



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**EMPRENDIMIENTO POTENCIAL Y EL DESARROLLO PERSONAL EN
LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA UPSE PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2017.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

Joseline Liseth Yoza Tomala

LA LIBERTAD – ECUADOR

JUNIO - 2019



TEMA:

EMPRENDIMIENTO POTENCIAL Y EL DESARROLLO PERSONAL EN LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA UPSE PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017

AUTOR:

Yoza Tomala Joseline Liseth

TUTOR:

Benavides Rodríguez Arturo Gustavo

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo implementar un plan de capacitación motivacional y de conocimientos básicos para fomentar el emprendimiento en los jóvenes universitarios, debido a que en la actualidad cada uno de ellos deben ser forjadores de emprendimientos que le generen beneficios rentables a su vida diaria y no estar destinados a seguir trabajando en beneficio de otras empresas. El tipo de investigación utilizado fue el exploratorio basado en un enfoque cuantitativo y cualitativo, también se empleó el método inductivo y deductivo; las técnicas de recolección de datos fue la entrevista y la encuesta. Los resultados obtenidos en esta investigación nos permitieron conocer que los jóvenes tienen capacidades para desarrollar emprendimientos potenciales debido a que esto les genera desarrollo personal y económico en sus vidas, pero el factor que aún les impide el desarrollo de los mismos, es que temen al fracaso y no cuentan con las bases teóricas y prácticas necesarias para crear proyectos, es por estos motivos que se implementa el plan de capacitación en bases teóricas y motivación para los jóvenes en beneficio de ellos y a su vez fomentar el emprendimiento en toda la comunidad universitaria.

Palabras Claves: Emprendimiento potencial, desarrollo personal, motivación, plan de capacitación, jóvenes universitarios.



TEMA:

**EMPRENDIMIENTO POTENCIAL Y EL DESARROLLO PERSONAL EN
LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA UPSE PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2017**

AUTOR:

Yoza Tomala Joseline Liseth

TUTOR:

Benavides Rodríguez Arturo Gustavo

Abstract

This research aims to implement a motivational and basic knowledge training plan to encourage entrepreneurship in young university students because young people today should be forgers of initiatives that generate profitable benefits to your daily life and not be destined to continue working for other companies to benefit. The type of research used was exploratory based on a quantitative and qualitative approach, the inductive and deductive method was also used; and data collection techniques were interview and survey. The results obtained in this research allowed us to know that young people have the capacity to develop potential ventures because this generates personal and economic development in their lives, but the factor that still prevents them from development is that they fear failure and do not have the theoretical and practical bases necessary to create projects, it is for these reasons that the training plan is implemented on theoretical basis and motivation for young people for the benefit of them and in turn foment entrepreneurship throughout the university community.

Keywords: Potential entrepreneurship, personal development, motivation, training plan, college youth.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, “EMPRENDIMIENTO POTENCIAL Y EL DESARROLLO PERSONAL EN LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA UPSE PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”, elaborado por la Sra. Joseline Liseth Yoza Tomala, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Arturo Benavides Rodríguez

PROFESOR GUÍA

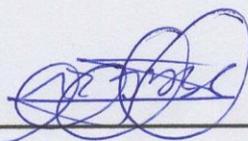
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **“EMPRENDIMIENTO POTENCIAL Y EL DESARROLLO PERSONAL EN LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA UPSE PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”**, elaborado por **Yoza Joseline** declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la facultad de Ciencias Administrativas Carrera de **Administración de Empresas** pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



Benavides Rodríguez Arturo Gustavo

C.C. No.:0908374416

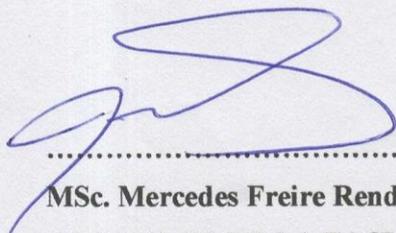
AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a DIOS por haberme permitido llegar a este límite. También agradezco de manera más especial a mi mamá por tantos esfuerzos realizados por tantos años para darme lo mejor y hacer de mí una persona de éxito ante la sociedad, a mi esposo por brindarme su apoyo para llegar a cumplir este logro en mi vida y a los docentes que de manera más atenta estuvieron prestando sus conocimientos para lograr realizar este arduo trabajo de estudio.

DEDICATORIA

Dedico este logro obtenido a YOLANDA TOMALA quien ha sido mi apoyo fundamental exigiendo lo mejor de mí siempre, guiándome por los caminos de bien para obtener beneficios futuros favorables para mi vida, por tanto, amor y dedicación en todos los días de mi vida.

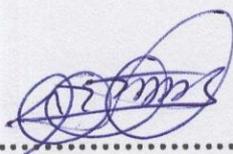
TRIBUNAL DE GRADO



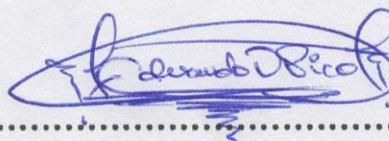
.....
MSc. Mercedes Freire Rendón.
DECANA (E) DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



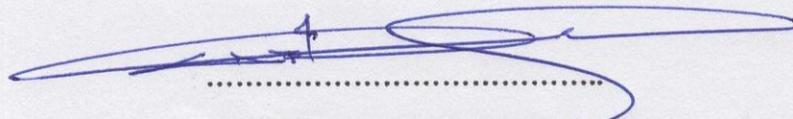
.....
MSc. Mercedes Freire Rendón.
DIRECTORA (E) DE CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



.....
PhD. Arturo Benavides Rodríguez
DOCENTE TUTOR DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS



.....
MDE. Eduardo Pico Gutiérrez
DOCENTE ESPECIALISTA DE
LA FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS



.....
Ab. Víctor Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL DE LA
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	13
CAPITULO I.....	22
MARCO TEORICO.....	22
1.1 Revisión de la literatura.....	22
1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos	27
1.2.1 Emprendimiento Potencial	27
1.2.2 Desarrollo Personal	47
1.3 Fundamentos sociales, psicológicos y legales.....	62
1.3.1 Fundamentos sociales.....	62
1.3.2 Fundamentos psicológicos	63
1.3.3 Fundamentos legales.....	64
CAPITULO II	66
MATERIALES Y MÉTODOS	66
2.1 Tipos de investigación.....	66
2.2 Métodos de la investigación	68
2.3 Diseño de muestreo.	69
2.3.1 Población.....	69
2.3.2 Tipos de muestreo	70
2.3.3 Tamaño de la muestra	70
2.4 Diseño de recolección de datos	71
2.4.1 Técnicas de investigación	72
2.4.1.1 Entrevista.....	72
2.4.1.2 Encuesta.....	72
2.4.2 Instrumentos de la investigación.....	73
2.4.2.1 Guía de entrevista	73
2.4.2.2 Cuestionario de preguntas	73
CAPITULO III.....	74
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	74

3.1	Análisis de resultados de la entrevista.....	74
3.1.1	Análisis de resultados de la entrevista realizada a los jóvenes representantes estudiantiles.....	74
3.1.2	Análisis de resultados de la entrevista realizada a los docentes que imparten la cátedra de emprendimiento.....	79
3.2	Análisis de resultados de la encuesta.....	83
3.3	Limitaciones	102
3.4	Resultados	103
3.4.1	Entrevista.....	103
3.4.2	Encuesta	104
3.5	Propuesta	105
3.5.1	Presentación.	105
3.5.2	Misión, Visión y Valores	106
3.5.3	Objetivos de plan de capacitación.....	107
3.5.4	Estrategias	107
3.5.5	Alcance.....	107
3.5.6	Desarrollo.....	108
3.5.7	Presupuesto	110
3.5.8	Cronograma.....	110

Índice de Tablas

Tabla 1: Población	69
Tabla 2: Población para encuestas	70
Tabla 3: Fórmula de Muestreo	70
Tabla 4 : Edad de los encuestados	83
Tabla 5: Género de los encuestados	84
Tabla 6: Nivel de instrucción	85
Tabla 7: Carrera de los encuestados.....	86
Tabla 8: Facultad encuestada	87
Tabla 9: Ideales	88
Tabla 10: Motivación	89
Tabla 11: Liderazgo	90
Tabla 12: Mentoría.....	91
Tabla 13: Presupuesto	92
Tabla 14: Marketing.....	93
Tabla 15: Comunicación asertiva.....	94
Tabla 16: Trabajo en equipo	95
Tabla 17: Apertura al cambio	96
Tabla 18: Autorrealización.....	97
Tabla 19: Responsabilidad social.....	98
Tabla 20: Ética y valores.....	99
Tabla 21: Objetivos personales	100
Tabla 22: Considerar riesgos	101
Tabla 23 Contenido de Capacitaciones	108
Tabla 24 Contenido de Talleres	109
Tabla 25 Presupuesto Del Plan De Capacitación Motivacional.....	110
Tabla 26 Cronograma Del Plan De Capacitación Motivacional	110

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Fuente: Iniciación A La Actividad Emprendedora Y Empresarial Autor: Eugenia Caldas, Alicia Gregorio, Luisa Hidalgo Elaborado Por: Joseline Yoza.	27
Gráfico 2 Fuente: Iniciación A La Actividad Emprendedora Y Empresarial Autor: Javier Pelayo; Francisco Rodríguez Elaborado Por: Joseline Yoza T.....	30
Gráfico 3 Fuente: Gestión Financiera Autor: Joan Ortiz Elaborado Por: Joseline Y.	35
Gráfico 4 Fuente: Plan De Marketing Empresarial Autor: Laura Álvarez Elaborado Por: Joseline Yoza T.....	44
Gráfico 5 Fuente: Las 13 Claves Del Desarrollo Personal Integral Autor: Luis Velázquez Elaborado Por: Joseline Yoza T.....	47
Gráfico 6: Edad de los encuestados	83
Gráfico 7: Género de los encuestados.....	84
Gráfico 8: Nivel de instrucción.....	85
Gráfico 9: Carrera de los encuestados.....	86
Gráfico 10: Facultad encuestada	87
Gráfico 11: Ideales	88
Gráfico 12: Motivación.....	89
Gráfico 13: Liderazgo	90
Gráfico 14: Mentoría.....	91
Gráfico 15: Presupuesto	92
Gráfico 16: Marketing.....	93
Gráfico 17: Comunicación asertiva.....	94
Gráfico 18: Trabajo en equipo	95
Gráfico 19: Apertura al cambio	96
Gráfico 20: Autorrealización	97
Gráfico 21: Responsabilidad social.....	98
Gráfico 22: Ética y valores.....	99
Gráfico 23: Objetivos personales.....	100
Gráfico 24: Considerar riesgos	101

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento nace varios siglos atrás; se conocía como emprendedor a la persona que asumía riesgos de crear algo nuevo, siglos más tarde el emprendedor aumentó la necesidad de obtener otros beneficios a partir de sus creaciones, principal beneficio era el generar ingresos. Los jóvenes universitarios representan un gran rol dentro de la sociedad, debido a su formación académica tienen las capacidades necesarias y exigidas por el mundo para obtener una ventaja competitiva en el entorno, tomando muy en cuenta que los forjadores principales en sembrar una conciencia de emprendimiento en cada uno de los jóvenes son los profesores, ya que imparten y aportan sus conocimientos logrando una motivación y pongan en práctica las enseñanzas adquiridas en las distintas etapas de estudio.

En este trabajo se presenta una investigación que da a conocer el emprendimiento potencial de los jóvenes en las universidades, puesto que es un punto relevante en la actualidad crear universitarios emprendedores que pongan en práctica sus conocimientos y sean ejemplos de vida para la sociedad. (Lopez C. D., 2018)

Dentro de las universidades del Ecuador se han introducido las TIC'S beneficiando más a los jóvenes que estudian carreras de estrecha relación con las tecnologías, además de los módulos de emprendimiento que están adoptando de manera que sea una base para empezar a desarrollar una cultura de emprendimiento en las instituciones de educación superior beneficiando al desarrollo de las habilidades de los jóvenes brindando la oportunidad para que los mismos puedan crear sus propios ingresos económicos. (Espae, 2018)

En la Universidad Estatal Península de Santa Elena se habla de temas de emprendimiento y da la iniciativa para que los estudiantes ejecuten su propio proyecto, brindándoles el apoyo social para que puedan desarrollar de manera eficaz un proyecto que los ayude en su formación académica y personal, aunque existen carreras que muestran mayor interés por sobresalir con sus proyectos de creación como la carrera de Informática, también existe la carrera de Administración de Empresas donde se puede mencionar que solo un grupo de cada 10 logran llegar al éxito, cumpliendo sus objetivos de proyecto innovador sin mirar atrás y dejando el temor al fracaso.

Aunque se necesita implementar nuevas estrategias, en la actualidad se está tratando de que los estudiantes al momento de crear un proyecto de tesis de grado de emprendimiento, cumplan con poner en práctica lo que presentan, puesto que esto sería un gran beneficio para la institución, debido a que se siente la satisfacción de que se ha creado un profesional capaz de resolver conflictos en su entorno y crear soluciones rentables para el mismo.

La institución también hace aportes brindando conferencias, ponencias relacionadas con temas de emprendimiento, estas tienen un valor accesible para los que pertenecen a la institución, pero cabe recalcar que no todos los jóvenes cuentan con las posibilidades de acceder a las mismas; es por esa y otras razones sería factible que la universidad tenga nexos con instituciones públicas y puedan desarrollar este tipo de actividades dentro de la misma, beneficiando a la comunidad universitaria.

Planteamiento del problema

El emprendimiento en nuestro mundo se estanca por diferentes barreras, no solo educativas sino económicas que impiden desarrollar proyectos de emprendimiento, en primer lugar se encuentra la economía, debido a que las personas en general consideran que es de vital importancia tener un capital mínimo para lograr desarrollar un micro proyecto; aunque también tiene su ventaja el desafío económico, puesto que es uno de los factores principales en la mayoría de los países, debido a que gracias a esto, se empiezan a generar las ideas de emprendimiento debido a la necesidad de generar un ingreso propio, en segundo lugar está la educación, de acuerdo al nivel académico que una persona posea, el desarrollo de las ideas serán más efectivas con errores mínimos y por ende el éxito del mismo.

En nuestro país existen factores que conllevan a las personas a limitarse a desarrollar un emprendimiento; como por ejemplo, las políticas de gobierno que afectan más a los pequeños emprendedores, debido a un sin número de trámites y requisitos que se necesitan para poder empezar un emprendimiento. (Lasio, 2016)

Otro factor es la falta de dinero, existen personas que desean crear sus propios negocios sin embargo, con los ingresos que cuentan no les alcanza optando por seguir trabajando para el beneficio de otras empresas, en esta población también ingresan los jóvenes que no tienen trabajo contando solamente con el ingreso que les brindan sus padres y a muchos de ellos no les alcanza ni para sus gastos personales.

La Universidad Estatal Península de Santa Elena está estableciendo espacios para la innovación dando apertura a la investigación y emprendimiento, no obstante hay que resaltar que las estrategias utilizadas por los profesores para brindar sus conocimientos de emprendimiento hacia los estudiantes no son las más adecuadas, puesto que, no todos han realizado actividades de emprendimiento en su vida profesional, siendo esta una principal dificultad para direccionar a los estudiantes a una mejora continua en su desarrollo profesional.

Los estudiantes no se ven influenciados por sus docentes para desarrollar un emprendimiento, ya que no conocen si en su vida profesional han desarrollado alguno, otra dificultad para los jóvenes es que ellos deben buscar su propia financiación para poder emprender, pagar sus gastos personales y buscar la autoeducación, la misma que les permita sumergirse en el mundo del emprendimiento conllevando a desarrollar un proyecto rentable y eficaz; estos son los factores más frecuentes por los cuales los jóvenes no tienen la capacidad de liderazgo en emprendimiento y temen a fracasar en el intento.

En la institución no existe la motivación por parte de los docentes, los proyectos plasmados en tesis de grados no se llevan a cabo, los estudiantes solo realizan proyectos con la finalidad de cumplir con su malla curricular y obtener un título pero no lo ven desde la perspectiva que deberían sobresalir profesionalmente creando sus propios proyectos con los que se estarían formando nuevos mercados laborales para las personas que no tienen la posibilidad de tener una formación académica superior.

Formulación del Problema

¿De qué manera el emprendimiento potencial puede contribuir al desarrollo personal de los jóvenes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la Provincia de Santa Elena?

Sistematización

- ¿Cuál es la situación actual con respecto a la temática de emprendimiento y desarrollo personal en los jóvenes estudiantes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena?
- ¿Genera el emprendimiento innovador beneficios a los jóvenes estudiantes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena que lo ponen en práctica durante su vida universitaria?
- ¿De qué manera se promueve el emprendimiento potencial en los jóvenes universitarios de la UPSE para desarrollar sus habilidades emprendedoras e innovadoras?
- ¿Con qué herramienta se puede fomentar las destrezas para generar emprendimientos innovadores en los jóvenes estudiantes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena?

Objetivo General

Determinar los componentes del emprendimiento potencial en base a un análisis de la situación actual que sustente la implementación de un plan de transferencia de conocimientos que fomente el desarrollo personal en los jóvenes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual referente a la temática de emprendimiento y su aporte al desarrollo personal en los jóvenes estudiantes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Determinar los factores del emprendimiento potencial y los beneficios que generarán a los jóvenes universitarios la puesta en ejecución de un emprendimiento innovador.
- Identificar los tipos de actividades que se realizan en la institución para la promoción del emprendimiento potencial en los jóvenes universitarios de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Implementar un plan de transferencia de conocimientos motivacional que fomente la ejecución de emprendimientos innovadores en los jóvenes estudiantes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

JUSTIFICACIÓN

Dentro del trabajo de investigación se tomaron en cuenta la teorías y definiciones de distintos autores que han realizado proyectos de similitud con el tema planteado “EMPRENDIMIENTO POTENCIAL Y EL DESARROLLO PERSONAL EN LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA UPSE PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”; en base a sus investigaciones se pudo concretar los objetivos de estudio y el desarrollo del mismo, las investigaciones han sido de mucha ayuda logrando realizar las respectivas hipótesis y análisis que aporten al desarrollo eficaz de esta tesis, como resultado obtuvimos una problemática en cuanto al emprendimiento del cual muchos jóvenes no toman en cuenta que les genere beneficios propios.

Este trabajo se fundamentó bajo el tipo de investigación: exploratoria la cual nos permitió tener nexos cercanos con los grupos de interés para nuestra investigación, los principales fueron los jóvenes universitarios y nuestro segundo grupo fueron los docentes que imparten emprendimiento; la investigación se basa en un enfoque cualitativo y cuantitativo, utilizando métodos de investigación inductivo y deductivo.

La muestra que se obtuvo para realizar la respectiva recolección de datos fue tomada de la población de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, entre esta población el grupo de mayor interés estuvo considerado por los jóvenes de la misma institución, a los que se les tomo sus opiniones a través de los siguientes instrumentos de recolección de datos: encuestas y entrevistas.

Mediante la indagación de información en los jóvenes universitarios y el desarrollo de este trabajo físico se proyecta la implementación de un plan de capacitación motivacional y de conocimientos básicos para fomentar el emprendimiento en la UPSE, el mismo que tendrá una contribución de mejora continua en los procesos de emprendimiento que benefician no solo a los jóvenes universitarios en su vida profesional y personal, sino también a la institución por permitir que se desarrollen este tipo de proyectos para los jóvenes.

Las capacitaciones y talleres que se brindaran dentro de la institución tendrán un beneficio para los jóvenes para que ellos se mentalicen que deben crear proyectos para su beneficio y su desarrollo personal, obtener conocimientos no solo les permite mejorar cognitivamente, sino que también los pueden poner en práctica para la contribución de la sociedad cambiante diariamente.

La implementación de este plan de capacitación para los jóvenes será un éxito debido a que los mismos tendrán una mentalidad de creación y no de buscar un trabajo para sobresalir, ellos al final de sus ciclos educativos tendrán la opción y apertura de crear sus propios proyectos de emprendimiento, pudiendo generar sus ingresos económicos personales, y a su vez se genera la satisfacción de su desarrollo personal porque el formar jóvenes universitarios capaces de poner en práctica sus conocimientos son la base principal en la actualidad es por esto que las universidades de todo el país deben aplicar las estrategias adecuadas de innovación, capacitándose no solo los profesores sino también los estudiantes para obtener un trabajo de éxito.

Hipótesis

La implementación de emprendimiento potencial ayudará a impulsar el desarrollo personal de los jóvenes universitarios de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

El presente trabajo se desarrolla en tres capítulos que se detalla a continuación:

El capítulo I contiene la revisión de los antecedentes, entre ellos se encuentran las referencias de tesis y artículos relacionados con el tema de investigación, también podemos encontrar el desarrollo de teorías y conceptos con respecto a cada variable, las dimensiones con sus respectivos indicadores y los aspectos sociales, psicológicos y legales de la investigación.

En el capítulo II encontramos la metodología de la investigación en la que se establecen los distintos métodos, enfoques, tipos y diseños que se utilizó para la realización del trabajo, también se encuentra la muestra la cual fue tomada de la base de estudiantes que son estudiantes de la institución, los instrumentos y técnicas de recolección de datos que fueron aplicadas a la población de interés las más utilizadas fueron las encuestas y las entrevistas.

El capítulo III se conforma con los diversos resultados, análisis e interpretación de la información que hemos recabado, así mismo están los resultados de las entrevistas y encuestas realizadas a los jóvenes universitarios, la propuesta planteada y las conclusiones y recomendaciones de la investigación planteada en este trabajo de tesis.

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1.1 Revisión de la literatura.

