



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

**MEMORIA DEL PROCESO OPERATIVO Y LOGÍSTICO DEL  
CAMPAMENTO DE EMPRENDIMIENTO “THE CLICK 3RA EDICIÓN”**

**Presentado por:**

David Nader Adum

Trabajo final para la obtención del Título:

**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

**Equipo de Asesores:**

Mariella Ortega

Adriana Echeverría

Guayaquil, Ecuador

15 de noviembre del 2017

## **ABSTRACT / RESUMEN**

Este documento presenta una guía para la preparación del evento de innovación y sus pasos a seguir para su correcta ejecución, también se presentarán temas investigados como antecedentes, contexto en la actualidad y como se llevó a cabo el proyecto. Todo esto se puede encontrar mediante una línea de tiempo en la carta Gantt y cronogramas de planificación del evento final. En Ecuador se registra una alta tasa de emprendimientos, pero mueren muy temprano. Por este motivo se ha desarrollado un programa de capacitación profesional para emprendedores con el fin de estabilizar su situación. También se darán a conocer personas voluntarias que aportaron al proyecto y emprendedores que ayudaron con canje para participar en el evento. Y como resultado se hablará de los hechos finales del campamento y el grado de satisfacción que se pudo adquirir de nuestros participantes y como se logró ejecutar un evento de dos días de forma masiva con buenos recursos sin usar mucho presupuesto. De esta forma este documento se refiere en cuanto a memoria logística del proyecto, el éxito que tuvo y como se llevaron a cabo las tareas para su correcta ejecución.

## **PALABRAS CLAVE**

Innovación, logística, planificación, emprendimiento, campamento

## ÍNDICE

1.	INTRODUCCION .....	5
2.	NOMBRE DEL PROYECTO .....	9
2.1.	Antecedente del nombre .....	9
2.2.	Justificación del nombre.....	9
3.	DESCRIPCIÓN.....	10
4.	FUNDAMENTACIÓN .....	10
5.	OBJETIVOS .....	11
5.1.	Objetivo general proyecto: .....	11
5.2.	Objetivos específicos proyecto:.....	11
6.	GRUPO OBJETIVO .....	11
7.	PREPARACIÓN DEL PROYECTO LOGÍSTICO .....	12
7.1.	Objetivo.....	12
7.2.	Investigación .....	12
7.2.1.	Antecedentes .....	12
7.2.2.	Entorno .....	13
7.2.3.	Oportunidades .....	13
7.3.	Planificación.....	14
7.3.1.	Gestiones generales .....	14
7.3.2.	Diseño de la línea gráfica .....	15
7.3.3.	Publicación en redes.....	15
7.3.4.	Publicación en medios tradicionales .....	16
7.3.5.	Creación de la instancia virtual (Plataforma) .....	16
7.3.6.	Gestión de auspicios y canjes .....	17
7.3.7.	Logística del evento .....	18
7.4.	Ejecución.....	19
7.4.1.	Pre-evento de activación del proyecto (The Click Night) .....	19
7.4.2.	Bootcamp (Campamento de emprendimiento The Click).....	20
8.	CONFERENCISTAS Y VOLUNTARIOS DEL PROYECTO .....	21
9.	RECURSOS MATERIALES .....	22
10.	PRESUPUESTO .....	23
11.	REFLEXIÓN Y AUTOEVALUACIÓN.....	24

12.	BIBLIOGRAFIA.....	27
13.	ANEXOS.....	30
13.1.	Carta Gantt .....	30
13.2.	Piezas gráficas .....	30
13.3.	Publicaciones en redes .....	31
13.4.	Publicación en medios tradicionales .....	32
13.5.	Plataforma .....	35
13.6.	Sponsors .....	38
13.7.	The Click Night.....	39
13.8.	Bootcamp .....	43
13.9.	Conferencistas y voluntarios del proyecto .....	50
13.10.	Tabla de materiales.....	54
13.11.	Tabla de presupuesto de logística.....	57
13.12.	Producto improvisado .....	58

## 1. INTRODUCCION

El emprendimiento es muy necesario para la economía, debido que aporta en múltiples factores que favorecen a su nación y alimentan con frecuencia la economía a nivel global. Los emprendedores son activos nacionales quienes se enfocan en su objetivo financiero por su motivación, por lo tanto, de ellos se obtienen las siguientes ventajas: crean nuevas empresas, aportan a la renta nacional, fomentan el cambio social, desarrollan la sociedad y son la línea de equilibrio. (Iturbe, 2016). El emprendimiento tiene un impacto muy fuerte en la situación económica de un país. Para poder emprender, se necesita tener un breve y extenso conocimiento en el tema y una gran investigación de antecedentes en el mercado de los cuales se dan a conocer como: Conocimiento y experiencia, Identificación de oportunidad, Emprender y finalmente, Crecimiento económico. Sin contar el factor de capital con el que necesitan la mayoría de negocios para comenzar. (Quezada, 2015).

El emprendimiento también presenta su lado negativo, por la cual la mayoría de emprendedores experimenta y entre los factores que afectan al emprendimiento se pueden dar a conocer los siguientes: Innovación disruptiva, Inestabilidad económica, Agitación social, Cambios en los depositarios del poder, Degradación ambiental, Globalización y Cambios demográficos. (Zwilling, 2013). Esto genera inestabilidad en un mayor número de negocios y muchos de ellos cierran en su etapa inicial. Todos estos puntos negativos son de carácter global y técnico, pero también existen puntos positivos de carácter personal que impulsa al emprendedor.

La motivación es un factor positivo que el emprendedor lleva siempre consigo para cumplir los objetivos que los lleven al éxito, y es por esto que también existen factores positivos que motivan al emprendedor y lo llevan rápidamente al éxito como:

Constancia, Pasión, Análisis, Visión, Flexibilidad, Creatividad, Sociabilidad, Comunicación, Educación y Trabajo en equipo. (Mora, 2015).

En el mundo del emprendimiento existe bastante competencia y uno de los factores que sobresale es la creatividad. A diario muchas compañías compiten, programas de emprendimiento se ejecutan con el fin de motivar más a los emprendedores a sobresalir en sus negocios o proyectos. Por lo general, en países donde se presenta una situación económica crítica es donde más se busca una vida financiera. Según como ya se conoce la situación económica en Venezuela, no son los únicos que están pasando por crisis. Esto envuelve a muchos países a nivel global en una lista de 55 naciones, lo cual se destacan en mayor índice de emprendimiento. (Bittán, 2016).

Estados Unidos entre otros países, son un molde exitoso de emprendimiento, pero a la vez pueden ser replicados por otras regiones, ya que compiten anualmente presentando grandes puntuaciones de emprendimiento. Uno de los casos de emprendimiento que se puede presentar es: La ruta 76 alrededor de MIT y el Silicon Valley, modelos exitosos de donde muchos creativos han salido a iniciar grandes negocios en el mundo. (El Espectador, 2011).

Según el Índice Global de Emprendimiento, los países con bajo índice de economía, presentando crisis financiera, no siempre son los que se destacan mayormente en emprendimiento. La razón por la que estos países presentan esta situación es debido a que carecen de capital humano y de infraestructura para el desarrollo de negocios. Esto genera que muchos sectores no adecuados del país no generen mucho impacto en sus negocios. (IGE, 2017).

Actualmente entre los países más emprendedores a nivel global que se pueden conocer son: Canadá en tercer lugar con una puntuación de %75,6 en tasa de

emprendimiento, en segundo lugar, Suiza, presentando una puntuación de %78 y finalmente en primer lugar, Estados Unidos %83,4 quien presenta uno de sus subíndices más destacados como “Aspiraciones Emprendedoras”. Mientras que en región latinoamericana se puede conocer que dentro del grupo de países que la conforman, Chile ocupa el primer lugar con una puntuación de %58,8, a comparación de Ecuador, quien presenta %21,1. (GEDI, 2017). El emprendimiento en Ecuador lleva un gran porcentaje debido a que la mayoría de emprendimientos nacen por necesidad. Dentro del país, las ciudades con más números de microempresas son: Quito y Guayas, de las cuales el %99 de establecimientos empresariales nacen bajo microempresas. Negocios como mecánica, empresas manufactureras demandan un gran número de emprendimientos cuando servicios de comida rápida es muy saturado, pero bastante necesario al sector. Normalmente la gente invierte desde cantidades bajas hasta altas dependiendo de lo que le salga rentable, pero en este caso la cifra normal para arrancar un negocio es de USD \$7.300.00. (Ekosnegocios, 2015).

