Espinoza, 2014)

Los estudiantes del componente emprendimiento durante el ciclo académico abril - agosto 2014, se han vinculado a distintos emprendimientos de la ciudad, con la finalidad de desarrollar un proceso vivencial que aporte a la generación de competencias y les permita aplicar los conocimientos recibidos en las aulas.

La vinculación de los estudiantes con los emprendimientos, se traduce en un “ganar ganar” para los involucrados, ya que los estudiantes aprenden con la práctica y se motivan a la generación futura de emprendimientos que aporten al desarrollo local.

El emprendimiento por su parte, se beneficia del valor generado a través de la propuesta y aplicación de estrategias innovadoras por parte de los estudiantes, con el fin de mejorar la actividad comercial de sus negocios.

1.5.2. Prendho

El Centro de emprendimiento PRENDHO, es una impulsadora de empresas y emprendimientos, generadora de conocimiento, innovación y desarrollo. Su actividad se basa en el apoyo a las iniciativas emprendedoras desde la gestación de la idea hasta su incursión y expansión por el mercado nacional e internacional participando activamente en todas las fases del proceso de consolidación empresarial.

El Centro de Emprendimiento de la Universidad Técnica Particular de Loja responde a las necesidades de unificación y potenciación de las competencias en gestión del emprendimiento de la UTPL con el fin de dar una respuesta rápida, eficaz y eficiente a las iniciativas emprendedoras surgidas en su camino hacia la consolidación como Universidad Emprendedora. (FEDES, 2012)

Misión

Somos el Centro de Emprendimiento Prendho de la UTPL, impulsadora de empresas y emprendimientos, generadora de conocimiento, innovación y desarrollo. (FEDES, 2012)

Visión

Promover el emprendimiento innovador incremental o disruptivo en Iberoamérica.

Prendho, ha definido algunos objetivos relacionados con su ámbito de acción los cuales se detallan a continuación: (FEDES, 2012)

- Estimular, impulsar y consolidar el emprendimiento innovador y disruptivo en Iberoamérica.
- Crear herramientas eficientes para el desarrollo y promoción de las nuevas empresas nacidas al amparo de la Universidad Técnica Particular de Loja.
- Ofrecer asistencia técnica y empresarial a todas las iniciativas que se desarrollen dentro del marco del Centro.
- Gestionar la cooperación con entes locales, nacionales e internacionales y todas aquellas competencias de cuyo resultado dependa directamente el éxito de los emprendimientos.

A continuación se detalla las empresas que conforman parte del Centro de Emprendimiento Prendho:

Fase de Pre-incubación

- DBaseLoja

Fase de Incubación

- CIDsecure
- LojaSoft Solutions
- Lunyxtec
- One Click
- PM&BS

Fase de Lanzamiento

- AQA Solutions
- ATIXX
- CampuSoft
- Inaagro
- Induloja
- Ingeniería Verde
- KRADAC
- SIC ELECTRITELECOM
- Store Solution Sistemas

Existen áreas que conforman la estructura funcional de Prendho, la cual le ha permitido trabajar de mejor manera y ha permitido enlazar con mayor facilidad la gestión que genera el emprendimiento. (FEDES, 2012)

CAPÍTULO II
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

2.1. Metodología

En el presente capítulo se realizó el levantamiento de información a través del método inductivo, que parte de casos particulares para llegar a conclusiones generales, en donde se ejecutó el siguiente proceso: inicialmente se tomó la base de datos de graduados del Sistema de Ex alumnos UTPL, de los períodos 2000 al 2013, con corte al 24 de enero del 2014, con ello se obtuvo una población de 4630 ex alumnos. Para su aplicación fue necesario recurrir a una muestra que garantice la representatividad de la población de estudio, con ello se procedió aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Dónde:

z^2 = Nivel de confianza

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

N = Tamaño de la población

e^2 = Error de estimación

Para determinar las proporciones de la muestra se utilizó el criterio del Teorema del Límite Central, TLC, donde la población es finita. Los valores utilizados fueron: nivel de confianza, 95%, correspondiente a 1,96; error muestral, 5%; tanto el valor de P, como de Q, es igual a 0,5.

Una vez obtenidos los resultados se procedió a diseñar una encuesta que permitió identificar objetiva y rápidamente el valor de los indicadores objeto de estudio. La encuesta consta de 32 preguntas planteadas en tres partes: primero lo referente a Información General de los ex alumnos; segundo, la evaluación de la titulación o carrera, y finalmente los datos referentes a los emprendimientos (Ver anexo 4). Las preguntas han sido enfocadas a conocer si los ex alumnos tienen emprendimientos, la actividad económica a la cual pertenecen, los ingresos, los recursos económicos con los que iniciaron, entre otras preguntas; de igual forma también se enfoca en aquellos ex alumnos que no tienen empresas pero les gustaría emprender en un proyecto, o al contrario, porque razón no les gustaría hacerlo.

La aplicación de la encuesta se realizó de manera personal con aquellos ex alumnos a los cuales se los tenía identificados en los lugares de trabajo, en otros casos, en los que no fue

posible contactarlos personalmente, se recurrió a ejecutar la encuesta a través de llamadas telefónicas y correo electrónico. Una vez obtenidos los resultados de las encuestas, se ordenó en primera instancia las encuestas en forma cronológica, es decir del 2000 al 2013, luego se enumeró las encuestas y se pasó todos los datos a Excel. Una vez ingresados y tabulados todos los datos, se procedió a codificar las variables o respuestas, y a migrar los resultados al programa estadístico SPSS, donde se pudo obtener los cuadros de resultados y las tablas de contingencias necesarias para nuestro análisis e interpretación de resultados. En los resultados de las tablas de frecuencia de cada pregunta existen estimadores como: Frecuencias, Porcentajes, Porcentajes válidos y Porcentajes Acumulados. El **porcentaje válido** representa el resultado de dividir la frecuencia de una determinada categoría sobre el número total de valores válidos, y el **porcentaje acumulado** es el resultado de la suma del porcentaje válido de las diferentes categorías de la variable.

2.1.1. Universo y muestra

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de los exalumnos se utilizó información generada por el Sistema de Unidad Ex Alumnos UTPL de las 23 titulaciones que mantiene la Universidad en modalidad presencial.

Cuadro N° 3. Ex Alumnos UTPL, 2000 al 2013

Modalidad Presencial	
Año	Número de Ex-alumnos
2000	170
2001	278
2002	218
2003	255
2004	410
2005	374
2006	497
2007	375
2008	524
2009	371
2010	279
2011	272
2012	322
2013	285
Total	4630

Fuente: Unidad Ex Alumnos UTPL, corte al 24 de enero del 2014

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Con los datos obtenidos se procedió a calcular la muestra:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 4.630}{5^2 * (4.630 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{4.446,65}{12,53}$$

$$n = 355$$

Cuadro N° 4. Distribución de Encuestas por peso poblacional

Modalidad Presencial			
Año	Ex-alumnos	%	No. de encuestas
2000	170	3,67%	13
2001	278	6,00%	21
2002	218	4,71%	17
2003	255	5,51%	20
2004	410	8,86%	31
2005	374	8,08%	29
2006	497	10,73%	38
2007	375	8,10%	29
2008	524	11,32%	40
2009	371	8,01%	28
2010	279	6,03%	21
2011	272	5,87%	21
2012	322	6,95%	25
2013	285	6,16%	22
Total	4630	100,00%	355

Fuente: Unidad Ex Alumnos UTPL, corte al 24 de enero del 2014

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

2.2. Informe de resultados

Cuadro N° 5: Sexo y Estado civil de los exalumnos

		Estado civil					Total
		No contesta	Soltero	Casado	Divorciado	Unión libre	
Sexo	No contesta	30,0%	40,0%	30,0%	,0%	,0%	100,0%
	Masculino	9,0%	32,0%	51,1%	5,1%	2,8%	100,0%
							50,1%

	Femenino	6,0%	34,1%	52,7%	3,6%	3,6%	100,0%
Total		8,2%	33,2%	51,3%	4,2%	3,1%	100,0%

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

De los resultados obtenidos se puede identificar que la mayoría de exalumnos utepelinos son hombres.

Al realizar el cruce de variables con respecto al sexo y estado civil de los exalumnos se obtuvo que tanto hombres como mujeres en su mayoría son casados. De igual forma se puede dar cuenta que hay un mayor porcentaje de mujeres casadas, en unión libre o solteras con relación a los hombres; mientras que hay un mayor porcentaje de hombres divorciados en relación a las mujeres.

Cuadro N° 6: Edad

Edad	Porcentaje válido
No contesta	5,1
20-23 años	2,0
24-27 años	14,6
28-31 años	27,0
Más de 31 años	51,3
Total	100,0

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

Según los resultados obtenidos se puede identificar que la mayoría de exalumnos se encuentran en el rango de edad de más de 31 años. Se tiene que la edad además es relativamente proporcional al período en que egresaron los estudiantes de su carrera universitaria.

Cuadro N° 7: Titulación de los exalumnos

Carrera/Titulación	Porcentaje válido
Abogacía	3,1
Administración de Empresas	8,7
Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	2,3
Arquitectura	8,7
Arte y Diseño	1,4

Asistencia Gerencial y Relaciones Públicas	,3
Banca y Finanzas	4,2
Biología	,6
Bioquímica y Farmacia	,6
Comunicación Social	1,1
Contabilidad y Auditoría	14,4
Economía	8,2
Geología y Minas	1,7
Gestión Ambiental	2,5
Industrias Agropecuarias	6,5
Ingeniería Civil	8,7
Ingeniería en Electrónica y Telecomunicaciones	5,4
Ingeniería en Sistemas Informáticos y Computación	13,0
Ingeniería Química	1,4
Medicina	2,0
Psicología	,8
Secretariado Ejecutivo Bilingüe	4,5
Total	100,0

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

En lo expuesto en el cuadro precedente, se encuentra información con respecto a la titulación o carrera de los exalumnos de la UTPL, entre los datos más relevantes se tiene el 14,40% que corresponde a la carrera de Contabilidad y Auditoría. Existe mayor porcentaje de titulados en las carreras del área técnica, tales como: Ingeniería en Sistemas Informáticos y Computación, Ingeniería Civil y Arquitectura, ello se debe a la gran demanda que poseen dichas carreras por parte de los estudiantes. Otras titulaciones se encuentran en porcentajes mínimos.

Cuadro N° 8: Año de graduación de los exalumnos

Año de graduación	Porcentaje válido
2000	3,7
2001	5,9
2002	4,8
2003	5,6
2004	8,7
2005	8,2
2006	10,7
2007	8,2

2008	11,3
2009	7,9
2010	5,9
2011	5,9
2012	7,0
2013	6,2
Total	100,0

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

Esta pregunta nos permitió obtener los siguientes resultados: el mayor porcentaje de exalumnos graduados se concentra en el año 2008 con un 11,30%. A partir del año 2004 existen más graduaciones, ya que de éste año en adelante el porcentaje es superior al 5.9%.

Cuadro N° 9: Decisión para estudiar en la UTPL

¿Por qué decidió estudiar en la UTPL?	Porcentaje válido
No contesta	1,1
No pudo ingresar a otra universidad	2,5
Prestigio	45,9
Recomendación de un familiar/amigo	10,1
Por la oferta académica	40,0
Otro	,3
Total	100,0

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

Entre los datos más destacados de los resultados obtenidos se tiene que la mayoría de exalumnos escogió la UTPL por el prestigio que tiene la Universidad, éste resultado es importante gracias a la imagen y trayectoria que tiene la Universidad tanto a nivel nacional como internacional. Otro porcentaje considerable de exalumnos decidió estudiar en la UTPL por la oferta académica, esto es gracias a las diversas titulaciones que existen en las áreas administrativa, sociohumanística, técnica y biológica, lo cual le da diferentes opciones a los estudiantes al momento de elegir su carrera universitaria.

Cuadro N° 10: Aspecto para elegir su carrera universitaria

	Porcentaje válido
No contesta	1,1
Vocación	54,4
Por las expectativas de trabajo	33,8
No pudo estudiar lo que quería	5,1
Recomendación de un familiar/amigo	5,1
Otro	,6
Total	100,0

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

Considerando estos datos se puede dar cuenta que la mayoría de los estudiantes ha considerado su titulación basándose en la vocación y la pasión de hacer lo que uno realmente quiere y desea ser, lo cual les ha permitido aprovechar todos los conocimientos adquiridos y ser profesionales preparados, en constante actualización, con metas y objetivos claros, buscando el verdadero ser y servir a la sociedad. También lo han hecho por las expectativas de trabajo o por recomendación de algún familiar o amigo, lo cual es importante ya que se refleja la confianza de la colectividad en nuestra Universidad.

2.3. Emprendimientos más destacados de exalumnos de la Utpl y su impacto causado en el ámbito académico, social y económico

En el desarrollo de la presente investigación se ha detectado que en los últimos años se han generado múltiples iniciativas creativas e innovaciones en diferentes ámbitos, lo que ha marcado una visión universitaria enfocada al progreso, cambio, creación de nuevas y mejores oportunidades.

Tal es el caso de la empresa “Kradac” que tiene como gerente general al Ing. Bruno Valarezo, exalumno de la UTPL, empresa conformada por un equipo especializado en ingeniería, dedicados a: investigar, diseñar, desarrollar e implementar soluciones tecnológicas de alta calidad con el mejor desempeño para la satisfacción de sus clientes. En el año 2011 obtuvo algunos logros como son: 1) Segundo lugar a nivel nacional, en el Concurso UMEBOT (Unidad de Mantenimiento Electrónica de la Escuela Politécnica

Nacional.) que se desarrolló en la ciudad de Quito. 2) Primer lugar en el concurso de la Lojanidad “Avanzando 2011”, con ello también fue reconocido por el Ilustre Municipio de Loja.

El Campus Party Quito 2013, evento de carácter mundial en el que se reúnen miles de aficionados a la tecnología, es reconocido como el mayor evento de entretenimiento electrónico online del mundo, y se organiza en Ecuador desde el 2011. En éste evento donde acudieron un total de 2500 jóvenes, una de las competiciones a ganar fue “Yachay Alerta”, una serie de retos basados en las necesidades de la denominada Ciudad del Conocimiento Yachay. Como ganador resultó Bruno Valarezo de Kradac.

Kradac presentó un módulo que permite realizar monitoreo de varios aspectos de una ciudad, como sensores de humedad, temperatura, radiación ultravioleta, contaminación ambiental y medir caudal y presión de tuberías de agua para la ciudad, consumo de las principales líneas de distribución eléctrica y envío de alertas cuando sobrepasen medidas máximas. El premio fue de 5000 dólares para desarrollar o finalizar el proyecto y la oportunidad de que Yachay adquiriera o compre sus productos y los instalen en la ciudad del conocimiento.

En el reto Movistar (tecnologías con arduino) Kradac conjuntamente con el grupo de robótica, obtuvo el tercer lugar. El premio fue un kit arduino y un mini iPad.

Otro aporte importante de la empresa en el ámbito educativo, es el Proyecto GENIOS, proyecto que ya tiene algunos años, entre sus objetivos están: despertar la vocación de los niños por la robótica expresando su creatividad; diseñar, construir y programar robots utilizando la tecnología LEGO MINDSTORMS; Aplicar al mundo real, conceptos de matemáticas y ciencias básicas; Aprender el pensamiento crítico, trabajo en equipo y técnicas de presentación.

Otro ejemplo importante de empresas destacadas es Master PC, empresa familiar reconocida por su liderazgo, innovación y competitividad en la comercialización de soluciones tecnológicas. Es una empresa que tiene gran trayectoria en el mercado local, pues cuenta ya con 15 años aproximadamente de experiencia.

Conforme se ha ido desarrollando la empresa ha implementado la expansión de su negocio, con sucursales en Loja, Zamora, Yanzatza, entre otros, creando más de 8 tiendas de tecnología Master Pc en la región Sur del Ecuador.

En el año 2013 contó con más de 60 talentos humanos quienes hacen de esta empresa, una empresa con Visión siempre en beneficio del cliente interno y externo, haciendo que el cliente sienta y perciba la calidad del servicio, no solo por la entrega de buenos productos sino también por el servicio y trato al cliente.

No es posible detallar todos los emprendimientos exitosos, sin embargo existen grandes ideas empresariales, entre las cuales se detallan algunas: ByluSoftware, Kanastakuna, AQA Solutions, Telecaastro, Ideas Factory, AzClick, Freak Design, Campana Comunicación, I ART STUDIO, WUTOLOJA, CIA. LTDA., YAMBURARA.COM S.A., ENOVATRaining CIA LTDA., AIWIIIB, EQBYTE INSTRUMENTS, Telekatt, Optimiza Tech Cia. Ltda., JERT Industria Manufacturera, Electritelecom, ATIXX, CampuSoft, Inaagro, Induloja, Ingeniería Verde, Kradac, Sic Electritelecom, Store Solutions Sistemas, Cid Secure, LojaSoft Solutions, Lunyxtec, One Click, PM&BS, DBaseLoja, Ideabox, Quipus, Toners Soluciones Tecnológicas, Productos Flandoli, Setcompc Loja, entre otras; empresas que día a día van creciendo porque buscan de una u otra manera expandirse en el mercado local, nacional e internacional, de igual forma están comprometidos con el desarrollo económico y social del país, generando fuentes de empleo, desarrollo de investigación, generación de innovación y desarrollo y comprometidos con el medio ambiente.

Estos casos en particular nos muestran claramente el compromiso de las empresas en el ámbito social, económico y académico, y la forma fácil de generar empleo con proyectos concisos, acorde a nuestra realidad, pero ambiciosos con la finalidad de llegar a nuevos mercados.

A continuación se exponen los cuadros de resultados de las preguntas de interés del presente proyecto, en donde se conoce en porcentajes reales la cantidad de exalumnos emprendedores que posee la UTPL, y su incidencia en el ámbito académico, social y económico de nuestra localidad.

2.3.1. Impacto económico

Cuadro N° 11: Información de exalumnos que poseen empresas propias enfocadas a las razones por las que decidieron emprender en su negocio.

		¿Posee usted un negocio o empresa propia?		Total
		Si	No	
¿Razones por las que decidió emprender en su propio negocio o empresa? Marque una o varias opciones	Deseo de ser independiente	17,2%		7,0%
	Obtener ingresos propios	9,0%		3,7%
	Fomentar empleo	,7%		,3%
	Carrera profesional	2,1%		,8%
	Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios	17,2%		7,0%
	Deseo de ser independiente/Fomentar empleo	2,8%		1,1%
	Deseo de ser independiente/Carrera profesional	4,8%		2,0%
	Obtener ingresos propios/Fomentar empleo	,7%		,3%
	Obtener ingresos propios/Carrera profesional	3,4%		1,4%
	Fomentar empleo/Carrera profesional	,7%		,3%
	Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios/Fomentar empleo	8,3%		3,4%
	Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios/Curiosidades	2,1%		,8%
	Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios/Otros	,7%		,3%
		Deseo de ser independiente/Fomentar empleo/Carrera profesional	4,1%	
Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios/Fomentar empleo/Carrera profesional		11,7%		4,8%
Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios/Fomentar empleo/Carrera profesional/Curiosidades		,7%		,3%
Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios/Carrera profesional		13,8%		5,6%
Total		40,8%	59,2%	100,0%

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

Dentro del cuadro 13 se puede identificar que el 59,2% corresponde a los exalumnos que no poseen un negocio propio y en un porcentaje de 40,8% son aquellos que si emprendieron en algún negocio o empresa.

De acuerdo a los porcentajes antes indicados se observa que existe un buen porcentaje de exalumnos emprendedores, los mismos que forman parte de microempresas que contribuyen significativamente a la economía de la ciudad, de la región y por ende del país. Según el último Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría de MIPyME.

Por otra parte luego de combinar las variables correspondientes a ¿Posee usted un negocio propio? y ¿Razones por las que decidió emprender? se tiene diferentes motivos para emprender, en donde las más relevantes son: aquellos que lo hicieron por el deseo de ser independientes y tener sus propios ingresos, otros incluyeron en sus opciones por carrera profesional y por fomentar empleo.

Cuadro N° 12: Actividad económica a la que pertenecen los emprendimientos de los exalumnos de la UTPL

	Porcentaje válido
No contesta	1,4
Industrias manufactureras	4,8
Construcción	22,8
Comercio al por mayor y menor	21,4
Transporte y almacenamiento	2,8
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	3,4
Actividades financieras y de seguros	1,4
Actividades inmobiliarias	0,7
Actividades profesionales, científicas y técnicas	24,8
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	12,4
Enseñanza	0,7
Actividades de la atención de la salud humana	1,4
Otra actividad	2,1
Total	100

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

Los emprendimientos de los exalumnos de la UTPL están enfocados en varias actividades económicas, entre los datos más destacados están: actividades profesionales, científicas y técnicas, actividades relacionadas con la construcción y actividades de comercio al por mayor y menor, dejando a otras actividades en porcentajes menores.

Con este resultado se observa que los sectores productivos que aportan mayormente a la economía local son el sector terciario o de servicios.

Cuadro N° 13: Riesgos al emprender en un negocio o empresa

¿Qué riesgos tuvo que enfrentar al emprender en su negocio o empresa?	Porcentaje válido
No contesta	2,0
Falta de recursos económicos y dificultad para acceder a crédito bancario	13,0
Competencia desleal	15,0
Arriesgar la inversión realizada, fracasar	26,0
Poca demanda, poca aceptación en el mercado	14,0
Falta de experiencia	10,0
Delincuencia	2,0
Dificultad en la obtención de permisos	2,0
No conocer sobre otras áreas (financiera, jurídica, tributaria)	6,0
Ninguna	8,0
Mala elección del personal	1,0
Total	100,0

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

Cualquier empresa consolidada y más aún aquellas que están iniciando, corren muchos riesgos que provienen tanto del mercado, la competencia, posicionamiento, etc. La mayoría de los exalumnos emprendedores han tenido riesgos y miedos al momento de emprender, entre ellos están: Arriesgar la inversión realizada y fracasar; esto se debe a la falta de seguridad, la cual puede ser por la falta de planificación o por no consolidar bien una idea, enfocando todos los puntos favorables y desfavorables que tiene el emprender en un nuevo negocio y hacer empresa. Otro riesgo importante es la competencia desleal, esta es una realidad globalizada que la tienen incluso grandes transnacionales. La poca demanda y poca aceptación en el mercado también representa otro factor de riesgo a la hora de

emprender, esto nos lleva a concluir que necesitamos ampliar nuestra visión y llegar a mercados aún no explotados. Otro factor es la falta de recursos económicos y dificultad para acceder a crédito bancario, lo que se debe a una mal información acerca de entidades que si prestan sus servicios para emprendimientos empresariales. Además tenemos en mínimos porcentajes riesgos como falta de experiencia, no conocer sobre otras áreas (financiera, jurídica, tributaria), delincuencia, dificultad en la obtención de permisos y mala elección del personal.

Sin duda se puede dar cuenta que la mayoría de exalumnos ven su limitación en el factor económico; por una parte en perder su dinero invertido, o por otra no contar con el mismo para desarrollar su empresa.

Cuadro N° 14: Ingresos promedio de la empresa o negocio

	Porcentaje válido
No contesta	2,0
Menos de 200 dólares mensuales	1,0
De 201 a 400 dólares mensuales	8,0
De 401 a 600 dólares mensuales	8,0
De 601 a 800 dólares mensuales	16,0
Más de 800 dólares mensuales	65,0
Total	

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

De los resultados obtenidos se puede concluir que los exalumnos que emprendieron en un negocio obtienen ingresos mayores a 800 dólares mensuales, en porcentajes menores se encuentran los ingresos menores a 600 dolares.

Con estos datos se puede verificar que los emprendimientos de exalumnos UTPL tienen ingresos económicos importantes, lo cual contribuye con el sistema productivo de la ciudad.

Cuadro N° 15: Qué apoyo económico tuvieron los emprendimientos de la UTPL

	Porcentaje válido
No contesta	1,0
Familia	72,0
Amigos	4,0
Compañeros de la Universidad	3,0
Otros	20,0
Total	

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

Aquellos exalumnos que emprendieron en su propio negocio o empresa, económicamente iniciaron en su mayoría con el apoyo financiero de la familia, otros lo hicieron, a través de instituciones financieras, y en menor porcentaje con sus ingresos propios.

De acuerdo a estos datos se puede dar cuenta que la iniciativa de los exalumnos por emprender negocios con ideas innovadoras no se han visto truncados por apoyo económico, ya que actualmente existen muchas maneras de acceder a un crédito para crear empresas, las mismas que son impulsadas y cuentan con el apoyo de varias instituciones bancarias como la corporación financiera nacional, bancos medianos, cooperativas, etc.

2.3.2 Impacto académico

Cuadro N° 16: Información de exalumnos que poseen empresas propias enfocadas a la influencia que tuvo su formación académica en la UTPL.

		¿Su formación académica en la UTPL influyó al momento de emprender en su negocio o empresa?			Total
		Si	No	No aplica	
¿Posee usted un negocio o empresa propia?	Si	77,9%	22,1%		100,0%
	No			100,0%	100,0%
Total		31,8%	9,0%	59,2%	100,0%

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

Del 40,8% de los exalumnos que emprendieron en su negocio o empresa, el mayor porcentaje creen que su principal influencia para esta decisión fue la formación académica recibida en la UTPL, mientras que en un porcentaje menor creen que no lo fue, éstos resultados se obtienen con el cruce de variables que se muestra en el cuadro anterior.

Estos datos nos llevan a deducir que la mayor parte de los exalumnos están satisfechos no solo con la carrera que han escogido sino que también lo están con los conocimientos impartidos dentro de la Universidad, lo cual fue un factor importante al momento de constituir su empresa. Por otra parte también se tiene un significativo porcentaje de los que creen que no lo fue, lo cual nos lleva a concientizar a los directivos de la Universidad, con el fin de mejorar los planes académicos y contenidos impartidos en los diferentes módulos, de igual forma concientizar al docente de empoderarse más en la motivación que debe existir al estudiante para que sea un profesional que genere conocimiento, oportunidad y emprendimiento en la sociedad.

Cuadro N° 17: Experiencias de tener un negocio propio

¿Qué experiencias ha tenido desde la idea de su negocio o empresa hasta la incursión y creación de la misma?	Porcentaje válido
No contesta	9,0
Oportunidad de manejar mi propia empresa	2,0
Satisfacción por lograr los objetivos propuestos	14,0
Generar plazas de trabajo	3,0
Tener ventaja competitiva	1,0
Adquirir conocimientos sobre otras áreas	15,0
Fortalecer los conocimientos de la carrera	14,0
Crecimiento personal	12,0
Ser independiente, propio jefe	7,0
Tener contactos profesionales	4,0
Problemas en el negocio inicialmente	3,0
Crecimiento de la empresa y sucursales	8,0
Generar utilidades	3,0
Satisfacción de los clientes y buena acogida del producto/servicio	1,0
Ninguna	2,0
Total	100,0

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

Dentro de las experiencias adquiridas por los exalumnos emprendedores se encuentran entre las más destacadas las siguientes: Adquirir conocimientos en otras áreas, fortalecimiento de los conocimientos adquiridos y satisfacción de los objetivos propuestos, crecimiento personal, crecimiento empresarial, ser independiente y su propio jefe. Con estos datos es fácil tener en cuenta que a pesar de los riesgos que se les han presentado a los emprendedores, han conseguido salir adelante y aprender más cada día, adquiriendo nuevos conocimientos, planteándose cada vez objetivos más grandes dentro de su empresa, profesión y a nivel personal.

Cuadro N° 18: Exalumnos que les gustaría recibir información sobre temas de emprendimiento, y el medio de comunicación por el cual les gustaría recibirla.

	Porcentaje válido
No contesta	1,0
Si	97,0
No	2,0
Total	100,0

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

La mayoría de exalumnos utepelinos les gustaría recibir información de emprendimiento, prefieren que sea a través de correo electrónico, de manera física y en sitios Web.

Con esto es fácil concluir que la tecnología hoy en día está al alcance de todos y por lo tanto debemos estar al día con los nuevos modelos de comunicación on-line y aprovechar todas las ventajas para hacer crecer nuestros negocios o empresas.

Cuadro N° 19: Importancia que tienen las siguientes capacitaciones para los emprendedores, y si estarían dispuestos a pagar por estos servicios.

SERVICIOS	PUNTUACIÓN							¿Pagaría por el servicio?	
	No contesta	Sin importancia	Poco importante	Importante	Muy importante	Extremadamente importante	No aplica	Si	No
Asesoría y Acompañamiento para emprendedores:									
1. Asesoría Contable tributaria	1.1%	3.9%	2.3%	8.5%	17.5%	26.5%	40.3%	44.5%	11.8%
2. En Trámites de legalización	1.7%	2.3%	3.1%	11.8%	23.1%	17.7%	40.3%	40.6%	15.2%
3. Asesoría administrativa para nuevos emprendimientos y los ya establecidos	2.3%	3.7%	9.6%	16.3%	12.7%	15.2%	40.3%	30.1%	25.1%
4. Acompañamientos en procesos de gestión empresarial para emprendedores	2.3%	3.4%	9.9%	18.0%	13.8%	12.4%	40.3%	27.3%	27.9%
5. Asesoría personalizada para la creación y puesta en marcha de la empresa	1.1%	4.2%	9.6%	13.8%	13.2%	17.7%	40.3%	33.8%	22.3%
b) Apoyo en Gestión empresarial:									
1. En Planes de negocios	3.4%	3.4%	4.8%	10.7%	21.1%	16.3%	40.3%	30.4%	23.4%
2. En Estudios de mercado	1.7%	2.5%	5.4%	9.3%	18.0%	22.8%	40.3%	36.6%	17.5%
3. En Proyectos productivos y de servicios	3.4%	4.2%	8.5%	13.8%	14.4%	15.5%	40.3%	27.0%	26.8%
4. En Proyectos para consecución de financiamiento	2.8%	5.4%	7.6%	11.8%	13.0%	19.2%	40.3%	27.0%	26.5%
5. En Evaluación económica-financiera para MiPymes	2.5%	5.9%	7.9%	12.4%	12.1%	18.9%	40.3%	29.6%	23.9%
6. En Fortalecimiento de redes	3.9%	6.5%	8.7%	13.2%	10.7%	16.6%	40.3%	24.8%	28.5%
c) Capacitación:									
1. Seminarios y talleres teórico-prácticos con temas de microempresa	2.5%	5.6%	4.5%	11.3%	17.5%	18.3%	40.3%	33.5%	18.6%
2. Seminarios y talleres teórico-prácticos en desarrollo de proyectos productivos	3.9%	4.2%	5.6%	9.6%	14.9%	21.4%	40.3%	36.6%	17.5%
3. Capacitación Contable y Financiera	2.5%	2.5%	2.3%	9.3%	18.6%	24.5%	40.3%	40.3%	14.4%
4. Capacitación en Ventas y Marketing	2.8%	2.3%	2.5%	9.0%	18.3%	24.8%	40.3%	36.9%	16.1%
5. Capacitación en Recursos humanos y desarrollo de personal	2.5%	4.2%	4.2%	11.0%	14.4%	23.4%	40.3%	33.5%	19.4%
6. Capacitación en procesos y producción	3.1%	4.2%	3.9%	9.6%	15.8%	23.1%	40.3%	34.9%	18.0%

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

En el presente cuadro se tiene varios aspectos importantes, en los que se puede dar cuenta la importancia que tienen para los emprendedores las capacitaciones en diferentes ámbitos y la aceptación que tienen estas capacitaciones para poder sacar su negocio o empresa adelante y consolidarla, para beneficio tanto del emprendedor como de la sociedad. Los aspectos que más se destacan para los exalumnos son las capacitaciones en asesoría contable, capacitación en ventas y marketing, capacitación en recursos humanos y desarrollo de personal y capacitación en procesos y producción, las demás capacitaciones y servicios administrativos se encuentran de igual forma con porcentajes altos. Es importante además indicar que la mayoría de exalumnos estarían dispuestos a pagar por estos servicios.

2.3.3 Impacto social

Cuadro N° 20: Emprendimientos que han generado plazas de trabajo a exalumnos de la UTPL, de acuerdo a la actividad económica de su negocio.

		¿Su empresa o negocio, ha generado plazas de trabajo a exalumnos de la UTPL?			Total
		No contesta	Si	No	
¿A qué actividad económica pertenece su negocio o empresa?	No contesta	25,0%		1,3%	,6%
	Industrias manufactureras		3,3%	6,3%	2,0%
	Construcción	25,0%	36,1%	12,5%	9,3%
	Comercio al por mayor y menor		9,8%	31,3%	8,7%
	Transporte y almacenamiento			5,0%	1,1%
	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	25,0%	1,6%	3,8%	1,4%
	Actividades financieras y de seguros			2,5%	,6%
	Actividades inmobiliarias			1,3%	,3%
	Actividades profesionales, científicas y técnicas	25,0%	32,8%	18,8%	10,1%
	Actividades profesionales, científicas y técnicas	,3%	5,6%	4,2%	10,1%
	Actividades de servicios administrativos y de apoyo		9,8%	15,0%	5,1%
	Actividades de servicios administrativos y de apoyo		1,7%	3,4%	5,1%
	Enseñanza		1,6%		,3%
	Actividades de la atención de la salud humana		1,6%	1,3%	,6%
	Otra actividad		3,3%	1,3%	,8%
No aplica				59,2%	
Total		1,1%	17,2%	22,5%	100,0%

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

Para el análisis del presente cuadro se ha realizado el cruce de variables de ¿Su empresa ha generado plazas de trabajo a exalumnos de la UTPL? en relación a la actividad económica que tiene la empresa, teniendo los siguientes resultados, aquellos negocios relacionados con actividades profesionales, científicas y técnicas, dentro de su porcentaje de influencia ha generado en un 32,8% de plazas de trabajo, en las actividades relacionadas con la construcción, se han generado un 36,10% de fuentes de trabajo, en las actividades de comercio al por mayor y menor, el 9,8% de fuentes de trabajo generadas han sido para exalumnos de la UTPL y dentro de las actividades relacionadas a los servicios administrativos y de apoyo, existe de igual manera un 9,8% de fuentes de trabajo para exalumnos.

Sin duda con éstos resultados obtenidos se puede dar cuenta que los exalumnos de las diferentes carreras, se enfocan en sus propias ramas de estudio, en especial las carreras técnicas como son: Sistemas Informáticos y Computación, Ingeniería en Electrónica y Telecomunicaciones, los cuales se enfocan en poner en práctica los conocimientos adquiridos, y no se van a la gran parte de subempleados que existen en nuestro país. De igual forma las carreras de Arquitectura e Ingeniería Civil, dedicadas a la construcción generan una fuente importante de empleo para la ciudad, ya que representan un buen porcentaje de emprendimiento de los exalumnos de la UTPL, en donde su principal capital de trabajo son los obreros o albañiles, ayudando de manera indirecta al sustento económico de otros hogares, y contribuyendo así con la sociedad.

Cuadro N° 21: Razones por la que los Exalumnos si les gustaría formar parte de la Red de Emprendedores de Exalumnos de la UTPL

	¿Le gustaría formar parte de la Red de Emprendedores de Exalumnos de la UTPL?				Total
	No contesta	Si	No	No aplica	
No contesta		5,4%			2,0%
Me parece una buena iniciativa		8,5%			3,1%
Compartir experiencias entre emprendedores		21,5%			7,9%
Tener contactos de interés		16,2%			5,9%
Generar fuentes de trabajo		1,5%			,6%
Adquirir capacitación		8,5%			3,1%
Aportar con la UTPL		4,6%			1,7%

Impulsar el emprendimiento en la ciudad (creación de nuevas empresas)		8,5%			3,1%
Recibir apoyo para nuevos proyectos		2,3%			,8%
Buscar nuevos mercados y posibles clientes		9,2%			3,4%
Dar a conocer el negocio		6,9%			2,5%
Conocer de qué se trata		6,9%			2,5%
No aplica	100,0%		100,0%	100,0%	63,4%
Total	,6%	36,6%	3,7%	59,2%	100,0%

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

Para el análisis de este cuadro, se toma como referencia los datos de aquellos exalumnos que si les gustaría formar parte de la red de emprendedores de exalumnos de la UTPL, siendo así se tiene los datos más destacados de aquellos que les interesa pertenecer a una red impulsados por compartir experiencias, para conseguir contactos de interés, para buscar nuevos mercados y posibles clientes, compartir opiniones en criterios como buena iniciativa, adquirir capacitación e impulsar el emprendimiento en la ciudad.