La tesis: “Análisis del emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de administración de la Universidad Nacional del Altiplano” según su autora (Ccama, 2017) realizada en PUNA – PERÚ, cuyo objetivo general es: Analizar el emprendimiento universitario y la intención emprendedora en los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno – 2016.

La investigación se sustenta en un enfoque cuantitativo puesto que va realizar diferentes tipos de recolección de datos, tiene un alcance descriptivo y deductivo porque se toma en cuenta los resultados, los instrumentos de recolección de datos utilizados fueron la encuesta, análisis documental y fichaje.

Los resultados Referente al objetivo N° 1, se concluye que la Escuela Profesional de Administración lidera en cuestión de participación en los diferentes concursos siendo los estudiantes de administración los ganadores, sobresaliendo entre los demás proyectos presentados. Referente al objetivo específico N° 2, las dimensiones de intención emprendedora que predominan más en los estudiantes: la norma subjetiva con un 86, 71% que indica que la 92 opinión del entorno es importante para los estudiantes y el control conductual percibido con 78% indicando que ellos tienen control sobre ellos.

Según la tesis “Las competencias de los emprendedores egresados universitarios, su impacto en las aspiraciones de crecimiento y en el éxito de sus empresas.” Publicada en el portal de la UNIVERSITAT AUTÓNOMA DE BARCELONA del autor (Sanchez, 2017).

Su objetivo general es: Identificar las competencias de los emprendedores que son egresados universitarios y su influencia en la creación, crecimiento y exitosos desempeños en las empresas nuevas y de reciente creación.

La investigación es de diseño deductivo se apoya en tres teorías para justificar los diversos factores que se presentan en el entorno de la organización, realizando un estudio empírico para determinar y explicar las competencias de nuestros grupos de interés, se utilizó como instrumento de recolección de datos la encuestas vía online.

Como resultado de la investigación se evidencia que las competencias de los egresados se diferencian de los no emprendedores puesto que sus actitudes son positivas frente a la creación de empresas nuevas puesto que cuentan con habilidades de liderazgo emprendedor e innovación. Los resultados de esta investigación brindan mayor conocimiento en relación a las habilidades, aptitudes y destrezas de los emprendedores frente a la resolución de problemas que se encuentran en el entorno respondiendo de manera adecuada y satisfaciendo las necesidades de la sociedad. Para esto se utilizaron técnicas y métodos que nos ayudaron a relacionar las variables y encontrar la relación con respecto a los criterios emitidos por los encuestados.

En la tesis “El emprendimiento universitario sustentado en la responsabilidad social caso: Pontificia Universidad Católica del Ecuador” publicada en el repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador de la autora (Moreno, 2015). El objetivo de la tesis es: Identificar la formación de emprendimiento y responsabilidad social impartida en las carreras universitarias de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

La investigación es de tipo aplicada debido a que nos ayuda a encontrar posibles soluciones mediante las investigaciones realizadas, el método de investigación que se utilizó es el método inductivo-deductivo, este método pone énfasis en teorías y modelos, sin recoger datos empíricos, los instrumentos de recolección de datos utilizados fueron los siguientes: encuestas, libros, revisión de currículo.

Como resultado de esta investigación se pudo identificar que en la universidad no existe cátedra denominada emprendimiento, pero si existen ciertas relacionadas con la misma que sirven de complemento y ayudan a la formación de los jóvenes universitarios. El emprendimiento en la actualidad, ha ganado gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia laboral y estabilidad económica, la universidad debe ser un ente para formar jóvenes con capacidades de resolución de problemas para el beneficio de la sociedad que los rodea. Los estudiantes de la PUCE están de acuerdo en que los conocimientos recibidos aportan para desarrollar acciones de bienestar general con el entorno, que su modo de ser y hacer las cosas genera un aporte ético con el entorno y que su formación tiene una participación activa con el cuidado del medio ambiente.

En el artículo “Análisis emprendedor potencial: Integración de factores socio-demográficos, cognitivos y relacionales” publicado en la revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas de los autores (Ruiz, Fuentes, & Ruiz, 2014), el propósito de esta investigación es: Evaluar la influencia sobre la intención emprendedora individual de tres tipos de factores: socio-demográficos, cognitivos y relacionales.

Para probar nuestro modelo nos basamos en la base de datos del proyecto GEM para España correspondiente al año 2007.

Deducimos que todas las variables propuestas que conforman el Modelo 1 tienen una relación significativa con la probabilidad de que el individuo sea emprendedor potencial. Así, a medida que aumenta la edad disminuye esta probabilidad, así como también lo hace el hecho de que el individuo sea mujer, lo cual disminuye la probabilidad de tener intención de emprender en un futuro próximo en más de un tercio. Por su parte, la posesión de estudios superiores y el estar empleado o empleada incrementan también esta probabilidad.

En un segundo paso (Modelo 2), incluimos en el análisis de predicción las variables cognitivas, que resultan ser significativas en su totalidad. La confianza en las capacidades y habilidades propias en relación a la puesta en marcha de un nuevo negocio incrementa en más de 4 veces la probabilidad de que una persona posea intención de emprender. Asimismo, la percepción de oportunidades en el entorno y una percepción favorable del reconocimiento social de la figura del emprendedor tienen también un efecto positivo.

En el artículo “Análisis de las capacidades Emprendedoras Potenciales Y efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior” de los autores (Cabana, Cortes, Plaza, Castillo, & Alvarez, 2013) publicado en la revista Journal of Technology Management & Innovation, el propósito de esta investigación es: Determinar y analizar las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior.

Se utilizó el método de decisión multicriterio denominado “The Analytic Hierarchy Process” (AHP), desarrollado por Thomas Saaty, consiste en construir matrices a partir de la comparación por pares de elementos, utilizando elementos del algebra matricial para establecer los vectores prioridad asociado a cada factor y variable.

Los resultados arrojaron que el índice de capacidad emprendedora potencial (ICEP) promedio es del 74% que representa un nivel de capacidad emprendedora potencial avanzada, lo que implica que el proceso de formación, los recursos de enseñanza y aprendizaje, y la cultura organizacional pro-emprendimiento del CES ha provocado una evolución normal de la capacidad emprendedora del alumno. Complementariamente el porcentaje de alumnos de la muestra con capacidad emprendedora efectiva promedio es de un 16%, compuesto por un 13% de género femenino y un 19% masculino, Lo anterior refleja la brecha en el desarrollo de capacidades emprendedoras en alumnos de pregrado. Lo anterior refleja la brecha en el desarrollo de capacidades emprendedoras en alumnos de pregrado (Brecha DCE), por área del conocimiento y por tipo de CES.

1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos

1.2.1 Emprendimiento Potencial

Emprendimiento significa ser capaz de desarrollar el potencial del aprendizaje y la creatividad junto con la capacidad de alcanzar una velocidad mayor que el ritmo de los cambios del mercado. Es una capacidad que envuelve la innovación, inversión, expansión de nuevos mercados, utilizando técnicas, productos y servicios prometedores y diferenciales en el mercado, que aprovechan las oportunidades y que presenten las características de innovar, planear, arriesgar, endeudar, ser perseverante, creer en la idea y transformarla en realidad. (Cano, 2016)

El espíritu emprendedor está ligado a la iniciativa y a la acción, las personas dotadas de espíritu emprendedor tienen capacidad innovadora y la voluntad de probar cosas nuevas o hacerlas de manera diferente. (Caldas, Gregorio, & Hidalgo, Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial 4º ESO (LOMCE), 2016)

Cualidades de un emprendedor:

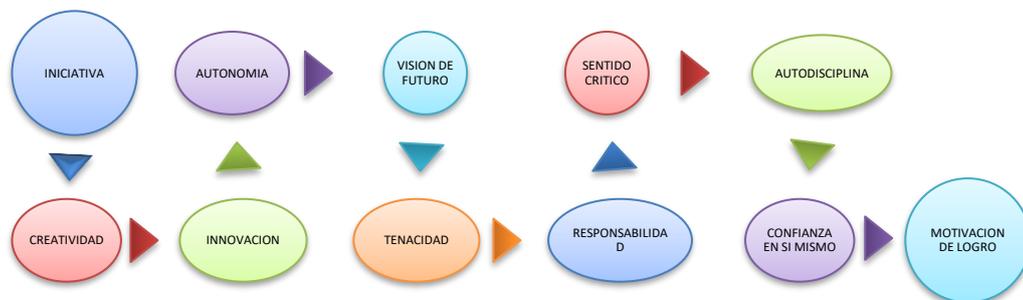


Grafico 1 Fuente: Iniciación A La Actividad Emprendedora Y Empresarial Autor: Eugenia Caldas, Alicia Gregorio, Luisa Hidalgo Elaborado Por: Joseline Yoza.

El emprendimiento potencial en si es desarrollar las actitudes de liderazgo que una persona tiene mostrando las diferentes técnicas aprendidas durante su formación académica, un emprendedor no necesita tener un título mayor en sus estudios puesto que existen personas que sin tener educación tienen ideas innovadoras de éxito que les ayuda a crear sus propios negocios como son distintos casos de personas que han logrado obtener grandes negocios sin tener estudios.

1.2.1.1 Creatividad

La creatividad supone una de las cualidades más importantes de la persona emprendedora, y tiene que echar mano de ella de forma habitual. La creatividad se relaciona directamente con la iniciativa emprendedora puesto que la característica principal del emprendedor es esa porque son capaces de generar respuestas ante la situación que se encuentran, plantean soluciones y resuelven nuevos retos. (Pelayo & Rodriguez, 2015)

Es importante que el nuevo emprendedor entienda que la creatividad es una habilidad que puede ser aprendida y depende del esfuerzo que el individuo hace al pensar sobre los problemas y en intentar proponer soluciones para los mismos, una persona que tiene el hábito de pensar en soluciones será más creativo a medida que aumenta su conocimiento y experiencia sobre un determinado asunto.

La creatividad muchas veces, se inhibe por esos bloqueos, de esa forma el bloqueo se puede observar en las expresiones: “la respuesta correcta”; “eso no tiene lógica”; “siga las normas”; “sea práctico”; “no me gusta fallar”; “jugar es falta de seriedad”; “esta no es de mi área”; “yo no soy creativo”. (Cano, 2016)

Existen personas con capacidades creativas elevadas, esto se debe al potencial desarrollo de sus habilidades es una personalidad que todo ser humano tiene, pero no desarrolla en su totalidad, la creatividad en el emprendimiento es de vital importancia puesto que hace que nuestro proyecto sea más visible y rentable frente a los demás.

1.2.1.1.1 Ideales

Un ideal, por ejemplo, debe ser algo concebido intelectualmente, alguna cosa que tenemos conciencia de que esa delante de nosotros, y debe llevar consigo aquella suerte de expresión, lucidez, de elevación que acompaña a los hechos intelectuales más altos. Secundariamente, un ideal debe tener novedad, al menos para aquel que lo profesa. (William, 2016)

Las palabras “tranquilidad” y “seguridad” se han convertido en ideales en este mundo de futuros impactos, sumergiendo casi por completo el deseo de madurar y de seguir luchando hasta encontrar autorrealización. No obstante, tiene que madurar, debe estar dispuesto a arriesgarse, a aprovechar el cien por ciento de su potencial, los que saben de esto, científicos que ha estudiado el desempeño de hombres y mujeres aseguran que jamás usamos ese potencial. (Rojas, 2014)

Los ideales de vida son como los propósitos que tenemos para buscar una mejora en nuestro ser que nos ayuda a ser cada día más perfeccionistas porque queremos llegar a obtener éxito en algo que nos hemos planteado, pero para poder lograr esto debemos también tener una mentalidad firme que nos impulse cada día para delante teniendo en cuenta en nuestra mente a lo que queremos llegar.

1.2.1.1.2 Motivación

Todos tenemos siete tipos de motivaciones (conocimiento, seguridad, poder, servicio, reconocimiento, reto, afecto), pero en cada persona prevalecen unas sobre otras y una particularmente. El término motivación está relacionado con los términos de voluntad e interés. Maslow consideraba que la motivación del ser humano está basada en necesidades que están organizadas de forma piramidal de la siguiente manera:



Gráfico 2 Fuente: Iniciación A La Actividad Emprendedora Y Empresarial Autor: Javier Pelayo; Francisco Rodríguez. Elaborado Por: Joseline Yoza T.

Al proponerse de forma jerárquica las necesidades humanas, solo se atienden necesidades superiores cuando se han satisfecho las necesidades inferiores, es decir, todos aspiramos a satisfacer necesidades superiores. (Pelayo & Rodríguez, 2015)

En 1968, David McClelland desarrollo una teoría de la motivación humana basada en tres sencillas necesidades que todo el mundo desea satisfacer con mayor o menor intensidad:

- **Necesidad de logro:** se refiere al esfuerzo por destacar y alcanzar el éxito y el deseo de hacer las cosas bien.
- **Necesidad de afiliación:** aspiración de relacionarse con otros.
- **Necesidad de poder:** hace referencia al deseo de influir en los demás.

Según esta teoría, la motivación de logro no es igual en todas las personas, de modo que lo interesante es identificar qué necesidad destaca en cada individuo.

Esto le llevo a desarrollar métodos para medirlas. El predominio de una u otra necesidad hace que las personas tengan diferentes expectativas laborales, razón por la que esta teoría se aplica a la selección y promoción de los individuos de la empresa. (Caldas, Murias, & Gregorio, Iniciacion a la actividad emprendedora y empresarial 3º ESO (LOMCE), 2015)

La motivación en un emprendedor es primordial debido a que ayuda a definir objetivos y establecerse metas cumpliéndolas en un tiempo determinado. Las personas tenemos la motivación de cada día ser mejores, pero pensamos que las motivaciones vienen por parte de otras personas o que deben ser cosas materiales o queremos obtener beneficios a partir de lo que hacemos, pero eso no debería ser así, porque siempre debemos ser capaces de plantearnos que nuestro motivador principal es mi yo interno.

1.2.1.1.3 Liderazgo

El liderazgo es la capacidad de provocar un rendimiento extraordinario en gente normal y corriente. El liderazgo es la capacidad de conseguir seguidores. Existen dos tipos de liderazgo:

Líder transaccional: es la persona que hace que las cosas se hagan con y a través de los demás.

Líder transformacional: es aquel que abre caminos; líder visionario; el que motiva, levanta, inspira y empodera a la gente para que responda en niveles que van más allá de cualquier cosa que hayan hecho antes. Es necesario el liderazgo en las instituciones porque en la actualidad las personas que trabajan necesitan formar parte de la participación de la toma de decisiones. (Tracy, 2015)

Siete pasos para convertirse en líder

1. DESEO.
2. DECISION.
3. DETERMINACION.
4. DISCIPLINA.
5. MODELO A SEGUIR.
6. ESTUDIA.
7. PRACTICA, PRACTICA, PRACTICA.

El liderazgo es un fenómeno que se desarrolla dentro de grupos al ser un hecho social, y que se observa como un conjunto de comportamientos que definen el rol desarrollado por una persona o entidad.. (Cosme, 2018)

Debemos recordar que nadie nace siendo líder, sino que es un autoeducación que uno mismo debe aprender de acuerdo con las experiencias vividas y que a partir de las mismas tratamos de introducirnos en el mundo cambiante para resolver problemas ya sea para beneficio propio o de una organización. El liderazgo es una forma de actuar ante los demás siendo pasivo y tomando decisiones de excelencia, popularizando a quien realiza bien su trabajo y buscar soluciones a quien no lo hace bien.

1.2.1.2 Inversión

Para poder invertir debemos tener pendiente diferentes puntos importantes como, por ejemplo: el tiempo, aumento de valor, la rentabilidad, las tasas, el capital que son factores que nos ayudan a tomar decisiones de inversión más precisas para que la misma tenga éxito y nos ayude a obtener beneficios rentables. (Dugan, 2013)

Un proyecto de inversión es un plan que busca solucionar una necesidad en la sociedad, el cual tiene asignado un monto e insumos que permitan realizar las actividades necesarias para cumplir los objetivos. (Pacheco & Perez, 2018)

Una inversión es una idea que nace a partir de una necesidad que tiene el ser humano por medio del cual requiere generar beneficios mutuos.

Para obtener una inversión que sea rentable se debe seguir diferentes pasos que nos permitan establecer las cantidades necesarias de lo que voy a utilizar en cantidades exactas y así obtener lo necesario que ayude para satisfacer las necesidades del mercado al que me voy a enfrentar sin invertir más de la cuenta y que al final me represente pérdidas.

1.2.1.2.1 Presupuestos

Un presupuesto es un resumen ordenado y sistemático de un programa de actividades empresariales elaborado en periodos regulares. En el usted debe tomar en cuenta todas las previsiones de ingresos que se cree generara la empresa, para cubrir los gastos y para retribuir la inversión que han aportado los propietarios.

Al elaborar el presupuesto, la empresa mira su futuro, procura predecirlo, plasma su visión en blanco y negro para que sirva de guía, de panel de control, para todos y cada uno de sus colaboradores. Debe ser un compromiso total, un desafío, un reto para todos los departamentos, secciones, unidades y personas involucradas en su elaboración y ejecución. (Leiva, 2017)

Es una herramienta elaborada mediante un orden técnico y sistemático, que ayuda a la toma de decisiones y a coordinar y controlar las operaciones futuras, anticipando todos los eventos posibles, para cuantificar los resultados de la empresa en un periodo determinado. Los presupuestos están orientados hacia el futuro y no hacia el pasado, con la finalidad de tener una función preventiva (oportunidades y riesgos futuros) y correctiva (desviaciones producidas entre los pronósticos y la realidad). (Ortiz J. , 2016)

Técnicas presupuestarias:

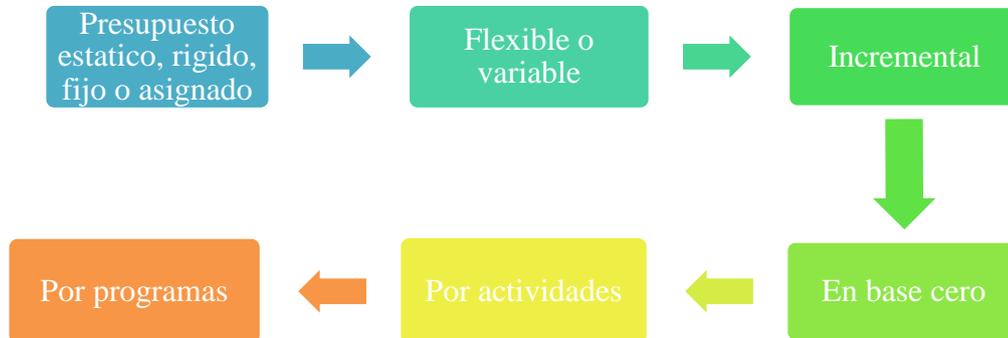


Gráfico 3 Fuente: Gestión Financiera Autor: Joan Ortiz Elaborado Por: Joseline Y.

Según la técnica de valoración:

- ✓ **Estimado:** se elaboran sobre bases empíricas, gracias a experiencias del pasado, por lo que existe una probabilidad más o menos razonable de que suceda lo que planificó.
- ✓ **Estándar:** se elaboran sobre bases científicas obtenidas de estudios estadísticos, por lo que reducen el porcentaje de error, y representan los resultados que se deben obtener.

Los presupuestos son de vital importancia para crear un proyecto dentro o fuera de una organización puesto que nos ayuda a establecer parámetros para realizar una inversión que sea adecuada y moderada que lleve a cumplir los objetivos planteados de manera responsable, tomando en cuenta que se debe llevar un control por cada actividad que se esté coordinando o también se puede establecer un presupuesto mensual para de esta manera tener conocimientos más detallados de los gastos y costos de inversión que se desee llevar a cabo en nuestro proyecto.

1.2.1.2.2 Mentoría

La relación entre el mentor y el aprendiz o discípulo se conoce como Mentoría. A través de este vínculo, el mentor comparte su experiencia y conocimientos con la otra persona para que esta pueda desarrollarse con éxito a nivel profesional, personal, etc. En la Mentoría se acompaña desde la experiencia previa del mentor, el cual guía su camino al aprendiz. El coaching trata de extraer lo mejor del coachee y de acompañarle también en su camino, brindando la ayuda necesaria para que comprenda mejor lo que va a realizar, pero sin intervenir sobre qué camino debe adoptar. (De Polanco, 2018)

Es un proceso mediante el cual una persona de gran prestigio, con experiencia y empatía, guía a otro individuo, en el desarrollo y reexamen de sus propias ideas, en el aprendizaje y el desarrollo personal y profesional. El mentor es una persona que deja de lado sus ocupaciones para ofrecer todo su tiempo y atención a su protegido. Un mentor efectivo debe ser animador de su protegido, respeta las metas y la visión del mismo, lo apoya, motiva e inspira. (Quintero, 2016)

El término mentor se lo conoce como la persona capacitada para brindar sus conocimientos en ayuda para una persona que requiere empezar algún emprendimiento o actividad, este mentor nos ayuda sin opción a ponernos límites porque su fin es que pongamos en práctica nuestras habilidades que tenemos guardadas, a más de ser una persona confiable nos impulsará a hacer algo que queramos y que no nos atrevemos a hacer por esta razón debemos de elegir bien cuando queramos ayuda de alguien elegir un mentor de manera correcta.