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2016) explica, Ecuador maneja una alta tasa de emprendimiento, en la cual la mayoría lo hace por necesidad y gran cantidad de ellos, quienes presentan problemas de inestabilidad, cierran sus negocios en menos de un año. En el año 2016, Ecuador presenta un porcentaje menor de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), a diferencia del año 2015, aun así, Ecuador maneja un alto porcentaje de TEA en la región. Una pequeña parte de la población adulta ecuatoriana afirma que emprenden por oportunidades, pero en general se destacan por tener un gran valor en capacidades percibidas y atención de los medios al emprendimiento, mientras que en actividad temprana se destacan más por motivación de oportunidad.

Para esto, en Ecuador, a lo igual que en otros países, se puede ver que existen establecimientos de emprendimiento llamados “semilleros” o sitios de “Cowork” donde las personas pueden gestionar las actividades de sus negocios con otros usuarios y compartir contactos y servicios. También, cuenta con programas, concursos de emprendimiento y Reinventions, en la cual los emprendedores se motivan más a la participación y comparten experiencias e ideas bastante creativas. Anualmente se pueden apreciar estos eventos a nivel nacional ya que su fecha de apertura es publicada en varios medios de comunicación convocando gente a la participación en los eventos.

Es necesario realizar cada año este tipo de programas para motivar y brindar herramientas profesionales necesarias a usuarios emprendedores, para que nivelen la situación de sus negocios o proyectos. Esta iniciativa genera un gran resultado positivo en la economía del país, de tal manera que puedan crecer más las posibilidades de emprender y haya más fuentes de trabajo como económicas. Por eso la Universidad Casa Grande, anualmente da apertura al gran programa para emprendedores, el cual se llama “The Click”, un campamento de emprendimiento que busca la capacitación profesional, creativa y dinámica para usuarios emprendedores con el objetivo de estabilizar su situación inestable y poco a poco a nivel nacional. (Ver fuentes en Bibliografía)



## **2. NOMBRE DEL PROYECTO**

### **2.1. Antecedente del nombre**

El nombre del proyecto es “The Click” y nace en el año 2015 en su primera edición. Este nombre viene de un quiebre en el momento de encontrar propuestas de negocios pertinentes para un segmento de mercado.

Al siguiente año de su primera edición, el proyecto toma rumbo a adjuntar al final de su nombre un orden anual por leva según su año de ejecución como: “The Click 2016”, obligando a la primera edición ser identificada como “The Click 2015” y la siguiente como “The Click 2017”, estableciendo de esta forma a llevar siempre un orden por año al final del nombre.

### **2.2. Justificación del nombre**

El orden de levas acaba en la tercera edición, la cual se ejecuta en el año 2017, debido a grandes cambios y objetivos que llevan al proyecto a un nuevo giro, haciéndolo único, razón por la cual también se decidió hacer la diferencia al final de su nombre de las otras ediciones, llamándolo “The Click Tercera Edición”.

### **3. DESCRIPCIÓN**

The Click es un programa de emprendimiento que se ejecuta anualmente para darle soporte a personas emprendedoras brindándoles herramientas profesionales dentro de un campamento. Esta vez contando con una instancia virtual en la que los usuarios pueden interactuar y capacitarse con videos instructivos, como también subir su modelo de negocios para ser diagnosticado por un mentor. El programa tuvo 4 etapas de las cuales el usuario cursó: Capacitación, Retroalimentación, Bootcamp y Networking, contando en el campamento con varios especialistas, inversores ángeles y mentores, quienes esta vez capacitaron un gran número de usuarios a diferencia de las ediciones anteriores, dándole cada vez más cabida al proyecto dentro del ecosistema del emprendimiento a nivel nacional con el fin de estabilizar la situación de los emprendedores y mejorar la economía.

### **4. FUNDAMENTACIÓN**

En la actualidad, la mayoría de personas emprenden por necesidad, lo cual genera que sus negocios no tengan mucho impacto en el mercado y causa que muchos de estos mueran de forma temprana, debido a la falta de experiencia, malas inversiones, falta de capital, como muchos factores negativos como principalmente también la falta de capacitación necesaria para hacer sostenible su negocio al mercado. (GEM, 2016). Razón por la cual se ejecuta este proyecto de capacitación profesional para emprendedores.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. Objetivo general proyecto:**

Capacitar, retroalimentar, acompañar y conectar, a los emprendedores de la ciudad de Guayaquil con el objetivo de que sus emprendimientos se adapten al mercado.

### **5.2. Objetivos específicos proyecto:**

- ❖ Planificar el contenido y objetivos que llevarán a cabo la ejecución del programa.
- ❖ Recaudar fondos mediante un plan presupuestario.
- ❖ Crear una instancia virtual de capacitación para emprendedores.
- ❖ Lograr convocar al grupo objetivo mediante medios tradicionales.
- ❖ Publicar en las redes el contenido del proyecto y material audiovisual.
- ❖ Llevar a cabo la ejecución del campamento mediante su planificación académica.

## **6. GRUPO OBJETIVO**

Emprendedores nacionales que recién estén iniciando su negocio efectuando ya ventas de sus productos o servicios, teniendo de 1 a 2 años y presenten inestabilidad sin importar edad, sexo, perfil demográfico, porcentaje de población, etc.

## **7. PREPARACIÓN DEL PROYECTO LOGÍSTICO**

### **7.1. Objetivo**

Posicionar el nombre y contenido del proyecto para lograr captar la atención de nuestro grupo objetivo y poder crear una comunidad de emprendiendo, para la participación al evento final.

### **7.2. Investigación**

Para darle iniciativa al proyecto, se comenzó una investigación cuantitativa con actividades al principio del periodo en la cual pudimos estudiar antecedentes, entorno y oportunidades del tema. Para esto también se hicieron entrevistas a emprendedores, la cual su experiencia nos ayudó bastante y gracias a esto hemos podido tomar como base estas herramientas para dar comienzo a la planificación del proyecto. Estos estudios realizados se encuentran archivados en el PLE (Sitio de alojamiento de información académica del proyecto por sus miembros) donde se podrán encontrar trabajos en grupo, individuales, información y videos, todo totalmente organizado.

Estas investigaciones sirvieron para realizar los respectivos cambios en el proyecto se puede encontrar en <https://theclickterceraedi.wixsite.com/misitio>

#### **7.2.1. Antecedentes**

Según los estudios de las versiones anteriores, se pudo notar que no tenían mucho impacto en el campo del emprendimiento, ya que se trataban de las primeras ediciones la cual se las consideraban eventos pequeños, cuando existían sitios de Cowork y campamentos de emprendimiento conocidos en la ciudad. Aparte carecían de una plataforma, la cual llame más la atención. También de los estudios que se realizaron del GEM y otras fuentes a nivel nacional, se logró analizar las ventajas, cualidades, valores estadísticos y problemas que el emprendedor experimenta en su negocio. Esto también se analizó mediante entrevistas a emprendedores.

### **7.2.2. Entorno**

Como se pudo analizar, existen varios factores que afectan al emprendimiento, uno de estos es la situación crítica que presenta el país, que obliga a la población a emprender y como ya se ha visto, emprenden por necesidad, la cual los lleva a experimentar una gran inestabilidad en sus negocios, obligándolos a cerrar en su etapa inicial. También se investigó el ambiente de emprendimiento en varios sectores de la ciudad como en los pocos y recientes establecimientos de Cowork que se están implementando cada vez más y en programas de capacitación anuales y concursos de emprendimiento. Y finalmente se analizó mediante internet, material audiovisual instructivo de emprendimiento, del cual aún no es muy conocido a nivel nacional y sirve de herramienta profesional para los emprendedores.

