PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL

Universidad Casa Grande

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL

Sistematización de la experiencia de gestión del espacio y recursos idóneos utilizados para el desarrollo del programa The Click: Business Journey.

Para optar al grado de:

Ingeniería en Gestión y Negocios Internacionales

Elaborado por:

Erick Antonio Secaira Tolozano

Equipo de guías

Mariella Ortega

Adriana Echeverría

GUAYAQUIL, ECUADOR

31/10/2018

PROYECTOS
DE APLICACIÓN
PROFESIONAL

Universidad
Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Erick Antonio Secaira Tolozano, autor del trabajo de titulación "Sistematización de la experiencia de gestión del espacio y recursos idóneos utilizados para el desarrollo del programa The Click: Business Journey", certifico que el trabajo de titulación es una creación de mi autoría, por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas. Con lo cual, exonero a la Universidad Casa Grande de reclamos o acciones legales.

Erick Secaira T.

Erick Antonio Secaira Tolozano
0931820112

PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL

Universidad Casa Grande

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Erick Antonio Secaira Tolozano en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación "Sistematización de la experiencia de gestión del espacio y recursos idóneos utilizados para el desarrollo del programa The Click: Business Journey", de la modalidad Proyecto de Aplicación Profesional, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

Erick Secaira T.

Erick Antonio Secaira Tolozano
093182011

Abstract

The Click: Business Journey, es la 4ta edición de un proyecto de realización anual organizado por Universidad Casa Grande y ejecutado por sus Alumnos en proceso de Titulación; este programa nació de la evidencia de un vacío existente dentro del país, el cual denota la constante brecha de fracaso que tienen los emprendimiento posterior a los 42 meses de su creación. Dentro del país existen varios programas que ayudan a los emprendimientos nacionales; sin embargo, varios se enfocan a esquemas generales de aprendizajes o a herramientas que no son adaptables a todos los emprendimientos.

El proyecto en mención, está dirigido a emprendedores nuevos, que buscan fortalecer sus negocios, a fin de lograr ser sostenibles y sustentables a corto y largo plazo, por medio de la transmisión de conocimiento de conceptos claves, asesoría personalizada, herramientas de análisis, y el libro *The Click: Business Journey*, de esta manera pueden atravesar la brecha de cierre de negocios.

Como parte del desarrollo del proyecto se realizaron diferentes comisiones, las cuales fueron fundamentales para la ejecución del proyecto, dentro del presente documento se pretende resumir la gestión dentro de la comisión de logística tales como, creación de cronograma de planificación, búsqueda de locación, distribución de espacios, recolección de insumos, administración de protocolo, montaje, desmontaje, evaluación de satisfacción, y demás actividades realizadas durante las diferentes etapas del proyecto; además, buscar dar a conocer la aproximación crítica de la experiencia adquirida y aprendizajes generados por parte del proyecto.

Palabras Claves

Emprendimiento, Business, Logística, The Click, recursos.

Índice

Abstract **4**

Contexto de la experiencia **9**

Antecedentes **9**

Justificación **14**

Declaración de propósito **15**

The Click: Business Journey **15**

Descripción del proyecto 15

Grupo objetivo 16

Objetivos de proyecto 16

Objetivos específicos 16

Objetivos específicos 16

Aporte a la sociedad 17

Actores Involucrados 18

Actividades del programa 21

Financiamiento y Presupuesto 23

Sistematización de la Experiencia **24**

Objetivo General **24**

Objetivos Específicos **24**

Reconstrucción histórica de la experiencia **25**

Desarrollo del Proyecto **25**

Fases del proyecto 25

Pre-evento 25

Actividades Realizadas 25

Cronograma de Planificación 25

Activación 26

Visita a espacios de co-working 27

Definición de Espacios 27

Locación 28

Distribución de Espacios 30

Recolección de Insumos 34

Protocolo 35

Evento 36
Actividades realizadas 36
Montaje 36
Cronograma logístico 36
Registro de invitados 37
Conferencistas 37
Asesores 38
Alimentación 39
Post-evento 40
Actividades realizadas 40
Cuestionario de Satisfacción 40
Desmontaje 40
Evaluación 41
Resultados de la evaluación de satisfacción 41
Premiación 43
Actividades realizadas 43
Convocatoria 43
Cronograma de actividades 43
Selección de locación y distribución de espacios 44
Montaje y Desmontaje 45
Entrega de premios 45
Distribución 47
Actividades realizadas 47
Contacto con instituciones 47
Guayaquil Emprende 47
Co-working Innobis 47
Actores Involucrados 48
Aproximación critica de la experiencia 50
Análisis e interpretación crítica de la experiencia 50
Aprendizajes Generados 52
Autoevaluación 55
Bibliografía 57
Anexos 60

Tabla de contenido Figuras.

Figura 1. Distribución Salón Principal.....30
Figura 2. Distribución actividad de inauguración.....31
Figura 3. Distribución asesorías.....32
Figura 4. Distribución terraza 33
Figura 5. Distribución comedor 33
Figura 6. Distribución del espacio para el evento de Premiación.....44
Figura 7. Plano Aéreo de dimensiones de Activación en UCG. 62
Figura 8. Resultados de organización y planificación general del evento 83
Figura 9. Resultado de Facilidad del desplazamiento.....83
Figura 10. Resultado de calidad y comodidad de instalaciones.....83
Figura 11. Resultados de utilidad de materiales entregados 84
Figura 12. Resultados de atención a asistentes 84
Figura 13. Resultado de asignación de mesas.....84
Figura 14. Resultado de calidad en el manejo de mesas.....85

Índice de Tablas.

Tabla 1. Organizadores 18
Tabla 2. Actividades día 08/09/2018 21
Tabla 3. Actividades día 09/09/2018 22
Tabla 4. Presupuesto 23
Tabla 5. Actores claves de locación 48
Tabla 6. Participantes 61
Tabla 7. Insumos utilizados en Activación UCG 62
Tabla 8. Insumos utilizados 63
Tabla 9. Cronograma de Actividades 77
Tabla 10. Actividades del evento. Desglosado, Día 1 78
Tabla 11. Actividades del evento. Desglosado, Día 2 79
Tabla 12. Auspicios 82

Contexto de la experiencia

Antecedentes

El termino *emprender* ha sido incorporado en el diario de muchas sociedades dentro de los últimos años. Una comunidad trabajadora con el fin único de independizarse y formar raíces para la generación de ingresos propios.

Cuando se menciona la palabra emprendimiento, se hace referencia a la actitud propia del ser humano de que mediante un esfuerzo adicional a través de creatividad, perseverancia, capacidad para asumir riesgos, y una actitud mental positiva sobrepasan los límites por alcanzar la meta u objetivo de implementar un proyecto o crear una nueva empresa, y de esta manera poder ofrecer productos innovadores, con valor agregado o agente distintivo. (EkosNegocios, 2015)

Según, Michael Gerber *"Un emprendedor ve oportunidades allá donde otros solo ven problemas"*. La mayor importancia del emprendimiento, es el hecho de identificar y desarrollar las capacidades de los negocios.

En los países occidentales, el espíritu emprendedor se considera como un tipo especial de gestión, basado en la búsqueda de nuevas posibilidades de producción de bienes y servicios a través de la innovación y la capacidad de atraer recursos de una variedad de fuentes, mientras se desarrollan nuevos mercados. (Banco Mundial, 2012)

Pese a la evidente crisis económica a la que Ecuador está sujeta, los ciudadanos del país se han perfilado hacia los emprendimientos, con el fin de identificar diversas oportunidades de negocios para poder incrementar su capital diario y mejorar su calidad de vida frente a las condiciones del país.

Según referencias expuestas en el Censo Nacional Económico de 2010, se observa que, alrededor del 99% de establecimientos empresariales nacieron bajo la categoría de *actividad microempresarial* o emprendimiento, denotando el alto índice y potencial en materia de emprendimiento dentro del país. (EkosNegocios, 2015)

En 2017, el Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) para Ecuador fue de 29.6%, la TEA más alta de la región por sexto año consecutivo, seguido por Perú y Chile; pese a que esta tasa ha decrecido gradualmente más de 6 puntos porcentuales desde el 2013, la cual fue del 36%, Ecuador sigue siendo el país con la TEA más alta en la región, y el segundo entre los 66 países participantes. (Lasio *et al.*, 2014) (Lasio *et al*., 2017) (Lasio *et al*., 2018)

Estudios realizados por *Global Enterpreneurship Monitor* (GEM) determinan que, los emprendimientos ecuatorianos incluidos en la TEA mantienen una brecha existente, la cual se evidencia en su afección una vez cursado sus 42 meses de operación; En comparación al año anterior, se evidencia que la falta de rentabilidad y problemas de financiamiento continúan siendo importantes determinantes para el cierre de los negocios; Esto sigue poniendo en evidencia la carencia de programas e instrumentos adecuados para la resolución a temas específicos entre los emprendedores, tanto en fase temprana como para los negocios establecidos. (Lasio *et al*., 2018)

A nivel mundial existen varias instituciones y programas que buscan dar soporte a emprendimientos alrededor del mundo, desde su consolidación hasta su gestión. El Instituto Europeo de Innovación y Tecnología, cuenta con el programa *Young Leaders*, un programa

de capacitación en innovación y emprendimiento que lleva a la creación de nuevas ideas, soluciones y recomendaciones; mientras combina un esquema de mentoría específico. Tiene su enfoque hacia expertos, representantes empresariales y responsables políticos, (EIT, 2014)

El Instituto de las Naciones Unidas para la Formación e Investigación, UNITAR por sus siglas en inglés, gestiona diversos programas de capacitación para emprendimientos. Estos programas tienen lugar en Hiroshima-Japón y su principal objetivo es equipar a sus participantes con habilidades clave para que puedan transformar ideas en acciones, y de esta manera ayudar a fomentar sus negocios en organizaciones de clase mundial. (UNITAR, 2016)

MIT Innovation & Entrepreneurship Bootcamp, es otro programa que colabora con emprendedores a nivel mundial, este programa es un acelerador y programa de aprendizaje para estudiantes universitarios, que tiene como fin, poner en práctica habilidades de liderazgo y principios de innovación. (MIT, 2018)

Dentro del Ecuador, concurren diversos programas que tienen como principal objetivo desarrollar y fortalecer la cultura emprendedora dentro del país, y de esta manera evitar que los emprendedores entren a la brecha de fracaso existente.

Los Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE), son establecimientos que suman más a 60 con ubicaciones en todas las regiones a nivel nacional, brindan capacitaciones y asesoramiento técnico a los ciudadanos, con el fin de generar

generar destrezas y habilidades productivas en sus beneficiarios, además de apoyar al desarrollo de nuevos emprendimientos. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2017).

De la misma forma, *Emprendefe*, es un programa de Fundación CRISFE que busca impulsar emprendimientos a través de capacitación, apoyo financiero y acompañamiento, convocatorias anuales, donde se evalúa al emprendedor líder del proyecto durante las diferentes etapas de programa (inscripción, taller de compromiso, taller de facilitación y evaluación) y el potencial del proyecto. En el 2014 se abrieron cinco convocatorias periódicas y cinco convocatorias especiales, donde se asesoró y se capacitó a 195 emprendedores; de los cuales 26 recibieron apoyo financiero. (CRISFE, 2014)

Por su parte, la Alcaldía de Guayaquil inauguró el trece de noviembre del 2017 el Centro de Emprendimiento e Innovación *"Guayaquil Emprende"*, espacio creado para impulsar el desarrollo de emprendedores de la ciudad, a través de Programas de formación de emprendedores, mentorías especializadas, workshops focalizados, etc. (Alcaldía de Guayaquil, 2018).

Como alternativa para emprendedores de poder superar a la evidente brecha de fracaso que viven cada años los emprendimientos del país, Universidad Casa Grande creó el proyecto *The Click*, el cual se ejecuta de manera anual en conjunto con alumnos en proceso de titulación de la institución. El proyecto en mención, está dirigido a emprendedores nuevos, que buscan fortalecer sus emprendimiento para lograr ser sostenibles y sustentables a largo plazo, a través de la transmisión de conocimiento de conceptos claves, asesoría personalizada.

The Click, ha tenido tres ediciones que han sido enfocadas con diferentes perspectivas a lo largo de su creación; *The Click* 2015, inició como *"The Click Campamento de Emprendimiento"*, fue un programa innovador que permitía a los emprendedores validar su idea de negocio, desde el punto de vista financiero y de mercado, de tal manera que el emprendimiento sea sostenible a largo plazo. (Hidrovo *et al.*, 2015); *The Click* 2016, fue denominado como *"The Click Campamento de InnovAcción"*, un programa innovador que permitía acompañar a los emprendimientos nuevos, por medio de asesoría personalizada en temas vinculados a la resolución de problemas generados en entornos complejos y/o cambiantes, con el fin transformarlos en emprendimientos establecidos. (Rosado *et al.*, 2016); La tercera edición de The Click en el año 2017, mantuvo el esquema de la primera edición, *"The Click Campamento de Emprendimiento"*, la cual tuvo como objetivo capacitar, retroalimentar, acompañar y conectar, a los emprendedores de la ciudad de Guayaquil, para logran una optima adaptación al mercado nacional. (Nader A., 2017)

Debido al éxito que tuvo *The Click* en sus dos primeras ediciones, se creó *The Click Challenge*, con el fin de segmentar al grupo objetivo, enfocándolo a una competencia a nivel intercolegial de innovación; esta iniciativa tiene como principal objetivo posicionar a la innovación, como un estilo de vida en los jóvenes estudiantes de bachillerato de la ciudad de Guayaquil. (Moreira García, 2017)

Justificación

En 2017, según estudio del GEM, las principales razones de descontinuación por cierre o por abandono que enfrentan los emprendedores ecuatorianos, son temas de financiamiento y la falta de rentabilidad, seguidos de la migración a otra oportunidad de negocio y razones personales (Lasio *et al*., 2018).

Esto denota la escasez de programas e instrumentos dirigido a la resolución a temas específicos en las principales necesidades y falencias de los emprendimientos; Los programas de formación emprendedora aplicados a asignaturas concretas, buscan construir en los ciudadanos las motivaciones y aptitudes requeridas para impulsar sus negocios y desarrollar un entorno económico y competitivo, son los emprendedores quienes crean fuentes de empleo e introducen innovaciones al mercado, razón por la cual se debe de impartir herramientas para su formación (Mendez, 2010).

Declaración de propósito

Brindar herramientas a los nuevos emprendedores guayaquileños para transformar sus negocios en modelos de éxito mediante un programa pedagógico innovador que genere sostenibilidad a corto y largo plazo.

The Click: Business Journey

Descripción del proyecto

Dentro de la 4ta edición de The Click, se realizó una investigación que determinó las principales falencias de los emprendimiento de la ciudad, las cuales fueron categorizadas en 4 asignaturas de conocimientos, ventas, comunicación, finanzas y legal; Estas categorías fueron el pilar fundamental para el desarrollo del programa pedagógico innovador *The Click: Business Journey*, el cual buscó potenciar a los emprendimientos, mediante el aporte de transmisión de conocimiento esencial, herramientas de análisis y asesoramiento personalizado dentro de las diferentes asignaturas, que sus participantes analicen diferentes áreas dentro de sus negocios, descubran sus dificultades y propongan soluciones estratégicas.