Teniendo así la mayor parte de exalumnos, con deseos de pertenecer o formar parte de una red de emprendedores, lo hacen con el deseo de impulsar ideas creativas e innovadoras, con el fin de crear empresas en nuestra localidad que se proyecten a un futuro creciente y prometedor y de esta manera promover el crecimiento empresarial dentro de nuestra ciudad.

Cuadro N° 22: Exalumnos que piensan asociarse o no para crear su empresa

	Porcentaje válido
No contesta	2,0
Si	44,0
No	54,0
Total	

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

Con los resultados obtenidos se tiene que existe preferencia en los exalumnos por asociarse para crear un negocio o empresa. De acuerdo con estos datos la mayoría de exalumnos que

piensan asociarse para emprender en un negocio o empresa propia prefieren hacerlo de la siguiente manera: el 38,3% con familiares, el 27,7% con colegas o amigos, el 8,5% con excompañeros de la UTPL y que con personas que tengan iguales objetivos y el 7,4% prefieren hacerlo con personas de otras áreas que complementen el negocio. En porcentajes menores se encuentran aquellos que desean asociarse con aliados estratégicos, inversionistas, con la UTPL, o que han preferido no responder. (Ver anexo 5)

Esta tendencia que encontramos en los exalumnos de asociarse con un familiar para emprender en un negocio o empresa, responde más a nuestro entorno y cultura propia, debido a que en nuestra sociedad aun conservamos el paternalismo y a la familia como los allegados y una prioridad ante otros grupos sociales.

Cuadro N° 23: Razones por la que los exalumnos no emprenderían en un negocio propio.

	¿Le gustaría emprender en un negocio propio?			Total
	Si	No	No aplica	
No contesta		8,1%		1,7%
Falta de recursos económicos		6,8%		1,4%
Inseguridad en la idea de negocio		5,4%		1,1%
Inclinación a percibir un sueldo fijo		13,5%		2,8%
Otra razón		5,4%		1,1%
Falta de recursos económicos/Inseguridad en la idea de negocio		12,2%		2,5%
Falta de recursos económicos/No encontrar una persona confiable para asociarse		1,4%		,3%
Falta de recursos económicos/Inclinación a percibir un sueldo fijo		6,8%		1,4%
Inseguridad en la idea de negocio/Inclinación a percibir un sueldo fijo		4,1%		,8%
Inseguridad en la idea de negocio/Falta de conocimiento acerca de emprendimiento		1,4%		,3%
Inseguridad en la idea de negocio/Temor al fracaso		1,4%		,3%
No encontrar una persona confiable para asociarse/Inclinación a percibir un sueldo fijo		5,4%		1,1%
Inclinación a percibir un sueldo fijo/Miedo al asumir riesgos		4,1%		,8%
Inclinación a percibir un sueldo fijo/Temor al fracaso		1,4%		,3%
Falta de recursos económicos/Inseguridad en la idea de negocio/Inclinación a percibir un sueldo fijo		4,1%		,8%
Falta de recursos económicos/No encontrar una persona confiable para asociarse/Inclinación a percibir un sueldo fijo		1,4%		,3%

Falta de recursos económicos/Inclinación a percibir un sueldo fijo/Temor al fracaso		1,4%		,3%
Falta de recursos económicos/Miedo al asumir riesgos/Temor al fracaso		1,4%		,3%
Inseguridad en la idea de negocio/Inclinación a percibir un sueldo fijo/Miedo al asumir riesgos		2,7%		,6%
Inseguridad en la idea de negocio/Inclinación a percibir un sueldo fijo/Temor al fracaso		1,4%		,3%
No encontrar una persona confiable para asociarse/Miedo al asumir riesgos/Temor al fracaso		1,4%		,3%
Falta de recursos económicos/Otra razón		1,4%		,3%
No RR Económicos/Inseguridad Idea/No persona Confiable/Sueldo Fijo/Miedo Riesgos/No Conocimiento o Emprendimiento/Temor Fracaso		2,7%		,6%
Falta de recursos económicos/Inseguridad en la idea de negocio/Miedo al asumir riesgos/Temor al fracaso		2,7%		,6%
Falta RR económicos/Inseguridad idea negocio/Percibir un sueldo fijo/Falta de conocimiento acerca de emprendimiento		1,4%		,3%
No aplica	100,0%	1,4%	100,0%	79,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

El cuadro 23 muestra lo siguiente: el 38% de los exalumnos ven la posibilidad de crear su propia empresa, sin embargo el 20,8% no lo haría. Dentro de este 20,8% de exalumnos que no emprenderían en su propia empresa nos indica que no lo haría porque prefieren percibir un sueldo fijo, por falta de recursos económicos e inseguridad en la idea de negocio, o por no encontrar alguien de confianza para asociarse.

Con esto se puede dar cuenta que aquellos exalumnos que no están dispuestos a crear su propia empresa, es porque ven más factible tener un sueldo fijo y limitarse al hecho de tener un empleo en alguna institución pública o privada.

Siendo esta una realidad muy marcada en nuestro medio debemos buscar la manera de impulsar a los grandes emprendedores, para que generen empresas y con ello fuentes de trabajo a la sociedad.

Cuadro N° 24: ¿Conoce alguna organización que ofrezca ayuda para desarrollar su proyecto empresarial?

	Porcentaje válido
No contesta	2,0
Si	24,0
No	74,0
Total	

Fuente: Encuesta a exalumnos UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Análisis

De acuerdo a los datos del cuadro anterior se puede determinar que la mayoría de los exalumnos no conoce las organizaciones que ofrecen ayuda para el desarrollo de proyectos empresariales. Entre las entidades e instituciones más conocidas en dónde se pueden solicitar recursos económicos para emprender en un negocio o empresa, se han señalado las siguientes organizaciones: Agencia de Desarrollo Empresarial, ADE; Corporación Financiera Nacional, CFN; Centro de Emprendimiento PRENDHO, Banco Nacional del Fomento, BNF, dejando en porcentajes mínimos a otro tipo de organizaciones. (Ver anexo 5)

Es decir que en la actualidad, en donde los medios informáticos y la publicidad está al alcance de todos, se ve un número muy reducido de exalumnos que conocen a entidades u organizaciones que brindan apoyo y asesoramiento para el emprendimiento de nuevas empresas, lo que nos deja concientizar una vez más tanto al Gobierno y organizaciones por difundir la apertura de apoyo que existe a microemprendedores.

CAPÍTULO III

**PROPUESTA PARA MEJORAR LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA, TANTO DE
PROFESIONALES EN FORMACIÓN COMO DE EX ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD
TECNICA PARTICULAR DE LOJA**

3.1 Análisis FODA

El análisis FODA del presente proyecto, está orientado hacia los factores externos que influyen directa o indirectamente sobre las decisiones de emprender en un negocio o empresa, permitiéndonos conocer la situación actual de nuestra localidad, de igual manera gracias al análisis que se obtuvo de las encuestas realizadas a los exalumnos de la UTPL, se pudo hacer el análisis interno que influye al momento de querer ejecutar proyectos de emprendimiento. Según el INEC, a través de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), diciembre 2012, el porcentaje de subempleo en nuestra ciudad es del 67,4%, lo cual se considera un porcentaje realmente alarmante, lo cual lleva a una tasa de ocupación realmente baja y un índice de desempleo considerable. De igual manera, se considera como principal limitante la cantidad de impuestos y aranceles que rigen actualmente y los cuales son de carácter obligatorio para cualquier tipo de negocio o emprendimiento empresarial.

Una vez obtenidos los datos de los análisis externos e internos, se logró realizar un diagnóstico preciso de lo que viven los exalumnos y con ello tomar decisiones y establecer estrategias certeras para impulsar en las nuevas generaciones una cultura de emprendimiento, donde se generen fuentes de trabajo a la sociedad. Obteniendo de esta manera la siguiente Matriz FODA.

Matriz 1: Análisis FODA (Fortalezas, oportunidades, Debilidades, Amenazas)

ANÁLISIS EXTERNO	
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a internet en la mayoría de los emprendimientos. • Ingreso a nuevos segmentos de mercado. • Existe una demanda creciente en el mercado para los emprendimientos. • Avances e Innovación tecnológica. • Facilidad de negociación con los proveedores. • Difundir los productos que ofrecen los emprendimientos. • Aumentar el volumen de ventas. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altos índices de subempleo. • Nuevos competidores • Productos sustitutos • Inestabilidad socio-económico. • Impuestos y aranceles elevados. • Precios bajos de la competencia. • Mercado geográficamente limitado. • Políticas fiscales agresivas. • Competencia desleal. • Falta de circulante en el sector privado.
ANÁLISIS INTERNO	
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La UTPL conoce de los emprendedores, eso genera un respaldo para su proyección empresarial. • Tienen una identidad de modelo gerencial. • Están inmersas en el mundo de los sistemas de información. • Personal con experiencia en sus puestos de trabajo. • Poseen capitales propios para su inversión. • Excelente servicio al cliente. • En las emprendimientos se practican varios valores institucionales que apoyan a la gestión de la gerencia. • Las emprendimientos son la mayoría familiares. • Tienen un buen posicionamiento en el mercado local. • Mantener liderazgo en el mercado. • Ubicación estratégica de varios emprendimientos. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los emprendimientos no realizan una buena gestión en lo que es responsabilidad social. • No cuenta con una planificación y organización estructural bien definida. • Poca motivación y reconocimiento para el personal. • Falta de publicidad y promociones. • No todo el personal cuenta con los medios y recursos necesarios para realizar sus actividades. • Personal insatisfecho con el salario recibido. • Falta de capacitación en habilidades gerenciales a los que están frente a la empresa. • La mayoría de empresas poseen una visión a corto plazo. • Las emprendimientos no cuentan con una filosofía empresarial.

Fuente: Análisis de las encuestas aplicadas a los exalumnos de la UTPL

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

3.1.1 Evaluación de los factores externos

MATRIZ EFE

Una vez realizada la ponderación de los factores externos queda definido; que en el ambiente que rodea a los emprendimientos de la UTPL existe una mayor fuerza y consistencia de las oportunidades, las cuales deberán aprovechar para su desarrollo y para un mejor desenvolvimiento empresarial en el medio donde interactúan. Con respecto a las amenazas que debe afrontar, deberá buscar las estrategias adecuadas para contrarrestar el efecto que pueda darse en la gestión que realizan las empresas.

De acuerdo al resultado del peso ponderado final de los factores externos las oportunidades lideran ya que están por encima de la media con un total del 2,40.

Cuadro N° 25: CALIFICACIÓN PARA PONDERACIÓN

PROCESO PARA PONDERAR	CALIFICACIÓN	
<p>Peso específico, corresponde a la frecuencia relativa o probabilidad estadística.</p> <p>Calificación de la respuesta, en esta columna se calificó la respuesta que tiene la empresa. Utilizando la escala mencionada en el cuadro</p> <p>Valor ponderado de la respuesta, se obtiene multiplicando la calificación de la respuesta por su respectivo peso específico.</p> <p>Total, se obtiene la sumatoria correspondiente a cada columna.</p>	Oportunidad Mayor Oportunidad Menor Amenaza Menor Amenaza Mayor	4 3 2 1

Fuente: Fred, D. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. Novena Edición. México: Pearson Educación
Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Cuadro N° 26: Calificación de la Matriz EFE

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS			
"SECTOR COMERCIAL"			
FACTORES DETERMINANTES PARA EL ÉXITO	PESO O	CALIFICACION	RESULTADO
	PONDERACIÓN	(1-4)	PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Acceso a internet en la mayoría de los emprendimientos.	0,06	4	0,24
Ingreso a nuevos segmentos de mercado.	0,07	4	0,28
Existe una demanda creciente en el mercado para los emprendimientos.	0,06	3	0,18
Avances e Innovación tecnológica.	0,04	4	0,16
Facilidad de negociación con los proveedores.	0,04	4	0,16
Difundir los productos que ofrece los productos que ofrecen los emprendimientos.	0,06	4	0,24
Aumentar el volumen de ventas.	0,06	4	0,24
AMENAZAS			
Altos índices de subempleo.	0,06	1	0,06
Nuevos competidores	0,05	2	0,1
Productos sustitutos	0,05	2	0,1
Inestabilidad socio-económico.	0,06	1	0,06
Impuestos y aranceles elevados.	0,04	2	0,08
Precios bajos de la competencia.	0,05	1	0,05
Mercado geográficamente limitado.	0,05	2	0,1
Políticas fiscales agresivas.	0,04	2	0,08
Competencia desleal.	0,03	1	0,03
Falta de circulante en el sector privado.	0,04	2	0,08
Altos índices de desempleo.	0,04	2	0,08
Nuevos competidores	0,04	2	0,08

TOTAL	1		2,40

Fuente: Matriz FODA

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

CALIFICACIÓN	
Oportunidad Mayor	4
Oportunidad Menor	3
Amenaza Menor	2
Amenaza Mayor	1

3.1.2 Evaluación de los factores internos

MATRIZ EFI

Esta evaluación se realizó con el fin de determinar los factores internos de los emprendimientos de exalumnos UTPL; como son las fortalezas y debilidades para su respectivo análisis; en el caso de existir en los emprendimientos más debilidades que fortalezas el análisis de esta matriz permitió diseñar las estrategias necesarias para contrarrestar las debilidades que existan en las mismas.

De acuerdo al resultado del peso ponderado final de los factores internos de la entidad las fortalezas lideran ya que se encuentran por encima de la media con un total del 2.90.

Cuadro N° 27: CALIFICACIÓN PARA PONDERACIÓN

PROCESO PARA PONDERAR	CALIFICACIÓN	
Peso específico , corresponde a la frecuencia relativa o probabilidad estadística.		
Calificación de la respuesta , en esta columna se calificó la respuesta que tiene la empresa. Utilizando la escala mencionada en el cuadro.	Fortaleza Mayor	4
	Fortaleza Menor	3
	Debilidad Menor	2
	Debilidad Mayor	1
Valor ponderado de la respuesta , se obtiene multiplicando la calificación de la respuesta por su respectivo peso específico.		
Total , se obtiene la sumatoria correspondiente a cada columna.		

Fuente: Fred, D. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. Novena Edición. México: Pearson Educación
Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Cuadro N° 28: Calificación de la Matriz EFI

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS "EMPRESAS REGISTRADAS EN LA CAMARA DE COMERCIO"			
FACTORES DETERMINANTES PARA EL ÉXITO	PESO O PONDERACIÓN	CALIFICACION (1-4)	RESULTADO PONDERADO
FORTALEZAS			
La UTPL conoce de los emprendedores, eso genera un respaldo para su proyección empresarial.	0,08	4	0,32
Tienen una identidad de modelo gerencial.	0,05	3	0,15
Están inmersas en el mundo de los sistemas de información.	0,06	4	0,24
Personal con experiencia en sus puestos de trabajo.	0,03	3	0,09
Poseen capitales propios para su inversión.	0,05	3	0,15
Excelente servicio al cliente.	0,07	3	0,21
En las emprendimientos se practican varios valores institucionales que apoyan a la gestión de la gerencia.	0,06	4	0,24
Las emprendimientos son la mayoría familiares.	0,05	3	0,15
Tienen un buen posicionamiento en el mercado local.	0,04	3	0,12
Mantener liderazgo en el mercado	0,03	4	0,12
Ubicación estratégica de varios emprendimientos	0,03	3	0,09
DEBILIDADES			
Los emprendimientos no realizan una buena gestión en lo que es responsabilidad social.	0,06	1	0,06
No cuenta con una planificación y organización estructural bien definida.	0,07	2	0,14
Poca motivación y reconocimiento para el personal.	0,05	1	0,05

Falta de publicidad y promociones.	0,04	2	0,08
No todo el personal cuenta con los medios y recursos necesarios para realizar sus actividades.	0,03	1	0,03
Personal insatisfecho con el salario recibido.	0,04	2	0,08
Falta de capacitación en habilidades gerenciales a los que están frente a la empresa.	0,05	2	0,10
La mayoría de empresas poseen una visión a corto plazo.	0,04	2	0,08
Los emprendimientos no realizan una buena gestión en lo que es responsabilidad social.	0,04	1	0,04
Las emprendimientos cuentan con una filosofía empresarial.	0,09	4	0,36
TOTAL	1		2,90

Fuente: Matriz FODA

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

CALIFICACIÓN	
Fortaleza Mayor	4
Fortaleza Menor	3
Debilidad Menor	2
Debilidad Mayor	1

Una vez que hemos realizados la Matriz FODA, Matriz EFE y Matriz EFI, estás dos últimas con su respectiva ponderación, procedemos a la Combinación entre:

- Fortalezas y Oportunidades
- Fortalezas y Amenazas
- Debilidades y Oportunidades
- Debilidades y Amenazas

Matriz 2. MATRIZ DE FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS (DAFO)

<p>Factores Internos</p>	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La UTPL conoce de los emprendedores, eso genera un respaldo para su proyección empresarial. • Tienen una identidad de modelo gerencial. • Están inmersas en el mundo de los sistemas de información. • Personal con experiencia en sus puestos de trabajo. • Poseen capitales propios para su inversión. • Excelente servicio al cliente. • En las emprendimientos se practican varios valores institucionales que apoyan a la gestión de la gerencia. • Las emprendimientos son la mayoría familiares. • Tienen un buen posicionamiento en el mercado local. • Mantener liderazgo en el mercado • Ubicación estratégica de varios emprendimientos 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los emprendimientos no realizan una buena gestión en lo que es responsabilidad social. • No cuenta con una planificación y organización estructural bien definida. • Poca motivación y reconocimiento para el personal. • Falta de publicidad y promociones. • No todo el personal cuenta con los medios y recursos necesarios para realizar sus actividades. • Personal insatisfecho con el salario recibido. • Falta de capacitación en habilidades gerenciales a los que están frente a la empresa. • La mayoría de emprendimientos poseen una visión a corto plazo. • Las emprendimientos cuentan con una filosofía empresarial.
<p>Factores Externos</p> <p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a internet en la mayoría de los emprendimientos. • Ingreso a nuevos segmentos de mercado. • Existe una demanda creciente en el mercado para los emprendimientos. • Avances e Innovación tecnológica. • Facilidad de negociación con los proveedores. • Difundir los productos que ofrece los productos que ofrecen los emprendimientos. • Aumentar el volumen de ventas. 	<p>ESTRATEGIAS FO Maxi-Maxi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plantear un cambio integral dentro la propuesta académica de la Universidad Técnica Particular de Loja 	<p>ESTRATEGIAS DO Mini-Maxi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un plan de capacitación integral dirigido a los exalumnos emprendedores de la UTPL
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altos índices de subempleo. • Nuevos competidores • Productos sustitutos • Inestabilidad socio-económico. • Impuestos y aranceles elevados. • Precios bajos de la competencia. • Mercado geográficamente limitado. • Políticas fiscales agresivas. • Competencia desleal. • Falta de circulante en el sector privado. 	<p>ESTRATEGIAS FA Maxi-Mini</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear una red de emprendimiento empresarial dirigido a los alumnos que cursan los dos últimos años de su carrera universitaria. 	<p>ESTRATEGIAS DA Mini-Mini</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un plan de motivación e incentivos para los exalumnos emprendedores de la UTPL

Fuente: Matriz FODA (Matriz 1)

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

Cuadro N° 29. Propuesta de Objetivos Estratégicos

OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ENUNCIADO	TIEMPO
OBJETIVO 1	Elaborar un plan de capacitación integral, motivación e incentivos dirigido a los exalumnos emprendedores de la UTP	Corto Plazo (1 Año)
OBJETIVO 2	Crear una red emprendimiento empresarial dirigido a los alumnos que cursan los dos últimos años de su carrera universitaria.	Mediano Plazo (2 Años)
OBJETIVO 3	Plantear un cambio integral dentro la propuesta académica de la Universidad Técnica Particular de Loja.	Largo Plazo (5 Años)

Fuente: Matriz DAFO (Matriz 2)

Elaboración: Aguirre Saavedra, Sandra/Rojas Jaramillo, Jessica

3.2 Propuesta

DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS PARA MEJORAR LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA, TANTO DE PROFESIONALES EN FORMACIÓN COMO DE EX ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

3.2.1 Introducción

Luego de haber determinado los factores externos e internos de los emprendimientos objeto de estudio se procede a plantear las propuestas de mejora, en donde se establecen los objetivos que los emprendedores deberán tomar en cuenta para mejorar la gestión de las mismas.

Cabe mencionar que la filosofía empresarial que poseen los emprendimientos objetos de estudio se han planteado recientemente, sin embargo se considera necesario complementar

aspectos relevantes para una mejor aplicación tomando en cuenta el desarrollo empresarial, además de su constante orientación al servicio y compromiso social.

Los objetivos se plantean en función a las principales necesidades, requerimientos y falencias que poseen los emprendimientos; en los cuales se determina cada uno de los pasos necesarios que se debe seguir para su posterior ejecución.

La administración total involucra de una forma íntegra los indicadores de control desde el nacimiento de la idea de negocio hasta el despegue económico, así como el vuelo de gran altura de rentabilidad de la empresa o industria manejada por sus gerentes y propietarios tratando de mantener esta última actividad por periodos más largos posibles aun cuando se ha cumplido con el periodo de retomo de la inversión.



OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 1

Elaborar un plan de capacitación integral, motivación e incentivos dirigido a los exalumnos emprendedores de la UTPL

1. OBJETIVO:

Capacitar a los exalumnos de la UTPL, que actualmente se desempeñan como Gerentes de emprendimientos en temas como: “Emprendimiento y fases de un plan de negocio”, de igual manera ayudar y asesorar a los exalumnos que desean poner en marcha un proyecto empresarial, con la finalidad que les permita organizar y administrar de mejor manera sus empresas.

2. METAS:

- ✓ Mejorar el nivel de desempeño y gestión por parte de los gerentes.
- ✓ Lograr que los gerentes de los emprendimientos, se encuentren motivados para generar crecimiento económico en sus empresas.

3. POLÍTICAS:

- * La capacitación se llevará a cabo en horas no laborables, con prestigiosas empresas de nuestro país.
- * La conferencia, seminario y taller serán avalados por la Universidad Técnica Particular de Loja.
- * La capacitación será de carácter opcional.
- * El seminario y la conferencia para los gerentes serán gratuitos.

- * Se evaluará a los gerentes participantes para medir su desempeño dentro de la emprendimientos y los resultados luego de la capacitación.
- * Proporcionar información oportuna a los gerentes de los emprendimientos pertenecientes a los exalumnos de la UTPL.

4. ESTRATEGIAS:

- * Realización de una conferencia para los gerentes de los emprendimientos en los temas de “Emprendimiento y fases de un plan de negocio”, con el fin de que se sientan motivados y obtengan una mayor eficiencia en la gestión de su empresa.
- * Disponer de un sistema de evaluación para medir el grado de rendimiento y gestión de los gerentes de los emprendimientos pertenecientes a los exalumnos de la UTPL.
- * Brindar a los gerentes de los emprendimientos que requieran, asesorías puntuales por parte de la Universidad Técnica Particular de Loja.

5. TÁCTICAS:

- * El Seminario-Taller tendrá una duración de 40 horas.
- * Será interactivo, se utilizará técnicas como mapas mentales, socio dramas y casos prácticos.
- * La conferencia tendrá una duración de 3 horas.
- * La convocatoria para la conferencia y el seminario se realizará por medio de boletines informativos gratuitos en la TV, radio, redes sociales y periódico.
- * Invitar a los gerentes a través de oficios, llamadas telefónicas y del envío de mensajes al correo electrónico.
- * Establecer convenios con Instituciones que impulsen el desarrollo de eventos académicos.
- * Cada seis meses se realizarán reuniones de los gerentes de los emprendimientos para tratar aspectos relacionados con el desempeño y su incidencia en la empresa que dirige, y por ende que aporten al desarrollo personal de los empleados.

- * Aplicar formularios de evaluación del desempeño que permita medir el rendimiento y premiar el esfuerzo de los gerentes de las emprendimientos.
- * Las asesorías a los gerentes de las emprendimientos serán en lo que respecta a temas como emprendimientos, planes de negocio, filosofía empresarial, sistemas de información gerencial, responsabilidad social y modelos gerenciales.
- * Entregar una presea al mejor gerente del año que se elegirá la por la Universidad Técnica Particular de Loja, de acuerdo a sus méritos.

6. RESPONSABLES:

- * Universidad Técnica Particular de Loja.
- * Gerentes de los emprendimientos de exalumnos UTPL

7. RECURSOS:

Recursos Humanos

- * Conferencistas.
- * Directivos y personal de las instituciones.
- * Gerentes de los emprendimientos.

Recursos Materiales

- * Data show.
- * Equipo de computación.
- * Equipos de audio y video (Infocus)
- * Materiales de oficina (papel, esferos, folletos).
- * Muebles de oficina (sillas, mesas).
- * Salón de conferencias o Auditorio

8. RESULTADOS ESPERADOS:

- * Aportar positivamente con el desarrollo empresarial local, nacional e internacional.

- * Contribuir en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios para los gerentes de los emprendimientos de exalumnos UTPL.
- * Mayor compromiso y satisfacción de los gerentes.
- * Incremento en la productividad de los empleados.
- * Mejorar la gestión de los gerentes.
- * Incentivar al desarrollo y crecimiento empresarial.

9. PLAZO:

El plazo que tendrá este objetivo será de 1 año a partir de su puesta en marcha.

PROPUESTA

Con la presente investigación se ha creído conveniente poner a consideración de la Universidad Técnica Particular de Loja, un formato tentativo de los temas y contenidos principales para las capacitaciones, a su vez ponerlos a disposición de sus exalumnos emprendedores. El cual se detalla a continuación:

ESTRACTO GENERAL

OBJETIVOS:

- Motivar y lograr un cambio de actitud, agilizando las aptitudes de los participantes.
- Identificar el rol y gestión del recurso humano en su escenario actual.
- Facilitar un auto diagnóstico permanente para el crecimiento personal.



TABLA DE CONTENIDO:

Emprendimientos Administrativos

I. MOTIVACIÓN Y LIDERAZGO

1. Metas personales y grupales
2. Capacidades personales y grupales
3. Actitud
4. Necesidades personales, familiares y comunitarias
5. Metas financieras importantes

II. GESTION DEL CAPITAL HUMANO

1. Administración del talento Humano
2. Admisión de personas
3. Aplicación de personas
4. Compensación a las personas
5. Desarrollo de las personas
6. El futuro de la Gestión del Talento Humano

III. SISTEMAS DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL

1. ¿Cómo utilizan las empresas los Sistemas de Información?
2. Aspectos éticos y sociales de los Sistemas de Información
3. Infraestructura de TI y tecnologías emergentes
4. Administración de base de datos e información
5. Protección de los Sistemas de Información

IV. ASPECTOS LEGALES

1. Aspectos legales
2. Tipo de organización
3. Organizaciones lucrativas
4. Tipos de sociedades
Organizaciones no lucrativas

Emprendimientos Técnicos

I. ESPIRITU EMPRESARIAL

1. Emprendimiento
2. Espíritu emprendedor
3. La importancia del espíritu emprendedor
4. Formas para iniciar una organización
5. Definición de proyecto
Importancia de los emprendedores en la sociedad

II. MOTIVACIÓN Y LIDERAZGO

1. Metas personales
2. Metas grupales
3. Capacidades personales y grupales
4. Actitud
5. Necesidades personales, familiares y comunitarias
6. Metas financieras importantes

III. PLAN DE NEGOCIOS

1. Estudio de Mercado
2. Estudio Técnico
3. Estudio de la Inversión
4. Estudio Económico-Financiero

IV. PLAN DE MARKETING

1. Marketing
2. Segmentación de mercado
3. Investigación de mercado
4. Mercado objetivo

5. Pronóstico de ventas
6. Mezcla de marketing
7. 4P (Producto, Precio, Promoción, Plaza)

V. FILOSOFIA EMPRESARIAL

1. Misión
2. Visión
3. Metas
4. Objetivos
5. Estrategias
6. Análisis FODA
7. Código de ética
8. Introducción a la responsabilidad social y el desarrollo sostenible

VI. RECURSOS HUMANOS

1. Administración de recursos humanos
2. Áreas de recursos humanos
3. Organigrama empresarial
4. Descripción de funciones y responsabilidades

VII. ASPECTOS LEGALES

1. Aspectos legales
2. Tipo de organización
3. Organizaciones lucrativas
4. Tipos de sociedades
5. Organizaciones no lucrativas

MODELO PARA EVALUAR A LOS GERENTES DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LOS EXALUMNOS DE LA UTPL

NOMBRE:		CARGO:	
EMPRENDIMIENTO:		FECHA:	
OBJETIVOS PLANTEADOS	PLAZOS	OBJETIVOS ALCANZADOS	% LOGRO
PERIODO DE EVALUACIÓN DESDE.....HASTA.....			
1.-Medidas para el mejoramiento de la gestión.			
2.-Fortalezas.			
3.- Debilidades			
4.- Planes de capacitación			
SUGERENCIAS Y COMENTARIOS DEL EVALUADOR			

Los formularios de evaluación del desempeño para los gerentes de los emprendimientos contendrán los siguientes factores personales.

DEFINICIÓN DE FACTORES

FACTORES	DEFINICIÓN
CALIDAD DE TRABAJO	Considera la exactitud, medición, cálculo y el cuidado respectivo de sus tareas.
CONOCIMIENTO DEL CARGO	Considera la aplicación y el conocimiento del puesto obtenido por medio de la experiencia, educación general, capacitación especializada y otros.

RESPONSABILIDAD	Considera como el empleado se dedica al trabajo y realiza el mismo, siempre dentro de las normas establecidas.
INICIATIVA	Considera la tendencia a contribuir, desarrollar y llevar a cabo nuevas ideas o métodos
HIGIENE Y SEGURIDAD	Considera la prevención de riesgos y la conservación de la salud de los trabajadores en el área de trabajo.
SENTIDO DE ECONOMÍA	Considera el trato y el uso que dan a los materiales, que le son puestos a su disposición.
PUNTUALIDAD	Considera la puntualidad en su asistencia a su fuente laboral y en ocasiones la entrega de los informes rutinarios
VERSATILIDAD	Considera la capacidad de adaptarse a nuevos cambios, y de responder eficazmente a situaciones emergentes.
COOPERACIÓN	Considera el entusiasmo y la disposición por cooperar con sus compañeros, los subordinados y sus superiores en el desempeño de su trabajo.
COMUNICACIÓN	Considera la capacidad de trabajar en armonía y la facilidad en las relaciones con sus trabajadores (escuchar y ser escuchado).
MOTIVACIÓN	Considera el impulso interno que experimenta el empleado para el desarrollo de su trabajo

Una vez concluida la evaluación se procede a calificar las respuestas obtenidas en base sistema de puntuación del cuadro anterior.

Posteriormente, se realiza una sumatoria de las calificaciones individuales de todas las respuestas y el resultado de ese cálculo asigna el grado que califica al gerente como excelente, muy Bueno, bueno, en observación e insuficiente tal como indica el siguiente cuadro.

FACTORES DE EVALUACIÓN	GRADOS				
	A	B	C	D	E
1.CALIDAD DE TRABAJO	160	150	140	130	120
2.CONOCIMIENTO DEL CARGO	150	140	130	120	110
3.RESPONSABILIDAD	140	130	120	110	100
4.DESEMPEÑO BAJO PRESION	130	120	110	100	90
5.INICIATIVA	120	110	100	90	80

6.MOTIVACIÓN	110	100	90	80	70
7.HIGIENE Y SEGURIDAD	100	90	80	70	60
8.SENTIDO DE ECONOMIA	90	80	70	60	50
9.COMUNICACIÓN	80	70	60	50	40
10.PUNTUALIDAD	70	60	50	40	30
11.COOPERACIÓN	60	50	40	30	20
12. VERSATILIDAD	50	40	30	20	10
TOTALES	1260	1140	1020	900	780

SISTEMA DE PUNTUACIÓN

GRADOS	VALOR	RECONOCIMIENTO Y/O SANCIÓN
A	1141-1260	EXCELENTE
B	1021-1140	MUY BUENO
C	901-1020	BUENO
D	781-900	EN OBSERVACIÓN
E	1-780	INSUFICIENTE

CATEGORÍA	INCENTIVO – RECONOCIMIENTO – SANCIONES
Excelente	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivo en bono anual equivalente 8% del sueldo. • Reconocimiento en público en reunión anual de accionistas con entrega de certificado a la excelencia a la gestión.
Muy Bueno	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivo en bono anual equivalente 5% del sueldo. • Reconocimiento con entrega de una carta de felicitación por su muy buena gestión.

Bueno	<ul style="list-style-type: none">• Reconocimiento con entrega de una carta de felicitación por su gestión.
En Observación	<ul style="list-style-type: none">• Capacitación por parte del emprendimiento por su gestión.
Insuficiente	<ul style="list-style-type: none">• Llamado de atención para que mejore su gestión.



OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 2

Crear una red de emprendimiento empresarial dirigido a los alumnos que cursan los dos últimos años de su carrera universitaria.

1. OBJETIVOS:

- ❖ Canalizar las ideas emprendedoras de los estudiantes y desarrollar programas de asesoría externa.
- ❖ Fomentar las iniciativas relacionadas con la creación de empresas.
- ❖ Detección, maduración y simplificación de la puesta en marcha de proyectos viables de forma eficiente.

2. META:

En el año 2016 aumentar en un 70%, alumnos profesionales con ideas de emprendimiento y formados con criterio empresarial y plan de negociación, capaces de afrontar los retos que el mercado actual exige y estar a la par con la competencia.

3. POLÍTICAS:

- * Dirigido a todos los estudiantes en formación, en especial a aquellos que cursan los dos últimos años de carrera.
- * Los Integrantes deben ser estudiantes en formación, que deseen poner en marcha un proyecto empresarial.
- * Los planes de negocio desarrollados por alumnos en formación, serán evaluados por los propios estudiantes de la Red de Emprendedores.

- * Que la participación de los integrantes en la Red de emprendimiento y participantes de los seminarios o talleres, obtengas créditos sumados a su malla curricular vigente.

4. ESTRATEGIAS:

- * Informar, formar y asesorar, además de ofrecer un servicio de pre-incubación de ideas de negocio.
- * Impartir talleres y seminarios sobre creación de empresas.
- * Ofrecer asesoramiento para la elaboración de un plan de negocio e información sobre ayudas, concursos o líneas de financiación.

5. TÁCTICAS:

- * Premiar al mejor proyecto empresarial entre los alumnos de aquellas carreras que tienen como asignatura obligatoria la de Creación de Empresas.
- * Fomentar el espíritu emprendedor de los alumnos.

6. RESPONSABLES:

- * Universidad Técnica Particular de Loja.
- * Profesionales en formación de la UTPL, que cursan los dos últimos años de su carrera.

7. RECURSOS:

Recursos Humanos

- * Líder de la Red de Emprendimiento (Profesional en formación)
- * Directivos de las carreras participantes
- * Gerentes de los emprendimientos (Profesionales en formación)

Recursos Materiales

- * Data show.
- * Equipo de computación.
- * Equipos de audio y video (Infocus)
- * Materiales de oficina (papel, esferos, folletos).
- * Muebles de oficina (sillas, mesas).
- * Salón de reuniones.

8. RESULTADOS ESPERADOS:

Conseguir que los profesionales descubran las tendencias emergentes y nuevas perspectivas para gestionar los negocios en un mundo cada vez más cambiante e interconectado, además que conozcan más a fondo el mundo de la empresa, los retos a los que se enfrenta y, al mismo tiempo, desarrollar habilidades directivas, y sepan con certeza por dónde orientar su futuro profesional.

9. PLAZO:

El plazo que tendrá este objetivo será para el año 2016, ya que está dirigido a los estudiantes profesionales que cursan los dos últimos años de su carrera.

