

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA

EVALUACIÓN DEL ESPACIO Y LOS RECURSOS IDÓNEOS PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO THE CLICK

Autor.-

Estefanía Reshuán Baquerizo

Trabajo final para la obtención del Título Licenciada en Comunicación Social, con mención en Marketing y Gestión Empresarial.

Guayaquil, Enero del 2016.

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

Subtítulo:

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL

Autor.-

Estefanía Reshuán Baquerizo

Equipo de Trabajo
Mariella Ortega
Adriana Echeverría

Trabajo final para la obtención del Título Licenciada en Comunicación Social, con mención en Marketing y Gestión Empresarial.

Guayaquil, Enero del 2016.

Abstract

The Click es un programa de formación para emprendedores, el cual nace como respuesta a que muchos emprendimientos no llegan a alcanzar la etapa de consolidación y se ven obligados a cerrar. Partiendo de lo antes mencionado se decidió realizar en la ciudad de Guayaquil el primer campamento de emprendimiento el cual tuvo como objetivo desarrollar un espacio donde potenciales emprendedores de la ciudad de Guayaquil validen sus ideas a través de una metodología innovadora durante el periodo octubre del 2015. Para la realización del mismo fue necesario implementar un plan de logística el cual garantizara que el desarrollo de dicho programa se llevara a cabo de la mejor manera posible.

Este documento evalúa el plan logístico implementado en base al objetivo planteado de proporcionar el espacio y los recursos idóneos para el desarrollo del programa de emprendimiento *The Click*.

Palabras Clave: emprendimiento, emprendedor, bootcamp, programa de formación, logística, crecimiento económico.

Índice

| | |
|---|----|
| 1. Índice de Tablas | |
| 2. Antecedentes..... | 1 |
| 3. Programas de emprendimiento..... | 3 |
| 3.1 Modalidades de programas de emprendimiento..... | 4 |
| 4. Problemática..... | 8 |
| 5. Justificación..... | 8 |
| 6. Proyecto..... | 9 |
| 6.1 Objetivos de Investigación..... | 9 |
| 6.2 Declaración de Propósito..... | 10 |
| 6.3 Objetivos del Proyecto..... | 11 |
| 7. Fases del Proyecto..... | 12 |
| 7.1 Actores Involucrados..... | 12 |
| 7.2 Cronograma de planificación..... | 17 |
| 7.3 Cronograma de actividades del evento..... | 19 |
| 7.4 Financiamiento..... | 20 |
| 8. Resultados del Proyecto..... | 22 |
| 9. Conclusiones estratégicas..... | 25 |

| | |
|--|----|
| 10. Diseño y Parámetros de la Evaluación Logística del campamento de emprendimiento <i>The Click</i> | 27 |
| 10.1 Objetivos..... | 27 |
| 10.2 Muestra..... | 28 |
| 10.3 Técnicas..... | 28 |
| 11. Resultados de la evaluación logística..... | 29 |
| 12. Conclusiones de la evaluación y recomendaciones..... | 32 |
| 13. Reflexión personal..... | 35 |
| 14. Bibliografía..... | 38 |
| 15. Anexos..... | 44 |
| 15.1 Entrevistas..... | 44 |
| 15.2 <i>Checklist</i> : requerimientos del conferencista..... | 48 |
| 15.3 Agenda minuto a minuto..... | 49 |
| 15.4 Encuesta..... | 54 |

1. Índice de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Tarifas Programa Intensivo para Emprendedores (P.I.P.E.)..... | 6 |
| Tablas 2. Staff..... | 12 |
| Tablas 3. Conferencistas..... | 14 |
| Tablas 4. Mentores..... | 15 |
| Tabla 5. Participantes..... | 16 |
| Tablas 6. Cronograma..... | 18 |
| Tabla 7. Actividades del Campamento..... | 19 |
| Tablas 8. Presupuesto | 21 |

2. Antecedentes

El ser humano siempre aspira más y esto es parte de su naturaleza, busca satisfacer sus necesidades, desde las más básicas hasta las de carácter superior (Maslow, 1954). Una de esas necesidades responde a la de crecer económicamente. La actividad emprendedora es parte fundamental para el desarrollo y bienestar de la sociedad, así lo indica el estudio del Global Entrepreneurship Monitor con sus siglas GEM (2010).

Los emprendedores son quienes poseen la capacidad de crear, sacar adelante sus ideas, generar bienes y servicio, asumir riesgos y enfrentar problemas (Formichella, 2004). El economista Joseph Schumpeter en su libro Teoría del Desarrollo Económico (1912) menciona al emprendedor como el individuo con capacidad de identificar necesidades del consumidor y convertirlas en bienes y servicios.

Sin embargo muchas oportunidades de negocio se pierden debido a la falta de asesoría o capital necesario para emprender, por lo que crear espacios en los que los emprendedores y expertos puedan interactuar resulta más atractivo y eficaz para fortalecer la formación de proyectos (Vincens & Grullon, 2011). En América Latina a través de las políticas de desarrollo empresarial, educación y formación profesional se ha comenzado a brindar apoyo para la formación y creación de emprendimientos, siguiendo de esta manera la

tendencia impuesta por Europa y el Norte de América (Angelelli & Prats, 2005).

En el Ecuador los adultos entre 25 y 34 años son el grupo etario más propenso a emprender (GEM 2013). El censo de Población y Vivienda (2010) indica que el 25,1% de la población de Guayaquil pertenece al grupo etario antes mencionado. Este grupo etario constituye la generación denominada “*Millenials*”.

Los *Millennials* tienen altas expectativas y son seguros de sí mismos, en lo que respecta al ambiente laboral prefieren trabajar en grupos, los *millennials* quieren sentir que su trabajo tiene propósito y su esfuerzo es tomado en cuenta y valorado (Gilbert, J, 2011). El estudio realizado por Deloitte (2015) sobre los *millennials*, indica que para ellos el propósito de los negocios debería ser el de crear plazas de trabajo y mejorar el estado de la sociedad. El alcance que tienen a la tecnología crea grandes oportunidades a los *millennials* de crear su propio negocio.

3. Programas de emprendimiento

Los programas para emprendedores tienen como misión formar personas críticas, observadoras, que tengan conciencia de su situación actual y de su entorno. Dolly Camacho (2013) resalta que la educación emprendedora permite que haya más y mejores empresarios que en el pasado. Como estrategia para mejorar las posibilidades de desarrollo humano y desarrollo económico, cada año se destinan mayores fondos y recursos para estimular el desarrollo de emprendimientos (Pilonieta, 2009).

Stanford Ignite es un programa de certificación de Stanford en Estados Unidos, el cual proporciona los fundamentos del negocio necesarios para tener éxito en cualquier emprendimiento, se espera que los participantes aprendan habilidades del negocio a medida que comercializan su idea dentro del entorno educativo.

Apps.co en Colombia es una iniciativa diseñada para promover y potenciar la creación de negocios a partir del uso de la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC). A través de sus tres convocatorias anuales los emprendedores podrán aplicar al programa de formación según su necesidad en donde recibirán herramientas y conocimientos para terminar de formar su idea de negocio y salir al mercado.

En Ecuador, Innobis busca promover el emprendimiento y la innovación, brindando apoyo al desarrollo de proyectos emprendedores para convertirse en empresas exitosas con impacto global. Su misión es impulsar la creación de empresas con modelos de negocios sostenibles y escalables. Por medio de su página web los emprendedores podrán postular sus emprendimientos los cuales serán evaluados y seleccionados por un consejo evaluador para luego trabajar en conjunto y poder obtener la ayuda financiera y salida al mercado.

3.1 Modalidades de programas de emprendimiento

Los programas de formación emprendedora responden a diferentes metodologías y típicamente se desenvuelven con capacitaciones dentro de aulas de trabajo y actividades dirigidas para el desarrollo de planes de negocio (Jaramillo & Parodi, 2003).

En Nueva York, *The Whitman School of Business at Syracuse University*, ofrece un programa con modalidad *bootcamp* el cual se realiza una vez al año. Consiste de seis sábados de 8h30 a 12h00, ideal para quienes durante la semana tienen actividades laborales. Este programa se realiza en la escuela de negocios de la misma universidad, el personal docente está compuesto por miembros de la facultad y emprendedores invitados. Al final del programa los participantes reciben un certificado por haber completado el programa, mismo que tiene un precio de \$675.