Con el propósito de generar un valor agregado dentro de esta edición, se decidió crear un libro, el cual fue denominado a raíz del nombre del proyecto. Este libro nació como una herramienta de acompañamiento para una solución progresiva y a largo plazo para los emprendedores, debido a que se incluyen diferentes asignaturas fundamentales, así como datos pertinentes ajustados a las necesidades de los negocios actuales; además contiene un modelo de análisis, denominado *The Click Model Canvas*, el cual tiene como propósito crear una visión panorámica del estado de su negocio, detectar sus problemas claves y definir estrategias para solucionarlas, con el fin de plantear objetivos claros y alcanzables, generando incremento en su sustentabilidad, rentabilidad e innovación interna. Asimismo incluye una sección de ideas para generación de pensamientos productivos para el emprendimiento.

Grupo objetivo

El grupo objetivo escogido fueron los denominados *"Emprendedores nuevos",* los cuales se fraccionan en negocios con un tiempo de vida entre 1 y 3 años.

Objetivos de proyecto

Objetivos específicos

- Fortalecer a los emprendimientos guayaquileños para ser sostenibles y sustentables a corto y largo plazo, a través de una programa pedagógico innovador durante del periodo septiembre 2018.

Objetivos específicos

- Diseñar un programa académico que brinde las herramientas necesarias para el fortalecimiento de los emprendedores nuevos participantes en *The Click: Business Journey*.
- Crear una estrategia de comunicación visual y esquematizar la marca de bajo el concepto de *The Click: Business Journey*.
- Generar reconocimiento de la marca *The Click: Business Journey*, mediante una estrategia de posicionamiento.
- Definir un plan de financiamiento eficaz, para el desarrollo de *The Click: Business Journey*.
- Proporcionar el espacio y recursos logísticos idóneos para el desarrollo de *The Click: Business Journey*.

Aporte a la sociedad

The Click: Business Journey, brinda a la sociedad la transmisión de conocimiento y conceptos claves para fortalecer los emprendimientos nuevos de la ciudad, además de las herramientas necesarias para que analicen sus negocios dentro de puntos clave; de esta manera puedan plantearse objetivos a largo plazo y formen alianzas estratégicas, con el fin de impulsar la economía y así, crear puestos de trabajo dentro del país.

Actores Involucrados

Para la ejecución del programa, se contó con la presencia de diferentes actores que permitieron el correcto desarrollo de *The Click: Business Journey*. Como principales actores están los alumnos en proceso de titulación, los cuales desempeñaron diferentes tareas en relación a la comisión asignada, se detallada en la tabla uno.

Tabla 1. Organizadores

Nombre	Carrera	Área de responsabilidad
Guillermo Baquerizo	Comunicación Social con mención en redacción y creatividad estratégica.	Comisión de Comunicación
Ericka Borja	Gestión y Negocios Internacionales	Comisión de Contenido Académico
Gary Leiva	Gestión y Negocios Internacionales	Comisión de Auspicios-Financiero
Daniel Park	Diseño gráfico y comunicación visual	Comisión de Artes visuales
Erick Secaira	Gestión y Negocios Internacionales	Comisión de Protocolo-Logística

Fuente: Tabla de elaboración propia.

Debido al grado de actividades dentro de la ejecución del evento, hubo la necesidad de crear un equipo de protocolo, el cual fue conformado por alumnos de la Universidad Casa Grande.

El programa estaba enfocado en 4 categorías de conocimientos fundamentales para el fortalecimiento de los emprendimientos, dentro de cada categoría existía un espacio de conferencias, el cual fue dictado por diferentes expertos en las materias mencionadas. Los conferencistas fueron seleccionados de acuerdo a sus capacidades y habilidades dentro de las asignaturas mencionadas. Los conferencistas fueron Angelo Baquerizo (módulo de

comunicación), Boris Lascano (módulo de finanzas), Paula Romero (módulo legal), Juan Carlos Lima (módulo de ventas y *e-commerce*), Geovagi Flores (Panorama del emprendimiento en Guayaquil), Eduardo Vera (Testimonio de emprendimiento) y Alejandro Varas (Testimonio de emprendimiento).

Adicional, dentro del programa existió un espacio de asesoramiento, con el fin de dar retroalimentación a los emprendimiento participantes en base a la actualidad de los emprendimientos, además de preguntas puntuales dentro de cada asignatura; por lo cual se convocaron a diversos invitados especiales, que cumplían el rol de "asesores", estos fueron seleccionados según su perfil profesional y asignatura. Los asesores dentro de la asignatura Finanzas fueron Nestor Pezo, Carlos Reyes, Eduardo Vera, Javier Cornejo, Guillermo Vizcaino y Vladimir Sagnay; en Marco Legal Paula Romero, Maritza Ojeda, Paulette Rodríguez, Javier Coronel, Xavier Maldonado y Cesar Grunauer; dentro de Ventas estuvieron Miguel Ángel Falconí, Eduardo Vera, José Arturo Maldonado, María Segarra, Néstor Vásquez, Mariella Ortega, Adriana Echeverría y Juan Carlos Lima; Finalmente dentro del área de Comunicación se contó con el apoyo de José Luis Estrada, Daniel Chávez, Giancarlo Faidutti, Adriana Echeverría, Guillermo Baquerizo, Nicole Schneewind y Angelo Baquerizo.

The Click: Business Journey, contó con diversos avales institucionales y asociaciones que respaldaban el contenido y las diferentes actividades que se realizaran dentro del programa; las entidades a mencionar, dedican sus actividades a promover y dar soporte a los emprendimientos de la ciudad. Dentro de los avales están Universidad Casa Grande, INNOBIS, Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE), Dirección de Acción Social y Educación (DASE), y Centro de Emprendimiento e Innovación Guayaquil Emprende.

Para la convocatoria de emprendimientos, se realizó una campaña de reclutamiento vía redes sociales, programas televisivos y radiales, además de *mailings*, visitas a *co-workings*, y centro de *call center*; los emprendimientos interesados pasaban por un breve filtro, el cual determinaba su participación en el programa. Posterior al proceso, fueron inscritos 34 emprendimientos, de diversas industrias tales como alimenticia, tecnológica, de servicios, manufactura, etc. Dentro de la tabla 10 en anexos, se encuentran los nombres de los asistentes.

Actividades del programa

El programa *The Click: Business Journey*, fue realizado en 2 días, con el fin de que los conocimientos impartidos sean adquiridos de manera correcta, y no se perciba de manera abrumante por parte de los participantes. Dentro de ambos días del evento, se inició con una actividad de inauguración, seguido de las diferentes conferencias y testimonios, así como espacios de asesoría personalizada con los emprendimientos, según la categoría de conocimiento dictada; además, se aperturó un espacio de *networking* para la coexistencia de los emprendedores, el cual fue el cierre de cada uno de los días del evento. Dentro de las tablas dos y tres, se detallan las actividades ejecutadas en el evento, con su respectiva locación y tiempo de ejecución, con el fin de llevar una correcta ejecución.

Tabla 2. Actividades día 08/09/2018

DÍA 1 – 08/09/2018			
Hora	**Tiempo**	**Actividad**	**Lugar de la Actividad**
09:00	00:15:00	Inicio- tiempo de espera	Recepción Edificio Mayor
09:15	00:30:00	Actividad de inauguración (Espacio de iniciación)	Sala #2, Piso #7
09:45	00:15:00	Bienvenida/ Video	
10:00	00:30:00	Exposición Guayaquil Emprende	
10:30	00:15:00	Explicación del libro	Sala #1, Piso #8
10:45	00:05:00	Introducción al capítulo de Finanzas-Legal	
10:50	00:50:00	Charla de Finanzas	
11:40	**00:20:00**	**BREAK**	**Hall Piso #8**
12:00	00:30:00	Testimonios (fracaso- éxito)	
12:30	00:50:00	Explicación de Modelo Canvas y Completar	Sala #1, Piso #8
13:20	00:30:00	Charla de Legal	
13:50	**01:00:00**	**BREAK**	**Sala #2, Piso #7**
14:50	01:00:00	Asesoría con el emprendedor	Sala #1, Piso #7
15:50	00:05:00	Introducción al capítulo de Comunicación	Sala #1, Piso #8
15:55	01:15:00	Charla de Comunicación	
17:10	01:30:00	Asesoría con el emprendedor	Sala #1, Piso #7
18:40	**01:00:00**	**Networking**	**Rooftop**
19:40	**00:00:00**	**Finalización primer día**	**Rooftop**

Fuente: Tabla de elaboración propia.

Tabla 3. Actividades día 09/09/2018

DÍA 2 - 09/09/2018			
Hora	**Tiempo**	**Actividad**	**Lugar de la Actividad**
09:00	00:15:00	Inicio- tiempo de espera	Recepción Edificio Mayor
09:15	00:35:00	Actividad Team-Building	Sala #2, Piso #7
09:50	00:15:00	Testimonios (fracaso- éxito)	
10:05	00:05:00	Introducción al capítulo de Ventas	Sala #1, Piso #8
10:10	00:45:00	Charla de Ventas	
10:55	**00:20:00**	**BREAK**	Hall Piso #8
11:15	01:30:00	Asesoría con el emprendedor	Sala #1, Piso #7
12:45	00:40:00	Aplicación de Modelo Canvas	Sala #1, Piso #8
13:25	00:30:00	Comienzo del Journey personal	
13:55	**01:00:00**	**Networking**	**Rooftop**
14:55	**00:00:00**	**FINALIZACIÓN DEL EVENTO**	**Rooftop**

Fuente: Tabla de elaboración propia.

Financiamiento y Presupuesto

Para la ejecución del programa, se realizó un presupuesto, el cual fue dividido en relación a los rubros necesitados para la ejecución de *The Click: Business Journey* tales como impresiones, publicidad, alimentación, decoración, ceremonia de premiación, ect., los cuales suman un total de $4,045.00. Dentro de la tabla cuatro, se desglosan los valores por división y subdivisión de rubros.

Tabla 4. Presupuesto

Presupuesto The Click	
Impresiones	**$2,622.00**
Impresión de libro	$2,092.00
Impresión de lona	$134.55
Impresión de gafetes	$80.00
Impresión de roll ups	$88.00
Impresión de certificados	$76.00
Impresión de stickers	$38.00
Impresión de encuestas	$17.00
Impresión de lona templada	$72.45
Impresión de cronograma invitados	$24.00
Espacio networking	**$100.00**
Personal de servicio general	**$170.00**
Decoración rooftop	**$128.00**
Arreglos florales	$28.00
Cesped sintético	$100.00
*Pallets	$-
Premiación *"The Click"*	**$125.00**
Trofeo	$45.00
Comida	$30.00
Bebida	$50.00
***Premios	$-
Publicidad	**$200.00**
Pauta facebook	$200.00
**Mailing	$-
**Radios	$-
**Televisión	$-
Alimentación	**$700.00**
***Material didáctico**	**$-**
Total	**$4,045.00**

Fuente: Tabla de elaboración propia.

Sistematización de la Experiencia

Objetivo General

- Presentar la gestión del espacio y recursos idóneos utilizados para el desarrollo de *The Click: Business Journey*.

Objetivos Específicos

- Detallar las etapas del programa *The Click: Business Journey*.
- Mostrar la gestión del espacio y recursos utilizados en *The Click: Business Journey*.
- Presentar los aprendizajes y experiencias generados durante *The Click: Business Journey*.

Reconstrucción histórica de la experiencia

Desarrollo del Proyecto

Fases del proyecto

The Click: Business Journey, contó con cinco etapas durante su ejecución, las cuales fueron definidas como pre-evento, evento, post-evento, premiación y distribución del libro, las cuales contribuyeron en la decisión de las actividades a desarrollar, los métodos de ejecución, la medición y control, así como la determinación de los recursos e insumos necesarios para el desarrollo y cumplimiento de los objetivos planteados.

Pre-evento

Dentro de esta etapa se definieron los objetivos del proyecto, beneficiarios, tipo de evento que se quería realizar, así como, lugar y fecha, lista de invitados, elaboración de presupuesto, agenda del evento, contratación de proveedores, promoción y comercialización del evento.

Actividades Realizadas

Cronograma de Planificación

A nivel de planificación logística, se elaboró un cronograma de actividades, con el fin de asignar responsables para el cumplimiento de cada una de las diligencias estipuladas entre los miembros del proyecto dentro de un tiempo establecido, con el fin de generar productividad y efectividad dentro del grupo. Para la definición de los rubros, fechas y tiempos descritos en el cronograma, y su respectivo cumplimiento se realizaron diversas reuniones semanales, para poder determinar la correcta ejecución o posibles soluciones a limitantes durante el desarrollo de actividades puntuales. El desglose de actividades se puede observar en la tabla nueve dentro de anexos 6.6.

Activación

Como parte de la estrategia de promoción del proyecto, se realizó una activación de marca en Universidad Casa Grande (UCG), con el fin de presentar ante sus alumnos, la nueva conceptualización *The Click: Business Journey*, de esta manera se presentarían las actividades a realizar durante el programa, los beneficios y contribuciones que tendrían los emprendimientos, a través de la asistencia al evento; además se planearon dinámicas, que tenían como objetivos a traer a los diferentes alumnos de UCG a participar en el sorteo de diferentes artículos marca UCG, así como una entrada al evento *The Click: Business Journey* y descuentos por pertenecer a la institución. La activación se realizó el 30 de agosto del 2018, en un horario de 18H30 a 21H00.

El acceso para las instalaciones en las fechas establecidas se consiguió por medio de una solicitud de permiso vía correo electrónico a Servicios Generales de UCG, los cuales aprobaron para proceder actividad. La distribución del espacio, se realizó a fin de brindar la exposición necesaria para ser percibidos en la zona de más tránsito de la institución (ver figura siete en anexos 6.2); En cuanto a los insumos utilizados, se realizó un rubro dentro de presupuesto del evento correspondientes a diversos artículos necesitados a lo largo del proyecto, entre los necesitados estaban Pallets, Roll ups, Volantes, Lonas, Cupones para sorteo, Pecera y Refrigerios. Dentro de la tabla siete, se detallan las cantidades y procedencia de cada insumo utilizado durante la activación en UCG.

Como resultado de la dinámica de sorteo durante la activación, se obtuvo a un emprendimiento ganador, el cual fue contactado posteriormente para su respectiva asistencia al evento, vía telefónica por parte de los miembros organizadores. El pase incluía la asistencia de dos personas.

Visita a espacios de co-working

Como método adicional a la promoción del evento, se realizaron diversas visitas a establecimientos de *co-working* dentro de la ciudad, con el fin de explicar el evento de la 4ta edición de *The Click*, sus beneficios y aporte a la comunidad emprendedora. Esta actividad se realizó mediante al contacto previo de los establecimientos, vía correo electrónico y fueron visitados por Guillermo Baquerizo miembro organizador del proyecto y responsable de la comisión de comunicación. Entre los establecimientos visitados están *Plataforma*, *Workshop*, *Invernadero*, y *Panal*.

Definición de Espacios

Para la definición del espacio, se analizaron una serie de variables consideradas necesarias para el cumplimiento del programa, actividades a realizar el día del evento (referencias en tabla dos y tres en pp. 21-22), así como la capacidad de personas que se estimaba que asistieran al evento.

Por lo cual, daba un total de cinco salones requeridos para la ejecución del evento, entre los cuales estaban salón de actividad inauguración, salón principal, comedor, salón de asesoramiento y espacio de *networking*.

Locación

Con el objetivo de encontrar el lugar idóneo para la realización del evento, se realizó una búsqueda de locaciones, la cual consiste en una visita organizada para conocer a fondo las características del lugar, dónde se realizará el evento y cómo será la logística dentro del espacio (Massivo, 2018). Se consideraron las facilidades y condiciones tanto para invitados, como para proveedores, de esta manera se pudieron optimizar recursos y diseñar una propuesta de adecuación acorde a lo requerido para el evento.