PROPUESTA

Con la presente investigación se ha creído conveniente poner a consideración de la Universidad Técnica Particular de Loja, los principales temas y contenidos de los seminarios que serán dictados a los estudiantes que integran la Red de emprendimiento, los cuales se detallan a continuación:

ESTRACTO GENERAL

OBJETIVOS:

- Permitir a los asistentes descubrir tendencias emergentes y nuevas perspectivas para gestionar los negocios
- Aprender a gestionar de manera óptima los retos, las dificultades y los desafíos que se presentan en entornos no tan lejanos.
- Escuchar de primera mano las claves del éxito de algunos de los principales líderes empresariales y conversar con ellos para plantear dudas, inquietudes, etc.



TABLA DE CONTENIDO:

I. VISION ESTRATEGICA DE LA EMPRESA: INNOVAR Y EMPRENDER

1. Análisis y desarrollo estratégico
2. Estrategias competitivas de mercados: problemas globales y soluciones locales
3. El reto del emprendedor: competencias clave para emprender
4. ¿Qué es innovar? Tipos de innovación
5. Las mentiras de la innovación clásica
6. Innovar en valor
7. Salirse de lo establecido

II. TENDENCIAS DEL MERCADO: NUEVOS MERCADOS, NUEVOS CLIENTES, NUEVAS SOLUCIONES, METAS PERSONALES

1. La creatividad y la innovación, un ejercicio constante.
2. Las tendencias del mercado y su incidencia en las decisiones empresariales.
3. Nuevos mercados, nuevos clientes, nuevas soluciones.
4. El valor de la marca como factor estratégico de la empresa.
5. Consumering, mucho más que marketing.

III. DOING DIGITAL BUSINESS. ¿PREPARADO PARA LIDERAR LA REVOLUCIÓN DIGITAL?

1. Nuevos modelos de negocio digitales; ¿qué tienen en común Google, iTunes y BuyVip?
2. Introducción al comercio electrónico.
3. Nuevas estrategias de marketing digital.
 - a. De la publicidad 1.0 al marketing 2.0.
 - b. SEM.
 - c. Marketing viral.
 - d. Redes sociales y social media. Cuando el consumidor es el canal.
4. Introducción al “Entrepreneurship” ¿cómo pongo en marcha mi idea?
5. Nuevos perfiles de la economía digital.
 - a. Community Manager.
 - b. Responsable de reputación online.
 - c. Responsable SEO

IV. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DIRECTIVAS

1. Liderazgo, valores y principios en la gestión de personas.
2. Factores motivacionales.
3. Comunicación y conflictos interpersonales.
4. Trabajo en equipo.
5. Gestión de nuestras actividades en el tiempo. Planificación.



OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 3

Plantear un cambio integral dentro la propuesta académica de la Universidad Técnica Particular de Loja.

1. OBJETIVOS:

- ❖ Estructurar, establecer y fortalecer una nueva generación de estudiantes con visión empresarial.
- ❖ Proporcionar profesionales con un itinerario de acciones formativas en función de su desarrollo en Habilidades: personales, de conocimientos, directivas y de desarrollo de negocio.

2. META:

Entregar a la sociedad profesionales emprendedores, capacitados para formar empresa con ideas nuevas y creativas, que les permitan forjar su futuro.

3. POLÍTICAS:

- * Participan todos los estudiantes en formación, desde el inicio de su carrera y en especial aquellos que cursan carreras en las diferentes áreas de la universidad como son: administrativa, biológica y biomédica, socio-humanística y técnica.
- * Los estudiantes contarán con el apoyo y asesoramiento individual del claustro de profesores de la UTPL y de los profesionales pertenecientes a la Red de Emprendimiento.
- * Todos los estudiantes deberán presentar un proyecto de empresa acorde con su carrera, al culminar sus estudios universitarios.

4. ESTRATEGIAS:

- * Promover la formación de profesionales competentes, tal como se menciona en el Parágrafo 1, Art. 4, Capítulo 2 de la Ley de Educación “El derecho a la educación superior consiste en el ejercicio efectivo de la igualdad de oportunidades, en función de los méritos respectivos, a fin de acceder a una formación académica y profesional con producción de conocimiento pertinente y de excelencia”.
- * Modificar la malla curricular de las carreras que oferta la UTPL, con la finalidad de incorporar en las mismas créditos académicos en competencias de emprendimiento empresarial, de acuerdo a la realidad local y regional, además que las titulaciones de fin de carrera sean verdaderos proyectos viables a ser aplicados cuando se finalicen los estudios, tal como lo especifica el Artículo 21, Capítulo III de la Ley de Régimen Académico “Se consideran trabajos de titulación en la educación técnica y tecnológica superior, y sus equivalentes, y en la educación superior de grado, los siguientes: exámen de grado o de fin de carrera, proyectos de investigación, proyectos integradores, ensayos o artículos académicos, etnografías, sistematización de experiencias prácticas de investigación y/o intervención, análisis de casos, estudios comparados, propuestas metodológicas, propuestas tecnológicas, productos o presentaciones artísticas, dispositivos tecnológicos, modelos de negocios, emprendimientos, proyectos técnicos, trabajos experimentales, entre otros de similar nivel de complejidad.
- * Establecer acciones formativas sectoriales adaptadas por categorías que permita el conocimiento del negocio y mercado de cada sector y a su vez fomente el conocimiento entre Líneas de Servicio, tal como lo establece el Art. 107, Capítulo 1, Título VI de la Ley de Educación Superior “Principio de pertinencia.- El principio de pertinencia consiste en que la educación superior responda a las

expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional, y al régimen de desarrollo, a la prospectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y a la diversidad cultural. Para ello. las instituciones de educación superior articularán su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional, a la innovación y diversificación de profesiones y grados académicos, a las tendencias del mercado ocupacional local, regional y nacional, a las tendencias demográficas locales, provinciales y regionales: a la vinculación con la estructura productiva actual y potencial de la provincia y la región, y a las políticas nacionales de ciencia y tecnología”.

5. TÁCTICAS:

- * Ofrecer una formación técnica y metodológica, con una especialización y actualización propias de cada una de las Líneas de Servicio
- * Planta docente calificada, con un porcentaje del 40% de empresarios exitosos.

6. RESPONSABLES:

- * Universidad Técnica Particular de Loja.
- * Profesionales en formación de la UTPL, que están iniciando su carrera universitaria.

7. RECURSOS:

Recursos Humanos

- * Directivos de las carreras acordes a la gestión y desarrollo empresarial.
- * Profesionales en formación que inician su carrera universitaria
- * Planta docente

Recursos Materiales

- * Data show.
- * Equipo de computación.
- * Equipos de audio y video (Infocus)
- * Materiales de oficina (papel, esferos, folletos).
- * Muebles de oficina (sillas, mesas).
- * Aulas

8. RESULTADOS ESPERADOS:

Conseguir expectativas profesionales de los estudiantes, de las carreras participantes y poner a su disposición los programas necesarios para alcanzar sus objetivos profesionales y personales. Participando en el desarrollo de una cultura de innovación, donde las ideas y conocimientos por todos los profesionales se conviertan en soluciones que el cliente valore y reconozca como únicas, innovadores y creativas.

9. PLAZO:

El plazo que tendrá este objetivo será para los estudiantes egresados a futuro, ya que estará dirigido a los estudiantes profesionales que inician su carrera universitaria, a partir de la puesta en marcha de dicho proyecto.

PROPUESTA

Para el cumplimiento del presente proyecto se ha creído conveniente poner a consideración de la Universidad Técnica Particular de Loja, las materias para el cambio de Malla Curricular y las carreras a las cuales aplicaría dicha malla de emprendimiento.

La cual se detalla a continuación:

ESTRACTO GENERAL

OBJETIVOS:

- Gestión y desarrollo de competencias, gestión de proyectos empresariales de base tecnológica y procesos de incubación de ideas.
- Administrar y supervisar las prácticas empresariales de los estudiantes de los programas de Administración de Empresas, Mercadeo, Contaduría Pública y Economía.



1. TABLA DE CONTENIDO:

a) CARRERAS PARTICIPANTES

1. Área Administrativa

Administración de Empresas
Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas
Administración en Banca y Finanzas
Contabilidad y Auditoría
Economía
Licenciatura en Gastronomía

2. Área Biológica y Biomédica

Biología
Ingeniería Agropecuaria
Bioquímica y Farmacia
Gestión Ambiental
Ingeniería en Alimentos
Ingeniería Industrial
Ingeniería Química
Medicina

3. Área Socio humanística

Abogacía
Comunicación Social

Relaciones Públicas

Psicología

Inglés

4. Área Técnica

Arquitectura

Arte y Diseño

Electrónica y Telecomunicaciones

Geología y Minas

Ingeniería Civil

Ingeniero en Computación

2. PLAN DE ESTUDIOS

El Plan de Estudios será de estricto cumplimiento y único para cada carrera y orientación, independientemente de la modalidad de estudio:

Presencial: se caracteriza porque la mayoría de los procesos de enseñanza – aprendizaje coinciden en el espacio y en el tiempo. Docente y estudiante comparten espacio físico durante la semana y es en ese espacio físico que se propicia la comunicación didáctica de manera simultánea en el tiempo.

A Distancia: se caracteriza por una separación corta de espacio/temporal semanal o quincenal entre docente y estudiante. En donde este último es el centro de una formación casi independiente y flexible, al tener que gestionar su propio aprendizaje a través de los materiales facilitados por el docente de forma impresa o digitalizada. Los espacios de tiempo presenciales se utilizan para trabajar contenidos de tipo práctico y actitudinal, además para evaluar los mismos.

3. COMPETENCIAS A SER CONSIDERADAS PARA LAS CARRERAS SELECCIONADAS.

- 1) Identifica oportunidades para crear empresas o negocios
- 2) Elabora planes de negocio y/o marketing
- 3) Asume riesgos para emprender
- 4) Crea, lidera y sostiene una empresa
- 5) Posee conocimientos administrativos para crear empresas o negocios

6) Aplica la innovación y la responsabilidad social en las organizaciones.

4. PLAN DE ESTUDIOS POR CARRERA EN LA MODALIDAD PRESENCIAL

El Plan de estudios de la nueva malla curricular cambia de acuerdo a la carrera, a continuación presentamos la propuesta enfocado en los niveles de estudio de cada carrera.

4.1. Área Administrativa

Administración de Empresas

- Título: Licenciado
- Duración: 8 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 4

Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas

- Título: Licenciado
- Duración: 8 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Administración en Banca y Finanzas

- Título: Licenciado
- Duración: 8 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Contabilidad y Auditoría

- Título: Licenciado
- Duración: 8 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Economía

- Título: Licenciado
- Duración: 8 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Licenciatura en Gastronomía

- Título: Licenciado

- Duración: 8 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

4.2. Área Biológica y Biomédica

Biología

- Título: Biólogo
- Duración: 10 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Ingeniería Agropecuaria

- Título: Ingeniero
- Duración: 10 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Bioquímica y Farmacia

- Título: Licenciado
- Duración: 8 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Gestión Ambiental

- Título: Ingeniero
- Duración: 10 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Ingeniería en Alimentos

- Título: Ingeniero
- Duración: 10 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Ingeniería Industrial

- Título: Ingeniero
- Duración: 10 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Ingeniería Química

- Título: Ingeniero

- Duración: 10 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Medicina

- Título: Médico
- Duración: 12 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

4.3. Área Socio humanística

Abogacía

- Título: Abogado
- Duración: 10 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 3

Comunicación Social

- Título: Licenciado
- Duración: 8 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Relaciones Públicas

- Título: Licenciado
- Duración: 8 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Psicología

- Título: Licenciado
- Duración: 8 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Inglés

- Título: Licenciado
- Duración: 8 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

4.4. Área Técnica

Arquitectura

- Título: Arquitecto
- Duración: 10 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 3

Arte y Diseño

- Título: Licenciado
- Duración: 8 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 2

Electrónica y Telecomunicaciones

- Título: Ingeniero
- Duración: 10 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 3

Geología y Minas

- Título: Ingeniero
- Duración: 10 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 3

Ingeniería Civil

- Título: Ingeniero
- Duración: 10 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 3

Sistemas Informáticos y Computación

- Título: Ingeniero
- Duración: 10 ciclos
- Niveles de Emprendimiento: 3

NIVEL DE EMPRENDIMIENTO 1:

Es igual para todas las titulaciones, pues abarca temas básicos e importantes para iniciar el tema de Emprendimiento.

NOMBRE DEL COMPONENTE ACADÉMICO: PRINCIPIOS DEL EMPRENDIMIENTO

CONTENIDOS:

- 1) Definición de Ideas de negocio
- 2) Tecnología de información para los negocios
- 3) Reconocimiento de oportunidades
- 4) Liderazgo, filosofía y emprendimiento
- 5) Trabajo en equipo
- 6) Creatividad e Innovación
- 7) Motivación y espíritu emprendedor
- 8) Práctica Empresarial

NIVEL DE EMPRENDIMIENTO 2:

Es impartido para todas las titulaciones del área técnica, biológica y sociohumanística, a excepción del área administrativa.

NOMBRE DEL COMPONENTE ACADÉMICO: CULTURA EMPRENDEDORA**CONTENIDOS:**

- 1) Estudio de mercado
- 2) Plan de producción
- 3) Plan de organización
- 4) Plan de mercadeo
- 5) Estudio financiero
- 6) Contabilidad para emprendedores
- 7) Responsabilidad Social Empresarial
- 8) Aspectos legales
- 9) PNL aplicada a la empresa
- 10) Ventas y marketing con Web 2.0
- 11) Práctica Empresarial

NIVEL DE EMPRENDIMIENTO 2 PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA:

Es impartido para todas las titulaciones del área administrativa.

NOMBRE DEL COMPONENTE ACADÉMICO: CULTURA EMPRENDEDORA

CONTENIDOS:

- 1) Aspectos legales de las empresas
- 2) PNL aplicada a la empresa
- 3) Ventas y marketing con Web 2.0
- 4) Creación de Emprendimiento

NIVEL DE EMPRENDIMIENTO 3:**NOMBRE DEL COMPONENTE ACADÉMICO: CREACION DE EMPRESAS****CONTENIDOS:**

- 1) Formalización de la empresa
- 2) Puesta en marcha de la empresa

Empresa graduada (debe estar legalmente constituida para la titulación de administración de empresas)

CONCLUSIONES

Al término de la presente investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Uno de los aspectos importantes que se evidenciaron en el levantamiento de la información fue que sí existe un espíritu emprendedor en los exalumnos de la UTPL, sin embargo el mismo se encuentra opacado por diversos factores como el fracaso, competencia desleal, poca demanda y aceptación, falta de recursos económicos, entre otros.
2. El 40,80% de los exalumnos posee un negocio o empresa propia, los mismos que lo hicieron por varias razones entre las que destacan independencia e ingresos propios, carrera profesional y fomentar empleo.
3. Las actividades más destacables de las empresas de los exalumnos de la UTPL, son: el 10,1% relacionado con actividades profesionales, científicas y técnicas; el 9,30% tiene empresas de construcción, el 8,70% son empresas de comercio al por mayor y menor y el 5,1% relacionado con actividades de servicio administrativas y de apoyo.
4. Existen alrededor de 145 emprendimientos de exalumnos de la UTPL, de los cuales, 91 son de hombres y 47 de mujeres. Los sectores más representativos de emprendimientos son la construcción con 33 empresas, actividades profesionales científicas y técnicas con 36 emprendimientos y actividades de servicio con 18 empresas.
5. Algunos de los emprendimientos detectados de exalumnos son los siguientes: ByluSoftware, Kanastakuna, Ideas Factory, Optimiza Tech Cia. Ltda., Ingeniería Verde, Kradac, Sic Electritelecom, Store Solutions Sistemas, Cid Secure, Lunyxtec, One Click, PM&BS, DBaseLoja, Master PC, Ideabox, Quipus, Toners Soluciones Tecnológicas, Productos Flandoli, Setcompc Loja, VerArte Loja
6. La mayor parte de los exalumnos que tiene su propio negocio o empresa, tuvieron apoyo financiero en un 72% de la familia y el 20% lo consiguió a través de instituciones financieras, ingresos propios, amigos y compañeros de universidad.
7. Entre las principales razones por la que los exalumnos de la UTPL no emprendieron en un negocio son: la falta de recursos económicos, inseguridad en la idea de negocio, inclinación a percibir un sueldo fijo y falta de conocimiento acerca de emprendimiento, entre otras.

8. El 13,80% de los exalumnos de la UTPL que van a crear empresa manifiestan que es muy importante contar con los servicios de acompañamiento en procesos de gestión empresarial.
9. El 57,70% de los exalumnos de la UTPL les gustaría conocer información sobre temas de emprendimiento a través de correo electrónico, celular, sitio web y redes sociales.
10. El 31,8% de los exalumnos emprendedores creen que una de las influencias para emprender fue otorgada por la UTPL.

RECOMENDACIONES

Al término de la presente investigación se llegó a las siguientes recomendaciones:

1. Mediante este proyecto de investigación se aspira que el principal impacto que de la universidad a sus exalumnos y profesionales en formación sea el de potenciar emprendimientos y reducir de manera sustancial la mortalidad temprana de las microempresas.
2. Apoyar a todos los exalumnos y profesionales en formación para que sean más empresarios y menos empleados, fortaleciendo así el compromiso de la universidad al formar a profesionales capaces, motivados y listos para enfrentar los riesgos del mercado global y la constante innovación de servicios.
3. Los emprendimientos de los exalumnos de la UTPL, deberían firmar convenios de capacitación con la Universidad Técnica Particular de Loja, para que sus profesionales den capacitación en las áreas de mayor prioridad o que necesiten los emprendimientos.
4. Es indispensable que mejoren todo el proceso administrativo, que incluye las 4 funciones de la administración, ya que en muchos de los casos están siendo llevados de manera general y no aplicada a los requerimientos del propio emprendimiento. Es importante conformar alianzas entre los emprendimientos, unos con otros, intercambiando tecnología, gestión empresarial, contable, legal, etc., de acuerdo a las carencias que tiene cada emprendimiento, lo que permitirá el desarrollo integral conforme a las nuevas tendencias del mercado y la sociedad.
5. Se recomienda tener en cuenta la opinión de los empleados y trabajadores; ya que éstos son el talento humano que conoce la realidad en cada una de sus áreas y es indispensable para saber a qué tipo de conflictos se enfrenta el gerente al momento de tomar una decisión.
6. Se debería optar por mejorar la aplicación de los nuevos modelos gerenciales y sistemas de información existentes en la actualidad, a través de seminarios- talleres de capacitación oportuna para el mejoramiento de la información y las tareas asignadas a cada trabajador.
7. Crear aplicaciones para Smartphone que incluyan contenido de emprendimiento, puesto que la mayoría de exalumnos está interesado en ésta información y considera pertinente recibirla a través de internet.

8. Cambio en la malla curricular, la misma que deberá crear una cultura empresarial en los estudiantes, y brindar los conocimientos teórico-prácticos necesarios para poder iniciar una empresa o negocio innovador.
9. Crear una Red de emprendimiento que incluya a profesionales en formación, exalumnos y docentes de la UTPL, interesados en dar a conocer sus empresas, en formar alianzas estratégicas entre emprendedores, conocer contactos de interés, entre otras razones importantes para el surgimiento de sus negocios.
10. Se recomienda tomar en cuenta los contenidos y modelos sugeridos en el Capítulo III para las capacitaciones tanto a los exalumnos emprendedores de la UTPL como a los profesionales en formación.

BIBLIOGRAFÍA

- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Quinta Edición. México: McGraw-Hill.
- Puchol, L. (2005). *El libro del emprendedor: cómo crear tu empresa y convertirte en tu propio jefe*. España: Editorial Díaz de Santos.
- SCHUMPETER, J. (1944). *Análisis del cambio económico*. Ensayos sobre el ciclo económico. México: Ed. Fondo de cultura económica.
- SILVA, J. (2013). *Emprendedor*. Hacia un emprendimiento sostenible. Segunda Edición. Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.
- Lucatero, I. (2011). *Herramienta para el aumento del potencial empresarial en los jóvenes del estado de Jalisco (México) para la generación de empresarios dinámicos*. Universidad Internacional de Andalucía, España.
- Programa formativo Administración de Empresas, octubre 2013 – febrero 2014.
- INFORME SOCIAL (Diciembre 2003). Desarrollo social y pobreza en el Ecuador, 1990-2001 Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE).
- Carrasco I. & Castaño M. (2008). El emprendedor schumpeteriano y el contexto social. *Información Comercial Española*, (845), 121-134.
- Etzkowitz, Henry (2003). Innovation in Innovation: The Triple Helix of University-Industry-Government Relations. *Social Science Information*, 42(3), 293-337.
- Etzkowitz, Henry (2001). The Second Academic Revolution and the Rise of Entrepreneurial Science. *IEEE Technology and Society Magazine*, 20(2), 18-29.
- González de la Fe, T. (2009). El Modelo de Triple Hélice de Relaciones Universidad, Industria y Gobierno: Un Análisis Crítico. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 185(738), 739-755.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y gestión*, (26), 94-119.
- Angelelli, P. & Prats, Julia. (2005). *Fomento de la actividad emprendedora en América Latina y el Caribe: Sugerencias para la formulación de proyectos*. Serie de informes técnicos del Departamento de Des. Sostenible, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C. Recuperado de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1442143>
- Burnett, D. (2000, 03 de septiembre). The Supply of Entrepreneurship and economic Development. *Founder, Technopreneurial.com*. Recuperado de <http://technopreneurial.com/articles/ed.asp>
- Cámara de Industrias de Loja. Recuperado de <http://camaradeindustriadeloja.ec/index.php/socios-cail/listado-de-socios>

- Dini, M., Guaipatín, C. & Rivas, G. (2005). *Fomento de la integración productiva en América Latina y el Caribe: Sugerencias para la formulación de proyecto*. Serie de informes técnicos del Dep de Des. Sostenible, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, D. C. Recuperado de <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2010/07020.pdf>
- Dini, M., Ferraro, C. & Gasaly, C. (2007). *Lecciones aprendidas y buenas prácticas en el desarrollo de los Proyectos de Integración Productiva*; Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, D. C. Recuperado de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=972447>
- Emprendo Venezuela. Recuperado de: <http://www.emprendovenezuela.net/>
- Expert Group - World Economic Forum (WEF); *Educating the Next Wave of Entrepreneurs*; Reporte de la Iniciativa Global de Educación elaborado por la Universidad de Cambridge (UK), Universidad de Wuppertal (Alemania), The National Foundation for Teaching Entrepreneurship (NFTE) y GV Partners, por encargo del World Economic Forum, Suiza, Abr 2009. Recuperado de http://web.stanford.edu/class/e140/e140a/handouts/Educ_Next_Wave_Entrepreneurs.pdf
- Guía a la redacción en el estilo APA, 6ta. Edición. Recuperado de <http://www.cibem.org/paginas/img/apa6.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Recuperado de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/loja.pdf>
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. Agendas para la transformación productiva territorial: Provincia de Loja, Julio 2011. Recuperado de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-LOJA.pdf>
- Prendho. Recuperado de <http://prendho.com/acerca-de-prendho>
- Reglamento de Régimen Académico Codificado. Recuperado de <http://www.ces.gob.ec/2012-10-29-08-51-25/2012-10-29-08-51-54>

ANEXO 1

CONTENIDOS DE LA CÁTEDRA DE EMPRENDIMIENTO UTPL *

MALLA CURRICULAR CÁTEDRA DE EMPRENDIMIENTO UTPL *											
NIVELES DE CÁTEDRA DE EMPRENDIMIENTO	DETALLE CAPACITACIÓN									Horas totales por nivel	CERTIFICADO EN EMPRENDIMIENTO **
	CICLO	MATERIA	TIPO DE MATERIA	CURSOS	ENTREGABLES	HORAS			TOTAL		
						P	TP	D			
INCUBACIÓN	10	PROYECTO DE FIN DE CARRERA	GP	Tutorías tutores sectoriales	Empresa graduada	160	32	256	448	1120	
	9	EMPRENDIMIENTO 2	GP	Gestión e Innovación de nuevos productos y servicios	Puesta en marcha (formalización, facturación, etc.)	21	32	358	448		
				Finanzas para emprendedores		21					
				Responsabilidad social y ética en los negocios		16					
	8	SIMULACIÓN EMPRESARIAL	GP	Contabilidad para emprendedores	Plan de negocios final	16	32	144	224		
				PNL aplicada a la empresa		16					
				Ventas y Marketing con Web 2.0		16					
	PREINCUBACIÓN	7	EMPRENDIMIENTO 1	GP	Plan de negocios 1: estudio de mercado, plan de producción y plan de organización	Plan de negocios preliminar pruebas de producto	24	32	144		
Plan de negocios 2: plan de mercadeo y estudio financiero					24						
6		INNOVACIÓN Y DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	LC (3)	El contexto de la innovación	Desarrollo de ideas innovadoras	8	16	40	96		
				Cultura de innovación		32					

	5	INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO	LC (3)	Definición de ideas de negocio Tecnologías de información para los negocios	Factoría de ideas	20 12	22	42	96		
IDEAS DE NEGOCIO	4	IDEAS DE NEGOCIO	LC (3)	Reconocimiento de oportunidades Liderazgo y trabajo en equipo	Desarrollo de ideas	16 16	16	48	96	192	
	3	ACTITUD EMPRENDEDORA	LC (3)	Creatividad e Innovación Motivación y espíritu emprendedor	Desarrollo de capacidades emprendedoras	16 16	16	48	96		
DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA Y LIDERAZGO: Materia de formación básica, 4 créditos se dicta en primero o segundo ciclo											
* El esquema es dinámico y está sujeto a cambios según las lecciones aprendidas en cada etapa de implementación											
** El PEF que aprobó los cursos de la cátedra de emprendimiento y cumplió con los demás requisitos de rigor, debe recibir un diploma o certificado de emprendedor independientemente si terminó o no la carrera principal que está cursando en paralelo											

ANEXO 2

MALLA CURRICULAR CÁTEDRA DE EMPRENDIMIENTO CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS*

MALLA CURRICULAR CÁTEDRA DE EMPRENDIMIENTO CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS *											
NIVELES DE CÁTEDRA DE EMPRENDIMIENTO	DETALLE CAPACITACIÓN									Horas totales por nivel	CERTIFICADO EN EMPRENDIMIENTO **
	CICLO	MATERIA	TIPO DE MATERIA	CURSOS	ENTREGABLES	HORAS					
						P	TP	D	TOTAL		
INCUBACIÓN	10	PROYECTO DE FIN DE CARRERA	GP 4.2 (14)	Tutorías tutores sectoriales	Empresa graduada	160	32	256	448	1120	
	9	EMPRENDIMIENTO 2	GP 4.1 (14)	Gestión e Innovación de nuevos productos y servicios	Puesta en marcha (formalización, facturación, etc.)	21	32	358	448		
				Finanzas para emprendedores		21					
				Responsabilidad social y ética en los negocios		16					
	8	SIMULACIÓN EMPRESARIAL	GP 3.2 (7)	Contabilidad para emprendedores	Plan de negocios final	16	32	144	224		
				PNL aplicada a la empresa		16					
Ventas y Marketing con Web 2.0				16							
PREINCUBACIÓN	7	EMPRENDIMIENTO 1	GP 3.1 (7)	Plan de negocios 1: estudio de mercado, plan de producción y plan de organización	Plan de negocios preliminar pruebas de producto	24	32	144	224	320	
				Plan de negocios 2: plan de mercadeo y estudio financiero		24					
	6	INNOVACIÓN Y DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	Gp2 (8)	El contexto de la innovación	Desarrollo de ideas innovadoras	8	16	40	96		
			Cultura de innovación	32							
IDEAS DE NEGOCIO	5	INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO	GP1(6)	Definición de ideas de negocio	Factoría de ideas	20	22	42	96	288	

				Tecnologías de información para los negocios		12					
				Reconocimiento de oportunidades	Desarrollo de ideas	16	16	48	96		
				Liderazgo y trabajo en equipo		16					
				Creatividad e Innovación	Desarrollo de capacidades emprendedoras	16	16	48	96		
				Motivación y espíritu emprendedor		16					
* El esquema es dinámico y está sujeto a cambios según las lecciones aprendidas en cada etapa de implementación											
** El PEF que aprobó los cursos de la cátedra de emprendimiento y cumplió con los demás requisitos de rigor, debe recibir un diploma o certificado de emprendedor independientemente si terminó o no la carrera principal que está cursando en paralelo											

ANEXO 3



UTPL
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

DIRECCIÓN GENERAL ACADÉMICA

MODALIDAD PRESENCIAL

PLAN DOCENTE DEL COMPONENTE ACADÉMICO

A. Datos básicos del(os) docente(s)

Nombres y Apellidos:	Diana Lucía Espinoza Torres
Título académico:	Economista
Correo electrónico:	dlespinoza@utpl.edu.ec
Teléfono:	2570 275
Extensión:	2714
Horario de tutoría personalizada:	Martes 11h00 a 13h00
Nombres y Apellidos:	Paúl Oswaldo Sarango Lalangui
Título académico:	Ingeniero
Correo electrónico:	posarango@utpl.edu.ec
Teléfono:	2570275
Extensión:	2714
Horario de tutoría personalizada:	Jueves 09h00 a 11h00
Nombres y Apellidos:	Laura Magali Chamba Rueda
Título académico:	Magíster
Correo electrónico:	lmchamba@utpl.edu.ec
Teléfono:	2570275

Extensión:	2714
Horario de tutoría personalizada:	Viernes 11:30 a 12:30 y 17h30 a 18h30
Nombres y Apellidos:	Jhoana Elizabeth Paladines Benítez
Título académico:	Magíster
Correo electrónico:	jpaladines@utpl.edu.ec
Teléfono:	2570275
Extensión:	2714
Horario de tutoría personalizada:	Lunes 08h00 a 10h00
Nombres y Apellidos:	Sandra Elizabeth Ramón Jaramillo
Título académico:	Economista
Correo electrónico:	seramon@utpl.edu.ec
Teléfono:	2570275
Extensión:	2714
Horario de tutoría personalizada:	Martes 11h00 a 13h00
Nombres y Apellidos:	Rosa Magaly Cumbicus Calva
Título académico:	Ingeniera
Correo electrónico:	ccrmagaly@gmail.com
Teléfono:	2570234
Extensión:	1101
Horario de tutoría personalizada:	Martes 11h00 – 13h00
Nombres y Apellidos:	Luz Margarita Espinoza Torres
Título académico:	Doctora
Correo electrónico:	margarita.espinozat@gmail.com
Teléfono:	2570234
Extensión:	1102

Horario de tutoría personalizada:	Martes 09h00 – 11h00
--	----------------------

B. Datos básicos del componente académico

1. Área Académica:	Administrativa					
2. Sección Departamental:	Gestión Empresarial					
3. Nombre del componente académico:	Emprendimiento					
4. Semestre en el que se imparte:	Abril – Agosto 2014					
5. Tipo de componente académico.	Troncal	Genérica	FB	C	LC	GP
			X			
6. Número de créditos UTPL - ECTS:	4 créditos					

7. Horario:

Titulación	Docente	Paralelo	Día	Horario de clases	Nro de Aula
Administración de Empresas.	Paúl Oswaldo Sarango Lalangui.	A	Martes	7h00-10h00	143
	Chamba Rueda Laura Magali.	B	Martes	7h00 -10h00	144
	Espinoza Torres Diana Lucía	C	Miércoles	7h00 -10h00	141
	Espinoza Torres Diana Lucía	D	Jueves	7h00 -10h00	143
	Ramón Jaramillo Sandra Elizabeth.	E	Miércoles	7h00 -10h00	142
	Ramón Jaramillo Sandra Elizabeth.	F	Jueves	7h00-10h00	133
	Cumbicus Calva Rosa Magaly.	G	Jueves	18h00-21h00	141
	Espinoza Torres Luz Margarita.	H	Miércoles	18h00-21h00	312
	Espinoza Torres Luz Margarita.	I	Jueves	18h00-21h00	312
	Cumbicus Calva Rosa Magaly.	J	Lunes	18h00-21h00	314

	Sarango Lalangui Paúl Oswaldo	K	Miércoles	18h00-21h00	416
	Paladines Benítez Jhoana Elizabeth	L	Martes	18h00-21h00	314

Conocimientos previos recomendados:

- Conocimiento del entorno local y nacional
- Manejo de las tecnologías de información y comunicación

C. Importancia del componente dentro del perfil de egreso de la titulación

El componente de formación básica emprendimiento tiene como objetivo desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes que le permita al estudiante emprender en el ámbito personal, social y laboral, con la oportunidad de vincularse al entorno productivo.

D. Competencias a desarrollar (expresados como resultados de aprendizaje)

√

Competencias genéricas de la UTPL

- Orientación a la innovación y a la investigación
- Comunicación oral y escrita
- Trabajo en equipo
- Pensamiento crítico y reflexivo

√

Competencias específicas del componente

- Desarrolla la creatividad, liderazgo y trabajo en equipo.
- Se vincula con la sociedad y genera valor innovando en procesos o resultados.
- Aprende a emprender y desarrolla la capacidad emprendedora.