1.2.1.2.3 Rentabilidad

Los negocios rentables son aquellos que generan cantidades mayores de ingresos que de gastos, logran utilidades más altas. Nos referimos a la medida de éxito económico de una empresa mercantil. Para empezar un negocio se debe conocer el mercado al que me voy a enfrentar, cuáles son sus necesidades y cómo se comportan a la hora de consumir los productos, teniendo muy en cuenta también nuestras habilidades para poderlas aprovechar en los distintos ámbitos. La rentabilidad de un negocio al principio es baja y para que suba se debe tomar en cuenta los gustos de los clientes y aplicar estrategias de marketing. (Arcia, 2018)

El concepto de rentabilidad hace referencia al resultado que se obtiene tras realizar una inversión inicial. Nos permite comparar los retornos de una inversión a un mismo plazo de tiempo, pero siempre es recomendable que cualquier inversión tenga en cuenta los riesgos potenciales de la operación, para de esta manera poder exigir la rentabilidad adecuada. Al definir el término rentabilidad hemos hablado de la capacidad de generar beneficios que tiene la empresa, pero también del uso eficiente de estos. (De Gea, 2019)

La rentabilidad es un término importante que se debe tener en cuenta al realizar un emprendimiento puesto que esto nos ayuda a verificar si estamos obteniendo beneficios en nuestro proyecto o debemos optar por buscar estrategias diferentes que si nos generen beneficios puesto que si no existe una rentabilidad el proyecto no debería crearse porque nos generaría problemas al momento de obtener nuestros beneficios propios.

1.2.1.3 Nuevos Mercados

Como crear un nuevo mercado:

- ✓ Aprovecha la escasez: se debe empezar por ver la necesidad del mercado y apostar por las mismas así sea enfocado a un segmento pequeño, solo hay que arriesgar con un producto o servicio de exclusividad que permita tener éxito hacia el mercado que hemos elegido, si nuestro mercado crece debemos implementar técnicas que nos ayuden a satisfacer las nuevas necesidades.
- ✓ Reconoce cuando cambiar: si empezamos haciendo un buen trabajo con un grupo pequeño debemos también tener la mentalidad de crecimiento, buscando más a fondo las necesidades mayores, tratando de buscar soluciones a las mismas esto nos ayudara a crecer en nuestro negocio.
(Wallace, 2018)

Un mercado es un grupo de compradores y vendedores de bienes o servicios que tienen dinero y voluntad para gastar. Un innovador debe crear una categoría suponiendo cambios en los hábitos de los usuarios. Una categoría de un producto o servicio está constituida por un grupo de usuarios que comparten una necesidad y un producto o servicio que satisface una necesidad. (Mir Juliá, 2017)

Un mercado es aquel que está conformado por un grupo de personas con varias necesidades. Para crear un nuevo mercado se debe tener en cuenta las necesidades del entorno en el que me encuentro y la capacidad de satisfacción que tengo para cumplir con las mismas.

1.2.1.3.1 Stakeholders

Los Stakeholders actúan como cuidadores de los recursos que la firma/marca/emprendimiento necesita. Los clientes son los que deciden si dan o no su dinero a la compañía, las comunidades deciden si un negocio puede ocupar alguna de sus áreas o trabajar con ella, los empleados deciden si dan ideas innovadoras. Por eso, la calidad de las relaciones que posee la marca con sus Stakeholders puede ser tomada como un indicador de la capacidad que tiene la compañía. (Gardetti, 2017)

Un principal error que se comete es cuando no se realiza un correcto análisis de los Stakeholders. ¿Cómo debe un Stakeholders involucrarse en el proyecto?

- ✓ Otorgando un empoderamiento total al usuario clave para la definición de los nuevos procesos, y respetando dichas decisiones.
- ✓ Participando en las reuniones ejecutivas o directivas a las que sea invitado.
- ✓ Facilitando todos los recursos necesarios para los nuevos procesos.
- ✓ Estar abiertos a los cambios y convertirse en promotor de los mismos.
- ✓ Ser un facilitador y no un obstaculizador del proyecto. (Ojeda, 2013)

Los Stakeholders son las personas que brindan su apoyo en la toma de decisiones de un proyecto para que el mismo tenga más fiabilidad, los interesados no solo pueden ser los gerentes sino también los trabajadores, los proveedores, las organizaciones y todo aquel que se encuentre vinculado dentro del proyecto, estos mismos involucrados buscan obtener beneficios para ellos mismos a través de las actividades que ellos realizan, pero a su vez pueden obtener resultados negativos.

1.2.1.3.2 Investigación de campo

Es la investigación realizada sobre el terreno y que se desarrolla observando el grupo o fenómeno estudiado en su ambiente natural, lo que permite una generalización de resultados a situaciones afines que tienen más credibilidad y también un fácil acceso a la misma permitiendo el desarrollo eficaz y eficiente en una investigación de interés que se esté realizando. (Del rio, 2013)

Técnicas de investigación de campo

Observación: es considerar con atención o analizar algo, la observación científica se realiza no solo con la vista, también con los otros sentidos que ayudan a detectar los conocimientos. La información se la puede recabar por medio de libretas de notas, en cuadros, en mapas, dispositivos mecánicos. (Baena, 2014)

Interrogación: habla de percepciones, planes, creencias, opiniones, motivaciones, sentimientos, ideas, estados anímicos. Se interroga cuando la observación es vaga e insuficiente.

La entrevista: se define como una conversación en la que se crea el propósito de obtener información con un proceso de pregunta-respuesta, hasta llegar a la obtención de lo que queremos.

Cuestionario / encuesta: existen diversos tipos de cuestionarios: cuestionario por correo, administrado por el entrevistado, administrado por el entrevistador. Todo cuestionario debe llevar lo siguiente: datos de identificación, introducción del entrevistador y presentación de los objetivos del estudio.

La investigación de campo a partir de sus técnicas de recolección de datos nos ayuda a obtener información más verídica en el lugar que se están dando los hechos puesto que es de tipo exploratorio y se pueden tomar muestras de lo que se necesite contando con la participación de los investigadores en las cuales también se pueden llevar a cabo entrevistas entre los mismos para que la información sea más extensa y fiable.

1.2.1.3.3 Análisis de mercado

La investigación de mercado es el conjunto de técnicas orientadas a obtener la información necesaria para tomar decisiones en cuanto a la problemática y oportunidades de marketing con el menor tiempo posible. La investigación de mercados es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas. La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar estos temas, diseña la técnica para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones. (Loureiro, 2015)

Es mucha la información que sacamos en un estudio de mercado y toda ella nos sirve para generar nuestro plan de negocio. Podemos descubrir que nuestra idea está bien encaminada o que necesitamos reajustarla y adaptarla a la demanda. Nos ayuda a redireccionar un proyecto, desarrollar un nuevo plan de negocio más adaptado tras el comienzo y según la experiencia desarrollada, lanzar nuevos productos y servicios o expandirse en un nuevo mercado. (Lopez G. , 2016)

Un estudio de mercado por lo general nos ayuda mucho cuando estamos creando un proyecto puesto que por medio de este estudio se puede verificar si el mercado al que me esto enfocando será viable o no, si estoy hablando de un emprendimiento un análisis de mercado también me resulta favorable para conocer sobre las características principales de mi mercado meta para así de esta manera determinar con más seguridad las estrategias que debo poner en práctica.

1.2.1.4 Técnicas

La técnica en épocas anteriores se creía que estaba ligada a satisfacer las necesidades humanas puesto que se relacionaba con el bienestar de la vida humana. Pero en si el autor de este libro opina que la técnica es utilizada por el ser humano para transformar el mundo para que cumplan con la satisfacción del mismo buscando una mejora continua en el bienestar social. Conjunto de procedimientos o recursos que se usan en un arte, en una ciencia o en una actividad determinada, en especial cuando se adquieren por medio de su práctica y requieren habilidad. (Feliu & Ortega y Gasset, 2013).

La técnica es un arte o una ciencia según el vocablo de raíz griega téchne. Tiene el propósito de describir reglas o normas con una finalidad específica. Requiere del uso de herramientas y conocimientos variados ya sean estos físicos o intelectuales. No solo los seres humanos somos capaces de emplear técnicas en diversos entornos de nuestra vida, sino también los animales utilizan sus propias técnicas de sobrevivencia con respecto a sus necesidades. También se conoce como técnica la destreza o habilidad particular de una persona. (Montañez, 2016)

Las técnicas como tal son un conjunto de procedimientos que se siguen para llegar a un objetivo establecido con la finalidad de obtener resultados positivos, no solo son utilizadas en el ámbito profesional sino también en la vida personal, puesto que siempre se nos están presentando situaciones de diversas calamidades, las cuales debemos resolver y de esta manera se emplean ciertas técnicas de ayuda que nos permiten resolverlas percibiendo beneficios no solo propios sino para la organización.

1.2.1.4.1 Marketing

Dentro del plan de marketing de una empresa existen dos partes muy importantes:

Marketing estratégico: es la etapa de la reflexión y el análisis por parte de la empresa. Esta etapa se considera a medio y largo plazo; se trata de una etapa de orientación a largo plazo donde la empresa formula objetivos y estrategias de cara al mercado para aumentar su ventaja competitiva.

Marketing operativo: pasa todas las ideas a la práctica llevando a cabo el uso de las políticas de marketing o marketing mix para alcanzar todos los objetivos propuestos. Trata de buscar mercados a corto y medio plazo y se concreta en decisiones relativas al producto, su precio, su distribución y comunicación. Es una acción concreta orientada al producto.

Marketing mix: es el conjunto de herramientas con las que se establece el posicionamiento del producto o servicio en el mercado y que ayuda a conseguir los objetivos fijados tanto a corto como a largo plazo. (Alvarez, 2016)

Elementos que integran el marketing mix e interrelación con ellos:

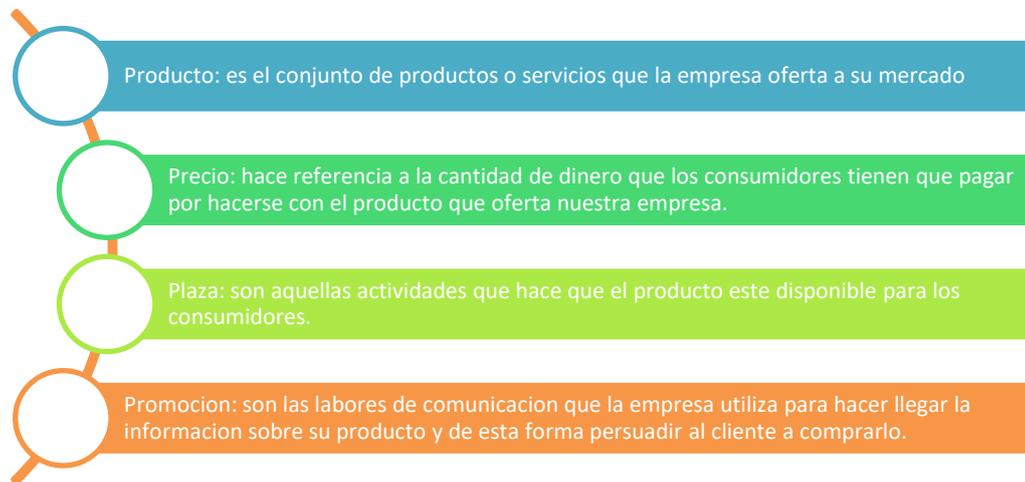


Grafico 4 Fuente: Plan De Marketing Empresarial Autor: Laura Álvarez Elaborado Por: Joseline Yoza T.

El marketing es un conjunto de acciones empresariales encaminadas a facilitar la transición de los productos y servicios de la empresa al consumidor y usuario. El marketing está relacionado con los medios de venta, la publicidad, y las promociones, con métodos de análisis y de previsión de las necesidades y de la demanda, y en otras ocasiones, con la sociedad de consumo. (Escudero, 2014)

El marketing es una estrategia muy utilizada para dar a conocer un producto o servicio a través de la publicidad para introducir una marca en la mente de los consumidores aplicando las estrategias respectivas que establezcan nexos de fidelidad. El marketing mix también nos ayuda al momento de comercializar puesto que establece relación con puntos importantes que debemos tomar en cuenta como son el lugar en el que quiero establecer mi negocio, el precio al que voy a ofrecer mi producto o servicio, las promociones que voy a lanzar y el producto que voy a ofrecer a mi nicho de mercado.

1.2.1.4.2 Neuromarketing

Entendido como la aplicación de los estudios realizados al sistema nervioso, conocido como neurociencias, a la disciplina del marketing. El Neuromarketing en la actualidad nos permite conocer las respuestas químicas de las personas en su rol de consumidores, desde hace muchos años las personas han actuado recelosamente con respecto a sus verdaderos deseos, ya que las herramientas de investigación de mercado muchas veces invadían el espacio vital. (Díaz, 2014)

El Neuromarketing es hoy una realidad que se encuentra en constante cambio y crecimiento. Concebir las inmensidades de los sentimientos humanos en una sola ciencia es imposible e inalcanzable. Para que el Neuromarketing funcione, esto no debe ser engañoso. Digamos que estamos en el proceso de ejercer un Neuromarketing ético, recordando que los principios de humanización que plantea la economía emocional se deben reflejar en nuestras campañas de mercadeo. La economía emocional es la madre del Neuromarketing ya que este mismo está presente en la manera como ofrecemos y consumimos los productos y servicios. (Cisneros, 2013)

El Neuromarketing es una estrategia que se está utilizando mucho en la actualidad debido a que nos ayuda a conocer más a fondo los gustos de los clientes a los que queremos satisfacer puesto que ellos son quienes tienen la razón al momento de realizar sus compras ellos son los que deciden y desean elegir de forma natural sin necesidad de que alguien le esté dando alguna característica sobre el producto o servicio que desea comprar.

1.2.1.4.3 Crm (customer relationship management).

CRM y su importancia en los procesos de toma de decisiones: este busca obtener la información de clientes con el fin de aumentar la rentabilidad y aplicación de nuevas estrategias para lograr una mayor competitividad. El CRM con la ayuda de un sistema informático puede llegar a tener información relevante sobre un cliente con respecto al interés de un producto, detalles como la importancia del porque compra ese producto, datos personales, entre otros que son vitales para la organización, pero si existe información y los empleados no saben cómo usarla, este sistema fracasara. Por este motivo es necesario que el CRM este adecuado, actualizado con metas, objetivos y realizar investigaciones de mercado, aplicar técnicas de marketing adecuadas, con personal capacitado que sepa cómo interpretar la información recabada que permitan tomar decisiones beneficiosas para la organización. (Valle, 2015)

Uno de los objetivos principales del CRM es la retención de clientes y lograr el mayor volumen de negocios. Una cartera de clientes por lo general está abierta al ingreso de nuevos clientes. Un gerente de CRM debe clasificar a los clientes que tiene en su cartera dependiendo de la variable a considerar. (Viciano, 2014)

Ventaja de la implementación del CRM.

- ✓ Mejora la relación con los clientes
- ✓ Mejora las ventas y la rentabilidad del negocio.
- ✓ Reduce gastos en promoción.

El CRM en la actualidad nos ayuda mucho a que la empresa sea más rentable puesto que con las estrategias que utilizamos a partir del mismo conocemos más detalles sobre el cliente que estamos dispuestos atender y adaptar los productos a sus necesidades, pero para que el sistema funcione de manera correcta debe estar actualizado para utilizar los datos de manera adecuada.

1.2.2 Desarrollo Personal

El desarrollo personal es el conjunto de habilidades propias del ser humano que lo llevan a tener una vida plena. Cuando hablamos de desarrollo personal, nos referimos a un estado superior hacia el cual toda persona debería dirigirse, personas mentalmente que quieren dar más de sí, obtener más, agregar valor a sus vidas. (Velazquez, 2018)

Claves de desarrollo personal



Grafico 5 Fuente: Las 13 Claves Del Desarrollo Personal Integral Autor: Luis Velázquez Elaborado Por: Joseline Yoza T.

El crecimiento interior y la evolución personal surgen de la propia motivación interna cuando por iniciativa propia tomas una decisión en torno a un objetivo que quieres lograr. El plan de desarrollo personal es la hoja de ruta con la que se visualiza el proceso que te conduce desde tu situación actual hasta el estado deseado.

Cómo hacer un plan de desarrollo personal: 5 consejos básicos:

- ✓ Identifica cuál es la meta y el propósito de este plan.
- ✓ Describe los pasos del plan de acción.
- ✓ Haz un inventario de los recursos que vas a utilizar.
- ✓ Establece objetivos a corto plazo que estén alineados con tu meta.
- ✓ Crea una red de apoyo. (Nicuesa, 2018)

Para obtener un desarrollo personal debemos seguir pasos que nos ayuden a establecer objetivos para cumplirlos ya sea a corto o largo plazo. El desarrollo personal lo impulsamos nosotros mismos a partir de nuestras aptitudes y de la capacidad que tengamos para cumplir nuestros objetivos planteados.

1.2.2.1 Comunicación

La comunicación es una oportunidad para las empresas, es una actividad que produce acciones determinadas por su valor no solo cosmético, es decir meramente táctico, operativo, de apariencia, sino por su valor potencialmente estratégico. Tales actos, que nos ponen en contacto con los demás seres humanos, son dignos de tener presentes y comprenderlos. (Guameros, 2014)

Las organizaciones deben priorizar un sistema de comunicación e información, que dinamice los procesos de interacción que permitan proyectar la empresa hacia el futuro. La comunicación debe ser una labor integrada en la política de la empresa que requiere una metodología, una organización y una estrategia.

Cuando se habla de comunicación dentro de la organización es también muy importante señalar cuales son los principales objetivos que se pretenden alcanzar con dicha comunicación. (Fernandez F. , 2016)

La comunicación en el ser humano es muy importante ya que expresamos por medio de diferentes canales nuestras necesidades, deseos, sentimientos, día a día necesitamos comunicarnos con cualquier clase de información, pero la misma debe ser correcta. La comunicación en las organizaciones debe ser un pilar fundamental debido a que toda la organización debe conocer lo que se quiere realizar para que sea un trabajo efectivo, de manera contraria cuando no se tiene una comunicación con los miembros de la organización se presentan inconvenientes y las metas trazadas cumplen su tiempo límite de cumplimiento por no saber utilizar la comunicación.

1.2.2.1.1 Comunicación asertiva

Es una respuesta oportuna y directa, que respeta la posición propia y la de los demás, es honesta y mesurada sin agresividad con los demás. Esta comunicación se trata de comprender a los demás en el proceso de la comunicación sin anteponer alguna restricción o ideas que tengamos. Significa expresar aquello que uno necesita o desea, siente y piensa respetuosamente.

Características de la persona asertiva:

- ✓ Se siente en libertad de expresar lo que siente, quiere y piensa.
- ✓ Mantiene una comunicación abierta, franca, directa y adecuada.
- ✓ Tiene una orientación activa en la vida.
- ✓ Es coherente consigo misma.
- ✓ Se autocontrola.
- ✓ Reconoce los propios derechos y respeta los de los demás y los defiende.
- ✓ No tiene una conducta manipuladora.
- ✓ Sabe decir NO cuando es necesario. Marca límites. (Conangla, 2014)

La asertividad es una estrategia comunicacional que defiende los derechos propios sin perjudicar los ajenos. Es un modelo de conducta que nos permite expresarnos de frente sin rodeos sin intención de herir a los demás, dominando siempre nuestra forma de ser. La comunicación asertiva es una habilidad social de gran valor, que está asociada a la inteligencia emocional y a la capacidad para comunicarse de manera armoniosa y eficaz con los demás, en este tipo de comunicación no es necesario recurrir a la agresividad para comunicar las ideas. (Lopez L. , 2015).

La comunicación asertiva: ser asertivo significa expresar aquello que uno necesita o desea, siente y piensa de forma respetuosa. La comunicación asertiva es respetar cuando otra persona se comunica con nosotros, teniendo en cuenta nuestras expresiones, en el momento adecuado para no causar mal entendidos con nadie, a más de expresarnos de manera honesta siendo persuasivos a la hora de transmitir nuestro mensaje.

1.2.2.1.2 Trabajo en equipo

El trabajo en equipo se refiere a un conjunto de personas que comparten objetivos, metas y responsabilidades que realizan las actividades de forma coordinada. El trabajo en equipo tiene las siguientes ventajas:

- ✓ Una respuesta rápida
- ✓ Ofrece calidad en sus procesos
- ✓ Se puede evidenciar un error de manera más rápida y se la puede corregir
- ✓ Si un miembro del equipo no aporta de manera eficaz se puede complementar con el trabajo de otro miembro del equipo. (Fernandez F. , 2016)

El trabajo de equipo consiste en que una persona tenga la capacidad de trabajar en conjunto con un grupo de compañeros, trabajando por un objetivo en común para obtener beneficios por igual, este equipo está conformado por distintas personas con habilidades distintas que requieren de una coordinación y una dirección que ordene los trabajos para alcanzar los objetivos. Mientras en un equipo exista un liderazgo mayor será el éxito de conseguir los objetivos. (Fernandez M. , 2015)

El trabajo en equipo requiere de mucho esfuerzo puesto que muchas veces no conocemos con que personas vamos a trabajar para esto hay que poner en práctica ciertas claves como es la confianza para a partir de esta conocerse cada miembro del equipo y poder establecer objetivos comunes, saber qué es lo que se necesita para complementar las actividades a realizar y lograr un trabajo efectivo para obtener el objetivo final.

1.2.2.1.3 Apertura al cambio

Las reacciones ante un cambio dentro de una organización pueden ser desde generar resistencia hasta externar un alto deseo por involucrarse y ser parte del cambio.

