



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

### **POLITICAS**

#### **TITULO DEL PROYECTO FINAL**

Sistematización de la experiencia de creación de un modelo de sostenibilidad financiera para los servicios ofrecidos en el Espacio

Multimedial de Apoyo a Emprendedores “El Nido” .

#### **Para optar al grado de:**

Ingeniería en Administración de Empresas  
y Marketing Estratégico

#### **Elaborado por:**

Marco Andrés Heredia Moscoso

#### **Equipo de guías**

Mariela Ortega

Adriana Echeverría

**GUAYAQUIL, ECUADOR**



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL

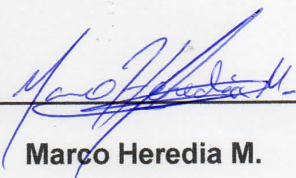


Universidad  
Casa Grande

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Marco Andres Heredia Moscoso en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación "The Click Booster" 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.



---

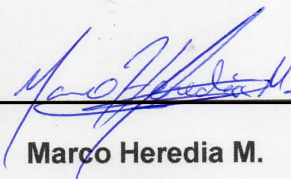
**Marco Heredia M.**

**0922712724**



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, MARCO ANDRÉS HEREDIA MOSCOSO, autor del trabajo de titulación “SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE CREACIÓN DE UN MODELO DE SOSTENIBILIDAD FINANCIERA PARA LOS SERVICIOS OFRECIDOS EN EL ESPACIO MULTIMEDIA DE APOYO A EMPRENDEDORES “EL NIDO””, 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.



---

**Marco Heredia M.**

**0922712724**

## **ABSTRACT O RESUMEN**

El siguiente texto que se partirá a continuación se presenta la sistematización de la experiencia de la creación de un Espacio Multimedial para el apoyo a potenciales emprendedores, es un proyecto destinado a ayudarlos mediante sesiones de capacitaciones y asesorías. A través de esta página se va a informar a los emprendedores con tips para su emprendimiento y también acerca de los servicios de la nueva Unidad de Emprendimiento de la Universidad Casa Grande, brindando un espacio de acercamiento directo con los empresarios y de esta manera poder facilitarles las herramientas necesarias para el crecimiento de su negocio. Por otra parte se describirá de forma minuciosa la arista de Presupuesto y Sostenibilidad, analizando así los antecedentes y el contexto del Ecuador del 2019. Más específicamente en la ciudad de Guayaquil, entendiendo cuales son los beneficiarios y actores involucrados en este proyecto. Se trata de sistematizar la experiencia del encargado de conseguir los medios necesarios para poder desarrollar la pagina web y diseñar un modelo tomando en consideración todas las actividades que se planean realizar y como estas influyen en el desarrollo y sostenibilidad de los servicios ofrecidos en la página, proyecto que ha sido planificado y organizado por los cuatro estudiantes que forman el grupo de este Proyecto de Aplicación Profesional

## **PALABRAS CLAVE**

- El Nido
- Emprendedores
- Multimedial
- Acercamiento
- Sostenibilidad

## INDICE

Carátula.....	1
Cláusulas de Autorización.....	2
Abstract o Resumen.....	4
Palabras Clave.....	4
Índice.....	5
Tabla de Anexos.....	6
Antecedentes y Contexto del Proyecto del que se Desprende la Experiencia a Sistematizar.....	9
Objeto a ser sistematizado de manera individual y objetivos de la sistematización.....	15
Reconstrucción Histórica de la Experiencia a Sistematizar de Forma Individual.....	16
Análisis e Interpretación Crítica de la Experiencia y Dimensión Individual de la Evaluación de Resultados.....	30
Aprendizajes Generados.....	34
Autoevaluación.....	37
Referencias Bibliográficas.....	40
Anexos.....	43

## Tabla de Anexos

1.1 Arbol de Problemas Primeras Etapas .....	42
1.2 Carta de Invitación Nido Bootcamp Banco Internacional.....	43
1.3 Carta de Invitación Nido Bootcamp Banco Machala.....	44
1.4 Carta de Invitación Nido Bootcamp Silvercross Casa de Valores .	45
1.5 Carta de Invitación Nido Bootcamp Banco General Rumiñahui ....	46
1.6 Carta de Invitación Nido Bootcamp Banco Del Bank.....	47
1.7 Carta de Invitación Nido Bootcamp Casa de Valores Casa Real ..	48
1.8 Paquete de Auspicios Segmento Bancos Primera Versión .....	49
1.9 Paquete de Auspicios Segmento Bancos Versión Final.....	49
1.10 Paquete de Auspicios Segmento Empresas Primera Versión .....	50
1.11 Paquete de Auspicios Segmento Empresas Versión Final .....	50
1.12 Paquete de Auspicios Segmento Entidades Financieras Primera Versión .....	51
1.13 Paquete de Auspicios Segmento Entidades Financieras Versión Final .....	51
1.14 Modelo de Incubación de Negocios ITESM.....	52
1.15 GEDI – Los 15 Pilares Comparativo entre Ecuador, La Región y el Mundo .....	52
1.16 Presupuesto Anual Centro de Emprendimiento Universidad Politécnica Salesiana .....	53

1.17 Propuesta de Precios para Servicios Ofrecidos Universidad de Cuenca (Emprendedores).....	53
1.18 Propuesta de Precios para Servicios Ofrecidos Universidad de Cuenca (Dueños de Negocio).....	53
1.19 Análisis de Costos e Ingresos Universidad de Cuenca (Emprendedores) .....	55
1.20 Análisis de Costos e Ingresos Universidad de Cuenca (Dueños de Negocios).....	56
1.21 Sondeo de la Competencia (Centros de Emprendimiento) .....	57
1.22 Opciones de Costo por Servicio “EL Nido” (Consutorías) .....	58
1.23 Opciones de Costo por Servicio “EL Nido” (Pre-Incubación).....	58
1.24 Opciones de Costo por Servicio “EL Nido” (Incubación) .....	59
1.25 Opciones de Costo por Servicio “EL Nido” (Programas de Especialización para Emprendedores) .....	59
1.26 Opciones para el Establecimiento de Precios (Consultoría por Áreas).....	60
1.27 Opciones para el Establecimiento de Precios (Programa de Especialización para Emprendedores) .....	60
1.28 Opciones para el Establecimiento de Precios (Pre-Incubación)..	61
1.29 Opciones para el Establecimiento de Precios (Incubación).....	62
1.30 Precios Establecidos y Validados por Tutora del Proyecto y Presentados en la Mesa de Validación con Emprendedores .....	63

1.31 Arbol de Problemas Final.....	64
1.32 Matriz de Marco Lógico.....	65
1.33 Primera Carta Aval del Documento Individual .....	66
1.34 Segunda Carta Aval del Documento Individual .....	67
1.35 Tercera Carta Aval del Documento Individual .....	68
1.36 Cuarta Carta Aval del Documento Individual .....	69



## **ANTECEDENTES Y CONTEXTO DEL PROYECTO DEL QUE SE DESPRENDE LA EXPERIENCIA A SISTEMATIZAR:**

Robert C. Ronstadt (1985) nos dice que el Emprendimiento se considera un proceso dinámico mediante el cual los individuos, quienes asumen la mayor cantidad de riesgos en cuanto al ámbito económico, se comprometen en el ámbito profesional y personal, invirtiendo una gran cantidad de su tiempo llegando a generar riqueza que tiene como objetivo crecimiento constante. Esto se vuelve posible gracias al emprendedor que es el encargado de brindar un valor agregado mediante todas las habilidades y recursos necesarios y disponibles a un servicio o un producto, sea este original, único o no lo sea.

Es por eso que el emprendimiento podría ser la solución para las necesidades de muchas personas, sobre todo en países en vías de desarrollo como lo son la mayoría de países en América Latina donde, según Saavedra y Hernández, (2008) “Las microempresas y PYMES cumplen un papel preponderante desde el punto de vista social como creadoras de empleo e instrumento de cohesión y estabilidad al brindar oportunidades a colectivos semi o escasamente cualificados, centralizando sus acciones en sectores caracterizados por presentar barreras que limitan sus operaciones”.

Es por eso que la realidad es la siguiente, según la Global Entrepreneurship Monitor (2017), en Ecuador existe una tasa de fracaso en los emprendimientos del 90%, lo cual sucede en un periodo no mayor a 3 años. Una cifra que puede llegar a ser bastante alarmante cuando entendemos que 3 años es el periodo de tiempo en el que un emprendimiento debería comenzar a afianzarse y lograr entrar en la

clasificación de MIPYMES. Esto lleva varios trasfondos, como se puede evidenciar en el primer párrafo de este texto, el éxito del emprendimiento depende única y exclusivamente de la pericia e intelecto del emprendedor

Según los datos que se arrojó este año 2019, se ubicó que la mayoría de jóvenes Universitarios son emprendedores, de ahí siguen los adultos, ya que Ecuador tiene un índice alto en lo que tiene que ver con el emprendimiento, es por eso que actualmente lo que hacen las personas para poder combatir esta crisis económica es emprender ya sea en un negocio, un servicio, o algo que este en la necesidad de los ciudadanos. Convirtiéndose en una problemática real ya que según un artículo publicado por El Telégrafo (2017) afirma que la UEES realizó un estudio donde se evidencia que del 90,5% de las empresas en Ecuador son representados por negocios familiares, esto sumado a que el 95% del tejido empresarial son MIPYMES; de ellas, el 90% son micro, 8,6% son pequeñas, y 1.4% son medianas (Telégrafo, 2019). Indicando que estos micro y pequeños emprendimientos son la forma del pueblo ecuatoriano de salir adelante buscando un futuro mejor para sus familias. Lo cual puede llegar a tornarse un poco complicado por el entorno en el que estas se desarrollan, al deber luchar contra distintos frentes.

Uno de los factores de mayor importancia dentro de los resultados de la investigación que respaldan este proyecto resulta ser ese empirismo o informalidad que caracteriza al guayaquileño, algo que afecta en gran medida a los negocios y a su éxito en el largo plazo debido a que esto trae como consecuencia el mal manejo de las finanzas empresariales, resultando en una mala estructura financiera y administrativa lo cual es un factor

determinante para el fracaso al momento de buscar fuentes de financiamiento. Se suma a todo esto el desconocimiento de la cantidad de trámites y permisos necesarios para mantener en regla al negocio y los altos valores que estos representan han mantenido a la sociedad guayaquileña y a los negocios como informales y carentes de innovación.

Analizando a Guayaquil en 2019 dentro del entorno para emprendimientos y MIPYMES, se evidencia que actualmente no solo en esta ciudad sino en todo Ecuador, existe una tendencia de potenciar emprendimientos, pequeños y medianos negocios que en su mayoría son negocios familiares, las entidades financieras, entidades públicas, organizaciones y otros tipos de agentes involucrados han mostrado interés por este sector mediante algunas de las siguientes prácticas que serán comentadas a continuación.

Partiendo por el lado de la academia, las universidades actualmente están comenzando a dar vida a pequeñas ideas de negocios tanto de sus estudiantes como de empresarios que requieran de experticia mediante asesorías dentro de algún área del ámbito empresarial, incluso proporcionando los contactos necesarios para que puedan ayudarlos a impulsar de mejor manera su negocio a través de networking.

Por lo que han optado por crear y desarrollar centros o unidades para el desarrollo de emprendimientos y MIPYMES, las cuales haciendo uso de las relaciones tanto nacionales como internacionales de las universidades logran promover de manera interesante estas y muchas otras iniciativas, realizando conferencias, charlas, clubes de emprendimiento, programas especiales de emprendimiento, incubadoras de empresas y muchas otras relacionadas con el ámbito del desarrollo empresarial. Pero uno de los mayores problemas

existentes es que estas iniciativas llegan muy poco fuera del ámbito académico al público general, siendo este quien más lo necesita.

Existe escaso impacto en las acciones generadas en relación a este tema, ahora en día en la ciudad de Guayaquil según los estudios realizados se puede evidenciar que se cuenta con entidades que ayudan a emprendimientos en el tema de como comenzar a crear un proyecto de negocio, pero estos no tienen un alcance que sea relevante.

Es por ello que mediante la Universidad Casa Grande se da este proyecto en el cual se les facilitará a los emprendedores en el transcurso de las asesorías las herramientas actuales con las que deberían de contar para la creación del negocio o proyecto que tengan en mente.

A nivel gubernamental también existen muchas acciones, proyectos, congresos y demás iniciativas tratando de promover a la empresa privada del sector MIPYMES en Ecuador, brindando capacitaciones, espacios de *networking*, asesorías, financiamientos y muchas otras iniciativas mediante entidades nuevas como Guayaquil Emprende, Innova Ecuador, Ministerio de Industrias y Productividad y un sin número de otras entidades que tienen como objetivo el desarrollo de este sector de la industria privada.

La banca está comenzando a incursionar fuertemente dentro de los créditos empresariales y de emprendimiento con el Crédito Emprendedor del Pacífico del Banco del Pacífico y con las nuevas iniciativas de la Corporación Financiera Nacional que ha optado por agregar créditos para empresas de servicios a su portafolio. Por el lado de la banca privada, el Banco Solidario publicita su microcrédito para negocios, el Banco de Guayaquil ofrece

créditos para Capital de Trabajo y la Bolsa de Valores orienta sus esfuerzos en tratar de integrar a las PYMES en el mercado bursátil.

Se actúa con el apoyo de la Universidad Casa Grande y mediante todos los actores de interés del tema en cuestión, entiéndase como expertos y personas del medio en cuanto a temas de emprendimiento, desarrollo de negocios e innovación que puedan aportar ideas relevantes para la conformación de un portal web que sea de alto impacto para la sociedad guayaquileña. Se trata de involucrar a entidades que puedan generar realce para el proyecto en cuestión, proyectando alcanzar a numerosos emprendedores en los sectores de la provincia del Guayas. Si se habla de los datos estadísticos actuales dentro del Ecuador se refleja que el país es líder en tasas de emprendimiento por necesidad (GEM, 2017), es por eso que el presente proyecto constará de poder brindar a las personas que realmente lo necesiten las herramientas para el potenciamiento de su emprendimiento y cuáles son los pasos a seguir en cuestión al mismo.