E. Planificación general del componente académico. Estrategias de enseñanza aprendizaje

Primer bimestre:

-COMPETENCIAS ESPECÍFICA DE LA TITULACIÓN -COMPETENCIAS GENÉRICAS	COMPETENCIAS DEL COMPONENTE ACADÉMICO (solamente si lo amerita la asignatura)	CONTENIDOS	SEMANA	ACTIVIDADES PRESENCIALES (con profesor)		ACTIVIDADES EXTRACLASE	
				Actividad	Nro. de horas	Actividad	Nro. de horas
<u>Competencias Genérica</u> - Orientación a la innovación y a la investigación. - Comunicación oral y escrita. - Trabajo en equipo. - Pensamiento	- Desarrolla la creatividad, liderazgo y trabajo en equipo. - Se vincula con la sociedad y genera valor innovando en procesos o resultados.	Introducción del componente	Semana 1 Del 1 al 3 de abril del 2014.	Presentación del componente	1 hora	Antes de clases: Ingreso al Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA), descargar el plan académico e imprimir. Revisión e impresión del plan académico	5 horas
				Dinámica de presentación: "Corazones Emprendedores"	1 hora		
				Dinámica "Se murió Chicho"	1 hora		
		Creatividad e Innovación.	- Creatividad según el	Semana 2 Del 7 al 10 de abril del	Dinamizador: Video de creatividad	10 minutos	Antes de clases: Elabore su biografía personal en máximo 200 palabras. (individual) Subir
Presentación de tema: Creatividad	40 minutos						

crítico.	- Aprende a emprender y desarrolla la capacidad emprendedora.	<p>autor Edward de Bono.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proceso creativo. - Técnicas de creatividad. - Innovación - Tipos de innovación. - Fuentes de innovación. - Proceso de cambio: invención, innovación y difusión 	2014	<p>Presentación de tema innovación. (Video y presentación)</p> <p>Taller Vivencial de creatividad e Innovación " SCAMPER"</p>	<p>40 minutos</p> <p>1 hora 10 minutos.</p>	<p>al EVA.</p> <p>Ver película sobre creatividad "La vida es bella" (individual)</p> <p>Foro en EVA: Debate sobre la creatividad y el proceso creativo en función de la película "La vida es bella". (individual)</p> <p>Después de clase:</p> <p>A partir de un objeto cualquiera aplique la técnica del SCAMPER, el producto resultante debe ser útil, fácil de manejar y con buena presentación (Equipo de 3 personas)</p>	
		<p>Liderazgo y trabajo en equipo.</p> <p>¿Quién es un líder?</p> <p>Teorías y estilos de liderazgo.</p>	<p>Semana 3</p> <p>Del 14 al 17 de abril 2014</p>	<p>Dinamizador: Video de liderazgo</p> <p>Plenaria y presentación del tema: Liderazgo y líderes.</p> <p>Introducir el tema con lo visto en la película y un artículo que refleje el trabajo en equipo.</p> <p>Presentación del tema: Trabajo en</p>	<p>1 hora.</p> <p>40 minutos.</p>	<p>Antes de clases:</p> <p>Ver película sobre trabajo en equipo: "Drumline" y responder cuestionario referente a la película en el EVA.</p>	<p>5 horas</p>

		<p>Habilidades de persuasión.</p> <p>Trabajo en equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Importancia del trabajo en equipo: ventajas y desventajas. - Técnicas de trabajo en equipo. - Trabajo en grupo vs trabajo en equipo 		<p>equipo.</p> <p>Taller Vivencial: Liderazgo y trabajo en equipo: "Recursos desiguales"</p>	<p>1 hora y 20 minutos.</p>	<p>Después de clases:</p> <p>Entrevistar a tres personas que habiten en la ciudadela o lugar que vive actualmente. ¿Según su perspectiva quiénes son más líderes, los hombres o las mujeres? ¿Por qué? Presentar en un video de máximo cinco minutos.(trabajo en equipo)(3 personas)</p>	
		<p>Análisis del entorno y su importancia al momento de emprender:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diamante de "Michael Porter" - Análisis FODA. 	<p>Semana 4: Del 21 al 24 de abril 2014.</p>	<p>Taller Vivencial en clase:" Dos Torres"</p> <p>Presentación: Diamante de Porter</p> <p>Explicación de Análisis FODA</p> <p>Desarrollo de trabajo en equipo: "Caso FODA"</p>	<p>1 hora minutos</p> <p>45 minutos</p> <p>15 minutos</p> <p>1 hora.</p>	<p>Antes de clases:</p> <p>Lectura de documento análisis del entorno, presentar resumen en una herramienta innovadora de presentación(individual)</p> <p>Después de clases:</p> <p>Análisis del Entorno Empresarial de la ciudad de Loja. (Aplicación de formato</p>	<p>5 horas.</p>

						de recopilación de información empresarial en la ciudad)	
		<p>Emprendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generalidades del emprendimiento a nivel internacional, nacional y local. - Tipos de emprendimiento. - Los emprendedores: <ul style="list-style-type: none"> • Sus motivaciones • Las capacidades requeridas • La trayectoria formativa 	<p>Semana 5</p> <p>Del 28 de abril al 01 de mayo del 2014.</p>	<p>Introducir el tema con un artículo sobre emprendedores, de revistas o periódicos (Revista Líderes, EKOS)</p>	20 min	<p>Antes de clases:</p> <p>Resumen del capítulo 1 del texto básico "Corriendo Fronteras" presentar en prezi (individual).</p> <p>Después de clases:</p> <p>Desarrollo de entrevista, sobre emprendedor lojano, se debe aplicar a uno de los emprendedores del lugar en el que se realizó el análisis del sector empresarial de la ciudad de Loja. (trabajo de campo en equipo: 3 personas) Presentar en word en EVA.)</p>	5 horas
				Taller: Collage del emprendedor	1 hora		
				<p>Presentación del tema "Los Emprendedores"</p> <p>Explicación del Caso de Emprendimiento que se va a desarrollar en el primer y segundo bimestre como trabajo de fin de bimestre.</p>	45 minutos.		
				<p>Conversatorio con Emprendedor Lojano.</p>	15 minutos		
		<p>Gestación y desarrollo del proyecto empresarial innovador:</p>	<p>Semana 6</p> <p>Del 5 al 8 de mayo del 2014.</p>	<p>Video sobre modelo de negocio.</p>	40 minutos	<p>Antes de clases:</p> <p>Realizar el FODA del Emprendimiento identificado. (Trabajo en equipo) (Ver Anexo 2)</p>	5 horas.
				<p>Control de lectura del texto básico,</p>	15 minutos		
					30	<p>Resumen del capítulo 3 del texto básico "Corriendo Fronteras" presentar</p>	

		<ul style="list-style-type: none"> - Fuentes de información. - Desarrollo y puesta en marcha. - Investigando el mercado - Buscando la solución técnica: entre el laboratorio y mercado. - Comenzando a producir. 		<p>cap. 3.</p> <p>Presentación del tema: Gestación y desarrollo del proyecto empresarial innovador.</p> <p>Taller de presentación de Emprendimiento identificado para el desarrollo del caso (exponen los equipos)</p>	<p>minutos</p> <p>1 hora 15 minutos</p> <p>1 hora</p>	<p>resumen en una herramienta innovadora de presentación(individual)</p> <p>Inicio de trabajo final, primer bimestre: (trabajo en equipo 3 personas)</p> <p>Realizar el análisis externo y el diamante de Porter del emprendimiento identificado en base al anexo 3.</p> <p>Después de clases:</p> <p>Elaborar la propuesta a aplicar en el emprendimiento. (Ficha Nro 1.)</p>	
		Presentación de emprendimientos lojanos identificados.	Semana 7	Exposición en clase del Emprendimiento identificado. (Exponen los estudiantes organizados por equipos)	2 horas	<p>Antes de clases:</p> <p>Preparación para la presentación de Emprendimiento analizado. Ficha Nro 2.</p>	5 horas
			Del 12 al 15 mayo 2014	Conversatorio entre miembros de equipos de las experiencias y aprendizajes.	1 hora	<p>Después de clases:</p> <p>Revisar y estudiar contenidos de primer bimestre, presentaciones, texto, REA</p>	

						para rendir la evaluación bimestral.	
		Evaluación de conocimientos del Bimestre.	Semana 8 Del 19 al 22 de mayo 2014.	Evaluación Bimestral: - Examen individual. - Examen bimestral equipo.	3 horas		
Total					24 horas		35 horas

Fechas importantes del primer bimestre:

Fecha	Actividades
Del 07 al 10 de abril de 2014	Foro en EVA: Debate sobre la creatividad y el proceso creativo en función de la película "La vida es bella". (individual)
26 de abril de 2014	Análisis del entorno empresarial en la ciudad de Loja.
Del 28 de abril al 01 de mayo de 2014	Desarrollo de entrevista, sobre emprendedor Lojano. (Trabajo de campo)
Del 05 al 08 de mayo de 2014	Inicio de Trabajo Final de Primer Bimestre:

	Realizar el diamante de Porter del emprendimiento identificado
	Elaborar la propuesta a aplicar en el emprendimiento.
Semana: 12 al 15 de Mayo	Preparación para la exposición del trabajo final del primer bimestre.
Del 19 al 22 de mayo de 2014	Evaluación bimestral individual y por equipo.

Segundo bimestre: Componente Emprendimiento.

-COMPETENCIAS ESPECÍFICA DE LA TITULACIÓN -COMPETENCIAS GENÉRICAS	COMPETENCIAS DEL COMPONENTE ACADÉMICO (solamente si lo amerita la asignatura)	CONTENIDOS	SEMANA	ACTIVIDADES PRESENCIALES (con profesor)		ACTIVIDADES EXTRACLASE	
				Actividad	Nro. de horas	Actividad	Nro. de horas
Competencias Genérica: - Orientación a la innovación y a la investigación. - Comunicación oral y escrita. - Trabajo en	- Desarrolla la creatividad, liderazgo y trabajo en equipo. - Se vincula con la sociedad y genera valor innovando en procesos o resultados. - Aprende a emprender y	Desarrollo Comercial: (Parte 1) - ¿Cómo conseguir el primer cliente? - Organizando la función comercial: del "vendedor fundacional" al equipo	Semana 1 Del 26 al 29 de mayo del 2014.	Explicación de Noticiero Semanal "Loja Emprende" Control de lectura del texto básico, cap. 4.	1 hora 30 minutos. 1 hora.	Antes de clases: Resumen del capítulo 4 del texto básico "Corriendo Fronteras" presentar resumen en una herramienta innovadora de presentación(individual) Cronograma de ejecución de propuesta para desarrollar el	5 horas

<p>equipo. - Pensamiento crítico.</p>	<p>desarrolla la capacidad emprendedora.</p>	<p>de ventas. - El primer cliente como activo de la nueva empresa.</p>		<p>Presentación del tema: Desarrollo Comercial Taller Vivencial: "Buscando Clientes"</p>	<p>30 minutos</p>	<p>Caso de Emprendimiento. (Ficha Nro 3) Después de clases: Ejecución de la primera actividad según cronograma presentado. (trabajo en equipo)</p>	
---	--	---	--	---	-------------------	---	--

		<p>Desarrollo Comercial: (Parte 2)</p> <p>-Mecanismos de protección frente a la copia.</p> <p>Prácticas para el desarrollo comercial.</p>	<p>Semana 2 Del 2 al 5 de Junio del 2014.</p>	<p>Noticiero Semanal:</p> <p>Video de Dr. Nakamatsu (Inventor japonés)</p> <p>Exposición del tema: Desarrollo Comercial (Parte 2)</p> <p>Taller "Inventa y Vende"</p>	<p>Antes de clases:</p> <p>Leer y elaborar un resumen de 100 palabras del artículo de periódico: Dr. Nakamatsu (Inventor japonés) El mismo se encuentra en el REA. El resumen lo deben subir al EVA.</p> <p>Después de clases:</p> <p>Ejecución de la segunda actividad según cronograma presentado. (trabajo en equipo)</p> <p>Preparación de informes de avance del caso de Emprendimiento, para la siguiente clase.</p>	<p>5 horas</p>
--	--	---	---	--	--	-----------------------

		<p>El desarrollo de redes y alianzas: (Parte 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipos de redes y su importancia. - Evaluando el punto de partida. - Un ejercicio de autodiagnóstico. - Las redes en perspectiva dinámica. 	<p>Semana 3</p> <p>09 al 12 de junio 2014</p>	<p>Noticiero Semanal.</p> <p>Exposición del tema: Desarrollo de redes y alianzas.</p> <p>Exposición de avance de actividades de desarrollo del Caso de emprendimiento en base al cronograma propuesto a cada equipo.</p>	<p>15 minutos.</p> <p>45 minutos.</p> <p>2 horas.</p>	<p>Antes de clases:</p> <p>Resumen del capítulo 7 del texto básico "Corriendo Fronteras" presentar resumen en una herramienta innovadora de presentación(En Equipo)</p> <p>Después de Clases:</p> <p>Ejecución de la tercera actividad según cronograma presentado. (trabajo en equipo)</p>	<p>5 horas</p>
		<p>El desarrollo de redes y alianzas: (Parte 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alianzas estratégicas: gestación y desarrollo. - ¿Para qué una alianza?. - ¿Cómo elegir un aliado y 	<p>Semana 4</p> <p>16 al 19 de junio 2014</p>	<p>Noticiero Semanal.</p> <p>Exposición del tema: Desarrollo de redes y alianzas. Parte 2.</p>	<p>1 hora</p>	<p>Antes de clases:</p> <p>Análisis de cómo usar las redes sociales para</p>	<p>5 horas</p>

		<p>negociar?</p> <p>- ¿El día a día de las alianzas.</p>		<p>Taller de "Redes sociales usadas con fines de promoción y desarrollo comercial de las empresas"</p>	<p>2 horas</p>	<p>incrementar las ventas en el emprendimiento que estén apoyando. Presentar en 100 palabras el análisis, llevar a clases.</p> <p>Después de Clases:</p> <p>Ejecución de la cuarta actividad según cronograma presentado. (trabajo en equipo)</p>	
		<p>La gestión financiera:</p> <p>- La gestión financiera del crecimiento</p> <p>- Aumentando la probabilidad de recibir inversión.</p> <p>- La planificación financiera</p> <p>- Algunas prácticas saludables para la gestión financiera.</p>	<p>Semana 5</p> <p>23 al 26 de junio de 2014</p>	<p>Noticiero Semanal.</p> <p>Artículo de prensa sobre financiamiento para emprendedores.</p>	<p>30 minutos</p>	<p>Antes de clases:</p> <p>Resumen del capítulo 8 del texto básico "Corriendo Fronteras". Elaborar la presentación del resumen en PowToon. (Equipo 3 personas).</p> <p>Después de clases:</p> <p>Preparar informe final de Vinculación Empresarial.</p>	<p>5 horas</p>
		<p>Charla " Vinculando sectores y generaciones"</p>	<p>Semana 6</p>	<p>Emprendedores locales y nacionales en conversatorio con</p>	<p>3 horas</p>		<p>5 horas</p>

			30 de Junio al 3 de Julio 2014	alumnos como medio de vinculación.		Después de clases: Elaboración del resumen de la conferencia mediante un mapa mental, subir al EVA.	
		Exposición de Casos de Emprendimiento.	Semana 7 07 al 10 de julio de 2014	Alumnos exponen los resultados de los casos de emprendimiento desarrollados en el segundo bimestre.	3 horas	Antes de clases: Preparación para exponer resultados finales del trabajo de Vinculación Empresarial.	
		Exposición de resultados de Casos de Emprendimiento.	Semana 8: 14 al 17 de julio 2014	Evaluación bimestral	1 hora 30 minutos	Antes de clases: Preparación para evaluación bimestral y presentación de trabajo final.	5 horas
		Evaluación Bimestral.		Exposición de resultados de equipos.	1 hora 30 minutos		
		Evaluación Final	Semana 9 29 julio al 4 de agosto 2014	Evaluación Final	3 horas	Antes de clases: Revisar detenidamente cada uno de los temas del primer y segundo bimestre, según las notas obtenidas.	5 horas
Total					27 horas		40 horas

Fechas importantes del segundo bimestre:

Fecha	Actividad
Del 26 al 29 de mayo del 2014	Cronograma de ejecución de propuesta en Emprendimiento. (Ver anexo) Ejecución de la primera actividad según cronograma presentado. (trabajo en equipo)
Del 02 al 05 de Junio del 2014.	Ejecución de la segunda actividad según cronograma presentado. (trabajo en equipo) Preparación de informes de avance para la siguiente clase.
Del 09 al 12 de junio 2014	Ejecución de la tercera actividad según cronograma presentado. (trabajo en equipo)
Del 16 al 19 de junio 2014	Análisis del uso de redes sociales o ventas en el emprendimiento que estén apoyando. Ejecución de la cuarta actividad según cronograma presentado. (trabajo en equipo)
Del 07 al 10 de julio de 2014	Preparar informe final de Vinculación Empresarial.
Del 07 al 10 de julio de 2014	Preparación para exponer resultados finales del trabajo de Vinculación Empresarial.
Del 14 al 17 de julio 2014	Preparación para evaluación bimestral y presentación de trabajo final.
Del 29 julio al 4 de agosto 2014	Evaluación Final

F. Evaluación del componente académico

PRIMER BIMESTRE:

-Competencias de la materia - Competencias genéricas	Indicador	Instrumento	Peso	Puntos
Desarrolla la creatividad, liderazgo y trabajo en equipo.	Diagnostica la realidad de las empresas	Trabajos en clase	25%	5
	Diseña propuesta de mejoras para las empresas	Trabajo extraclase	20%	4
Se vincula con la sociedad y genera valor innovando en procesos o resultados.	Plantea soluciones para en base a una problemática	Trabajo final	30%	6
	Aplica los principios básicos del emprendimiento.	Evaluación final	25%	5
Aprende a emprender y desarrolla la capacidad emprendedora.	TOTAL		100%	20 puntos

SEGUNDO BIMESTRE:

-Competencias de la materia - Competencias genéricas	Indicador	Instrumento	Peso	Puntos

<p>Desarrolla la creatividad, liderazgo y trabajo en equipo.</p> <p>Se vincula con la sociedad y genera valor innovando en procesos o resultados.</p> <p>Aprende a emprender y desarrolla la capacidad emprendedora.</p>	Analiza en base a herramientas los problemas empresariales	Trabajos en clase	25%	5
	Identifica en situaciones reales los conocimientos adquiridos.	Trabajo extraclase	15%	3
	Desarrolla y ejecuta proyectos de vinculación la sociedad.	Trabajo final	40%	8
	Se expresa adecuadamente y expone su trabajo con seguridad.	Evaluación final	20%	4
	Reconoce las experiencias vivenciales.			
TOTAL			100%	20 puntos

Menos del 35% del peso del indicador. (0-13.9/40 puntos)	Entre el 35% y 69.9% del peso del indicador. (14-27.9/40 puntos)	Entre el 70% y 79.9% del peso del indicador. (28-31.9/40 puntos)	Entre el 80% y 89.9% del peso del indicador. (32-35.9/40 puntos)	A partir del 90% del indicador. (36-40/40 puntos)
Desarrollo mínimo de la competencia mostrando inseguridad y duda	Manejo de la competencia insuficiente que requiere más desarrollo para su aprendizaje	Desarrollo de la competencia suficiente para desenvolvimiento en las situaciones frecuentes y de baja y moderada complejidad	Manejo de la competencia incluyendo las situaciones menos frecuentes y de alta complejidad	Desarrollo de la competencia de forma sobresaliente, siendo un referente para cualquier miembro del equipo

G. RECUPERACIÓN

	INDICADOR	INSTRUMENTO	Puntos
Primer bimestre	Se expresa adecuadamente y expone su trabajo con seguridad. Reconoce las experiencias	Trabajo final	6

	vivenciales.		
	Conoce los principios básicos del emprendimiento.	Evaluación final	5
Segundo bimestre	Se expresa adecuadamente y expone su trabajo con seguridad. Reconoce las experiencias vivenciales.	Trabajo final	8
	Conoce los principios básicos del emprendimiento.	Evaluación final	4

H. PERFIL PROFESIONAL DE LOS DOCENTES:

Perfil profesional de los docentes:

- **Diana Lucía Espinoza Torres**, Diplomado en “Gestión y políticas de comercio internacional” Universidad Politécnica de Valencia y “Gerencia estratégica de mercadeo” Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL). Economista por la UTPL. Experiencia profesional y académica de 8 años, con conocimiento en las áreas de emprendimiento, gestión empresarial y economía internacional. Docente universitaria en la UTPL de las materias de Emprendimiento, Administración, Economía Internacional, Introducción a la Economía. Experiencia en asesoría y capacitación a emprendedores locales y nacionales.
- **Luz Margarita Espinoza Torres**, Doctora en contabilidad y auditoría de la Universidad Técnica Particular de Loja. Experiencia como docente bimodal invitada de la UTPL: emprendimiento, gerencia empresarial. Experiencia Laboral: Fundación Grameen (2 años), técnico de micro finanzas, auxiliar administrativo en Banco de Loja (2 años): servicio al cliente, proveeduría. Gerente de Redemprende Cía. Ltda. (3 años): administración, gestión, apoyo en consultoría, elaboración de proyectos, asistencia a emprendedores. DEPROSUR EP, (1 año hasta la actualidad) como Técnico ADEPL, líder del Centro de desarrollo empresarial y apoyo al emprendimiento en convenio entre el Ministerio de Industrias y Productividad y Gobierno Provincial de Loja, facilitadora en temas de motivación empresarial, elaboración de Plan de Negocios según Metodología de la Organización Internacional del Trabajo.
- **Laura Magali Chamba Rueda**, Maestría en “Gestión Empresarial” Universidad Técnica Particular de Loja - Ecuador. Ingeniera en Administración de Empresas de la Universidad Técnica Particular de Loja - Ecuador. Experiencia de seis años y amplios conocimientos en el área de calidad, matemática financiera, análisis de casos. Docente universitario UTPL del componente Gestión de la Calidad e Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad (etc.). Experiencia de un

año de trabajo en el Banco Centro Mundo del Ecuador como auxiliar de evaluación de Crédito.

- **Rosa Magaly Cumbicos Calva**, Ingeniera en Administración de Empresas de la Universidad Técnica Particular de Loja. Experiencia como Docente Invitada UTPL componente de emprendimiento. Experiencia Laboral: Fundación Agencia de Desarrollo Empresarial (3 años), Coordinadora Ventanilla Única Empresarial temas: Tramitología para acceso al mercado y formalización de empresas, Asesor planes de negocio programa "Siembra Futuro" de Cervecería Nacional 2008. Banco de Loja: Asesora de micro finanzas (3 años); DEPROSUR EP, (un año hasta la actualidad) como Técnico, experiencia en Implementación la Ventanilla Única de Apoyo al Emprendedor; facilitadora de Plan de Negocios según Metodología de la Organización Internacional del Trabajo MESUN – ISUN.
- **Jhoana Elizabeth Paladines Benítez**, Magister en Educación a Distancia de la UTPL- Loja, Ecuador. Especialista en Planificación Curricular y Organización de Sistemas de Educación a Distancia. UTPL-Ecuador, Ingeniera en Administración de Empresas de la UTPL- Ecuador Licenciada en Ciencias de la Educación, mención Inglés de la UTPL-Ecuador, Experta en nuevas tecnologías de Aprendizaje a través de Internet de la Universidad Politécnica de Furtwangen. Docente- Investigadora, UTPL. Docente de la titulación de Administración de empresas en las asignaturas de Sistemas administrativos y Administración. Docente de la carrera de ciencias de la Educación en los componentes de Communicative Grammar, e Inglés General, Docente de la maestría de Gerencia y Liderazgo Educativo en los módulos de Gestión del Talento Humano y Toma de decisiones.
- **Sandra Ramón Jaramillo**, Economista, graduada en Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), especializada en Gestión Estratégica de Negocios en el Tecnológico de Monterrey (TEC), Diplomado en Intervención Social UTPL, Diplomado en Gerencia y Mercadeo UTPL, Egresada de Maestría en Gerencia y Desarrollo Social en la UTPL. Facilitadora de Emprendimiento, capacitada bajo metodología GFA (Alemania) e INCREA (Chile). Experiencia en docencia (8 años): Matemáticas Financieras, Administración Financiera, Finanzas, Administración, Cuentas Nacionales, Nuevas Tendencias, Emprendimiento Experiencia laboral (10 años): ADE Loja Competitiva S.A, Fundación Agencia de Desarrollo Empresarial, asesora de emprendedores en Incubadora de Empresas de UTPL, Coordinadora de Centro de Capacitación ADE. Facilitadora Cátedra de Emprendimiento.
- **Paúl Oswaldo Sarango Lalanguí**, Diplomado en Gerencia Estratégica de Mercadeo UTPL. Ingeniero en Administración de Empresas Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL). Docente Universidad Nacional de Loja en: Proyectos de Inversión, Mercadotecnia Estratégica, Gerencia y los Sistemas de Información. Coordinador de la Cátedra de Emprendimiento UTPL. Docente UTPL con componentes como: Emprendimiento y Proceso y Diseño Empresarial. Participación en proyectos de investigación (diseño de un sistema de seguimiento a los titulados de UTPL); propuesta modelo de responsabilidad social universitaria para UTPL; Transferencia de conocimiento universitario para disminuir pobreza extrema a través de RSU. Ponencias en Universidades Iberoamericanas en Emprendimiento y Responsabilidad Social Universitaria.

I. RECURSOS A UTILIZAR PARA EL DESARROLLO DEL COMPONENTE ACADÉMICO:

- Bibliografía básica:

- a) Kantis, Hugo; Drucaroff, Sergio. (2011). Corriendo fronteras para crear y potenciar empresas. Buenos Aires: Ediciones Granica SA.
- b) Este libro comparte conocimientos relevantes del proceso de creación y desarrollo de nuevas empresas innovadoras, basados en experiencias concretas de algunos emprendedores latinoamericanos.
- c) ¿El texto está disponible en la biblioteca general física de la UTPL?
SI (x) NO ()

- Bibliografía complementaria

- a) Freire, Andy. (2005). Pasión por emprender. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- b) Es una guía que motiva a las personas a convertirse emprendedores y enseña el camino del emprendimiento mediante un caso de estudio.
- c) ¿El texto está disponible en la biblioteca general física de la UTPL?
SI (x) NO ()

- Biblioteca virtual

Nombre de la Base de Datos	Link	Justificación
ISI Web of Knowledge	http://biblioteca.utpl.edu.ec/bases-de-datos/%C3%A1rea-multidisciplinaria	Esta base de datos referencial tiene cobertura multidisciplinaria de más de 10.000 revistas de gran impacto, que podrá servir como referente para la investigación de los diferentes temas del componente.

- Recursos Educativos Abiertos

Nombre del REA	Link	Justificación
Los 1.368 inventos del Dr. Nakamats.	http://elpais.com/diario/2010/07/02/tentaciones/1278094976_850215.html	Artículo que muestra un ejemplo de la creatividad del inventor japonés Yoshiro Nakamatsu, quien ostenta el record mundial de patentes
Las cosas del Dr. Nakamats.	http://www.youtube.com/wa	Entrevista en español al Dr.

	tch?v=Fo-098OeLps	Nakamats
Más de 1000 herramientas y recursos para emprendedores.	http://nuevosemprendedores.net/mas-de-1-000-herramientas-y-recursos-para-emprendedores/	Muestra más de mil herramientas y recursos para emprendedores a través de la Web 2.0.

- **Enlaces web**

<http://www.emprendecuador.ec>

<http://www.inec.gob.ec>

ANEXOS

TRABAJO DE FIN DE BIMESTRE

PRIMER BIMESTRE

ANEXO 1

TEMA: Análisis del entorno empresarial de la ciudad de Loja.

OBJETIVO:

Analizar el entorno empresarial de la ciudad de Loja mediante trabajo de campo por los equipos de estudiantes en las parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:

En un solo día se realizará el levantamiento de la información de las parroquias, (Sucre, El Valle, San Sebastián, El Sagrario) con la finalidad de conocer el entorno de la ciudad de Loja.

PROCESO:

1. Formar equipos de trabajo de máximo 3 personas, organizarse y nombrar un líder.

2. El líder será el encargado de dirigir la actividad de campo y recopilar las evidencias. (fotografías de los emprendimientos en los que se realice la encuesta, firmas de compañeros de equipo, etc.)
3. El segundo miembro del equipo será el encargado de ingresar los resultados de la recopilación de información.
4. Se ha pedido la participación de los alumnos de administración de empresas del componente de gestión productiva, para que apoyen el proceso de levantamiento de la información.
5. El tercer miembro del equipo, será el responsable de elaborar el análisis de la información obtenida.

ANEXO 2

En la segunda fase del estudio se pretende conocer de manera más explícita a uno de los emprendimientos visitados en la salida de campo, con el único objeto de analizarla información y poder generar una propuesta válida para solucionar al menos un problema de la misma.

MATRIZ FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
AMENAZAS	OPORTUNIDADES

ANEXO 3

El conocer el entorno en el que se desenvuelve el emprendedor permite poder tomar decisiones para ello se recomienda llenar los siguientes formatos:

ANALISIS EXTERNO

Factores económicos	Factores tecnológicos
Factores políticos	Factores sociales
Factores culturales	Factores legales
Factores ambientales	Factores financieros

DIAMANTE DE PORTER

1. Poder de proveedores
2. Poder de clientes
3. Rivalidad de productos sustitutos
4. Amenaza de competidores
5. Amenaza de nuevos competidores

ANEXO 4

TRABAJO DE FIN DE BIMESTRE

SEGUNDO BIMESTRE

TEMA: Caso de Emprendimiento en la ciudad de Loja-

OBJETIVOS:

Vincular al estudiante con la realidad y el entorno empresarial de la ciudad de Loja, mediante un caso de emprendimiento.

ETAPAS:

- Recolección de datos (a través de formularios) y por etapas
- Análisis de datos (información primaria)
- Evaluación de las estrategias y tácticas de potenciación en el emprendimiento.

DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA:

1. Tema
2. Objetivo
3. Alcance
4. Estrategia
5. Táctica
6. Responsable
7. Costo
8. Resultado esperados.
9. Conclusiones
10. Recomendaciones
11. Lecciones aprendidas

ASPECTOS A CONSIDERAR:

- Opcional se puede presentar un demo de la propuesta.
- Los equipos deben estar conformados por máximo 3 personas.
- La propuesta debe ser desarrollada en un máximo de 6 páginas (No incluyen anexos).
- Para el formato considerar: letra Arial tamaño 11, interlineado sencillo.
- Los anexos deben ir numerados.
- Se debe incluir logos y fotos (verificar que las imágenes sean de buena resolución)

- Para la entrega del trabajo se lo debe realizar en forma impresa y en CD, debidamente etiquetado con el nombre del emprendimiento y de los integrantes.

Firma Equipo de docentes de componente de formación básica: Emprendimiento.

Docente	Firma
Diana Lucía Espinoza Torres	
Luz Margarita Espinoza Torres	
Laura Magali Chamba Rueda	
Rosa Magaly Cumbicus Calva	
Jhoana Elizabeth Paladines Benítez	
Sandra Elizabeth Ramón Jaramillo	
Paul Oswaldo Sarango Lalangui	

ANEXO 4

ENCUESTA DIRIGIDA A EXALUMNOS

Solicitamos a usted muy comedidamente, se digno contestar el siguiente cuestionario, cuyo objetivo es obtener información para medir la capacidad emprendedora de los exalumnos de la UTPL.

1. INFORMACIÓN GENERAL				
1.1 Sexo	M	()	F	()
1.2 Estado Civil	Soltero		()	
	Casado		()	
	Divorciado		()	
	Unión Libre		()	
1.3 Edad	20 - 23 años		()	
	24 - 27 años		()	
	28 - 31 años		()	
	Más de 31 años		()	
1.4 Titulación/Carrera:				
1.5 Año de ingreso a la UTPL:				
1.6 Año de graduación:				

1.7 ¿Por qué decidió estudiar en la UTPL?	No pudo ingresar a otra universidad	()
	Prestigio	()
	Recomendación de un familiar/amigo	()
	Por la oferta académica	()
	Otro	() ¿Cuál?

2. EVALUACIÓN DE LA TITULACIÓN/CARRERA

2.1 ¿Qué aspecto consideró para seguir su carrera?	Vocación	()
	Por las expectativas de trabajo	()
	No pudo estudiar lo que quería	()
	Recomendación de un familiar/amigo	()
	Otro	() ¿Cuál?

3. DATOS REFERENTES A EMPRENDIMIENTO/EMPRESA: (Marque con una X su respuesta)

3.1 ¿Posee usted un negocio o empresa propia?

3.1.1. Si () 3.1.2. No () Pase a la pregunta 3.12

3.2 ¿Razones por las que decidió emprender en su propio negocio o empresa? Marque una o varias opciones.

- 3.2.1. Deseo de ser independiente ()
 3.2.2. Obtener ingresos propios ()
 3.2.3. Fomentar empleo ()
 3.2.4. Carrera profesional ()
 3.2.5. Curiosidades ()
 3.2.6. Otros () Especifique:

3.3. ¿Su formación académica en la UTPL influyó al momento de emprender en su negocio o empresa?

3.3.1. Si () 3.3.2. No ()
 ¿Por qué?

3.4. ¿A qué actividad económica pertenece su negocio o empresa?

- 3.4.1. Industrias manufactureras ()
- 3.4.2. Construcción ()
- 3.4.3. Comercio al por mayor y menor ()
- 3.4.4. Transporte y almacenamiento ()
- 3.4.5. Actividades de alojamiento y servicio de comidas ()
- 3.4.6. Actividades financieras y de seguros ()
- 3.4.7. Actividades inmobiliarias ()
- 3.4.8. Actividades profesionales, científicas y técnicas ()
- 3.4.9. Actividades de servicios administrativos y de apoyo ()
- 3.4.10. Enseñanza ()
- 3.4.11. Actividades de la atención de la salud humana ()
- 3.4.12. Otra actividad (Indique) ()

3.5. ¿Su empresa o negocio, ha generado plazas de trabajo a exalumnos de la UTPL?

- 3.5.1. Si ()
- 3.5.2. No ()

3.6. ¿Qué riesgos tuvo que enfrentar al emprender en su negocio o empresa?

.....

3.7. ¿Qué experiencias ha tenido desde la idea de su negocio o empresa hasta la incursión y creación de la misma?

.....

3.8. ¿Le gustaría formar parte de la Red de Emprendedores de Exalumnos de la UTPL?

- 3.8.1. Si ()
- 3.8.2. No ()

¿Por qué?

3.9. Los ingresos promedio que percibe su empresa o negocio son:

- 3.9.1. Menos de 200 dólares mensuales ()
- 3.9.2. De 201 a 400 dólares mensuales ()
- 3.9.3. De 401 a 600 dólares mensuales ()
- 3.9.4. De 601 a 800 dólares mensuales ()
- 3.9.5. Más de 800 dólares mensuales ()

3.10. ¿Quién le apoyó económicamente?

- 3.10.1. Familia ()
- 3.10.2. Amigos ()
- 3.10.3. Compañeros de la Universidad ()
- 3.10.4. Otros () Especifique:

3.11. ¿Le gustaría emprender en un nuevo negocio o empresa?

- 3.11.1. Si () Pase a la pregunta 3.14
- 3.11.2. No () Agradecemos su colaboración

3.12. ¿Le gustaría emprender en un negocio propio?

- 3.12.1. Si () Pase a la pregunta 3.14
- 3.12.2. No ()

3.13. Indique las razones por las que NO emprendería en un negocio propio. Marque una o varias opciones.

- 3.13.1. Falta de recursos económicos ()
- 3.13.2. Inseguridad en la idea de negocio ()
- 3.13.3. No encontrar una persona confiable para asociarse ()
- 3.13.4. Inclinação a percibir un sueldo fijo ()
- 3.13.5. Miedo al asumir riesgos ()
- 3.13.6. Falta de conocimiento acerca de emprendimiento ()
- 3.13.7. Temor al fracaso ()
- 3.13.8. Otra razón () Especifique:

3.14. ¿En qué tiempo piensa constituir su negocio/empresa?

- 3.14.1. Menos de 1 año ()
- 3.14.2. 1 - 3 años ()
- 3.14.3. 4 - 6 años ()
- 3.14.4. Más de 6 años ()

4. Acompañamientos en procesos de gestión empresarial para emprendedores							
5. Asesoría personalizada para la creación y puesta en marcha de la empresa							
b) Apoyo en Gestión empresarial:	1	2	3	4	5	Si	No
1. En Planes de negocios							
2. En Estudios de mercado							
3. En Proyectos productivos y de servicios							
4. En Proyectos para consecución de financiamiento							
5. En Evaluación económica-financiera para MiPymes							
6. En Fortalecimiento de redes							
c) Capacitación:	1	2	3	4	5	Si	No
1. Seminarios y talleres teórico-prácticos con temas de microempresa							
2. Seminarios y talleres teórico-prácticos en desarrollo de proyectos productivos							
3. Capacitación Contable y Financiera							
4. Capacitación en Ventas y Marketing							
5. Capacitación en Recursos humanos y desarrollo de personal							
6. Capacitación en procesos y producción							

4. ¿Le gustaría conocer información sobre temas de emprendimiento?

- 4.1. Si () 4.2. No ()

5. ¿Por qué medio le gustaría recibir información?