Tres locaciones fueron visitadas, de las cuales dos no cumplían con el espacio físico para el desarrollo del evento, y disponibilidad en la fecha dispuesta para el evento. La primera locación fue el *Palacio de Cristal de Guayaquil*, la infraestructura de este esta locación no era la óptima para las actividades a realizar, debido a que dentro del evento *The Click* se impartirían conferencias y la estructura física de esta locación no era la apropiada, debido a que limitaba la visibilidad para los asistentes. El segundo lugar fue *Radisson Hotel Guayaquil*, esta locación no tenía acceso a las fecha estipuladas para la realización del evento, sin embargo, las divisiones físicas de esta locación, se adaptaban perfectamente a lo necesitado para la realización de actividades. La tercera opción fue el Edificio Mayor de Universidad Casa Grande, esta locación contaba con la infraestructura adecuada para la realización de las actividades establecidas para el evento; además, se contaba con disponibilidad en las fechas establecidas para el desarrollo del evento.

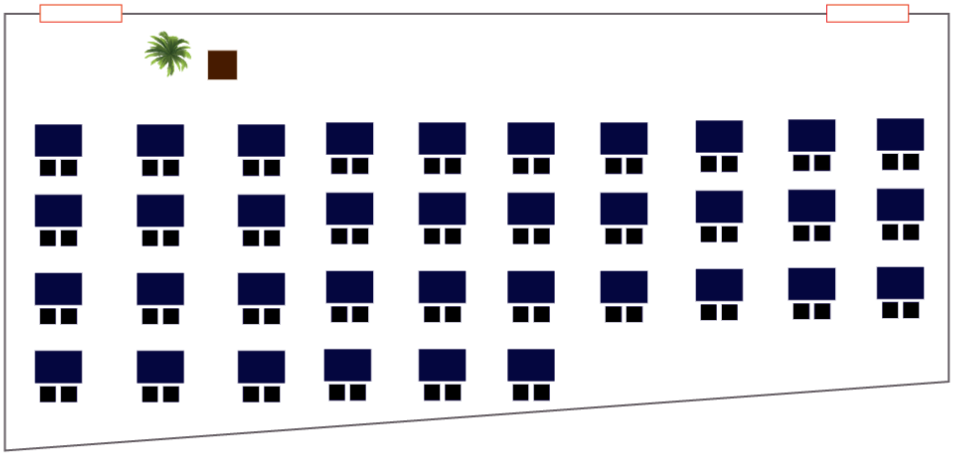
Por cuestiones de adaptación de infraestructura en relación a las actividades, disponibilidad de agenda para las fechas estipuladas del evento y costos de locación, el Edificio Mayor de Universidad Casa Grande, fue seleccionado como la locación para el evento *The Click: Business Journey*. Se realizó una reunión con Servicios Generales de UCG, con el fin de poder determinar los espacios idóneos dentro del edificio mayor; los espacios designados fueron Piso 7 (sala 1, 2 y 3), Piso 8 (Sala 1 y *Hall*), que usualmente son utilizados como espacios académicos donde imparten diferentes doctrinas, tienen una capacidad aproximada de 70-90 personas según su distribución, con excepción de la sala tres que tiene una capacidad de 40-50 personas; adicional se designó a la Terraza del edificio, la cual cuenta con un espacio para alrededor de 90-100 personas, este espacio mantiene su uso para actividades de carácter social o recreativo.

Distribución de Espacios

Para la práctica ejecución de cada actividad del evento, se realizaron esquematizaciones de distribución por espacio, según a actividad a desarrollar; de esta manera se cumplía el objetivo y efectividad de cada espacio. A continuación se detallarán los espacios y el respectivo uso que se le asignó.

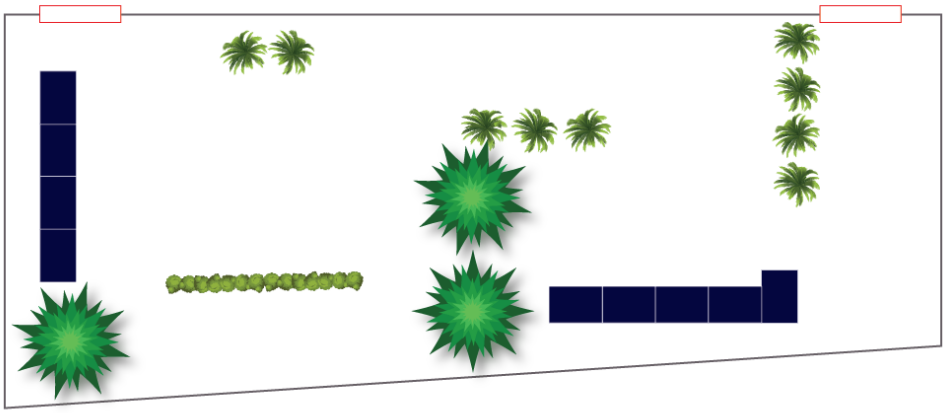
El espacio seleccionado como Salón Principal fue distribuido bajo una modalidad de salón académico, como se observa en la figura uno, se definieron 36 juegos de mesas y sillas, con el fin de agrupar a cada pareja de emprendimiento dentro del evento para que puedan trabajar de manera conjunta y estratégica a lo largo del evento; además la posición de las mesas y sillas, permite una correcta visualización de lo impartido, de esta manera se facilita la adquisición de información.

Figura 1. Distribución Salón Principal



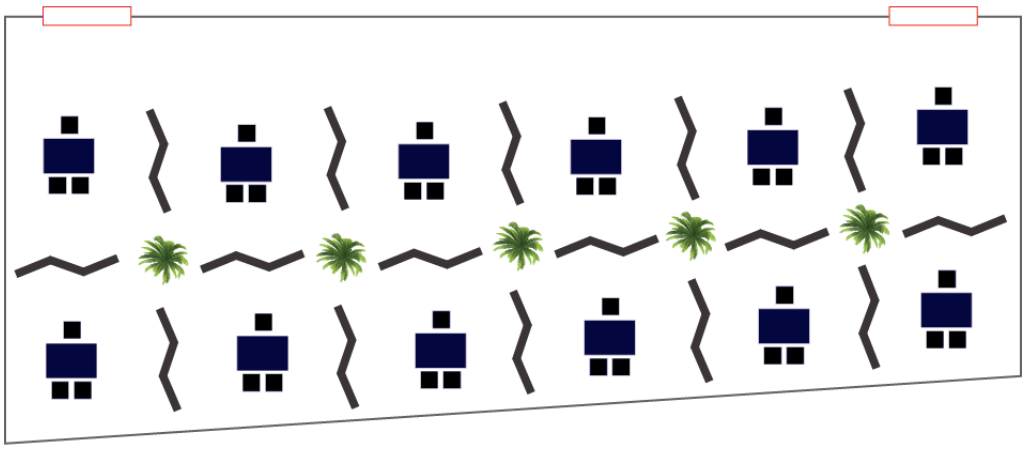
Para las actividades de inauguración, siguiendo la temática del evento, se realizó una distribución para dos ambientes, como se observa en la figura dos, los cuales se basaron en el contenido que se impartiría en cada actividad. Ambos ambientes consistían en la búsqueda de palabras en arbustos para formar diferentes palabras o frases referentes a temas de emprendimiento y al evento, es por esto que se ubicaron diversas palmeras y árboles, con el fin de que sirvan como espacios de búsqueda, así como mesas para facilitar la formación de las frases; además se colocaron de forma estratégica para asegurar la cómoda participación de todos los asistentes.

Figura 2. Distribución actividad de inauguración



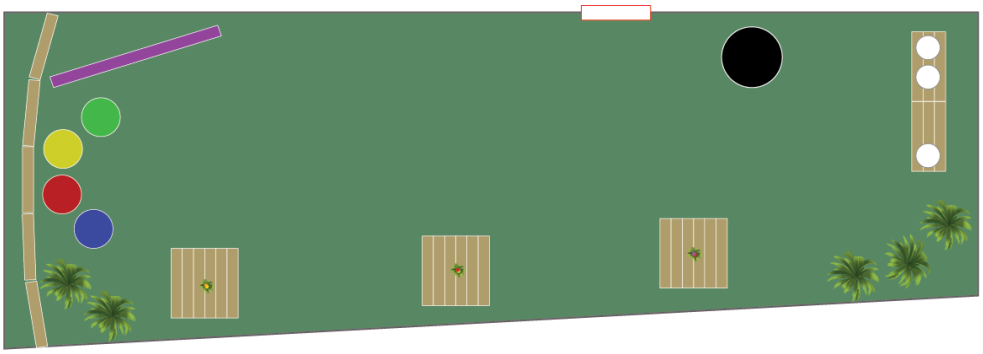
Para las asesorías personalizadas, se seccionó el espacio en diez cubículos, como se define en la figura tres, los cuales se utilizarían para las diferentes asignaturas impartidas durante el evento. La segmentación por cubículos, se realizó con el fin de que cada emprendimiento sea asesorado en un espacio independiente, donde se sienta cómodo de compartir sus experiencias y realizar las preguntas necesarias en cuando a su negocio.

Figura 3. Distribución asesorías



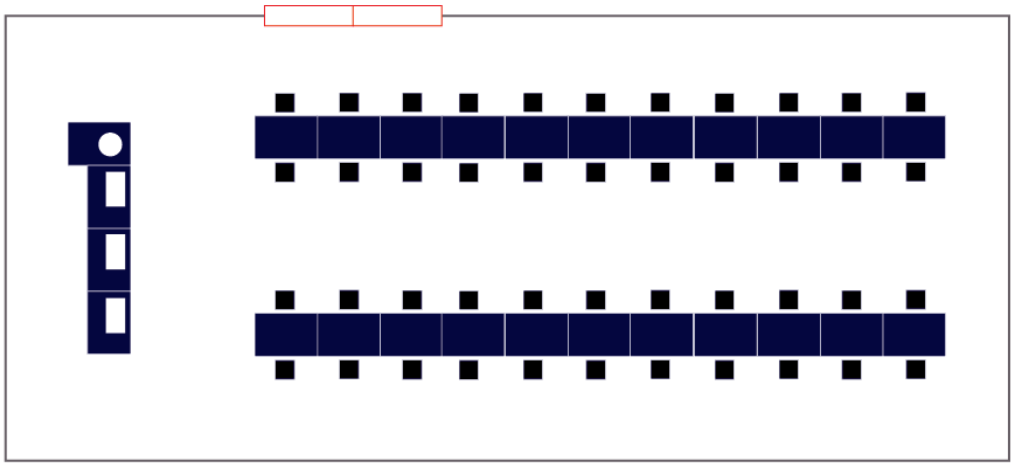
El espacio de *Networking* se dio lugar en la terraza del edificio del Mayor, el cual fue acondicionado de manera que se fomente la coexistencia entre los emprendimientos dentro del espacio mencionado, como se esquematiza en la figura cuatro; de esta manera los participantes pudieron conocerse e intercambiar diferentes anécdotas del evento y de sus negocios en general. Este espacio fue el único que tuvo que ser reservado por administración directa del edificio, por lo que se tuvo que tener una reunión previa para su reservación.

Figura 4. Distribución terraza



El salón seleccionado para comedor fue distribuido en 22 mesas junto a 44 sillas, ubicadas a lo largo del salón para el libre tránsito de personas durante el buffet y sus asientos; además, se incluyeron cuatro mesas para la ubicación de los alimentos y bebidas, como se observa en figura cinco.

Figura 5. Distribución comedor



Recolección de Insumos

Dentro del desarrollo de *The Click: Business Journey*, se necesitaron diversos insumos, para su correcta ejecución; dichos insumos fueron estipulados dentro del presupuesto del evento, según los rubros necesitados. Dentro de la tabla ocho en anexos 6.3, se detallan los materiales utilizados, así como su cantidad y procedencia.

Los insumos que proporcionó Universidad Casa Grande, fueron requeridos a diferentes departamentos de la institución, a través de una solicitud vía correcto electrónico, para su respectiva aprobación. Como se muestra en la tabla, los organizadores dieron a disposición diversos insumos, los cuales fueron movilizados directamente por ellos el día del montaje y desmontaje del evento.

En cuanto a los artículos que fueron adquiridos por medio de auspicios como comida, bebida, refrigerios, y demás insumos, fueron retirados por los organizadores en las diferentes entidades de donde procedían, según las fechas acordadas durante la negociación del auspicio. Los insumos de imprenta, fueron entregados en instalaciones de UCG por parte del proveedor, según lo indicado en el cierre de negociación.

Protocolo

Con el objetivo de asegurar el rendimiento adecuado de cada actividad y poder cubrir todas las áreas del evento, se seleccionó a cinco alumnos de UCG que colaborarían con los organizadores del evento, como parte del equipo de protocolo de actividades. Los alumnos fueron seleccionados mediante contactos personales vía telefónica, en el cual se comunicó la dinámica del evento, su roles dentro del programa, actividades a realizar y jordanas del evento; debido a que su desempeño se evaluaría posterior al evento, se determinó un filtro de experiencia en actividades académicas, con el fin de que el servicio que presten sea el adecuado. El equipo colaborador contribuyó con The Click como parte de ayuda social al proyecto; sin embargo, fueron compensados mediante una certificación de participación y diversos productos por parte de los auspiciantes entregados al finalizar la jornada del evento.

Evento

Dentro de esta etapa, se ejecutó el programa *The Click: Business Journey*, realizado el 8 y 9 de septiembre del 2018; Esta etapa comprendió el montaje del espacio, señalización del evento, alimentación, registro de invitados, programación del día, agradecimiento y recordatorios de actividades próximas a realizar como parte del programa. Para la implementación del programa, se siguió el plan de acción mencionado anteriormente, con el fin de cumplir con la agenda persona-actividad.

Actividades realizadas

Montaje

Esta es considerada una de las más cruciales dentro de todo evento; para el caso de *The Click: Business Jour*ney, se lo realizó la noche previa al evento, con respectiva aprobación y apoyo físico de servicios generales dentro de un horario de 19H00 a 22H30. Se siguieron los parámetros establecidos en la distribución de espacios (figuras uno, dos, tres, cuatro y cinco en pp. 30-33), actividades a realizar durante los dos días de evento (tablas dos y tres en pp. 21-22), así como los insumos a utilizar (tabla ocho en anexos 6.3), con el fin de seguir la línea de tiempo determinada en el cronograma y garantizar un montaje efectivo. Para la ejecución del montaje se involucraron personal de servicios generales, miembros organizadores de The Click y guías del proyecto.

Cronograma logístico

Como parte de supervisión logística, se realizó un cronograma segmentado por actividad, hora, lugar y responsable asignado, con el fin de poder ejecutar las actividades, según lo estipulado del cronograma de actividades del evento. El desglose se lo puede observar en las tablas diez y once en anexos 6.7.

Registro de invitados

Se destinó un espacio para el registro de invitados, el cual fue realizado durante los dos días del evento, dentro de un horario de 09H00-10H00, por parte del equipo de protocolo se revisaron los nombre de los emprendimientos (dos personas por emprendimiento) y demás asistentes. Dentro de esta instancia se entregaron kits del evento, éste contaba con diferentes artículos que permitirían el desarrollo de las actividades durante el evento.