En Filadelfia, Estados Unidos, se da *el StartUp Bootcamp* el cual consiste en convertir la idea de negocio en un startup en el lapso de 90 días. Este programa es semi presencial donde a los participantes se les asignarán tareas y lecturas las cuales servirán para instruirlos en la construcción de su emprendimiento. Adicionalmente hay reuniones de tutoría una vez a la semana a partir de las 18h30 las cuales duran de 2 a 3 horas. Este curso es gratuito sin embargo se cobra por adelantado \$100 los mismos que se devolverán al terminar el curso.

La escuela de negocios de la Pontificia Universidad Católica Argentina, ofrece el Programa Intensivo para Emprendedores (P.I.P.E.), el cual tiene una duración de 54 horas compuestas por 8 módulos. Cada módulo se trabaja desde la teoría y práctica con el propósito que los participantes puedan incorporar los conocimientos y herramientas adquiridas en el desarrollo de su plan de negocios. El programa es dictado por profesionales con vasta experiencia y se desarrolla en la Escuela de Negocios de la misma universidad los martes y jueves de 18h30 a 22h30 y cuenta con un coffee break o receso. Al finalizar el programa la universidad entrega un certificado a todos quienes hayan cumplido con la asistencia y realizado la presentación final del plan de negocios. Este programa tiene un costo el cual cubre la inscripción, material didáctico, uso de instalaciones y refrigerios, sin embargo las tarifas varían dependiendo si los alumnos se inscriben de forma individual o grupal como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Tarifas Programa Intensivo para Emprendedores (P.I.P.E.)

| | |
|---|----------|
| Inscripción Individual | \$1.960 |
| Inscripción Individual con convenio | \$ 1.568 |
| Inscripción por alumno en Grupo de Tres | \$ 1.400 |
| Inscripción de un Graduado UCA | \$ 1.372 |
| Inscripción por alumno en Grupo de Cuatro | \$ 1.050 |
| Inscripción Egresado de la Escuela de Negocios | \$ 980 |
| Inscripción por alumno en Grupo de Cinco | \$ 840 |

Fuente: Pontificia Universidad Católica Argentina

En España, el Ayuntamiento de El Puerto de Santa María en Cádiz ha puesto en marcha el Programa Formativo para Emprendedores que tiene una duración de 140 horas. Está dirigido a aquellas personas que desean iniciar una actividad empresarial. Las actividades se desarrollan en horario de la tarde de 17h00 a 21h00 y poseen un enfoque práctico y participativo. El lugar de encuentro es la Sala de Conferencias del Centro de Empresas Municipal, la matrícula es gratuita sin embargo los cupos son limitados. Al finalizar el programa se entregará un certificado de participación a los asistentes que hayan cumplido con un mínimo del 75% de asistencia.

Localmente bajo licencia de *Startup Weekend* se realizó del 6 al 8 de marzo de este año el *Startup Weekend Woman* en la ciudad de Guayaquil. Este evento de emprendimiento estuvo dirigido a mujeres y hombres con espíritu emprendedor y los invitó a plantear soluciones rentables a las problemáticas enfrentadas por la comunidad femenina. Tuvo una duración de 54 horas en las cuales se fusionaban actividades de aprendizaje y desarrollo de la idea de negocio con networking. El personal docente estaba compuesto por mentores y coaches, ambos con historia en el ámbito del emprendimiento, siendo \$60 la tarifa de inscripción.

4. Problemática

Debido a los desafíos que implica iniciar un negocio, muchos de los emprendimientos fracasan a los 42 meses antes de llegar a la siguiente etapa (GEM, 2014).

5. Justificación

La falta de planificación del negocio, falta de acceso a fuentes de financiamiento, falta de conocimiento del mercado, entorno político y económico que no favorece al emprendedor con sus políticas son algunas causas para el cierre de emprendimientos (Valls & Cruz & Torruella & Juanes & Canessa & Hormiga, 2012). Impartir conocimientos que sirvan para propulsar a los emprendimientos resulta de gran interés debido al aporte económico y social que la creación de negocios significa (Cardona, Vera & Tabares, 2008). A través de los programas de formación emprendedora se espera sembrar las motivaciones y aptitudes requeridas por los emprendedores y así estos puedan impulsar su negocio y desarrollar un entorno económico y competitivo, son los emprendedores quienes crean fuentes de empleo e introducen innovaciones al mercado (Méndez, 2010).

6. Proyecto

6.1 Objetivos de Investigación

6.1.1 Objetivo General de Investigación

Identificar los principales factores por los cuales los emprendimientos mueren de forma temprana en los últimos 3 años en la ciudad de Guayaquil.

6.1.2 Objetivos Específicos de Investigación

- Analizar los programas de objetivos similares que se han realizado a nivel nacional e internacional en los últimos tres años.
- Identificar referentes nacionales e internacionales en el ámbito del emprendimiento.
- Describir las cualidades, habilidades y motivaciones del potencial emprendedor.
- Identificar qué grupo demográfico está más involucrado en la actividad emprendedora.

6.2 Declaración de Propósito

Diseñar un programa innovador que permita a los emprendedores validar su idea de negocio, desde el punto de vista financiero y de mercado, de tal manera que el emprendimiento sea sostenible a largo plazo. A este programa se lo llamó *The Click*.

6.3 Objetivos del Proyecto

6.3.1 Objetivo General del Proyecto

Desarrollar un espacio donde potenciales emprendedores de la ciudad de Guayaquil validen sus ideas a través de una metodología innovadora durante el periodo octubre del 2015.

6.3.2 Objetivos Específicos del Proyecto

- Diseñar un programa académico que permita a los emprendedores el desarrollo y validación de su modelo de negocio.
- Crear una estrategia de comunicación visual y diseño de marca para el programa.
- Posicionar la marca mediante una estrategia de comunicación de reconocimiento.
- Identificar los medios de comunicación y los auspiciantes que apoyen el proyecto.
- Conocer las expectativas y el nivel de satisfacción del programa.
- Definir el perfil de los conferencistas que formarán parte del programa.
- Proporcionar el espacio y los recursos idóneos para el desarrollo del programa.

7. Fases del proyecto

7.1 Actores Involucrados

Para poner en marcha el primer campamento de emprendimiento en Guayaquil, se contó con la colaboración de los alumnos tesistas como staff, los cuales se desarrollaron en diferentes cargos y áreas de responsabilidad como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Staff

| Nombre | Carrera | Área de Responsabilidad |
|-------------------------|--|---|
| Valeria Ortiz | Recursos Humanos | Evaluar la satisfacción de los participantes |
| Ma. Lourdes Nowak | Administración y Marketing | Convocar a los conferencista y asegurar su participación |
| Soledad Verduga | Diseño Gráfico | Crear la imagen y diseños del campamento |
| José Ignacio Campoverde | Administración y Negocios Internacionales | Crear la metodología del programa |
| Estefanía Reshuán | Comunicación Social con mención en Marketing | Implementar el plan logístico del programa |
| Rosa Hidrovo | Comunicación Social con mención en Marketing | Difundir el campamento de emprendimiento a través de las redes sociales y crear contenido |
| Valentina Viteri | Relaciones Públicas | Levantar fondos necesarios a través de auspicios |

Fuente: Autoría Propia

Adicionalmente se contó con el aval de distintas instituciones y asociaciones que garantizaban el contenido y seriedad del programa, todas estas entidades se han involucrado en el campo del emprendimiento y destinan parte de su trabajo a apoyar los emprendimientos. Contamos con el respaldo de la M. I. Municipalidad de Guayaquil, La Facultad de Administración de la Universidad Casa Grande, Fundación Emprendefe, COINNOVAR, Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) y AIESEC.

El grupo de conferencista se seleccionó bajo parámetros que guarden relación directa con el tema a tratar en los módulos. Se buscó profesionales capacitados y con experiencia en el tema de emprendimiento. En la tabla 3 se indica la lista de conferencista y los módulos que cada uno de ellos dictó.