### **7.2.3. Oportunidades**

Según las investigaciones realizadas de antecedentes y entorno, se llegó a comprender el problema del emprendedor y lo que realmente necesita, a la vez aprovechando que existen pocos programas de capacitación profesional a nivel nacional y teniendo en cuenta que también pueden interactuar de manera virtual, capacitándose con material audiovisual muy instructivo, para posicionar más la cultura del emprendimiento, y así de esta forma el emprendedor gane más herramientas y conocimientos para que su negocio pueda tener cabida en el mercado.

### **7.3. Planificación**

Se armó un cronograma o carta Gantt de las acciones que se llevaron a cabo para comenzar a poner en función el proyecto y se generó un plan de presupuesto para tener un control de ingresos y gastos.

Por otro lado, también resultó la división del grupo en comisiones por cada miembro para agilizar más la ejecución de tareas y avanzar de mejor forma sin tener inconvenientes entre ideas. (Ver carta Gantt en Anexo 13.1)

#### **7.3.1. Gestiones generales**

Para poner en ejecución las actividades del proyecto y de esta forma se pueda tener un correcto funcionamiento, se realizaron ciertas actividades y se gestionaron los siguientes contactos:

- Participantes de gestiones anteriores para convocarlos a la nueva edición.

- Mentores y especialistas en emprendimiento.
- Servicios de hotelería para extranjeros especialistas.
- Servicios de papelería.
- Reservación de espacio y fecha de evento.
- Visitas a áreas de Cowork para difundir la temática del proyecto.
- Servicios de diseño de web.

### **7.3.2. Diseño de la línea gráfica**

Se diseñó la línea gráfica con la que se identifica el proyecto en todo tipo de medios como: publicidad, videos, redes, papelería, posts, lonas, mails, etc. De esta manera se ha podido identificar el proyecto en el medio visual en el que se lo quiera plasmar para darle más impulso. (Ver piezas graficas en Anexo 13.2)

### **7.3.3. Publicación en redes**

Se armó un cronograma para la publicación necesaria donde se monitoreó su contenido en las redes en cada ejecución, para luego dar paso a la pauta. De esta forma se comienza a posicionar el proyecto en redes a la vez convocando nuestro grupo objetivo. Se publicaron promociones para el campamento. Los auspicios que se adquirirían también eran publicados junto con el contenido del proyecto, también se utilizaron personajes de series como “Games of Thrones” para adaptarlos a la publicación del proyecto en recomendaciones y se generaron tips y tendencias para persuadir más la audiencia. (Ver publicaciones en redes en Anexo 13.3)

#### **7.3.4. Publicación en medios tradicionales**

Se publicó también contenido del proyecto en medios tradicionales como: radio y televisión para de esta manera captar la atención de más usuarios y dar a conocer de mayor forma el proyecto. Se hicieron publicaciones alrededor de 6 estaciones de radio. Aparte se generó el primer aviso a la prensa en el diario El Expreso. Esto generó más atención en público para darles a conocer el campamento, motivo por el cual algunos participantes preguntaban por el evento y el sitio web para tener más información. Así de esta forma se recaudó más participantes y se los dirigió a la plataforma para que conozcan el proyecto. (Ver fotos en Anexo 13.4)

#### **7.3.5. Creación de la instancia virtual (Plataforma)**

En esta instancia virtual llamada Plataforma o sitio Web los usuarios pudieron interactuar y obtener más información, como capacitarse con el material audiovisual que se les brindó.

Dentro de la logística de la plataforma, ésta tuvo como inicio la idea de viralizarse en la comunidad de emprendedores y recaudar personas para captar su atención al mundo del emprendimiento.

Su idea consistía en ser una comunidad digital la cual constaba de un excelente material audiovisual interactivo e instructivo basado en nuestros tres pilares, para que



las personas se capaciten mediante videos en su primera instancia en la plataforma, también constaba de una segunda instancia de la cual trató de subir un modelo de negocio en un lienzo canvas para ser diagnosticado por nuestros especialistas.

De esta forma se pensó en capacitar a nuestros usuarios y cada vez más recaudar más gente desde la plataforma para lograr ingresarlos al campamento donde fueron capacitados, y para esto se llevaron a cabo los siguientes puntos:

- Se contrató un programador, quien ensambló la web en presets de WordPress.
- Se contrató servicio de hosting en BlueHost fuera del país debido a que había muchos problemas con Ecuahost.
- Análisis de videos instructivos de YouTube para ser embebidos a la plataforma como: Tedx, BiiaLab, IEPI, que hablan de los tres pilares con los que capacitaremos a los usuarios: Finanzas, Marketing y Propiedad Intelectual.
- Gestión de permisos para el uso del material audiovisual de las tres marcas mencionadas formándolos como avales estratégicos en la plataforma.

(Ver plataforma en Anexo 13.5)

### **7.3.6. Gestión de auspicios y canjes**

Se gestionaron auspicios necesarios para la financiación del proyecto a cambio de nuestros servicios de los cuales vendimos en la carta de auspicios, como también se gestionaron aliados estratégicos y canjes necesarios para el funcionamiento y complementación del proyecto.

Como razones obvias, se necesitó del aporte de entidades, empresas o personas que aportaron al crecimiento y desarrollo del proyecto para tener más efectividad en su funcionamiento. (Ver sponsors en Anexo 13.6)

### **7.3.7. Logística del evento**

Luego de la instancia virtual en la que los usuarios ya debían estar registrados y capacitados, y el pequeño evento de pre-activación para el campamento, se dió inicio a la planificación del evento final con sus gestiones de las cuales fueron:

- Cronograma de actividades y conferencias
- Confirmación del servicio de mentores profesionales
- Decoración de interior del evento.
- Difusión de material de publicación, de promoción a las redes.
- Materiales de la institución y del proyecto.
- Gestión de espacios y servicios institucionales.
- Convocatoria a grupo objetivo.
- Gestión de becas con los participantes.

## **7.4. Ejecución**

### **7.4.1. Pre-evento de activación del proyecto (The Click Night)**

Este evento de un día fue improvisado pocas semanas antes de su ejecución para que el proyecto tenga más acogida, durando dos horas de charla, y al cual se lo llamó “The Click Night”, donde los usuarios contaban y compartían experiencias, conocimientos y contactos. El objetivo de este evento fue el de presentar 5 emprendedores exitosos al público para contar sus experiencias y motivar a las personas a la participación para el campamento, mientras a la vez gozaban de un buen ambiente de emprendimiento y con degustación de productos de comida gracias a los auspiciantes. De esta forma se motivó al grupo objetivo, el cual algunos se matricularon para la participación en el evento, mientras se convocaban a otros para su matriculación.

Para que el evento tenga apertura en un corto tiempo, se gestionaron materiales institucionales, se realizaron publicaciones en las redes a la vez convocando gente y se citaron a 5 emprendedores exitosos quienes contaron sus experiencias de los cuales uno de ellos voluntariamente dió a degustar su producto al público junto a otro auspiciante, para el final del evento. Cobertura completa del evento para la edición de su video en las redes.

Este pequeño evento tuvo apertura el día 14 de septiembre, del 2017, en el auditorio del piso 8 del edificio Mayor de la Universidad Casa Grande o más conocido como Ex edificio Movistar frente al Centro Comercial Alban Borja. (Ver fotos del evento y piezas gráficas en Anexo 13.7)

#### **7.4.2. Bootcamp (Campamento de emprendimiento The Click)**

Este evento consistió en la capacitación profesional para el grupo objetivo que se convocó en todo el programa. El campamento constaba con una serie de actividades y conferencias que se llevó a cabo en un cronograma para respetar sus tiempos. Hubo conferencias de herramientas profesionales para emprendedores, actividades dinámicas y participación. Aparte de las conferencias por los mentores, el evento presentaba los siguientes quiebres para las actividades de los participantes como: Team Building, Checkpoint, Networking y Elevator Pitch. Estas actividades creativas le dieron más dinamismo al evento motivando cada vez más a los participantes, y del cual el mejor emprendimiento, ganaba el premio en primer lugar al final del evento.

El campamento también contaba con desayuno, almuerzo y un pequeño break para que los participantes puedan descansar y degustar de productos auspiciados como dulces, pizza, café, etc.