- 5.1. Físico ()
5.2. Celular ()
5.3. Correo ()
5.4. Sitio web. ()
5.5. Redes sociales ()
5.6. Otros () Especifique: -----

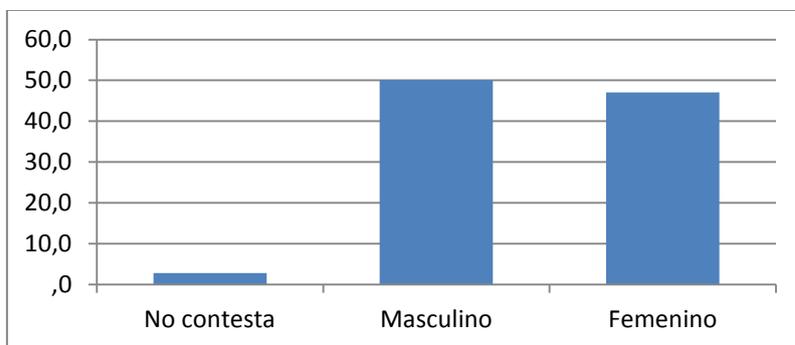
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 5

TABULACIÓN DE ENCUESTAS

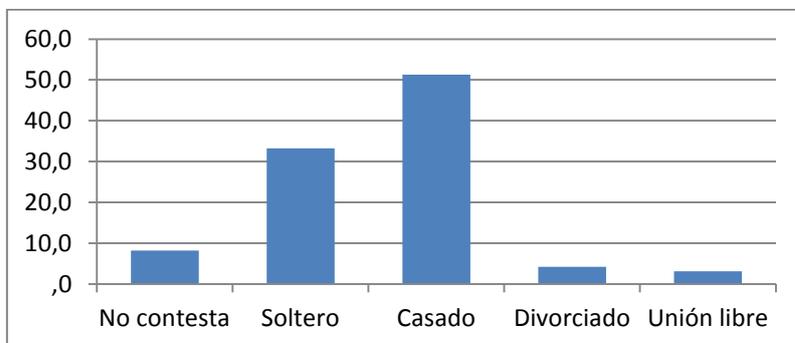
1. Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contesta	10	2,8	2,8	2,8
Masculino	178	50,1	50,1	53,0
Femenino	167	47,0	47,0	100,0
Total	355	100,0	100,0	



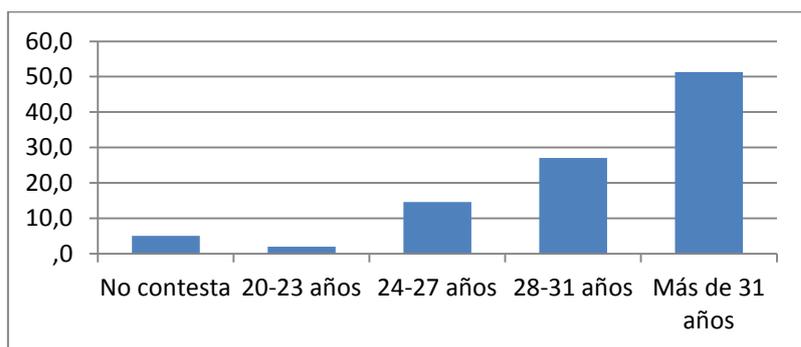
2. Estado civil

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contesta	29	8,2	8,2	8,2
Soltero	118	33,2	33,2	41,4
Casado	182	51,3	51,3	92,7
Divorciado	15	4,2	4,2	96,9
Unión libre	11	3,1	3,1	100,0
Total	355	100,0	100,0	



3. Edad

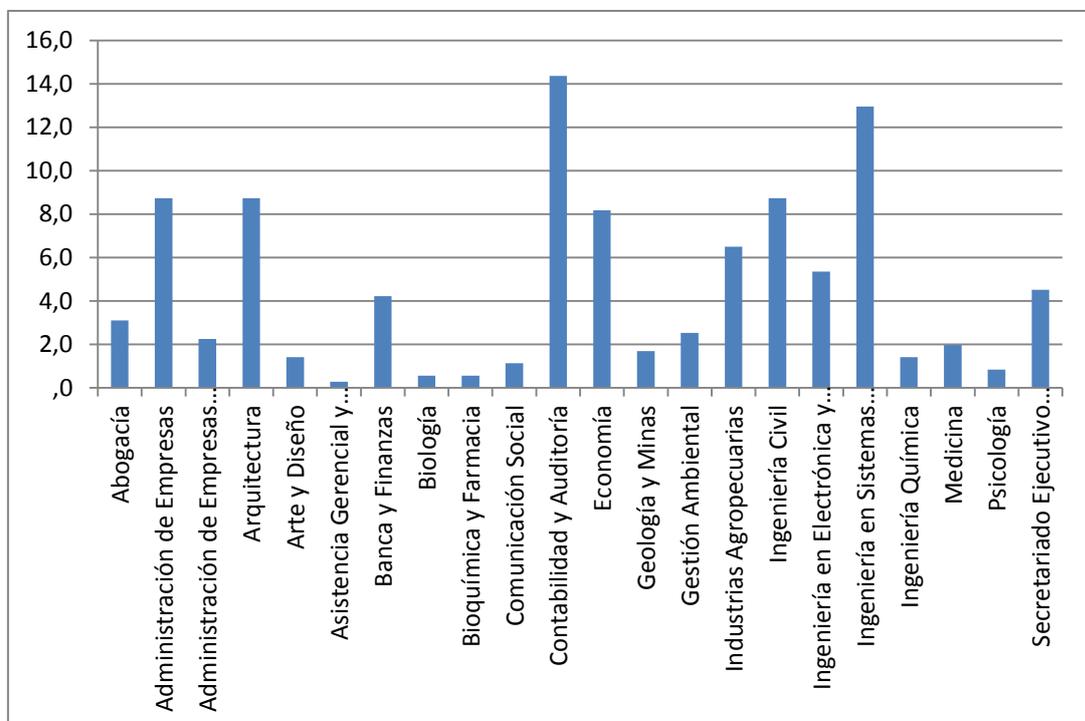
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contesta	18	5,1	5,1	5,1
20-23 años	7	2,0	2,0	7,0
24-27 años	52	14,6	14,6	21,7
28-31 años	96	27,0	27,0	48,7
Más de 31 años	182	51,3	51,3	100,0
Total	355	100,0	100,0	



4. Carrera/Titulación

Carrera/Titulación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Abogacía	11	3,1	3,1	3,1
Administración de Empresas	31	8,7	8,7	11,8
Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	8	2,3	2,3	14,1
Arquitectura	31	8,7	8,7	22,8
Arte y Diseño	5	1,4	1,4	24,2
Asistencia Gerencial y Relaciones Públicas	1	,3	,3	24,5
Banca y Finanzas	15	4,2	4,2	28,7
Biología	2	,6	,6	29,3
Bioquímica y Farmacia	2	,6	,6	29,9
Comunicación Social	4	1,1	1,1	31,0
Contabilidad y Auditoría	51	14,4	14,4	45,4
Economía	29	8,2	8,2	53,5
Geología y Minas	6	1,7	1,7	55,2
Gestión Ambiental	9	2,5	2,5	57,7
Industrias Agropecuarias	23	6,5	6,5	64,2
Ingeniería Civil	31	8,7	8,7	73,0
Ingeniería en Electrónica y Telecomunicaciones	19	5,4	5,4	78,3
Ingeniería en Sistemas Informáticos y Computación	46	13,0	13,0	91,3
Ingeniería Química	5	1,4	1,4	92,7
Medicina	7	2,0	2,0	94,7

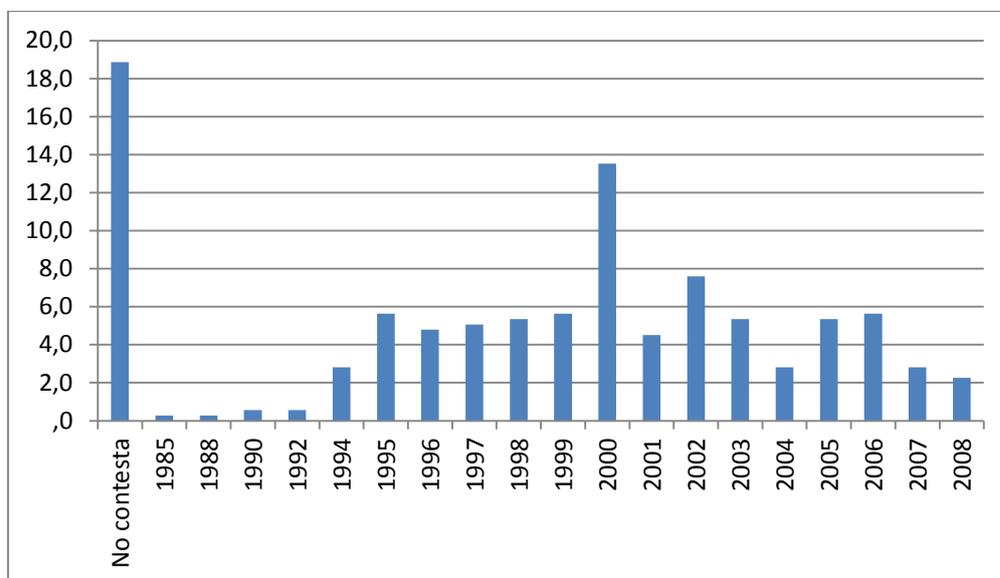
Psicología	3	,8	,8	95,5
Secretariado Ejecutivo Bilingüe	16	4,5	4,5	100,0
Total	355	100,0	100,0	



5. Año de ingreso a la UTPL

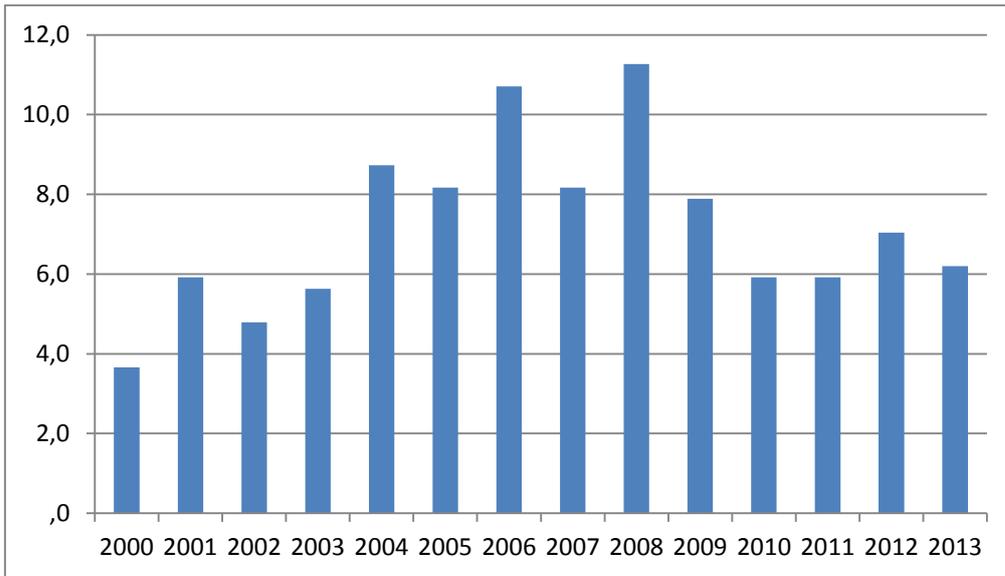
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contesta	67	18,9	18,9	18,9
1985	1	,3	,3	19,2
1988	1	,3	,3	19,4
1990	2	,6	,6	20,0
1992	2	,6	,6	20,6
1994	10	2,8	2,8	23,4
1995	20	5,6	5,6	29,0
1996	17	4,8	4,8	33,8
1997	18	5,1	5,1	38,9
1998	19	5,4	5,4	44,2
1999	20	5,6	5,6	49,9
2000	48	13,5	13,5	63,4
2001	16	4,5	4,5	67,9
2002	27	7,6	7,6	75,5
2003	19	5,4	5,4	80,8
2004	10	2,8	2,8	83,7
2005	19	5,4	5,4	89,0

2006	20	5,6	5,6	94,6
2007	10	2,8	2,8	97,5
2008	8	2,3	2,3	99,7
2009	1	,3	,3	100,0
Total	355	100,0	100,0	



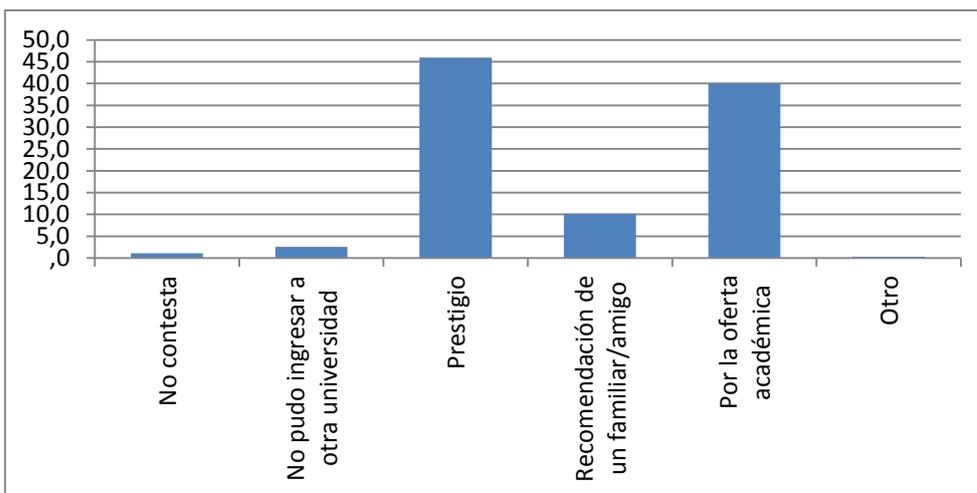
6. Año de graduación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2000	13	3,7	3,7	3,7
2001	21	5,9	5,9	9,6
2002	17	4,8	4,8	14,4
2003	20	5,6	5,6	20,0
2004	31	8,7	8,7	28,7
2005	29	8,2	8,2	36,9
2006	38	10,7	10,7	47,6
2007	29	8,2	8,2	55,8
2008	40	11,3	11,3	67,0
2009	28	7,9	7,9	74,9
2010	21	5,9	5,9	80,8
2011	21	5,9	5,9	86,8
2012	25	7,0	7,0	93,8
2013	22	6,2	6,2	100,0
Total	355	100,0	100,0	



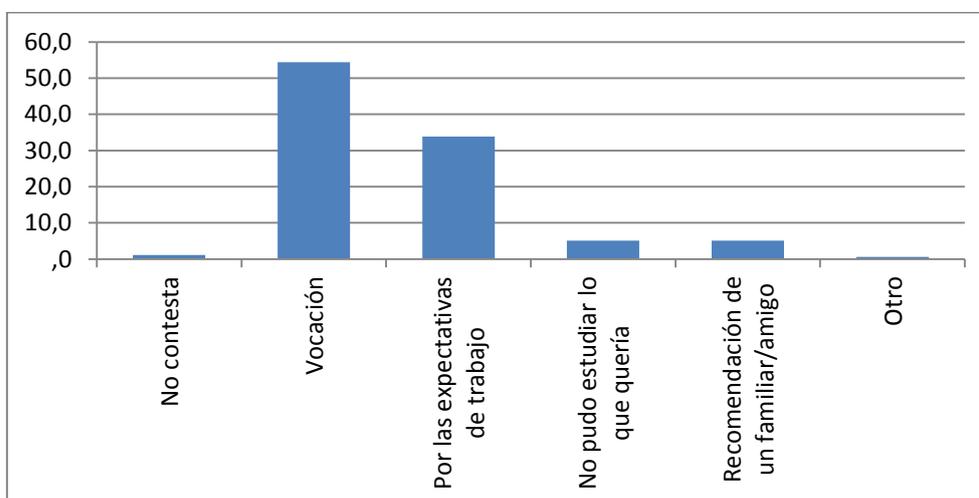
7. ¿Por qué decidió estudiar en la UTPL?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contesta	4	1,1	1,1	1,1
No pudo ingresar a otra universidad	9	2,5	2,5	3,7
Prestigio	163	45,9	45,9	49,6
Recomendación de un familiar/amigo	36	10,1	10,1	59,7
Por la oferta académica	142	40,0	40,0	99,7
Otro	1	,3	,3	100,0
Total	355	100,0	100,0	



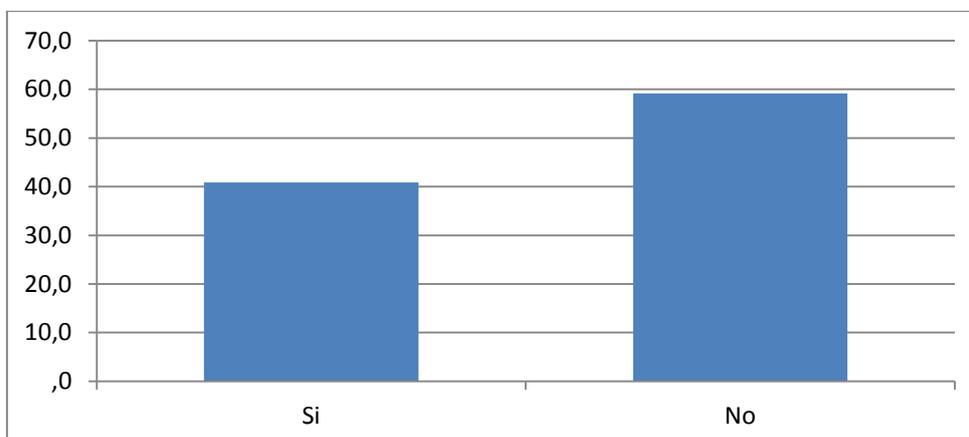
8. ¿Qué aspecto consideró para seguir su carrera?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contesta	4	1,1	1,1	1,1
Vocación	193	54,4	54,4	55,5
Por las expectativas de trabajo	120	33,8	33,8	89,3
No pudo estudiar lo que quería	18	5,1	5,1	94,4
Recomendación de un familiar/amigo	18	5,1	5,1	99,4
Otro	2	,6	,6	100,0
Total	355	100,0	100,0	



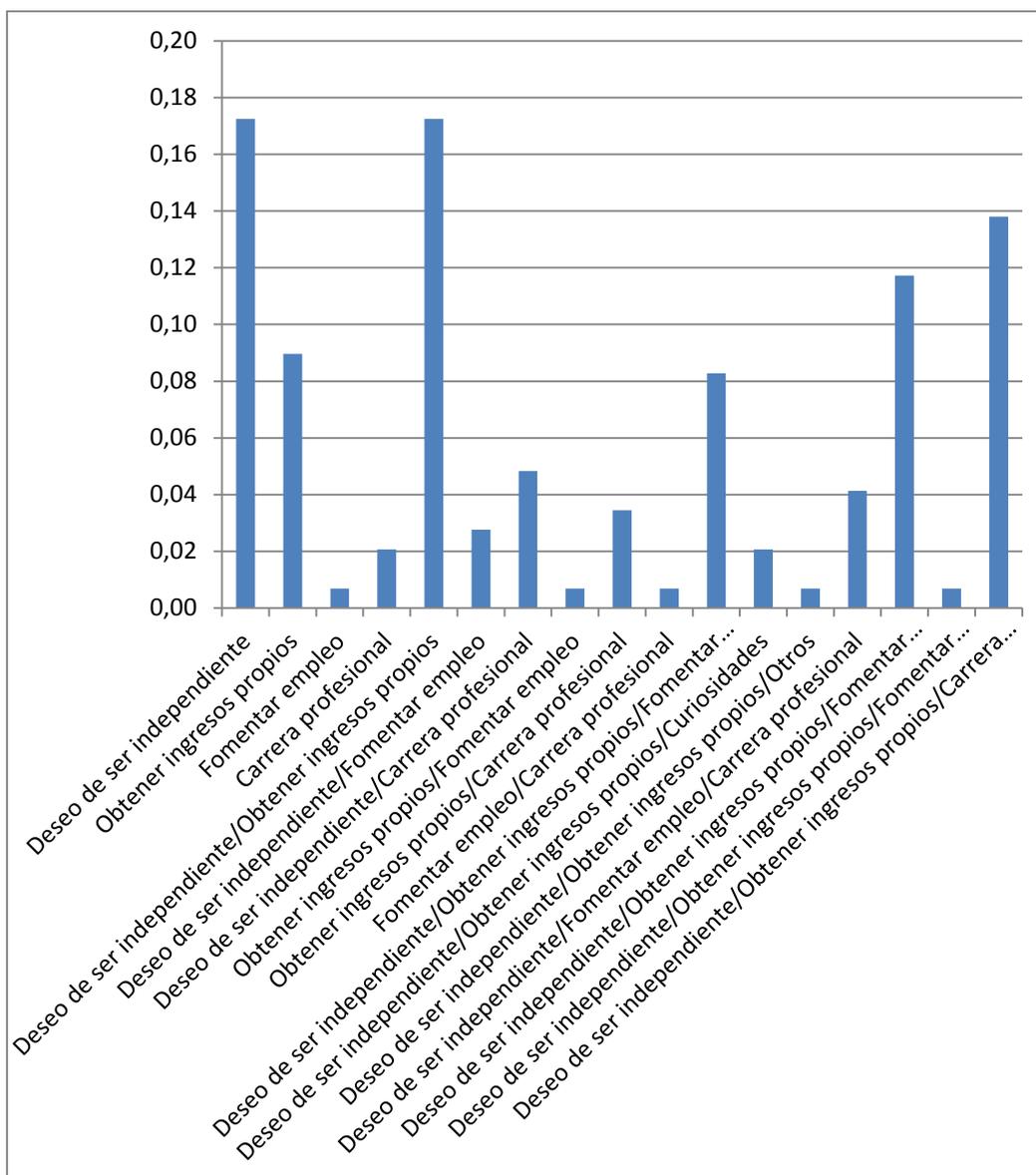
9. ¿Posee usted un negocio o empresa propia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	145	40,8	40,8	40,8
No	210	59,2	59,2	100,0
Total	355	100,0	100,0	



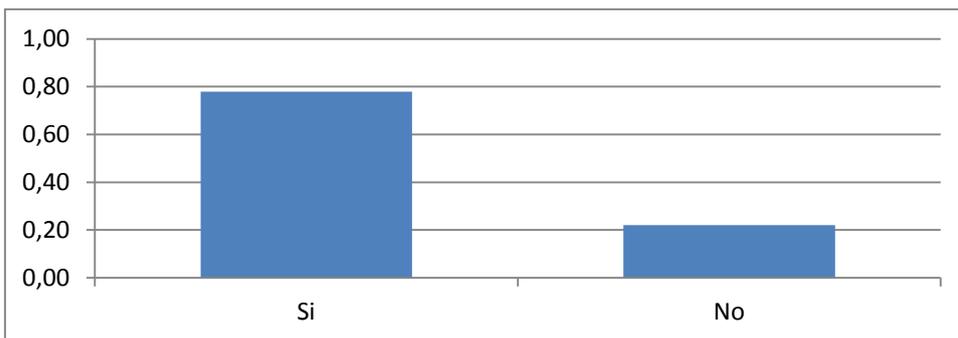
10. ¿Razones por las que decidió emprender en su propio negocio o empresa? Marque una o varias opciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
Deseo de ser independiente	25	7,0	7,0	7,0	0,17
Obtener ingresos propios	13	3,7	3,7	10,7	0,09
Fomentar empleo	1	,3	,3	11,0	0,01
Carrera profesional	3	,8	,8	11,8	0,02
Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios	25	7,0	7,0	18,9	0,17
Deseo de ser independiente/Fomentar empleo	4	1,1	1,1	20,0	0,03
Deseo de ser independiente/Carrera profesional	7	2,0	2,0	22,0	0,05
Obtener ingresos propios/Fomentar empleo	1	,3	,3	22,3	0,01
Obtener ingresos propios/Carrera profesional	5	1,4	1,4	23,7	0,03
Fomentar empleo/Carrera profesional	1	,3	,3	23,9	0,01
Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios/Fomentar empleo	12	3,4	3,4	27,3	0,08
Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios/Curiosidades	3	,8	,8	28,2	0,02
Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios/Otros	1	,3	,3	28,5	0,01
Deseo de ser independiente/Fomentar empleo/Carrera profesional	6	1,7	1,7	30,1	0,04
Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios/Fomentar empleo/Carrera profesional	17	4,8	4,8	34,9	0,12
Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios/Fomentar empleo/Carrera profesional/Curiosidades	1	,3	,3	35,2	0,01
Deseo de ser independiente/Obtener ingresos propios/Carrera profesional	20	5,6	5,6	40,8	0,14
No aplica	210	59,2	59,2	100,0	145
Total	355	100,0	100,0		



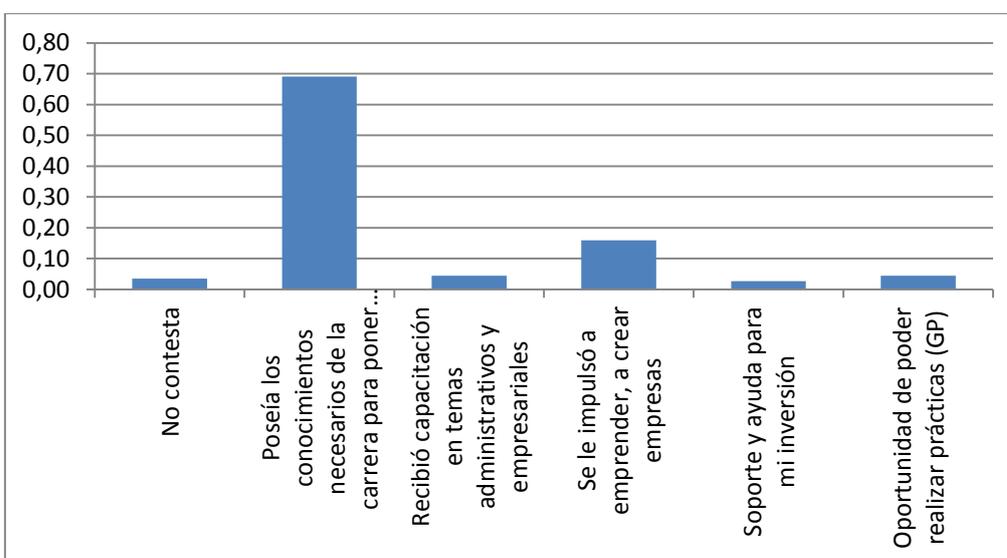
11. ¿Su formación académica en la UTPL influyó al momento de emprender en su negocio o empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
Si	113	31,8	31,8	31,8	0,78
No	32	9,0	9,0	40,8	0,22
No aplica	210	59,2	59,2	100,0	145
Total	355	100,0	100,0		



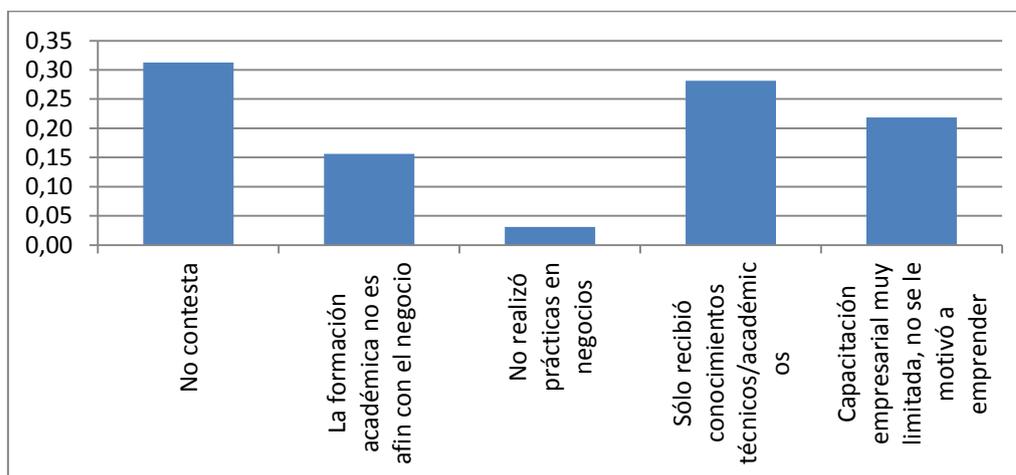
12. Explique el porqué de su respuesta AFIRMATIVA en la pregunta 3.3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	4	1,1	1,1	1,1	0,04
Poseía los conocimientos necesarios de la carrera para poner el negocio	78	22,0	22,0	23,1	0,69
Recibió capacitación en temas administrativos y empresariales	5	1,4	1,4	24,5	0,04
Se le impulsó a emprender, a crear empresas	18	5,1	5,1	29,6	0,16
Soporte y ayuda para mi inversión	3	,8	,8	30,4	0,03
Oportunidad de poder realizar prácticas (GP)	5	1,4	1,4	31,8	0,04
No aplica	242	68,2	68,2	100,0	113
Total	355	100,0	100,0		



13. Explique el porqué de su respuesta NEGATIVA en la pregunta 3.3

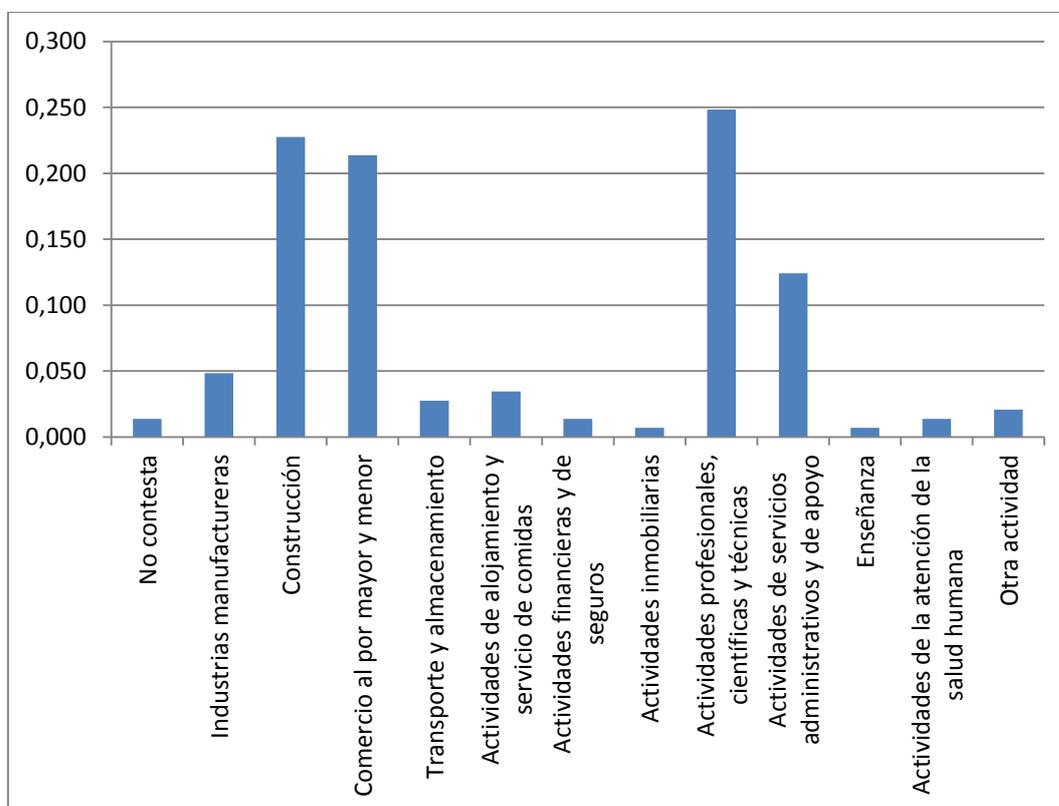
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	10	2,8	2,8	2,8	0,31
La formación académica no es afin con el negocio	5	1,4	1,4	4,2	0,16
No realizó prácticas en negocios	1	,3	,3	4,5	0,03
Sólo recibió conocimientos técnicos/académicos	9	2,5	2,5	7,0	0,28
Capacitación empresarial muy limitada, no se le motivó a emprender	7	2,0	2,0	9,0	0,22
No aplica	323	91,0	91,0	100,0	32
Total	355	100,0	100,0		



14. ¿A qué actividad económica pertenece su negocio o empresa?

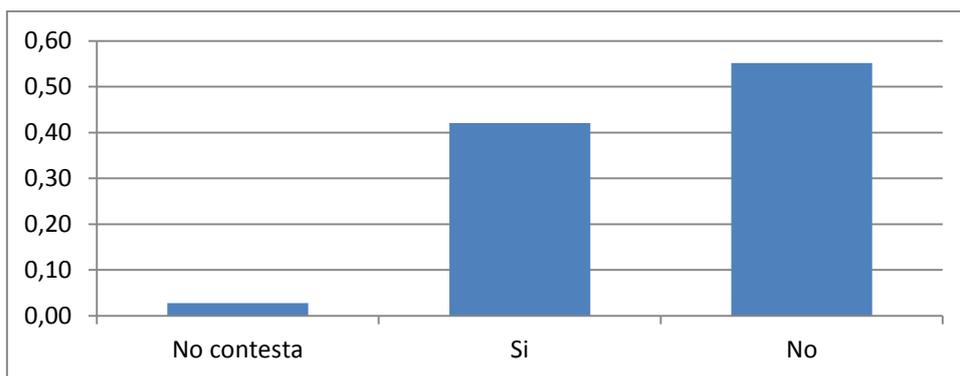
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	2	,6	,6	,6	0,014
Industrias manufactureras	7	2,0	2,0	2,5	0,048
Construcción	33	9,3	9,3	11,8	0,228
Comercio al por mayor y menor	31	8,7	8,7	20,6	0,214
Transporte y almacenamiento	4	1,1	1,1	21,7	0,028
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	5	1,4	1,4	23,1	0,034
Actividades financieras y de seguros	2	,6	,6	23,7	0,014

Actividades inmobiliarias	1	,3	,3	23,9	0,007
Actividades profesionales, científicas y técnicas	36	10,1	10,1	34,1	0,248
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	18	5,1	5,1	39,2	0,124
Enseñanza	1	,3	,3	39,4	0,007
Actividades de la atención de la salud humana	2	,6	,6	40,0	0,014
Otra actividad	3	,8	,8	40,8	0,021
No aplica	210	59,2	59,2	100,0	145
Total	355	100,0	100,0		



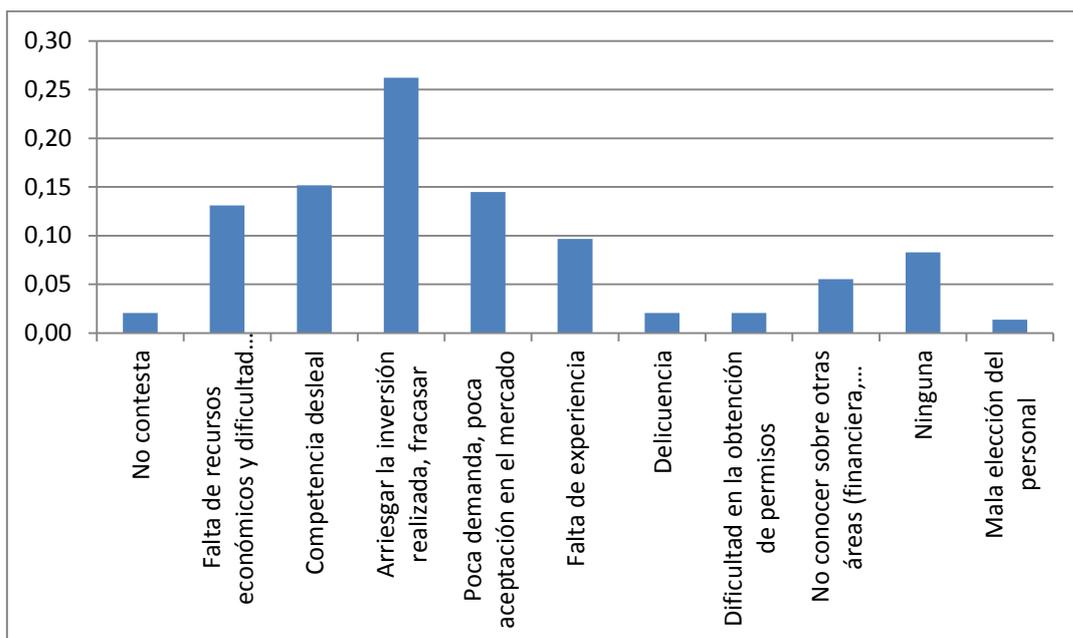
15. ¿Su empresa o negocio, ha generado plazas de trabajo a exalumnos de la UTPL?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	4	1,1	1,1	1,1	0,03
Si	61	17,2	17,2	18,3	0,42
No	80	22,5	22,5	40,8	0,55
No aplica	210	59,2	59,2	100,0	145
Total	355	100,0	100,0		



16. ¿Qué riesgos tuvo que enfrentar al emprender en su negocio o empresa?