Tabla 3. Conferencistas

| Conferencista | Módulo |
|----------------------|---|
| Guido Caicedo | Design Thinking: Introducción DT Empatizar |
| | Design Thinking: Definir |
| | Design Thinking: Idear |
| Jesús Hernández | Introducción al BMC Segmentación y cliente |
| | Actividades y Recursos clave |
| | Canales |
| | Marketing Digital 1.0 |
| Socios claves | |
| Andrés Briones | Propuesta de Valor |
| Enrique Rojas | Presentaciones Efectivas |
| Boris Lascano | Finanzas |
| Daniela Peralvo | Prototipado Proceso |
| | Introducción a la metodología Javeline |

Fuente: Autoría Propia

También con el fin de proveer retroalimentación a los participantes se contó con la ayuda de mentores quienes mantengan un perfil acorde con el tema del emprendimiento. Se contó con la participación de invitados especiales y un jurado calificador para las presentaciones finales. En la Tabla 4 se detallan los mentores y actividades en las cuales participaron.

Tabla 4. Mentores

| Mentor | Perfil | Actividad |
|---------------------|--|-------------------------------|
| José Moral | Miembro AJE | Pop Boss |
| | | Plan B |
| | | Grandes Ideotas |
| Cristina Torres | Miembro AJE | Pop Boss |
| | | Grandes Ideotas |
| Diego Pacheco | Miembro AJE | Pop Boss |
| | | Plan B |
| | | Grandes Ideotas |
| Jaime Santillán | Miembro AJE | Pop Boss |
| | | Plan B |
| | | Grandes Ideotas |
| Mariuxi Villacrés | Fundadora COINNOVAR | Elevator Pitch |
| Anyelina Veloz | Docente de la Universidad Casa Grande | Elevator Pitch |
| Bertha Serrano | Propietaria de Fulgore | Charla Emprendedor Exitoso |
| Ricardo González | Fundador de Next Media | Charla Emprendedor Exitoso |
| Estéfano del Pino | Miembro de AIESEC | Charla Emprendedor Exitoso |
| Modesto Correa | Decano de la Facultad de Administración de la Universidad Casa Grande | Jurado Presentación Final |
| Jesús Hernández | Conferencista Internacional, experto en Medios Digitales | Jurado Presentación Final |
| Enrique Ledergerber | Director Start Up Ecuador | Jurado Presentación Final |
| Andrés Briones | Presidente de AJE (Asociación de Jóvenes Empresarios) | Jurado Presentación Final |
| Belén Pastor | Co Fundadora de COINNOVAR | Jurado Presentación Final |
| Iliana Inca | Representante de Crisfe | Jurado Presentación Final |

Fuente: Autoría Propia

Se convocó por medio de las redes sociales a que los emprendedores inscriban su idea de negocio a través de la plataforma de CRISFE. Como parte del proceso de selección los postulantes debían llenar al 100% los datos de inscripción para luego ser convocados a un taller de compromiso donde se evaluaría el perfil emprendedor.

De este proceso quedaron seleccionados un total de 12 proyectos aptos para inscribirse al campamento. Ver Tabla 5.

Tabla 5. Participantes

| Nombre Participante | Nombre del Proyecto |
|----------------------------|--|
| René Ardila | Postres Saludables |
| Michelle Chávez | Santino |
| Andrés Freire | DeltaPis |
| Erick Mejía | Essential by Conaudisa |
| Hernán Once | Producción de licor de cacao y café |
| Pastor Quintero | Sistema de Riego |
| William Palomino | FIWICORP |
| Ma. Rossana Ramírez | English for teens |
| Paulina Vallejo | UPA mochila ergonómica |
| Lady Varela | Chocolates Precolombinos |
| Jorge Vázquez | Business Lite |
| Rafael Velastegui | Barra energética de moringa y frutas deshidratadas |

Fuente: Autoría Propia

7.2 Cronograma de planificación

Se realizó un cronograma de planificación asignando a cada proceso un tiempo de duración con el fin de cumplir cada etapa para llevar a cabo el campamento de emprendimiento. En la Tabla 6 se detallan las actividades con su fecha de inicio dentro del cronograma y su tiempo de desarrollo.

Tabla 6. Cronograma

| Mes | Julio | | | | Agosto | | | | Septiembre | | | | Octubre | | | | Noviembre | | | |
|---|-------|---|---|---|--------|---|---|---|------------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Semana | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Conseguir financiamiento para el evento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Creación de pagina web | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Campana en redes sociales | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Envío de boletín de prensa | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Gira de medios | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Medios impresos de convocatoria | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Firma de alianzas con avales | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mailing | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Activación de evento en universidades | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Envío de invitaciones para el cierre del evento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Evento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Envío de boletín de prensa post evento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Evaluación cobertura mediática | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Autoría Propia

7.3 Cronograma de actividades del evento

Para la semana del evento, con el fin de llevar un orden en el horario de actividades se creó un cronograma. En la Tabla 7 se muestran detalles del día a día del campamento.

Tabla 7. Actividades del Campamento

| Cronograma de actividades de Bootcamp | | | | | | |
|---------------------------------------|--|---|----------------------------------|------------------------|--|---|
| Hora/Día | Lunes 12/octubre | Martes 13/octubre | Miércoles 14/octubre | Jueves 15/octubre | Viernes 16/octubre | Sábado 17/octubre |
| 09:15-10:30 | Bienvenida charla, introducción al programas y se establecen | Taller de segmentación y cliente | Taller de Canales | Taller de finanzas I | | |
| 10:30-10:45 | | Coffee Break | | | | |
| 10:45-12:00 | Sesion de innovación "Design thinking" Dictada por Ernesto Noboa | Taller de propuesta de valor | Taller de Marketing Digital | Taller de finanzas II | Actividad fuera de la universidad: Validación y evidencia de consumo | |
| 12:00-12:15 | | Coffee Break | | | | |
| 12:15-13:30 | SDT: DEFINIR EL RETO | Taller de actividades y recursos claves | PLAN B | Taller de finanzas III | | |
| 13:30-14:30 | | ALMUERZO | | | | |
| 14:30-15:45 | SDT: OBSERVACION, IDEAR Y FILTRAR | GRANDES IDEOTAS | COMODIN | PROTOTIPADO PROCESO | | |
| 15:45-16:00 | | Coffee Break | | | | |
| 16:00-17:15 | POP BOSS | Taller Presentación efectiva | Taller de socios claves | | Preparacion de resultados del consumo | PECHA KUCHA (PRESENTACION FINAL) |
| 17:15-17:30 | | Coffee Break | | PROTOTIPADO PROCESO | | |
| 17:30-18:45 | SDT: TRANSFORMAR Y TESTEAR | SHOCKING CABIN (ELEVATOR PITCH) | Conferencia: Emprendedor Exitoso | | | |

Fuente: Autoría Propia

7.4 Financiamiento

La estrategia era cubrir el 80% del campamento con auspicio y el 20% por medio de inscripciones. Se realizaron actividades para recaudar fondos por parte del staff y se buscó el auspicio de marcas afines al propósito del campamento. Se consiguió auspicio monetario y auspicio de canje. Entre las empresas auspiciantes se encuentran Big Cola, Kruger Labs, Impacto Quito, Innobis, Inalecsa, etc. Además una parte de los ingresos se recaudó a través del valor de inscripción al campamento el cual era de \$285. La Fundación Privada Ecuatoriana otorgó 7 becas del 75% del valor de inscripción.

En base a las necesidades del campamento se elaboró un presupuesto, el cual se subdividió en relación a los rubros que se debían tomar en cuenta para poner en marcha el campamento de emprendimiento *The Click*. En la Tabla 8 se podrá observar los rubros y valores requeridos.

Tabla 8. Presupuesto

| PRESUPUESTO TOTAL | |
|--|-------------------|
| Subtotal de Difusión, Promoción y Publicidad | \$3,702.95 |
| Subtotal Locación | 0 |
| Subtotal Honorarios | \$400 |
| Subtotal Equipamiento | \$850 |
| Subtotal Viáticos de oradores e invitados especiales. | \$1,940 |
| Subtotal Actos protocolares | \$462.64 |
| Subtotal Servicio de fletes, transporte, montaje y desmontaje. | 0 |
| Subtotal Material Participantes | \$225 |
| Subtotal Coffee Break | 0 |
| PRESUPUESTO <i>BOOTCAMP</i> | \$7,580.59 |

Fuente: Autoría Propia

8. Resultados del Proyecto

De acuerdo al estudio del Global Monitor Entrepreneurship (GEM, 2014) en el Ecuador los negocios mueren en un lapso de 2 años por falta de asesoría, capacitación y recursos para continuar un emprendimiento. Detectamos que en Guayaquil aún no se ha proporcionado el espacio para que los emprendedores acudan, despejen sus dudas y se capaciten en cuanto a la construcción y desarrollo de su idea de negocio. Por lo antes mencionado surge la idea de crear un programa que proporcione a los participantes recibir información que los ayude a construir su negocio y ser asesorados por profesionales en temas relevantes para su emprendimiento.