Es necesario el compromiso de los emprendedores, que estos pongan todo de su parte para así aprovechar al máximo sus capacitaciones y asesorías para que su negocio sea un éxito, ya que tener un negocio no es tarea fácil, porque son una serie de pasos a seguir, es por eso que un emprendedor tiene que tener en claro estos pasos puestos por Guy Kawasak (2019):

Un emprendedor tiene que saber deliberar, en la asesoría se les demostrará como planificar su estrategia y cuáles serían los pasos a seguir, para que así consiga su resultado satisfactorio, también tiene que saber informarse ya que tiene que estar a día en todo lo que está pasando en el mundo de las

creaciones de compañías, negocios, etc., para que así pueda seguir con paso firme.

Un emprendedor tiene que saber diagnosticar si su negocio resultará o no, es importante que se defina un buen mercado objetivo desde el principio y tener claro como llegar de manera mas efectiva a ese target de consumidores. Es importante que entienda que las características del servicio y la ubicación del local tienen que estar diseñadas en función del mercado al que se esta tratando de alcanzar, también es importante que los emprendedores entiendan la importancia de la calidad en la atención al cliente y la importancia de esta para la supervivencia de los negocios en el largo plazo.

Para la realización de este proyecto se debe tomar en consideración cada uno de los objetivos específicos en cuanto a las aristas de este proyecto, por un lado es de vital importancia el tema del concepto creativo que se debe desarrollar en conjunto con el contenido y servicios que ofrecerá el espacio multimedial, los cuales servirán de base para las aristas de alianzas estratégicas encargada de conseguir avales y conexiones necesarias para la potenciación de la misma. Por último, se debe tomar en consideración que nada del proyecto se puede llevar a cabo sin un plan sólido para poder establecer como los servicios ofrecidos en la página lograrán ser sustentables.

## **OBJETO A SER SISTEMATIZADO DE MANERA INDIVIDUAL Y**

### **OBJETIVOS DE LA SISTEMATIZACIÓN.**

El presente punto se orienta hacia los objetivos de sistematización de la experiencia del encargado de la arista de Presupuesto y Sostenibilidad para el Espacio Multimedial para apoyar a potenciales emprendedores.

#### **Objetivo General**

Poder generar una reflexión sobre la creación de una guía para la sostenibilidad de los servicios ofrecidos en el Espacio Multimedial para el apoyo a potenciales emprendedores.

#### **Objetivos Específicos**

- 1) Analizar las herramientas y fuentes utilizadas para el establecimiento del presupuesto para el inicio del Espacio Multimedial para emprendedores
- 2) Especificar los esfuerzos realizados para la obtención de recursos para la pagina web de la Unidad de Emprendimiento.
- 3) Enunciar los componentes sugeridos para la sostenibilidad de los servicios ofrecidos en el Espacio Multimedial.

## **RECONSTRUCCIÓN HISTÓRICA DE LA EXPERIENCIA A SISTEMATIZAR DE FORMA INDIVIDUAL.**

En la concepción original del proyecto se tenía planeado realizar un programa de capacitaciones y asesorías con empresas en la clasificación de PYME que cumplan con ciertos criterios de selección en cuanto a: tiempo en el mercado, nivel de ventas, numero de empleados, etc. El objetivo de este proyecto era preparar a estas empresas para estar aptos a entrar a cotizar sus acciones mediante el mercado bursátil, para lo cual se tenía planificado trabajar conjuntamente con la casa de valores Casa Real.

Dentro de las primeras actividades realizadas se encuentra una investigación profunda acerca de cómo se integran las empresas al mercado bursátil en mercados mas desarrollados en cuestiones de Bolsa de Valores, esto se da para poder tener contexto y mejor entendimiento al momento de la primera reunión con la persona de contacto de la casa de valores Casa Real, donde se explicaría a mayor detalle todos los particulares y consignas concretas para la realización del proyecto en cuestión.

Dentro de la primera reunión se entregaron directrices a cada uno de los participantes según sus aristas a trabajar, se definió que el autor de este documento se enfocaría en conseguir los auspicios necesarios para la realización del proyecto, se establecieron los parámetros bajo los que se realizarían las capacitaciones y el enganche principal del proyecto, el hecho de que uno de todos los participantes recibiría como ganador, un



financiamiento de cincuenta mil dólares por parte de un inversionista que ya había sido concretado por Casa Real.

Posterior a la primera reunión cada integrante del grupo se concentró en las tareas para su arista a desarrollar, en el área de Auspicios y Presupuesto se procedió a realizar el bosquejo inicial de lo que sería el presupuesto para la realización de las actividades planteadas por todas las demás aristas, esto requirió de un trabajo en conjunto de todos los integrantes del grupo para poder establecer los materiales y herramientas necesarios para llevar a cabo la planificación establecida. Después de establecer un presupuesto inicial, se comienza a validar el presupuesto con cotizaciones para todos los requerimientos consensados por el grupo y se aterriza el presupuesto respaldado en las cotizaciones realizadas.

Una vez definido el presupuesto se procede a establecer los paquetes de auspicios que se va a enviar a las entidades correspondientes a cada uno de los segmentos pensados para integrarse al proyecto en cuestión. Para lo cual se analizó el histórico de paquetes de auspicios presentados tanto por las ediciones anteriores de The Click Bootcamp como de otros PAPs con temáticas diferentes para poder hacer comparativas y que los paquetes sean lo mas coherentes posibles.

Establecidos los paquetes sigue el sondear todas las empresas dentro de los segmentos que se tomaron en consideración para integrarse al proyecto, para lo cual se comenzó con una búsqueda digital de bancos, casas de valores, cooperativas de ahorro y crédito y demás empresas que podrían estar interesadas y se beneficiarían de la exposición de marca al publico de la Universidad Casa Grande el cual consta de más de 1000

alumnos. Adicional a esto se realizó un sondeo de los auspiciantes de las ediciones pasadas de *The Click* tomando en consideración que ellos conocen de antemano el propósito del proyecto y tienen experiencias previas formando parte de este tipo de programas, tratando de establecer una nueva etapa de colaboración con ellos.

Una vez analizado los potenciales auspiciantes, lo siguiente es comenzar a concretar visitas para poder explicar a profundidad de que se trata el programa en la edición actual, presentar los paquetes de auspicios y mencionar todos los beneficios a los que los auspiciantes se harían acreedores al formar parte del programa. Luego de la reunión inicial es importante responder a todas la inquietudes que puedan surgir para lo cual corresponde hacer seguimiento tanto con los auspiciantes como con las personas encargadas de receptor los pagos dentro del área de finanzas de la universidad.

En el progreso de contactar a las entidades para poder concretar una cita se tuvo una segunda reunión con el representante de la casa de valores Casa Real, en la cual se aclaró que el programa “The Click Bootcamp 5ta edición” debía ser el responsable de asumir los costos del proceso de integración al mercado bursátil, un valor aproximado de trece mil dólares lo cual sumándose a los gastos operativos del proyecto representaban una suma bastante difícil de recolectar a través de los auspicios.

Posterior a esto se tuvo una reunión con las guías del proyecto donde se evidenció que la realización del proyecto mediante la casa de valores Casa Real no era factible por lo que en este punto el proyecto tendría su

primer cambio de enfoque, se acordó que si bien mediante la inversión a través de la Casa de Valores se generaría un impacto directo en un participante, el enfoque del proyecto no debía centrarse en beneficiar únicamente a un participante, por el contrario este debía tener el mayor alcance posible y tampoco se debería sesgar las opciones de fuentes de financiamiento únicamente al mercado bursátil, sino generar un espacio donde estos emprendedores se puedan informar de todo el abanico de opciones que tienen a su disposición en el mercado y de manera que estos puedan acercarse a estos actores con una estructura financiera lo más sólida posible.

Pasando por la adopción de esta nueva consigna se hizo un análisis de los cambios requeridos para poder cumplir con esta nueva agenda y se llegó a la conclusión de que muchos de los esfuerzos realizados para el primer enfoque podrían seguir siendo de utilidad, los costos operativos del programa de capacitaciones seguían siendo los mismos, las posibles entidades auspiciantes seguían siendo las mismas, con la diferencia de que en esta versión del proyecto se planeaba brindarles un rol más participativo integrándolos al proceso de capacitaciones generando un espacio de acercamiento directo entre estos negocios y las entidades, culminando con un espacio de *Networking* donde después de haber culminado el programa de capacitaciones los negocios podrían acercarse a estas entidades y presentar su estructura financiera trabajada en el en estas sesiones.

Se continuó con el proceso de concretar visitas con estas entidades, se tuvo una reunión con el Gerente Regional del Banco Internacional

Francisco Varas, donde se le explicó el propósito del “Nido Bootcamp” y se le ofrece formalmente al Banco Internacional formar parte de los auspiciantes, dentro de la reunión el señor Varas comenta acerca de los valores de los paquetes y nos da una retroalimentación haciendo notar que los valores están un poco altos, dice estar interesado en formar parte del programa y que en pocos días estaría comunicándose con el equipo para extender una contraoferta según su análisis profundo de los beneficios ofrecidos.

Después de esta reunión fue necesario realizar un ajuste a los valores de los paquetes de auspicios de los 3 segmentos de auspiciantes que se estableció, en paralelo a esto se tuvo varias reuniones, una con German Cobos Gerente de Silvercross una casa de valores, dentro de la cual manifestó que las PYMES no estaban dentro del segmento de su negocio, pero podría facilitar al equipo un contacto dentro de la Bolsa de Valores de Guayaquil la cual está incursionando en la integración de las PYMES dentro del mercado bursátil.

Se coordinó citas con el contacto provisto por German Cobos en el área de operaciones de la Bolsa de Valores donde se le explicó el contexto del proyecto y este comentó que el departamento de divulgación, podría ser de mayor ayuda en los requerimientos expuestos, derivando la reunión a una compañera dentro del mencionado departamento. Donde ella comentó que toda acción del departamento debía ser autorizada por la directora, por lo que se solicitó una cita con Oriana Rumba la Directora de la Bolsa de Valores de Guayaquil, para a través de la misma contactar a todas las casas de valores registradas. Se logró que la Bolsa de Valores

envíe un comunicado a todas las casas de valores comentándoles acerca del propósito de nuestro proyecto e incentivándolos a formar parte del mismo. Adicional facilitaron la información de contacto de correo electrónico de todas las casas de valores al equipo para poder hacer contacto directo con ellas y extenderles los paquetes de auspicios previamente corregidos.

Se tuvo una reunión con el gerente de agencia de la Cooperativa de 29 de Octubre donde se le informó acerca del proyecto y se lo invito formalmente a integrarse a los auspiciantes del mismo. Se le comentó acerca de este espacio de *networking* el cual le pareció bastante atractivo y mostró interés en formar parte, solicitó que se le envíe la información detallada del proyecto por correo para poder revisarlo con mayor detenimiento, correo que fue enviado según lo solicitado.

Se obtuvo otra reunión con el Banco de Machala dentro de su departamento de marketing, el cual mostró interés por el proyecto y solicitó que se envíe toda la información detallada a sus cuentas de correo electrónico en conjunto con una carta de invitación hacia la gerente de marketing para poder analizarlo con ella después, solicitaron también saber si por medio del auspicio se generaba una factura y de ser el caso tendría lugar el auspicio para el que se requería que la factura sea presentada antes de generarse el desembolso.

Por lo cual se recurrió a las guías del proyecto para preguntar hacia quien se podía dirigir esta duda, recomendaron solicitar una cita con Erika Hurtado del Departamento de Finanzas de la Universidad Casa Grande.

En la reunión en el departamento de finanzas nos comunicaron que para temas de auspicio se genera la factura una vez recibido el monto, no antes. Lo cual representaba un problema bastante grande para la negociación con Banco internacional, en paralelo a todo esto se realizó la convocatoria de las empresas para el programa, se envió correo masivo a mas de 1700 empresas en la base de datos obtenida por el grupo. Pasados los días se fue evidenciando que la cuota mínima de inscritos al programa no se iba a poder lograr por lo que dentro del primer Pit Stop! se tomó la iniciativa de generar marketing directo para poder concretar a los asistentes necesarios y llevar a cabo el programa.

Respondiendo a la sugerencia de generar marketing directo se procedió a entregar físicamente las invitaciones a 30 empresas que formaban parte de la base de datos a las cuales se les había enviado correo masivo y de esta manera poder explicarles a mejor detalle de que se trata el proyecto, el potencial beneficio para ellos e invitarlos formalmente a ser parte del mismo, aún con todas estas acciones la respuesta para el programa no fue la esperada.

Dentro de una nueva reunión se definió con las guías que si bien el contenido que se iba a dictar en las clases es adecuado para satisfacer las necesidades de estos negocios, el canal escogido podría no ser el mejor, se tomó en consideración realizar una actualización del libro de la edición pasada de "Nido Bootcamp" con enfoque en el tema financiero aprovechando toda la información recabada, planificando que existan cien ejemplares físicos entregados y la posibilidad de poder descargar la

versión digital sin costo alguno, por lo que nuevamente las tareas a realizar cambiaron para todo el grupo.

Fue necesario realizar un presupuesto de impresiones para los ejemplares físicos del libro y de un lanzamiento para el mismo dentro de la universidad, se realizaron cotizaciones y se armó un esquema de costos referencial hasta poder comprobar los valores reales, se tuvo que avisar a los auspiciantes del nuevo cambio de agenda, explicarles como esto afectaría sus beneficios y el impacto general de la propuesta la cual se proyectaba que tendría un mayor alcance al ser publicado mediante la universidad y tener la posibilidad de llegar a muchas mas personas de lo que un *bootcamp* podría llegar a convocar.