Para que finalmente el campamento tenga un correcto funcionamiento después de las gestiones realizadas en todo el periodo de preparación del proyecto, cada integrante del grupo se encargaba de soportar un área y ayudar a su compañero en caso de necesitar ayuda en su área. Se tomó un integrante para la asignación de protocolo del evento para llevar a cabo el chequeo de registro de personas matriculadas, servicios dentro del evento y entrega de materiales. Otro miembro del grupo se encargaba de seguir y respetar los tiempos del cronograma del evento. 2 integrantes se encargaron de la cobertura audiovisual y otros dos tomaron soporte en general.

Para la preparación de este evento, se han tenido que llevar a cabo las gestiones ya analizadas anteriormente en este documento, donde indica paso a paso la realización del programa llegando a su etapa final que es el campamento de emprendimiento.

El campamento tuvo apertura los días 31 de septiembre y 1 de octubre del 2017, en el auditorio de la Universidad Casa Grande. (Ver fotos del evento y cronograma de actividades en Anexo 13.8)

## **8. CONFERENCISTAS Y VOLUNTARIOS DEL PROYECTO**

Para que el evento tenga mejor acogida y bastante dinámica, algunas personas voluntarias se prestaron para la llevar a cabo el campamento. Hubo personas que ayudaron con la limpieza y la instalación de materiales y equipos como el personal de servicios generales de la institución, algunos participantes que colaboraron con sus productos para el break como parte de canje, así como también servicios de consultoría especializada, como algunos mentores, otros mentores fueron convocados a prestar de su tiempo para dar su conferencia y experiencia en el campamento, como voluntarios.

Generalmente las personas con las que se negoció su servicio, la mayoría fue por canje debido al poco presupuesto con el que se contaba. La mayoría de participantes cancelaron con efectivo, mientras que una pequeña parte canjeó sus servicios para matricularse en el evento. Algunos de los auspicios también fueron manejados por canje, pero solo hubo una persona que se contrató en el proyecto para la instancia virtual a la que se le cancelo en efectivo, siendo este el programador del sitio web conocido como plataforma. (Ver conferencistas y voluntarios en Anexo 13.9)

## 9. RECURSOS MATERIALES

La mayor parte de los recursos fueron solicitados por el departamento de servicios generales de la institución comenzando por sus instalaciones. Para ejecutar varios eventos como lo fue “The Click Night” y el campamento de dos días, se solicitaron la reserva de algunas instalaciones de la institución como: Auditorio del piso 8 del edificio Mayor para el preámbulo que se presentaba el 14 de septiembre antes del campamento, y el auditorio de la institución con 3 salas adicionales para dar soporte. Esto en cuestión de espacio tuvo una gran función ya que, sin contar con estas instalaciones, se hubiera tenido que planear los eventos fuera de la institución reservando espacios con gastos incluidos y sin la ayuda del personal de mantenimiento y limpieza.

Los materiales de la institución solicitados, también nos fueron de bastante ayuda ya que dentro del grupo no se contaban con estos como: infocus, ascensor, sillas en gran cantidad, backing institucional, etc. Estos materiales son esenciales para realizar el evento, por lo tanto, reservando una instalación vacía fuera de la institución, hubiera sido muy complicado a diferencia de tener los materiales ya dentro de la instalación y con personal de ayuda, por eso, la mayoría de los materiales que se usaron en ambos eventos fueron solicitados a la institución, incluyendo el kit de emprendedores.

Los materiales generados por parte del proyecto se destacaron más en impresiones a lonas, letras corpóreas, certificados y guiones, otros fueron productos de canje y servicios por parte de patrocinios y pocos fueron materiales de uso domésticos como cintas y marcadores. Mezclando los materiales por parte del proyecto y los de la institución mediante un cronograma de horarios del evento se logró realizar el

campamento de emprendimiento, a la vez siendo manejado por los miembros mediante un guión y por el uso de los equipos de la institución por parte también de los voluntarios. (Ver tabla de materiales en Anexo 13.10)

## **10. PRESUPUESTO**

La mayoría de la necesidad financiera del proyecto fue cubierta por auspiciantes mediante canjes que incluso participantes del evento también ofrecían para participar en el campamento, debido a que difícilmente se conseguía financiar el proyecto con auspicios que depositaran cierta cantidad que se les vendía en la carta de auspicios, pero nos ayudó bastante a ser recursivos y a trabajar con la cantidad con la que se contaba para cumplir los objetivos del proyecto. Normalmente estos temas se financian con un mínimo de \$10.000.00, pero en nuestro caso, pudimos financiarlo con una cantidad menor a la cuarta parte del valor mínimo mencionado, a excepción del pago del programador de la plataforma, al cual se le pago con dinero físico. Aun así, con la mayoría de canjes y recursos, sin necesidad de mucho capital se lograron muy buenos resultados para lo que realmente se esperaba.

Del tema relatado, aun así, se ha generado un cuadro de presupuesto solo de logística, de los servicios y tareas que se llevaron a cabo, del cual no se generó egresos financieros por parte del proyecto, pero llevan un valor al tomarlos como servicios externos y no prestados o por integración del proyecto o deber de la institución. (Ver tabla de presupuesto en Anexo 13.11)

## **11. REFLEXIÓN Y AUTOEVALUACIÓN**

He llegado a la conclusión que, para tener una iniciativa, nunca se debe desistir y siempre evolucionarla, sean los problemas que se presenten o los inconvenientes cuando más aún se trabaja en grupo.

El tema del proyecto fue algo complicado, pero tampoco imposible porque había muchas alternativas para lograr el objetivo del proyecto, por lo tanto, se logró realizar gran parte de las tareas del proyecto, ya que, no se iban a cumplir todas en su totalidad como tampoco iba a quedar todo a la perfección debido al tiempo y a muchos cambios realizados en último momento. La comunicación es un pequeño detalle que, si se la ignora, las consecuencias pueden ser muy graves, por lo tanto, este punto me ha enseñado que, dentro de una instancia laboral grupal en el campo profesional, por más fuerte que sea el caso o el problema con los miembros con los que se labora, uno debe de seguir portándose de forma parcial como si nada hubiera sucedido, ya que de involucrar emociones, pondría verse afectado el proyecto.

También aprendí que hay que insistir para lograr un objetivo, pero hacerlo de forma estratégica, vendiéndoles bien el material que queremos dar a conocer para obtener mejores gestiones y resultados para el proyecto. Muy pocos saben vender, pero de no tomar acciones, no se consigue nada a diferencia de no saber e intentarlo, lo cual trae sus recompensas.

Dependiendo del criterio de cada miembro, tuvimos una capacidad inmediata para cambiar cosas en el proyecto y tomar decisiones inmediatas que llevaban a realizar con mayor rapidez el evento. Pocos miembros tenían problemas al tomar decisiones en



su comisión o en sus gestiones y otros se ausentaban en el momento que la gestión ya debía de estar lista para que el proyecto tome funcionamiento, por lo tanto, uno de nosotros teníamos que llevar a cabo la operación del ausente tomando nuestras propias decisiones. Pocas veces se necesitó de la ayuda de nuestras asesoras.

Como toda persona activa en labor, me gusta que los problemas y tareas se solucionen, por lo tanto, mi capacidad para trabajar siempre ha sido rápida y concreta y en este grupo he demostrado bastante lo que puedo lograr profesionalmente, o sin tener el conocimiento y sin depender de mi campo profesional como lo es en producción audiovisual. En este caso, tuve que tomar acción en áreas que no conocía como relaciones públicas, planificación y logística. Me destaco por ser rápido para conseguir las cosas y para trabajar sin dejar nada para el siguiente día, por lo tanto, muchas de las cosas que el grupo necesitaba, yo las tenía en mis manos en ese mismo instante y me pasaba inmediatamente a realizar la siguiente operación o si era posible dos al mismo tiempo y antes del tiempo estimado de ejecución de alguna tarea.