Se realizó un cuadro comparativo para diferenciar los distintos programas de emprendimiento tanto a nivel internacional como nacional, esto nos sirvió para identificar las metodologías comúnmente utilizadas. Entre las metodologías más destacadas se encuentran startup, *bootcamp*, asesoramientos y concursos. La metodología que se utilizó en nuestro programa fue la de *bootcamp* a la cual se le agregó la impronta Casa Grande, misma que consistía en realizar quiebres en medio de las actividades con el fin de sacar al participante de su zona de confort.

Los emprendedores son arriesgados y creen firmemente en su empresa. Están dispuestos a equivocarse. Las motivaciones para emprender se pueden dar por necesidad, por lo general el emprendedor necesita percibir otro salario, u oportunidad donde el emprendedor ha identificado una necesidad en el

mercado y trabaja por cubrirla. En el Ecuador el grupo más propenso a emprender son los adultos entre 25 y 34 años pertenecientes a la generación *Millennials*. Se identificó que este grupo de personas tienen deseos de nuevas oportunidades y poseen habilidad para negociar y crear buenas relaciones. Están dispuestos a equivocarse y tomar riesgos. Poseen constante acceso a la información por medio del internet, es por esta razón que se decidió realizar el plan de comunicación y convocatoria al programa a través de las principales redes sociales, en las cuales se alcanzó los 1,900 seguidores en *Intagram*, 534 en *Facebook* y 250 en *Twitter*. Además de salir en prensa escrita y televisión como acompañamiento a la campaña digital se realizaron entrevistas en radios locales como i99, Diblue, ZZ Radio entre otras con lo cual se logró un total de *free press* de \$40,018.66, desglosados en radio \$2,231, televisión \$13,801.51, prensa escrita \$19,006.09 y menciones en redes \$4,980.

Como parte del proceso de selección en el cual tuvo participación la Fundación Crisfe como agente evaluador de los postulantes, se realizó un taller de compromiso al cual asistieron 22 proyectos de un total de 84 inscritos. Se comunicó vía e-mail y telefónica a todos aquellos que pasaron el taller satisfactoriamente el taller de compromiso. Se inscribieron al programa 12 proyectos postulantes. Los proyectos inscritos pertenecían a distintas industrias como la tecnológica, alimenticia, textil, productos de limpieza para el hogar, entre otros. La diversidad de los proyectos contribuyó a que los participantes pudieran escuchar la problemática y soluciones de otros entornos, problemáticas y soluciones que pudieran ser comunes a todos ellos.

Contamos con la colaboración de docentes y emprendedores invitados para capacitar y guiar a los emprendedores a través de los módulos y actividades del programa. Al finalizar el campamento de emprendimiento se realizó la clausura del evento día en que los participantes debían realizar una última presentación ante un jurado calificador. Se entregó diploma de participación a todos los asistentes que completaron el programa y se premió a los proyectos que realizaron las tres mejores presentaciones.

9. Conclusiones Estratégicas

The Click nace a partir de la premisa de que muchos emprendimientos enfrentan dificultades para consolidarse debido a factores externos como lo son las políticas económicas y legales, falta de financiamiento o falta de conocimiento del mercado y giro del negocio. Es un programa de formación para emprendedores con modalidad *bootcamp* que permitirá a los participantes recibir información que los guíe en la construcción de su negocio y recibir asesoramiento por profesionales en temas relevantes para su emprendimiento.

Utilizamos la metodología *bootcamp* ya que permite validar una idea de negocio a través sesiones intensivas donde los potenciales emprendedores generan un plan de negocios, y trabajan desde distintos rincones que son fundamentales para sacar adelante un emprendimiento.

El grupo objetivo primario escogido para la comunicación fueron los *Millennials* ya que son jóvenes con deseos de nuevas oportunidades y sienten que su trabajo debe responder un propósito. Son creativos, dispuestos a equivocarse, arriesgados y consideran que en la práctica y de los errores se aprende más. Debido a que son jóvenes tecnológicos y están conectados permanentemente, elegimos generar la convocatoria con una estrategia digital.

Como resultado de la investigación realizada, los participantes manifestaron que si estarían dispuestos a pagar por asistir a un programa de formación emprendedora. El valor mencionado fue entre \$250/\$500 por un programa de 90 horas. Se llegó al acuerdo de establecer un precio estándar entre el rango, quedando así el valor de inscripción por proyecto de \$285.

El valor total recaudado fue de \$21,275 entre auspicios, canje e inscripciones. El 80% se cubrió por medio de auspicios, recaudando un total de \$6,020 y el 20% restante se cubrió con el pago de inscripciones con un total de \$1,670. El total recaudado por medio de canjes fue de \$13,585.

Este campamento de emprendimiento tuvo como propósito cubrir las dudas y necesidad de los emprendedores en la ciudad de Guayaquil. Contó con asesorías y apoyo por parte de profesionales para el desarrollo de los proyectos de tal manera que se conviertan en negocios rentables y por último los emprendimientos más destacados podrán aplicar para obtener recursos financieros de hasta \$20,000.

10. Diseño y Parámetros de la Evaluación Logística del campamento de emprendimiento *The Click*

10.1 Objetivos

10.1.1 Objetivo General

Evaluar el espacio y los recursos necesarios para el desarrollo del programa de emprendimiento *The Click*.

10.1.2 Objetivos Específicos

- Adquirir el espacio óptimo que contribuya a la distribución efectiva del espacio designado para el desarrollo del evento *The Click*.
- Cumplir con el cronograma de trabajo diario y los horarios establecidos.
- Coordinar los recursos necesarios que se van a utilizar durante el evento *The Click*.
- Controlar el acceso a las instalaciones del programa de emprendimiento el fin de llevar una correcta organización.
- Conocer el nivel de satisfacción, por parte de los emprendedores, sobre la logística implementada durante el programa de emprendimiento *The Click*.

10.2 Muestra

Se entrevistó a expertos en el área de organización de eventos y logística debido a que su experticia y experiencias en el área serán de gran ayuda en la implementación de un plan logístico para el evento.

Se entrevistó a los emprendedores que asistieron al campamento de emprendimiento *The Click*, para conocer sus percepciones y opiniones con respecto a la organización y logística del campamento de emprendimiento.

10.3 Técnicas

Se realizó entrevistas semiestructuradas que permitieron recabar información en base a preguntas estructuradas y preguntas espontáneas con el fin de obtener información mucho más completa.

Además se implementó una encuesta de carácter cuantitativo para sacar un porcentaje sobre la organización día a día del evento de esta manera los asistentes al evento podían calificar la logística del día y nosotros conocer su nivel de satisfacción.

11. Resultados de la evaluación logística

Resultados de la entrevista a profesional con experiencia en logística:

María del Carmen Matamoros y Ma. Rosa Peré.

Las entrevistas se realizaron vía telefónica, se consultó acerca de los elementos que se deben considerar para crear un plan logístico, qué herramientas sugieren utilizar para llevar el control y seguimiento de las actividades diarias, cómo se controla el flujo de dinero y se evitan imprevistos.

Ma. del Carmen nos recomendó tomar en cuenta la cantidad de personas que van a asistir al evento con el fin de encontrar el lugar adecuado para desarrollar las actividades del evento. El conocer el promedio de asistentes nos permitirá organizar la distribución dentro del espacio de trabajo y comida que se va a ofrecer como complemento en los *coffee breaks*. Ella señala que es importante mantener comunicación con los expositores, preguntarle sus requerimientos técnicos y materiales para desarrollar los módulos. Ambas expertas coinciden que es necesario realizar una agenda en donde se detallen tiempos de exposición y horarios con el fin de mantener un orden en las actividades del día. Ma. Rosa comenta que para llevar un control y seguimiento de las actividades se debe elaborar una lista o agenda dividida por actividades del día detallando las responsabilidades de los miembros del staff. Ambas coinciden que no se pueden evitar los imprevistos, sin embargo estos pueden aminorar si desde un principio se consideran todos los recursos que se van a necesitar en la implementación del evento y a su vez estimar un porcentaje del presupuesto a este rubro.