Sucedendo en paralelo a todo esto se genera la decisión desde la Facultad de Administración y Ciencias Políticas de la Universidad Casa Grande de crear un club de emprendimiento y un nuevo departamento para incentivar la creación y desarrollo de los emprendimientos dentro de la universidad, denominada la Unidad de Emprendimiento.

Sucede una nueva reunión con la Dirección de Proyectos de Aplicación Profesional, donde se comentaron los inconvenientes que habían surgido en el transcurso del proyecto y las mutaciones que este había tenido y mediante esta nueva propuesta se pretendía generar un mayor impacto. Dentro de las sugerencias recibidas se encontraba que si bien el hacer este contenido accesible para el público general es importante tal vez existan mejores canales para poder hacerlo. Se recomendó hacerlo mediante un portal web interactivo que sirva como un Espacio Multimedial de Apoyo a Emprendedores con todo el contenido de

las ediciones anteriores del PAP e integrando el contenido financiero de la nueva edición y como este Espacio Multimedial podía integrarse con la Nueva Unidad de emprendimiento haciendo que esta ofrezca sus servicios a través del portal web.

Se asignaron nuevas aristas a los integrantes del grupo, cada uno asumió un nuevo rol dentro del proyecto con actividades totalmente diferentes a las realizadas previamente por lo que este cambio representaba un borrón y cuenta nueva faltando cada vez menos tiempo para poder realizar todas las actividades. La nueva consigna del encargado de Auspicios y Presupuesto se volvió Sostenibilidad de los servicios ofrecidos dentro del Espacio Multimedial.

Posterior a la reunión con la Dirección de PAPs, tuvo lugar una reunión interna con el grupo y las guías, en esa reunión se conversó acerca de los comentarios realizados y se comenzaron a trazar las directrices a seguir para poder llevar a cabo esta nueva propuesta, se orientó los esfuerzos del grupo hacia la conformación de una propuesta completa para la implementación de la Unidad de Emprendimiento, separando las aristas en servicios y contenido, concepto creativo detrás de la imagen de esta nueva unidad, alianzas estratégicas y sostenibilidad.

Por parte del encargado de la arista de sostenibilidad se debía concretar un plan de sostenibilidad para la Unidad de Emprendimiento el cual comienza mediante una investigación a profundidad de los modelos de negocios de otras unidades similares en el ámbito internacional y local. El objetivo de esta investigación es poder entender que servicios ofrecen estas entidades, recabar información detallada de cada uno de sus



servicios y los precios disponibles por estos ofrecidos en los diferentes mercados. La investigación comienza por las universidades referentes más reconocidas y prestigiosas, siguiendo por las más relevantes de la región, continuando con el entorno ecuatoriano, donde se puede aterrizar mucho mejor las referencias de precios a la realidad guayaquileña y se puede generar un sondeo de la competencia.

Dentro de la investigación se pudieron encontrar una serie de documentos académicos de otras universidades de Ecuador que habían trabajado en una propuesta similar para la creación de su versión de la Unidad de Emprendimiento. Los cuales sirvieron como soporte para poder establecer un referencial de los costos en los que incurriría la realización de estos servicios, con esta información recabada se procedió a establecer un presupuesto de arranque para el funcionamiento de la Unidad de Emprendimiento, para lo cual fue necesario el trabajo en conjunto de cada uno de los integrantes del grupo, los cuales proyectan los recursos y materiales necesarios para llevar a cabo las nuevas actividades planificadas y así cumplir con los objetivos. Con las estimaciones de los integrantes del grupo se comienza a aterrizar el bosquejo inicial del presupuesto de arranque para esta nueva unidad.

Mientras se desarrollaba todo lo anteriormente mencionado se organizó una mesa de trabajo en la que se invitó a los diferentes actores y expertos que intervienen dentro del desarrollo de los emprendimientos en Guayaquil, asistiendo personas del ámbito social, público, privado y legal, mediante los cuales se planeaba recabar información acerca de las necesidades reales de los emprendedores, obtener su criterio profesional

acerca de que servicios podrían solventar estas necesidades, definir el mejor medio para establecer una comunicación efectiva y relacionarse de mejor manera con estos emprendedores.

Posterior a la mesa de trabajo se tuvo una reunión donde se procesó la información recogida, con esta se estableció que la Unidad de Emprendimiento debía manejar el lanzamiento de sus servicios por medio de tres etapas (Casa Grande, Colegios, Empresas), hasta que esta tome fuerza, sea reconocida, tenga la posibilidad brindar nuevos servicios y logre ser sostenible.

Con esta nueva información el grupo se preparó para la instancia de pregrado, se trabajó arduamente en la presentación. Hubo integración de todos los encargados de las aristas del proyecto y las guías para poder generar sinergia y presentar la propuesta al jurado de la mejor manera, se realizaron varios ensayos previos a la presentación real para poder respetar los tiempos establecidos y exponer todas las ideas lo más claro posible.

Al llegar a la instancia de pregrado, se realizó la presentación de acuerdo a lo planificado, se respetaron los tiempos asignados y se pudieron presentar todas las ideas claramente. El *feedback* del jurado manifestó que la presentación realizada tenía similitudes con un proyecto realizado en ediciones anteriores y que el enfoque del grupo no debía centrarse en la Unidad de Emprendimiento, ya que el producto del proyecto debía ser el Espacio Multimedial de Apoyo a Emprendedores por parte de los estudiantes, y la Unidad de Emprendimiento se trataba de un

nuevo departamento de la universidad que debía ser desarrollado por la Facultad de Administración.

Se comentó también que ese resultado del proyecto no era suficiente para poder generar una instancia de grado, y que el grupo debía reorientar los esfuerzos urgentemente hacia el Espacio Multimedial por lo que en este punto nuevamente se cambian los parámetros del proyecto y se convierte en un momento de crisis para el grupo requiriendo adaptación para poder cubrir las áreas demandadas por el jurado. Adicionalmente se establecieron las nuevas directrices de cada arista, la arista de sostenibilidad se orientaría únicamente hacia la sostenibilidad de los servicios ofrecidos en el Espacio Multimedial.

Luego del giro que ha tomado el proyecto gracias a la decisión de la Universidad Casa Grande de crear una nueva Unidad de Emprendimiento, fue necesario realizar distintas tareas para poder llevar a cabo el nuevo objetivo establecido, esto requirió de una nueva investigación orientada hacia la creación de un Espacio Multimedial para el Apoyo a Potenciales Emprendedores. A continuación se describen todas las actividades y esfuerzos realizados para establecer un plan de sostenibilidad para los servicios ofrecidos en el Espacio Multimedial de Apoyo a Emprendedores.

Dentro del proceso de recaudación de información acerca de las Unidades de Emprendimiento en Ecuador, se realizaron una gran cantidad de actividades las cuales sirvieron de base para poder concretar la nueva dirección que ha tomado el proyecto. Para la sostenibilidad de los servicios se hizo uso del análisis de los proyectos similares en la realidad del entorno ecuatoriano, lo cual permitió comparar modelos de

estos centros, poder replicarlos y hacer sugerencias de mejora para que todos los servicios ofrecidos en la página se manejen de una forma que no represente una carga administrativa para la Universidad Casa Grande.

Es de vital importancia establecer un presupuesto de los recursos necesarios para la operación de los servicios, sobre el cual se basará el valor que se va a cobrar a las empresas y estudiantes por los servicios prestados, todo orientado a poder cubrir los costos operativos y poder realizar todas las actividades planificadas. Con el objetivo de establecer un presupuesto se debe trabajar conjuntamente con la arista de servicios y contenido para poder definir lo que se va ofrecer en el espacio multimedial, y el detalle de cada uno de ellos en cuanto a duración y requerimientos necesarios. Fue necesario ponerse en contacto con proveedores de los productos y servicios necesarios para cada una de las necesidades, donde se estableció el costo de hora clase por los expositores, los costos de alquiler del espacio en la universidad para poder realizar las actividades, los costos de materiales publicitarios entregables y certificados emitidos por la aprobación de los programas ofrecidos por la Unidad de Emprendimiento la cual se denominó “El Nido”. Se realizó una búsqueda exhaustiva de proveedores y se hicieron comparativos de precios entre más de 3 proveedores para poder escoger el más conveniente según la relación de dinero disponible y calidad deseada.

Después de haber definido el presupuesto tomando en consideración los costos operativos de los servicios, se debe establecer un punto de equilibrio para los servicios ofrecidos, teniendo en consideración que ese

será el número mínimo de asistentes que se debe conseguir para poder hacer posible la realización de los mismos, el presupuesto será aportado por la cuota de inscripción de los seminarios, servicios de incubación, talleres, etc. Se debe establecer un precio atractivo para las empresas, estudiantes e interesados y proyectarlo al número de asistentes que se necesite conseguir para el hacer sostenible los servicios ofrecidos.

Habiendo establecido un precio tentativo para los servicios, se debe validar estos precios con los beneficiarios del servicio para lo cual se planificó una segunda mesa de validación con emprendedores, estudiantes y pequeños empresarios, integrándolos al proceso de creación del plan de sustentabilidad y del Espacio Multimedial. Dentro de este espacio de acercamiento con los beneficiarios del proyecto se evidenció que los precios eran atractivos para ellos y que tienen interés por formar parte estos programas, validando los precios establecidos.

Todas estas tareas corresponden al cumplimiento de los objetivos planteados en conjunto con las tutoras del proyecto, a través de los múltiples cambios de orientación que ha tenido el PAP tomando forma hacia el nuevo enfoque del PAP de establecer un portal web denominado Espacio Multimedial para Apoyo a Potenciales Emprendedores, tomando en consideración que esta propuesta tendrá un mayor alcance esperando llegar a muchos más emprendedores generando mayor impacto dentro de la sociedad Guayaquileña.

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN CRÍTICA DE LA EXPERIENCIA Y DIMENSIÓN INDIVIDUAL DE LA EVALUACIÓN DE RESULTADOS.**

El poder estipular que el proyecto fue manejado de la manera más organizada y aterrizada posible sería una contradicción bastante grande a lo que sucedió en realidad, en un principio fue comentado por la dirección de PAPs a los integrantes de los proyectos que estos, si bien tenían una temática o una orientación ya establecida, existía cabida para poder tomar ciertas decisiones que brinden un giro interesante y poder aterrizar el proyecto lo mas posible a responder a estas necesidades que fueron identificadas dentro del seminario de Proyectos de Aplicación Profesional.

Dentro de la primera reunión con las guías del proyecto se informó a los participantes del grupo que la Facultad de Administración tenía un cliente (Casa de Valores Casa Real) el cual iba a estipular los parámetros para la realización del proyecto. Después de la primera reunión con el representante de Casa Real, Boris Lascano, se estipuló que esta era una hazaña que no había sido realizada antes y que era una oportunidad de integrar a las PYMES al mercado bursátil. Comentó que el programa debía funcionar como un proceso de eliminación donde únicamente una persona sería el acreedor a los beneficios del programa (inversión 50mil dólares) y que el resto de participantes se verían beneficiados hasta donde logren avanzar dentro del mismo debido al contenido que recibirían.

Dentro del grupo se generó un análisis para ver la factibilidad del proyecto, en vista de que los requerimientos para poder integrar a las PYMES al mercado bursátil no habían sido claramente definidos.

A pesar de las dudas e inquietudes se trabajó en las consignas de cada integrante hasta la segunda reunión con el representante de Casa Real donde se aclara que el valor de integración de la PYME al mercado bursátil representaba un monto de alrededor de trece mil a quince mil dólares los cuales debían ser cubiertos por el proyecto para poder generar el beneficio al ganador del programa, lo cual evidenció que ese enfoque del proyecto sería poco factible en la práctica debido a sus altos costos de realización.

Pero con el segundo enfoque se plantea abrir todo el abanico de opciones de financiamiento a estos emprendimientos y generar un espacio de *networking* que pueda ayudar a estos emprendimientos a conseguir ese capital necesario para el potenciamiento del negocio. Lo cual es una decisión bastante acertada ya que el alcance e impacto sería mucho mayor al abarcar a mas empresas que recibirían los beneficios del programa.

A pesar de todos los esfuerzos realizados, el conseguir la cuota mínima de participantes para el programa se volvió bastante complicado y esto se puede relacionar a varios factores, uno de los mas relevantes se podría considerar la falta de tiempo de estos emprendedores para poder invertir en capacitaciones. Otro podría ser la situación macroeconómica del país, en tiempos de recesión, las empresas recortan su presupuesto de inversión para capacitaciones lo cual resulta en poco interés en el programa.

Al dirigirse el proyecto hacia la Unidad de Emprendimiento después de realizar las investigaciones preliminares, se genera el primer

acercamiento con los actores del ámbito del emprendimiento. En este espacio se descubrió que las necesidades de los emprendedores son mucho más latentes de lo que se puede evidenciar en una investigación documental. Se comentó acerca de las necesidades de cambios en la estructura legal que rige a las MIPIMES siendo este un factor determinante en la escasa formalización de los negocios en Ecuador.

En cuanto a financiamiento, se conversó sobre las necesidades que estos tienen, las falencias para poder conseguirlos y como se desconoce de las diferentes opciones para poder financiar un negocio. Se establecieron pautas y parámetros para la oferta de servicios, planificación de sostenibilidad, concepto y canales de comunicación y los aliados claves para el realce de este nuevo departamento de la universidad, en base a los comentarios generados en este espacio.

Es por eso que con esta información se materializó la propuesta que sería presentada en la instancia de pregrado, posterior al pregrado el equipo recibió un golpe fuerte, fue el momento de reagruparse y tratar de sobrellevar la adversidad, el recibir comentarios de que el trabajo realizado con tanto esfuerzo por un periodo mayor a un mes no estaba alineado a los requerimientos del PAP fue bastante duro, pero no era momento de lamentarse, era momento de levantarse y seguir adelante y así sucedió.