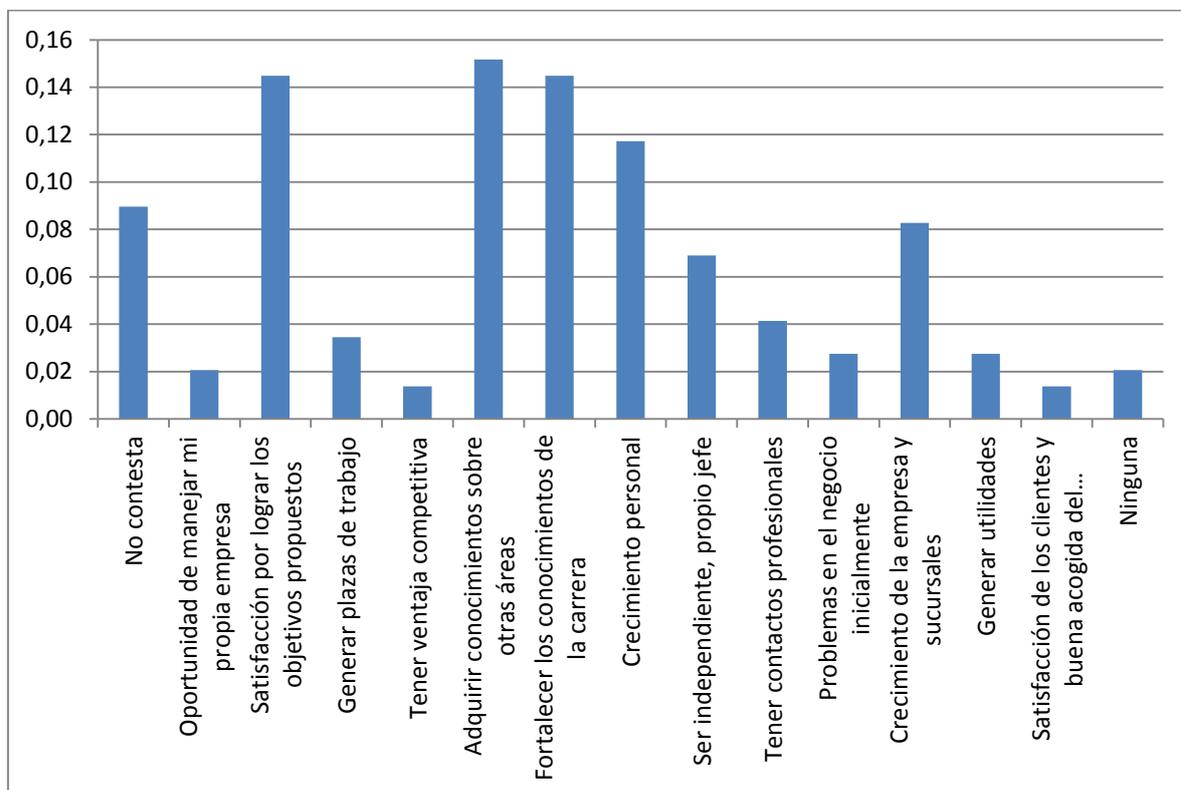
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	3	,8	,8	,8	0,02
Falta de recursos económicos y dificultad para acceder a crédito bancario	19	5,4	5,4	6,2	0,13
Competencia desleal	22	6,2	6,2	12,4	0,15
Arriesgar la inversión realizada, fracasar	38	10,7	10,7	23,1	0,26
Poca demanda, poca aceptación en el mercado	21	5,9	5,9	29,0	0,14
Falta de experiencia	14	3,9	3,9	33,0	0,10
Delincuencia	3	,8	,8	33,8	0,02
Dificultad en la obtención de permisos	3	,8	,8	34,6	0,02
No conocer sobre otras áreas (financiera, jurídica, tributaria)	8	2,3	2,3	36,9	0,06
Ninguna	12	3,4	3,4	40,3	0,08
Mala elección del personal	2	,6	,6	40,8	0,01
No aplica	210	59,2	59,2	100,0	145
Total	355	100,0	100,0		



17. ¿Qué experiencias ha tenido desde la idea de su negocio o empresa hasta la incursión y creación de la misma?

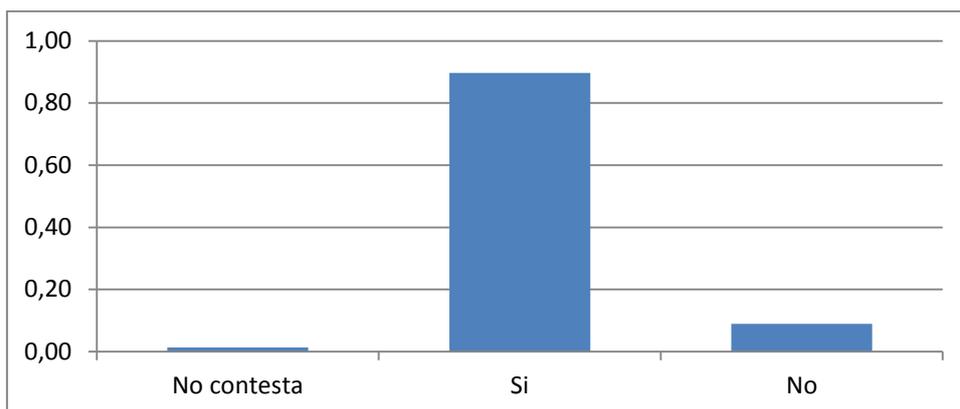
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	13	3,7	3,7	3,7	0,09
Oportunidad de manejar mi propia empresa	3	,8	,8	4,5	0,02
Satisfacción por lograr los objetivos propuestos	21	5,9	5,9	10,4	0,14
Generar plazas de trabajo	5	1,4	1,4	11,8	0,03
Tener ventaja competitiva	2	,6	,6	12,4	0,01
Adquirir conocimientos sobre otras áreas	22	6,2	6,2	18,6	0,15
Fortalecer los conocimientos de la carrera	21	5,9	5,9	24,5	0,14
Crecimiento personal	17	4,8	4,8	29,3	0,12
Ser independiente, propio jefe	10	2,8	2,8	32,1	0,07
Tener contactos profesionales	6	1,7	1,7	33,8	0,04
Problemas en el negocio inicialmente	4	1,1	1,1	34,9	0,03
Crecimiento de la empresa y sucursales	12	3,4	3,4	38,3	0,08
Generar utilidades	4	1,1	1,1	39,4	0,03
Satisfacción de los clientes y buena acogida del	2	,6	,6	40,0	0,01

producto/servicio					
Ninguna	3	,8	,8	40,8	0,02
No aplica	210	59,2	59,2	100,0	145
Total	355	100,0	100,0		



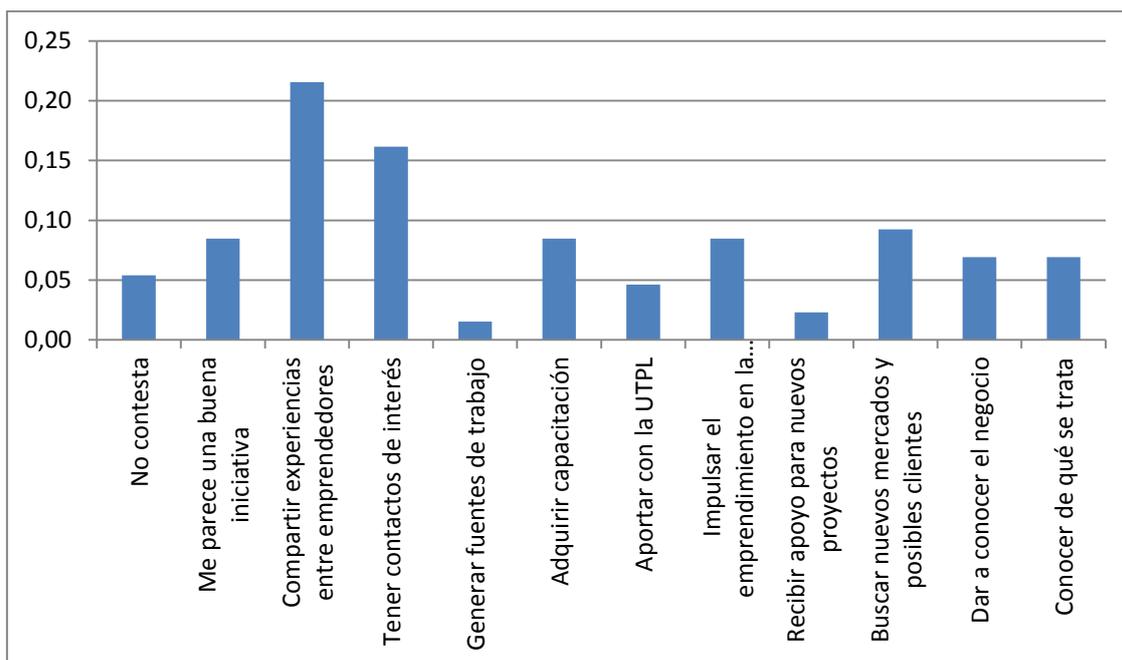
18. ¿Le gustaría formar parte de la Red de Emprendedores de Exalumnos de la UTPL?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	2	,6	,6	,6	0,01
Si	130	36,6	36,6	37,2	0,90
No	13	3,7	3,7	40,8	0,09
No aplica	210	59,2	59,2	100,0	145
Total	355	100,0	100,0		



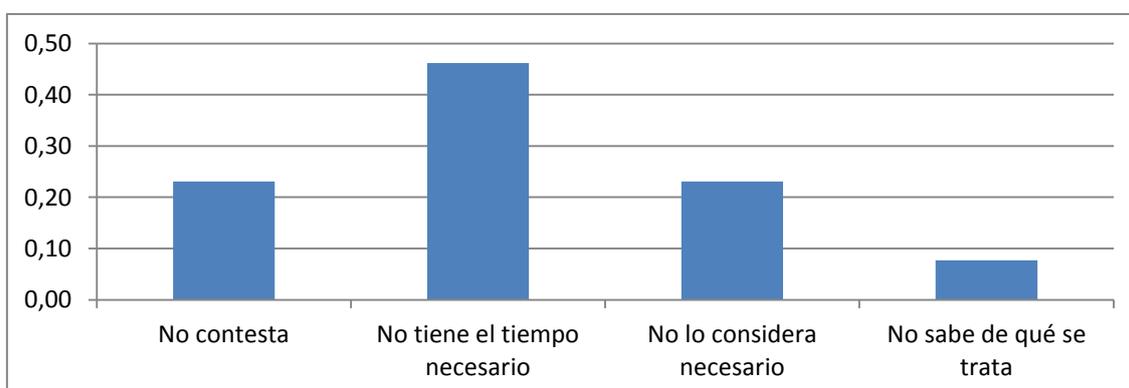
19. Si respondió "Si" en 3.8 explique el porqué

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	7	2,0	2,0	2,0	0,05
Me parece una buena iniciativa	11	3,1	3,1	5,1	0,08
Compartir experiencias entre emprendedores	28	7,9	7,9	13,0	0,22
Tener contactos de interés	21	5,9	5,9	18,9	0,16
Generar fuentes de trabajo	2	,6	,6	19,4	0,02
Adquirir capacitación	11	3,1	3,1	22,5	0,08
Aportar con la UTPL	6	1,7	1,7	24,2	0,05
Impulsar el emprendimiento en la ciudad (creación de nuevas empresas)	11	3,1	3,1	27,3	0,08
Recibir apoyo para nuevos proyectos	3	,8	,8	28,2	0,02
Buscar nuevos mercados y posibles clientes	12	3,4	3,4	31,5	0,09
Dar a conocer el negocio	9	2,5	2,5	34,1	0,07
Conocer de qué se trata	9	2,5	2,5	36,6	0,07
No aplica	225	63,4	63,4	100,0	130
Total	355	100,0	100,0		



20. Si respondió "No" en 3.8 explique el porqué

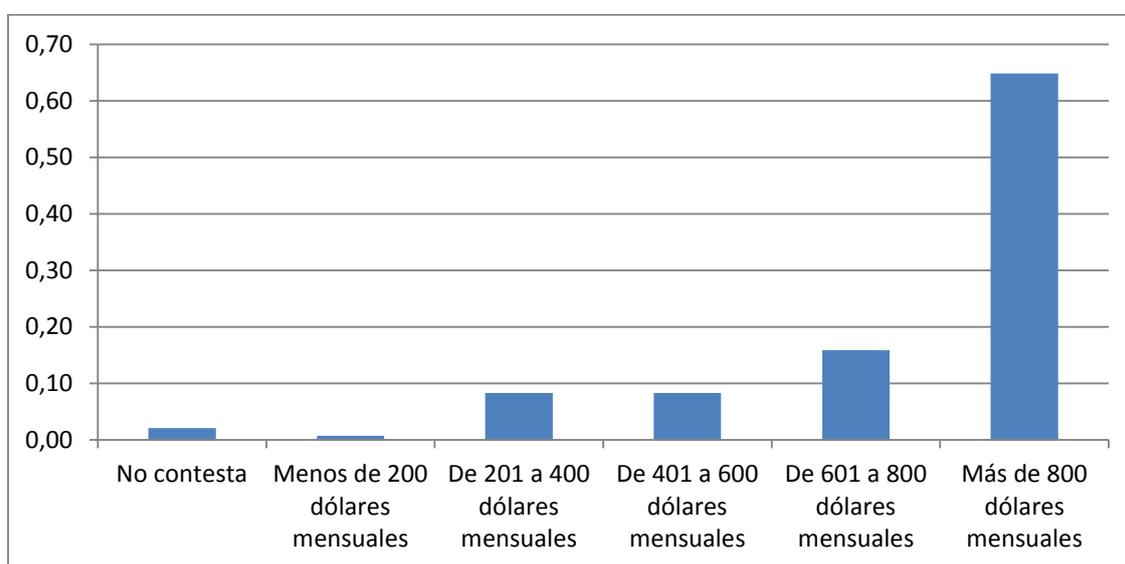
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	3	,8	,8	,8	0,23
No tiene el tiempo necesario	6	1,7	1,7	2,5	0,46
No lo considera necesario	3	,8	,8	3,4	0,23
No sabe de qué se trata	1	,3	,3	3,7	0,08
No aplica	342	96,3	96,3	100,0	13
Total	355	100,0	100,0		



21. Los ingresos promedio que percibe su empresa o negocio son:

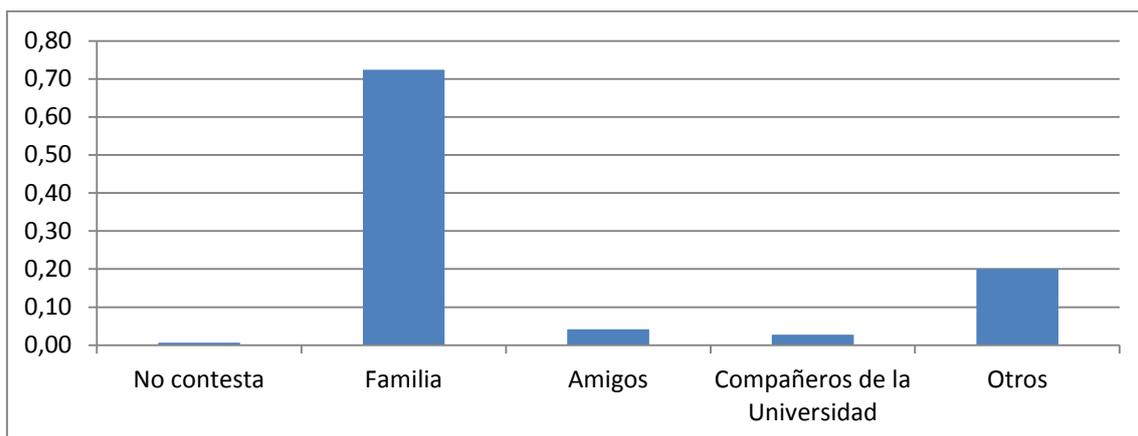
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	3	,8	,8	,8	0,02

Menos de 200 dólares mensuales	1	,3	,3	1,1	0,01
De 201 a 400 dólares mensuales	12	3,4	3,4	4,5	0,08
De 401 a 600 dólares mensuales	12	3,4	3,4	7,9	0,08
De 601 a 800 dólares mensuales	23	6,5	6,5	14,4	0,16
Más de 800 dólares mensuales	94	26,5	26,5	40,8	0,65
No aplica	210	59,2	59,2	100,0	145
Total	355	100,0	100,0		



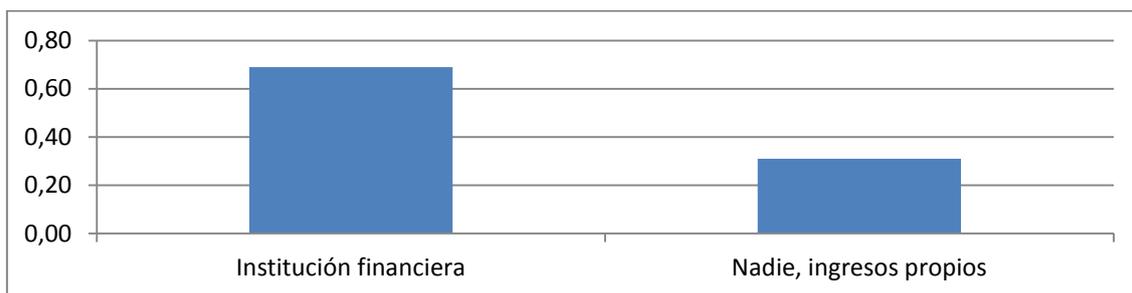
22. ¿Quién le apoyó económicamente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	1	,3	,3	,3	0,01
Familia	105	29,6	29,6	29,9	0,72
Amigos	6	1,7	1,7	31,5	0,04
Compañeros de la Universidad	4	1,1	1,1	32,7	0,03
Otros	29	8,2	8,2	40,8	0,20
No aplica	210	59,2	59,2	100,0	145
Total	355	100,0	100,0		



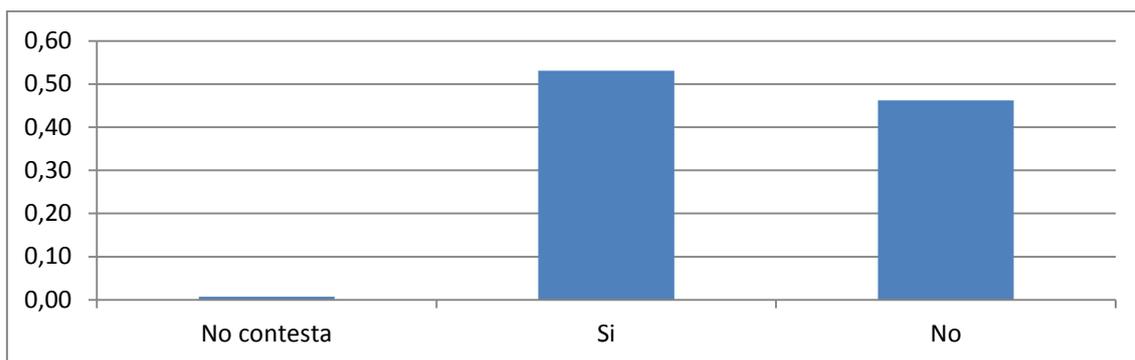
23. Si respondió "Otros" a la pregunta anterior, especifique cuál

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
Institución financiera	20	5,6	5,6	5,6	0,69
Nadie, ingresos propios	9	2,5	2,5	8,2	0,31
No aplica	326	91,8	91,8	100,0	29
Total	355	100,0	100,0		



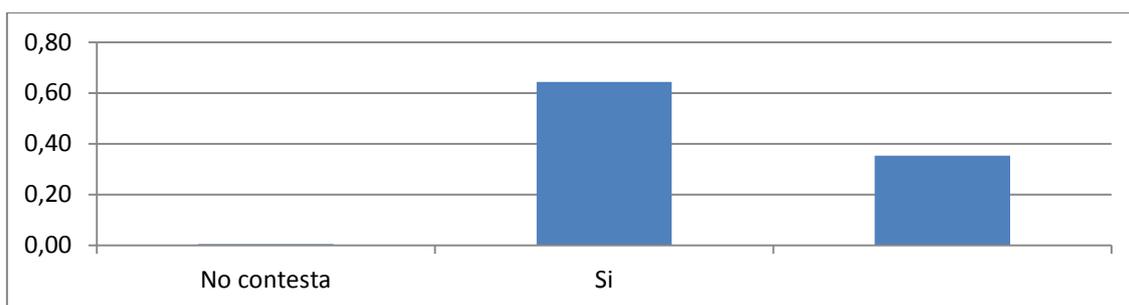
24. ¿Le gustaría emprender en un nuevo negocio o empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	1	,3	,3	,3	0,01
Si	77	21,7	21,7	22,0	0,53
No	67	18,9	18,9	40,8	0,46
No aplica	210	59,2	59,2	100,0	145
Total	355	100,0	100,0		



25. ¿Le gustaría emprender en un negocio propio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	1	,3	,3	,3	0,00
Si	135	38,0	38,0	38,3	0,64
No	74	20,8	20,8	59,2	0,35
No aplica	145	40,8	40,8	100,0	210
Total	355	100,0	100,0		



26. Indique las razones por las que No emprendería en un negocio propio. Marque una o varias opciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	7	2,0	2,0	2,0	0,09
Falta de recursos económicos	5	1,4	1,4	3,4	0,07
Inseguridad en la idea de negocio	4	1,1	1,1	4,5	0,05
Inclinación a percibir un sueldo fijo	10	2,8	2,8	7,3	0,14
Otra razón	4	1,1	1,1	8,5	0,05
Falta de recursos económicos/Inseguridad en la idea de negocio	9	2,5	2,5	11,0	0,12
Falta de recursos económicos/No encontrar una persona confiable para asociarse	1	,3	,3	11,3	0,01

Falta de recursos económicos/Inclinación a percibir un sueldo fijo	5	1,4	1,4	12,7	0,07
Inseguridad en la idea de negocio/Inclinación a percibir un sueldo fijo	3	,8	,8	13,5	0,04
Inseguridad en la idea de negocio/Falta de conocimiento acerca de emprendimiento	1	,3	,3	13,8	0,01
Inseguridad en la idea de negocio/Temor al fracaso	1	,3	,3	14,1	0,01
No encontrar una persona confiable para asociarse/Inclinación a percibir un sueldo fijo	4	1,1	1,1	15,2	0,05
Inclinación a percibir un sueldo fijo/Miedo al asumir riesgos	3	,8	,8	16,1	0,04
Inclinación a percibir un sueldo fijo/Temor al fracaso	1	,3	,3	16,3	0,01
Falta de recursos económicos/Inseguridad en la idea de negocio/Inclinación a percibir un sueldo fijo	3	,8	,8	17,2	0,04
Falta de recursos económicos/No encontrar una persona confiable para asociarse/Inclinación a percibir un sueldo fijo	1	,3	,3	17,5	0,01
Falta de recursos económicos/Inclinación a percibir un sueldo fijo/Temor al fracaso	1	,3	,3	17,7	0,01
Falta de recursos económicos/Miedo al asumir riesgos/Temor al fracaso	1	,3	,3	18,0	0,01
Inseguridad en la idea de negocio/Inclinación a percibir un sueldo fijo/Miedo al asumir riesgos	2	,6	,6	18,6	0,03
Inseguridad en la idea de negocio/Inclinación a percibir un sueldo fijo/Temor al fracaso	1	,3	,3	18,9	0,01
No encontrar una persona confiable para asociarse/Miedo al asumir riesgos/Temor al fracaso	1	,3	,3	19,2	0,01
Falta de recursos económicos/Otra razón	1	,3	,3	19,4	0,01

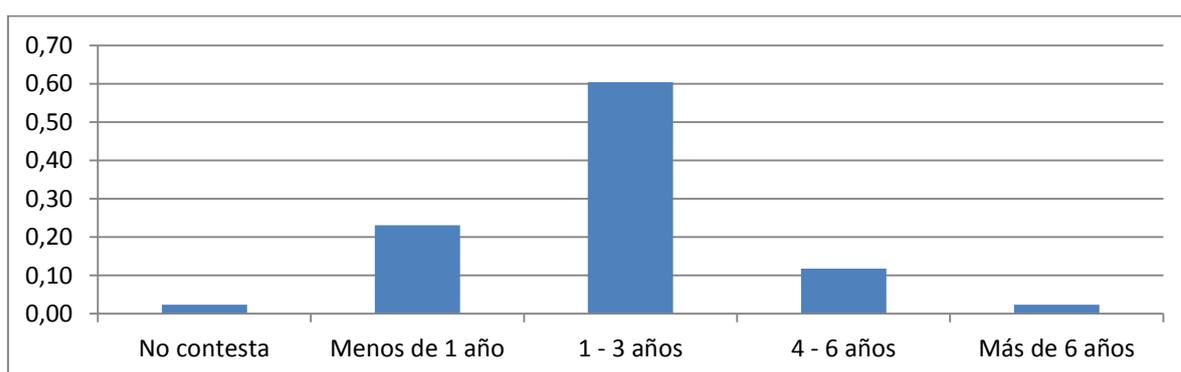
NoRR Económicos/InseguridadIdea/NopersonaConfiable/SueldoFijo/MiedoRiesgos/NoConocimientoEmprendimiento/TemorFracaso	2	,6	,6	20,0	0,03
Falta de recursos económicos/Inseguridad en la idea de negocio/Miedo al asumir riesgos/Temor al fracaso	2	,6	,6	20,6	0,03
Falta RR económicos/Inseguridad idea negocio/Percibir un sueldo fijo/Falta de conocimiento acerca de emprendimiento	1	,3	,3	20,8	0,01
No aplica	281	79,2	79,2	100,0	74
Total	355	100,0	100,0		

Nota: No se realiza el gráfico ya que existe una gran cantidad de "opciones", lo que impide que en un gráfico se puede observar el comportamiento de los datos.

27. ¿En qué tiempo piensa constituir su negocio/empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	5	1,4	1,4	1,4	0,02
Menos de 1 año	49	13,8	13,8	15,2	0,23
1 - 3 años	128	36,1	36,1	51,3	0,60
4 - 6 años	25	7,0	7,0	58,3	0,12
Más de 6 años	5	1,4	1,4	59,7	0,02
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		

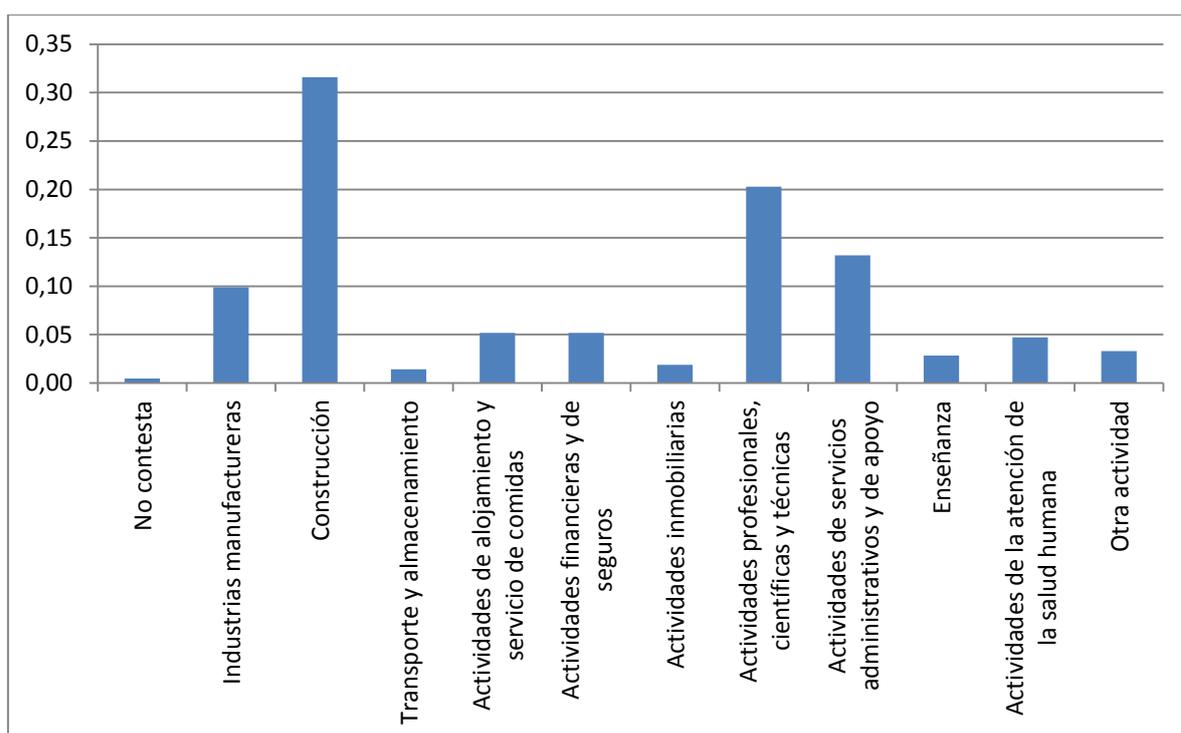
212 es el Total de personas que Si quieren un nuevo negocio ó Si quieren un negocio propio



28. ¿En qué sector le gustaría invertir?

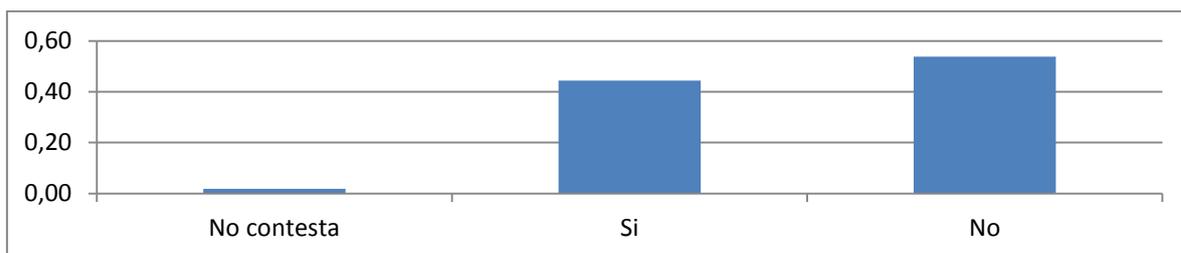
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	1	,3	,3	,3	0,00
Industrias manufactureras	21	5,9	5,9	6,2	0,10
Construcción	67	18,9	18,9	25,1	0,32

Transporte y almacenamiento	3	,8	,8	25,9	0,01
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	11	3,1	3,1	29,0	0,05
Actividades financieras y de seguros	11	3,1	3,1	32,1	0,05
Actividades inmobiliarias	4	1,1	1,1	33,2	0,02
Actividades profesionales, científicas y técnicas	43	12,1	12,1	45,4	0,20
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	28	7,9	7,9	53,2	0,13
Enseñanza	6	1,7	1,7	54,9	0,03
Actividades de la atención de la salud humana	10	2,8	2,8	57,7	0,05
Otra actividad	7	2,0	2,0	59,7	0,03
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



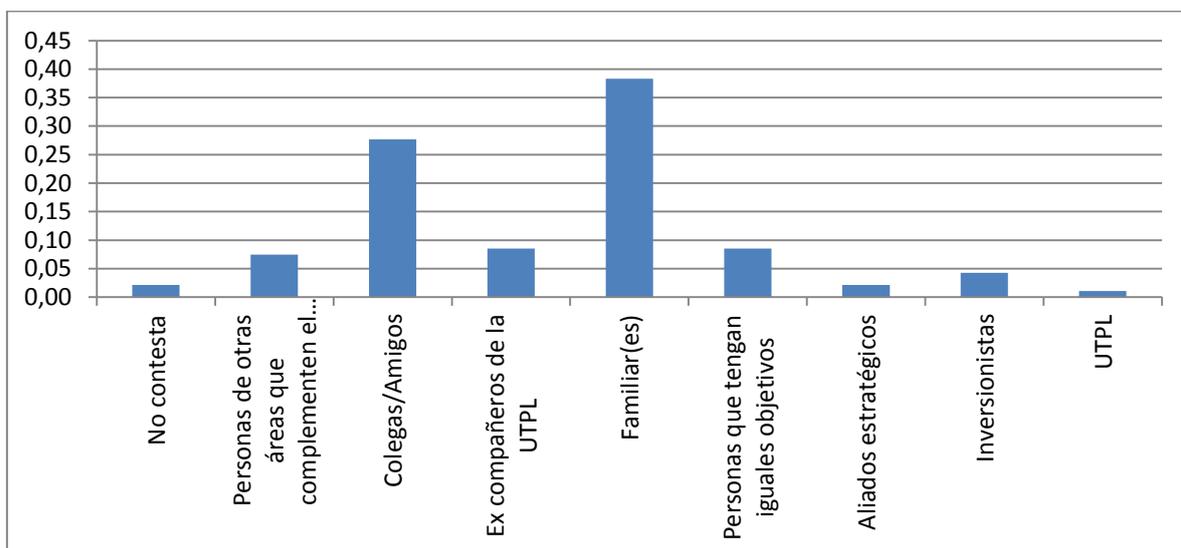
29. ¿Piensa asociarse para crear su negocio/empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	4	1,1	1,1	1,1	0,02
Si	94	26,5	26,5	27,6	0,44
No	114	32,1	32,1	59,7	0,54
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



30. ¿Con quién?

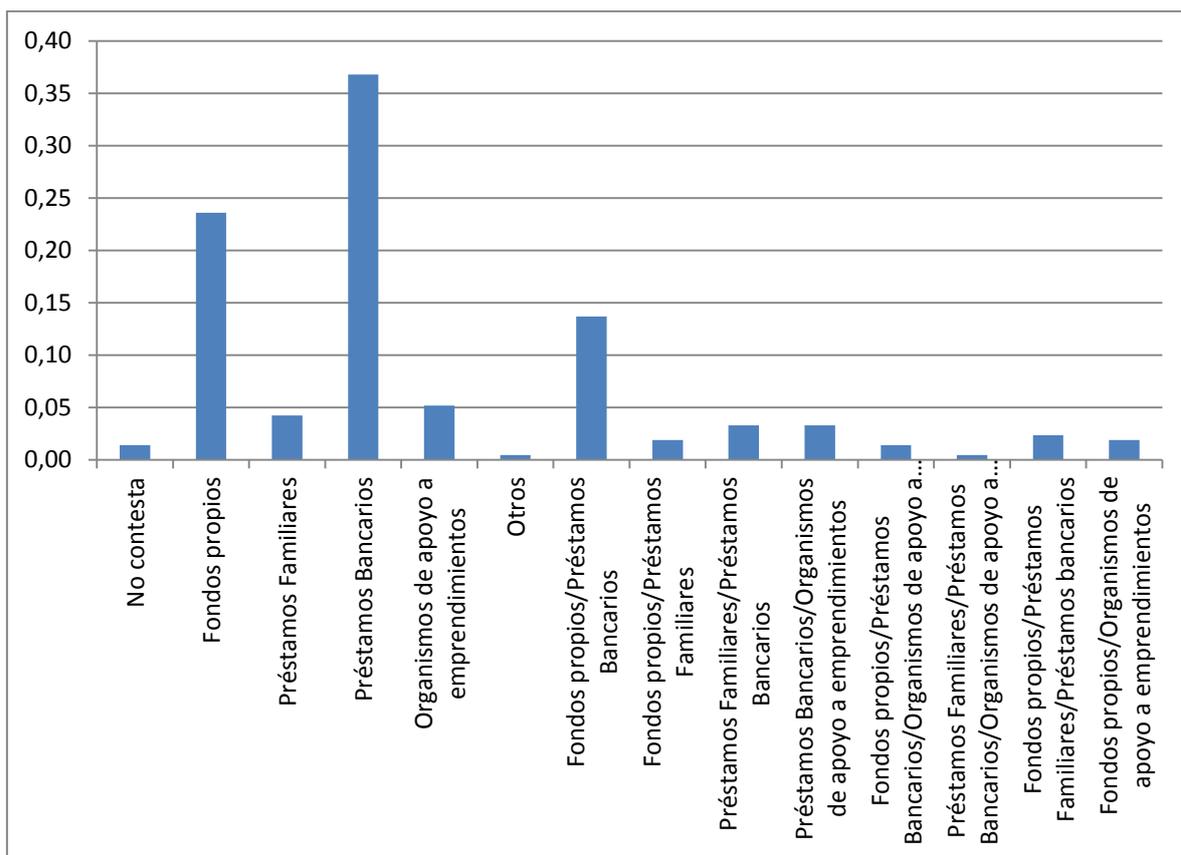
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	2	,6	,6	,6	0,02
Personas de otras áreas que complementen el negocio	7	2,0	2,0	2,5	0,07
Colegas/Amigos	26	7,3	7,3	9,9	0,28
Ex compañeros de la UTPL	8	2,3	2,3	12,1	0,09
Familiar(es)	36	10,1	10,1	22,3	0,38
Personas que tengan iguales objetivos	8	2,3	2,3	24,5	0,09
Aliados estratégicos	2	,6	,6	25,1	0,02
Inversionistas	4	1,1	1,1	26,2	0,04
UTPL	1	,3	,3	26,5	0,01
No aplica	261	73,5	73,5	100,0	94
Total	355	100,0	100,0		



31. ¿De qué forma piensa financiar su inversión? Marque una o varias opciones

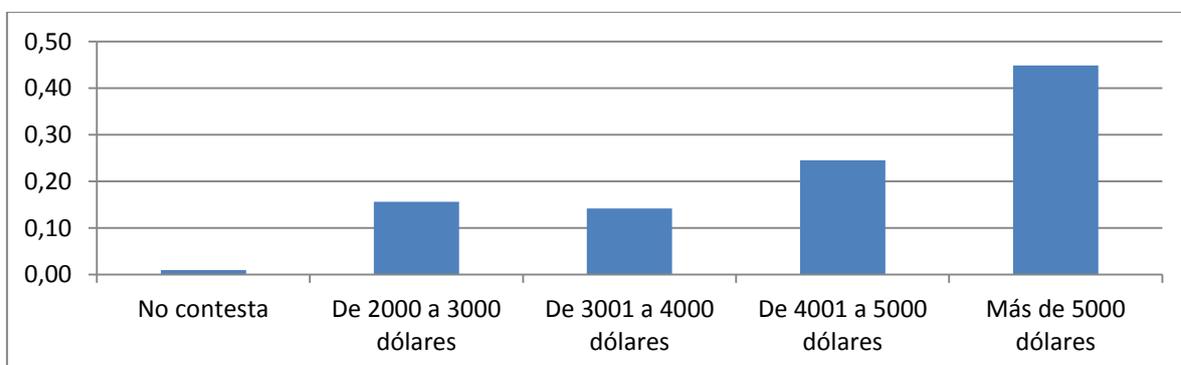
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	3	,8	,8	,8	0,01
Fondos propios	50	14,1	14,1	14,9	0,24

Préstamos Familiares	9	2,5	2,5	17,5	0,04
Préstamos Bancarios	78	22,0	22,0	39,4	0,37
Organismos de apoyo a emprendimientos	11	3,1	3,1	42,5	0,05
Otros	1	,3	,3	42,8	0,00
Fondos propios/Préstamos Bancarios	29	8,2	8,2	51,0	0,14
Fondos propios/Préstamos Familiares	4	1,1	1,1	52,1	0,02
Préstamos Familiares/Préstamos Bancarios	7	2,0	2,0	54,1	0,03
Préstamos Bancarios/Organismos de apoyo a emprendimientos	7	2,0	2,0	56,1	0,03
Fondos propios/Préstamos Bancarios/Organismos de apoyo a emprendimientos	3	,8	,8	56,9	0,01
Préstamos Familiares/Préstamos Bancarios/Organismos de apoyo a emprendimientos	1	,3	,3	57,2	0,00
Fondos propios/Préstamos Familiares/Préstamos bancarios	5	1,4	1,4	58,6	0,02
Fondos propios/Organismos de apoyo a emprendimientos	4	1,1	1,1	59,7	0,02
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



32. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir?