Realmente debo decir que he logrado una experiencia muy grande en el ámbito laboral y trabajo en equipo bajo propia presión e intensidad, sabiendo que, si pocos le dan interés al tema, yo debo de tomar una decisión por ellos y conseguir lo que se necesita. Estas acciones y más cosas que no conocía del entorno y del tema en el que trata el proyecto me han hecho ganar bastante conocimiento en el campo profesional, y gracias a esto, realizar el campamento, razón por la que todo esfuerzo al final en el evento tubo su recompensa. De esta forma puedo decir que mi manera de operar las tareas fue intensa, lo cual llegué a conseguir lo que realmente se necesitaba en el tiempo que se requería. Mi gran esfuerzo por conseguir el producto de calidad que el proyecto necesitaba, fue directo al primer contacto sin tener alternativas.

Mi grupo a lo igual que yo tenemos bastantes contactos y en este caso, tuvimos dos miembros del grupo que ya trabajaron en ediciones anteriores, lo cual nos facilitaban un poco más la labor al momento de contactar a las mismas personas extranjeras para realizar sus actividades conferencistas en el campamento, por lo tanto, puedo decir que mis compañeros tuvieron contactos extranjeros de los que logramos traer para el funcionamiento del evento y quienes vinieron a brindar sus conocimientos, experiencia y cultura a los participantes o nuestro grupo objetivo.

Aparte de la cultura y forma de pensar de personas extranjeras, nosotros tuvimos un alto nivel de creatividad tanto en la parte visual como en la parte académica y de comunicación. Por ejemplo, uno de los integrantes de mi grupo tenía muy buenas ideas y conocimientos del tema del emprendimiento. Otros manejaban bastante creatividad en la parte visual que es la del diseño como en los videos que se producían, aparte de improvisar productos físicos e inmediatos a la hora que se requerían. (Ver producto improvisado en Anexo 13.12)

Finalmente, yo del cual me evaluó de forma alta debido que, sin tener conocimientos del tema, ya mezclaba ideas y las tenía a las manos rápidamente y también formulaba estrategias para realizar tareas con mayor rapidez, razón por la cual demostrábamos bastante originalidad en el grupo y por la misma razón que el mismo nombre del grupo es original al momento de cambiar la tradición de su leva según el año, por el número de su edición: The Click Tercera Edición.

## 12. BIBLIOGRAFIA

Bittán, M. (2016). *El emprendimiento empresarial obtenido de:*

<http://www.elmundo.com.ve/firmas/moises-bittan/el-emprendimiento-empresarial.aspx>

Cámara de comercio de España, (23 de febrero del 2017). *Guía de eventos para emprendedores 2017 obtenido de:* <https://www.camara.es/blog/creacion-de-empresas/guia-de-eventos-para-emprendedores-2017>

El Telégrafo, (21 de mayo del 2015). *El 32,6% de ecuatorianos son emprendedores obtenido de:* <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-326-de-ecuatorianos-son-emprendedores>

El Telégrafo, (8 de junio del 2016). *El emprendimiento ecuatoriano es 2.2 puntos superior al promedio en América Latina obtenido de:* <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-emprendimiento-ecuatoriano-es-2-2-superior-al-promedio-en-america-latina>

El Espectador, (11 septiembre del 2011). *Redacción Negocios, Emprendimiento internacional obtenido de:* <https://www.elespectador.com/noticias/economia/emprendimiento-internacional-articulo-298377>

Global Entrepreneurship Monitor, (2016). *GEM Ecuador 2016, Guayaquil: ESPAE-ESPOL. PDF en línea obtenido de:* <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/ReporteGEM2016.pdf>

Índice Global de Emprendimiento, (2017). *División de Información Estratégica obtenido de:* <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2016/12/%C3%8Dndice-Global-de-Emprendimiento-2017.pdf>

Iturbe, I. (21 de junio del 2016). *Por qué necesita la economía más emprendedores obtenido de:* <http://blogs.diariovasco.com/economia-global/2016/06/21/economia-emprendedores/>

Mora, J. (3 de febrero del 2015). *10 factores que influyen en el éxito del emprendedor. Obtenido de:* <https://www.stelorder.com/factores-influyen-en-el-exito-emprendedor/>

Quezada, J. (31 de octubre del 2015). *Impacto del emprendimiento en el crecimiento económico obtenido de:* <http://direccionestrategica.itam.mx/impacto-del-emprendimiento-en-el-crecimiento-economico/>

The Global Entrepreneurship and Development Institute, (2017). *Global Entrepreneurship Index obtenido de:* <https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/>

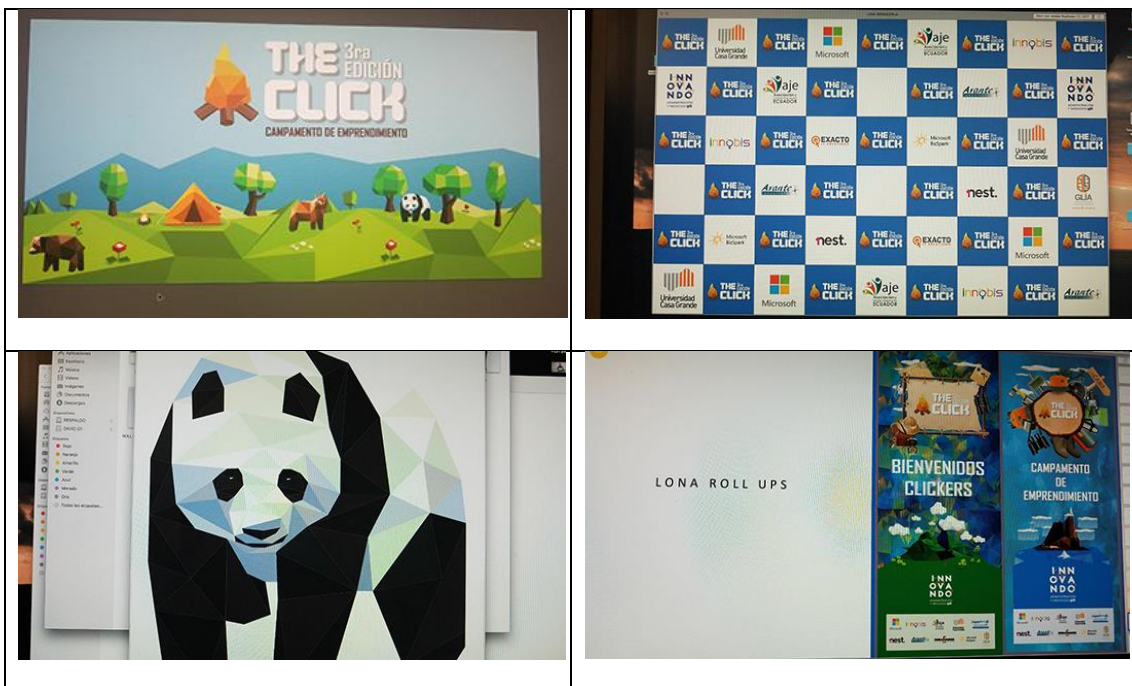
Zwilling, M. (27 de noviembre del 2013). *7 factores que afectan al emprendedor moderno* obtenido de: <https://www.entrepreneur.com/article/266493>