El equipo se reincorporó con la consigna de la dirección de PAPs de orientar los esfuerzos hacia el Espacio Multimedial de Apoyo a Emprendedores para lo cual cada integrante del equipo se concentró en su arista a desarrollar para poder presentar una propuesta sólida en la



instancia de validación con los beneficiarios del proyecto, los cuales tuvieron una respuesta positiva hacia la propuesta planteada. Los participantes comentaron que los servicios ofrecidos eran de gran interés para ellos, se sugirió que a futuro se integren estos servicios en modalidad online para mayor accesibilidad y conveniencia de los participantes haciendo referencia a la tendencia de las nuevas generaciones de utilizar medios tecnológicos para satisfacer sus necesidades de conocimiento. Comentaron también acerca de lo atractivo de los precios ya que los montos no eran tan altos y se podían desembolsar fácilmente sin generar impacto en su economía, estos comentarios fueron positivos validando la propuesta presentada.

Resulta evidente que los emprendedores tienen interés por estos servicios y que estos pueden solventar las necesidades e inquietudes que vayan surgiendo en su camino de emprender, ellos buscan actualmente nuevas herramientas para poder mantener mas actualizados sus negocios y se apoyan en gran medida de las nuevas tecnologías como las redes sociales y paginas web.

Los cambios que existieron en el enfoque del proyecto realmente representaron un desafío, pero conforme existió acercamiento con los actores involucrados y con los beneficiarios del proyecto se fueron concretando las ideas y se logró establecer una propuesta de alto interés para el publico objetivo, de esta manera se puede comprobar que las necesidades de los emprendedores están siendo satisfechas.

## **APRENDIZAJES GENERADOS.**

Se podría decir que la concepción inicial del proyecto pudo haber sido definida de una manera mucho mas realista, si bien el hecho de generar un cambio de suma importancia como establecer un modelo para que las PYMES se encuentren aptas para entrar a cotizar sus acciones en la Bolsa de Valores, es una propuesta sumamente atractiva para un proyecto. Se debió haber indagado un poco más los detalles particulares de la gestión para poder establecerlo como un Proyecto de Aplicación Profesional, se debe recordar siempre que el tiempo en este tipo de proyectos es primordial, por lo que el dedicar tiempo a una propuesta con un costo de realización tan alto es sumamente perjudicial para los resultado final del proyecto, esto deja una gran lección acerca de la importancia de informarse bien de los particulares de un proyecto antes de decidirse por realizarlo.

En honor al tiempo se debe también considerar que en las etapas iniciales mientras se está realizando el Seminario de proyectos de aplicación y las instancias de investigación, al paralelo se está trabajando con las guías en las primeras instancias del proyecto resultando en un doble frente de trabajo lo cual en cierta forma perjudica el desempeño en ambas actividades, ya que requiere de una desviación de la atención del equipo en cumplir varias consignas al mismo tiempo.

Para la arista de auspicios y presupuesto se recomienda tomar en consideración que el proceso de poder concretar una cita con representantes de posibles entidades auspiciantes no es nada sencillo y sobre todo toma su tiempo, por eso es importante tomar en consideración dentro de la planificación que estas reuniones pueden demorarse en conseguir y que se

debe hacer seguimiento constante con estas entidades para poder brindarles la seguridad de poder formar parte del proyecto.

Después del primer cambio de enfoque del proyecto se esperaba obtener resultados positivos, el contenido presentado en el programa para emprendedores era de suma importancia para el desarrollo de los negocios en general, se contaba con excelentes conferencistas y estaba respaldado por una universidad reconocida por su alto nivel educativo. Pese a todo esto no se pudo obtener los resultados esperados, lo cual generó un aprendizaje profundo, el enfrentar este nuevo desafío de volver a adoptar un cambio de orientación en el proyecto requirió de un gran nivel de adaptabilidad y puso a prueba las capacidades de trabajo en equipo de todos.

Se recomienda fuertemente el trabajo en conjunto con todas las aristas del proyecto, si bien es factible realizar las tareas y asignaciones de forma separada, al momento de reunir a los integrantes del equipo se producen interacciones de vital importancia para un desarrollo y crecimiento integral del proyecto, por lo que debe alentarse a los integrantes del grupo a reunirse de forma más seguida tratando de aprovechar el escaso tiempo lo mas posible. Sin mencionar que existen aristas que son complementarias entre si y que requieren obligatoriamente de un trabajo colaborativo para poder brindar resultados efectivos, como lo son la arista de Servicios y Contenido y la de Sostenibilidad.

A pesar de las dificultades, los cambios de rumbo y como estos aplicaban presión a los integrantes del grupo al contar cada vez con menos tiempo para producir un proyecto de alto impacto, se logró sobrellevar todas las asignaciones. Esto tuvo una importante lección de perseverancia y trabajo

duro, el comenzar de nuevo desde la parte de investigación documental en reiteradas ocasiones ciertamente se afectaba la moral del equipo, pero el fuerte deseo de continuar con el esfuerzo para poder cumplir con todas las asignaciones y sacar adelante el proyecto fue el factor determinante que llevo a los integrantes del equipo a poder cumplir con todas las consignas.

Los espacios de acercamiento con beneficiarios y actores involucrados fueron de suma importancia para la todas las etapas siguientes, en estos se lograba recabar información sumamente valiosa y aportaba una visión diferente sobre el tema lo cual enriquecía de gran manera el proyecto, se recomienda aprovechar al máximo estos espacios y tratar de solventar todas las dudas existentes aprovechando las fuentes de información de primera mano.

En ánimos de evitar que se repita una situación como la de llegar al pregrado con un enfoque erróneo del proyecto se recomienda realizar una visita quincenal a la Dirección de Proyectos de Aplicación Profesional, esto enriquecerá de manera muy directa el mismo ya que se podrá validar constantemente si el desarrollo y progreso del grupo.

Como recomendación para el proyecto macro se propone considerar un cambio al entorno digital, como se evidenció en la mesa de validación con los emprendedores, ellos prefieren el aprendizaje digital, cursos online, la comodidad de poder estudiar desde la palma de su mano o desde la comodidad de sus hogares, se debe mejorar la accesibilidad digital de estos contenidos. Se debe tomar muy en cuenta las tendencias de las nuevas generaciones para poder mantenerse a la vanguardia y ser innovadores.

## **AUTOEVALUACIÓN.**

Durante el desarrollo del proyecto tuve que aplicar muchos de los conocimientos aprendidos a lo largo de mi carrera universitaria, estos me brindaron la estructura y el contexto necesario para poder realizar todas las actividades asignadas, mismas en las que tuve la oportunidad poner en práctica mis habilidades para realizar investigaciones documentales en varias ocasiones. Apliqué técnicas de negociación y mediación dentro de las reuniones con los posibles auspiciantes, con el fin de obtener los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto.

Pasando también por el aspecto más básico del enfoque administrativo de establecer un presupuesto para los enfoques iniciales del proyecto llevando a la práctica la teoría vista en las clases de administración y finanzas. Aplicando estos conceptos también al momento de definir los costos operativos, precios de venta diferenciado por casagrandinos y externos, y el punto de equilibrio para los servicios ofrecidos en el Espacio Multimedial de Apoyo a Emprendedores

Ciertamente se puede decir que los reiterados cambios de enfoque del proyecto realmente tenían un impacto negativo en mi moral, pero al mismo tiempo tuvieron una lección importante acerca de lo rápido que puede cambiar todo y lo importante que es saber adaptarse ante eventualidades como estas, mediante estos cambios de enfoque se permite en el estudiante desarrollar flexibilidad al momento de trabajar y realizar consignas.

Conforme iba avanzando el tiempo y nos íbamos acercando a las instancias de grado, las relaciones del grupo se iban deteriorando y se

evidenciaba cierta falta de trabajo en equipo. La cual luego de un cambio de actitud por parte de todo el equipo se pudo sobrellevar y se logró alcanzar las metas establecidas tanto por nuestras guías como por la Dirección de PAPs, sin duda el trabajar en equipo no es fácil pero el resultado de la sinergia de cuatro egresados podía mucho más que el esfuerzo por separado de cada uno. Se encontró terreno común y se mejoró la comunicación, se integraron los criterios de los integrantes del grupo en todas las instancias de presentación, existía libertad para elegir los temas con los que cada uno se sintiera más cómodo, en fin se estaban alcanzando los objetivos establecidos mediante la colaboración de todos.

Personalmente considero que todos contribuimos en buena medida al proyecto, para la realización de todas las actividades, cada uno de los integrantes asumió un rol y sus responsabilidades. Dentro de las reuniones cada uno de los integrantes trató de brindar soporte que pueda ser de utilidad para cualquiera de los integrantes del proyecto en sus diferentes aristas, personalmente brindé soporte al área de Concepto creativo y comunicación del proyecto presentando algunas propuestas para el logo de “El Nido” tratando de aplicar los conocimientos aprendidos en el enfoque de marketing de mi carrera, brindé soporte la arista de Alianzas Estratégicas en reuniones con representantes de las entidades visitadas, traté de involucrarme con las diferentes aristas en diferentes etapas del proyecto.

Al final entendí que hay que sobrellevar las diferencias y las adversidades para poder conseguir el objetivo que deseas, el camino es complicado, pero esa es la razón por la cual debemos poner todo de

nuestra parte para poder alcanzar la meta. En el mundo laboral es exactamente igual, se debe trabajar en equipo así a veces uno esté en desacuerdo y se debe salir adelante ante cualquier obstáculo, este es el inicio del resto de mi carrera profesional, me llevo varios aprendizajes de esta experiencia que seguramente me servirán en un futuro.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Herrera, C., Montoya, L., (Marzo, 2013). Universidad Nacional de Colombia. El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. Tomado de:  
<file:///Users/MarcoHerediaM/Downloads/Dialnet-EIEmprendedor-4776922.pdf>

Torres, A., Guerrero, F., Paradas, M., (Enero, 2017) URBE. Financiamiento Utilizado por las Pequeñas y Medianas Empresas Ferreteras. Tomado de:  
<http://ojs.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/133/3557>

El Telégrafo (Junio, 2017). El 95% de las empresas en el país son mipymes. Tomado de:  
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-95-de-las-empresas-en-el-pais-son-mipymes>

El Comercio (Febrero, 2019). Proyecto de la Ley de Emprendimiento empieza su difusión en Guayaquil. Tomado de:  
<https://www.elcomercio.com/actualidad/proyecto-ley-emprendimiento-guayaquil.html>

Delgado, D., (2018). Universidad Agraria del Ecuador. Las Pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento. Tomado de:  
<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html//hdl.handle.net/20.500.11763/oel1804pymes-ecuador-financiamiento>

Yepez, T., Abudeye, C., (Septiembre, 2011). Universidad Estatal de Milagro. Análisis para la creación de un centro de capacitación



microempresarial para jóvenes y comerciantes emprendedores del cantón

Marcelino Maridueña. Tomado de:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1604/3/AN%C3%81LISIS%20PARA%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20UN%20CENTRO%20DE%20CAPACITACI%C3%93N%20MICROEMPRESARIAL%20PARA%20J%C3%93VENES%20Y%20COMERCIANTES%20EMPRENDEDORES%20DEL%20CANTON%20MARCELINO%20MARIDUE%C3%91A.pdf>

Cisneros, M., (Septiembre, 2011) Universidad Técnica del Norte. Guía de creación y desarrollo de un centro de emprendimiento e incubación de empresas en la provincia de Imbabura. Tomado de:

[http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1282/1/PG%20315\\_Tesis%20final%20DEFENSA%20PUBLICA.pdf](http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1282/1/PG%20315_Tesis%20final%20DEFENSA%20PUBLICA.pdf)

Ullauri, N., Romero, C., (2014). Universidad de Cuenca. Propuesta de creación de un Centro de Capacitación para Emprendimiento en negocio familiar y PYMES en el Cantón San Felipe de Oña. Tomado de:

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5525/1/TESIS.pdf>

Lazcano, K., Plaza, B., (Agosto, 2012). Universidad Politécnica Salesiana. Propuesta para la creación de un centro de emprendimiento en la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil (CEUPS). Tomado de:

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2699/13/UPS-GT000309.pdf>

Aprendamos, M. d. (Martes de 11 de 2019). Municipalidad de Guayaquil

Aprendamos. Obtenido de

<https://www.guayaquil.gob.ec/Paginas/Aprendamos.aspx>

Belfort, J. (2019). El lobo de Wall Street . Mexico, Df: Ert.

Bes, F. T. (2017). El libro negro del emprendedor (. Mexico, DF: Tulo.

Covey, S. (2019). Los 7 hábitos de la gente altamente . Buenos Aires Argentina: Ero.

Ecuador, A. e. (19 de 11 de 2019). Alianzas para el Emprendimiento y la Innovación Ecuador . Obtenido de <http://www.aei.ec/>

Ecuador, M. d. (19 de 11 de 2019). Ministerio de Economía . Obtenido de <https://www.finanzas.gob.ec/>

Ecuador, M. d. (19 de 11 de 2019). Ministerio de trabajo del Ecuador . Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/ministerio-del-trabajo-organiza-manos-habiles-un-espacio-para-los-emprendedores/>

GEM, L. G. (2018). La Global Entrepreneurship Monitor o GEM. Miami, Florida: Nuva.

Guayaquil, M. d. (Miercoles de 19 de 2019). Municipio de Guayaquil . Obtenido de <https://guayaquil.gob.ec/>

Kawasaki, G. (Martes de 19 de 2019). El arte de empezar. Madrid, España : Nueva epoca.