Etapas del cambio

- ✓ Negación: evaluar negativamente el trabajo realizado.
- ✓ Defensa: Las personas evitan tener contacto con su nuevo entorno.
- ✓ Aceptación: Existe mayor apertura y disposición.
- ✓ Adaptación: Existe una valoración tanto de ventajas como desventajas del cambio que le impulsan a experimentarlo y adaptarse. (Cicap, 2017)

Para realizar un cambio en nuestra vida debemos primero comprender como funciona nuestro cerebro para de esta manera poder manejarnos a nosotros mismo, nuestras emociones y nuestras capacidades de escucha para reflexionar sobre quienes somos como seres humanos. Primero debo conocerme quien soy y luego pensar cómo hacer para realmente cambiar. Existirán barreras que provienen de mi yo antiguas, pero debo saber tratarlas y mejorarlas para continuar con mi cambio. (Bachrach, 2014)

Un cambio en la vida personal muchas veces resulta costoso, pero al final se obtienen buenas recompensas. Los cambios son muy importantes para nuestro crecimiento personal, debemos alguna vez en la vida realizar un cambio ya sea de look, de casa o de actividades que nos rodean en nuestro entorno.

1.2.2.2 Relaciones Interpersonales

Las relaciones interpersonales forman parte de las relaciones sociales, y son la interacción que se establece entre dos o más personas de forma recíproca. Un factor esencial para las relaciones interpersonales es la inteligencia emocional, consistente en un potencial que facilita el conocimiento de las propias emociones y sentimientos y facilita conocer mejor los de los demás. Y con todo ello sí tendrá más facilidad para adaptarse a situaciones, familia, amigos, personas, mundo laboral, consiguiendo mayor éxito. El factor integridad también cuenta ya que implica alto grado de responsabilidad en las actuaciones personales. (Calle, 2013)

Las relaciones interpersonales dependen mucho de la cultura en la que se encuentre por ejemplo en otros países las personas pueden ser educadas, pero al momento de relacionarse con los demás son distantes, como también pueden existir países en los que la gente por sus costumbres se les facilita relacionarse con todo tipo de persona. También se puede demostrar nuestra relación con la sociedad al momento de ser cordiales y de dejar libre un asiento para una persona con características especiales. (Gomez, 2013)

Las relaciones interpersonales son el conjunto de sentimientos y emociones que mostramos hacia los demás, es nuestro comportamiento a partir de nuestras costumbres y enseñanzas desde que nacemos, para que este tipo de relaciones nos ayuden a crecer personalmente debemos practicarlas ante la sociedad de manera correcta siendo amigables, amables, educados ya que esto demuestra lo que somos y nos ayuda a ser una persona de bien en el entorno que nos encontremos.

1.2.2.2.1 Responsabilidad social

Considerando que la Responsabilidad Social (RS) es el compromiso contraído por las acciones u omisiones de cualquier individuo o grupo que genera un impacto en la sociedad y en su comunidad vecina, me gustaría enfatizar que existen formas claves de ser socialmente responsables:

- ✓ La Responsabilidad Social Individual que es responder por las propias acciones, cumplir las obligaciones del rol que desempeñamos en la sociedad, siendo comprometidos y respetuosos con nuestro prójimo.
- ✓ La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que es la contribución activa y voluntaria de las empresas enfocadas en servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas. (Amdani, 2017)

La responsabilidad social individual se define como la conducta ética que tiene el ser humano con uno mismo y con su entorno, la RSI es sinónimo de transparencia, escucha activa y mejora continua personal. Aplicar la RSI significa que voy a ser una persona consciente de mis acciones personales, también implica estar pendiente de lo que realizo en mi jornada laboral, las opiniones que brindo, debo cuidar de mi planeta y realizar actividades que sean de bien para el mismo colaborando con los servicios sociales,. (Mateus, 2013)

La responsabilidad social como tal es el comportamiento humano que tenemos con la sociedad, demostrando nuestros valores que nos determinan como ser humano, si yo manejo mis valores de forma adecuada estoy dando un paso importante en mi vida no solo para mi beneficio personal sino también social.

1.2.2.2.2 Ética y valores

Muchas empresas desarrollan un código de ética para crear un ambiente laboral basado en la honestidad, en el respeto y la tolerancia. Es muy importante que las empresas comuniquen de forma clara y precisa a sus empleados los códigos de ética que desean aplicar dado su valor estratégico y que definan las acciones a seguir para este propósito. Los valores éticos de una empresa la definen y la distinguen de otras. Una empresa es fuerte por su ética interna. (Romero, 2017)

Los valores humanos son los que definen al ser humano como tal y los ayuda a ser reconocidos, respetables y honorables frente a la sociedad que los rodea, trabajando los valores diariamente se pueden convertir en virtudes. El ser humano es libre de tomar las decisiones que él quiera, decir o hacer lo que él quiera siempre y cuando sea responsable por sus actos. La ética refleja nuestro carácter, asume nuestro comportamiento, gracias a la ética decidimos como actuar en la vida y que recursos debo utilizar para concretar mis acciones a partir de mis valores. (Campomanes & Diaz, 2015)

La ética y los valores son lo que definen al ser humano de acuerdo a sus acciones, aptitudes y su forma de ser ante la sociedad. Esto no lo enseña nadie lo aprendemos por si solo y lo demostramos en la sociedad o en los lugares que nos encontremos al realizar las actividades encomendadas, demostramos ser éticos al actuar de manera correcta ante situaciones difíciles que muchas veces nos ponen a prueba para definirnos como seres humanos. Los valores nos ayudan a limitar acciones indebidas y corregir lo malo que se esté haciendo.

1.2.2.2.3 Autorrealización

Conductas encaminadas hacia la autorrealización.

- ✓ La autorrealización significa vivenciar sin timidez.
- ✓ Se debe elegir el crecimiento como primera opción y dejar atrás los miedos.
- ✓ Debemos aprender a escucharnos a nosotros mismos y dejar atrás las voces de la autoridad o tradición.
- ✓ Debemos ser sinceros y responsables con nosotros mismos asumiendo nuestra responsabilidad, estamos dando un paso más a la autorrealización.
- ✓ Expresarse de manera sincera ante lo que no le gusta.
- ✓ La autorrealización es un proceso de actualización de las potencialidades que uno mismo tiene.
- ✓ Las experiencias cumbres también son un proceso de autorrealización pues debemos dejar que estén fluyendo a su paso y esperar que nuestra inteligencia responda para ponerla en práctica. (Ferrandiz, Lafuente, & Loredó, 2014)

Claves para alcanzar la autorrealización:

- ✓ La autorrealización no es un proceso lineal: debemos seguir las reglas de la vida, pero sin limitarnos de hacer lo que sea bueno
- ✓ Sé constante, sé creativo: tenemos que usar la creatividad para encontrar caminos de dicha y salir de nuestra frustración que muchas veces nos ocasionamos. (Sabater, 2018).

La autorrealización es una fase de nuestra vida en la que sentimos que para que nuestra vida sea feliz solo depende de nosotros mismos por nuestras acciones y nuestros esfuerzos realizados a lo largo de nuestro crecimiento, cuando somos autorrealizadas conocemos nuestras capacidades somos firmes al tomar decisiones personales que generen beneficios propios y que nos haga sobresalir ante los demás.

1.2.2.3 Toma de Decisiones

La toma de decisiones se define como un proceso mental en el cual se selecciona una alternativa, existiendo al menos dos o más opciones. Las decisiones deben resolver problemas, satisfacer deseos, prevenir consecuencias desagradables, resolver conflictos potenciales y reales. Al tomar decisiones el individuo hace uso del sentido común, el razonamiento lógico y la intuición. (José, 2015)

Para tomar decisiones correctas debemos observar y aprender, esto nos ayudará a darnos cuenta de los errores que ya han cometido los demás para evitarlos a tiempo y que no obstruya en nuestro proceso de toma de decisiones, tener confianza también nos ayuda porque fortalecemos el sentido propio para la toma de decisiones siguiendo lo que planteamos y confiar que este bien y no estar siempre haciendo lo que los demás hacen, si estamos pidiendo ayuda para tomar decisiones que nos competen a nosotros entonces no llegaremos a nada bueno, debemos decidir por nosotros mismos siempre y cuando tomando en cuenta nuestro alrededor, decidir por nosotros mismos debe ser un hábito que se puede trabajar y fomentar para que las cosas sean decididas con éxito. (Martinez, 2013)

Para realizar la toma de decisiones debemos tener confianza en sí mismo puesto que es primordial, aunque es un proceso difícil porque debemos tomar en cuenta los aspectos que se encuentran en mi entorno para que mi decisión sea correcta. En este proceso debo identificar mis problemas y al mismo tiempo generar mis posibles soluciones que estén acordes a mis potenciales para poderlos cumplir con exactitud.

1.2.2.3.1 Objetivos personales.

Un método para definir objetivos:

1. Identifica el propósito de tus objetivos.
2. Identifica tu posición actual en relación a tu objetivo.
3. Limita tus opciones.
4. Se realista.
5. Se especificó en las metas y los plazos.
6. Reevalúa periódicamente.
7. Aplica el concepto de coste irrecuperable.
8. Escríbelo todo. (Grinberg, 2014)

Definir objetivos nos dará un rumbo, una orientación, estabilizará nuestro andar, ayudará a entrenar los modos de operar de la mente, eliminará preocupaciones, e incluso será capaz, al darnos un propósito, de ayudarnos a volver al presente.

Se trata de definir objetivos a todo nivel; objetivos para la actividad que estamos realizando, objetivos para el día, objetivos para la semana, objetivos para el mes, objetivos para el año, objetivos para los próximos cinco años o veinte años, etc. No hay inconveniente con ir cambiándolos a medida que vamos siguiendo nuestro proceso; si toda la materia a través de la cual experimentamos el mundo cambia, permanentemente, también nuestros objetivos pueden hacerlo, estos pueden ser a corto o largo plazo pero que sean cumplidos es el requisito principal. (Taub, 2013)

Los objetivos deben ser creíbles no deben ser solo sueños, deben ser alcanzables. Nuestros objetivos pueden ser a corto o largo plazo, para poder cumplir objetivos grandes debemos comenzar por cumplir los pequeños, los que muchas veces no le damos importancia como por ejemplo en el día empezar por arreglar nuestra casa es un objetivo a corto plazo que al final del día sabremos si lo hemos cumplido o no.

1.2.2.3.2 Habilidades de pensamiento

Son las habilidades que sirven para sobrevivir en el mundo cotidiano, tienen una función social. Las habilidades de pensamiento son destrezas cognitivas susceptibles de ser modificadas y desarrolladas a través de los procesos de enseñanza-aprendizaje, y una de sus funciones es la de lograr un rendimiento eficaz de las capacidades o aptitudes intelectuales. Requieren de un tipo de conocimiento específico para su aplicación, envuelven una gran cantidad de tareas independientes del conocimiento específico. Este tipo de habilidades normalmente se ha denominado como “tareas de pensamiento genéricas”. (Larraz, 2015)

Las habilidades del pensamiento están relacionadas con la cognición, que se refiere a conocer, reconocer, organizar y utilizar el conocimiento. Se orientan a la comprensión y a la mejora de la capacidad de razonar del individuo, y enlazan conocimientos para realizar una tarea o dar solución a un problema. Los niños son los que poseen más de estas habilidades puesto que en el entorno que ellos se encuentran se les facilita debido a que recién se están formando en su vida y aprenden a procesar las informaciones de manera eficaz. (Arroyo, Huertas, Peirano, & Perez, 2014)

Las habilidades de pensamiento están estrechamente enlazadas con las habilidades cognitivas, esto nos ayuda a realizar nuestras actividades de manera más eficaz por el hecho que demostramos nuestras capacidades de darnos cuenta de las cosas que pasan en nuestro entorno, estas habilidades las aprendemos con el pasar de nuestra vida en los momentos que tenemos que hacer cosas como razonar o tomar decisiones acerca de algo, así de esta manera procesamos la información necesaria y encontramos soluciones rentables a los problemas que debemos enfrentar.

1.2.2.3.3 Considerar riesgos

Hay dos tipos de riesgos, según si cabe esperar unos resultados y consecuencias positivas o negativas: los riesgos inteligentes y los absurdos.

- ✓ Los riesgos inteligentes presentan unos inconvenientes limitados, mientras que su potencial es ilimitado.
- ✓ Los riesgos absurdos presentan grandes inconvenientes y su potencial es limitado o no va más allá del corto plazo.

Si dejas tu empleo para emprender un negocio coherente con la vía rápida, estas asumiendo un riesgo inteligente. El lado positivo es que puedes ganar millones, el lado negativo es que es posible que tengas que llevar un estilo de vida más austero. Todo se reduce a lo que estás dispuesto hacer y lo que no estás dispuesto a hacer. (De Marco, 2018)

Hay una responsabilidad que ya es hora de dejar de evitar en tu vida. Un gran desafío que tienes que animarte asumir. Porque cuando lo hagas, y corras riesgos inteligentes, serás ascendido en todas las áreas de tu vida. Detrás de tu peligro hay un logro esperándote. No solo disfrutaras de relaciones sanas con todo el mundo, sino que además serás de inspiración para muchos otros.

¿Cuándo corremos riesgos inteligentes? Cuando somos valientes y nos convertimos en líderes, a un líder lo elige la gente, inspira, ser líder es un reconocimiento, determina la atmosfera del grupo, el líder no le teme a la responsabilidad, sino que se atreve a correr riesgos inteligentes a pesar del miedo y contagia a su entorno. Busca tus leones; o mejor dicho permite que ellos te encuentren a ti y te rujan. Arriégate con inteligencia. (Stamateas, 2017).

Los riesgos en nuestra vida diaria están siempre presentes solo debemos buscar estrategias que nos ayuden a enfrentarlos y desafiarlos de manera correcta sin perjudicarnos. Es de vital importancia tomar riesgos para poder salir de nuestra zona de confort y conocer nuevas cosas que nos beneficiaran en nuestro desarrollo y de esta manera aprendemos que los riesgos nos benefician y otras no, pero debemos continuar porque al arriesgarnos estamos creando experiencias de vida.

1.3 Fundamentos sociales, psicológicos y legales.

1.3.1 Fundamentos sociales.

Se ha planteado que los contactos influyen en la toma de decisiones de una empresa por lo que pueden incrementar la confianza de emprendedor de una persona a través de brindarles consejos, ejemplos y apoyo, así como reducir la incertidumbre inherente al establecimiento de un nuevo negocio. Si la persona que está realizando un emprendimiento conoce a un emprendedor reciente, o a una persona que ha ejercido como inversor informal para el apoyo de una actividad emprendedora. Ambas circunstancias pueden aportar buenas enseñanzas para que la persona recién emprendedora continúe con su proyecto sin temor a tener dificultades en cualquier momento ya que los errores son parte del crecimiento de todo ser humano. (Arroyo M. R., 2014).

Los emprendedores tienen diversas características y cualidades, puesto que demuestran sus habilidades en todo lugar donde se encuentren buscando soluciones o mejoras en las situaciones que se le presenten en la vida cotidiana, en el entorno que los rodea, están dispuestos asumir riesgos, tomar decisiones para beneficio propio o de una organización a la que pertenezcan, piensan en impartir sus conocimientos con el fin de que la sociedad también pueda cumplir sus metas trazadas, es por estas razones que la sociedad actual requiere de personas que tengan y se crean capaces de ser emprendedores innovadores debido a que generan un aporte importante para la sociedad que se encuentra a su alrededor. (Vazquez, 2015)

1.3.2 Fundamentos psicológicos

Las competencias y habilidades que posee un emprendedor son parte de la cultura de una persona, es por esta razón que un emprendedor se cree capaz de liderar una organización y esa debería ser su propia empresa, a más de las habilidades que lo definen como la capacidad de toma de decisiones también tiene un papel importante en asumir riesgos que le generen beneficios a corto o largo plazo, pero un emprendedor no solo necesita de habilidades y competencias. El emprendedor también tiene ambiciones de desarrollo personal, llegar a la autorrealización y esto se basa en cumplir todas sus necesidades básicas como son muchas de ella la de alimentación, empleo, amor, éxito pero el punto más esencial para sentirse bien es la autorrealización cumplir y demostrar a partir de los valores que se posee la personalidad ante los demás, esta necesidad nos ayuda a sentirnos en la cima del éxito. (Pelayo & Rodriguez, 2015).

Para obtener un desarrollo personal de éxito lo que debemos hacer es creer en nosotros mismos, confiar en lo que hacemos, debemos cristalizar las creencias que nos ayuden a focalizar en nuestra mente de manera correcta nuestros propósitos, planteando objetivos ya sean a corto o largo plazo para conseguir lo que queremos y satisfacer nuestras necesidades de crecimiento personal, el cristalizar las creencias no es fácil puesto que requiere de confiar en nuestro yo interno, pero debemos tener firme la sensación de certeza para así lograr nuestras metas y sentirnos autorrealizados como seres humanos y ser reconocidos en el entorno por nuestras habilidades y capacidades adquiridas. (Jimenez, 2019).

1.3.3 Fundamentos legales.

Constitución de la República del Ecuador

Sección segunda

Jóvenes

Art. 39.- (...) El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

El estado determina que la educación superior es gratuita y tiene un presupuesto destinado para ayuda de los estudiantes en ámbitos educacionales en los mismos en los que se encuentran los proyectos de innovación y emprendimiento a más de las capacitaciones que requieran los estudiantes de acuerdo con su malla curricular.

Título VII

REGIMEN DEL BUEN VIVIR

Capítulo primero INCLUSION Y EQUIDAD

Art. 350.- El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, (.....); la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

La educación superior debe incentivar a los jóvenes y docentes a involucrarse en el ámbito de la investigación con la finalidad de conocer más sobre la cultura y temas que se encuentran en el entorno para poner en práctica las capacidades de resolución de problemas que se encuentran en la vida cotidiana.

Sección octava

Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación (...) tendrá como finalidad: en el literal 3. Indica: Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.

El sistema nacional de educación apoya al desarrollo de las ciencias tecnológicas y trata de impulsar el desarrollo de innovación con la finalidad de que estas innovaciones contribuyan una mejora continua para la sociedad y entorno natural de las instituciones de educación superior.

Ley Orgánica de Educación Superior

Art. 8.- Serán Fines de la Educación Superior. - La educación superior tendrá los siguientes fines:

b) Fortalecer en las y los estudiantes un espíritu reflexivo orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico.

CAPITULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipos de investigación

Este trabajo está basado a partir de los enfoques cuantitativo y cualitativo.

(Ortiz E. , 2013) El paradigma cualitativo (estará más ligado a la comprensión), presentará una visión contrastante en cuanto a su forma de concebir como debe de ser el proceso metodológico. “En cambio, se dice que el paradigma cualitativo se adscribe a una visión del mundo fenomenológica, inductiva, holística, subjetiva, orientada hacia el proceso propio de la antropología social”.

A través del enfoque cualitativo se recopiló información mediante las entrevistas y se realizó el análisis respectivo de las opiniones y comentarios que brindaron los jóvenes universitarios y docentes que imparten las cátedras de emprendimiento lo cual nos sirvió bastante para describir los inconvenientes que se están presentando con el tema de investigación, y de esta manera lograr encontrar una posible solución para a los problemas.

(Ortiz E. , 2013) El paradigma cuantitativo se atribuye una visión del mundo positivista, hipotético-deductiva, particularista, objetiva, orientada hacia resultados y propia de la ciencia natural”. Es decir, existe un fuerte componente de elementos y técnicas a la medición de estas y la necesidad de comprobación empírica sobre los hechos sociales, imitando a las ciencias naturales.

Mediante el enfoque cuantitativo se obtuvo el respectivo análisis de las encuestas aplicadas a todos los jóvenes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, los resultados de las mismas nos fueron de interés primordial puesto que nos ayudan a verificar y cumplir nuestros objetivos planteados.

En este presente trabajo se aplicó la investigación de tipo exploratoria.

Se realizan cuando se conoce muy poco sobre el fenómeno que nos interesa, sirve para identificar los conceptos y variables más relevantes relacionadas con el objeto de estudio y también para desarrollar nuevos instrumentos de investigación. Entre sus propósitos podemos citar la posibilidad de formular el problema de investigación, para extraer datos y términos que nos permitan generar las preguntas necesarias. Asimismo, proporciona la formulación de hipótesis sobre el tema a explorar, sirviendo de apoyo a la investigación descriptiva. (Fassio, 2016)

Mediante la investigación exploratoria se pudo realizar una investigación más extensa en el campo con el grupo de interés (jóvenes universitarios) de manera que la información recolectada fue más fácil debido al contacto directo que se tuvo con los estudiantes y los docentes que imparten clases de emprendimiento en la carrera de Administración de Empresas quienes prestaron su ayuda, se conoció un poco más sobre la realidad sobre los temas de emprendimiento que se lleva en la institución, se pudo verificar los resultados de las diferentes opiniones que tiene la comunidad universitaria acerca de los efectos de desarrollo personal que generan los emprendimientos en cada uno de los jóvenes universitarios y así se detalló más el tema planteado.

2.2 Métodos de la investigación

Las metodologías inductivas más exitosas, son la enseñanza por medio de estudio de casos, el proyecto, el aprendizaje basado en problemas, el aprendizaje basado en proyectos y el aprendizaje por la indagación. En este proceso también aprenden a descubrir y decidir por sí mismos qué es lo que necesitan conocer y saber hacer para responder al desafío. (Prieto, Diaz, & Raul, 2014)

Método Inductivo. - este método nos permitió establecer conclusiones y posibles soluciones a partir de la información recopilada a través de las diferentes técnicas de recolección de datos.