Conferencistas

The Click: Business Journey contó con un total de siete conferencias en diferentes asignaturas tales como emprendimiento, ventas, comunicación, finanzas, legal, y testimonios que fueron impartidas por diversos expertos en las materias mencionadas (ver pp. 18 y 19), seleccionados bajo criterios como experiencia dentro de las asignaturas, trayectoria y desenvolvimiento en actividades similares a The Click. Por motivos de extensión de contenido, carga de aprendizaje y fluidez del programa, las conferencias fueron distribuidas en cinco durante el primer día (emprendimiento, comunicación, ventas, finanzas y testimonio), mientras que el segundo día contaba únicamente con dos (ventas y testimonio) (ver tablas dos y tres en pp. 21-22).

En materia de logística para convocar a los conferencistas de comunicación, ventas, finanzas y legal, se realizaron llamadas telefónicas y correos electrónicos donde se detallaba la descripción del proyecto, asignatura designada con sus respectivos parámetros y dinámica del evento; posterior se realizaron reuniones presenciales, con el fin de establecer el lineamientos de cada categoría de conocimiento y confirmar su participación en el evento; en el caso de los testimonio y conferencia de emprendimiento, fueron contactados únicamente

vía correo electrónico y llamadas telefónicas. Cada conferencista fue contactado y mantuvo reuniones con los diferentes miembros organizadores.

Asesores

Parte del evento fue el asesoramiento personalizado con los emprendedores participantes, un espacio de retroalimentación con diversos asesores, que respondían preguntas dentro de las diferentes asignaturas. El mecanismo utilizado para las asesorías se basaba en el número de asesores por asignaturas.

Dentro del segmento de Finanzas y Legal, existían seis asesores en cada asignatura, por lo que se realizó tres sesiones compartidas; las sesiones rotaban entre de diez minutos para legal y diez minutos para finanzas. En el capítulo de Comunicación se realizaron cinco sesiones de 20 minutos cada una. Finamente para Ventas se manejaron cinco sesiones de veinte minutos.

El criterio de selección para los asesores fue similar al de los conferencistas, se tomaron en cuenta factores como su experiencia profesional, trayectoria y capacidad de análisis en materia de emprendimientos. Su convocatoria se bajo en correos electrónicos o llamadas telefónicas, donde se comunicaba el objetivo del proyecto, dinámica del asesoramiento y jornada dentro del evento.

Alimentación

El programa contaba con dos *coffee-breaks* en cada día del evento y un almuerzo servido únicamente el primer día. La persona responsable de la adquisición de la alimentación y bebidas fue el responsable de auspicios, por lo que únicamente se coordinó el traslado y montaje de la alimentación. El retiro de alimentos y bebidas se dio por medio de los organizadores, según horas establecidas previamente con los proveedores.

Para el montaje de refrigerios, se utilizó una pequeña sala de estar dentro del piso ocho, y su montaje fue por parte del equipo de protocolo minutos previos a la hora de la actividad, debido a que se trataba de alimentos que necesitaban servirse al momento. En cuanto al almuerzo, su montaje se efectuó según lo pactado en el plan de distribución del área designada (ver figura cinco en p. 33) minutos previos a la ejecución de la actividad.

Post-evento

Actividades realizadas

Cuestionario de Satisfacción

Esta fase se inició con la construcción del cuestionario de satisfacción, con el fin de conocer la perspectiva de los participantes frente a *The Click: Business Journey*, identificar las fortalezas y debilidades dentro del evento, así como analizar las sugerencias y expectativas de los participantes para futuras ediciones.

El cuestionario se fue segmentado en cinco secciones, en las cuales califica mediante escala de Likert, información general, logística, contenido, conferencistas y una valoración general y adaptado para su realización para los dos días del evento. (modelo del cuestionario en anexos 6.8.).

Una vez, se llevo a cabo el evento, se realizó la entrega del cuestionario a los emprendimientos participantes para recibir la evaluación y retroalimentación frente al evento, para su posterior análisis.

Desmontaje

Esta etapa se ejecutó posterior al cierre del evento, consistió en el retiro de los materiales utilizados en cada uno de los espacios en los que se llevó a cabo el programa. Materiales pertenecientes a la universidad fueron movilizados nuevamente a la institución por parte del personal de servicios generales y organizadores del proyecto, mientras que materiales externos fueron almacenados en una bodega proporcionada por UCG, para su respectiva entrega. El proceso de desmontaje tuvo una duración de aproximadamente dos horas y media.

Evaluación

Culminadas las actividades posteriores al evento, se realizó una evaluación en base a los cuestionarios realizados por los participantes. En el primer día del evento se realizaron 25 encuestas de un total de 36 asistentes, once participantes no concluyeron con la encuesta por temas de abandono del evento horas previas de la realización de la encuesta. En el segundo la encuesta la realizaron 34 personas de 36 que asistieron, nuevamente el faltante fue generado por la partida temprana de los asistentes, por lo que la evaluación se realizó en base a la información recolectada.

Resultados de la evaluación de satisfacción

Dentro de la primera sección del cuestionario, los encuestados brindaron una visión general en cuanto a la organización y planificación general del evento, el cual tuvo un resultado positivo alcanzando puntuaciones positivas de *"4"* y *"5"* en niveles de satisfacción (figura ocho en anexo 6.10.). Posteriormente, en la sección de logística, a nivel de traslado al lugar del evento, se obtuvieron calificaciones altas (figura nueve en anexo 6.10.), lo cual denota la selección óptima del lugar del evento.

Por otro lado, la calidad y comodidad de las instalaciones, fueron calificadas como muy placenteras por parte de los encuestados otorgando calificaciones de *"4"* y *"5"* (figura diez en anexo 6.10.); En cuanto a la atención de los asistentes, se obtuvo la mayor calificación *"5"* por parte de todos los encuestados (figura doce en anexo 6.10.), demostrando que el personal de protocolo escogido fue óptimo en materia servicios. En la distribución del espacio y asignación de mesas, un promedio de 27 participantes mostraron un alto nivel de satisfacción, evaluando con *"5"* (figura trece en anexo 6.10.), esto indica que las distribuciones mencionadas fueron eficaces en relación a los espacios donde se ejecutaron las actividades; en cuestión de distribución de tiempos tanto a nivel de actividades como de

turnos de palabra en conferencias, un promedio de 25 personas calificaron con *"5"*, los participantes restantes otorgaron *"4"* (figura catorce en anexo 6.10.), lo cual apunta a que el cronograma de actividades asignado con responsable se ejecutó de manera efectiva para el cumplimiento de actividades. De manera general se concluye que los participantes estuvieron complacidos por parte de la logística del evento, según lo indicado en los resultados de los cuestionarios realizados.

Premiación

Actividades realizadas

Convocatoria

Posterior al evento y su respectiva evaluación, seis emprendimientos fueron seleccionados, en base a una serie de retos realizados por los participantes; los retos consistieron en la evaluación de los modelos *The Click Canvas* realizados, los parámetros de decisión de los emprendimientos convocados fueron determinados por los organizadores. La invitación a los seleccionados fue realizada por de Guillermo Baquerizo miembro organizador del proyecto a través de vía telefónica, donde se indicaba las actividades a realizar el día de la presentación, así como los premios que se otorgarían al ganador.

Cronograma de actividades

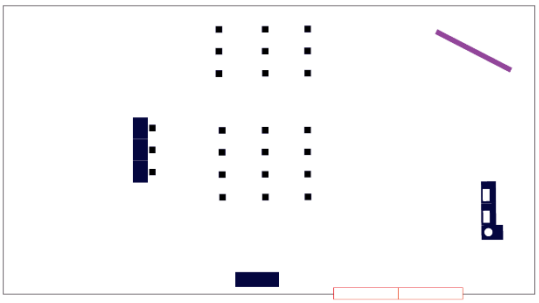
Dentro del evento de premiación se elaboró un cronograma de actividades, con el fin de mantener un control del desarrollo a lo largo del evento; El cronograma consistió en una pequeña recapitulación de lo sucedido durante *The Click: Business Journey*, seguido de la presentación del panel de jurados y premios, posterior se inició la etapa de presentaciones de los emprendimientos, la cual contaba con un formato específico denominado como *Pecha-kucha*; finalmente se llevo a cabo la ronda de premiación, basada en el veredicto de los jurado en criterio frente al desempeño durante y después del evento, así como su participación durante la premiación.

Selección de locación y distribución de espacios

En base a los resultados obtenidos en la evaluación de satisfacción del evento, se consideró viable el uso de las mismas instalaciones dentro se llevo a cabo el evento principal, por lo cual se realizó el mismo procedimiento de solicitud de permiso con servicios generales.

Debido a la escala del evento de premiación, se desarrollo una distribución de espacios que brindara la oportunidad de mantener el lineamiento de las actividades a ejecutar. Como se observa en la figura 7, se designó un espacio de exposición tanto para los emprendimientos, como para los organizadores y jurados; Se incluyó un panel para los tres miembros del jurado, así como una serie de sillas las cuales fueron colocadas estratégicamente, con modalidad auditorio para la correcta visualización del programa y libre transito. Adicional, se incluyó un pequeño espacio designado a refrigerios y bebidas para consumo de los presentes.

Figura 6. Distribución del espacio para el evento de Premiación



Montaje y Desmontaje

En materia de montaje y desmontaje, fue realizado de manera conjunta el personal de servicio generales de UCG y los organizadores de The Click, los insumos utilizados fueron netamente de la institución sede del evento y de sus miembros organizadores, por lo que los artículos fueron desmontados y almacenados por el personal involucrado.

Entrega de premios

Posterior a las actividades realizadas durante el evento de premiación, fueron seleccionados tres emprendimientos como ganadores basados en su desempeño a lo largo del programa, en primer lugar *DAES*, segundo lugar *Engoroy Tours* y tercer lugar *Café Calle*, los cuales recibirían los premios por parte de *CRISFE, Ziel* y *Ferias 360*, según sus posiciones.

La logística para la entrega de premios, se basó en un cronograma de fechas estipuladas según las posiciones adquiridas; se procedió a contactar a las entidades que brindarían los galardones, así como a los emprendimientos vía telefónica para determinar las fechas y métodos de entrega.

DAEZ, recibiría una consultoría de comunicación completa por parte de *Ziel*, un puesto para la convocatoria de selección de financiamiento de la fundación *CRISFE*, y un *stand* en la feria virtual *Ferias360*; *Engoroy Tours* y *Café Calle*, obtendrían una consultoría de marca de por parte de Ziel y un puesto para la convocatoria de selección de financiamiento de la fundación *CRISFE*.

La entrega de la consultoría por parte de *Ziel*, se la realizó durante las primeras semanas del mes de octubre, en plazos de una semana por emprendimientos en oficinas de *Ziel*; En cuanto a *CRISFE*, se envió un formulario vía electrónica para los emprendimientos a partir del 15 de octubre para el registro de los negocios dentro de la convocatoria; Finalmente, *Ferias360* recibirá los diseños en medios electrónicos para la implementación de los *stands* dentro de la feria virtual, a partir de la primera semana de noviembre.

Distribución

La cuarta edición de The Click culmina con esta etapa, la distribución del libro *The Click: Business Journey*. Posterior a todas las actividades realizadas, y partiendo de unos de los objetivos principales del proyecto, se contactó a diversas instituciones enfocadas al fortalecimiento de los emprendimientos de la ciudad, por medio de llamadas telefónicas, donde se propuso la entrega de libro y capacitación de la publicación mencionada, con el fin de que sea utilizado de manera correcta. De esta manera las herramientas sintetizadas dentro el libro podrán beneficiar a más negocios que busquen sustentabilidad y sostenibilidad y no solo limitarse a los participantes del programa.

Actividades realizadas

Contacto con instituciones

Como método de distribución principal se contactó a centros que trabajan directamente con emprendimientos, en cualquiera de sus etapas, con el fin de que trabajen sus actividades diarias a mano del libro *The Click: Business Journey*.

Guayaquil Emprende

El centro de innovación y emprendimiento *Guayaquil Emprende*, fue sede de la primera capacitación del libro *The Click: Business Journey*. Este centro fue contactado por miembros organizadores, dentro de Guayaquil Emprende se entregaron 60 ejemplares.

Co-working Innobis

Este espacio de co-working fue contactado, a través de la coordinación de emprendimientos, donde se planificó una capacitación para el uso correcto del libro, la cual se llevo a cabo en instalaciones de Innobis; además de la entrega de 40 ejemplares del libro.

Actores Involucrados

Durante las diferentes etapas dentro de la ejecución de la logística del evento intervinieron varios actores, lo cuales fueron segmentados como primarios y secundarios.

Como actores primarios están sus organizadores Ericka Borja, Daniel Park, Guillermo Baquerizo, Gary Leiva y Erick Secaira; las guías durante la ejecución de actividades, Tutora del Proyecto Mariella Ortega y Asesora del proyecto Adriana Echeverría; adicional, el equipo de protocolo Dennise Gutiérrez, Allison Sabando, Santiago Varas, Nicole Schneewind y Julio Minchal.

Servicios Generales de Universidad Casa Grande y Administración del Edificio Mayor, fueron demás actores claves para la preparación locación, montaje y desmontaje, del evento. El desglose de actores se puede observar en la tabla cinco; de igual modo, Centro de Innovación y Emprendimiento *"Guayaquil Emprende"* y *Co-working "Innobis",* fueron instituciones estratégicas para el desarrollo del *The Click: Business Journey*.

Tabla 5. Actores claves de locación

Actor	Cargo	Acción
Gabriela Carriel	Coordinadora de Servicios Generales	Reservación y selección de Salas.
Rubén Reinoso	Personal de Servicios Generales	Soporte en el montaje de Activación.
Jhonny Reinoso	Personal de Servicios Generales	Soporte en el montaje de Activación.
Carolina Martínez	Administradora de Edificio Mayor	Reservación de Terraza

Fuente: Tabla de elaboración propia.

Finalmente, como actores secundarios están los emprendedores participantes (ver tabla seis en anexos 6.1), conferencistas (p. 18-19), asesores (p. 19), los avales obtenidos Universidad Casa Grande, INNOBIS, Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE), Dirección de Acción Social y Educación (DASE), y Centro de Emprendimiento e Innovación Guayaquil Emprende, los cuales respaldaban el contenido y las diferentes actividades que se realizaran dentro del programa.

Adicional, los establecimientos visitados para la promoción del evento, en espacios de *co-working*, Plataforma, Workshop, Invernadero, y Panal. Además, los auspicios obtenidos, que brindaron apoyo financiero, físico y académico al evento, Banco del Pacifico, Colegio Americano, Conservas Isabel, Alfadomus, Casa Manaba, Imprenta MrPubec, Choppan, Ziel, Ferias 360, Dunkin Donuts, Huitaca, 3M, Coca Cola, Toni, y Cabify, en la tabla doce en anexos 6.9, se pude observar el desglose y tipo de auspicio con los que contribuyó cada marca.

Aproximación critica de la experiencia

Análisis e interpretación crítica de la experiencia

Mediante el presente encabezado, se busca mencionar los aspectos positivos y negativos que fueron parte de la experiencia durante la ejecución de *The Click: Business Journey*, partiendo de la sistematización presentada.

En materia de *The Click*, el Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) mencionado, contaba con tres ediciones anteriores, lo cual fue un obstáculo ambicioso de superar, debido a que se tenía que sobresalir entre las ediciones anteriores en todo sentido, con el fin de que el proyecto no sea percibido como una réplica más, sino más bien, como una edición memorable y con un gran valor agregado; no obstante, el proyecto contaba con guías que manejaban 3 años *expertise* del proyecto, los cuales contribuyeron con la evidencia de lineamientos necesarios para evitar posibles limitantes al momento de la ejecución del proyecto.