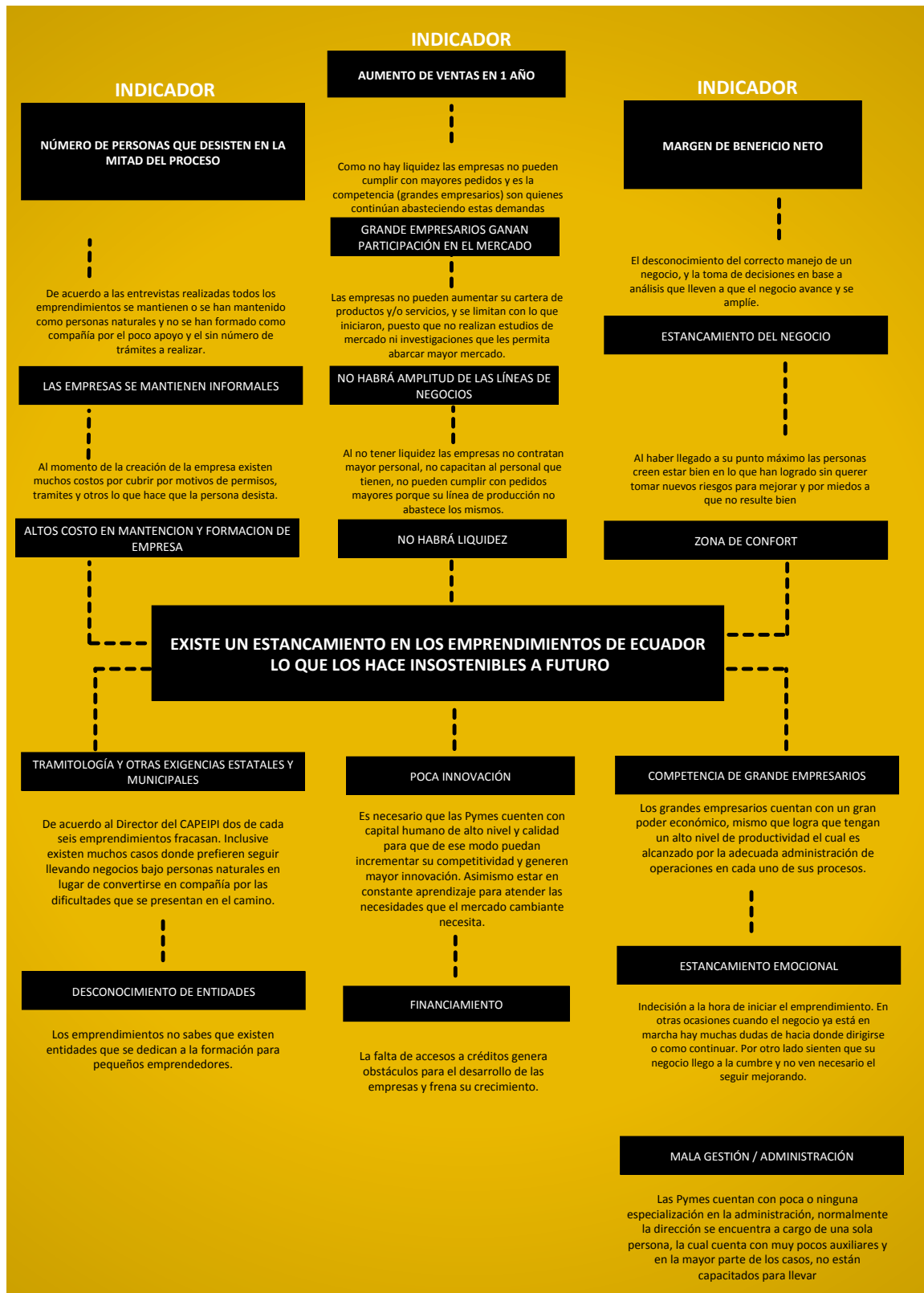
Kiyosaki, R. (2018). Padre rico, padre pobre. Madrid España : Nueva Epoca .

Ries, E. (2018). El método Lean Startup. Madrid, España : Nueva Epoca.

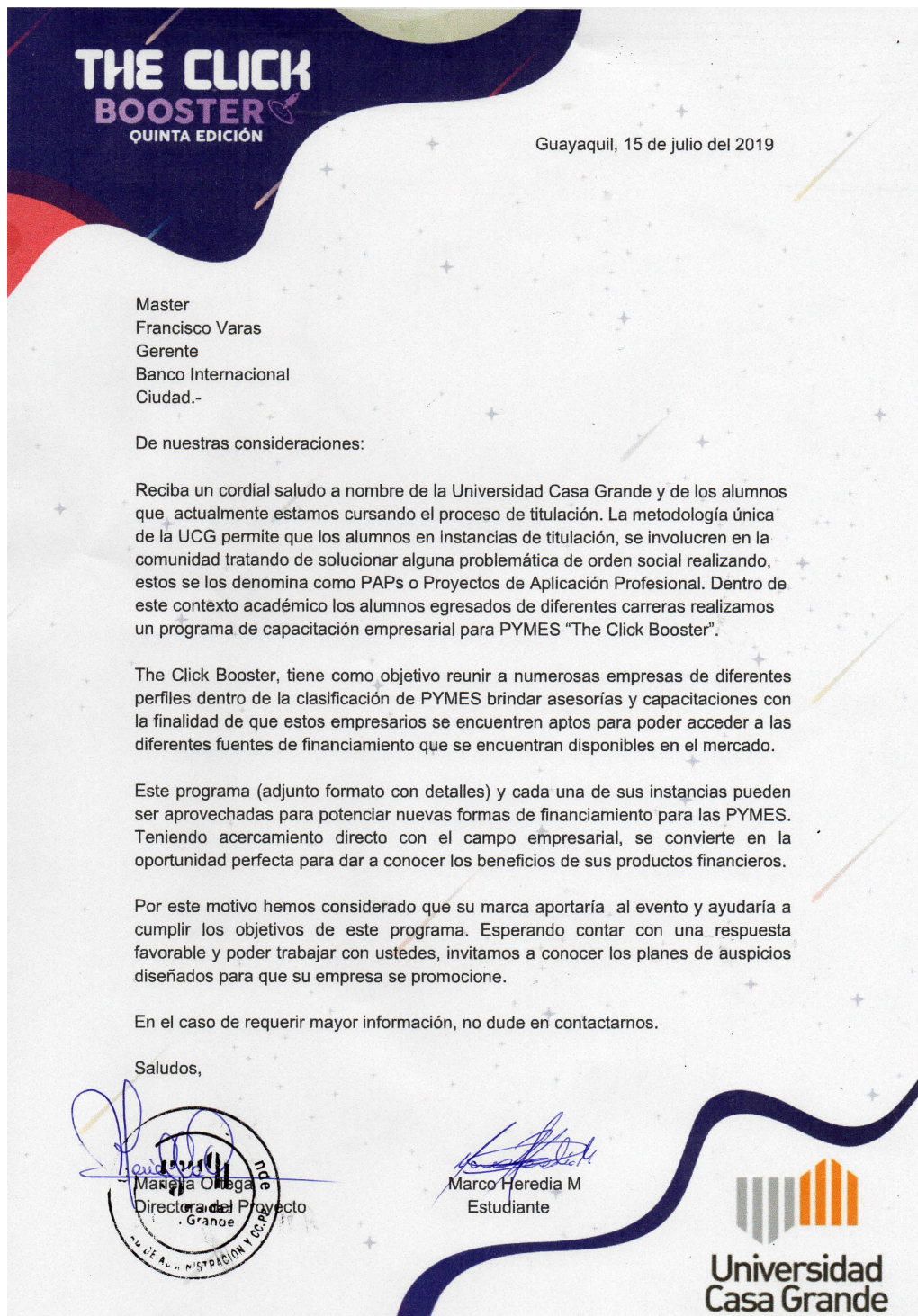
Vecino, D. (2018). El Plan del Héroe . Mexico, DF: Milenio.

# ANEXOS.

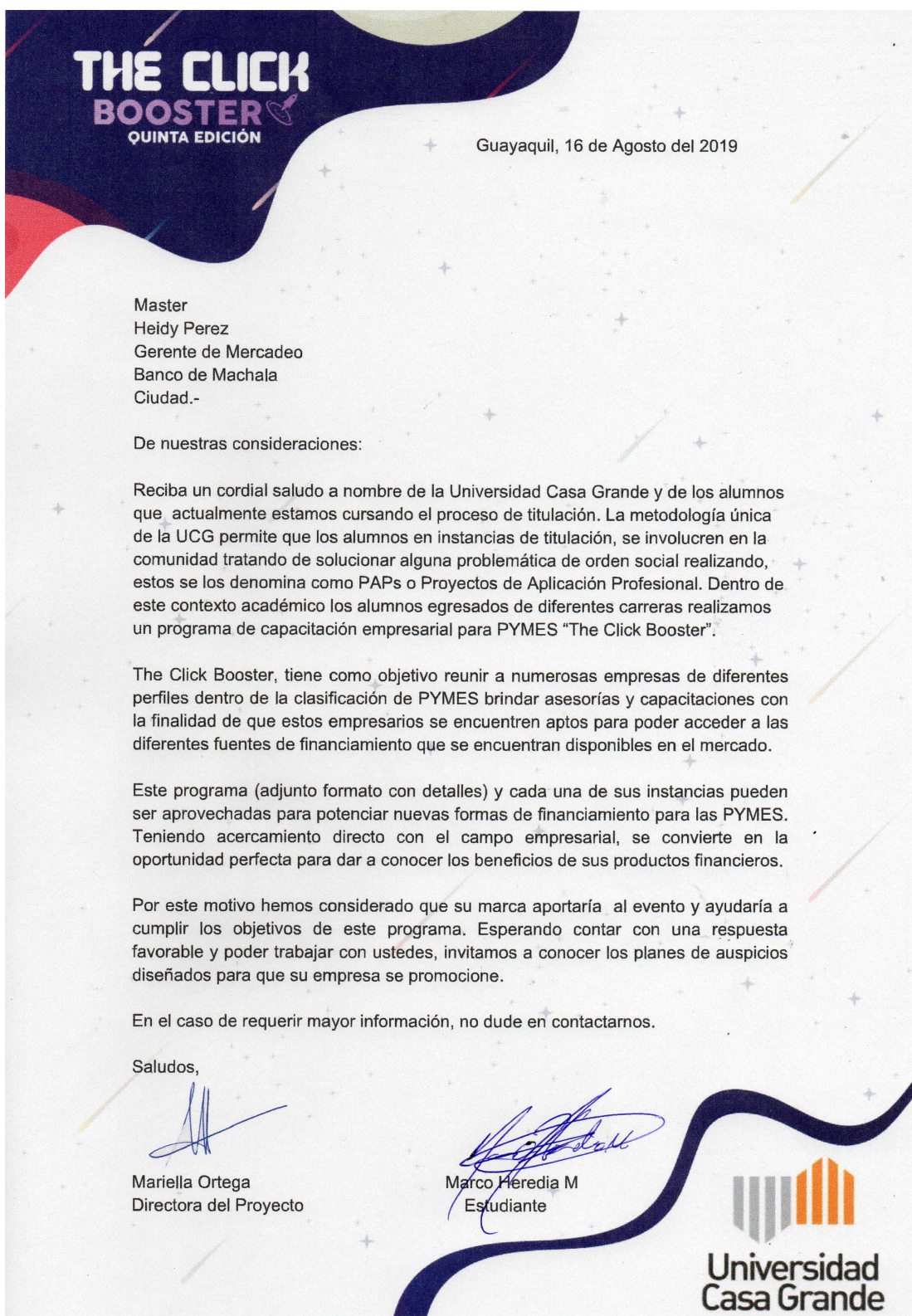
## 1.1 Árbol de Problemas primeras etapas



## 1.2 Carta de Invitación Nido Bootcamp Banco Internacional



### 1.3 Carta de Invitación Nido Bootcamp Banco de Machala



## 1.4 Carta de Invitación Nido Bootcamp Silvercross Casa de Valores



Guayaquil, 9 de julio del 2019

Master  
German Cobo  
Gerente  
Silvercross  
Ciudad.-

De nuestras consideraciones:

Reciba un cordial saludo a nombre de la Universidad Casa Grande y de los alumnos que actualmente estamos cursando el proceso de titulación. La metodología única de la UCG permite que los alumnos en instancias de titulación, se involucren en la comunidad tratando de solucionar alguna problemática de orden social realizando, estos se los denomina como PAPs o Proyectos de Aplicación Profesional. Dentro de este contexto académico los alumnos egresados de diferentes carreras realizamos un programa de capacitación empresarial para PYMES "The Click Booster".

The Click Booster, tiene como objetivo reunir a numerosas empresas de diferentes perfiles dentro de la clasificación de PYMES brindar asesorías y capacitaciones con la finalidad de que estos empresarios se encuentren aptos para poder acceder a las diferentes fuentes de financiamiento que se encuentran disponibles en el mercado.

Este programa (adjunto formato con detalles) y cada una de sus instancias pueden ser aprovechadas para potenciar nuevas formas de financiamiento para las PYMES. Teniendo acercamiento directo con el campo empresarial, se convierte en la oportunidad perfecta para dar a conocer los beneficios de sus productos financieros.

Por este motivo hemos considerado que su marca aportaría al evento y ayudaría a cumplir los objetivos de este programa. Esperando contar con una respuesta favorable y poder trabajar con ustedes, invitamos a conocer los planes de auspicios diseñados para que su empresa se promocione.

En el caso de requerir mayor información, no dude en contactarnos.

Saludos,



Mariella Ortega  
Directora del Proyecto



Marco Heredia M  
Estudiante



## 1.5 Carta de Invitación Nido Bootcamp Banco General Rumiñahui



Guayaquil, 9 de julio del 2019

Master  
Aida Logroño  
Gerente Regional de Negocios  
Banco General Rumiñahui  
Ciudad.-

De nuestras consideraciones:

Reciba un cordial saludo a nombre de la Universidad Casa Grande y de los alumnos que actualmente estamos cursando el proceso de titulación. La metodología única de la UCG permite que los alumnos en instancias de titulación, se involucren en la comunidad tratando de solucionar alguna problemática de orden social realizando, estos se los denomina como PAPs o Proyectos de Aplicación Profesional. Dentro de este contexto académico los alumnos egresados de diferentes carreras realizamos un programa de capacitación empresarial para PYMES "The Click Booster".