Resultados de las entrevistas a los emprendedores que asistieron al campamento de emprendimiento *The Click*.

Con relación al área designada para llevar a cabo el evento el cual se efectuó en el Auditorio de la Universidad Casa Grande, el entrevistado #1 afirmó que el área designada fue la correcta y adecuada para el desarrollo del evento. Los equipos y materiales utilizados fueron suficientes para el desarrollo de las actividades. El entrevistado #1 y #2 coinciden que algunas tareas no se pudieron llevar a cabo en su totalidad o que el expositor debía cambiar bruscamente de tema para abordar todo el contenido del módulo. Los entrevistados afirman que el ambiente generado fue totalmente propicio para aprender y relacionarse con los demás participantes. El entrevistado #2 opina que la organización del evento y la logística fue muy buena e impecable. Fue muy profesional la aproximación y el comportamiento de todos los estudiantes, docentes y conferencistas.

Resultados de las encuestas realizadas día a día a los emprendedores que asistieron al campamento de emprendimiento *The Click*.

Día a día se corrió una encuesta a los participantes del evento. Al preguntar sobre la logística implementada se tomaron en cuenta las variables: hora de inicio de las actividades, salas, equipos, material de trabajo, apoyo brindado por parte del área de capacitación, climatización de las instalaciones y limpieza de las instalaciones. El primer día se logró obtener un promedio de 4.52 sobre 5. El segundo día se obtuvo un promedio de 4.62. Al cuarto día y finalizando la semana de capacitación dentro de las instalaciones de la Universidad se obtuvo un promedio de 4.12. El promedio total del evento con relación a la logística fue de 4.4 sobre 5 lo cual indica un alto grado de satisfacción en los asistentes y que las medidas que se tomaron en cuenta para implementar el plan logístico fueron acertadas y permitieron el buen desarrollo del campamento de emprendimiento.

12. Conclusiones de la evaluación y recomendaciones

Para elegir el espacio donde se iba a desarrollar el campamento de emprendimiento *The Click*, seguimos las recomendaciones de las expertas en logística Ma. Rosa Peré y Ma. del Carmen Matamoros quienes recomiendan tomar en cuenta la cantidad de asistentes y la distribución de los mismos con relaciones a las actividades. Se llegó a la conclusión que el Auditorio de la Universidad Casa Grande sería el espacio ideal para impartir los talleres y conferencias. Nos permite distribuir a los participantes en pequeños grupos y a la vez les da a todos la oportunidad de observar al conferencista claramente. Adicionalmente ubicamos el área de coffee break fuera del auditorio.

Se realizó una agenda minuto a minuto con el fin de monitorear las actividades del día, controlar los horarios establecidos por modulo y tiempos de receso. Esta agenda se la proporcionó a todos los miembros de staff ya que al cada uno tener un área de responsabilidad era indispensable que cada uno conozca sus tareas y hora de ejecución. Podrá encontrar la agenda en anexos.

Al contar con más de un conferencista durante la semana del campamento se decidió enviar un *checklist* previo al evento donde el conferencista podía marcar que equipos tecnológicos y materiales iba a necesitar durante su actividad. Las expertas en organización de eventos recomiendan tener todos los recursos que se van a utilizar durante el evento con el fin de aminorar los imprevistos. Nos preocupamos de enviar las solicitudes respectivas al

departamento de servicios generales para contar con equipo de audio y video requerido, además de comprar materiales didácticos y de lectura para repartir a los asistentes. Estar preparados nos permitió facilitarles a los conferencistas y asistentes todo lo necesario para el buen desarrollo de los talleres.

Con el fin de mantener el orden durante la semana del evento se realizó un *checklist* con la lista de auspiciantes y material publicitario que debía ser colocado en la Universidad, se asignó un día de recepción de material publicitario y otro día al final del evento de entrega de material publicitario. Adicionalmente se debía llevar un control de los asistentes para lo cual se instaló todas las mañanas un puesto de registro antes de llegar al Auditorio. Dentro de la agenda minuto a minuto estaba estipulado la llegada del coffee break media hora antes del mismo, lo cual nos daba tiempo de adecuar el área para cuando salgan los emprendedores de sus actividades. Nuestra compañera Valentina Viteri, encargada de las relaciones públicas llevaba el control de la prensa que iba a asistir a la Universidad para cubrir el evento ya que ella enviaba los boletines de prensa y recibía las confirmaciones.

Las encuestas realizadas a los participantes corroboraban que el área designada resultó ser óptima para que los emprendedores pudieran aprender y crear relaciones de amistad. Dentro del Auditorio el espacio resulto conveniente para las actividades que se llevaron a cabo y al mantener el área

de receso fuera del mismo se mantenía la homogeneidad del campamento y su temática lo cual sumergía al participante en la temática del evento.

Toda la organización y logística implementada se pudo reflejar en los buenos comentarios que recibimos tanto de participantes, conferencista y docentes de la universidad.

13. Reflexión personal

Mi aprendizaje para lograr montar este evento se remonta a la concepción del mismo. Aplicar técnicas y herramientas de investigación para conocer a profundidad los movimientos con relación al emprendimiento fueron necesarias para llegar a plantear una propuesta innovadora nunca antes realizada en Guayaquil. Con mis compañeros realizamos grupos focales para conocer más al grupo objetivo al cual íbamos a dirigir nuestro programa y comunicación, realizamos revisión bibliográfica para empaparnos acerca de los programas de emprendimiento que se estaban dando tanto a nivel local como internacional. Nos entrevistamos con varias personas claves en el ambiente del emprendimiento como Andrés Zurita y Camilo Pinzón miembros de la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación, Andrés Briones presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios. Todos ellos con sus conocimientos nos guiaron y ayudaron en la formulación de una propuesta innovadora. Los conocimientos adquiridos en marketing me ayudaron a aportar en la estrategia de comunicación que debíamos emplear y que medios serían más convenientes utilizar para llegar al grupo objetivo. Pude apoyar a mi compañera encargada de la comunicación armando y proponiendo contenido. Al mismo tiempo aprendí la importancia de planificar el contenido ya que eso le permitió a la diseñadora crear los artes que se necesitaban. El proyecto necesitó la búsqueda de financiamiento por parte de auspicio por lo que me tocó visitar y contactar posibles marcas para que apoyen nuestra iniciativa. Este proceso de búsqueda de auspicio puede ser duro si no se planifica con tiempo, hay que ser perseverante e insistentes si se desea obtener la ayuda, caso contrario el auspiciante no te tomará en cuenta. Para captar la

atención de los mismos se debe armar paquetes de auspicio en los cuales se les ofrezca exposición de marca y demás beneficios a cambio de su aporte económico. Al ser encargada de la logística me tocó aprender todo lo que implica organizar un evento, como lo es implementar una agenda minuto a minuto, coordinar requerimientos de los conferencistas, confirmar la asistencia de los mismos, coordinar la disponibilidad de las aulas y los equipos técnicos necesarios para el buen desarrollo del evento, estar pendiente del catering que se iba a repartir en los coffee breaks y coordinar las responsabilidades con los miembros del staff. Todo eso implica mantener comunicación constante con cada uno de actores involucrados en el desarrollo del evento.

A través de este proyecto no sólo reforcé conocimientos obtenidos durante mis años de estudio en la carrera de comunicación con mención en marketing sino que gané nuevos conocimientos en el ámbito de la comunicación y organización de eventos que además tuve la oportunidad de ponerlos en práctica. Personalmente descubrí que puedo liderar grupos de trabajo y trabajar bajo presión. El ser persistente permitió que no me rindiera fácilmente ante los obstáculos que tuvimos que enfrentar. El trabajo de logística requiere estar atento y pendiente en el desarrollo del día a día con la finalidad de proporcionar a los asistentes la mejor experiencia posible. Ser servicial y atenta con los participantes me permitió interactuar con ellos y conocer su opinión y escuchar sus recomendaciones acerca del evento.

Es muy gratificante haber podido acompañar a los emprendedores de mi ciudad en su formación emprendedora para poder alcanzar su independencia económica. Es muy alentador saber que el trabajo realizado tiene un impacto en la sociedad y directamente en los emprendedores que tuvieron la oportunidad de participar.