Referente sus miembros organizadores, desde sus inicios se vieron involucrados el trabajo en equipo, compañerismo, respeto y compromiso entre los miembros organizadores. Se contó con un equipo interfacultad, lo cual conllevó a la diversidad de pensamientos dentro del grupo; dicha diversidad contribuyó de manera positiva a la propuesta, así como su desarrollo del proyecto, debido a que pesar de tener diferentes perspectivas, se logró canalizarlas a fin de llegar a un propósito colectivo.

En temas de los beneficiarios del proyecto, los emprendedores fueron el grupo objetivo y la principal motivación para la creación de *The Click: Business Journey*. La convivencia con los emprendimientos tuvo resultados positivos para el proyecto durante su primera etapa de ejecución, debido que los participantes demostraron una actitud de

disposición a ser ayudados y manifestaron constante interés durante las actividades del programa, esto denotó la importancia que tendría el proyecto en mención dentro de las vidas de los negocios; sin embargo, a pesar de que su disposición fue positiva, muchos emprendimientos desligaron su interés culminada la primera etapa del evento, lo cual limitó a la actividad de premiación, por temas de participación en la serie de actividades previas a la ceremonia.

Universidad Casa Grande, fue uno de los principales actores para la ejecución este proyecto, debido a que se involucraron infraestructura y personal de la institución para el desarrollo del evento. Se mantuvo contacto constante con el Departamento de Servicios Generales, el cual asesoró de manera constante a los miembros del proyecto, en temas distribución de espacios y optimización de recursos; Sin embargo, hubieron complicaciones debido a que la institución tenia programadas diversas actividades que dificultaron las reuniones de planificación para el uso de instalaciones, lo cual recortó el tiempo de planificación.

Aprendizajes Generados

Por medio de la ejecución de *The Click: Business Journey*, se pudieron adquirir diversos conocimientos de diferentes aristas. La modalidad de titulación seleccionada permite que los estudiantes se relaciones entre varias carreras, las cuales brindan un matiz alternativo al que usualmente se tiene con las personas de una carrera similar.

Como parte de la reconstrucción de aprendizajes generados dentro de la presente sistematización, están la visión logística y medios operativos involucrados en la creación de un evento, las variables que conlleva la realización de una búsqueda de locaciones, programación a detalle que debe de tener cada actividades dentro de un evento, protocolos de acción claves dentro de un evento, esquematización y distribución de espacios para un evento, creación de planes de emergencia/apoyo, procesos de montaje y desmontaje, construcción de planes logísticos.

Por otro lado aprendizajes ajenos a la arista de la sistematización tales como la conceptualización de ideas en medios digitales, se pudo comprender como se maneja el contenido en medios virtuales, y de cómo utilizar herramientas digitales para potencializar publicaciones; Se comprendió la gestión de los medios de comunicación, como se los elige y el trasfondo que tiene la creación de campañas de posicionamiento; Se entendió como funciona el desarrollo de contenido académico para un programa pedagógico, así como parámetros para la creación de un libro; Además, se dio a conocer el manejo y las diversas variables para la selección de auspicios, y el desarrollo de un plan de financiamiento para un evento académico.

Como recomendaciones al objeto sistematizado, se desea dar énfasis en la planificación temprana y claridad de actividades a realizar, debido a que a lo largo de la ejecución se definieron actividades a escasos días de su ejecución, a pesar haber tenido resultados óptimos en la implementación del proyecto, la falta de definición de ciertas actividades puso en riesgo el desarrollo del evento. Por otro lado, el énfasis que se tuvo en la cronología de evento y su plan de seguimiento, tuvo resultados positivos, por lo que se recomienda mantener la plantilla del cronograma de actividades a realizar durante el evento. Adicional, establecer una lista amplia de posibles locaciones para realizar una búsqueda de espacios, para poder innovar el lugar de ejecución del evento. Asimismo, se recomienda considerar dentro del cronograma un seguimiento a todos los actores involucrados dentro del evento, más aún si son agentes externos al proyecto, con el fin de confirmar la presencia de todo los miembros necesarios para la ejecución.

De manera general, se sugiere al grupo planificar actividades con responsable y tiempo establecido desde el principio del proceso de titulación, a pesar de que el grupo organizador de *The Click: Business Journey*, mantuvo un cronograma de actividades durante el proceso de creación del proyecto, éste no contaba con factores claves tales como responsable asignado y tiempo limite para el respectivo seguimiento de ejecución.

En cuanto a las diferentes aristas del proyecto, se recomienda realizar un plan de financiamiento a inicios del proceso de creación del proyecto, junto a la definición de un presupuesto real, con el fin de poder ejecutar una búsqueda exhaustiva de posibles auspicios o aliados estratégicos, debido a que mientras más contribución se genere al proyecto, mayores serán las posibilidades de brindar un producto de calidad. En temas de comunicación se recomienda manera una campaña de expectativa durante en tiempos vitales, adicional, incluir activaciones de marca en sitios estratégicos de la ciudad, para poder complementar la expectativa y generar un reconocimiento de marca tiempo previo al evento.

Autoevaluación

The Click: Business Journey, fue una gran oportunidad de aprendizaje y generación de experiencias, tanto profesionales como personales, debido a los diferentes sucesos presentados a lo largo de su ejecución que brindaron una perspectiva diferente a lo que pensaba sería este proceso.

El manejo de la logística del evento y la administración de los recursos utilizados, fueron parte de mi arista de colaboración al proyecto, dentro de las diferentes instancias de la gestión operativa desarrollé diversas actividades que contribuyeron a la esquematización y flujo de operatividad del proyecto, las cuales se detallan a lo largo del presente documento.

Durante el proceso de desarrollo de *The Click*, mantuve un enfoque rígido en cuanto a la relación de recursos financieros y temas logísticos, es decir, pensaba que sin una abundante cantidad de recursos económicos, no se podría recolectar los recursos idóneos para la ejecución del proyecto; esto lo reflexioné durante la planificación de últimos detalles previos al evento, por lo cual mi capacidad de intervención frente a lo establecido era muy reducida; Es por esto que considero que mi aportación pudo haber sido desempeñada de manera más eficiente y orientada a resultados más ambiciosos, manteniendo una perspectiva canalizada a la optimización factores y no a la dependencia de capital, pienso que se pudiera haber logrado un evento a mayor escala; Sin embargo, pienso que en base los resultados y evaluación realizada por los emprendedores los objetivos a nivel del evento, y logístico fueron cumplidos de manera satisfactoria.

A nivel interdisciplinario, a pesar de que *The Click: Business Journey* fue manejado por comisiones, dentro del equipo fomentábamos el trabajo colectivo y nos ayudábamos en las ocasiones que fueran necesarias; no obstante, por motivos de antigüedad y lineamientos

de carreras, reflexiono en que estuve más presto de ayudar a miembros de mi facultad (Administración y Ciencias Políticas), por lo que a nivel interdisciplinario pienso que podría haber sido más proactivo y equitativo en cuanto al soporte de miembros del equipo, y de esta manera haber contribuido en mayor magnitud al proyecto dentro de sus diferentes aristas.

La convivencia a través de los meses trascurridos con los organizadores, me permitió conocer varias personalidades y demostró que la sinergia dentro de un grupo de trabajo es lo más fundamental para el desempeño correcto de una actividad; En cuanto a aprendizajes personales y profesionales, considero que *The Click*, contribuyó al desarrollo de aptitudes tales como, trabajo en equipo a niveles profesionales, liderazgo a mayor escala, responsabilidad frente a una magnitud considerable de personas, además de la recursividad, paciencia y trabajo bajo presión ante situaciones inesperadas; debido a su esquematización y alcance al mundo real, el proyecto me ayudó a tener una perspectiva mucho más amplia de lo que puedo enfrentar a futuro dentro del mundo profesional y a nivel de relaciones interpersonales.

Posterior a la realización de *The Click: Business Journey*, considero que cumplí varias metas y expectativas personales y profesionales, debido a que pude explorar capacidades que no había indagado previamente, además la relación junto personas con un alto carácter profesional y personal, logró que inculquemos aprendizajes mutuos. Siento que me llevaré la satisfacción de haber culminado esta etapa con resultados satisfactorios y aprendizajes enriquecedores, que aportarán al desarrollo de diversos negocios y a la sociedad emprendedora.

Bibliografía

Alcaldía de Guayaquil. (2018). *Centro de Emprendimiento e Innovación Guayaquil Emprende.* Obtenido de http://www.guayaquilemprende.org/quienes-somos/

Banco Mundial. (Junio de 2012). *Noticias.* Recuperado el 2018, de Innovación, espíritu empresarial y competitividad: factores clave para el crecimiento en el Caribe: http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2012/06/19/innovation-entrepreneurship-and-competitiveness-key-factors-for-growth-in-the-caribbean

CRISFE. (2014). *Emprendefe.* Recuperado el 2018, de http://www.crisfe.org/programas/emprendimiento/

EIT. (2014). *European Institute of Innovation and Technology.* Recuperado el 2018, de Bookshelf: https://eit.europa.eu/interact/bookshelf/young-leaders-–-innovation-and-entrepreneurship-training-programme

EkosNegocios. (Enero de 2015). *Ekos Negocios.* Obtenido de Emprendimiento en Ecuador: http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1133.pdf

EkosNegocios. (2015). *Emprendimeinto en Ecuador* . Recuperado el 2018, de Índices de empredimiento: http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1133.pdf

Ma. José Rosado, N. J. (2016). Recuperado el 2018, de http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/1007/1/Tesis1116GROSc.pdf

Massivo. (Octubre de 2018). *Massivo*. Obtenido de ¿Qué es un Scouting?: http://www.massivo.com.mx/2018/10/11/que-es-un-scouting/

Mendez, L. J. (2010). *La capacitación como herramienta esencial de la estrategia emprendedora.* Recuperado el 2018, de https://www.monografias.com/trabajos-pdf4/msc-planificacion/msc-planificacion.pdf

Ministerio de Industrias y Productividad. (2017). *Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento.* Obtenido de https://www.industrias.gob.ec/centros-de-desarrollo-empresarial-y-apoyo-al-emprendimiento/

MIT. (2018). *MIT Innovation & Entrepreneurship Bootcamp.* Obtenido de http://bootcamp.mit.edu/entrepreneurship/brisbane/

Moreira García, M. C. (2017). *Memoria del proceso de trabajo interdisciplinario para la realización del proyecto The Click Challenge.* Recuperado el 2018, de http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/1175/1/Tesis1442MORm.pdf

Nader A., D. (2017). *Memoria del Proceso operativo y Logístico del Campamento de emprendimiento "The Click 3era Edición".* Recuperado el 2018, de dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/1184/1/Tesis1437NADm.pdf

Rosa Isabel Hidrovo, J. I. (2015). *The Click: Campamento de Emprendimiento.* Recuperado el 2018, de http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/704/1/Tesis905GHIDc.pdf

UNITAR. (2016). *United Nations Institute for Training and Research.* Recuperado el 2018, de Entrepreneurship and Business Development Training Programmes: http://www.unitar.org/pillars/entrepreneurship-and-business-development-training

Virginia Lasio, G. C. (2014). *Reporte GEM 2013.* Recuperado el 2018, de Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2013: http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2014/12/reportegem2013.pdf

Virginia Lasio, G. C. (2015). *Reporte GEM 2014.* Recuperado el Septiembre de 2018, de Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2014: https://www.gemconsortium.org/report/49224

Virginia Lasio, G. C. (2016). *Reporte GEM 2015.* Recuperado el 2018, de Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2015: https://www.gemconsortium.org/report/49563

Virginia Lasio, G. C. (2017). *Reporte GEM 2016.* Recuperado el 2018, de Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2016: http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/ReporteGEM2016.pdf

Virginia Lasio, G. C. (2018). *Reporte GEM 2017.* Recuperado el September de 2018, de Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017: http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf

Anexos

Índice de Anexos

Participantes **61**
Activación UCG **62**
Insumos para el desarrollo de The Click **63**
Investigación **64**
Problemática 64
Objetivos de investigación 64
Objetivo General 64
Objetivos Específicos 64
Unidad de análisis 65
Técnica de investigación 66
Resultados de la investigación 66
Conclusión de la investigación 66
Testimonios de entrevistas **67**
Nuevos Emprendimientos 67
Emprendedores que asistieron a The Click 2015, 2016 o 2017 71
Organizadores de ediciones anteriores de The Click: 72
Expertos en emprendimiento 75
Cronograma de Actividades **77**
Cronograma de actividades del evento **78**
Cuestionario de satisfacción **80**
Auspicios **82**
Tabulaciones de Cuestionario **83**

Participantes

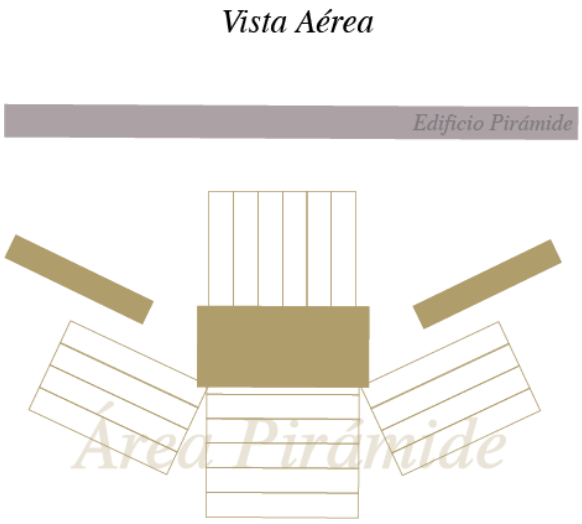
Tabla 6. Participantes

Nombre	Nombre
Henry Flores	Hernán Once
Alexa Beltrán	Diana Once
Gerardo Carchi	Joselyn Jurado
Valentina Landin	Joselyn Guale
Gisella Burbano	Martha Borbor
Alejandro Monar	Katherine Rodríguez
Heidy Monar	Andrés Medina
Emily Torres	Adrián Maquilón
Julio Villacres	Luis Flores
Adriana Hinostroza	Xavier Rodríguez
Carla Zambrano	Paul Alvear
Gilberth Choez	Cristina Maldonado
Pastor Quintero	Luis Avilés
Lady Arbelaez	Briggitte Bermeo
Christian Delgado	Vladimir Sagnay
Alejandra Cevallos	Diana Calle
Andrés Sandoval	José Calle
Catherine Moreira	Claudia Franco
Lucía Lazo	Elisa Cedillo
Bayiya Fernández	Pedro Villena
Maria Fernanda Valencia	Christy Espinal
Alonso Pérez	Ruth Salinas
Alonso Pérez	Celeste Gallegos
Ornella Ávila	Bryan Ordoñez
Gabriela González	Carlota Cedeño
Bryan Parrales	Alejandro Varas
Adriana Roha	Johanna Romero

Fuente: Tabla de elaboración propia.

Activación UCG

Figura 7. Plano Aéreo de dimensiones de Activación en UCG.



Fuente: Figura de elaboración propia.

Tabla 7. Insumos utilizados en Activación UCG

Insumo	Cantidad	Medio de obtención
Pallets	14	Proporcionado por organizadores
Roll ups	1	Imprenta Makrocorp y Wilson Sabando
Volantes	100	Imprenta MrPubec
Lonas	2	Wilson Sabando
Cupones para sorteo	100	Proporcionado por organizadores
Pecera	1	Proporcionado por UCG
Refrigerios	40	Proporcionado por organizadores

Fuente: Tabla de elaboración propia.