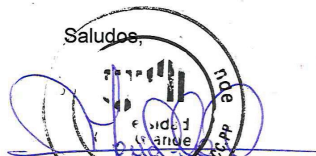
The Click Booster, tiene como objetivo reunir a numerosas empresas de diferentes perfiles dentro de la clasificación de PYMES brindar asesorías y capacitaciones con la finalidad de que estos empresarios se encuentren aptos para poder acceder a las diferentes fuentes de financiamiento que se encuentran disponibles en el mercado.

Este programa (adjunto formato con detalles) y cada una de sus instancias pueden ser aprovechadas para potenciar nuevas formas de financiamiento para las PYMES. Teniendo acercamiento directo con el campo empresarial, se convierte en la oportunidad perfecta para dar a conocer los beneficios de sus productos financieros.

Por este motivo hemos considerado que su marca aportaría al evento y ayudaría a cumplir los objetivos de este programa. Esperando contar con una respuesta favorable y poder trabajar con ustedes, invitamos a conocer los planes de auspicios diseñados para que su empresa se promocióne.

En el caso de requerir mayor información, no dude en contactarnos.

Saludos,

  
Mariela Ortega  
Directora del Proyecto

  
Marco Heredia M  
Estudiante



Universidad  
Casa Grande

## 1.6 Carta de Invitación Banco Del Bank



Guayaquil, 9 de julio del 2019

Master  
Hector Delgado  
Gerente General  
Banco Del Bank  
Ciudad.-

De nuestras consideraciones:

Reciba un cordial saludo a nombre de la Universidad Casa Grande y de los alumnos que actualmente estamos cursando el proceso de titulación. La metodología única de la UCG permite que los alumnos en instancias de titulación, se involucren en la comunidad tratando de solucionar alguna problemática de orden social realizando, estos se los denomina como PAPs o Proyectos de Aplicación Profesional. Dentro de este contexto académico los alumnos egresados de diferentes carreras realizamos un programa de capacitación empresarial para PYMES "The Click Booster".

The Click Booster, tiene como objetivo reunir a numerosas empresas de diferentes perfiles dentro de la clasificación de PYMES brindar asesorías y capacitaciones con la finalidad de que estos empresarios se encuentren aptos para poder acceder a las diferentes fuentes de financiamiento que se encuentran disponibles en el mercado.

Este programa (adjunto formato con detalles) y cada una de sus instancias pueden ser aprovechadas para potenciar nuevas formas de financiamiento para las PYMES. Teniendo acercamiento directo con el campo empresarial, se convierte en la oportunidad perfecta para dar a conocer los beneficios de sus productos financieros.

Por este motivo hemos considerado que su marca aportaría al evento y ayudaría a cumplir los objetivos de este programa. Esperando contar con una respuesta favorable y poder trabajar con ustedes, invitamos a conocer los planes de auspicios diseñados para que su empresa se promocioe.

En el caso de requerir mayor información, no dude en contactarnos.

Saludos,



Mariella Ortega  
Directora del Proyecto

Marco Heredia M  
Estudiante





## 1.7 Carta de Invitación Nido Bootcamp Casa de Valores Casa Real



Guayaquil, 9 de julio del 2019

Master  
Boris Lascano  
Gerente Casa de Valores Real  
Ciudad.-

De nuestras consideraciones:

Reciba un cordial saludo a nombre de la Universidad Casa Grande y de los alumnos que actualmente estamos cursando el proceso de titulación. La metodología única de la UCG permite que los alumnos en instancias de titulación, se involucren en la comunidad tratando de solucionar alguna problemática de orden social realizando, estos se los denomina como PAPS o Proyectos de Aplicación Profesional. Dentro de este contexto académico los alumnos egresados de diferentes carreras realizamos un programa de capacitación empresarial para PYMES "The Click Booster".


The Click Booster, tiene como objetivo reunir a numerosas empresas de diferentes perfiles dentro de la clasificación de PYMES brindar asesorías y capacitaciones con la finalidad de que estos empresarios se encuentren aptos para poder acceder a las diferentes fuentes de financiamiento que se encuentran disponibles en el mercado.

Este programa (adjunto formato con detalles) y cada una de sus instancias pueden ser aprovechadas para potenciar nuevas formas de financiamiento para las PYMES. Teniendo acercamiento directo con el campo empresarial, se convierte en la oportunidad perfecta para dar a conocer los beneficios de sus productos financieros.

Por este motivo hemos considerado que su marca aportaría al evento y ayudaría a cumplir los objetivos de este programa. Esperando contar con una respuesta favorable y poder trabajar con ustedes, invitamos a conocer los planes de auspicios diseñados para que su empresa se promocioe.

En el caso de requerir mayor información, no dude en contactarnos.

  
Mariana Ortega  
Directora del Proyecto

  
Marco Heredia M  
Estudiante



Universidad  
Casa Grande

## 1.8 Paquete de Auspicios Segmento de Bancos Primera Versión

Beneficio	Standard \$2.000	Junior \$2.750	Master \$3.500	Exclusive \$4.000
Presencia en backing o banners publicitarios en lanzamiento 1x1	x	x	x	x
Presencia en backing o banners publicitarios en capacitaciones 1x1	x	x	x	x
Presencia en backing o banners publicitarios en clausura del evento (espacio de networking) 1x1	x	x	x	x
Material publicitario en las carpetas entregables		x	x	x
Presencia de marca en UCG entrada del evento 1x1			x	x
Presencia de logo en todos los entregables del evento	x	x	x	x
Presencia en la página web del evento	x	x	x	x
Presencia en redes (Instagram, Facebook)	x	x	x	x
Espacio para Stand dentro de las instancias de lanzamiento 1x1				x
Espacio para Stand dentro de las instancias de clausura (espacio de networking) 2x2	x	x	x	x
Mención honorífica en el lanzamiento del evento			x	x
Mención honorífica en la clausura del evento			x	x
Logo en diapositivas de introducción en conferencias	x	x	x	x
Conferencia 1H max. por un representante para presentación de productos y servicios, detalles y pautas para acceder a los mismos (instancias de capacitación)				x
Caso desarrollado para la empresa a partir de problema planteado por la misma				x
Espacio para videos publicitarios dentro de la antesala y los breaks de todas las instancias del programa			x	x
Espacio publicitario (1 página) en libro de The Click Booster			x	x

## 1.9 Paquetes de Auspicios Segmento de Bancos Versión Final

Plan de Auspicios				
Beneficio	Junior \$850	Master \$1.500	Exclusive \$2.000	
Presencia en backing o banners (lanzamiento, capacitaciones y clausura)	X	X	X	
Logo en diapositivas en conferencias y en la pagina web oficial	X	X	X	
Presencia de logo en todos los entregables del evento	X	X	X	
Presencia en redes (Instagram, Facebook)	X	X	X	
Espacio para Stand (clausura espacio de networking)	X	X	X	
Material publicitario en las carpetas entregables		X	X	
Presencia de marca en UCG entrada del evento 1x1		X	X	
Mención honorífica en el lanzamiento y clausura del evento		X	X	
Espacio para videos publicitarios dentro de la antesala y los breaks de todas las instancias del programa		X	X	
Espacio publicitario (1 página) en libro de The Click Booster		X	X	
Espacio para Stand (1 día)			X	
Conferencia 1H max. por un representante para presentación de productos y servicios, detalles y pautas para acceder a los mismos (instancias de capacitación)			X	
Espacio para activación dentro del campus de Casa Grande			X	
Caso desarrollado por la UCG para la empresa. A partir de problema planteado por la misma			X	

## 1.10 Paquete de Auspicios Segmento Empresas Primera Versión

Beneficio	Standard \$1.250	Junior \$1.750	Master \$2750	Exclusive \$3500
Presencia en backing o banners publicitarios en lanzamiento 1x1	x	x	x	x
Presencia en backing o banners publicitarios en capacitaciones 1x1	x	x	x	x
Presencia en backing o banners publicitarios en clausura del evento (espacio de networking) 1x1	x	x	x	x
Material publicitario en las carpetas entregables		x	x	x
Presencia de marca en UCG entrada del evento 1x1			x	x
Presencia de logo en todos los entregables del evento	x	x	x	x
Presencia en la página web del evento	x	x	x	x
Presencia en redes (Instagram, Facebook)	x	x	x	x
Espacio para Stand dentro de las instancias de lanzamiento 1x1				x
Espacio para Stand dentro de las instancias de clausura (espacio de networking) 2x2	x	x	x	x
Mención honorífica en el lanzamiento del evento			x	x
Mención honorífica en la clausura del evento			x	x
Logo en diapositivas de introducción en conferencias	x	x	x	x
Caso desarrollado para la empresa a partir de problema planteado por la misma				x
Espacio para activación dentro del campus de Casa Grande				x
Espacio para videos publicitarios dentro de la antesala y los breaks de todas las instancias del programa			x	x
Espacio publicitario (1 página) en libro de The Click Booster			x	x

\$50 dolares la hora de clase para los expositores presupuestado

\*lista de requerimientos por arista para hacer presupuesto

## 1.11 Paquete de Auspicios Segmento Empresas Versión Final

# Plan de Auspicios

Beneficio	Junior \$750	Master \$1.000	Exclusive \$1.500
Presencia en backing o banners (Lanzamiento, capacitaciones y clausura)	X	X	X
Logo en diapositivas en conferencias y en la página web oficial	X	X	X
Presencia de logo en todos los entregables del evento	X	X	X
Presencia en redes (Instagram, Facebook)	X	X	X
Espacio para Stand (Clausura, espacio de networking)	X	X	X
Material publicitario en las carpetas entregables		X	X
Presencia de marca en UCG entrada del evento 1x1		X	X
Mención honorífica en la clausura del evento		X	X
Espacio para videos publicitarios dentro de la antesala y los breaks de todas las instancias del programa		X	X
Espacio publicitario (1 página) en libro de The Click Booster		X	X
Espacio para Stand (1 día)			X
Caso desarrollado para la empresa a partir de problema planteado por la misma			X
Espacio para activación dentro del campus de Casa Grande			X

## 1.12 Paquete de Auspicios Segmento Entidades Financieras

### Primera Versión

Beneficio	Standard \$1.000	Junior \$1.500	Master \$2500	Exclusive \$3000
Presencia en backing o banners publicitarios en lanzamiento 1x1	x	x	x	x
Presencia en backing o banners publicitarios en capacitaciones 1x1	x	x	x	x
Presencia en backing o banners publicitarios en clausura del evento (espacio de networking) 1x1	x	x	x	x
Material publicitario en las carpetas entregables		x	x	x
Presencia de marca en UCG entrada del evento 1x1			x	x
Presencia de logo en todos los entregables del evento	x	x	x	x
Presencia en la página web del evento	x	x	x	x
Presencia en redes (Instagram, Facebook)	x	x	x	x
Espacio para Stand dentro de las instancias de lanzamiento 1x1				x
Espacio para Stand dentro de las instancias de clausura (espacio de networking) 2x2	x	x	x	x
Mención honorífica en el lanzamiento del evento			x	x
Mención honorífica en la clausura del evento			x	x
Logo en diapositivas de introducción en conferencias	x	x	x	x
Conferencia 1H max. por un representante para presentación de productos y servicios, detalles y pautas para acceder a los mismos (instancias de capacitación)				x
Espacio para videos publicitarios dentro de la antesala y los breaks de todas las instancias del programa			x	x
Espacio publicitario (1 página) en libro de The Click Booster			x	x

## 1.13 Paquete de Auspicios Segmento Entidades Financieras

### Versión Final

Paquetes de Auspicios			
Beneficio	Junior \$850	Master \$1.500	Exclusive \$1.750
Presencia en backing o banners (lanzamiento, capacitaciones y clausura)	X	X	X
Presencia de logo en todos los entregables del evento	X	X	X
Presencia en redes (Instagram, Facebook)	X	X	X
Espacio para Stand (Clausura, espacio de networking)	X	X	X
Logo en diapositivas en conferencias y en la página web oficial	X	X	X
Material publicitario en las carpetas entregables	X	X	X
Mención honorífica en el lanzamiento y clausura del evento		X	X
Espacio para videos publicitarios dentro de la antesala y los breaks de todas las instancias del programa		X	X
Espacio publicitario (1 página) en libro de The Click Booster		X	X
Presencia de marca en UCG entrada del evento 1x1	X	X	X
Espacio para Stand (1 día)	X		X
Conferencia 1H max. por un representante para presentación de productos y servicios, detalles y pautas para acceder a los mismos (instancias de capacitación)			X

## 1.14 Modelo de incubación de negocios ITESM

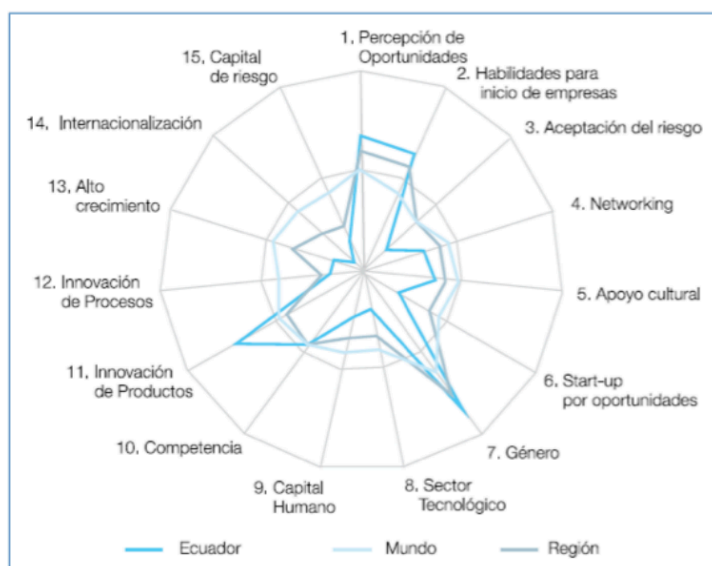
Modelo de Incubación de negocios – ITESM