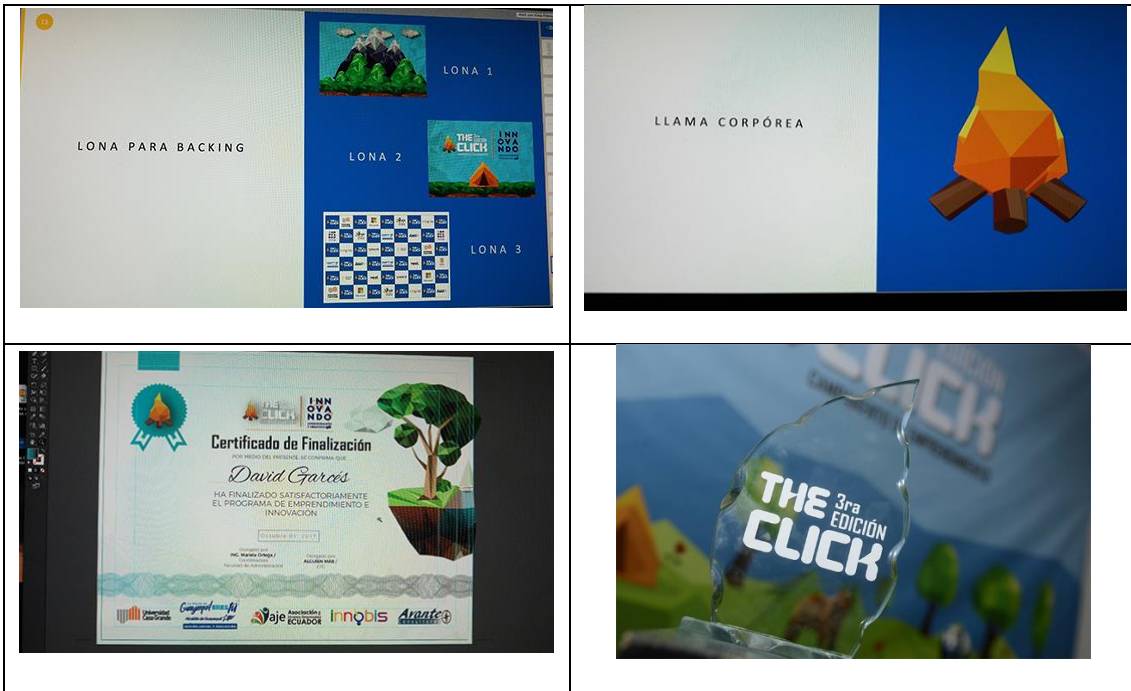
## 13. ANEXOS

### 13.1. Carta Gantt



### 13.2. Piezas gráficas





### 13.3. Publicaciones en redes



<p><b>THE CLICK</b> 3ra EDICIÓN CAMPAMENTO DE EMPRENDIMIENTO</p> <p><b>I NN O VA N DO</b> ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS</p> <p><b>PILARES DEL PROGRAMA</b></p> <p><b>PROPIEDAD INTELECTUAL</b> Brindar conocimientos de barreras (patentes) obteniéndolos de forma legal, para proteger sus modelos de negocios.</p> <p><b>INTELIGENCIA COMERCIAL</b> Mejorar la actividad comercial, pasando de la actividad empírica a operar de forma más estructurada, e identificar oportunidades que se presentan.</p> <p><b>ESTRATEGIA FINANCIERA</b> Mejorar la cantidad de working capital que tiene el emprendimiento y las decisiones más sólidas acerca de la línea de negocio de los mismos.</p> <p>01 02 03</p>	<p><b>THE CLICK</b> 3ra EDICIÓN CAMPAMENTO DE EMPRENDIMIENTO</p> <p><b>I NN O VA N DO</b> ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS</p> <p><b>RECOMENDACIONES</b></p> <p>Universidad Casa Grande</p> <p><b>Game of Thrones</b></p> <p>"Aprende a usar más las orejas y menos la boca, o tu reinado será más corto que mi estatura".</p> <p><b>Tyron Lannister.</b></p> <p>GAME OF THRONES</p> <p>info@theclick.com.ec WWW.THECLICK.COM.EC</p>
<p><b>THE CLICK</b> 3ra EDICIÓN CAMPAMENTO DE EMPRENDIMIENTO</p> <p><b>I NN O VA N DO</b> ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS</p> <p>Universidad Casa Grande</p> <p><b>Tendencias de negocios</b></p> <p>El comercio en internet está en crecimiento gracias a las <b>ofertas de envío, descuentos y programas de lealtad.</b></p> <p>info@theclick.com.ec WWW.THECLICK.COM.EC</p>	<p><b>THE CLICK</b> 3ra EDICIÓN CAMPAMENTO DE EMPRENDIMIENTO</p> <p><b>I NN O VA N DO</b> ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS</p> <p>Universidad Casa Grande</p> <p><b>¿QUÉ ES THE CLICK?</b></p> <p>Programa innovador que permite capacitar, dar retroalimentación de sus proyectos y acompañar a los emprendedores en sus asesorías personalizadas en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Herramientas Financieras.</li> <li>Herramientas Comerciales.</li> <li>Herramientas Legales.</li> </ul> <p>THE CLICK</p> <p>info@theclick.com.ec WWW.THECLICK.COM.EC</p>

### 13.4. Publicación en medios tradicionales

#### Radio I99





## Teleradio



## N Boga TV Telerama



## Radio TV Online



## Un campamento de innovación y emprendimiento, en la Casa Grande



Los mejores proyectos serán escogidos y se buscará financiarlos

Diario Expreso 26 Sep 2017 MTM

El 30 de septiembre y 1 de octubre se desarrollará el bootcamp The Click, Campamento de Emprendimiento e Innovación, que busca generar una comunidad de emprendedores para que potencien sus negocios de una manera sostenible. La cita será desde las 09:00 hasta las 18:00 en las instalaciones de la Universidad Casa Grande.

Esta tercera edición brindará un curso integral que facilitará las herramientas y conocimientos indispensables para generar modelos de negocios exitosos, basados en las dificultades y oportunidades que se presentan en el país.

El programa tiene cuatro etapas: capacitación, Business Model Canvas, Bootcamp con dinámicas disruptivas para poner a prueba los conocimientos adquiridos y finalmente el Networking, un espacio entre emprendedores y posibles inversores.

Vendrán expertos nacionales y extranjeros.

expreso  
DE  
GUAYAQUIL

## 13.5. Plataforma

[www.theclick.com.ec](http://www.theclick.com.ec)

info@theclick.com.ec

THE CLICK

INICIO • CURSOS ONLINE • BUSINESS MODEL CANVAS • CONTACTO

### CURSO ONLINE: ESTRATEGIA FINANCIERA

5 razones por las que fracasan tus emprendimientos. Por: Fernando E. Díez

# 5 RAZONES POR LAS QUE FRACASAN TUS EMPRENDIMIENTOS

CON FERNANDO DÍEZ

BiiLAB

PROCESO DEL CURSO

Videos

- 5 razones por las que fracasan los emprendimientos
- 7 formas de obtener financiamiento para tu negocio
- Cómo manejar tus finanzas
- Cómo lograr un emprendimiento exitoso con BPM
- Conoce los 3 términos indispensables para tus finanzas

SIGUIENTE VIDEO

REALIZAR QUIZ

info@theclick.com.ec

THE CLICK

INICIO • CURSOS ONLINE • BUSINESS MODEL CANVAS • CONTACTO

### ¡QUIERO REGISTRARME!

Usuario \*

Contraseña \*

Nombre \*

Sexo \*

Email \*

Nombre y descripción del emprendimiento \*

Repetir Contraseña \*

Apellido \*

Sector del emprendimiento \*

Teléfono

CREAR UNA CUENTA

BUSINESS MODEL CANVAS

Aprende a manejar la herramienta Business Model Canvas con Enrique Cueva

# APRENDE A MANEJAR EL BUSINESS MODEL CANVAS

CON ENRIQUE CUEVA

BIALAB



DEFINE TU BUSINESS MODEL CANVAS

Define tu Business Model Canvas y recibirá la retroalimentación de expertos en el mercado.



DESCARGAR

Después de haber completado todo tu Business Model Canvas, lo puedes enviar a: [info@biolab.com.es](mailto:info@biolab.com.es)

Fecha de entrega: del 10 al 17 de septiembre del 2017.

CURSOS ONLINE

Estrategia Financiera



Mejora la cantidad de working capital que tiene el emprendimiento y las decisiones más acertadas acorde a la línea de negocio de los negocios.

INICIAR CURSO

Inteligencia Comercial



Mejora la actividad comercial pasando de la actividad espontánea a operar de forma más estructurada, e identificar oportunidades que se presenten.

INICIAR CURSO

Propiedad Intelectual



Identificar los elementos de bienes (patentes), obras creativas de forma legal, para proteger sus modelos de negocios.

INICIAR CURSO



### OBJETIVO

Un espacio para que los emprendedores puedan identificar oportunidades para mejorar ventas, ser más eficientes en costos y buscar un financiamiento de forma estructurada.