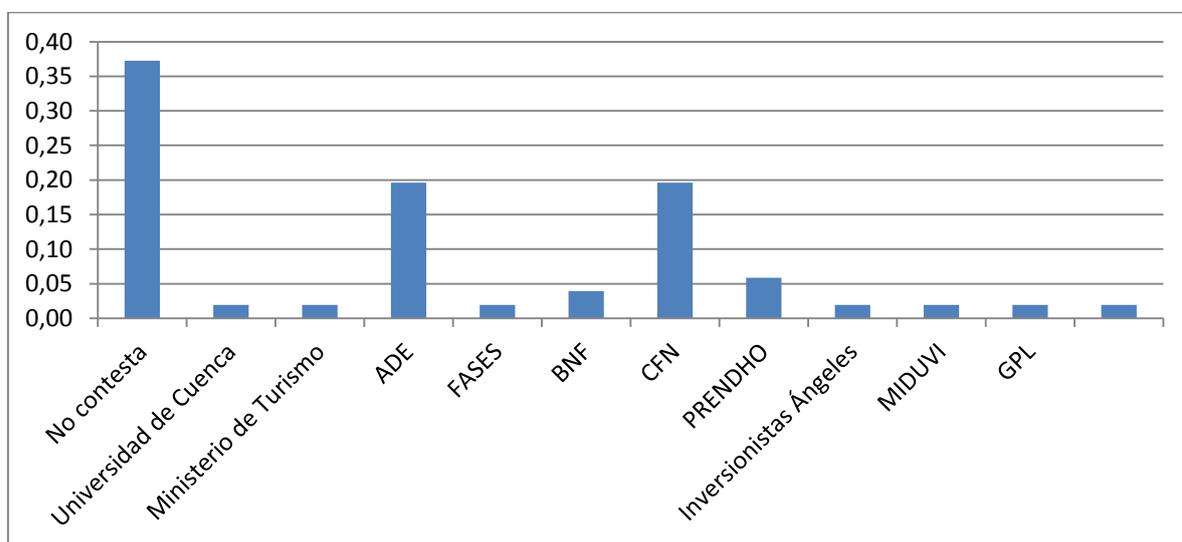
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	2	,6	,6	,6	0,01
De 2000 a 3000 dólares	33	9,3	9,3	9,9	0,16
De 3001 a 4000 dólares	30	8,5	8,5	18,3	0,14
De 4001 a 5000 dólares	52	14,6	14,6	33,0	0,25
Más de 5000 dólares	95	26,8	26,8	59,7	0,45
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



33. ¿Le gustaría pertenecer a algún gremio o asociación de empresas? Marque una o varias opciones

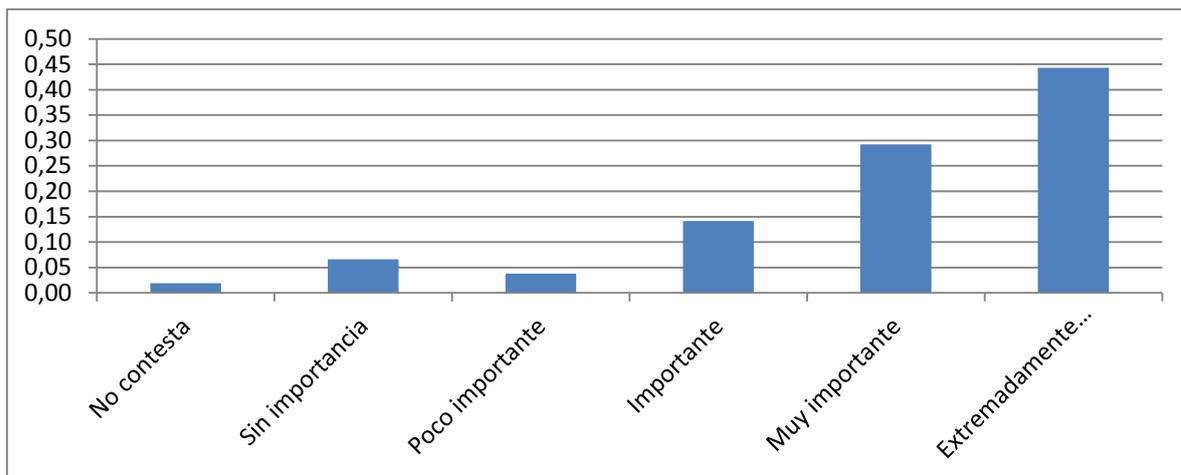
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	4	1,1	1,1	1,1	0,02
Pequeña industria	10	2,8	2,8	3,9	0,05
Cámara de Comercio	56	15,8	15,8	19,7	0,26
Cámara de Industrias	22	6,2	6,2	25,9	0,10
Artesanos	7	2,0	2,0	27,9	0,03
Obreros	1	,3	,3	28,2	0,00
Ninguno	70	19,7	19,7	47,9	0,33
Otro	2	,6	,6	48,5	0,01
Pequeña industria/Cámara de Comercio	4	1,1	1,1	49,6	0,02
Pequeña industria/Cámara de Industrias	6	1,7	1,7	51,3	0,03
Pequeña industria/Cámara de Comercio/Artesanos	2	,6	,6	51,8	0,01
Pequeña industria/Cámara de Comercio/Cámara de Industrias	4	1,1	1,1	53,0	0,02
Cámara de Comercio/Otro	1	,3	,3	53,2	0,00
Pequeña industria/Artesanos	2	,6	,6	53,8	0,01
Cámara de Comercio/Obreros	2	,6	,6	54,4	0,01
Cámara de Industrias/Obreros	2	,6	,6	54,9	0,01
Cámara de Comercio/Artesanos	3	,8	,8	55,8	0,01
Pequeña industria/Cámara de Comercio/Cámara de Industrias/Artesanos	1	,3	,3	56,1	0,00
Cámara de comercio/Cámara de industrias	12	3,4	3,4	59,4	0,06
Pequeña industria/Obreros	1	,3	,3	59,7	0,00
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		

Ministerio de Turismo	1	,3	,3	5,9	0,02
ADE	10	2,8	2,8	8,7	0,20
FASES	1	,3	,3	9,0	0,02
BNF	2	,6	,6	9,6	0,04
CFN	10	2,8	2,8	12,4	0,20
PRENDHO	3	,8	,8	13,2	0,06
Inversionistas Ángeles	1	,3	,3	13,5	0,02
MIDUVI	1	,3	,3	13,8	0,02
GPL	1	,3	,3	14,1	0,02
DEPROSUR	1	,3	,3	14,4	0,02
No aplica	304	85,6	85,6	100,0	51
Total	355	100,0	100,0		



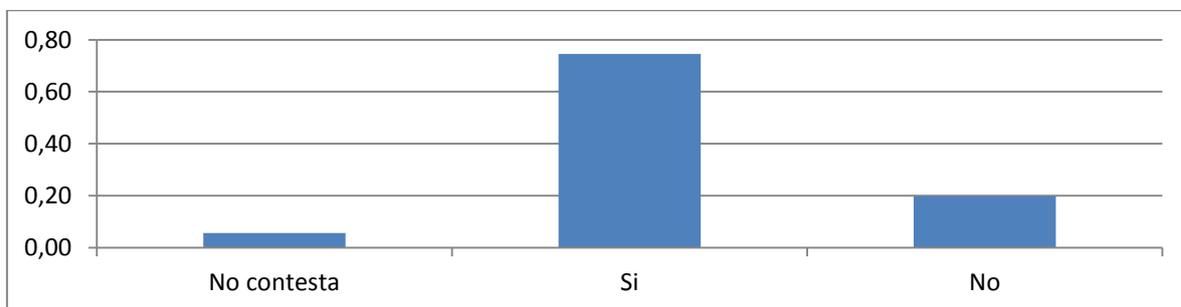
36. ¿Qué tan importante considera el servicio de Asesoría Contable tributaria?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	4	1,1	1,1	1,1	0,02
Sin importancia	14	3,9	3,9	5,1	0,07
Poco importante	8	2,3	2,3	7,3	0,04
Importante	30	8,5	8,5	15,8	0,14
Muy importante	62	17,5	17,5	33,2	0,29
Extremadamente importante	94	26,5	26,5	59,7	0,44
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



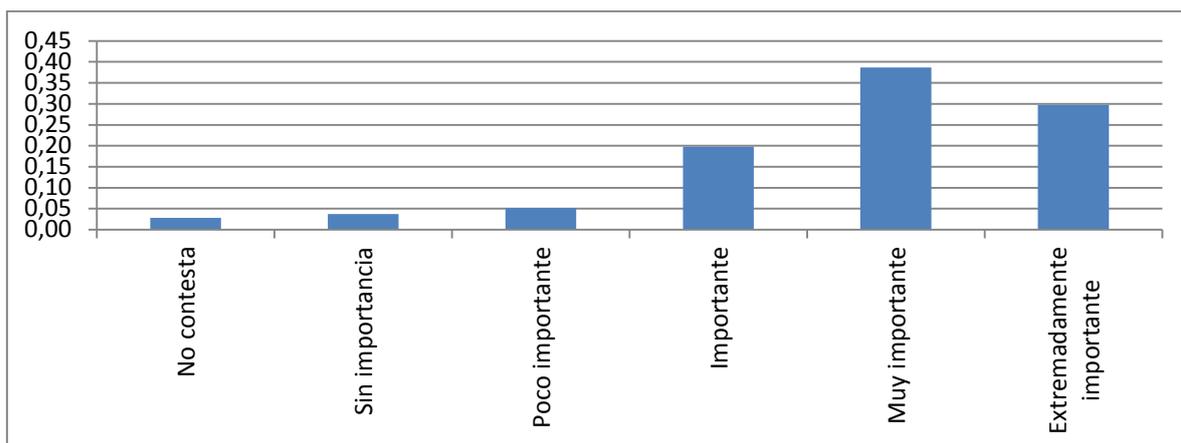
37. ¿Pagaría por el servicio de Asesoría Contable tributaria?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	12	3,4	3,4	3,4	0,06
Si	158	44,5	44,5	47,9	0,75
No	42	11,8	11,8	59,7	0,20
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



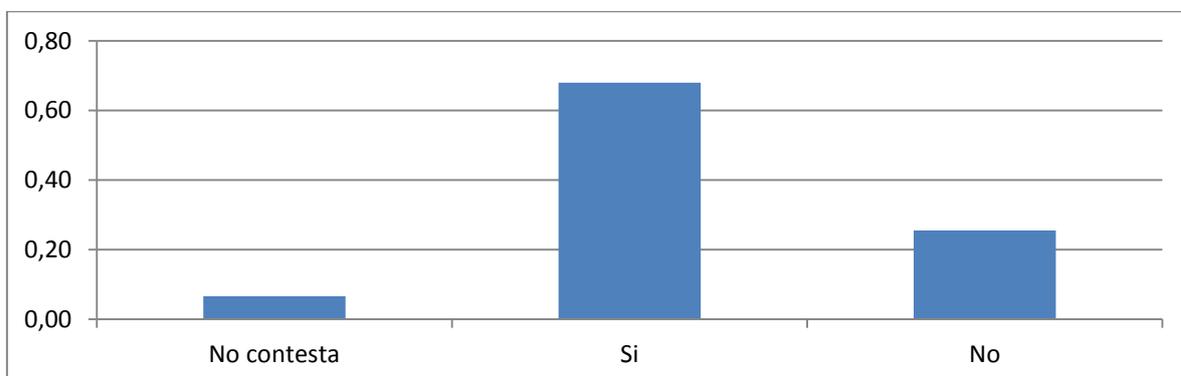
38. ¿Qué tan importante considera los Trámites de legalización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	6	1,7	1,7	1,7	0,03
Sin importancia	8	2,3	2,3	3,9	0,04
Poco importante	11	3,1	3,1	7,0	0,05
Importante	42	11,8	11,8	18,9	0,20
Muy importante	82	23,1	23,1	42,0	0,39
Extremadamente importante	63	17,7	17,7	59,7	0,30
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



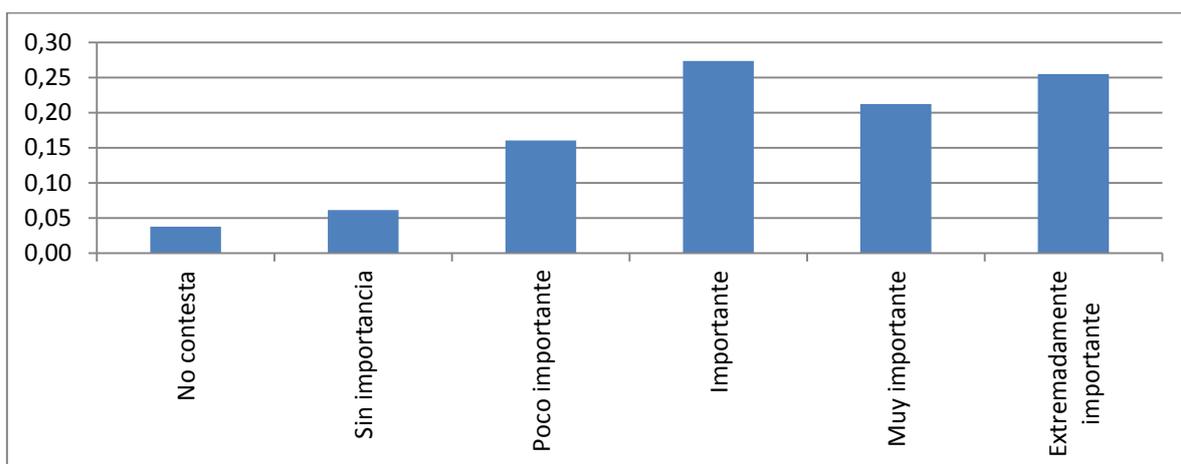
39. ¿Pagaría por Trámites de legalización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	14	3,9	3,9	3,9	0,07
Si	144	40,6	40,6	44,5	0,68
No	54	15,2	15,2	59,7	0,25
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



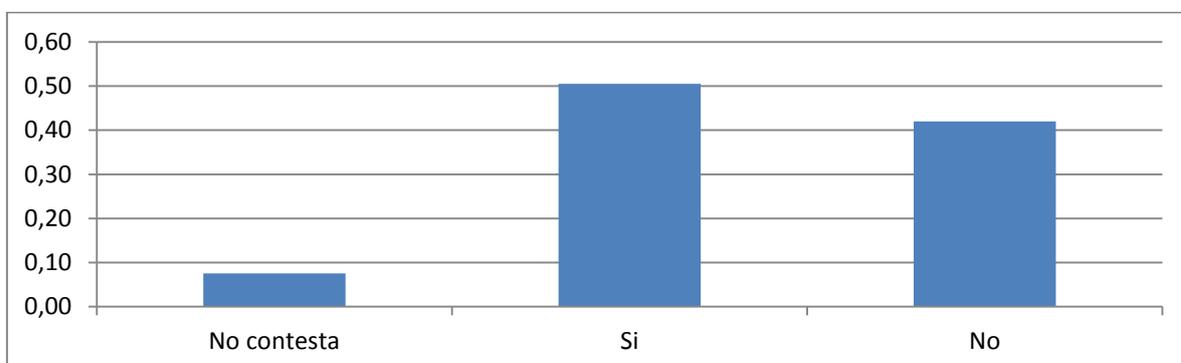
40. ¿Qué tan importante considera los servicios de Asesoría administrativa para nuevos emprendimientos y los ya establecidos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	8	2,3	2,3	2,3	0,04
Sin importancia	13	3,7	3,7	5,9	0,06
Poco importante	34	9,6	9,6	15,5	0,16
Importante	58	16,3	16,3	31,8	0,27
Muy importante	45	12,7	12,7	44,5	0,21
Extremadamente importante	54	15,2	15,2	59,7	0,25
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



41. ¿Pagaría por el servicio de Asesoría administrativa para nuevos emprendimientos y los ya establecidos?

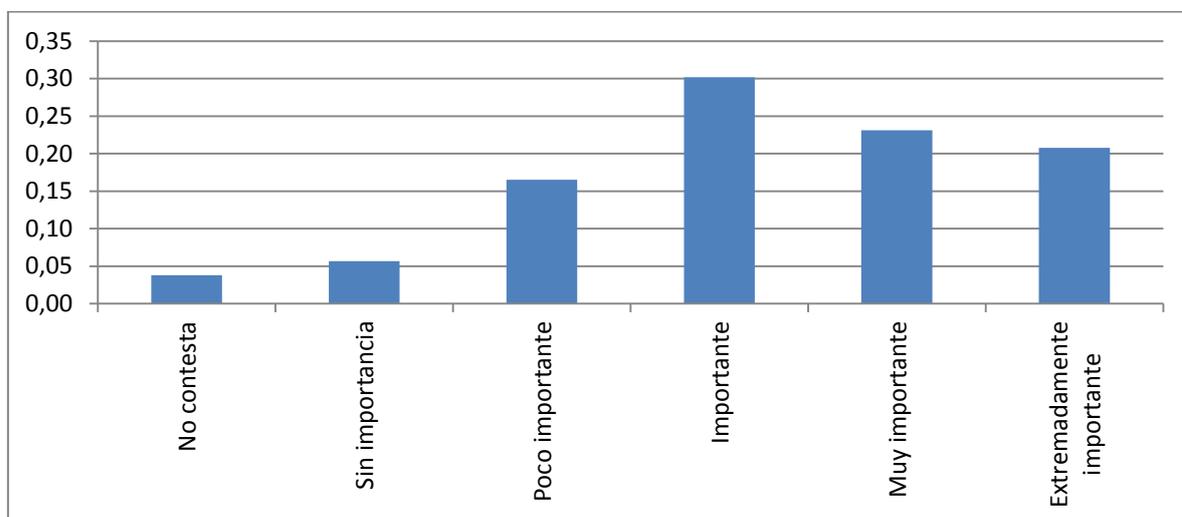
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	16	4,5	4,5	4,5	0,08
Si	107	30,1	30,1	34,6	0,50
No	89	25,1	25,1	59,7	0,42
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



42. ¿Qué tan importante considera los servicios de Acompañamientos en procesos de gestión empresarial para emprendedores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	8	2,3	2,3	2,3	0,04
Sin importancia	12	3,4	3,4	5,6	0,06
Poco importante	35	9,9	9,9	15,5	0,17
Importante	64	18,0	18,0	33,5	0,30
Muy importante	49	13,8	13,8	47,3	0,23
Extremadamente importante	44	12,4	12,4	59,7	0,21

No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



43. ¿Pagaría por los servicios de Acompañamientos en procesos de gestión empresarial para emprendedores?

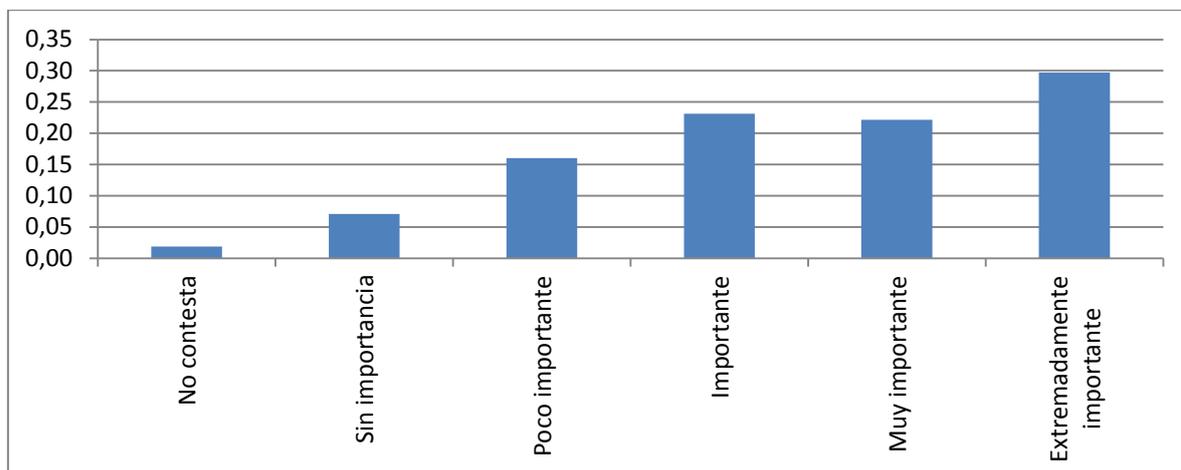
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	16	4,5	4,5	4,5	0,08
Si	97	27,3	27,3	31,8	0,46
No	99	27,9	27,9	59,7	0,47
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



44. ¿Qué tan importante considera los servicios de Asesoría personalizada para la creación y puesta en marcha de la empresa?

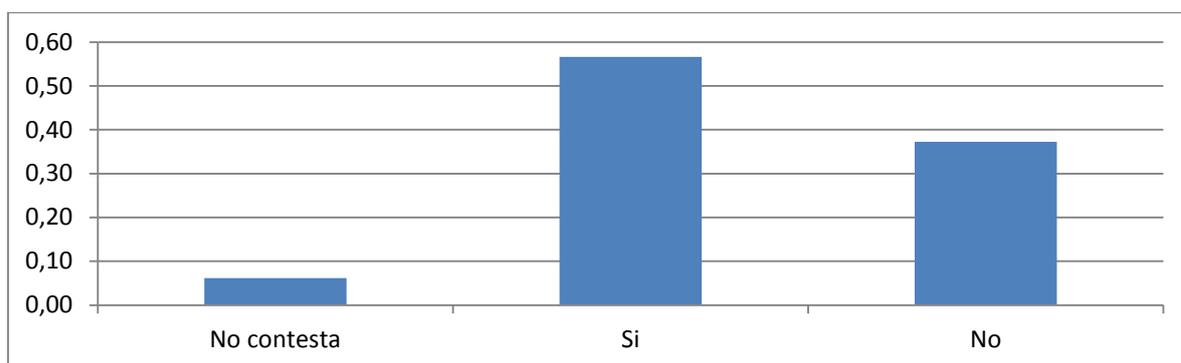
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	4	1,1	1,1	1,1	0,02
Sin importancia	15	4,2	4,2	5,4	0,07
Poco importante	34	9,6	9,6	14,9	0,16

Importante	49	13,8	13,8	28,7	0,23
Muy importante	47	13,2	13,2	42,0	0,22
Extremadamente importante	63	17,7	17,7	59,7	0,30
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



45. ¿Pagaría por los servicios de Asesoría personalizada para la creación y puesta en marcha de la empresa?

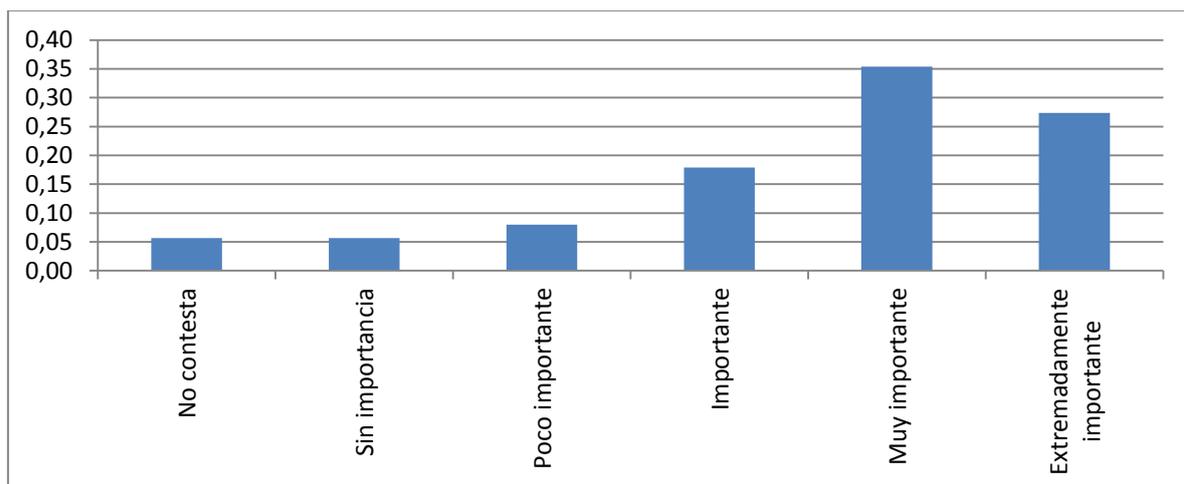
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	13	3,7	3,7	3,7	0,06
Si	120	33,8	33,8	37,5	0,57
No	79	22,3	22,3	59,7	0,37
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



46. ¿Qué tan importante considera los Planes de negocios?

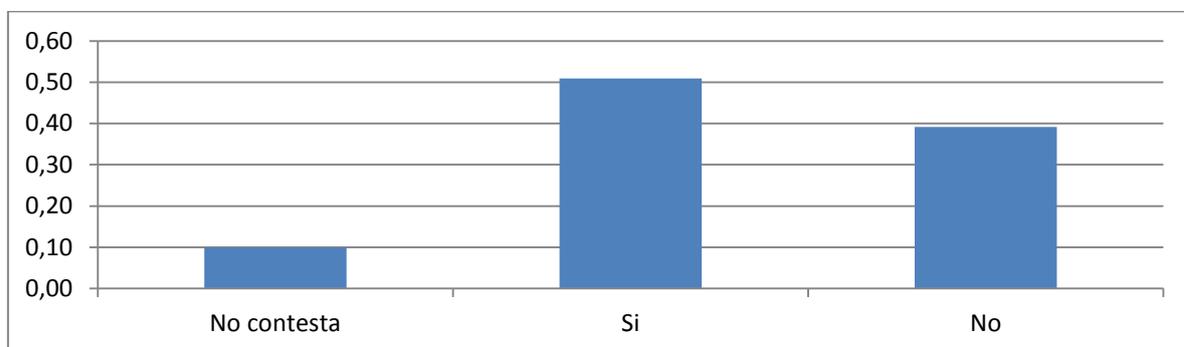
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	12	3,4	3,4	3,4	0,06

Sin importancia	12	3,4	3,4	6,8	0,06
Poco importante	17	4,8	4,8	11,5	0,08
Importante	38	10,7	10,7	22,3	0,18
Muy importante	75	21,1	21,1	43,4	0,35
Extremadamente importante	58	16,3	16,3	59,7	0,27
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



47. ¿Pagaría por Planes de negocios?

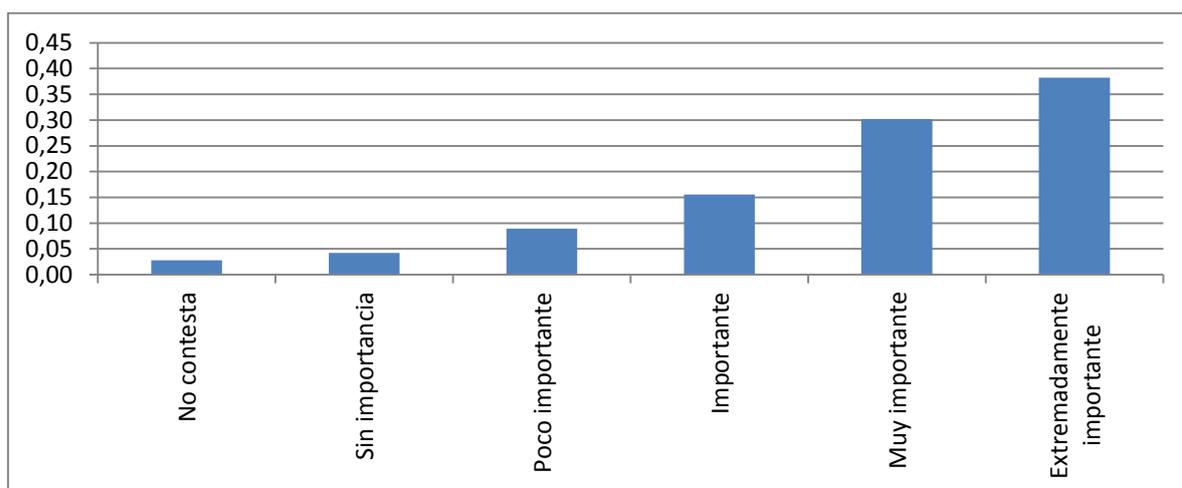
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	21	5,9	5,9	5,9	0,10
Si	108	30,4	30,4	36,3	0,51
No	83	23,4	23,4	59,7	0,39
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



48. ¿Qué tan importante considera los Estudios de mercado?