Insumos para el desarrollo de The Click

Tabla 8. Insumos utilizados

Insumo	Cantidad	Fuente
Mesas	83	Universidad Casa Grande-Serv Generales
Sillas	142	Universidad Casa Grande-Serv Generales
Pódium	1	Universidad Casa Grande-Serv Generales
Palmeras	20	Universidad Casa Grande-Serv Generales
Biombos	16	Universidad Casa Grande-Serv Generales
Puffs	4	Universidad Casa Grande-Facultad Adm.
Pallets	14	Organizadores
Árboles de navidad	3	Organizadores/Tutores
Cafetera	2	Universidad Casa Grande-Serv Generales
Almuerzo	40 platos	Organizadores
Platería	40 juegos	Organizadores
Bebida	500 (surtidos)	Coca-Cola
Refrigerio	120	Auspicio Casa Manaba
Bolsa Cambrela	70	Universidad Casa Grande-Marketing
Libretas	50	Universidad Casa Grande-Marketing
Plumas	70	Universidad Casa Grande-Marketing
Post-its	20	Auspicio 3M
Marcadores	50	Auspicio 3M
Lona	1	Imprenta Wilson Sabando
Roll ups	4	Imprenta Makrocorp y Wilson Sabando
Backing	1	Imprenta Wilson Sabando

Fuente: Tabla de elaboración propia.

Investigación

Problemática

El problema, es la falta de conocimientos base para la sostenibilidad y sustentabilidad de los emprendedores de Guayaquil.

Con el fin de poder resolver la problemática planteada, se necesitaba conocer las características que debe tener un espacio innovador de emprendimiento, así como las diferentes asignaturas pertinentes para generar la sostenibilidad y rentabilidad entre los emprendedores.

Por medio del conocimiento de sus necesidades, se pudo determinar la forma más eficaz para convocarlos, identificar herramientas fundamentales, mejorando la productividad del espacio, y así convertir sus negocios en modelos de éxito

Objetivos de investigación

Objetivo General

- Determinar las características que debe tener un espacio innovador de emprendimiento para ser atractivo y productivo para los nuevos emprendedores de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

- Conocer la percepción de los emprendedores que han asistido a los *The Click* ejecutados en el 2015, 2016 y 2017 sobre los espacios innovadores de emprendimiento en la ciudad de Guayaquil.

- Identificar de qué forma contribuyen los espacios de desarrollo de emprendimientos para los emprendedores entre 1-3 años.
- Determinar las principales variables requeridas para que los emprendimiento sean innovadores.
- Definir las características del programa que contribuyan al desarrollar nuevas habilidades en los emprendedores.
- Investigar el tipo de formación que han tenido los emprendedores previos al evento *The Click 2018*.
- Identificar las dificultades que enfrentan los emprendedores para sostener sus emprendimientos.

Unidad de análisis

The Click 2018 cuenta con cuatro unidades de análisis, cada una justificada en función a los objetivos específicos.

- Emprendedores nuevos (Sus emprendimiento tienen entre 1 y 3 años)
    - Cumple los objetivos específicos 2, 3, 4, 5 y 6.
- Emprendedores que asistieron a *The Click* 2015, 2016 o 2017
    - Cumple los objetivos específicos 1, 2, 3, 4, 5 y 6.
- Expertos en emprendimiento
    - Cumple los objetivos específicos 2, 3, 4, 5 y 6.
- Equipos de ediciones anteriores de *The Click (*2015, 2016 o 2017)
    - Cumple los objetivos específicos 4 y 6.

Técnica de investigación

La técnica utilizada consta de una serie de entrevistas a profundidad a las diferentes unidades de análisis, con el fin de profundizar y definir las características necesarias para que *The Click 2018* sea atractivo y productivo para los emprendedores guayaquileños.

Resultados de la investigación

En la investigación de la cuarta edición de The Click se utilizó un enfoque cualitativo, debido a que se buscó analizar las diversas percepciones y opiniones de las unidades de análisis. Como técnica de investigación principal se realizó entrevistas a 4 emprendedores que se encuentren en la etapa de Nuevos (de 1 a 3 años en el mercado), 2 emprendedores que hayan asistido a ediciones anteriores de The Click, así como 3 organizadores de The Click (2da y 3era edición), y 1 experto en materia de emprendimiento.

Conclusión de la investigación

En conclusión, los entrevistados consideran necesario dentro del programa, temas relacionados con el área de ventas, comercio, marketing y comunicación, bajo un enfoque que facilite la sostenibilidad y sustentabilidad de los emprendimientos, con el fin de lograr la creación de contenido necesaria para que los emprendimientos generen rentabilidad en sus negocios, gracias a nuevos métodos de trabajo, diferentes canales de distribución, manejo de medios digitales, y promoción de innovación.

Testimonios de entrevistas

Nuevos Emprendimientos

Los 4 emprendimientos nuevos que no han asistido a ediciones anteriores de The Click escogidos fueron:

- Volat (Pamela De La Guerra)
- Kokedamas GYE (Kleidy Proaño)
- HUITACA (Gabriel Jairala)
- MAKAH Deign Ec (Katherine Fuentes).

En las entrevistas realizadas se recolectaron diferentes testimonios de su trayectoria dentro del mercado, principales dificultades, motivaciones, pensamientos críticos de sus negocios, problemas actuales, etc. Además, los entrevistados pudieron dar su opinión de un programa como The Click, que les gustaría encontrar y recibir en esta clase de pedagogía innovadora.

VOLAT: Cuenta con casi 3 años en la industria de la moda femenina, su fundadora, Pamela De La Guerra lo describe como *"[...] la experiencia y satisfacción de brindar seguridad y goce a la mujer, a través de una pieza distintiva y única"*.

La entrevista realizada denota cuales son los principales problemas que atentan a la sostenibilidad del emprendimiento; aludiendo con mayor nivel de importancia por parte de la entrevistada la falta de una estructura organizacional definida, señala que a pesar de llevar poco personal a cargo, la jerarquía laboral y comunicación interna no se transmite de la manera más óptima.

Marketing digital y prototipado de producto final, son varios de los aspectos señalados como fortalezas del emprendimiento VOLAT, *"Nuestro marketing digital ha evolucionado constantemente. A través de alianzas estratégicas hemos logrado conseguir una captación optima de mercado, lo cual nos ha brindado gran aporte para el posicionamiento de la marca"*. La emprendedora indica que la etapa de prototipado se convirtió en una fortaleza posterior a una capacitación del tema en mención.

Por medio de la entrevista se determina que la principal categoría de conocimiento que la fundadora de The Click le gustaría adquirir fuese Estrategias de Ventas, debido que considera que VOLAT tiene la capacidad de potencializar sus ventas a una mayor escala, además de que lo percibe como pilar fundamental para generar mayor rentabilidad.

Makah Design Ec: Katherine Fuentes, es la fundadora de este emprendimiento, el cual destina su actividad comercial a la distribución de diversos artículos de uso femenino por medio de redes sociales, esta marca posee 2 años dentro del mercado guayaquileño.

La entrevistada explica que uno de sus principales limitantes en su emprendimiento es la falta del área de diseño gráfico y un sistema de logística para entrega, *"[...] Mis publicaciones deben de comunicar un producto de calidad y ser atractivo para mis clientes y en ocasiones no logro comunicar lo que en realidad quiero"*; En cuanto a la entrega de sus productos Fuentes menciona que a pesar de no ser un problema frecuente siente que debe de mejorar en este ámbito *"La logística integral de mis productos es algo en lo que siempre he buscado mejorar, tomando en cuenta que soy distribuidora vía redes sociales, es un aspecto fundamental para la optimización y efectividad de mi emprendimiento"*.

Una de las ventajas que la dueña de Makah resalta de su emprendimiento es el la constante innovación y adaptación que sus productos poseen, además del área de administración y finanzas *"Estudié Administración de Empresas, tengo conocimientos en administración, planificación y finanzas; Estas bases me han servido para poder manejar mi negocio de manera sostenible y lograr rentabilidad"*

Los temas mencionados por la entrevistada como categorías principales de conocimiento que le gustaría recibir son los mencionados como problemas, *"Temas digitales, tanto marketing como medios gráficos, y logística son categorías que me gustaría analizar de manera profunda"*, Fuentes resaltaba la importancia de estas asignaturas como pilares fundamentar para la era actual en el emprendimiento ecuatoriano.

HUITACA: Huitaca es una marca de cerveza artesanal que tiene aproximadamente un año y medio en el mercado. Busca darse a conocer a nivel nacional y crear un nuevo hábito de consumo en cerveza artesanal de alta calidad en Guayaquil.

El entrevistado denota la falta de marketing en su marca, el cual resalta como consecuencia a la carencia de un mercado meta establecido *"Nuestro marketing actual se dirige a un público general, lo cual sabemos no es apropiado para una marca que aún no cuenta con una alta posición en el mercado. El mensaje no se transmite correctamente"*.

Por otro lado, la marca está posicionada como una marca de local y no como marca de producto, lo cual sustrae importancia la producto final "*[...] Queremos que la marca*

represente a nuestro producto, la cerveza artesanal Huitaca. La experiencia que se vive dentro del local deseamos que se transmita como un plus del producto"

Huitaca tiene como principal ventaja su local, en este no solo se vende su cerveza, sino, una experiencia única, debido a que cuenta con música en vivo, comida y buen servicio. La principal recomendación de Huitaca es brindar capacitación de comercialización y mercadeo, para ser sustentable y arreglar su posicionamiento.

Kokedamas: Kleidy Proaño con un año en el negocio de la floricultura. Comenta que es una técnica japonesa basada en que una planta tenga su propia maceta de musgo. Kleidy explica que *¨El fin de este emprendimiento es que la gente pueda poseer plantas en su casa como decoración[…]¨*. Uno de sus principales problemas es la falta de conocimiento en el área de diseño gráfico indica que *¨quisiera tener a alguien quien me ayude en la parte de los artes, catálogos, y fotos de mi negocio […]¨*

Por medio de la entrevista la empresaria menciona una de sus principales fortalezas para hacerse conocer y adquirir clientes de forma rápida *¨implemente la estrategia de regalarle a personas reconocidas a nivel nacional el producto para que lo suban a redes sociales y de esa manera hacerme publicidad […]¨* nuestra entrevistada indica que realmente fue algo favorable para su negocio porque sus ventas fueron incrementadas de manera eficaz.

Uno de los resultados de la entrevista se indico que a ellos les gustaría aprender el área de marketing de cómo innovar en sus productos, cambiarlos y lanzar nuevas ideas al público porque le gustaría tratar de siempre mantener a los clientes fidelizados y a expectativas de innovadoras.

Emprendedores que asistieron a The Click 2015, 2016 o 2017

- Valv Natural Soap (Catherine Moreira, asistente del 2017)
- Caja Negra (Fabricio Orrala, asistente del 2017)

Valv: Cuenta con 2 años en la industria de limpieza. Catherine Moreira, su fundadora, describe sus inicios como *"por una necesidad: yo soy alérgica a los productos de consumo masivo. [...] estoy con alergia a los jabones"*.

La entrevista informó sobre los principales aportes que brindó The Click, sobre qué contenido y metodologías fueron más útiles, y sobre las principales dificultades que tiene el negocio actualmente. Catherine señala que antes de The Click no tenía un enfoque claro en sus negocios, sus finanzas no estaban bien manejadas y no sabía cómo conseguir clientes ni puntos de venta. The Click la ayudó enfocarse, a perder el miedo y lanzarse completamente a su negocio.

Ventas y finanzas fueron los pilares de The Click 2017 que más le interesaron a la entrevistada, mientras que la charla que más disfrutó fue la de liderazgo. Recomendó que hagamos más hincapié a técnicas y psicología de venta y comercialización, tanto presencial como de marketing digital. Por otro lado, recomendó que las charlas utilicen las técnicas lúdicas y actividades similares a las promovidas por el speaker de liderazgo.

Caja Negra: Es un estudio multimedia especializado en la creación, desarrollo y producción de contenidos interactivos con la finalidad de plasmar creatividad, innovación en cada uno de los proyectos. Su emprendimiento ya tiene 4 anos en el mercado.

Uno de las herramientas que mas le intereso del programa THE CLICK 2017 fue el business model canvas debido que menciona ‘’ business model canvas fue la herramienta que hasta ahora la uso por la facilidad que me da en dirigir mi emprendimiento’’.

Fabricio mencionó que la tercera edición de The Click le brindo la oportunidad de poder percibir sus futuros errores de manera anticipada a su competencia, esto debido al enfoque a largo plazo que dicha edición tenía. Esto otorgó a Orrala una visión anticipada frente a la factibilidad de las ideas que se presenten dentro el mercado.

Organizadores de ediciones anteriores de The Click:

- Alonso Pérez (Staff, 2016)
- David Garcés (Staff, 2017)
- Nicole Jara (Staff, 2016)

En las entrevistas realizadas se profundizó en las opiniones y testimonios de antiguos organizadores del proyecto The Click basándose en las dificultades, motivaciones, observaciones y problemas que tuvo el proyecto. Los entrevistados pudieron dar sus opiniones sobre sus ediciones del programa, qué le cambiarían y como lo implementarían.

Alonso Pérez: Ex Alumno de la Universidad Casa Grande define a The Click con una sola palabra *“[…] emprendimiento”*.

En la entrevista realizada se pudieron destacar cuales fueron los aspectos que causaron mayor dificultad en el proyecto. El poder llegar a un acuerdo en un grupo con visiones individuales diferentes resultaba bastante complicado en ciertas ocasiones.

La motivación y mayor satisfacción que contribuyeron al desarrollo del proyecto como tal fue la oportunidad de poder ayudar a mejorar la vida del emprendedor asistente. *"El hecho de que de que todo se pueda cumplir, que puedo aportar a la sociedad con los emprendimientos, con las ideas innovadoras más que nada. Aprecio las ganas que tienen los emprendedores en tener éxito al poner su negocio. Todas esas ideas y todas esas ilusiones todas las personas deberían apoyar".* El organizador recalca cómo el hecho de poder ayudar a estos emprendedores es el motor principal del proyecto.

Gracias a la entrevista se logró aislar el diferenciador clave de The Click como Bootcamp de emprendimiento. La asesoría personalizada resulta ser un valor bastante fuerte en este tipo de programas ya que la mayoría resaltan en volumen pero el conocimiento no logra aplicarse o no genera retentiva ya que la asesoría es general.

Un consejo clave que brinda el ex organizador es aceptar las diferencias entre integrantes, determinando cuáles son los valores y destrezas que se pueden explotar de cada uno para poder aprovecharlas al máximo.

David Garcés: Ex Alumno de la Universidad Casa Grande define a The Click con una sola palabra *"[...] emprendimiento".*

En la entrevista realizada se pudieron determinar cuáles fueron los aspectos que causaron mayor dificultad en el proyecto. El proyecto se planteó con 4 etapas inicialmente, de las cuales las 2 primeras dependían de la página web para poder funcionar.

La gran motivación que guío al entrevistado hacia el desarrollo del proyecto como tal fue la línea que este proyecto tiene. *"Me gustaba que era una línea, un campo que no había explorado. Era interesante lo que podía ver y en qué podía aportar. Aporte y hasta yo me asombraba. Fue algo multifacético".* El organizador hizo hincapié en la cantidad de labores que pudo desempeñar en el proyecto y en el conocimiento y experiencia adquiridos.