Pre incubación	Incubación	Post incubación	Aceleración
Elaboración del plan de negocios	Operación del negocio	Consolidación y crecimiento del negocio	Asesoramiento integral enfocado a la búsqueda de nuevos mercados y desarrollo de nuevos clientes
Constitución legal de la empresa			
3 – 6 meses	6 – 12 meses	Permanente	Permanente

Fuente: Modelo de Incubación de Empresas (ITM, 2013)

## 1.15 GEDI – Los 15 Pilares Comparativo entre Ecuador, la Región y el mundo

GEDI – Los 15 pilares comparativo entre Ecuador, la Región y el Mundo



Fuente: Z.J. Acs , L. Szerb y E. Auttio. Global Entrepreneurship and Development Index 2014

## 1.16 Presupuesto Anual Centro de Emprendimiento Universidad Politécnica Salesiana

*Tabla 4.1 –Presupuesto anual de Recursos para el CEUPS*

<b>Rubros</b>	<b>Valor</b>
<b>1. REMUNERACIONES</b>	
1.1 Profesor Investigador Principal (\$1,200.00 RMU)	\$ 14.400,00
1.2 Asistente o Ayudante de Investigación	\$ 0,00
<b>2. ACTIVOS DEL PROYECTOS</b>	
2.1 Mobiliario, computadora con internet	\$ 0,00
<b>3. GASTOS DE PUBLICIDAD</b>	
3.1 Tripticos, afiches, flyers	\$ 1.500,00
<b>TOTAL DEL PRESUPUESTO</b>	<b>\$ 15.900,00</b>

## 1.17 Propuesta de Precios para Servicios Ofrecidos Universidad de Cuenca (Emprendedores)

<b>Servicio</b>	<b>Media Precio</b>	<b>Precio Final</b>
<b>Asesoría</b>	8, 57	10,00 USD
<b>Taller una Semana</b>	56,70	60,00 USD
<b>Plan de Negocios</b>	385, 63	400,00 USD

## 1.18 Propuesta de Precios para Servicios Ofrecidos Universidad de Cuenca (Dueños de Negocios)

<b>Servicio Ofertado</b>	<b>Media Precio</b>	<b>Precio Final</b>
Seguimiento.	25,83	30,00 USD
Taller una Semana.	56, 70	70,00 USD
Estudio de Mejora.	274,46	300,00 USD

## 1.19 Análisis de Costos e Ingresos Universidad de Cuenca (Emprendedores)

### 3.8.3. Análisis de Costos e Ingresos.

ANÁLISIS DE COSTOS Y PRECIOS PARA EMPRENDEDORES					
Cientes al año	960			FRECUEN ANUAL	FRECUEN. REAL
Cientes al Mes	80			Asesoría	5
				Taller	2
				Plan de negocio	12
					1
					1
					1
<b>COSTOS ASESORIA</b>	<b>INDIVIDUAL</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>			
Materiales	1,55	124,00			
Carpeta	0,30				
Esfero	0,25				
Otros	1,00				
Gastos Administrativos	3,74	\$ 299,13			
<b>TOTAL</b>	<b>5,29</b>	<b>\$ 423,13</b>			
<b>COSTOS TALLER</b>	<b>INDIVIDUAL</b>	<b>TOTAL</b>			
Materiales	2,65	212,00			
Carpeta	0,30				
Esfero	0,25				
Manuales	2,00				
Hojas escritura	0,10				
Alquiler local	6,25	500,00			
Honorarios Capacitador	15,00	1200,00			
Gastos Administrativos	\$ 22,43	\$ 1.794,77			
<b>TOTAL</b>	<b>48,98</b>	<b>3706,77</b>			
<b>COSTOS PLAN</b>	<b>INDIVIDUAL</b>	<b>TOTAL</b>			
Materiales	10,00	10,00			
Honorarios	200,00	200,00			
Gastos Administrativos	\$ 149,56	\$ 149,56			
<b>TOTAL</b>	<b>359,56</b>	<b>359,56</b>			
<b>CUADRO RESUMEN INGRESOS - COSTOS - UTILIDAD POR SERVICIO</b>					
<b>Servicio</b>	<b>Precio Final</b>	<b>Costo servicio</b>	<b>Utilidad servicio</b>		
Asesoría	\$ 10,00	\$ 5,29	\$ 4,71		
Taller	\$ 60,00	\$ 48,98	\$ 11,02	Taller de una semana	
Plan de Negocio	\$ 400,00	\$ 359,56	\$ 40,44		
<b>INGRESO MENSUAL POR SERVICIO A EMPRENDEDORES</b>					
	<b>TOTAL \$</b>	<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>INGRESO NETO</b>		
Asesoría	\$ 800,00	\$ 423,13	\$ 376,87		
Taller	\$ 4.800,00	\$ 3.918,77	\$ 881,23		
Plan de Negocio	\$ 400,00	\$ 359,56	\$ 40,44		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.000,00</b>	<b>\$ 4.701,46</b>	<b>\$ 1.298,54</b>		

## 1.20 Análisis de Costos e Ingresos Universidad de Cuenca (Dueños de Negocios)

UNIVERSIDAD DE CUENCA



ANÁLISIS DE COSTOS Y PRECIOS PARA CLIENTES DUEÑOS DE NEGOCIOS					
Cientes al año	97				
	TALLER	VISITA			
clientes al Mes	8	16			
				FRECUEN ANUAL	FRECUEN. REAL
			Visita seguimiento	6	2
			Taller	2	1
			Estudio de mejora	12	1
<b>COSTOS ASES. &amp; SEGUI.</b>	<b>INDIVIDUAL</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>			
Materiales	1,00	8,00			
Movilización	4,00	28,00			
Gastos Administrativos	22,66	\$ 181,27			
<b>TOTAL</b>	<b>27,66</b>	<b>\$ 217,27</b>			
<b>COSTOS TALLER</b>	<b>INDIVIDUAL</b>	<b>TOTAL</b>			
Materiales	3,15	25,20			
Carpeta	0,30				
Esfero	0,25				
Manuales	2,50				
Hojas escritura	0,10				
Honorarios Capacitador	37,50	300,00			
Gastos Administrativos	\$ 15,11	\$ 211,48			
<b>TOTAL</b>	<b>58,91</b>	<b>536,68</b>			
<b>COSTOS PROYECTO</b>	<b>INDIVIDUAL</b>	<b>TOTAL</b>			
Materiales	10,00	10,00			
Honorarios	150,00	150,00			
Gastos Administrativos	113,29	113,29			
<b>TOTAL</b>	<b>273,29</b>	<b>273,29</b>			
<b>CUADRO RESUMEN INGRESOS - COSTOS - UTILIDAD POR SERVICIO</b>					
<b>Servicio</b>	<b>Precio Final</b>	<b>Costo servicio</b>	<b>Ingreso Neto</b>		
Asesoría y Seguimiento	\$ 30,00	\$ 27,66	\$ 2,34		
Taller	\$ 70,00	\$ 58,91	\$ 11,09	Taller de una semana	
Proyecto de mejora	\$ 300,00	\$ 273,29	\$ 26,71		
<b>INGRESO MENSUAL POR SERVICIO A PROPIETARIOS DE NEGOCIOS</b>					
	<b>TOTAL \$</b>	<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>INGRESO NETO</b>		
Asesoría y Seguimiento	\$ 480,00	\$ 442,54	\$ 37,46		
Taller	\$ 560,00	\$ 471,25	\$ 88,75		
Proyecto de mejora	\$ 300,00	\$ 273,29	\$ 26,71		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.340,00</b>	<b>\$ 1.187,08</b>	<b>\$ 152,92</b>		



## 1.21 Sondeo de la competencia (Centros de Emprendimiento)



Muyu Emprende  
Quito

- Duración: D 3 a 6 meses
- Inversión:
  - Mensual \$150 mensuales.
  - Plan semestral \$100 mensuales
  - Alianza MiPro \$100 mensuales



I3LAB Espol  
Guayaquil

- Plan Startup → \$80
- Plan Empresa → \$225
- Speed Mentoring → Sin Costo
- Boostcamp → \$500 \*Beca Espol\*
- Ideacamp → \$500 \*Beca Espol\*



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
Centro de Emprendimiento

Centro de  
Emprendimiento  
Universidad de  
Cuenca

- Emprendedores:
  - Asesoría → \$10
  - Taller → \$60
  - Plan de Negocio → \$400
- Dueños de Negocios:
  - Asesoría y Seguimiento → \$30
  - Taller → \$70
  - Proyecto de Mejora → \$300



Centro de  
Emprendimiento  
Universidad de  
Cuenca

- Estudios de mejora → \$350
- Folletos de publicaciones → \$10



Universidad  
Técnica del Norte  
Ibarra

- Tipo de proyecto y estimación de horas de trabajo
- MCPEC → Plan de Negocios \$10000
  - 85% MCPEC
  - 15% Emprendedor



Universidad  
Estatal de Milagro

- Capacitaciones:
  - Sesiones → \$50 C/U
- Conferencias
  - 1 Día → \$15

## 1.22 Opciones de Costo por Servicios “El Nido” (Consultoría)

### Servicio:

Consultoría Aplicada (Por Áreas)	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
	Asesor	\$50	\$50 x # de Horas

Consultoría Aplicada (Por Áreas)	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
	Asesor	\$35	\$35 x # de Horas

## 1.23 Opciones de Costo por Servicio “El Nido” (Pre-Incubación)

### Servicio:

Pre – Incubación  
Taller general 20H

Detalle	Costo Unitario	Costo Total
Conferencista 20 Horas	\$50	\$1000
Salas	\$30	\$600
Kit Brandeo / Certif/ Varios	\$10	\$10 x # Personas

Pre – Incubación  
Taller general 20H

Detalle	Costo Unitario	Costo Total
Conferencista 20 Horas	\$35	\$700
Salas	\$30	\$600
Kit Brandeo / Certif / Varios	\$10	\$10 x # Personas

## 1.24 Opciones de Costo por Servicio (Incubación)

### Servicio:

	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
Incubación (Talleres individuales por tema)	Conferencista 3 Horas	\$50	\$150
	Salas	\$30	\$90
	Kit Brandeo / Certif/ Varios	\$10	\$10 x # Personas
	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
Incubación (Talleres individuales por tema)	Conferencista 3 Horas	\$35	\$105
	Salas	\$30	\$90
	Kit Brandeo / Certif/ Varios	\$10	\$10 x # Personas

## 1.25 Opciones de Costo por Servicio (Programas para emprendedores)

### Servicio:

	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
Programas de Especialización Para Emprendedores	Conferencista 4 Horas	\$50	\$200
	Salas	\$30	\$120
	Kit Brandeo / Certif/ Varios	\$10	\$10 x # Personas
	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
Programas de Especialización Para Emprendedores	Conferencista 4 Horas	\$35	\$140
	Salas	\$30	\$120
	Kit Brandeo / Certif/ Varios	\$10	\$10 x # Personas

## 1.26 Opciones para Establecimiento de Precios (Consultoría por Áreas)

- Consultoría Aplicada por áreas
  - Casagrande → Sin Costo
  - Externos → \$65

- Consultoría Aplicada por áreas
  - Casagrande → Sin costo
  - Externos → \$50

## 1.27 Opciones para Establecimiento de Precios (Programas de Especialización para Emprendedores)

- Programas de Especialización para Emprendedores (Min 10 UCG PE)
  - \*\$50 Costo Hora Clase\*
  - Casagrande → \$50 (16%)
  - Externos → \$75 (44%)

- Programas de Especialización para Emprendedores (Min 8 UCG PE)
  - \*\$50 Costo Hora Clase\*
  - Casagrande → \$60 x persona (16,67%)
  - Externos → \$80 x persona (37.5%)

- Programas de Especialización para Emprendedores (Min 10 UCG PE)
  - \*\$35 Costo Hora Clase\*
  - Casagrande → \$40 (10%)
  - Externos → \$45 (20%)

- Programas de Especialización para Emprendedores (Min 8 UCG PE)
  - Casagrande → \$50 x persona (14,40%)
  - Externos → \$75 x persona (43,33%)

## 1.28 Opciones para Establecimiento de Precios (Pre-Incubación)

- **Pre – Incubación**  
Taller completo 20H  
(min 15 personas UCG PE)  
\*\$50 Costo Hora Clase\*
  - Casagrande → \$125 x persona (6,67%)
  - Externos → \$170 x persona (31,37%)

- **Pre – Incubación**  
Taller completo 20H  
(min 10 personas UCG PE)  
\*\$50 Costo Hora Clase\*
  - Casagrande → \$180 x persona (5,55%)
  - Externos → \$225 x persona (24,44%)

- **Pre – Incubación**  
Taller completo 20H  
(min 15 personas UCG PE)  
\*\$35 Costo Hora Clase\*
  - Casagrande → \$110 x persona (12,13%)
  - Externos → \$150 x persona (38,88%)

- **Pre – Incubación**  
Taller completo 20H  
(min 10 personas UCG PE)  
\*\$35 Costo Hora Clase\*
  - Casagrande → \$155 x persona (9,68%)
  - Externos → \$175 x persona → (20%)

## 1.29 Opciones para Establecimiento de Precios (Incubación)

- **Incubación**  
Talleres Por Áreas  
(min 10 personas UCG)  
\*\$50 Costo Hora Clase\*
- 
- | Destino    | Precio | Porcentaje |
|------------|--------|------------|
| Casagrande | \$40   | 15%        |
| Externos   | \$70   | 51,43%     |

- **Incubación**  
Talleres Por Áreas  
(min 8 personas UCG)  
\*\$50 Costo Hora Clase\*
- 
- | Destino    | Precio         | Porcentaje |
|------------|----------------|------------|
| Casagrande | \$45 x persona | 11%        |
| Externos   | \$75 x persona | 46,67%     |

- **Incubación**  
Talleres Por Áreas  
(min 10 personas)  
\*\$35 Costo Hora Clase\*
- 
- | Destino    | Precio | Porcentaje |
|------------|--------|------------|
| Casagrande | \$35   | 15,71%     |
| Externos   | \$40   | 26,25%     |