No sólo recibimos buenos comentarios por parte de los asistentes y conferencista, sino que también el personal docente de la universidad nos felicitó por el trabajo realizado lo cual demuestra que con dedicación y sacrificio las buenas iniciativas salen adelante, la clave está en no rendirse cuando parece que las cosas no salen como uno espera.

Saber que fui parte del equipo creador del primer campamento de emprendimiento en Guayaquil me llena de orgullo y felicidad ya que a través de esta iniciativa logramos que emprendedores consoliden su idea de negocio a través de las herramientas y conocimiento impartido como parte de la metodología utilizada y creada por mi compañero José Ignacio Campoverde. Es muy conmovedor saber que gracias a los conocimientos adquiridos a lo largo de las distintas carreras, tanto mis compañeros de tesis y yo pudimos aportar al desarrollo social de nuestra ciudad.

14. Bibliografía

- Angelelli, P & Prats, J, (2005). Fomento de la actividad emprendedora en América Latina y el Caribe: Sugerencias para la formulación de proyectos. Nueva York: BID. Recuperado de:
<https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6178/Fomento%20de%20la%20actividad%20emprendedora%20en%20América%20Latina%20y%20el%20Caribe.pdf?sequence=1>
- Apps.co. (2015). Recuperado de: <https://apps.co/acerca/appsco/#que-es>
- Ayuntamiento de El Puerto de Santa María. (2015). Programa Formativo para Emprendedores
Recuperado de: <http://www.elpuertoempresas.es/index.php?page=1061>
- Cardona, Vera & Tabares. (2008). *Las dimensiones del emprendimiento empresarial: La experiencia de los programas cultura E y fondo Emprender en Medellín.*
Recuperado de:
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB0QFjAAahUKEwjrqMmT84LJAhXHqR4KHVqsBfs&url=http%3A%2F%2Fpublicaciones.eafit.edu.co%2Findex.php%2Fcuadernos-investigacion%2Farticle%2Fdownload%2F1274%2F1153&usg=AFQjCNHVNfCyE_sbBCBQXiaEDrDxnILY-A&sig2=M6ke6vBZsJI23INH0yo38Q&cad=rja

Deloitte. (2015). The Deloitte Millennial Survey 2015. *Deloitte*. Recuperado

de:

<https://gls.london.edu/uploads/documents/gx-wef-2015-millennial-survey-executivesummary2.pdf>

Formichella, M (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local* [versión electrónica].

Argentina: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

Recuperado de:

<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

GEM. (2010). Global Entrepreneurship monitor. [Versión de Espae].

Recuperado de:

http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/Reporte_GEM_2010.pdf

GEM. (2013). Global Entrepreneurship monitor. [Versión de Espae].

Recuperado de:

<http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/reportegem2013.pdf>

GEM. (2014). Global Entrepreneurship monitor. [Versión de Espae].

Recuperado de:

<http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/gemecuador2014.pdf>

INEC. (2010) *Poblacion y demografía*. Guayas: Gobierno de la República del

Ecuador. Recuperado de: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf)

[content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf)

Innobis. (2015). Conócenos

Recuperado de: <http://www.innobis.ec/#!-qu--es-innobis-/c/jg9>

Jaramillo, M & Parodi, S, (2003). *Jóvenes Emprendedores* [versión

electrónica]. Perú.

Recuperado de:

http://grade.org.pe/download/pubs/MJ_SP_Jovenesemprendedores.pdf

Maslow, A. (1943). *Teoría sobre la Motivación Humana*. USA.

Méndez, J, (2010). *La capacitación como herramienta esencial de la estrategia emprendedora*

Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/capacitacion-como-herramienta-estrategia-emprendedora/capacitacion-como-herramienta-estrategia-emprendedora.pdf>

Pilonieta, O, (2009). *El docente como promotor y formador del emprendimiento*. Cámara de Comercio de Bogotá

Recuperado de:

<http://www.empresario.com.co/recursos/be/portalninos/contenido/doc1eldocentecomopromotoryformadordel emprendimiento.pdf>

Philly Startup Leaders. (2015). Startup Bootcamp

Recuperado de: <http://bootcamp.phillystartupleaders.org/#faq>

Pontificia Universidad Católica Argentina. (2015). Programa Intensivo para Emprendedores (PIPE)

Recuperado de:

<http://www.uca.edu.ar/uca/common/grupo66/files/PIPE.pdf>

Schumpeter, J, (1912) *Teoría del Desarrollo Económico*

Stanford Business School of Graduate. (2015). Stanford Ignite

Recuperado de: <https://www.gsb.stanford.edu/programs/stanford-ignite/curriculum>

Startup Weekend. (2015). Startup Weekend Woman

Recuperado de:

<http://www.up.co/communities/ecuador/guayaquil/startup-weekend/4823>

The Whitman School of Business at Syracuse University. (2015).

Entrepreneurship Bootcamp. Recuperado de:

<http://whitman.syr.edu/programs-and-academics/centers-and-institutes/falcone/programs/bootcamp.aspx>

Valls & Cruz & Torruella & Juanes & Canessa & Hormiga, (2012). Causas de fracaso de los emprendedores. España, Netbiblo, S,L

Recuperado de:

https://www.redemprendia.org/sites/default/files/descargas/causas_de_fracaso_de_los_emprendedores.pdf

Vincens, L. & Grullon, S. (2011). Innovación y emprendimiento Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor. (Documento de debate).

Santo Domingo: BID

15. Anexos

15.1 Entrevistas

Entrevista 1

Experta en logística y organización de eventos

Entrevistado: Ma. del Carmen Matamoros

Pregunta 1: ¿Qué elementos considera necesarios tomar en cuenta en el plan de logística y que áreas se deben abarcar?

Ma. del Carmen: Se debe tomar en cuenta la cantidad de personas que acudirán al programa, la cantidad de expositores, requerimientos técnicos (audio, video y proyección, materiales que utiliza, materiales para los alumnos). Horarios, tiempos de exposición, posibles lugares para desarrollar el evento, servicio de catering en caso de ser necesario.

Pregunta 2: ¿Qué herramientas sugiere utilizar para llevar el control y seguimiento de las actividades diarias y cumplimiento de objetivos?

Ma. del Carmen: Una vez que se tiene todos los ítems que comprenderá el programa y en base al presupuesto que se presente, se elabora una lista dividiéndola por tipo de trabajos y asignándole a cada uno de los involucrados del equipo de producción una responsabilidad para poner en marcha este proyecto.

Pregunta 3: ¿Cómo controla el flujo del dinero y presupuesto requerido para la implementación del evento?

Ma. del Carmen: Cuando se presenta el presupuesto al cliente y es aprobado, se solicita un anticipo del 50% del trabajo, este valor servirá para distribuirlo entre los anticipos que sean prioridad y se reserva una cantidad para el pago de honorarios a terceros, montaje, traslados, etc. De esta forma se puede trabajar con varios proveedores al mismo tiempo sin la preocupación de quedar sin dinero para los "extras" que siempre se dan a último momento.

Pregunta 4: ¿Cómo evitaría imprevistos durante el evento?

Ma. del Carmen: Los imprevistos son parte de cualquier evento que se realiza, pero pueden prevenirse si dentro del presupuesto se plantea este rubro y en caso de no utilizarlo se devuelve al cliente. La mejor forma de evitar tener imprevistos es realizando un listado de todos los ítems que se van a necesitar para desarrollar el evento.

Entrevista 2

Experta en logística y organización de eventos

Entrevistado: Ma. Rosa Peré

Pregunta 1: ¿Qué elementos considera necesarios tomar en cuenta en el plan de logística y que áreas se deben abarcar?

Ma. Rosa Peré: Conocer el número de personas para saber el área que se va a necesitar es uno de los principales aspectos a considerar en la planificación de eventos y su plan logístico. Necesito saber qué tipo de evento va a ser, con cuanto personal de staff voy a contar, que se va a necesitar para atender a los asistentes, que tipo de menaje se va a utilizar, cual será el espacio y distribución a emplear.

Pregunta 2: ¿Qué herramientas sugiere utilizar para llevar el control y seguimiento de las actividades diarias y cumplimiento de objetivos?

Ma. Rosa Peré: Se realiza una lista detallada de todos aquellos recursos que se van a utilizar, se detallan actividades y personal responsable. Es un protocolo del itinerario. Este documento sirve de guía a todos los involucrados en el desarrollo del evento y permite seguir minuto a minuto la agenda del evento.

Pregunta 3: ¿Cómo controla el flujo del dinero y presupuesto requerido para la implementación del evento?