Las metodologías deductivas son apropiadas para transmitir grandes cantidades de información y cubrir con rapidez extensos temarios. Se habla del método deductivo para referirse a una forma específica de pensamiento o razonamiento, que extrae conclusiones lógicas y válidas a partir de un conjunto dado de premisas o proposiciones. (Prieto, Diaz, & Raul, 2014)

Método Deductivo. - a partir de lo investigado en la institución se dedujo los problemas que existen en cuanto al desarrollo de emprendimientos y de esta manera pudimos verificar si las técnicas que son utilizadas en la institución para impulsar el emprendimiento es adecuado y genera beneficios o existen inconvenientes con los mismos, también se consultó información de los diferentes centros universitarios de otros países para conocer métodos que pueden ser adoptados en nuestra institución para impulsar de manera efectiva el emprendimiento en los jóvenes.

2.3 Diseño de muestreo.

2.3.1 Población

La población con la que se trabajó en esta investigación es de 5474, estuvo conformada por los estudiantes universitarios de todas las carreras sin restricción alguna, representantes del consejo estudiantil solo los presidentes y docentes que imparten la cátedra de emprendimiento en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, los cuales solo fueron 2, también se contó con la ayuda de otro docente que también tiene mucho conocimiento en el tema de emprendimiento.

Población para entrevistas. - las entrevistas se le realizaron a 1 representante estudiantil, al presidente de la FEUE quienes como estudiantes pudieron proporcionarnos información de interés con respecto al tema de estudio, también se entrevistó a los docentes que dan clases de emprendimiento en la carrera de administración de empresas por ser los únicos de toda la universidad.

Población para encuestas. - Para obtener información de las encuestas contamos con una población de 5470 estudiantes de los cuales se realizó el proceso necesario para obtener una muestra considerable y esto nos ayude a obtener información más eficaz.

Tabla 1: Población

Población	Cantidad	Técnica
Representante estudiantil	1	Entrevista
Presidente de la FEUE	1	Entrevista
Docentes	3	Entrevista
Estudiantes	5470	Encuesta
TOTAL	5474	

Tabla 2: Población para encuestas

POBLACION PARA ENCUESTAS		
Estudiantes	5470	100%
TOTAL	5470	100%

2.3.2 Tipos de muestreo

El método que se utilizó para determinar la muestra es el muestreo de tipo aleatorio simple debido a que el grupo encuestado en el que nos vamos a enfocar corresponde a los jóvenes de la institución, esto nos proporcionó una información más específica y verídica, además de ser uno de los métodos más recomendados para la extracción de muestras en proyectos.

2.3.3 Tamaño de la muestra

Para conocer nuestra muestra se aplicó la siguiente fórmula que nos ayudó a determinar el número de personas que fue encuestada, obteniendo datos más precisos, la siguiente fórmula es debido a que conocíamos el número de nuestra población a partir de la base de datos que nos proporcionaron en la institución y la misma es finita puesto que el número total de estudiantes es de 5470.

Tabla 3: Fórmula de Muestreo

	Descripción	
n =	Tamaño de la muestra	?
N =	Tamaño de la población	5470
Z =	Grado de confianza	95% (1.96)
P =	Probabilidad de ocurrencia	0.50
Q =	Probabilidad de no ocurrencia	0.50
E =	Margen de error	5 % (0.05)

$$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2 (N - 1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50)(5470)}{(0.05)^2 (5470 - 1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)(5470)}{(0.0025)(5469) + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{5253.388}{(13.6725) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{5253.388}{14.6329}$$

$$n = 359$$

Como resultado de la fórmula para determinar nuestra muestra obtuvimos un total de 359 los cuales se enfocan en los jóvenes estudiantes universitarios a los cuales se les realizó las encuestas dentro de la UPSE.

2.4 Diseño de recolección de datos

En nuestra recolección de datos se aplicó las siguientes técnicas como son: la entrevista y la encuesta debido a que son las más utilizadas a nivel mundial por ser técnicas efectivas para recolectar información y son las más útiles pues ayudan a proporcionar datos de interés y verídicos para el trabajo de investigación que se está realizando debido a que existe una vinculación más estrecha con los grupos de interés para la investigación por ejemplo al momento de entrevistar uno está frente a la persona y puede reconocer que la información brindada es cierta.

2.4.1 Técnicas de investigación

2.4.1.1 Entrevista

Este medio de recolección de datos nos ayudó a obtener información detallada sobre las opiniones de las personas entrevistadas que forman parte de nuestro grupo de interés (jóvenes) quienes son de importancia en nuestra investigación, cabe recalcar que el grupo de jóvenes entrevistados forma parte de la comisión de representantes estudiantiles dentro de la universidad, también se realizó la entrevista a los docentes que imparten la cátedra de emprendimiento tomando en cuenta este criterio en todas la facultades de la universidad sin excepción puesto que sus respuestas serán de vital importancia para conocer más sobre lo que está sucediendo con el tema de emprendimiento en la institución.

2.4.1.2 Encuesta

La encuesta es uno de los medios de recolección que nos permitió obtener la información relevante acerca de la problemática que se está estudiando, además de que los jóvenes encuestados no se preocuparon por emitir las opiniones en las encuestas hacia el entrevistador porque no tuvieron que identificarse ni brindar algún dato personal que a ellos les pueda perjudicar o molestar, simplemente deben llenar las respuestas de acuerdo a su criterio. Es necesario comunicar a la persona que nos brinde información que la recolección de los datos es para dar a conocer a la institución los posibles defectos que se están presentando y puedan buscar soluciones o se apliquen estrategias de mejora continua al servicio que se está brindando.

2.4.2 Instrumentos de la investigación

2.4.2.1 Guía de entrevista

Este documento está formado por una serie de preguntas de tipo cerrada para que las respuestas sean claras y concisas, las cuales se pretende hacerlas en una comunicación cara a cara con la persona de interés para de esta manera obtener más información sobre el tema planteado y deducir datos más específicos que ayuden con la investigación sobre el emprendimiento potencial y el desarrollo personal en los jóvenes estudiantes de la UPSE.

Existieron dos guías de entrevistas para dos grupos de personas: los representantes estudiantiles y los docentes que dictan clases de emprendimiento las cuales contaron con 10 preguntas de tipo abiertas para que puedan emitir sus opiniones sin restricciones.

2.4.2.2 Cuestionario de preguntas

La encuesta fue realizada a los diversos jóvenes de las diferentes carreras, que tengan disponibilidad de brindar una información veraz que ayuden con nuestra investigación, este medio de información contuvo 19 preguntas de tipo cerradas basadas en una escala de Likert las cuales tenían 5 opciones cada una limitando la respuesta brindada por parte del encuestado, este cuestionario por sus características mencionadas anteriormente nos ayudó a obtener información más específica a partir de las cuales se pudo establecer posibles soluciones mediante la deducción de los datos recabados para los problemas encontrados.

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de resultados de la entrevista

3.1.1 Análisis de resultados de la entrevista realizada a los jóvenes representantes estudiantiles.

1.- ¿Cree usted que es de vital importancia tener un título académico para realizar un emprendimiento?

Los jóvenes mencionaron que no tiene tanta importancia los títulos para emprender puesto que ellos indican varios ejemplos de personas que han logrado ser exitosos sin necesidad de tener un título, además mencionan que se pueden realizar diversidad de talleres o cursos que ayuden para poder emprender, cuando una persona quiere superarse solo importan las ganas y el corazón que se ponga para de esta manera lograr el éxito en cualquier negocio que una persona se proponga.

2.- ¿Cree usted que el temor a fracasar es un punto clave que impide realizar emprendimiento en los jóvenes universitarios?

Si porque muchas veces ellos se encuentran con escenarios que prácticamente no conocen y esto les impide lograr con éxito los objetivos planteados, pero cabe recalcar que no porque algo salga mal se va a dejar de intentar emprender algo que a futuro le va a generar beneficios.

3.- ¿Considera usted necesario que la cátedra de emprendimiento debería ser práctica?

Si porque a través de que se brinde esta cátedra se podría realizar concursos de proyectos que tengan rentabilidad económica mutua beneficiando no solo a los estudiantes que los elaboran sino a la universidad como tal por permitir espacios para el desarrollo de proyectos de emprendimiento e innovación. Inclusive deberían implementarse la cátedra en todas las carreras como obligación para que todos los universitarios tengan bases teóricas y prácticas además que cuenten con la motivación necesaria para emprender y al momento de que ellos culminen los estudios se proyecten el crear sus propios negocios, de esta manera se estaría practicando el desarrollo de emprendimientos.

4.- ¿Considera usted que un emprendimiento ayuda a fortalecer a los estudiantes en su desarrollo personal y beneficios económicos?

Las opiniones vertidas en base a esta pregunta fueron positivas debido a que se considera que es de vital importancia ya que la persona como tal se siente totalmente realizada al momento de cumplir con un objetivo personal que sea beneficioso no solo personalmente sino a nivel de la sociedad puesto que con un emprendimiento sea pequeño o mediano las personas son reconocidas y obtienen mejores beneficios ya sea en el ámbito laboral o social, cabe recalcar que también existen personas que han ayudado a emprender a otros y como reconocimiento las mismas también obtienen su beneficio social por ser el apoyo de otros, además de las recompensas que también suelen brindarles.

5.- ¿Qué factores considera usted más relevantes por los cuales los universitarios no emprenden su propio negocio?

El miedo al fracaso, la falta de bases teóricas y prácticas exactas para emprender son factores que muchas veces se los vincula con la institución en la que se ha obtenido la formación académica debido a que no existe esa motivación e impulso que ayude a los jóvenes a producir un emprendimiento eficaz y eficiente, aunque también el tema de temor a fracasar es muy personal debido a que las personas se dejan llevar por sus limitantes y no se arriesgan por la inseguridad de que no resultará un proyecto de éxito y perderán lo poco que tienen, aunque esto depende mucho de cada quien es un tema relevante por lo cual no emprenden.

6.- ¿Existen capacitaciones o talleres de emprendimiento y actitudes personales que se brinden dentro de la Universidad?

No existen solo existen las llamadas ferias que se realizan al final de cada ciclo educativo, una de ellas en especifica es para cumplir con un puntaje en alguna materia o ciertas que se han vinculado con el emprendimiento, otras ocasiones estas ferias son organizadas solo en eventos especiales tales como el aniversario de la universidad en las cuales se realizan exposiciones con la finalidad de cumplir con un requisito más para el periodo semestral. En si como tal los talleres de emprendimiento deberían ser prioridad en este siglo 21 para que los jóvenes universitarios aporten más a la sociedad en cuanto a conocimientos y capacidades de resolución de problemas aportando con el mercado cambiante al que día a día nos enfrentamos.

7.- ¿Conoce usted si estudiantes y egresados de la UPSE han realizado emprendimientos?

Si de la carrera de administración existen pocos proyectos que han tenido éxito, cabe destacar que también ha habido estudiantes que han realizado los proyectos pero a la mitad del camino han declinado por varias situaciones presentadas y de la carrera de ingeniería en sistemas son los estudiantes que se puede mencionar que destacan como emprendedores debido a que los productos que ellos realizan en sus prácticas de clases están vinculados a la creación de objetos, esto está estrechamente ligado con el tema de innovación en tecnología, inclusive se han llevado a cabo concursos entre otras universidades y ellos han participado de los mismos con sus creaciones los cuales les han dado la oportunidad de quedar en los primeros lugares.

8.- ¿Cree usted que debería existir un grupo de emprendedores en la institución que motive a los demás a generar proyectos de emprendimiento?

En particularidad los jóvenes tienen cierto conocimiento de que existe un departamento vinculado con el emprendimiento, pero no funciona, aunque se está realizando las actividades necesarias para que se ponga en funcionamiento este departamento esto aún tardará un tiempo en que se reintegre debido a que las gestiones realizadas tienen un proceso largo. Los jóvenes que han podido desarrollar sus ideas de emprendimiento con éxito deberían formar un grupo, los cuales tengan como funciones impulsar el desarrollo de proyectos de emprendimiento e innovación para beneficio de los jóvenes mismos.

9.- ¿Por qué cree usted que se dan los fracasos en los emprendimientos?

Muchas veces se da esto por motivos de actitudes personales puesto que las personas que están pensando en emprender al momento de la elaboración de los proyectos se dan por rendidos solo de enterarse que es tan costoso poner en funcionamiento un proyecto de calidad que les genere beneficios, en cuanto a los emprendimientos pequeños las personas se aburren con el pasar del tiempo de hacer lo mismo diariamente y muchas veces obtienen menos beneficios de los esperados y esto sucede porque no aplican la innovación o estudios que permitan conocer más a fondo las necesidades del entorno en el que se encuentran para de esta manera solucionar las necesidades del entorno y obtener mayor beneficio personal.

10.- ¿Se debe elaborar un plan o se debe empezar por la primera idea que se tenga para crear un emprendimiento?

Como profesionales consideran que se debe elaborar un proyecto con bases científicas que permitan el desarrollo eficaz del mismo ya que elaborando con anticipación podrá conocer mis costos y mis inversiones que debo realizar y cuanto de capital debo tener para iniciar mi proyecto, pero existe la otra parte que considera que un emprendimiento innovador empieza por la lluvia de ideas que se tengan en mente y solo ver cuál es la más mocionada para de alguna u otra forma buscar la forma de cumplir con la elegida arriesgando los recursos necesarios para saber si en el futuro obtendré beneficios y pues aplicando estrategias adecuadas el proyecto podrá ser exitoso.

3.1.2 Análisis de resultados de la entrevista realizada a los docentes que imparten la cátedra de emprendimiento.

1.- ¿Cree usted que es de vital importancia tener un título académico para realizar un emprendimiento?

No es de vital importancia, pero si puede ser una herramienta de ayuda para elaborar proyectos rentables con bases en financiamiento y costos, pero para ser un emprendedor capaz solo se necesita actualizar conocimientos y tener el alma y corazón suficiente que aporten ese impulso de emprender, ejemplos sencillos son los siguiente nacionalmente Luis Noboa e internacionalmente Bill Gate.

2.- ¿Cuántos proyectos de emprendimiento ha realizado en su vida profesional?

Entre los profesores entrevistados se promedia entre 6 y 8 proyectos de emprendimiento que han realizado, destacando que han comenzado desde lo más pequeño, hasta la actualidad ellos cuentan con solo 1 o 2 de los proyectos puesto que no es fácil mantenerlos por la actualización de las necesidades de las personas que se encuentran en el entorno.

3.- ¿Cuántos de los proyectos que Ud. ha realizado ha puesto en práctica?

Todos mencionan que de sus proyectos de emprendimiento o ideas que empezaron a generar como emprendimiento han cumplido todos quizás algunos de ellos no tuvieron el éxito requerido para continuar en el mercado, pero si los cumplieron hasta cierta etapa.

4.- ¿Motiva usted a sus estudiantes a generar proyectos de emprendimiento?

Siempre desde el inicio de semestre los docentes están prestos a impulsar y motivar a los jóvenes de sus clases a que generen proyectos de emprendimiento recordándoles que un emprendimiento puede ser desde vender cosas pequeñas como también pueden ser proyectos grandes con los que pueden participar en los concursos que se realizan para escoger proyectos rentables, solo necesitan en este caso tener la idea bien planteada; también les recuerdan que se puede innovar a partir de un producto ya elaborado, que no es necesario ser creadores sino más bien innovadores que de igual manera ayuda mucho para generar un desarrollo personal efectivo.

5.- ¿Le genera satisfacción como docente cuando los estudiantes tienen éxito en un emprendimiento?

Todos los docentes respondieron con orgullo que si les genera satisfacción saber que estudiantes a los que ellos han impartido clases han logrado tener éxito en algún proyecto que han realizado puesto que ellos sienten que han aportado un poco para que los estudiantes desarrollen sus capacidades emprendedoras, a pesar de que haya ya generado sus emprendimientos ellos le brindan su apoyo máximo para que ellos continúen sus labores de emprender, cabe recalcar que también existen estudiantes que no han logrado tener éxito pero de igual manera se les reconoce el esfuerzo por lo que esto también genera orgullo de saber que hay jóvenes que desean sobresalir a pesar de las caídas que hayan tenido con los proyectos.

6.- ¿Existen capacitaciones o talleres de emprendimiento y actitudes personales que se brinden dentro de la Universidad?

No existen, solo existen las exposiciones de trabajos de fin de ciclo por parte de los estudiantes de diversos cursos de la carrera de Administración, pero esto no ayuda a estimular a los demás jóvenes la capacidad de emprendimiento debido a que solo se realizan en determinadas ocasiones.

7.- ¿Conoce usted si estudiantes y egresados de la UPSE han realizado emprendimientos?

A nivel de universidad no existe un porcentaje máximo debido a que en otras facultades no se imparte la materia de emprendimiento, a nivel de carrera de administración si existe, pero es mínimo el número de los estudiantes que han logrado establecer sus negocios y quedarse en el mercado debido a las necesidades cambiantes de la sociedad.

8.- ¿Considera usted que los docentes deben fomentar el hábito de emprender en sus estudiantes?

Siempre se debe fomentar a los estudiantes a que sean jóvenes emprendedores e innovadores demostrando sus capacidades de destreza y los conocimientos adquiridos en su formación académica, aunque los profesores impartan otras materias en un momento libre de su jornada deberían hablar un poco de emprendimiento y brindar la motivación necesaria ya que no le quita nada de sus clases si se trata del bienestar y crecimiento profesional del estudiante.

9.- Piensa usted que los fracasos en los emprendimientos se dan por la falta de conocimientos educativos o por actitudes negativas de la persona.

Se da más bien por la aptitud negativas de las personas, por experiencia propia mencionan los docentes que hay personas que cuando el proyecto ya está iniciado y conforme van avanzando conocen los costos y las demás etapas que se deben realizar y ellos se estancan por falta de dinero o simplemente porque les parece difícil cumplir con todas las etapas del proyecto por la restricción de tiempo que ellos poseen por sus diferentes actividades de trabajo y familiares y no lo intentan, no quieren arriesgarse más también por el temor a que no les resulte beneficioso.

10.- ¿Considera usted que se debe brindar asesoría y apoyo social a los estudiantes por un emprendimiento de carrera o propio?

Si se debe brindar apoyo, en especial las asesorías en emprendimiento para conjuntamente implementar la participación de grupos de otras carreras permitiendo la introducción de los mismos en el mundo del emprendimiento compartiendo conocimientos teóricos y prácticos para que ellos se motiven a desarrollar más la innovación ya sea en su área de estudio o de manera personal, así con esta estrategia se podría realizar proyectos increíbles debido a que se cuentan con capacidades diferentes pero que aportan para crear un proyecto eficaz. Aunque los proyectos deben antes ser evaluados para contar con todo el apoyo necesario de igual manera se le brindaría a todos los grupos un apoyo social.

3.2 Análisis de resultados de la encuesta

Datos informativos

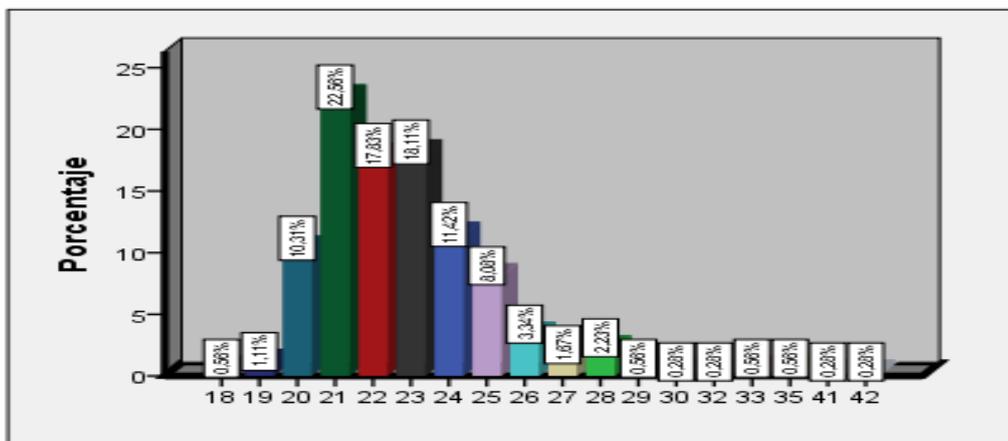
Tabla 4 : Edad de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
18	2	,6
19	4	1,1
20	37	10,3
21	81	22,6
22	64	17,8
23	65	18,1
24	41	11,4
25	29	8,1
26	12	3,3
27	6	1,7
28	8	2,2
29	2	,6
30	1	,3
32	1	,3
33	2	,6
35	2	,6
41	1	,3
42	1	,3
Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 6: Edad de los encuestados



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los estudiantes tienen una edad de 21 años, existen en un mínimo porcentaje estudiantes de entre 19 años y más de 30 años. Los estudiantes en su mayoría son jóvenes, con los que se pudo contar para la realización de la encuesta.