- **Incubación**  
Talleres Por Áreas  
(min 8 personas)  
\*\$35 Costo Hora Clase\*
- 
- | Destino    | Precio         | Porcentaje |
|------------|----------------|------------|
| Casagrande | \$40 x persona | 14,06%     |
| Externos   | \$70 x persona | 50,89%     |

- **Incubación**  
Talleres Por Áreas  
(min 5 personas)  
\*\$35 Costo Hora Clase\*
- 
- | Destino    | Precio         | Porcentaje |
|------------|----------------|------------|
| Casagrande | \$55 x persona | 10,90%     |
| Externos   | \$85 x persona | 42,35%     |

**1.30 Precios Establecidos y Validados por Tutora del proyecto y presentados en la mesa de validación con emprendedores**

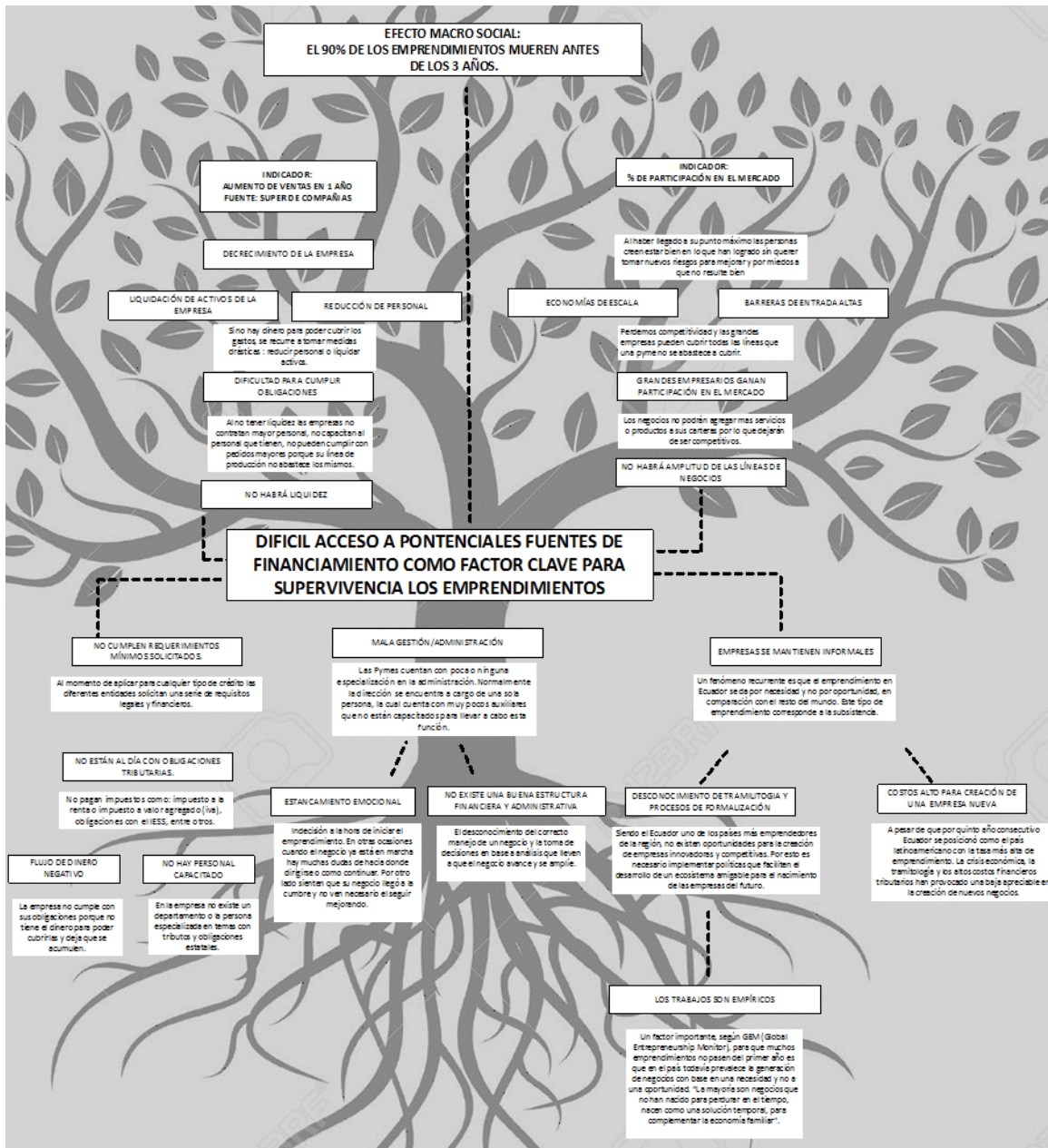


- **Programas de Especialización para Emprendedores**
  - Casagrande → \$40 x programa
  - Externos → \$45 x programa
- **Consultoría Aplicada por áreas**
  - Casagrande → \$35 x hora
  - Externos → \$50 x hora



- **Pre – Incubación**  
Taller 20 Horas
  - Casagrande → \$110 x persona
  - Externos → \$150 x persona
- **Incubación**  
Talleres Por Áreas
  - Casagrande → \$35 x taller
  - Externos → \$40 x taller

### 1.31 Árbol de problemas Final





## 1.32 Matriz de Marco Lógico

MATRIZ 1: ELEMENTOS ESTRATÉGICOS			
	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<b>Finalidad:</b> Contribuir a la reducción del porcentaje de emprendimientos que mueren a los 3 años debido al empirismo de los mismos	# de emprendedores que contratan los servicios de la Unidad de Emprendimiento "El Nido"	Fuentes propias: Nómina de empresas inscritas en programas, talleres y servicios de El Nido.	Actores financieros del sector público se interesen por socializar iniciativas para potenciar el conocimiento a trámites y procesos de formalización de las empresas.
<b>Propósito:</b> Otorgar a emprendedores una plataforma que les brinde soporte y acompañamiento en cada una de las etapas de su negocio	# De emprendedores que asisten al testeo/presentación de la página web	Fuentes Propias: Número de ideas acertadas sobre lo propuesto en la web	Emprendedores reciben financiamiento para sus negocios
<b>Resultado 1:</b> Se realizó grupo focal con actores involucrados en el emprendimiento para conocer las necesidades del emprendedor en Guayaquil	# de asistentes al grupo focal y resultados	Fuentes Propias: Verificación de asistencia y fotos entre los asistentes.	Todas las entidades financieras trabajan por el emprendimiento.
<b>Resultado 2:</b> Se creó y diseñó un espacio multimedial que ofrece servicios e información para el desarrollo de los emprendedores	Implementar como mínimo dos herramientas en la página web que sean de utilidad para los emprendedores.	Base de datos recogida por la plataforma	Todas las universidades de Guayaquil cuentan con una página web diseñada para emprendedores
<b>Resultados 3:</b> Se realizó testeo de la plataforma virtual y de los servicios que brindaría la misma	Evidenciar que un 70% de emprendedores tuvieron aceptación a la página web.	Fuentes Propias: Encuesta de satisfacción sobre página web	La página web es aceptada en un 100% por emprendedores y alianzas estratégicas

Actividades
1. Definir servicios a ofrecer en página web
2. Establecer herramientas útiles para emprendedores para el espacio multimedial
3. Determinar contenido que se debe presentar en la página web.
4. Establecer alianzas estratégicas pertinentes para este espacio
5. Fijar costos y precios que tendrán los servicios que brinde el espacio multimedial
Comunicación
6. Diseñar e Implementar página web para emprendedores
7. Darle un concepto a la plataforma y fijar logo junto con la línea gráfica.
8. Determinar nombre adecuado para la plataforma.
9. Precisar medio por el cual dar a conocer la nueva plataforma
Logística
10. Realizar mesa de trabajo con actores involucrados en emprendimiento en Guayaquil
11. Organizar testeo de la página web con emprendedores

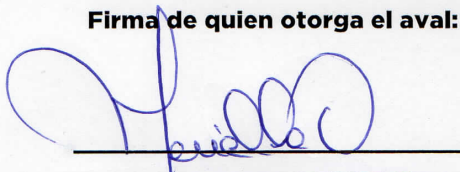


PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL

### CARTA AVAL PARA LA ENTREGA DE LA SISTEMATIZACIÓN INDIVIDUAL DE EXPERIENCIA

TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:	The Chick Booster		
NOMBRE DEL ALUMNO O ALUMNA:	Marco Heredia		
NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE ACOMPAÑARON EL PROCESO:	Mevilla Ortega		
FECHA:	22/julio/2019		
<b>El número de reuniones efectuadas con el alumno o la alumna, a mi criterio, ha sido:</b>			
Suficiente:	<input checked="" type="checkbox"/>	Insuficiente:	<input type="checkbox"/>
<b>El alumno o la alumna ha alcanzado a reflexionar y hacer comprensiones de los contenidos y hallazgos de su trabajo y se aprecia crecimiento académico:</b>			
En buena medida:	<input checked="" type="checkbox"/>	En mediana medida:	<input type="checkbox"/>
<b>La alumna o el alumno me dio a conocer los contenidos de la versión definitiva del documento</b>			
Sí:	<input checked="" type="checkbox"/>	No:	<input type="checkbox"/>
Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y <b>SÍ</b> concedo el aval para la presentación			Si
Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y <b>NO</b> concedo el aval para su presentación			N/A

**Firma de quien otorga el aval:**

  
 \_\_\_\_\_  
 C.C. 0913773868

1.34 Segunda Carta Aval del Documento Individual



PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL

CARTA AVAL PARA LA ENTREGA DE LA SISTEMATIZACIÓN INDIVIDUAL DE EXPERIENCIA			
TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:	Sistematización de la experiencia de auspicios y presupuesto del The Click Booster en el 2019		
NOMBRE DEL ALUMNO O ALUMNA:	Marco Andrés Heredia Moscoso		
NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE ACOMPAÑARON EL PROCESO:	Mariello Ortega		
	Adriano Echeverría		
FECHA:			
El número de reuniones efectuadas con el alumno o la alumna, a mi criterio, ha sido:			
Suficiente:	<input checked="" type="checkbox"/>	Insuficiente:	<input type="checkbox"/>
El alumno o la alumna ha alcanzado a reflexionar y hacer comprensiones de los contenidos y hallazgos de su trabajo y se aprecia crecimiento académico:			
En buena medida:	<input checked="" type="checkbox"/>	En mediana medida:	<input type="checkbox"/>
La alumna o el alumno me dio a conocer los contenidos de la versión definitiva del documento			
Sí:	<input checked="" type="checkbox"/>	No:	<input type="checkbox"/>
Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y <b>SÍ</b> concedo el aval para la presentación			<input checked="" type="checkbox"/>
Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y <b>NO</b> concedo el aval para su presentación			<input type="checkbox"/>

Firma de quien otorga el aval:

Adriano Echeverría

c.c. 170905744-0

1.35 Tercera Carta Aval del Documento Individual

**PAP** PROYECTOS DE APLICACION PROFESIONAL

### CARTA AVAL PARA LA ENTREGA DE LA SISTEMATIZACION INDIVIDUAL DE EXPERIENCIA

TEMA DEL TRABAJO DE TITULACION:	"El nido" Espacio Multimedia para Apoyo a Potenciales Emprendedores		
NOMBRE DEL ALUMNO O ALUMNA:	Marco Heredia Moscoso		
NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE ACOMPAÑARON EL PROCESO:	Driana Echeverría María Ortega		
FECHA:	25/Oct./2019		
El número de reuniones efectuadas con el alumno o la alumna, a mi criterio, ha sido:			
Suficiente:	<input checked="" type="checkbox"/> Insuficiente:	<input type="checkbox"/>	Excesiva:
El alumno o la alumna ha alcanzado a reflexionar y hacer comprensiones de los contenidos y hallazgos de su trabajo y se aprecia crecimiento académico:			
En buena medida:	<input checked="" type="checkbox"/> En mediana medida:	<input type="checkbox"/>	En poca medida:
La alumna o el alumno me dio a conocer los contenidos de la versión definitiva del documento			
Sí:	<input checked="" type="checkbox"/> No:	<input type="checkbox"/>	Parcialmente:
Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y <b>SÍ</b> concedo el aval para la presentación			<input checked="" type="checkbox"/>
Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y <b>NO</b> concedo el aval para su presentación			<input type="checkbox"/>

**Firma de quien otorga el aval:**

*Driana Echeverría*

C.C. 170905744-0

**PAP** PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL

**CARTA AVAL PARA LA ENTREGA DE LA SISTEMATIZACIÓN INDIVIDUAL DE EXPERIENCIA**

TEMA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:	Espacio Multimediaal de Apoyo a Emprendedoras "EL NIDO"		
NOMBRE DEL ALUMNO O ALUMNA:	Marco Heredia		
NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE ACOMPAÑARON EL PROCESO:	Adriana Echeverría Meriella Ortega		
FECHA:	20 / Nov / 2019		
El número de reuniones efectuadas con el alumno o la alumna, a mi criterio, ha sido:			
Suficiente:	<input checked="" type="checkbox"/>	Insuficiente:	<input type="checkbox"/>
		Excesivo:	<input type="checkbox"/>
El alumno o la alumna ha alcanzado a reflexionar y hacer comprensiones de los contenidos y hallazgos de su trabajo y se aprecia crecimiento académico:			
En buena medida:	<input checked="" type="checkbox"/>	En mediana medida:	<input type="checkbox"/>
		En poca medida:	<input type="checkbox"/>
La alumna o el alumno me dio a conocer los contenidos de la versión definitiva del documento			
Sí:	<input checked="" type="checkbox"/>	No:	<input type="checkbox"/>
		Parcialmente:	<input type="checkbox"/>
Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y <b>SÍ</b> concedo el aval para la presentación			<input checked="" type="checkbox"/>
Por lo tanto, certifico haber revisado el documento y <b>NO</b> concedo el aval para su presentación			<input type="checkbox"/>

**Firma de quien otorga el aval:**

Adriana Echeverría

C.C. 170905744-0