En la entrevista se pudo determinar cuál es el diferenciador principal del proyecto como Bootcamp de Emprendimiento. Varios programas de emprendimiento han adoptado el modelo de programa del proyecto. Esto posiciona al programa de The Click como un referente bien posicionado en el mercado.

Como consejo que brinda el ex organizador es dar prioridad a los aspectos pertinentes que representen un paso acertado para el proyecto. No enfrascarse en un solo problema para poder llegar a levantar el programa y tener paciencia. Hacer las cosas con calma y no dudar en pedir ayuda siempre que se necesite.

Nicole Jara: Ex Alumna de la Universidad Casa Grande define a The Click con una sola palabra *"[...] campamento retador".*

La entrevistada nos comenta cuales fueron las dificultades que encontró en el camino a lo largo de este proyecto él fue ¨*recopilar toda la información académica que se iba a mostrar en el campamento, que temas les interesaba más a los emprendedores para saber la malla académica que utilizaríamos*¨.

Por otro lado ella sustenta que una de las sugerencias a dar es el análisis que debemos obtener para dirigirnos al mercado nicho para poder identificar cuáles son las oportunidades y necesidades de los empresarios de ahora ya que todo en la actualidad va cambiando rápidamente y ellos requieren siempre de innovación.

En la entrevista Nicole hace énfasis de cuál fue el motivo de la elección del programa de proyecto aplicativo The Click, ¨… *quería algo relacionado a administración ya que estudio negocios y era un PAP relacionado a mi carrera*¨ de esta manera argumenta que fue una linda experiencia y que se lleva un grato recuerdo de ello.

Uno de los principales diferenciadores que Nicole tuvo en su proyecto en comparación a otros fue un programa personalizado, ¨trata de temas muy específicos, temas prácticos que ayudan a saber la necesidad específica de cada proyecto…¨ por tal manera sienten que dieron resultados todas las investigaciones realizadas previamente el cual hizo cumplir cada uno de los objetivos expuestos.

Expertos en emprendimiento

- **Andrés Briones:**
    - Docente de la Universidad Casa Grande
    - Director local de la Federación de Portadores de Guayaquil
    - Propietario del emprendimiento ¨Forthright Trade Solution¨

Andrés cita que bajo su criterio ¨*el emprendimiento está marcado mucho por la informalidad, personas que deciden emprender por necesidad […]*¨ comenta que el

desconocimiento hace que se vuelva informal y pase factura porque no permite la consolidación a largo plazo del sostenimiento de su empresa.

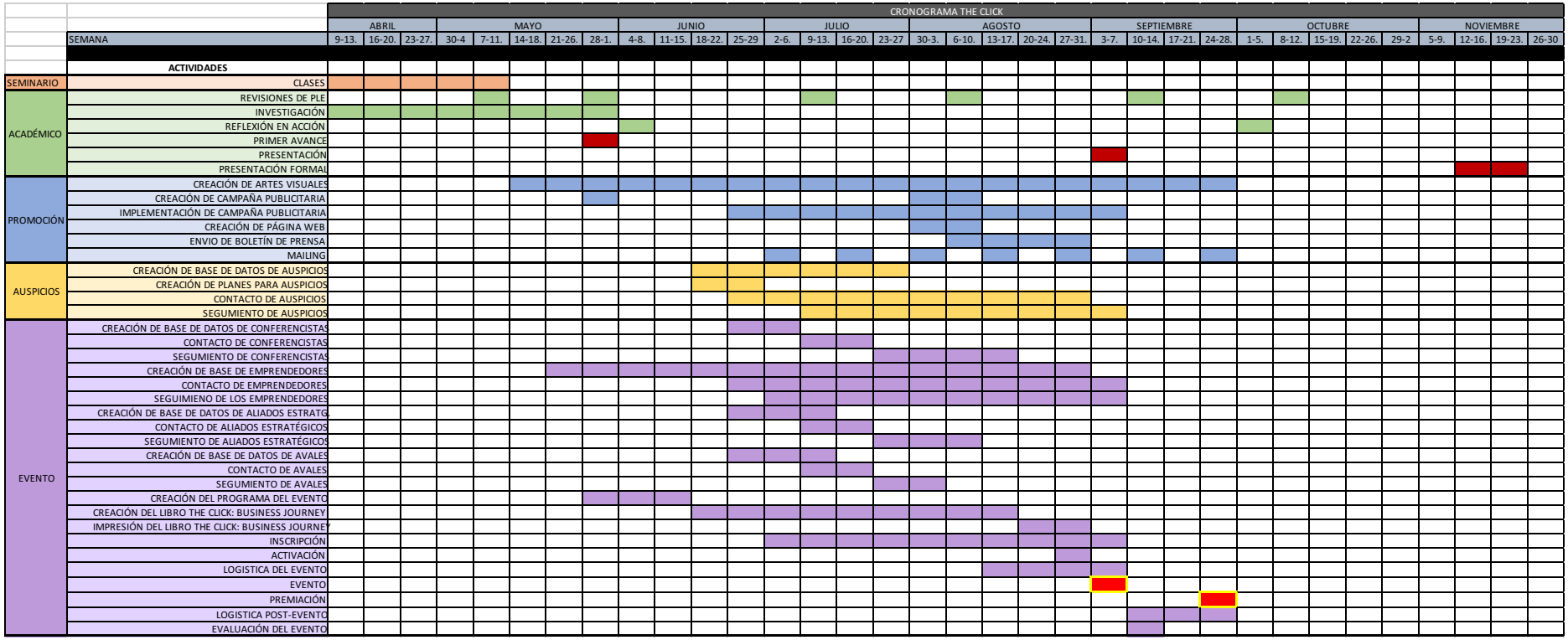
Por otro lado comenta el entrevistado que el gobierno nacional tanto como los municipios hoy en día están brindando ayuda como capacitaciones, herramientas de administración, insumos, tecnología e indicadores que permitan llevar una medición de todas las áreas de manera integral para tomar las mejores decisiones y da como resultado un emprendimiento exitoso.

Al mismo tiempo indica las existentes limitaciones que el emprendedor tiene una de ellas es acceso al capital de trabajo ¨*el gobierno y las entidades públicas no cuenta con la facilidad de brindarles procesos de línea de crédito, acceso a financiamiento barato con plazos de gracia para justamente dotar el trabajo de los emprendedores […]* ¨.

Por otra parte, Andrés explica cómo ve el emprendimiento dentro de siete años el cual manifiesta que existe un fortalecimiento a los emprendimientos a través de los municipios los cuales tienen que trabajar fuertemente con el sector privado ¨*dentro de este sector cuenta con muchas comunidades de emprendedores como por ejemplo co-working […]* ¨, de tal motivo es apropiado realizar alianzas estratégicas que permitan crecer de manera rápida.

Cronograma de Actividades

Tabla 9. Cronograma de Actividades



Fuente: Tabla de elaboración propia.

Cronograma de actividades del evento

Tabla 10. Actividades del evento. Desglosado, Día 1

DÍA 1							
Hora	**Tiempo**	**Actividad**	**Lugar de la Actividad**	**Encargado**	**Lugar**	**Función**	**Manejo de Redes Sociales**
09:00	00:15:00	Inicio- tiempo de espera	Recepción Edificio Mayor	Extra 1	Escritorio en recepción de Edificio Mayor	Recepción de invitados. Confirmación en lista de invitados.	--
				Extra 2	Asensor en piso 1 de Edificio Mayor	Recepción y envio de invitados al Piso #7.	
				Extra 3	Puerta de asensor piso 7 Edificio Mayor	Recepción de invitados, guíar a sala #2 del Piso #7.	
###	#####	Actividad de inauguración (Espacio de iniciación)	Sala #2, Piso #7	Erick	Sala #2, Piso #7	Guíar en Actividad 1 - Team-building.	Gary
				Guillermo	Sala #2, Piso #7	Guíar en Actividad 2 - Team-building.	
				Ericka	Sala #2, Piso #7	Guíar en Actividad 3 - Team-building.	
				Extra 4	Sala #2, Piso #7 (Salida 2da puerta)	Guíar a invitados al asensor.	
###	#####	Bienvenida/ Video	Sala #1, Piso #8	Extra 5	Asensor en piso 8 de Edificio Mayor	Recepción de invitados en piso 8.	--
				Daniel	Sala #1, Piso #8	Selección de asientos para invitados.	--
				Mariella	Sala #1, Piso #8	Escolar a miebros de Guayaquil Emprende a la salida.	
###	#####	Exposición Guayaquil Emprende	Sala #1, Piso #8	Erick	Edificio Mayor	Guia para reacondicionamiento de Sala #2, Piso #7 para almuerzo.	Daniel
10:30	00:15:00	Explicacion del libro	Sala #1, Piso #8	Ericka, Guillermo, Extra 1 y Extra 2	Sala #1, Piso #8	Entregar libros a los invitados.	Daniel
10:45	00:05:00	Introduccion al capitulo de Finanzas-Legal	Sala #1, Piso #8	--	--	--	--
10:50	00:50:00	Charla de Finanzas	Sala #1, Piso #8	Mariella	Sala #1, Piso #8	Entregar de certificado de reconocimiento a Boris Lascano.	Daniel
				Extra 3	Sala #1, Piso #8	Guíar de invitados al Coffee Break.	--
###	**#####**	**BREAK**	Hall Piso #8	Extra 2	Hall de Piso #8	Inidicar estación de bebidas.	--
				Extra 1	Hall de Piso #8	Inidicar estación de alimentos.	--
###	#####	Testimonios (fracaso- éxito)	Sala #1, Piso #8	Ericka y Daniel	Hall de Piso #8	Indicar a los invitados el cierre del Coffee Break.	Erick
				Extra 3	Sala #1, Piso #8	Guíar de invitados a la sala #1 del Piso 8.	
12:30	00:50:00	Explicacion de Modelo Canvas y Completar	Sala #1, Piso #8	--	--	--	Daniel
13:20	00:30:00	Charla de Legal		Gary, Erick y Extra 2.	Sala #2, Piso #7	Preparativos de Almuerzo	
				Extra 1	Asensor en piso 8# de Edificio Mayor (Salida sala #8)	Guíar a invitados al asensor.	
###	**#####**	**BREAK**	Sala #3, Piso #7	Ericka	Piso #7	Recepción de invitados, guíar a sala #3 del Piso #7.	Daniel
				Extra 3	Sala #2, Piso #7	Selección de asientos para invitados.	
				Extra 2	Piso #7	Guíar de invitados a la sala #2	
###	#####	Asesoría con el emprendedor	Sala #1, Piso #7	Erick	Sala #1, Piso #7	Selección de cubículos para los emprendimientos	Ericka
				Daniel	Sala #1, Piso #7	Adminsitración del tiempo para la asesoría	
				Extra 1	Asensor en piso 8# de Edificio Mayor	Guíar a invitados a la sala #1.	
###	#####	Introduccion al capitulo de Comunicación	Sala #1, Piso #8	Ericka	Piso #7	Envío de invitados al Piso #8.	Erick
				Extra 3	Piso #8	Guíar a invitados a la sala #1 Piso #8	
15:55	01:15:00	Charla de Comunicación	Sala #1, Piso #8	--	--	--	Erick
				Extra 1	Asensor en piso 8# de Edificio Mayor (Salida sala #8)	Guíar a invitados al asensor.	
###	#####	Asesoría con el emprendedor	Sala #1, Piso #7	Ericka	Piso #7	Recepción de invitados, guíar a sala #1 del Piso #7.	Gary
				Erick	Sala #1, Piso #7	Selección de cubículos para los emprendimientos	
				Daniel	Sala #1, Piso #7	Adminsitración del tiempo para la asesoría	
				Extra 1	Asensor en piso 7# de Edificio Mayor	Guíar a invitados al piso #8	
###	**#####**	**Networking**	Rooftop	Ericka	Piso #8	Envío de invitados al Rooftop	Daniel
				Extra 2	Entrada Rooftop	Recibimiento de invitados	
				Mariella y Adriana	Rooftop	Entragar certificados a invitados	
19:40	**00:00:00**	**Finalización primer día**	Rooftop	--	--	--	--

Fuente: Tabla de elaboración propia.

Tabla 11. Actividades del evento. Desglosado, Día 2

DÍA 2							
Hora	**Tiempo**	**Actividad**	**Lugar de la Actividad**	**Encargado**	**Lugar**	**Función**	**Manejo de Redes Sociales**
09:00	00:15:00	Inicio- tiempo de espera	Recepción Edificio Mayor	Extra 1	Escritorio en recepción de Edificio Mayor	Recepción de invitados.Confirmación en lista de invitados.	--
				Extra 2	Asensor en piso 1 de Edificio Mayor	Recepción y envio de invitados al Piso #7.	
				Extra 3	Puerta de asensor piso 7 Edificio Mayor	Recepción de invitados, guíar a sala #2 del Piso #7.	
09:15	00:35:00	Actividad Team-Building	Sala #2, Piso #7	Erick	Sala #2, Piso #7	Guíar en Actividad 1 - Team-building.	Ericka
				Guillermo	Sala #2, Piso #7	Guíar en Actividad 2 - Team-building.	
				Gary	Sala #2, Piso #7	Guíar en Actividad 3 - Team-building.	
				Extra 4	Sala #2, Piso #7 (Salida 2da puerta)	Guíar a invitados al asensor.	
09:50	00:15:00	Testimonios (fracaso- éxito)	Sala #1, Piso #8	Extra 5	Asensor en piso 8 de Edificio Mayor	Recepción de invitados en piso 8.	Guillermo
				Daniel	Sala #1, Piso #8	Selección de asientos para invitados.	
10:05	00:05:00	Introduccion al capitulo de Ventas		--	--	--	
10:10	00:45:00	Charla de Ventas		--	--	--	
				Extra 3	Sala #1, Piso #8	Guíar de invitados al Coffee Break.	
10:55	**00:20:00**	**BREAK**	Hall Piso #8	Extra 2	Hall de Piso #8	Inidicar estación de bebidas.	--
				Extra 1	Hall de Piso #8	Inidicar estación de alimentos.	
				Extra 1	Asensor en piso 8# de Edificio Mayor (Salida sala #8)	Guíar a invitados al asensor.	
11:15	01:30:00	Asesoría con el emprendedor	Sala #1, Piso #7	Ericka	Piso #7	Recepción de invitados, guíar a sala #1 del Piso #7.	Gary
				Erick	Sala #1, Piso #7	Selección de cubículos para los emprendimientos	
				Daniel	Sala #1, Piso #7	Adminsitración del tiempo para la asesoría	
				Extra 1	Asensor en piso 8# de Edificio Mayor	Guíar a invitados a la sala #1.	
12:45	00:40:00	Aplicación de Modelo Canvas	Sala #1, Piso #8	Ericka	Piso #7	Envío de invitados al Piso #8.	Daniel
				Extra 3	Piso #8	Guíar a invitados a la sala #1 Piso #8	
13:25	00:30:00	Comienzo del Journey personal	Sala #1, Piso #8	--	--	--	Daniel
				Ericka	Piso #8	Envío de invitados al Rooftop	
13:55	**01:00:00**	**Networking**	**Rooftop**	Extra 1	Entrada Rooftop	Recibimiento de invitados	Guillermo
				Mariella y Adriana	Rooftop	Entragar certificados a invitados	
14:55	**00:00:00**	**FINALIZACIÓN DEL EVENTO**	Rooftop	--	--	--	--

Fuente: Tabla de elaboración propia.