Datos informativos

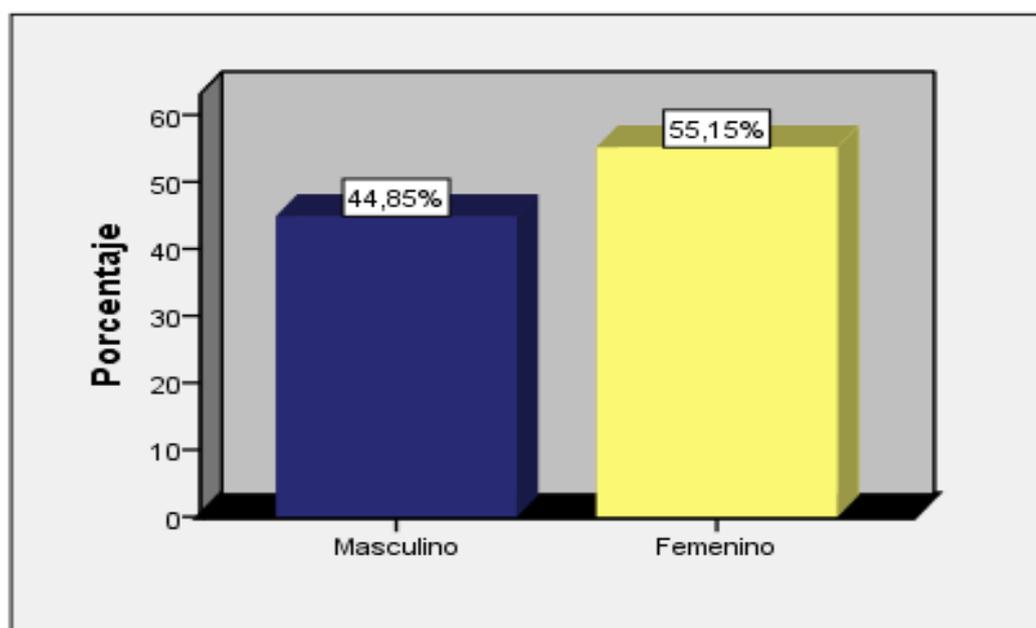
Tabla 5: Género de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Masculino	161	44,8
	Femenino	198	55,2
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 7: Género de los encuestados



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

El gráfico 2 indica según los cursos encuestados la mayoría de los estudiantes son mujeres, se recalca que la recolección de información se dio en base a la muestra obtenida en el presente trabajo. Sin preferencia alguna se realizó las encuestas y como se puede observar la mayoría fueron mujeres las cuales tuvieron más cordialidad al momento de resolver la encuesta presentada, los varones en su momento pues estaban realizando otras actividades y preferían no colaborar pero de igual manera se respetaba las decisiones de cada estudiante.

Datos informativos

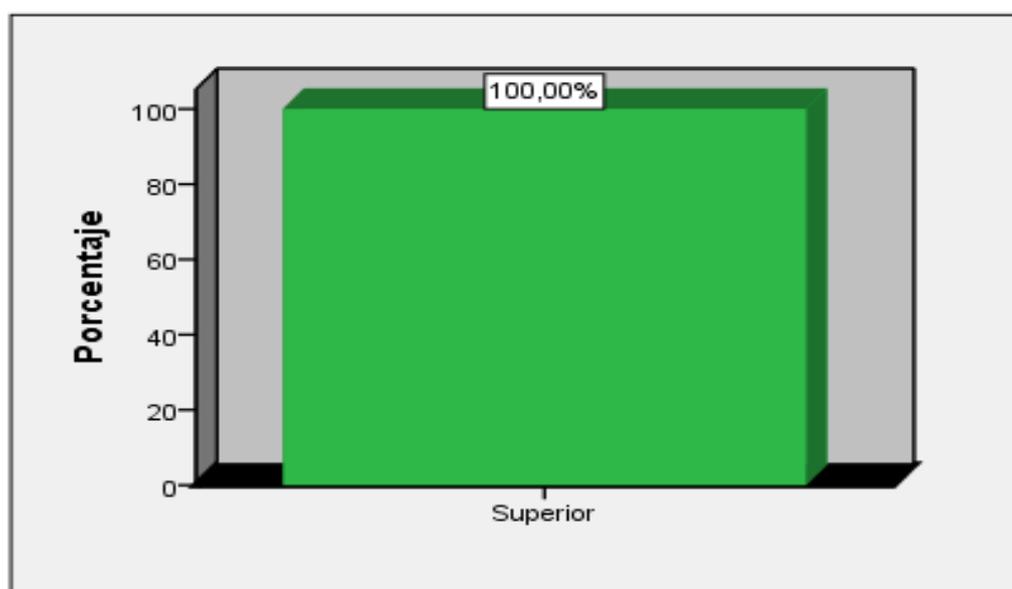
Tabla 6: Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Superior	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 8: Nivel de instrucción



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Los resultados en base a la investigación que se realizó en la universidad a los jóvenes de cada curso de la institución independientemente de que carrera estén estudiando dieron como resultado el nivel de instrucción superior. Debido a que el tema se enfoca a los universitarios el resultado del nivel de instrucción fue superior, aunque existió confusión en cuanto a elegir la opción por lo que estaban cursando semestres inferiores como primeros o segundos, existió la predisposición del encuestador para resolver todas las dudas que ciertos compañeros estudiantes tenían.

Datos informativos

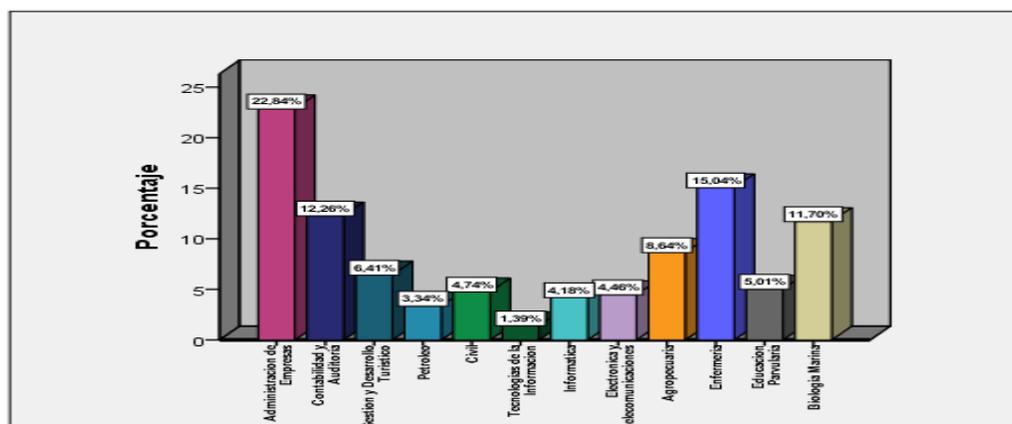
Tabla 7: Carrera de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Administración de Empresas	82	22,8
	Contabilidad y Auditoría	44	12,3
	Gestión y Desarrollo Turístico	23	6,4
	Petróleo	12	3,3
	Civil	17	4,7
	Tecnologías de la Información	5	1,4
	Informática	15	4,2
	Electrónica y telecomunicaciones	16	4,5
	Agropecuaria	31	8,6
	Enfermería	54	15,0
	Educación Parvulario	18	5,0
	Biología Marina	42	11,7
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 9: Carrera de los encuestados



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Según las encuestas la mayoría de los jóvenes forman parte de la carrera de administración de empresas por lo que es la carrera que más afluencia ha tenido durante la existencia de la misma seguida de la carrera de Enfermería. Se trató de abarcar todas las carreras para conocer la mayoría de opiniones según su nivel de estudio en el que se encuentren, también se tomó en cuenta que los encuestados fueran de distintos semestres, iban desde un cuarto, sexto, octavo semestre para de esta manera lograr una información más eficaz y verídica.

Datos informativos

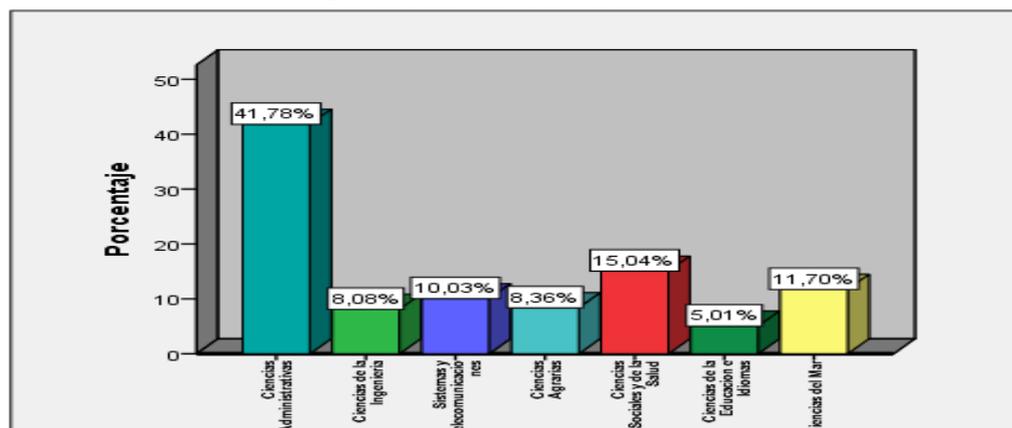
Tabla 8: Facultad encuestada

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Ciencias Administrativas	150	41,8
	Ciencias de la Ingeniería	29	8,1
	Sistemas y Telecomunicaciones	36	10,0
	Ciencias Agrarias	30	8,4
	Ciencias Sociales y de la Salud	54	15,0
	Ciencias de la Educación e Idiomas	18	5,0
	Ciencias del Mar	42	11,7
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 10: Facultad encuestada



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Según los resultados de las encuestas, se contó con la colaboración de los estudiantes de la facultad de ciencias administrativas. A pesar de que se logró abarcar la mayoría de las carreras, como se conoce existen facultades que cuentan con más de dos carreras, entre las cuales se detallan 7, la encuesta se realizó en 12 carreras, la mayor parte de los encuestados son de la facultad de ciencias administrativas por ser una de las más opcionadas por los estudiantes.

1. ¿Le brindan en su institución la opción de que genere un proyecto innovador de alguna materia?

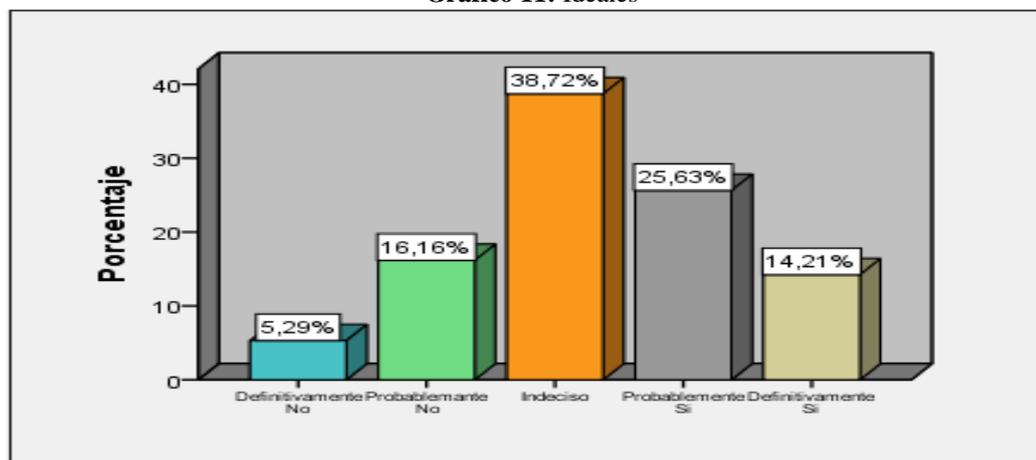
Tabla 9: Ideales

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente no	19	5,3
	Probablemente no	58	16,2
	Indeciso	139	38,7
	Probablemente si	92	25,6
	Definitivamente si	51	14,2
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 11: Ideales



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Con respecto a las encuestas el porcentaje máximo se encuentra en la opción neutral se deduce que en la mayoría de los cursos no se está brindando la oportunidad de que se realicen proyectos de innovación o de emprendimiento. Las mallas curriculares son tan estrictas que solo se basan en cumplir con la impartición de las materias que se establecen, es por esta razón que muchas veces no dan cabida para que los docentes puedan introducir temas o prácticas de innovación debido al tiempo establecido con el que cuentan para impartir las bases teóricas.

2. ¿Promueven los profesores la creatividad en sus clases?

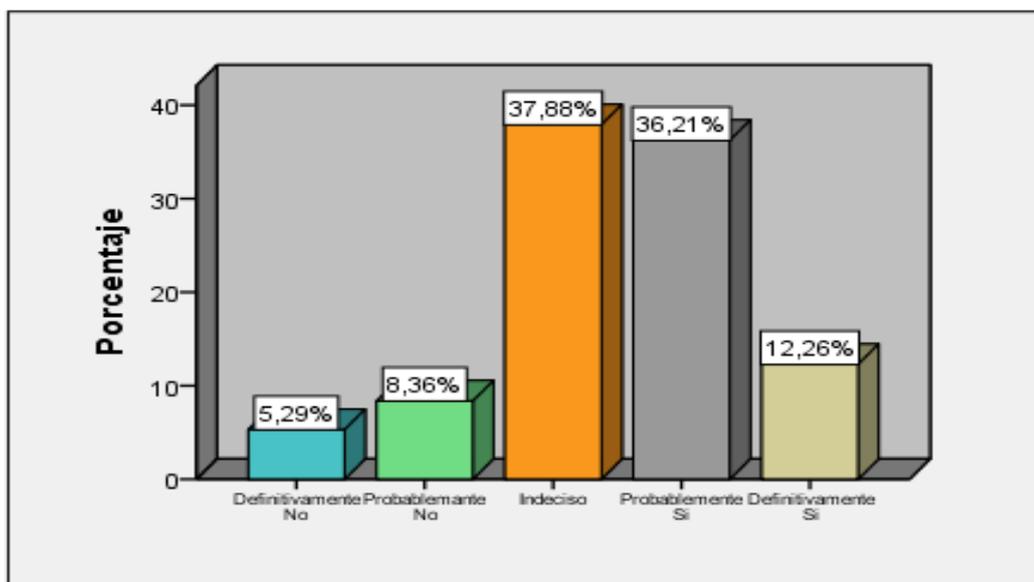
Tabla 10: Motivación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente No	19	5,3
	Probablemente No	30	8,4
	Indeciso	136	37,9
	Probablemente si	130	36,2
	Definitivamente Si	44	12,3
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 12: Motivación



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Los porcentajes máximos se encuentran entre la opinión intermedia, esto refiere que los docentes están tratando de buscar formas de creatividad para que los jóvenes puedan dejar fluir sus ideas. Como estudiante pude evidenciar que muchas veces los docentes no tratan de hablar sobre el tema de creatividad debido a que los estudiantes no lo toman en cuenta porque quizás piensan que es un tema de complicación que solo lo puede realizar personas capacitadas.

3. ¿Considera usted tener la suficiente capacidad para emprender?

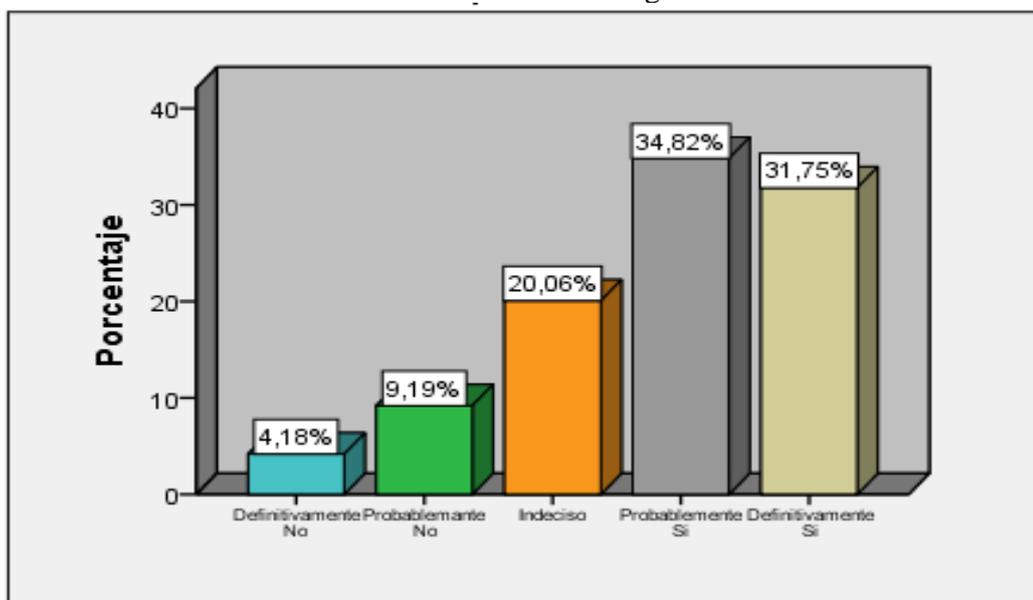
Tabla 11: Liderazgo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente No	15	4,2
	Probablemente No	33	9,2
	Indeciso	72	20,1
	Probablemente si	125	34,8
	Definitivamente Si	114	31,8
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 13: Liderazgo



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Los encuestados mencionaron tener la capacidad para emprender suficiente, la mayoría selecciono las opciones de acuerdo y totalmente de acuerdo, lo que es un factor importante que nos ayuda a deducir que los estudiantes de la UPSE están en condiciones de emprender. La mayor parte de los estudiantes cuentan con actitud positiva, para emprender un negocio a futuro para poner en práctica sus capacidades.

4. ¿Considera usted que la UPSE debería brindar asesorías de inversión para emprender?

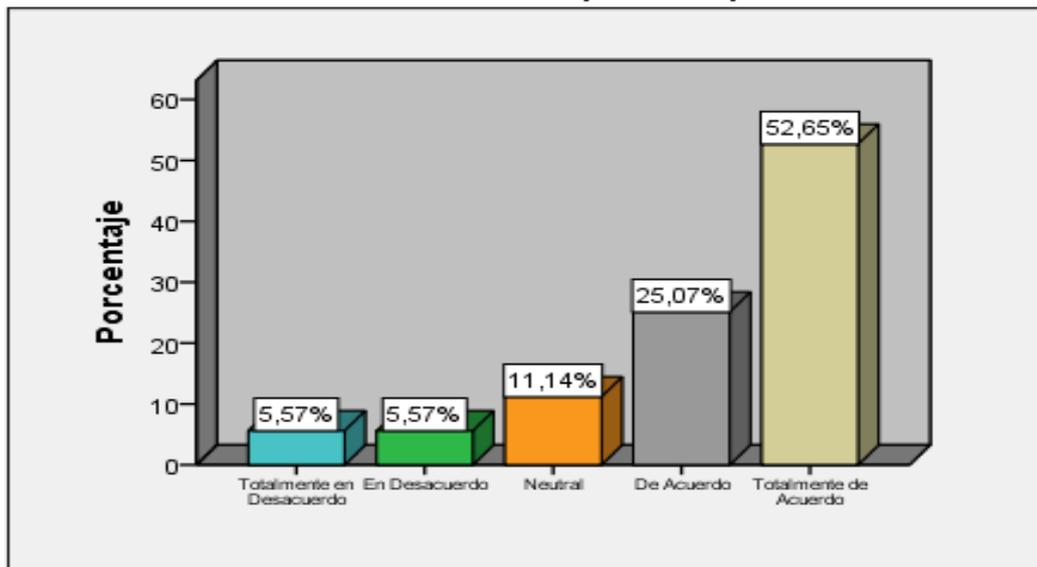
Tabla 12: Mentoría

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en Desacuerdo	20	5,6
	En Desacuerdo	20	5,6
	Neutral	40	11,1
	De Acuerdo	90	25,1
	Totalmente de Acuerdo	189	52,6
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 14: Mentoría



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

La mayor parte del porcentaje de los encuestados está totalmente de acuerdo en que se brinden asesorías para emprender, como se puede visualizar los resultados positivos son mayores, esto demuestra que debería realizarse este tipo de actividades en la institución. Las asesorías son importantes debido a que nos ayuda a conocer más sobre cómo llevar a cabo un emprendimiento eficiente.

5. ¿Considera usted que para desarrollar un emprendimiento se necesita una cantidad máxima de dinero?

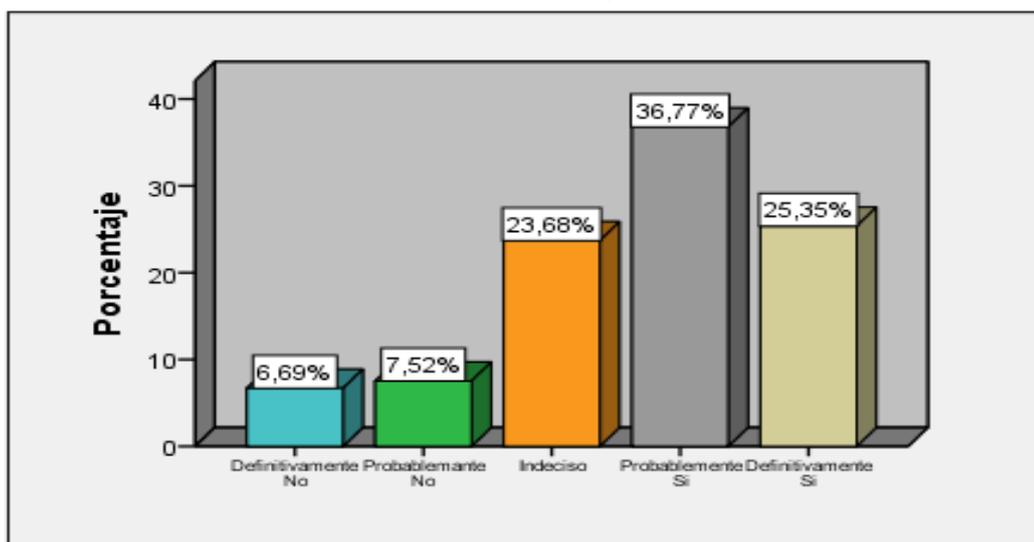
Tabla 13: Presupuesto

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente No	24	6,7
	Probablemente No	27	7,5
	Indeciso	85	23,7
	Probablemente si	132	36,8
	Definitivamente Si	91	25,3
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 15: Presupuesto



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

El resultado de las encuestas nos demuestra que los estudiantes consideran imprescindible contar con una cantidad de dinero que sustente los posibles gastos que se vayan a realizar al momento de emprender. Los resultados nos demuestran que los jóvenes para emprender requieren contar con un buen capital puesto que no están seguros de cuáles son las cosas más necesarias o importantes en las que deben gastar.