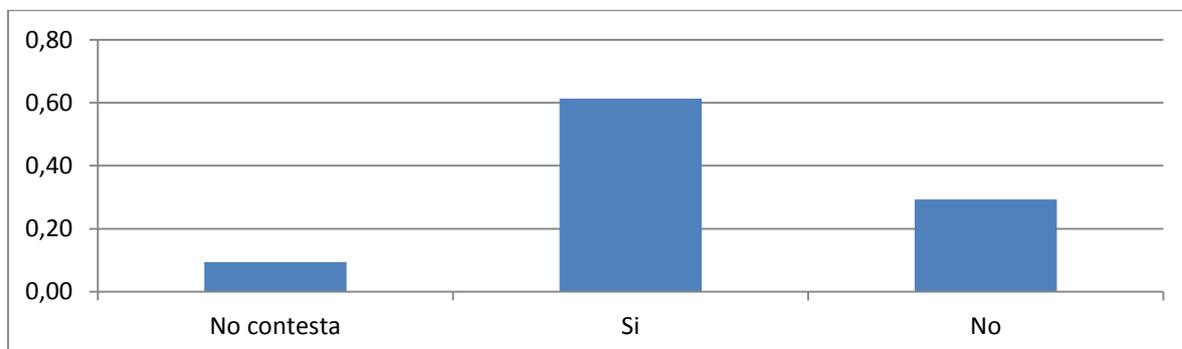
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
--	------------	------------	-------------------	----------------------	--------------------------------------

No contesta	6	1,7	1,7	1,7	0,03
Sin importancia	9	2,5	2,5	4,2	0,04
Poco importante	19	5,4	5,4	9,6	0,09
Importante	33	9,3	9,3	18,9	0,16
Muy importante	64	18,0	18,0	36,9	0,30
Extremadamente importante	81	22,8	22,8	59,7	0,38
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



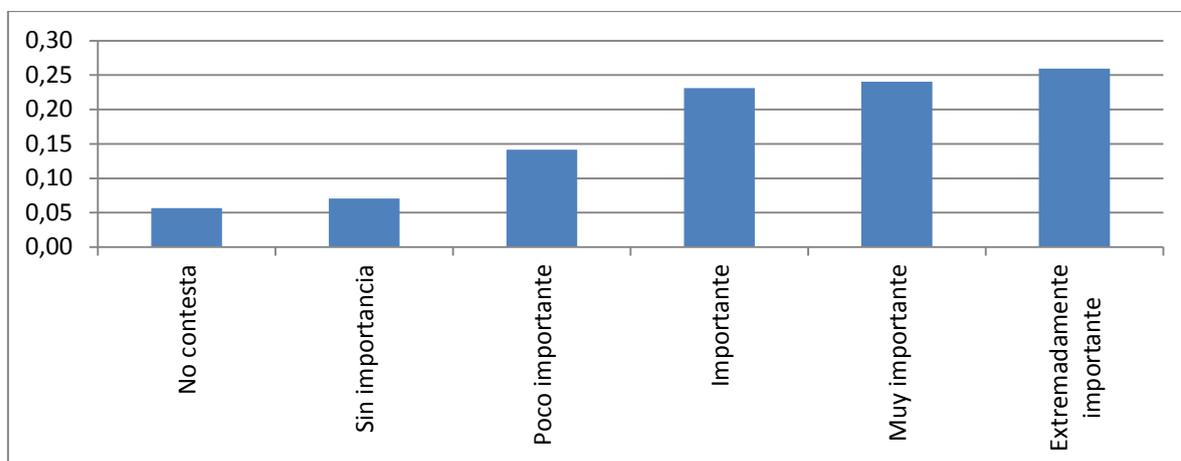
49. ¿Pagaría por Estudios de mercado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	20	5,6	5,6	5,6	0,09
Si	130	36,6	36,6	42,3	0,61
No	62	17,5	17,5	59,7	0,29
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



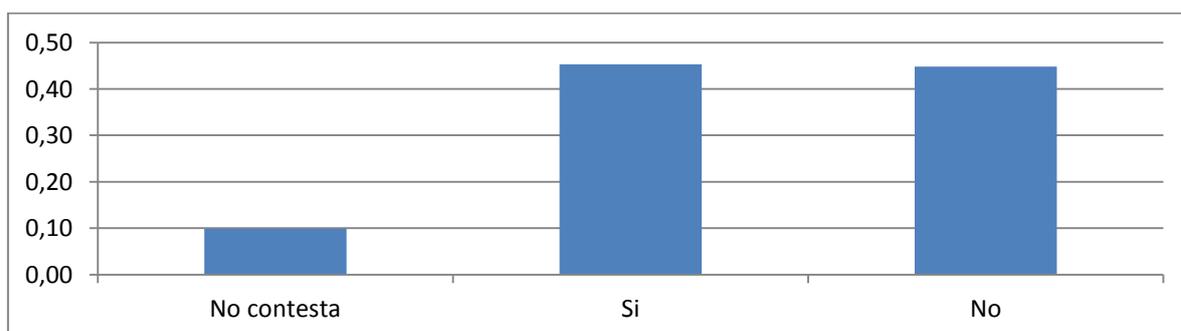
50. ¿Qué tan importante considera a los Proyectos productivos y de servicios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	12	3,4	3,4	3,4	0,06
Sin importancia	15	4,2	4,2	7,6	0,07
Poco importante	30	8,5	8,5	16,1	0,14
Importante	49	13,8	13,8	29,9	0,23
Muy importante	51	14,4	14,4	44,2	0,24
Extremadamente importante	55	15,5	15,5	59,7	0,26
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



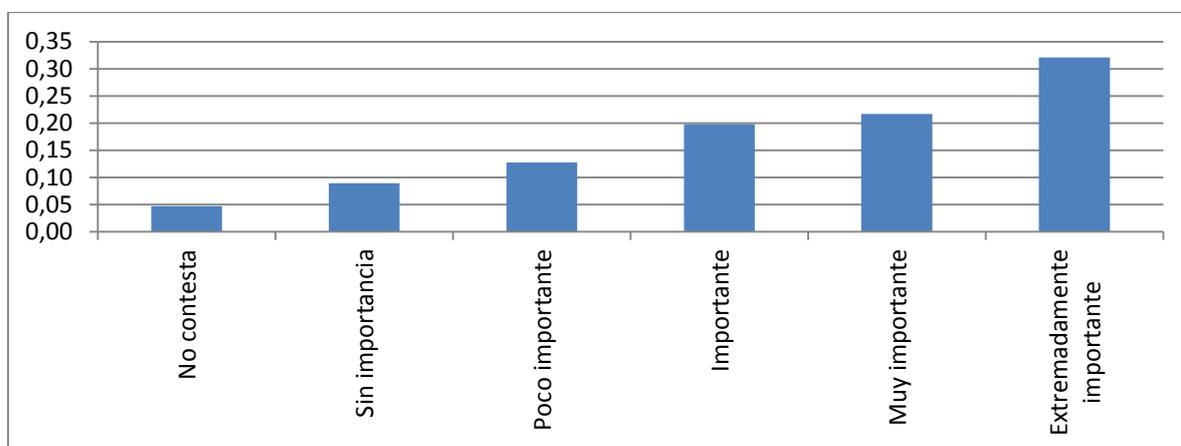
51. ¿Pagaría por Proyectos productivos y de servicios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	21	5,9	5,9	5,9	0,10
Si	96	27,0	27,0	33,0	0,45
No	95	26,8	26,8	59,7	0,45
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



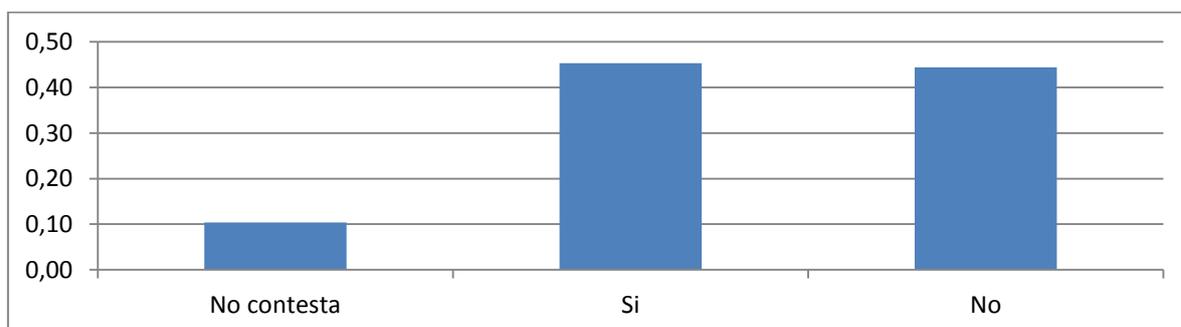
52. ¿Qué tan importante considera los Proyectos para la consecución de financiamiento?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	10	2,8	2,8	2,8	0,05
Sin importancia	19	5,4	5,4	8,2	0,09
Poco importante	27	7,6	7,6	15,8	0,13
Importante	42	11,8	11,8	27,6	0,20
Muy importante	46	13,0	13,0	40,6	0,22
Extremadamente importante	68	19,2	19,2	59,7	0,32
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



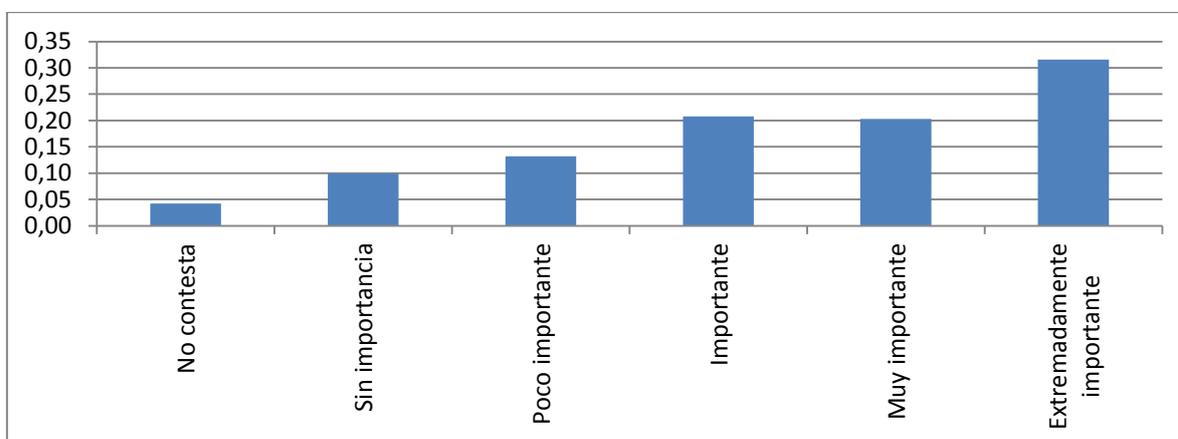
53. ¿Pagaría por Proyectos para la consecución de financiamiento?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	22	6,2	6,2	6,2	0,10
Si	96	27,0	27,0	33,2	0,45
No	94	26,5	26,5	59,7	0,44
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



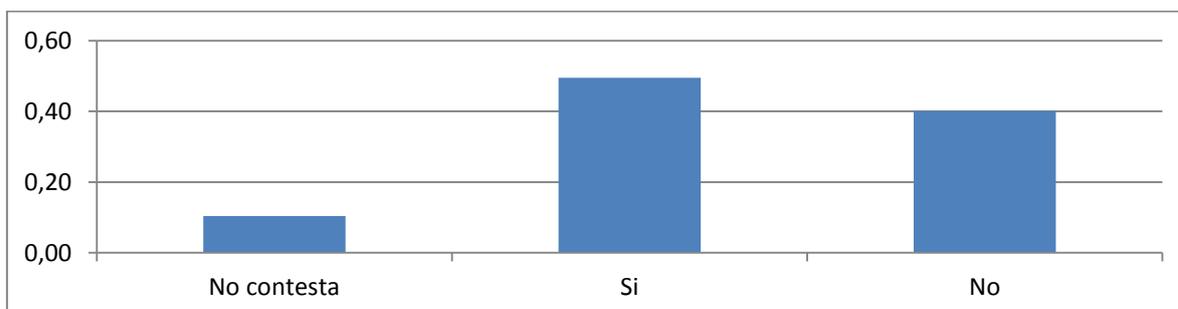
54. ¿Qué tan importante considera la Evaluación económica-financiera para Mipymes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	9	2,5	2,5	2,5	0,04
Sin importancia	21	5,9	5,9	8,5	0,10
Poco importante	28	7,9	7,9	16,3	0,13
Importante	44	12,4	12,4	28,7	0,21
Muy importante	43	12,1	12,1	40,8	0,20
Extremadamente importante	67	18,9	18,9	59,7	0,32
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



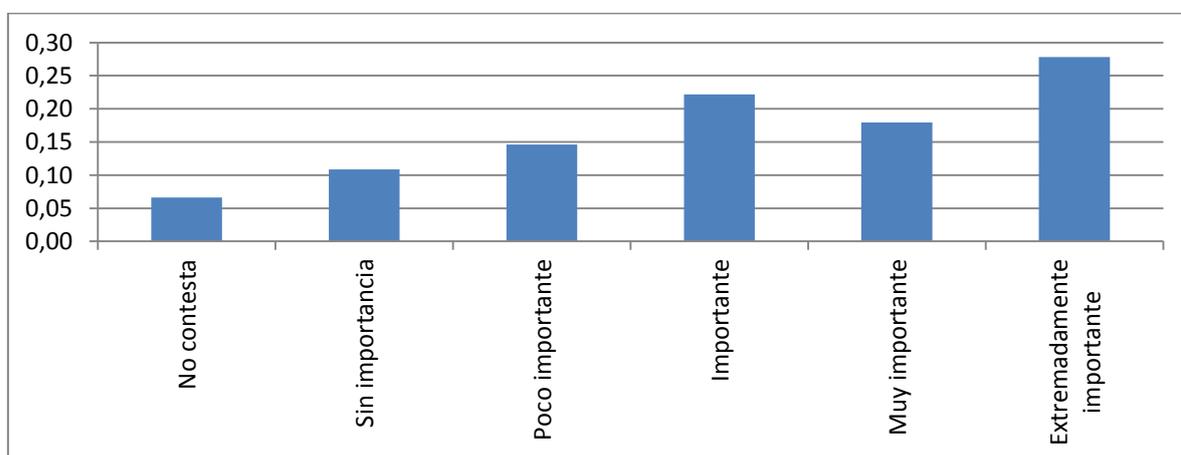
55. ¿Pagaría por Evaluación económica-financiera para Mipymes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	22	6,2	6,2	6,2	0,10
Si	105	29,6	29,6	35,8	0,50
No	85	23,9	23,9	59,7	0,40
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



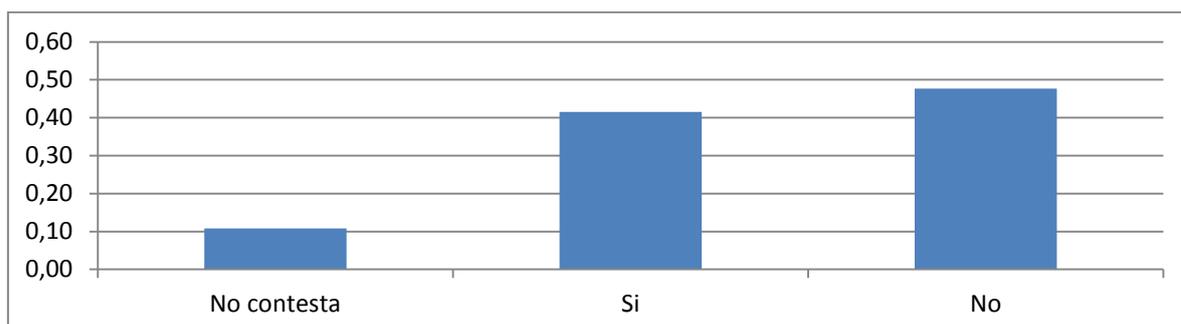
56. ¿Qué tan importante considera los Fortalecimiento de redes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	14	3,9	3,9	3,9	0,07
Sin importancia	23	6,5	6,5	10,4	0,11
Poco importante	31	8,7	8,7	19,2	0,15
Importante	47	13,2	13,2	32,4	0,22
Muy importante	38	10,7	10,7	43,1	0,18
Extremadamente importante	59	16,6	16,6	59,7	0,28
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



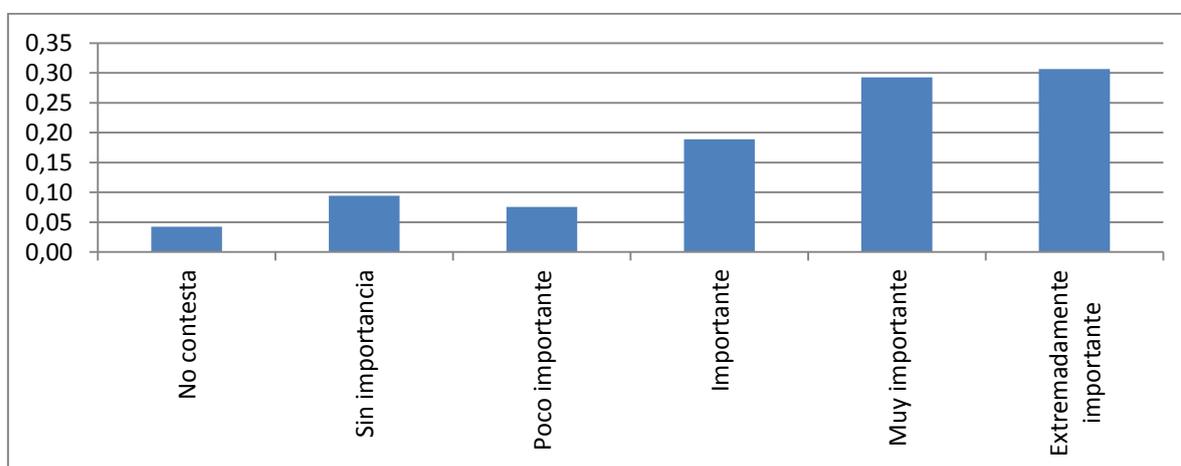
57. ¿Pagaría por Fortalecimiento de redes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	23	6,5	6,5	6,5	0,11
Si	88	24,8	24,8	31,3	0,42
No	101	28,5	28,5	59,7	0,48
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



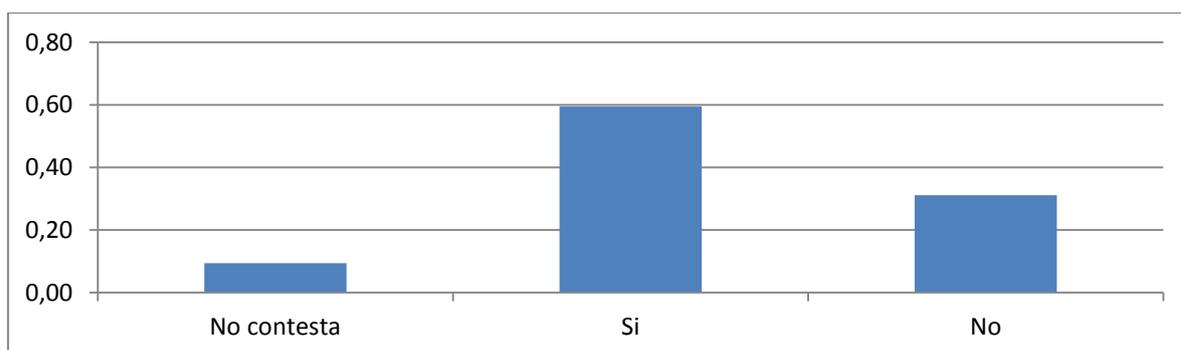
58. ¿Qué tan importante considera a Seminarios y talleres teórico-prácticos con temas de microempresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	9	2,5	2,5	2,5	0,04
Sin importancia	20	5,6	5,6	8,2	0,09
Poco importante	16	4,5	4,5	12,7	0,08
Importante	40	11,3	11,3	23,9	0,19
Muy importante	62	17,5	17,5	41,4	0,29
Extremadamente importante	65	18,3	18,3	59,7	0,31
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



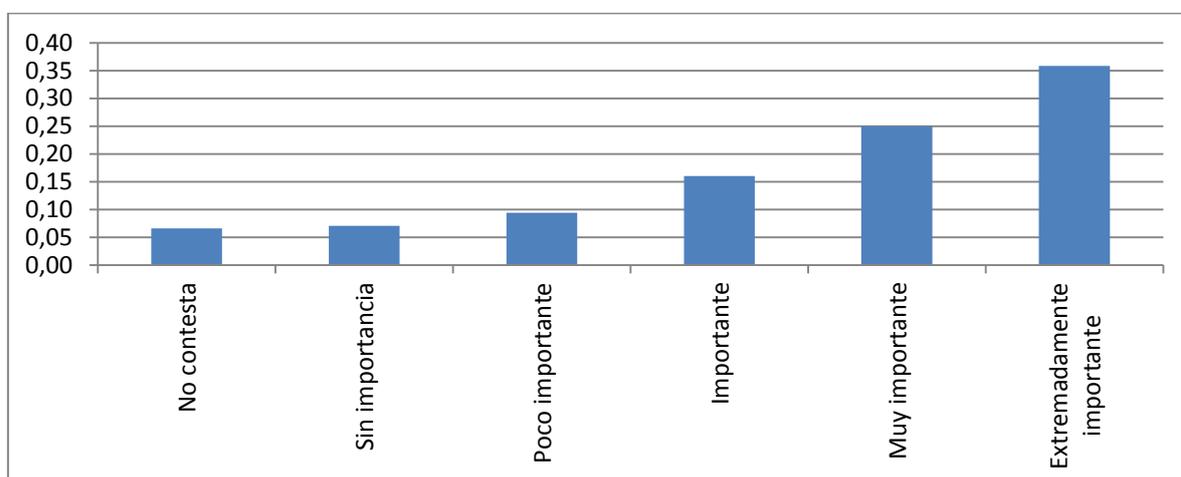
59. ¿Pagaría por Seminarios y talleres teórico-prácticos con temas de microempresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	20	5,6	5,6	5,6	0,09
Si	126	35,5	35,5	41,1	0,59
No	66	18,6	18,6	59,7	0,31
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



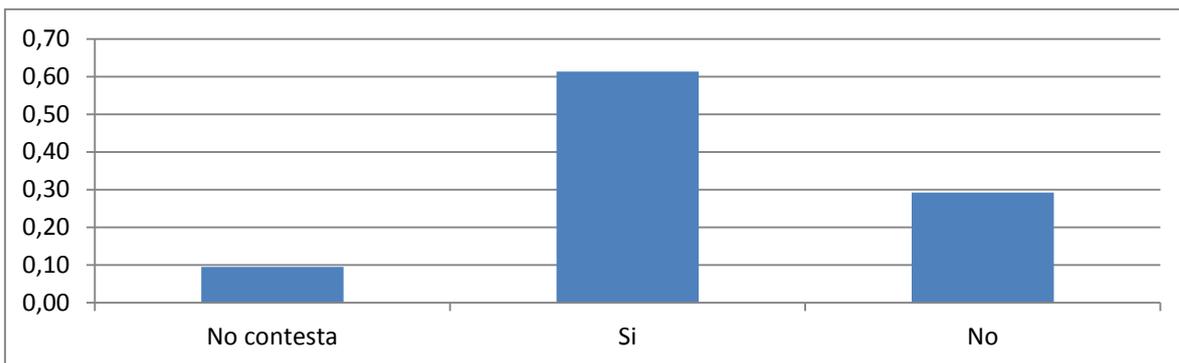
60. ¿Qué tan importante considera los Seminarios y talleres teórico-prácticos en desarrollo de proyectos productivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	14	3,9	3,9	3,9	0,07
Sin importancia	15	4,2	4,2	8,2	0,07
Poco importante	20	5,6	5,6	13,8	0,09
Importante	34	9,6	9,6	23,4	0,16
Muy importante	53	14,9	14,9	38,3	0,25
Extremadamente importante	76	21,4	21,4	59,7	0,36
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



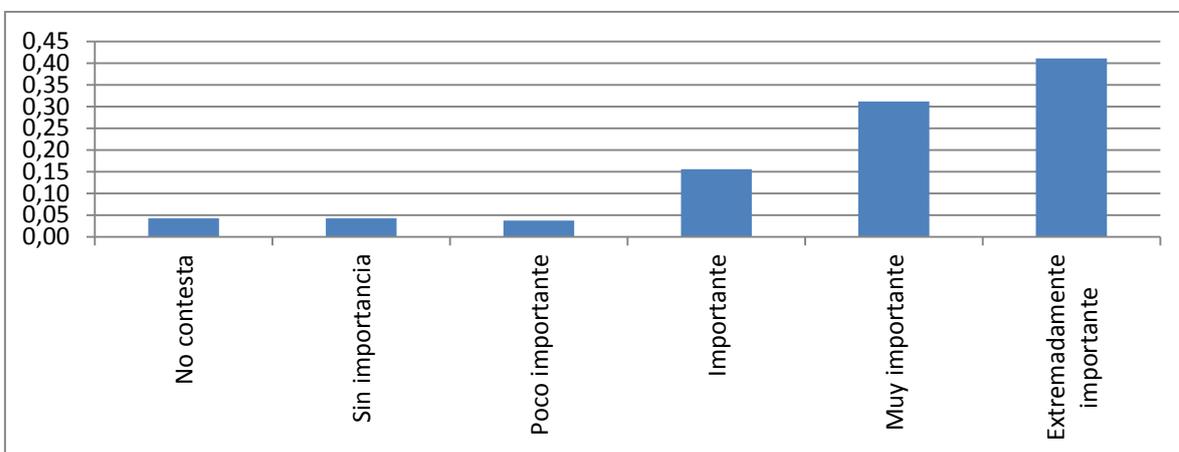
61. ¿Pagaría por Seminarios y talleres teórico-prácticos en desarrollo de proyectos productivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	20	5,6	5,6	5,6	0,09
Si	130	36,6	36,6	42,3	0,61
No	62	17,5	17,5	59,7	0,29
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



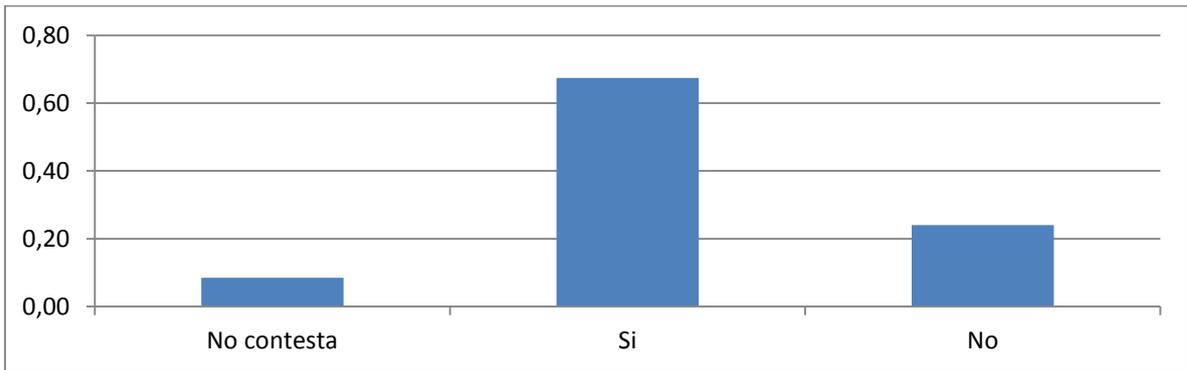
62. ¿Qué tan importante considera la Capacitación contable y financiera?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	9	2,5	2,5	2,5	0,04
Sin importancia	9	2,5	2,5	5,1	0,04
Poco importante	8	2,3	2,3	7,3	0,04
Importante	33	9,3	9,3	16,6	0,16
Muy importante	66	18,6	18,6	35,2	0,31
Extremadamente importante	87	24,5	24,5	59,7	0,41
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



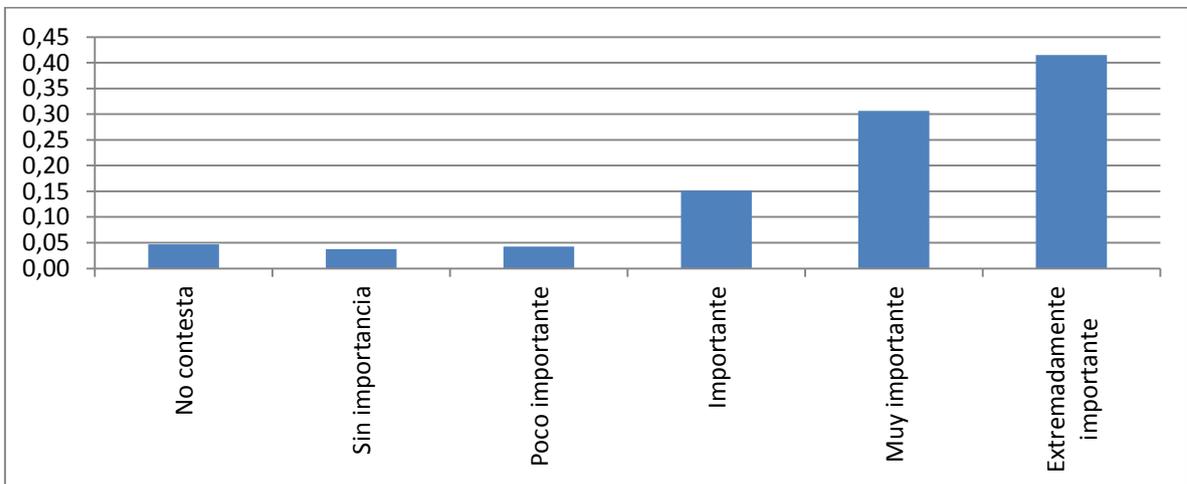
63. ¿Pagaría por Capacitación contable y financiera?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	18	5,1	5,1	5,1	0,08
Si	143	40,3	40,3	45,4	0,67
No	51	14,4	14,4	59,7	0,24
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



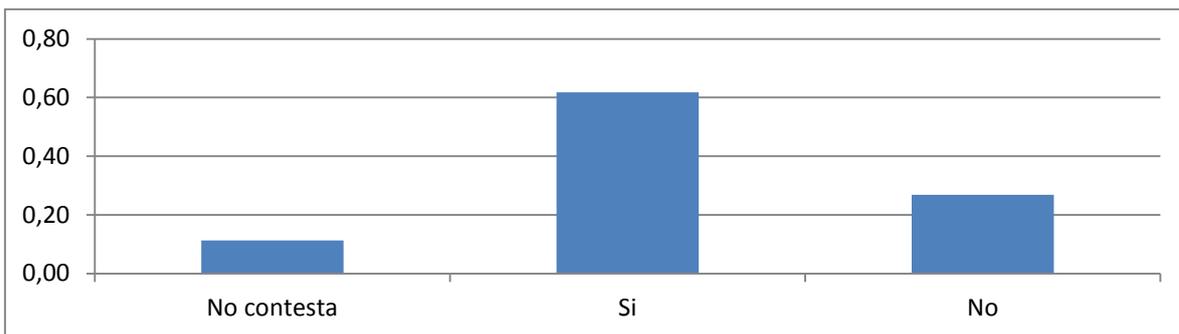
64. ¿Qué tan importante considera la Capacitación en Ventas y Marketing?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	10	2,8	2,8	2,8	0,05
Sin importancia	8	2,3	2,3	5,1	0,04
Poco importante	9	2,5	2,5	7,6	0,04
Importante	32	9,0	9,0	16,6	0,15
Muy importante	65	18,3	18,3	34,9	0,31
Extremadamente importante	88	24,8	24,8	59,7	0,42
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212



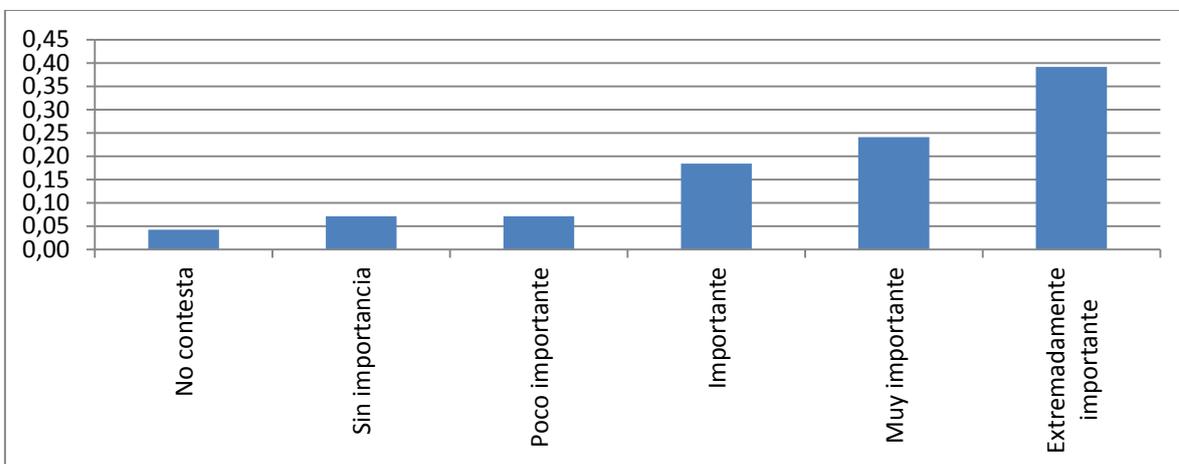
65. ¿Pagaría por Capacitación en Ventas y Marketing?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	24	6,8	6,8	6,8	0,11
Si	131	36,9	36,9	43,7	0,62
No	57	16,1	16,1	59,7	0,27
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



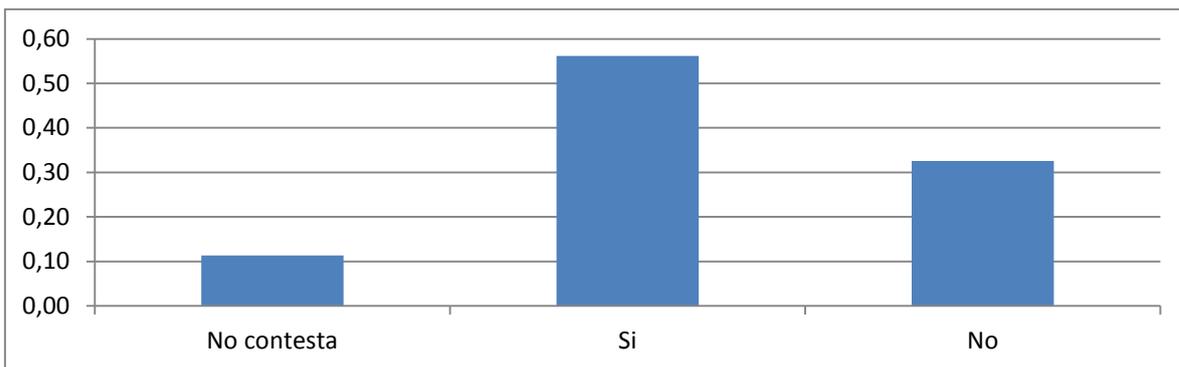
66. ¿Qué tan importante considera la Capacitación en Recursos humanos y desarrollo de personal?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	9	2,5	2,5	2,5	0,04
Sin importancia	15	4,2	4,2	6,8	0,07
Poco importante	15	4,2	4,2	11,0	0,07
Importante	39	11,0	11,0	22,0	0,18
Muy importante	51	14,4	14,4	36,3	0,24
Extremadamente importante	83	23,4	23,4	59,7	0,39
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



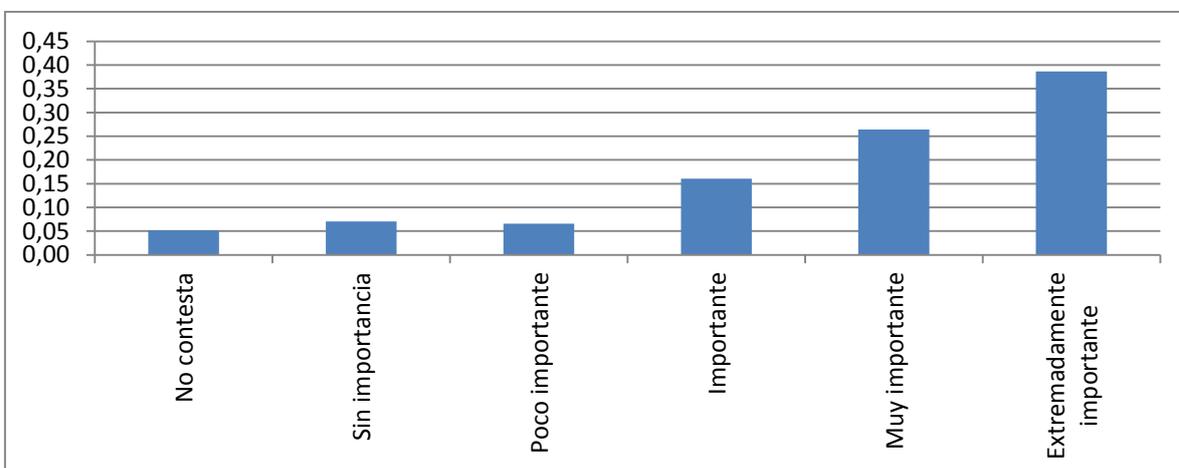
67. ¿Pagaría por Capacitación en Recursos humanos y desarrollo de personal?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	24	6,8	6,8	6,8	0,11
Si	119	33,5	33,5	40,3	0,56
No	69	19,4	19,4	59,7	0,33
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



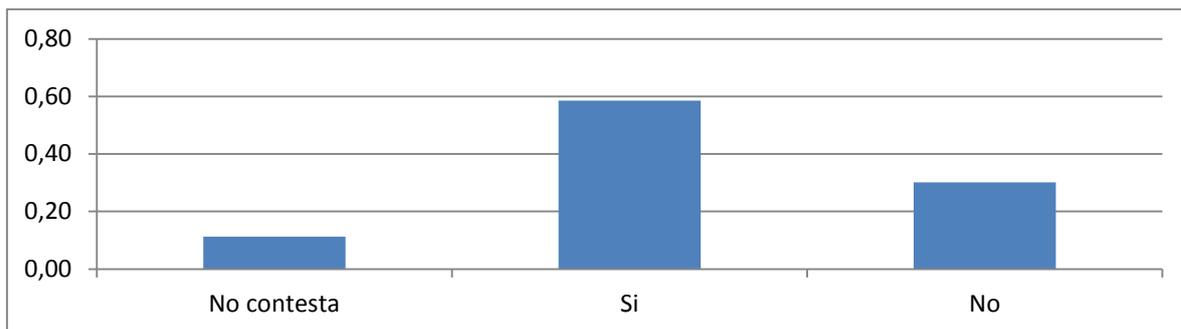
68. ¿Qué tan importante considera la Capacitación en procesos y producción?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	11	3,1	3,1	3,1	0,05
Sin importancia	15	4,2	4,2	7,3	0,07
Poco importante	14	3,9	3,9	11,3	0,07
Importante	34	9,6	9,6	20,8	0,16
Muy importante	56	15,8	15,8	36,6	0,26
Extremadamente importante	82	23,1	23,1	59,7	0,39
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



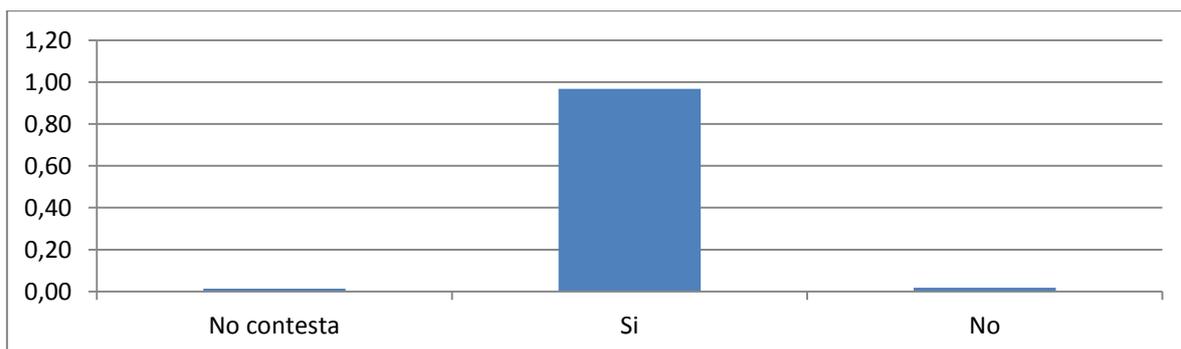
69. ¿Pagaría por Capacitación en procesos y producción?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	24	6,8	6,8	6,8	0,11
Si	124	34,9	34,9	41,7	0,58
No	64	18,0	18,0	59,7	0,30
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



70. ¿Le gustaría conocer información sobre temas de emprendimiento?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
No contesta	3	,8	,8	,8	0,01
Si	205	57,7	57,7	58,6	0,97
No	4	1,1	1,1	59,7	0,02
No aplica	143	40,3	40,3	100,0	212
Total	355	100,0	100,0		



71. ¿Por qué medio le gustaría recibir información?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Porcentaje de respuestas que aplican
Físico	43	12,1	12,1	12,1	0,21
Celular	8	2,3	2,3	14,4	0,04
Correo	130	36,6	36,6	51,0	0,63
Sitio Web	13	3,7	3,7	54,6	0,06
Redes Sociales	11	3,1	3,1	57,7	0,05
No aplica	150	42,3	42,3	100,0	205
Total	355	100,0	100,0		