Cuestionario de satisfacción

Cuestionario de satisfacción de The Click: Business Journey

Tu opinión es importante para tratar de mejorar nuestro desempeño. La información aquí recopilada nos resultará muy útil para conocer sus valoraciones y sugerencias. Por favor, califica tu grado de satisfacción en los siguientes puntos, teniendo en cuenta que el **1** implica el mínimo grado de satisfacción y **5** el máximo (maque con una X).

1. Información general

	1	2	3	4	5	No aplica
Organización y planificación general del evento						
Difusión del evento						
Facilidad para la realización de trámites administrativos: inscripción						
Atención del personal organizador del evento						

2. Logística

	1	2	3	4	5	No aplica
Facilidad del desplazamiento hasta la sede del evento						
Parqueo						
Calidad y comodidad de las instalaciones de la sede (equipamiento, mobiliario, iluminación, etc.)						
Utilidad de los materiales entregados para el evento						
Calidad de las bebidas y alimentos ofrecidos durante el evento						
Atención a asistentes (accesibilidad, necesidades, entrega de premios, etc.)						
Interés de las actividades adicionales al evento (actividades team-building, stands informativos, networking, etc.)						
Asignación de las mesas dentro del evento						
Calidad en el manejo de las mesas (control de tiempos, turnos de palabra, etc.)						

3. Contenido

	1	2	3	4	5	No aplica
Horario del evento (días, horas, duración, etc.)						
Pertinencia de las conferencias organizadas (inauguración, clausura, sesiones plenarias, asesorías)						
Pertinencia de las áreas temáticas establecidas						
Grado de interés de las categorías de conocimiento expuestas						
Innovación en los temas presentados						
Cumplimiento de la programación establecida						

4. Conferencistas

Comunicación – Angelo Baquerizo

	1	2	3	4	5	No aplica
Conocimiento y dominio del tema						
Metodología y pedagogía						

Finanzas – Boris Lascano

	1	2	3	4	5	No aplica
Conocimiento y dominio del tema						
Metodología y pedagogía						

Legal – Paula Romero

	1	2	3	4	5	No aplica
Conocimiento y dominio del tema						
Metodología y pedagogía						

5. Valoración General

	1	2	3	4	5	No aplica
Grado de satisfacción general del evento						
Cumplimiento de las expectativas del evento						
Asesores						

6. Comentarios y Sugerencias

Cuestionario de satisfacción de The Click: Business Journey

Tu opinión es importante para tratar de mejorar nuestro desempeño. La información aquí recopilada nos resultará muy útil para conocer sus valoraciones y sugerencias. Por favor, califica tu grado de satisfacción en los siguientes puntos, teniendo en cuenta que el **1** implica el mínimo grado de satisfacción y **5** el máximo (maque con una X).

7. Información general

	1	2	3	4	5	No aplica
Organización y planificación general del evento						
Difusión del evento						
Facilidad para la realización de trámites administrativos: inscripción						
Atención del personal organizador del evento						

8. Logística

	1	2	3	4	5	No aplica
Facilidad del desplazamiento hasta la sede del evento						
Parqueo						
Calidad y comodidad de las instalaciones de la sede (equipamiento, mobiliario, iluminación, etc.)						
Utilidad de los materiales entregados para el evento						
Calidad de las bebidas y alimentos ofrecidos durante el evento						
Atención a asistentes (accesibilidad, necesidades, entrega de premios, etc.)						
Interés de las actividades adicionales al evento (actividades team-building, stands informativos, networking, etc.)						
Asignación de las mesas dentro del evento						
Calidad en el manejo de las mesas (control de tiempos, turnos de palabra, etc.)						

9. Contenido

	1	2	3	4	5	No aplica
Horario del evento (días, horas, duración, etc.)						
Pertinencia de las conferencias organizadas (inauguración, clausura, sesiones plenarias, asesorías)						
Pertinencia de las áreas temáticas establecidas						
Grado de interés de las categorías de conocimiento expuestas						
Innovación en los temas presentados						
Cumplimiento de la programación establecida						

10. Conferencistas

Ventas – Juan Carlos Lima

	1	2	3	4	5	No aplica
Conocimiento y dominio del tema						
Metodología y pedagogía						

11. Valoración General

	1	2	3	4	5	No aplica
Grado de satisfacción general del evento						
Cumplimiento de las expectativas del evento						
Asesores						

12. Comentarios y Sugerencias

Auspicios

Tabla 12. Auspicios

Auspicio	**Dinero auspiciado**	**Tipo**
Banco del pacífico	$625.00	Efectivo
Colegio americano	$535.71	Efectivo
Fondos The Click	$250.00	Efectivo
Atun Isabel	$535.71	Efectivo
Alfadomus	$528.00	Efectivo
Aporte de miebros the click	$250.00	Efectivo
Total	$2,724.42	
Auspicio	Dinero auspiciado	Tipo
Banco del pacífico	$300.00	Canje (Publicidad)
Casa manaba	$600.00	Canje (Productos)
Imprenta Mrpubec	$350.00	Canje (Productos)
Choppan	$250.00	Canje (Productos)
Ziel	-	Canje (Premio)
Ferias 360	-	Canje (Premio)
Dunkin donuts	$200.00	Canje
Huitaca	$287.00	Canje
3m	$670.00	Canje (Productos)
Coca cola	$300.00	Canje (Productos)
Toni	$300.00	Canje (Productos)
Cabify	$1,200.00	Canje (Códigos)
Guillermo Baquerizo	$50.00	Canje
Total	$4,507.00	
Inscritos	Dinero auspiciado	Tipo
Asistentes	$880.00	Efectivo
Total	$880.00	
Total	$8,111.42	

Fuente: Tabla de elaboración propia.

Tabulaciones de Cuestionario

Figura 8. Resultados de organización y planificación general del evento

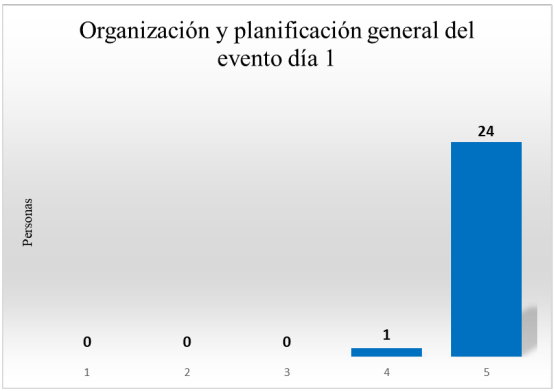
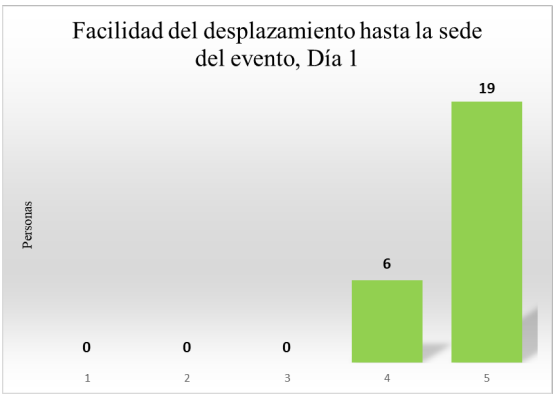


Figura 9. Resultado de Facilidad del desplazamiento



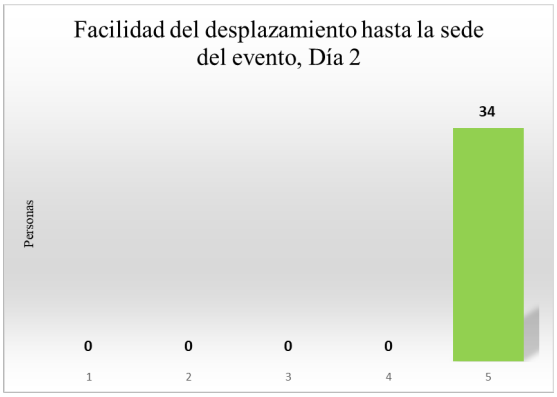
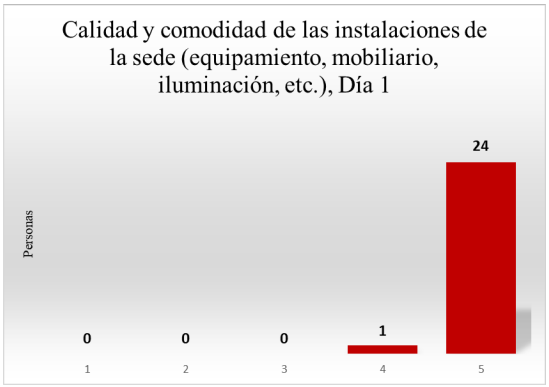


Figura 10. Resultado de calidad y comodidad de instalaciones



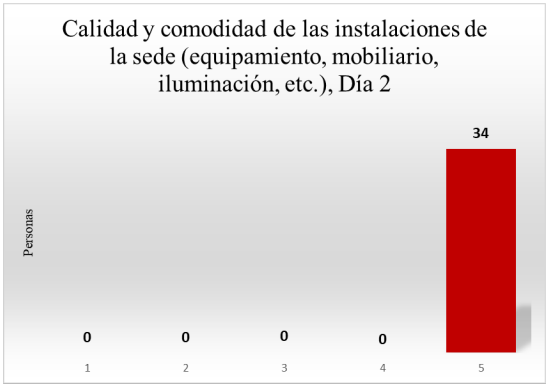
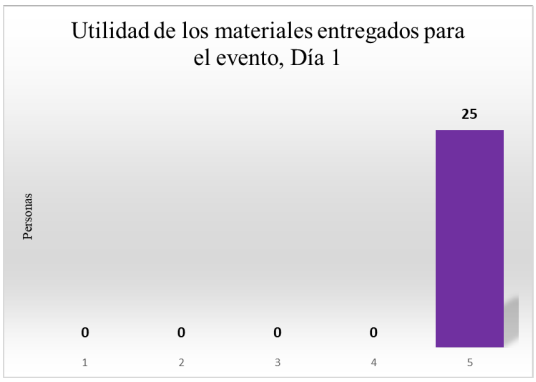


Figura 11. Resultados de utilidad de materiales entregados



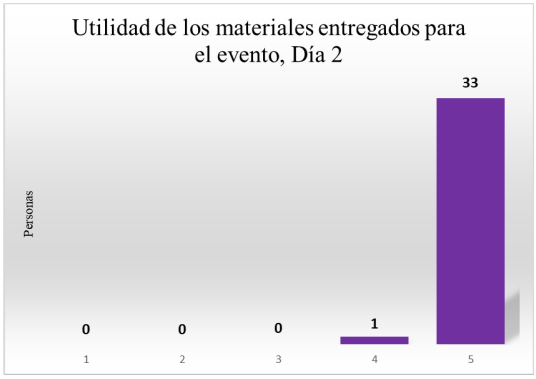
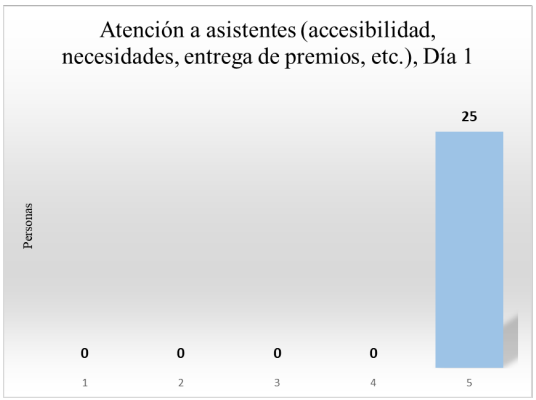


Figura 12. Resultados de atención a asistentes



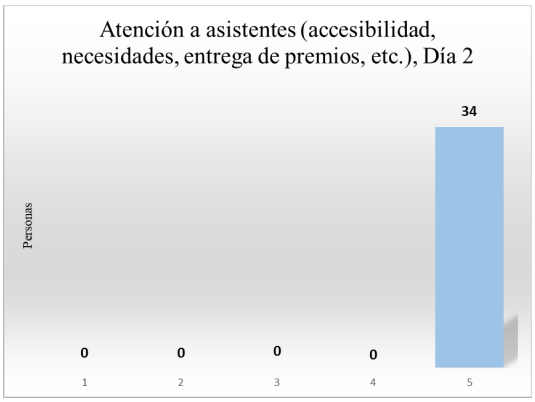
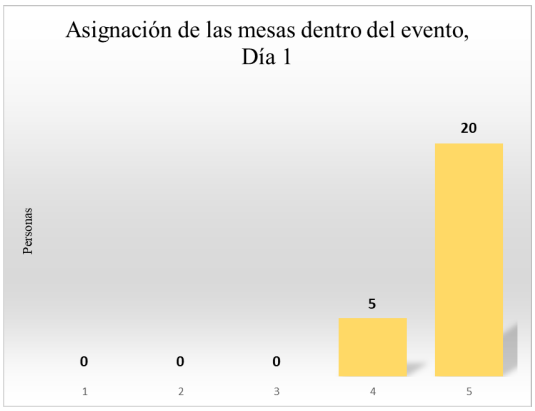


Figura 13. Resultado de asignación de mesas



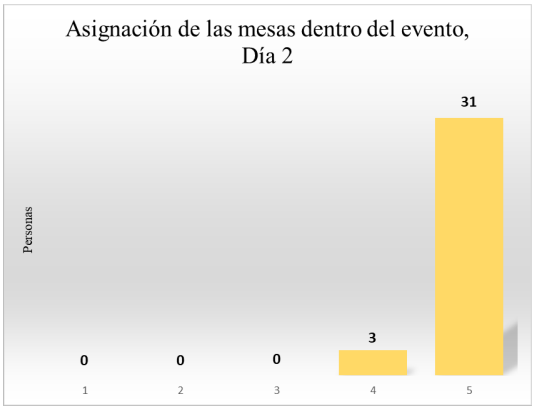
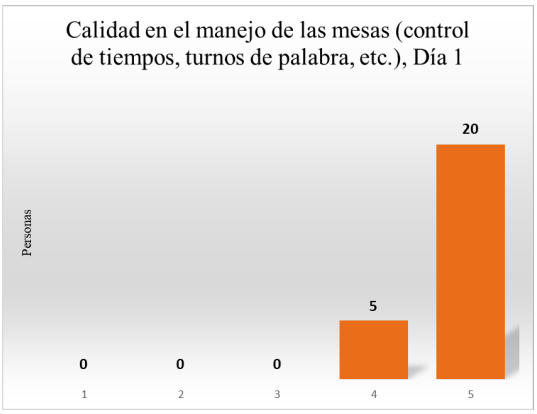
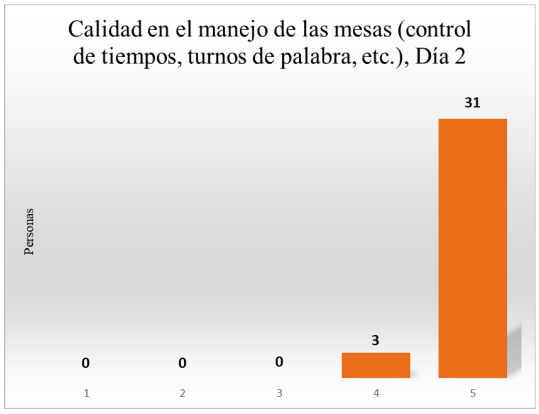



Figura 14. Resultado de calidad en el manejo de mesas