Ma. Rosa Peré: Se trabaja principalmente bajo un presupuesto el cual abarca los principales gastos para montar y desarrollar el evento. Este presupuesto debe ser previamente aprobado.

Pregunta 4: ¿Cómo evitaría imprevistos durante el evento?

Ma. Rosa Peré: Los imprevistos no se pueden evitar, lo que hay que saber es solucionarlos. Sin embargo se puede evitar que en la organización no falte nada, previamente al evento es conveniente realizar un *checklist* para cerciorarse de que todo lo que vamos a necesitar para montar el evento llegue o se adquiera con anticipación.

Entrevista 3

Asistente al campamento de emprendimiento *The Click 2015*

Entrevistado #1: Michelle Chávez

Pregunta 1: ¿Consideras que el área designada para el desarrollo del evento fue la indicada? ¿Tienes alguna observación al respecto?

Michelle Chávez: El área designada si fue la correcta y adecuada para el desarrollo del evento. La única observación sería que en medio del escenario se hubiera ubicado mejor la pantalla del proyector.

Pregunta 2: ¿Los equipos y materiales de trabajo utilizados durante el evento fueron suficientes para el buen desarrollo de las actividades y talleres?

Michelle Chávez: Si fueron suficientes para el desarrollo de las actividades.

Pregunta 3: ¿Los tiempos designados para las actividades y talleres te parecieron suficientes?

Michelle Chávez: En ciertas actividades si lo fueron. Pero en algunos módulos nos faltó tiempo. No se llevaba a cabo en totalidad la tarea y el expositor debía de cambiar rápido de tema para abarcar todo el módulo.

Pregunta 4: ¿El ambiente generado fue propicio para aprender y relacionarte con los demás emprendedores?

Michelle Chávez: Si totalmente. Hasta ahora tengo contacto con ellos.

Pregunta 5: ¿Cómo evalúas la organización del evento con respecto a logística?

| | | | | |
|-----------|-------|---------|------|----------|
| Muy Buena | Buena | Regular | Mala | Muy Mala |
|-----------|-------|---------|------|----------|

Entrevista 4

Asistente al campamento de emprendimiento *The Click 2015*

Entrevistado #2: René Ardila

Pregunta 1: ¿Consideras que el área designada para el desarrollo del evento fue la indicada? ¿Tienes alguna observación al respecto?

René Ardila: No tengo reparos, el área fue adecuada.

Pregunta 2: ¿Los equipos y materiales de trabajo utilizados durante el evento fueron suficientes para el buen desarrollo de las actividades y talleres?

René Ardila: En general sí. Aunque me parece que el tema financiero podría abordarse con mayor profundidad y con mejores ayudas didácticas.

Pregunta 3: ¿Los tiempos designados para las actividades y talleres te parecieron suficientes?

René Ardila: En general sí, pero algunos módulos como en de finanzas quedó corto en tiempo y profundidad.

Pregunta 4: ¿El ambiente generado fue propicio para aprender y relacionarte con los demás emprendedores?

René Ardila: Sí, totalmente. Tal vez este es uno de los fuertes del formato que se utilizó. Es estimulante ver y rodearse de personas positivas y emprendedoras creándose oportunidades para sí mismos y para otros.

Pregunta 5: ¿Cómo evalúas la organización del evento con respecto a logística?

| | | | | |
|-----------|-------|---------|------|----------|
| Muy Buena | Buena | Regular | Mala | Muy Mala |
|-----------|-------|---------|------|----------|

Muy buena e impecable. Siempre fue muy profesional la aproximación y el comportamiento de todos los estudiantes, docentes y conferencistas. Por demás estimada Estefanía, felicitarlos por el profesionalismo y ojalá sigan realizando otras actividades para emprendedores.

15.2 Checklist: requerimientos del conferencista

Módulo: Prototipado Proceso

| Equipos/ Materiales | Marcar con una X |
|---------------------------------|------------------|
| Computador | |
| Adaptador de Mac para proyector | |
| Equipo de Audio | |
| Micrófono | |
| Pizarra | |
| Marcadores | |
| Papelera | |
| Puntero | |

En caso de necesitar material de apoyo para ser repartido entre los asistentes, favor enviar el archivo para imprimirlo previo al taller o actividad.

15.3 Agenda minuto a minuto

Lunes 12

| | |
|----------------------|--|
| 8H00 | LLEGADA A LA UNIVERSIDAD |
| 8H05 | MONTAJE ÁREA DE REGISTRO ÁREA DE FUMADORES MALULI |
| 8H05 | FINIQUITAR DETALLES Y AMBIENTAR AUDITORIO PARA CEREMONIA DE APERTURA |
| 8H20 | CONFIRMAR ASISTENCIA DE CONFERENCISTAS A LA CEREMONIA (JESÚS, ENRIQUE, ANDRÉS, GUIDO, BORIS) |
| 9H15 – 10H30 | INICIO DEL CAMPAMENTO AUDITORIO VALENTINA MODERADORA |
| 10H00 | ARMAR ÁREA DE COFFEE BREAK, LLEGA LA COMIDA CALIENTE |
| 10H30 – 10H45 | COFFEE BREAK INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS + ALERIA + NACHO – SANDUCHES TRICOLOR |
| 10H45 | VALENTINA PRESENTA A GUIDO CAICEDO |
| 10H45 – 12H00 | DESIGN THINKING GUIDO CAICEDO |
| 12H00 – 12H15 | BREAK/CAMBIO DE HORA INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS |
| 12H15 – 13H30 | DESIGN THINKING GUIDO CAICEDO |
| 13H30 – 14H30 | ALMUERZO <u>GUIDO CAICEDO ALMUERZA EN LA U</u> |
| 14H00 | CONFIRMAR ASISTENCIA DE MIEMBROS AJE PARA POP BOSS |
| 14H30 – 15H45 | DESIGN THINKING GUIDO CAICEDO |
| 15H15 | ARMAR COFFEE BREAK, LLEGA LA COMIDA CALIENTE |
| 15H20 | CONFIRMAR ASISTENCIA MIEMBROS AJE |
| 15H45 – 16H00 | COFFEE BREAK INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS + ROSITA – CAMARONES |
| 16H00 | VALENTINA PRESENTA MIEMBROS AJE |
| 16H00 – 17H15 | POP BOSS MIEMBROS AJE |

17H15 DESPEDIR A LOS ASISTENTES **VALENTINA, SE
CORRE TEST (VALERIA)**

17H30 LIMPIEZA ÁREA DE COFFEE BREAK Y SALAS

Martes 13

8H00 LLEGADA A LA UNIVERSIDAD
8H05 MONTAJE ÁREA DE REGISTRO **ÁREA DE
FUMADORES MALULI**
8H05 FINIQUITAR DETALLES
9H15 **VALERIA** PRESENTA A JESUS HERNANDEZ
9H15 – 10H30 SEGMENTACIÓN DE CLIENTES **JESÚS HERNÁNDEZ**
10H00 CONFIRMAR ASISTENCIA DE ANDRÉS BRIONES

10H00 ARMAR COFFEE BREAK, LLEGA LA COMIDA
CALIENTE

**10H30 – 10H45 COFFEE BREAK INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG
COLA Y AGUAS + MALULI – 80 TORTILLITAS DE
VERDE**

10H45 **VALENTINA** PRESENTA A ANDRES BRIONES

10H45 – 12H00 PROPUESTA DE VALOR **ANDRÉS BRIONES**

**12H00 – 12H15 BREAK/CAMBIO DE HORA INALECSA – CAFÉ –
BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS**

12H15 – 13H30 ACTIVIDADES Y RECURSOS CLAVES **JESÚS
HERNÁNDEZ**

13H30 – 14H30 ALMUERZO

14H00 CONFIRMAR ASISTENCIA MIEMBROS AJE

14H30 – 15H45 GRANDES IDEOTAS MIEMBROS AJE

**15H45 – 16H00 BREAK/CAMBIO DE HORA INALECSA – CAFÉ –
BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS**

15H30 CONFIRMAR ASISTENCIA ENRIQUE ROJAS

16H00 **VALENTINA** PRESENTA A ENRIQUE ROJAS

16H00 – 17H15 PRESENTACIONES EFECTIVAS **ENRIQUE ROJAS**

16H50 ARMAR COFFEE BREAK, LLEGA LA COMIDA
CALIENTE

17H00 CONFIRMAR ASISTENCIA COINNOVAR

| | |
|----------------------|---|
| 17H15 – 17H30 | COFFEE BREAK INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS + MALULI – 80 SANDUCHES DE POLLO |
| 17H30 | VALERIA PRESENTA A COINNOVAR |
| 17H30 – 18H45 | SHOKING CABIN COINNOVAR |
| 18H45 | LIMPIEZA ÁREA DE COFFEE BREAK Y SALAS |