6. ¿Considera usted importante que los proyectos de emprendimientos sean publicitados por parte de la institución?

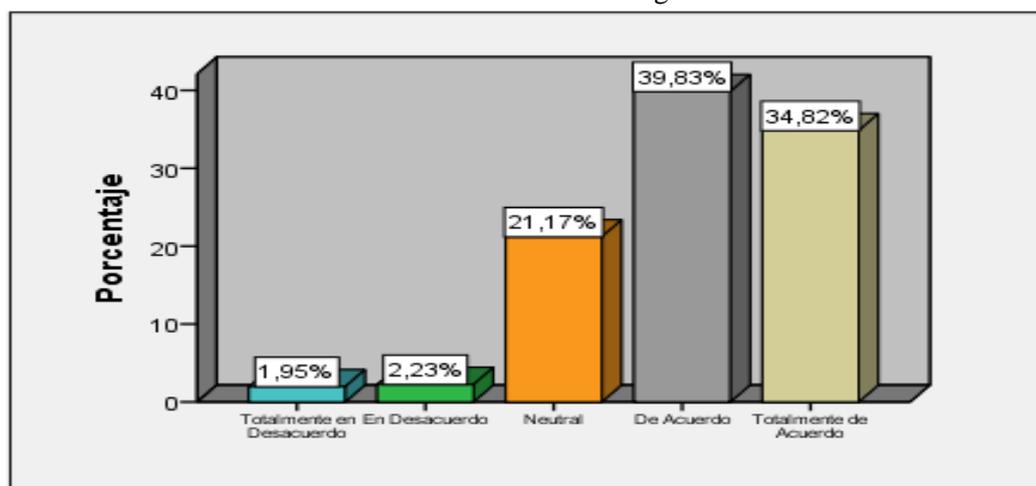
Tabla 14: Marketing

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en Desacuerdo	7	1,9
	En Desacuerdo	8	2,2
	Neutral	76	21,2
	De Acuerdo	143	39,8
	Totalmente de Acuerdo	125	34,8
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 16: Marketing



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Los resultados demuestran que es necesario que la institución difunda los emprendimientos, la opción neutral también tuvo su acogida en cuanto se deduce que los jóvenes están indecisos o les da igual si existe esta oportunidad. Los jóvenes consideran que si debe existir ese apoyo por parte de la institución de que se publiquen los proyectos al menos que si es un emprendimiento de servicios o productos los mismos tengan la opción de ser reconocidos por medio de la publicidad brindada por la universidad.

7. ¿Son publicados y expuestos los emprendimientos realizados en la institución?

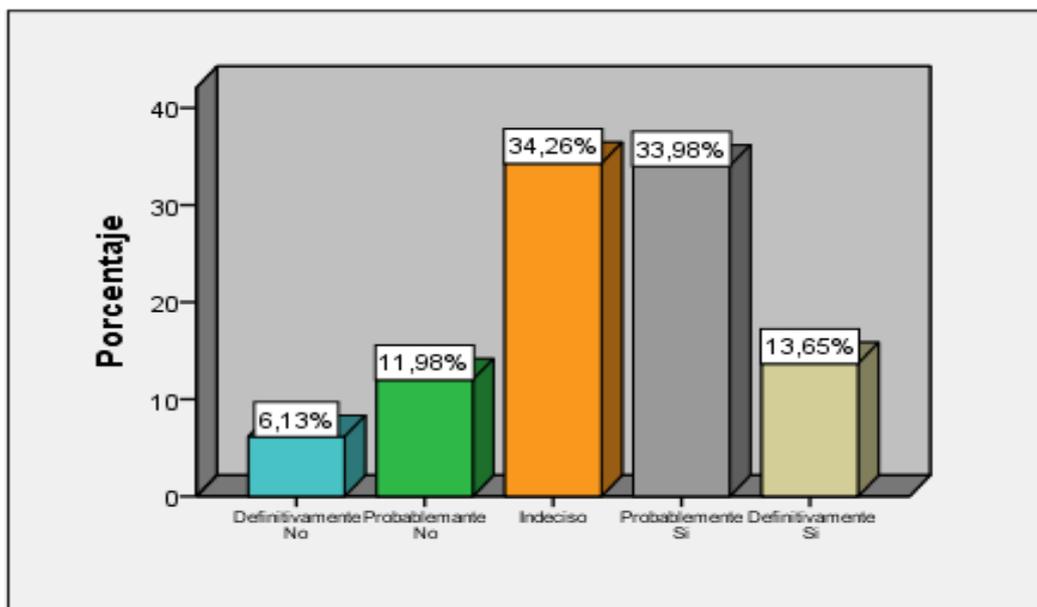
Tabla 15: Comunicación asertiva

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente No	22	6,1
	Probablemente No	43	12,0
	Indeciso	123	34,3
	Probablemente si	122	34,0
	Definitivamente Si	49	13,6
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 17: Comunicación asertiva



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

El resultado de las encuestas es que no conocen las publicidades sobre los proyectos, esto puede ocurrir por motivos de que no todos los estudiantes visitan las redes de la institución. Se puede deducir que los proyectos son expuestos en la institución ya sea en redes o por otros medios, pero la misma es limitada debido al sin número de anuncios que presenta la institución en sus páginas..

8. ¿Se encargan de comunicarle los docentes si existe un concurso de proyectos de emprendimientos?

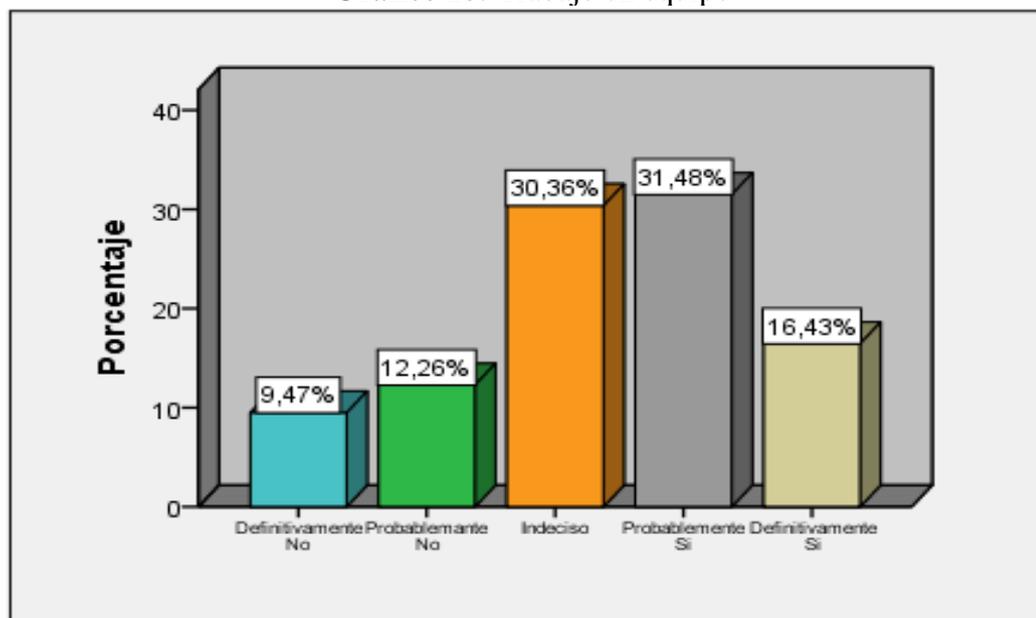
Tabla 16: Trabajo en equipo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente No	34	9,5
	Probablemente No	44	12,3
	Indeciso	109	30,4
	Probablemente si	113	31,5
	Definitivamente Si	59	16,4
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 18: Trabajo en equipo



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

La opción de acuerdo fue la más elegida, se evidencia que la comunicación es buena entre docente-estudiante para que los mismos se interesen más por el tema de emprender. Dentro de la institución si se comunica las actividades a desarrollar en especial las ferias que se imparten a fin de ciclo con el propósito de que los estudiantes visiten y se interesen por los temas expuestos.

9. ¿Considera que deben existir eventos para impulsar el potencial emprendedor?

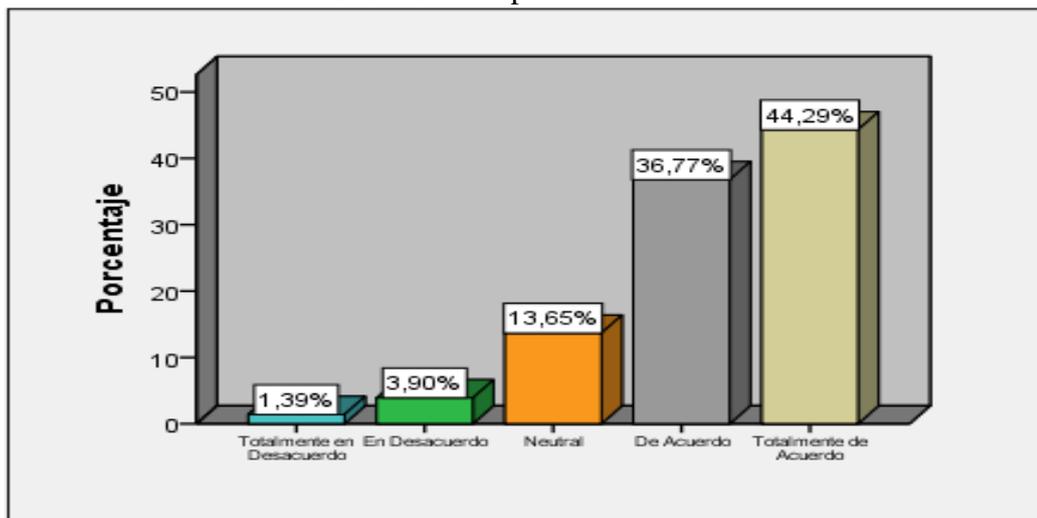
Tabla 17: Apertura al cambio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en Desacuerdo	5	1,4
	En Desacuerdo	14	3,9
	Neutral	49	13,6
	De Acuerdo	132	36,8
	Totalmente de Acuerdo	159	44,3
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 19: Apertura al cambio



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

La población encuestada está totalmente de acuerdo en que deben de existir eventos que motiven e impulsen el desarrollo de emprendimientos en los jóvenes, en cuanto a este resultado las autoridades deberían tratar de adoptar la realización de estas actividades. Para empezar, introduciendo estas actividades sería factible realizar concursos internos que involucren a todos los estudiantes que estén interesados.

10. ¿Considera importante que sus docentes hayan realizado proyectos de emprendimientos en su vida profesional?

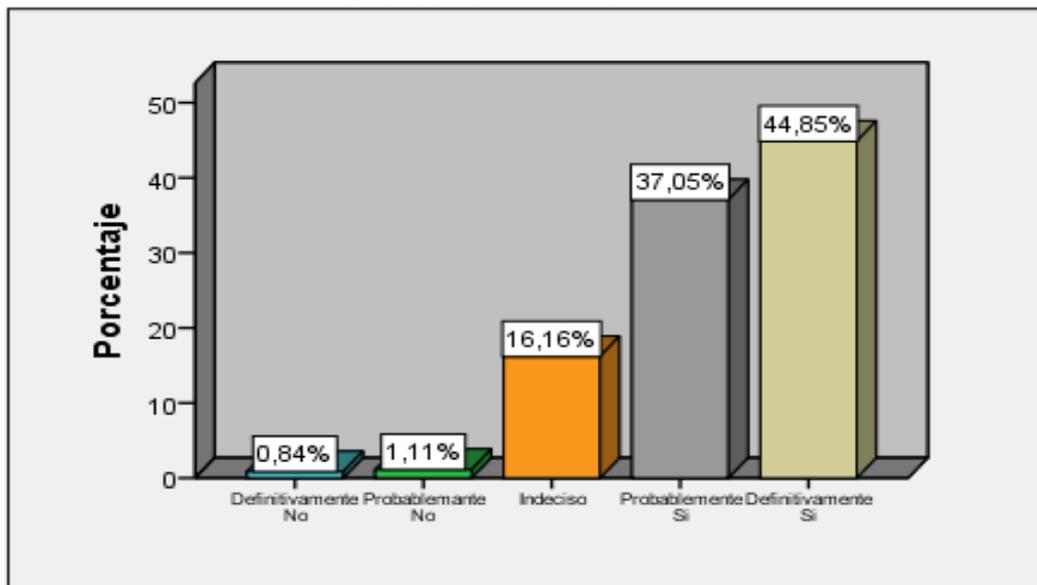
Tabla 18: Autorrealización

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente No	3	,8
	Probablemente No	4	1,1
	Indeciso	58	16,2
	Probablemente si	133	37,0
	Definitivamente Si	161	44,8
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 20: Autorrealización



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

El mayor porcentaje de los encuestados están totalmente de acuerdo y de acuerdo puesto que las actitudes de autorrealización influyen en los estudiantes de manera positiva. Si los docentes han realizado emprendimientos, a partir de sus experiencias podrán motivar a los estudiantes para que se mentalicen la idea de crear proyectos para empezar a realizarse profesionalmente e individualmente.

11. ¿Considera importante que la responsabilidad social debe ser primordial en los proyectos de emprendimiento?

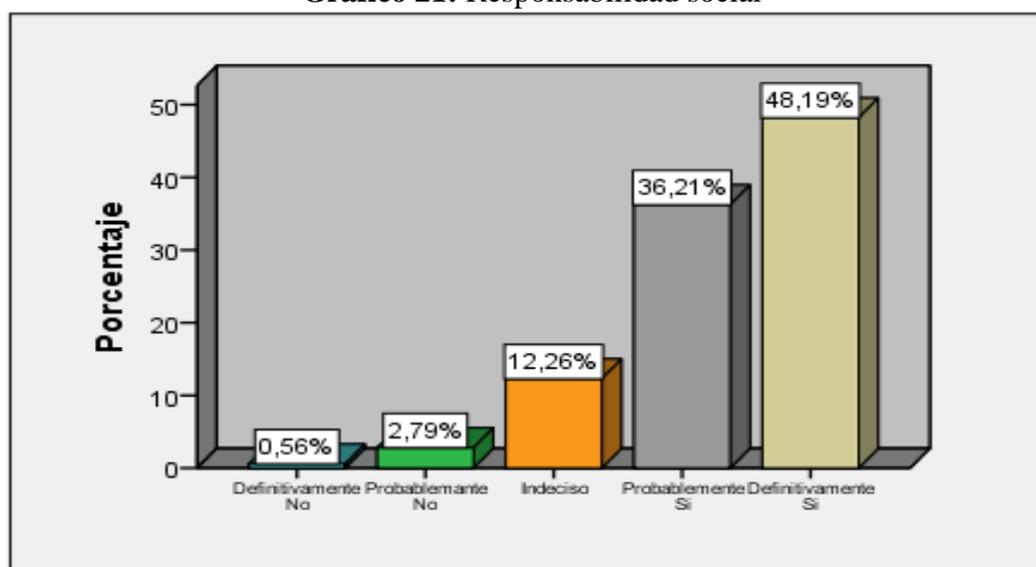
Tabla 19: Responsabilidad social

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente No	2	,6
	Probablemente No	10	2,8
	Indeciso	44	12,3
	Probablemente si	130	36,2
	Definitivamente Si	173	48,2
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 21: Responsabilidad social



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Un máximo porcentaje la población encuestada mencionó que si se debe introducir la responsabilidad al crear un proyecto para que el mismo genere beneficios sociales y personales. La aplicación de la responsabilidad social beneficia al entorno y a nosotros mismos como seres humanos, recalcando también que aún existen personas que solo buscan beneficios propios al momento de realizar proyectos.

12. ¿Considera de importancia las alianzas con los grupos de emprendimiento de la institución?

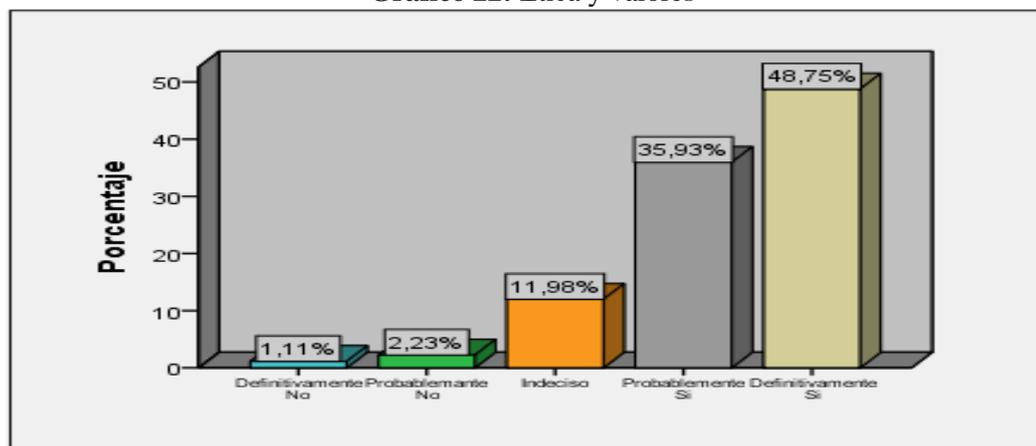
Tabla 20: Ética y valores

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente No	4	1,1
	Probablemente No	8	2,2
	Indeciso	43	12,0
	Probablemente si	129	35,9
	Definitivamente Si	175	48,7
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 22: Ética y valores



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

La población encuestada está totalmente de acuerdo en que debe existir vínculo con los emprendedores, de acuerdo al resultado la institución debería permitir espacios de vinculación con jóvenes que realicen estas actividades de emprendimiento. Estar vinculado con grupos que realicen actividades de emprendimiento siempre genera beneficios y uno de ellos podría ser el formar parte de un proyecto de emprendimiento aportando con los conocimientos que se tengan ya sea en el campo en el que se encuentra estudiando o demostrando las habilidades que posea.

13. ¿Crearía usted un emprendimiento a partir de los conocimientos obtenidos con la formación académica universitaria?

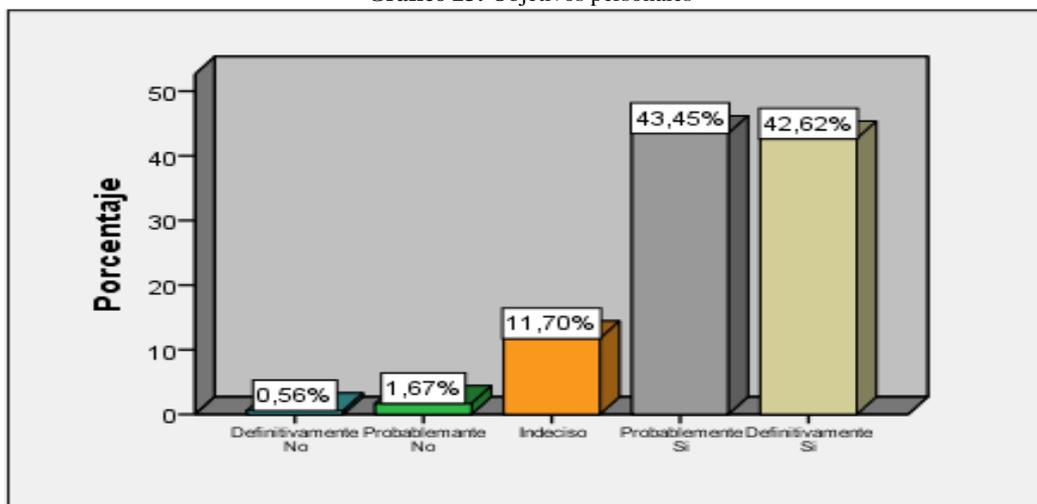
Tabla 21: Objetivos personales

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente No	2	,6
	Probablemente No	6	1,7
	Indeciso	42	11,7
	Probablemente si	156	43,5
	Definitivamente Si	153	42,6
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 23: Objetivos personales



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Los resultados indican que los jóvenes tienen una actitud positiva frente a sus capacidades de emprender, también existe un mínimo que esta neutro porque aún temen al fracaso de emprender por no tener bases específicas. En esta opción se puede concluir que debe ser de vital importancia realizar emprendimientos de acuerdo a los conocimientos adquiridos, como requisito principal al concluir con los estudios, debería tomarse en cuenta la realización de un emprendimiento como proyecto de grado, ejecutable que permita la introducción de los nuevos profesionales en el mercado laboral.

14. ¿Considera usted que un proyecto de emprendimiento le genera un desarrollo personal y beneficios económicos?