### ETAPAS DEL PROGRAMA

#### 1ra etapa CAPACITACION

Capacitar a los emprendedores vía web.



### AUSPICIANTES Y AVALES



13.6. Sponsors



## 13.7. The Click Night

### Auspiciantes del evento



### Inicio a la charla con emprendedores









### Emprendedores comparten sus experiencias



Publicaciones en las redes de The Click Night

<p>14 DE SEPTIEMBRE</p> <p><b>THE CLICK</b> <i>Night</i></p> <p><b>DIEZ SECRETOS PARA EL ÉXITO</b></p> <p>TU GRAN MOMENTO PUEDE SER JUSTO AHORA. NO PIERDAS LA OPORTUNIDAD DE ENRIQUECER TU CONOCIMIENTO.</p> <p><b>EDIFICIO MAYOR</b> EX EDIFICIO MOVISTAR <b>19H00</b></p> <p>REGISTRATE EN NUESTRA PAGIAN WEB Y FORMA PARTE DE NUESTROS INVITADOS WWW.THECLICK.COM.EC</p>	<p><b>SPONSORS OFICIALES</b></p>  <p><b>EDIFICIO MAYOR</b> EX EDIFICIO MOVISTAR <b>19H00</b></p> <p>REGISTRATE EN NUESTRA PAGIAN WEB Y FORMA PARTE DE NUESTROS INVITADOS WWW.THECLICK.COM.EC</p>
<p>14 DE SEPTIEMBRE</p> <p><b>DIEZ SECRETOS PARA EL ÉXITO</b></p>  <p>ALBERTO VERA COMPARTIRÁ LA CLAVE DE ÉXITO QUE LO LLEVÓ A POSICIONAR SU EMPRENDIMIENTO.</p> <p><b>EDIFICIO MAYOR</b> EX EDIFICIO MOVISTAR <b>19H00</b></p> <p>REGISTRATE EN NUESTRA PAGIAN WEB Y FORMA PARTE DE NUESTROS INVITADOS WWW.THECLICK.COM.EC</p> <p><b>INN OVANDO</b> ASOCIACIÓN TECNOLÓGICA</p> <p><b>THE CLICK</b> <i>Night</i></p>	<p>14 DE SEPTIEMBRE</p> <p><b>DIEZ SECRETOS PARA EL ÉXITO</b></p>  <p>JAIME SANTILLAN COMPARTIRÁ LA CLAVE DE ÉXITO QUE LOS LLEVÓ A POSICIONAR SU EMPRENDIMIENTO.</p> <p><b>EDIFICIO MAYOR</b> EX EDIFICIO MOVISTAR <b>19H00</b></p> <p>REGISTRATE EN NUESTRA PAGIAN WEB Y FORMA PARTE DE NUESTROS INVITADOS WWW.THECLICK.COM.EC</p> <p><b>INN OVANDO</b> ASOCIACIÓN TECNOLÓGICA</p> <p><b>THE CLICK</b> <i>Night</i></p>
<p>14 DE SEPTIEMBRE</p> <p><b>DIEZ SECRETOS PARA EL ÉXITO</b></p>  <p>JONATHAN ESPINOZA COMPARTIRÁ LA CLAVE DE ÉXITO QUE LOS LLEVÓ A POSICIONAR SU EMPRENDIMIENTO.</p> <p><b>EDIFICIO MAYOR</b> EX EDIFICIO MOVISTAR <b>19H00</b></p> <p>REGISTRATE EN NUESTRA PAGIAN WEB Y FORMA PARTE DE NUESTROS INVITADOS WWW.THECLICK.COM.EC</p> <p><b>INN OVANDO</b> ASOCIACIÓN TECNOLÓGICA</p> <p><b>THE CLICK</b> <i>Night</i></p>	<p>14 DE SEPTIEMBRE</p> <p><b>DIEZ SECRETOS PARA EL ÉXITO</b></p>  <p>IGNACIO MOLLÁ COMPARTIRÁ LA CLAVE DE ÉXITO QUE LOS LLEVÓ A POSICIONAR SU EMPRESA.</p> <p><b>EDIFICIO MAYOR</b> EX EDIFICIO MOVISTAR <b>19H00</b></p> <p>REGISTRATE EN NUESTRA PAGIAN WEB Y FORMA PARTE DE NUESTROS INVITADOS WWW.THECLICK.COM.EC</p> <p><b>INN OVANDO</b> ASOCIACIÓN TECNOLÓGICA</p> <p><b>THE CLICK</b> <i>Night</i></p>

## 13.8. Bootcamp

### Espacios decorados del campamento



### Conferencia con Ernesto Noboa



## Ignacio Mollá con la dinámica de Team Building



## Mentores en Bussines Model Canvas



## Checkpoint con mentores





**Elevator Pitch con Rafael Igual**



## Conferencia con Boris Lascano



## Networking



## Entrevista a emprendedores





**Ganador del primer lugar con el mejor emprendimiento**





## Cronograma de actividades del campamento

Hora/Día	Sábado 30/09/17	Domingo 01/10/17
09:15 - 10:15	Bienvenida	Modelo de negocio: rentable y sostenible: Boris Lascano
10:15 - 11:00	TEAM BUILDING: Ignacio Molla	Manejo de la estructura financiera: Boris Lascano
11:00 - 11:15	<b>Coffee Break</b>	<b>Coffee Break</b>
11:15 - 12:00	Innovacion: Revolucion digital: Ernesto Noboa	Plan Financiero: Antonio Pazmiño
12:00 - 13:00	<b>Almuerzo</b>	<b>Almuerzo</b>
13:00 - 13:45	Fidelizacion de clientes: Ignacio Molla	"Propiedad Intelectual: Una ventaja o desventaja para emprender": Christel Gonzalez
13:45 - 14:30	Lean Strategy: Rafael Igual	Vender o registrar propiedad primero?: Christel Gonzalez
14:30 - 14:45		Proceso de registro de patente: Christel G
14:45-15:30	Checkpoint (con BMC)	<b>Coffee Break</b>
15:30 - 16:15	Sales and growth machine: Rafael Igual	Campañas de bajo presupuesto: Santiago Naranjo
16:15 - 16:30	<b>Coffee Break</b>	(PECHA KUCHA)
16:30 - 17:15	Presentaciones efectivas para inversores: Marielena Cerdad	<b>Clausura y Premiación</b>
17:15 - 18:00	ELEVATOR PITCH: Fernando Ruiz (10 min explicacion)	<b>Networking</b>

1	Modelo de negocio: rentable y sostenible	Boris Lascano
2	Plan financiero	Antonio Pazmiño
3	"Propiedad Intelectual: Una ventaja o desventaja para emprender"	Christel Gonzalez
4	Vender o registrar propiedad primero?	
5	Campañas de bajo presupuesto	Santiago Naranjo Folquez
6	Fidelizacion de clientes	Ignacio Molla
7	Lean Strategy	Rafael Igual
8	Sales and Growth machine	
9	Presentaciones efectivas para inversores	Marielena Cerdad

Talleres		
Taller 1:	Proceso de registro de patentes	
Taller 2:	Manejo de la estructura financiera mediante herramientas digitales	
Québre 1: Team Building		Ignacio Molla
Québre 2: Elevator Pitch		Fernando Ruiz
Romplimiento de esquemas: Innovacion		Ernesto Noboa

## 13.9. Conferencistas y voluntarios del proyecto

### Conferencistas

#### CONFERENCISTA

##### RAFAEL IGUAL

Experto en estrategia y modelos de negocios. CEO de SocialBizFactory Inc. Firma de consultoría especializada en transformación, definición, diseño planificación, despliegue y monitorización de estrategias digitales para negocios y organizaciones.



##### EOI ESCUELA DE NEGOCIOS.

Master en Dirección y Administración de Empresas.  
Fundador y CEO de d2i Institute Panama.  
Profesor de Universidad Interamericana de Panama  
Panamerican Business School, ENAE Business School  
Business Development Partner en Séntisis y Agile Sales & Marketing Institute.

#### TEMAS

Lean Strategy.  
Sales and Growth Machine.



#### CONFERENCISTA

##### ERNESTO NOBOA

##### TEMA

Revolución Digital.