Miércoles 14

| | |
|----------------------|---|
| 8H00 | LLEGADA A LA UNIVERSIDAD |
| 8H05 | MONTAJE ÁREA DE REGISTRO ÁREA DE FUMADORES MALULI |
| 8H05 | FINIQUITAR DETALLES |
| 9H15 – 10H30 | CANALES JESÚS HERNÁNDEZ |
| 10H00 | ARMAR ÁREA DE COFFEE BREAK, LLEGA LA COMIDA CALIENTE |
| 10H30 – 10H45 | COFFEE BREAK INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS + ESTEFI – 80 EMPANADITAS |
| 10H45 – 12H00 | MARKETING DIGITAL 1.0 JESÚS HERNÁNDEZ |
| 12H00 – 12H15 | BREAK/CAMBIO DE HORA INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS |
| 12H15 – 13H30 | PLAN B MIEMBROS AJE |
| 13H30 – 14H30 | ALMUERZO <u>JESÚS HERNÁNDEZ ALMUERZA EN LA U</u> |
| 14H30 – 15H45 | COMODÍN JESÚS HERNÁNDEZ – SALA VIP |
| 15H45 – 16H00 | BREAK/CAMBIO DE HORA INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS |
| 16H00 – 17H15 | SOCIOS CLAVES JESÚS HERNÁNDEZ |
| 16H50 CALIENTE | ARMAR COFFEE BREAK, LLEGA LA COMIDA |
| 17H15 – 17H30 | COFFEE BREAK INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS + ESTEFI – 80 BOLITAS DE CARNE |

17H30 – 18H45 **VALENTINA** PRESENTA CONFEENCIA
EMPRENDEDOR EXITOSO

18H45 LIMPIEZA ÁREA DE COFFEE BREAK Y SALAS

Jueves 15

8H00 LLEGADA A LA UNIVERSIDAD

8H05 MONTAJE ÁREA DE REGISTRO **ÁREA DE FUMADORES VOLUNTARIOS AIESEC**

8H05 FINIQUITAR DETALLES

8H20 CONFIRMAR ASISTENCIA BORIS LASCANO

9H15 **VALERIA** PRESENTA A BORIS LASCANO

9H15 – 10H30 FINANZAS **BORIS LASCANO**

10H30 – 10H45 COFFEE BREAK INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS + NACHO – 80 PASTELES DE LA PALMA

10h45 – 12h00 FINANZAS **BORIS LASCANO**

11H45 CONFIRMAR ASISTENCIA MIEMBROS AJE

12H00 – 12H15 BREAK/CAMBIO DE HORA INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS

12H15 – 13H30 SCOUT CLICKERS MIEMBROS AJE

13H30 – 14H30 ALMUERZO

14H30 – 15H45 SCOUT CLICKERS

15H20 CONFIRMAR ASISTENCIA DANIELA PERALVO

15H45 – 16H00 BREAK/CAMBIO DE HORA INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS

16H00 **VALERIA** PRESENTA A DANIELA PERALVO

16H00 – 17H15 PROTOTIPADO PROCESO **DANIELA PERALVO**

17H15 – 17H30 COFFEE BREAK INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS + VALENTINA – TORTA DE CHOCLO 80 PEDACITOS

17H30 – 18H45 PROTOTIPADO PROCESO **DANIELA PERALVO**

18H45 LIMPIEZA ÁREA DE COFFEE BREAK Y SALAS

Viernes 16

| | |
|----------------------|---|
| 8H00 | LLEGADA A LA UNIVERSIDAD |
| 8H05 | MONTAJE ÁREA DE REGISTRO ÁREA DE FUMADORES MALULI |
| 8H05 | FINIQUITAR DETALLES |
| 8H20 | CONFIRMAR ASISTENCIA DANIELA PERALVO |
| 9H15 – 10H45 | INTRODUCCIÓN METODOLOGÍA JAVELINE DANIELA PERALVO |
| 10H45 – 15H45 | TESTEO Y VALIDACIÓN – ACTIVIDAD FUERA DE LA UNIVERSIDAD |
| 15H00 | MONTAJE SALAS Y ÁREA DE COFFEE BREAK |
| 15H00 | CONFIRMAR ASISTENCIA CRISFE Y COINNOVAR |
| 15H45 – 16H00 | BREAK/CAMBIO DE HORA INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS |
| 16H00 – 17H15 | RESULTADOS DE CONSUMO CRISFE Y COINNOVAR |
| 17H15 – 17H30 | COFFEE BREAK INALECSA – CAFÉ – BEBIDAS BIG COLA Y AGUAS + ROSITA - CAMARONES |
| 17H30 – 18H45 | RESULTADOS DE CONSUMO CRISFE Y COINNOVAR |
| 18H45 | LIMPIEZA ÁREA DE COFFEE BREAK Y SALAS MONTAJE EVENTO DE CLAUSURA |

Sábado 17

| | |
|----------------------|---------------------------------------|
| 14H00 | MONTAJE EVENTO DE CLAUSURA - DETALLES |
| 16H30 – 18H00 | PRESENTACIONES PECHA KUCHA |
| 18H30 – 20H00 | CEREMONIA DE CLAUSURA |
| 21H00 | LIMPIEZA ÁREA CLAUSURA Y SALAS |

15.4 Encuesta

| EVALUACION DE REACCION | | | | | | | |
|--|--|------------|---|---|---|---|---|
| NOMBRE DEL PROYECTO | | | | | | | |
| FECHA | | | | | | | |
| DATOS DE LA INFORMACION DEL DIA | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| Por favor lea las siguientes afirmaciones y exprese su grado de acuerdo con las mismas usando esta escala. Marque sus respuestas con una X | | | | | | | |
| N/A= No aplica 1= Total desacuerdo 2= En desacuerdo 3= De acuerdo 4= Total Acuerdo | | | | | | | |
| DIMENSION | INDICADORES | RESPUESTAS | | | | | |
| | | N/A | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Planificación y duración de evento | La duración de las actividades fue apropiada | | | | | | |
| | El horario de las actividades del día fue adecuado | | | | | | |
| Logro de Objetivos y Contenidos | Se cumplió con todos los contenidos planificados dentro del evento | | | | | | |
| | Se cumplió con los objetivos de evento formativo | | | | | | |
| Metodología Utilizada | Se organizaron actividades que permiten hacer las actividades innovadoras | | | | | | |
| | Se entregaron materiales para las actividades | | | | | | |
| Recursos y Medios Didácticos utilizados | Los materiales entregados ayudaron al desarrollo de actividades de evento | | | | | | |
| | | | | | | | |
| Nivel de aplicabilidad de la acción de formación | Los contenidos de la acción formativa son aplicables en su proyecto/ idea o prototipo | | | | | | |
| | Los temas se trataron considerando la realidad de la situación actual del país | | | | | | |
| Ambiente en el evento | Las condiciones ambientales (ruido, iluminación, temperatura) favorecieron la realización de la acción formativa | | | | | | |
| | La limpieza y orden de las instalaciones para la realización de la acción formativa fue satisfactoria | | | | | | |
| Percepción Global de la acción formativa de la | La calidad de la alimentación y servicios ofrecidos fue satisfactoria | | | | | | |
| | La acción formativa satisfizo sus expectativas y necesidades de su proyecto | | | | | | |
| | Recomendaría este curso a otras personas | | | | | | |
| Espacio dirigido para evaluar la Conferencia por taller | | | | | | | |
| Escriba en cada casilla la valoración que otorga a cada aspecto, en una escala del 1 al 5, siendo 1 el puntaje más bajo y 5 el puntaje más alto. | | | | | | | |
| Nombre del taller | Conferencia | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| ¿Qué Recomendaciones da usted a los organizadores de evento? | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| ¿Qué otra acción formativa o tema considere usted necesario para su proyecto? | | | | | | | |
| | | | | | | | |