##### PH.D. MANAGEMENT

IESE Business School - University of Navarra.  
Asesor de Innovación en Universidad Casa Grande.  
Profesor de Estrategia, Emprendimiento e Innovación en IDE Business School.  
MIT Sloan School of Management Boston, MA, USA.  
Master in Business Administration (MBA).

##### IGN. MECÁNICO DE LA UNIVERSIDAD DE DAYTON OHIO

Programa de Desing Thinking en  
Harvad Business School.  
Entrepreneurship Bootcamp en  
Babson College.  
Senior Partner en Lösning Business Solutions



## CONFERENCISTA

### MARIELENA CERTAD

Estratega creativa digital especialista en marketing de crecimiento. Con 10 años de experiencia internacional en el desarrollo y gestión de plataformas interactivas y gamification. Apasionada por la innovación y metodologías de trabajo ágiles. Lideró equipos de trabajo positivos y proactivos.

#### CREATIVE DIGITAL STRATEGIST & GROWTH MARKETER

MAESTRÍA: GAMIFICATION IEBS, Barcelona: 2016  
DIPLOMA: IDENTIDAD GRÁFICA IDC, Caracas: 2011 - 2013  
DIPLOMA: ANTROPOLOGÍA CULTURAL UCV, Caracas: 2009 - 2010  
LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA UCAB, Caracas: 2003 - 2008.



## TEMAS

Presentaciones efectivas para inversores y concursos de emprendimiento



## CONFERENCISTA

### IGNACIO MOLLÁ

Gerente General de AVANTE Consultores.  
Capacitador en Educación Continua de la Universidad Casa Grande.  
Coordinador de área del Colegio Internacional SEK Ecuador

#### MASTER EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING

MAESTRÍA: En Educación Universidad Complutense de Madrid  
MAESTRÍA: En Dirección Comercial y Marketing  
Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.



## TEMAS

Fidelización de clientes.  
Team Building.



## CONFERENCISTA

### BORIS LASCANO

CEO de Real Casa de Valores de Guayaquil.  
Gerente General de Del Banks.  
Experto en administración.  
Profesor Universitario en la Universidad Casa Grande.

#### MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION

Universidad Francisco de Vitoria  
Master en Business Administration



## TEMAS

Modelo de Negocio: Rentable y sostenible



## CONFERENCISTA

### SANTIAGO NARANJO

Fundador y CEO de Agencia RE.  
Creatividad Estratégica.  
Experto en Marketing  
**LIC. COMUNICACIÓN SOCIAL**  
Especialización en Redacción Creativa.  
Comunicación Estratégica.

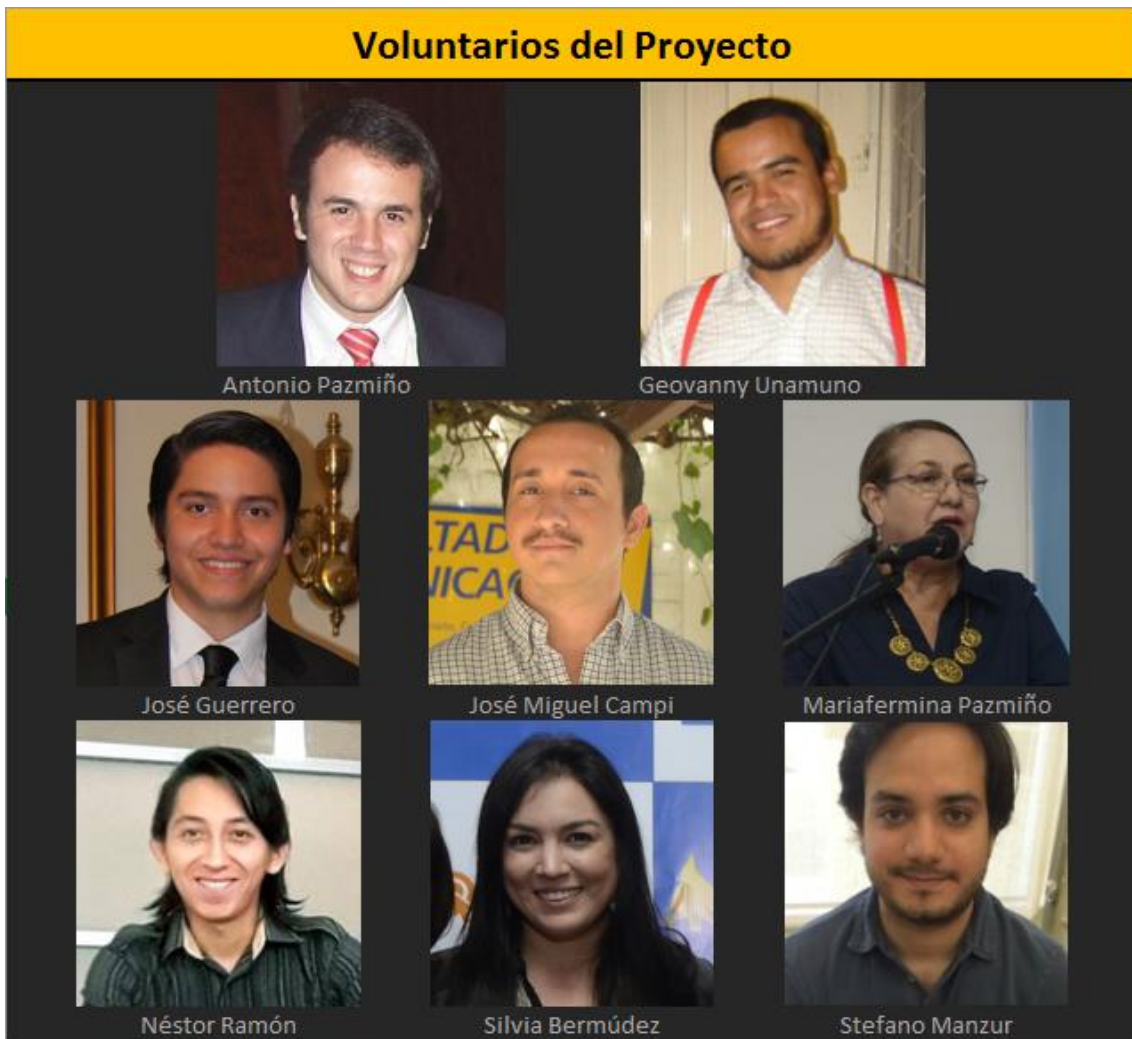


## TEMAS

Campañas de bajo presupuesto.



















## Voluntarios



## 13.10. Tabla de materiales

### Materiales Institucionales

 <p><b>Podio Institucional</b></p>	 <p><b>Logo 3D UCG</b></p>	 <p><b>Sillas</b></p>	 <p><b>Mesas</b></p>
 <p><b>Mesa de registro Led</b></p>	 <p><b>Césped sintético</b></p>	 <p><b>Infocus</b></p>	 <p><b>Laptops</b></p>
 <p><b>Maseteros</b></p>	 <p><b>Backing institucional</b></p>	 <p><b>Estructuras metálicas para lonas</b></p>	 <p><b>Biombos</b></p>
 <p><b>Cubos negros</b></p>	 <p><b>Micrófono</b></p>	 <p><b>Ascensor</b></p>	 <p><b>Rollup institucional</b></p>

## Espacios de la institución

Auditorio



Lobby del auditorio



Patio la muestra de qibres



Espacio afuera del departamento de finanzas para la ubicación del primer Rollup a días del campamento



## Materiales del proyecto



**Diplomas**



**Premio: Tablet Android por Ascomsa**



**Invitaciones**



**Lonas**



**Chalecos**



**Kit de emprendimiento UCG**



**Rollups**



**Letras corporeas**





### 13.12. Producto improvisado

Coctel sin alcohol por Carlos González, miembro del proyecto



# MIEMBROS DEL PROYECTO

**Asesoras del Proyecto**



Adriana Echeverría



Mariella Ortega

**Integrantes del Proyecto**



Carlos González



David Garcés



David Nader



Ericka Macías



Juan Xabier González



Renato Donggilio