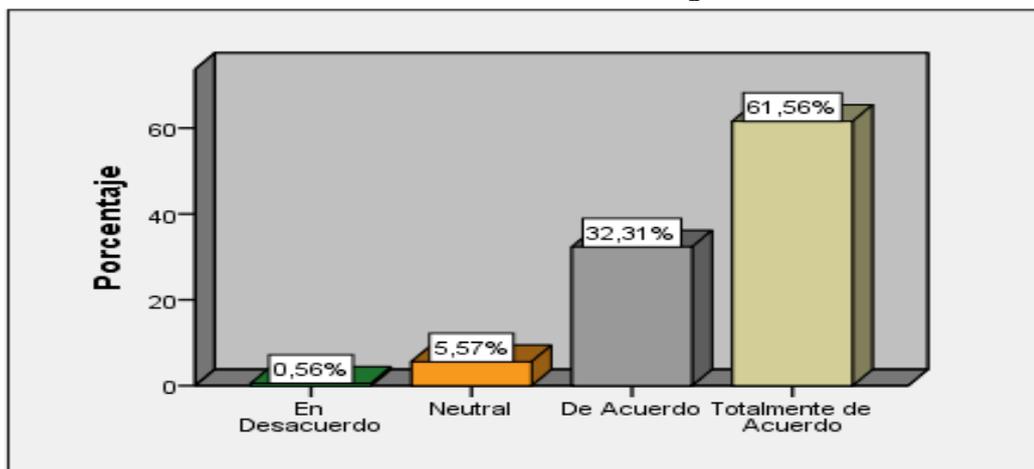
Tabla 22: Considerar riesgos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En Desacuerdo	2	,6
	Neutral	20	5,6
	De Acuerdo	116	32,3
	Totalmente de Acuerdo	221	61,6
	Total	359	100,0

Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Gráfico 24: Considerar riesgos



Fuente: Estudiantes de UPSE

Elaborado Por: Joseline Yoza Tomala

Según lo encuestados respondieron totalmente de acuerdo; que al emprender genera desarrollo personal de acuerdo a la satisfacción que se siente de autorrealización. Los jóvenes consideran que emprender es una forma de obtener desarrollo personal debido a que de esta manera cumplen con sus sueños, como por ejemplo tener sus propios negocios a partir de los conocimientos que poseen y esto está ligado con los beneficios económicos que también le generan porque tendrán una libertad financiera si se sabe manejar el tema de lo contable y rentable.

3.3 Limitaciones

Para el presente trabajo se encontró un poco de dificultad en la recolección de datos por medio de las entrevistas y encuestas, se tuvo que andar varios días para poder encontrar a las personas que se iba a entrevistar debido a que por sus funciones no se encontraban en sus labores normales y nos pedían volver otro día, o estaban en capacitaciones o reuniones que nos impedían el encuentro y algunos de los docentes nos pedían que volviéramos en otro horario porque su agenda en el día estaba muy copada. Por parte de los estudiantes se encontraron muchas veces en proceso de evaluaciones y no permitían pasar a realizar las encuestas o pedían que se volviera en otro momento y luego no se daba la apertura necesaria para realizar las encuestas.

En cuanto a los instrumentos de recolección de datos no se tuvo inconvenientes en la comprensión puesto que al momento de entrevistar a cada persona se le explicaba de mejor manera y ellos comprendían la literatura utilizada sin ningún inconveniente, con respecto a la encuesta existieron ciertas dudas en cuanto algunos términos, pero se tuvo la mayor predisposición al momento de explicarle a los estudiantes se satisficieron todas las dudas que ellos tenían.

Al momento de pedir información en los departamentos de vicerrectorado se pudo evidenciar que los trámites se deben realizar con anticipación de dos semanas puesto que, por sus ocupaciones, las autoridades principales muchas veces no tienen tiempo de revisar los requerimientos que realizan los estudiantes. Y decían que vuelvan al siguiente día porque aún no se había podido concretar la información requerida.

3.4 Resultados

3.4.1 Entrevista

Como resultado de nuestras entrevistas podemos destacar puntos importantes como que no existen capacitaciones de emprendimientos que motiven a los estudiantes a interesarse más por el tema, los estudiantes tampoco toman asunto por el tema debido a que no todos manejan el tema de emprendimiento porque no conocen la materia de emprendimiento debido a que esta solo se imparte en la carrera de administración de empresas.

Los docentes mencionaron que debería ser primordial modificar la malla para que en todas las carreras se dicte emprendimiento debido a que puntualizaron un tema de mucha importancia el cual es que las diferentes capacidades se podrían mezclar en grupos organizados para realizar proyectos completos que introduzcan todos los conocimientos en ciencias administrativas, biología y tecnología por toda la universidad y esto daría resultados fabulosos como proyectos de mucho interés y que podrían ser reconocidos en otros lugares.

En el tema de motivación se pudo concretar que los docentes que imparten la cátedra de emprendimiento realizan su labor de motivar a los estudiantes, pero existen personas que por sus actitudes negativas no toman en cuenta los conocimientos que se les está impartiendo, esto también es un factor relevante que impide que ellos se animen a realizar un proyecto de emprendimiento por actitudes negativas o temor al fracaso además de las limitaciones que ellos se crean en la mente porque no intentan salir de su zona de confort para conocer y practicar cosas nuevas que le ayudaran en un futuro.

3.4.2 Encuesta

Con los resultados de la encuesta se puede decir que los estudiantes poseen actitudes positivas para emprender en un proyecto, aunque los limita la falta de recursos y ciertas bases en lo que se refiere al campo numérico como podrían ser las inversiones o la rentabilidad de un negocio. También se pudo evidenciar mediante la recolección de información que los docentes no permiten muchas veces que los estudiantes pongan a fluir sus ideas creativas, sino que los limitan a poner en práctica la teoría que se les enseña.

Otro punto relevante es que los docentes no imparten comentarios sobre sus experiencias de realizar proyectos de emprendimiento personales porque muchos de ellos no han realizado emprendimiento en sus vidas profesionales solo se limitan a cumplir con una malla y un rol que se le asigna por parte de la institución y cumplen con sus horas de clases sin importar que los jóvenes muchas veces se quedan con dudas.

La falta de eventos, talleres y concursos de emprendimiento son limitantes para que los jóvenes desarrollen emprendimientos debido a que ellos encuentran la motivación necesaria por ciertos factores como podrían ser que ellos no conocen las necesidades que existen en el entorno que nos encontramos porque no realizan investigaciones de campo y solo se está mentalizado a cumplir con el rol de estudiante dentro de las aulas de clases que buscan terminar la formación académica en sus diferentes áreas de conocimientos y conseguir un trabajo rentable y beneficioso, pero esto podría cambiar si se dieran paso al desarrollo de este tipo de actividades.

3.5 Propuesta

Plan de transferencia de conocimientos motivacionales que fomenten la ejecución de emprendimientos innovadores en los jóvenes estudiantes de la UPSE.

3.5.1 Presentación.

El emprendimiento universitario en la actualidad es de vital importancia, debido a que refleja los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación académica, es por esta razón que en las universidades se está tratando de introducir el emprendimiento con la finalidad de que las IES formen jóvenes emprendedores capacitados para constituir sus propios negocios.

A través de la investigación realizada se pudo determinar que en la UPSE los estudiantes no cuentan con las bases de conocimientos teóricos sobre cómo desarrollar un emprendimiento, es por esta razón que los jóvenes de la institución no emprenden o buscan algún medio para crear y desarrollar proyectos de emprendimiento o innovación.

Con los resultados obtenidos se pretende crear un plan que beneficie a los jóvenes fomentando el emprendimiento e introduciendo la motivación ya que es un factor principal que contribuye con el desarrollo del mismo, y al mismo tiempo les ayuda a generar éxito en sus proyectos. (Sastre, 2013). Para esta propuesta se ha tomado como referencia los trabajos y libros de los siguientes autores, (Wilches & Cuesta, 2016), (Cerquera & Hernandez, 2017), (Alcazar, 2013) del cual tomamos las pautas para el desarrollo de los temas específicos que se impartirán en las capacitaciones.

3.5.2 Misión, Visión y Valores

Misión

Impartir capacitaciones a los jóvenes universitarios, con el fin de que obtengan conocimientos actualizados sobre como emprender y a su vez se motiven a partir de las charlas y talleres, logrando que los mismos desarrollen una cultura de emprendimiento universitario elevando su potencial y desarrollo personal.

Visión

Ser una universidad con jóvenes capacitados en emprendimiento, con habilidades en el desarrollo de sus propios proyectos personales motivados y comprometidos ante una sociedad cambiante que le permita un alto reconocimiento a la institución.

Valores

- Responsabilidad
- Igualdad
- Competitividad
- Perseverancia
- Democracia
- Confianza
- Compromiso
- Humildad
- Gratitud
- Respeto
- Solidaridad

3.5.3 Objetivos de plan de capacitación

3.5.3.1 Objetivo General

Orientar a los jóvenes a través de las capacitaciones y el desarrollo de los talleres prácticos motivacionales para fomentar la cultura de emprendimiento universitario.

3.5.3.2 Objetivos específicos

- Permitir que los jóvenes desarrollen sus capacidades de liderazgo para emprender.
- Brindar capacitaciones con contenidos específicos de administración, contables y marketing como base fundamental para emprender.
- Desarrollar talleres prácticos con la finalidad de que el aprendizaje pueda ser aplicado en la vida cotidiana.

3.5.4 Estrategias

- Aplicar técnicas de motivación que ayuden a cumplir con el objetivo.
- Impulsar el emprendimiento a partir de la realización de talleres prácticos.
- Capacitar a los jóvenes con fines de desarrollo personal.
- Desarrollar programas de capacitaciones en distintas áreas de conocimientos.

3.5.5 Alcance

El presente plan motivacional está dirigido a todos los jóvenes universitarios con la finalidad de fomentar el desarrollo emprendedor y desarrollo personal.

3.5.6 Desarrollo

Tabla 23 Contenido de Capacitaciones

	Unidad	Objetivos	Temas	Actividades
CONTENIDO DE CAPACITACIONES	Características del emprendedor	Conocer las aptitudes que posee un emprendedor.	<ul style="list-style-type: none"> • Cualidades de un emprendedor • Aptitudes y habilidades de un emprendedor • Como se forma un emprendedor 	Caso: Bill Gate, Luis Noboa Naranjo
	Como generar una idea de negocio	Generar una idea de negocio futura con el fin de ponerla en práctica.	<ul style="list-style-type: none"> • Que es una idea de negocio. • Lluvia de ideas. • Generar una idea a partir de las necesidades. 	Los participantes tendrán que escribir y exponer sus ideas de negocios con la finalidad de que se haya comprendido los conceptos.
	Conceptos básicos de empresa.	Reconocer que tipo de empresa es favorable crear en base a mi proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de empresas • Como se constituyen las empresas • Tipos de empresas 	Breve exposición de tipos de empresas, cual elegirían y el porqué.
	Como crear un plan de negocios	Crear el plan de negocios para empezar con mi proyecto futuro.	<ul style="list-style-type: none"> • Que es un plan de negocios. • Importancia de un plan de negocios • Estructura del plan de negocios 	Realizar un plan de negocios basado en su idea de negocio.
	Realizar un estudio de mercado	Analizar el mercado al cual me puedo enfrentar con mi proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> • Que es un estudio de mercado • Importancia de un estudio de mercado • Pasos para realizar un estudio de mercado 	Taller práctico: estudio de mercado aplicado a su idea de negocio
	Marketing	Realizar una correcta promoción de mi producto utilizando las herramientas de marketing.	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción del producto • Como aplicar el marketing en tu idea de negocio • Utilizar redes sociales para lanzar mi producto o servicio • Clientes potenciales • Las 5P del marketing 	Breve exposición del producto, que medios utilizaría para lanzar el producto al mercado.
	Conceptos contables	Conocer los rubros contables que debo aplicar en mi proyecto para no tener pérdidas.	<ul style="list-style-type: none"> • Estimación de costos • Como elaborar un presupuesto • Inventarios • Estimación de gastos 	Realizar un ejercicio sobre los temas dictados para evaluar el conocimiento aprendido durante el módulo.
	Finanzas	Conseguir una financiación que me ayude a tener éxito y utilidades para mis socios.	<ul style="list-style-type: none"> • Como conseguir financiación para tu proyecto. • Entidades que brindan apoyo para emprendedores • Rentabilidad 	Listar las entidades que brindan apoyo a emprendedores.

Fuente: El libro de los emprendedores.

Elaborado por: Joseline Yoza T.

Tabla 24 Contenido de Talleres

CONTENIDO DE TALLERES	Unidad	Objetivos	Temas	Actividades
	Motivación	Lograr que los participantes se motiven personalmente.	<ul style="list-style-type: none"> • Que es la motivación • Tipos de motivación • Como sentirse motivado 	<p>Objetivo: mostrar al público que la motivación siempre es interna, pero depende de los incentivos externos para realizar ciertas actividades.</p> <p>Duración: 10 minutos</p>
	Valores	Reconocer los valores que todo emprendedor debe poseer.	<ul style="list-style-type: none"> • Que son los valores • La confianza • La responsabilidad • Valentía • Compromiso • Aptitud • Pasión 	<p>Materiales: billetes o monedas sujetos con cinta debajo de las sillas en las que se encuentren.</p> <p>Desarrollo:</p> <p>Para empezar, debe dar una breve introducción sobre la motivación al grupo, añadir un ejemplo como el siguiente: que levante la mano derecha, luego de que lo hayan hecho pregunte porque lo hicieron.</p>
	Creatividad	Lograr que los participantes muestren sus habilidades de creatividad desarrollando actividades en clases.	<ul style="list-style-type: none"> • Como ser creativos • Promover la creatividad 	<p>Según las respuestas que desee obtener concluyan pidiendo que se pongan de pie y levanten las sillas, tal vez nadie lo haga, continúe diciendo que hay billetes y monedas, de seguro un curioso lo hará y así sucesivamente le seguirán.</p> <p>A continuación, realice las siguientes preguntas:</p> <p>¿Los motivó el dinero? Señale que muchas veces el dinero no actúa como motivador</p> <p>¿Cuál es la única forma de motivar? Concluya que la única forma de motivar es hacer que la otra persona lo desee.</p> <p>Como conclusión tendrá que dar una pequeña reflexión sobre el taller para explicar y dejar por entendido el tema de motivación.</p>
	Liderazgo	Aprender a ser un líder frente a las situaciones personales.	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Aptitudes del líder • Tipos de líder 	<p>Objetivo: identificar roles de liderazgo, estimular el trabajo en equipo.</p> <p>Duración: 40 minutos</p> <p>Materiales: hojas y lápices.</p> <p>Desarrollo:</p>
Coaching	Lograr ser un buen coach de emprendimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Que es el coaching • Como llegar a ser un buen coachee 	<p>Se dividirá el grupo en parejas, tratando de que trabajen entre personas que no se conozcan.</p> <p>Se le repartirá una hoja y un papel por cada pareja, y se pedirá absoluto silencio al realizar el trabajo.</p> <p>La tarea consiste en dibujar una casa, un perro y un árbol. Con el mismo lápiz y en la misma hoja. Las parejas tendrán sus manos en el mismo lápiz una sobre otra. Ellos deciden como acomodarse.</p> <p>Los dibujos al final de la tarea serán expuestos y se vota por el mejor dibujo dando un puntaje mínimo como incentivo.</p> <p>Al final se da una pequeña reflexión sobre cómo se puede aplicar este aprendizaje en su vida cotidiana.</p>	

Fuente: Liderazgo Emprendedor 5

Elaborado por: Joseline Yoza T.

3.5.7 Presupuesto

Tabla 25 Presupuesto Del Plan De Capacitación Motivacional

Descripción	Cantidad	C. unitario	C. total
Capacitadores	4	\$ 1.000,00	\$ 4.000,00
Sueldo del coordinador	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Impresiones	500	\$ 0,10	\$ 50,00
Copias	500	\$ 0,05	\$ 25,00
Esferos	500	\$ 0,25	\$ 125,00
Carpetas	500	\$ 0,25	\$ 125,00
Resma de hojas A4	6	\$ 3,50	\$ 21,00
Caja de marcadores de pizarra	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Refrigerio	1000	\$ 5.50	\$ 5.500,00
Total			\$ 10.302,00

Fuente:

Elaborado por: Joseline Yoza T.

3.5.8 Cronograma

Tabla 26 Cronograma Del Plan De Capacitación Motivacional

	ENERO 2020	FEB 2020	MAR 2020	ABR 2020	MAY 2020	JUN 2020
ACTIVIDADES						
INSCRIPCIONES DE LOS INTERESADOS						
ORGANIZACIÓN CON EL COORDINADOR						
APERTURA DEL PROGRAMA DE CAPACITACIONES						
DIVISION DE LOS PARTICIPANTES EN GRUPOS						
PRESENTACION POR AULA						
INICIO DE LA ACTIVIDADES						
INICIO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIONES POR AULA						
PROGRAMA DE TALLERES						
PROGRAMA DE TERMINACION DE PLAN MOTIVACIONAL						

Fuente:

Elaborado por: Joseline Yoza T.

Conclusiones

- Los jóvenes cuentan con una mentalidad abierta en referencia a los temas de emprendimiento, debido a que ellos consideran que el realizar proyectos de esta índole les brinda la capacidad de resolución de problemas en su entorno y llegan a sentirse autorrealizados como ser humano.
- Los jóvenes buscan emprender proyectos con la finalidad de obtener un ingreso propio debido a que muchas veces no les alcanza su mesada además de que el realizar un proyecto de emprendimiento o innovación les genera beneficios de desarrollo personal, social, educativo y económico.
- Actualmente la institución realiza actividades de casas abiertas en la carrera de administración de empresas en las que exponen los diferentes proyectos de emprendimiento, pero esto solo se realiza en fechas de interés y los estudiantes lo realizan como requisito académico, los estudiantes universitarios consideran que deben existir eventos que respalden los proyectos de emprendimiento dentro de la universidad y establecer nexos con instituciones que puedan financiar los mismos.
- La universidad actualmente no brinda ningún curso o capacitación acerca de emprendimiento, actualmente en las mallas curriculares se puede evidenciar que aún no se ha incluido la cátedra de emprendimiento en todas las facultades, es por esta razón que debe implementarse un plan de transferencia de conocimientos para que los jóvenes tengan bases teóricas y prácticas al momento de generar un emprendimiento innovador.

Recomendaciones

- ✓ Deberían existir nexos con instituciones dedicadas a la coordinación de proyectos de emprendimiento e innovación para que los jóvenes apliquen sus habilidades y sus ganas de desarrollar proyectos que beneficien al entorno y les permita obtener un desarrollo sustentable.
- ✓ Los jóvenes que ya se gradúan en la Universidad deben al menos realizar un proyecto de emprendimiento como requisito fundamental con apoyo de la institución que se ejecuten en la práctica y sean reconocidos con lo cual se genera beneficio social como profesional y a su vez se brinda oportunidades de desarrollo en la sociedad ya sean estas profesionales o laborales.
- ✓ Se debe promover más eventos de exposiciones y congresos sobre innovación y emprendimiento necesariamente para que los jóvenes se entusiasmen al desarrollo de proyectos y se preparen no solo para beneficio en su vida cotidiana sino también sea un beneficio para la institución por brindar estos espacios.
- ✓ Se debe implementar los seminarios talleres de transferencia de conocimientos teóricos y prácticos trimestralmente o semestralmente a bajos costos con la finalidad de beneficiar a todos los estudiantes universitarios para el desarrollo de sus capacidades a partir de los conocimientos brindados en la institución, independientemente de la carrera que estén estudiando, recordando que todos son capaces de generar proyectos de éxito.

Bibliografía

- Alcazar, P. (2013). *El libro de los emprendedores*. Barcelona: Centro Libros PAPE.
- Alvarez, L. (2016). *UF2392- plan de marketing empresarial*. Madrid: PARANINFO.
- Amdani, Y. (02 de 05 de 2017). *E & N*. Obtenido de E & N : <https://www.estrategiaynegocios.net/opinion/1067395-345/la-responsabilidad-social-un-compromiso-de-todos>
- Arcia, M. (03 de 07 de 2018). *Entrepreneur*. Obtenido de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/316206>
- Arroyo, L., Huertas, P., Peirano, C., & Perez, M. (2014). Habilidades del pensamiento y el aprendizaje significativo en matematica de escolares de quinto grado en costa rica. "*Actualidades Investigativas en Educacion*", 3-5.
- Arroyo, M. R. (2014). *Análisis del emprendedor potencial: Integración de factores socio-demográficos, cognitivos y relacionales*.
- Bachrach, E. (2014). *EnCambio: Aprendé a modificar tu cerebro para cambiar tu vida y sentirte mejor*. Argentina: Penguin Random House.
- Baena, G. (02 de 05 de 2014). *Mireles: espacio educativo*. Obtenido de Mireles: espacio educativo: <http://mirelesespacioeducativo.blogspot.com/2014/05/tecnicas-de-investigacion-de-campo.html>
- Cabana, R., Cortes, I., Plaza, D., Castillo, ,, & Alvarez, A. (2013). Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. *Journal of Technology Management & Innovation*.
- Caldas, M. E., Gregorio, A., & Hidalgo, M. L. (2016). *Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial 4º ESO (LOMCE)*. España: Editex.
- Caldas, M. E., Murias, M. I., & Gregorio, A. (2015). *Iniciacion a la actividad emprendedora y empresarial 3º ESO (LOMCE)*. España: Editex.
- Calle, I. (20 de Noviembre de 2013). *FARO DE VIGO*. Obtenido de FARO DE VIGO: <https://www.farodevigo.es/opinion/2013/11/20/relaciones-interpersonales/917593.html>

- Campomanes, E., & Diaz, L. (2015). *Ética Empresarial*. España: Centro de estudios Ramon Aceres.
- Cano, J. (2016). *Emprendedores: La aventura de crear tu propio camino 2º EDICION*. IT CAMPUS ACADEMY: Cano.
- Ccama, S. M. (03 de 02 de 2017). *Repositorio institucional Una - Puno*. Obtenido de Repositorio institucional Una - Puno:
<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/4549>
- Cerquera, A., & Hernandez, J. (2 de Octubre de 2017). Capacitación en conocimientos básicos de emprendimiento empresarial, administrativos y contables para los jóvenes de la Corporación Sigue Mis Huellas. Bogota , Bogota, Colombia.
- Cicap, B. (29 de Junio de 2017). *articulos blog cicap*. Obtenido de articulos blog cicap: <http://www.cicap.ucr.ac.cr/web/adaptacion-al-cambio-una-competencia-necesaria-crecer-profesionalmente/>
- Cisneros, A. (2013). *Neuromarketing y neuroeconomia segunda edicion*. Bogota: Ecoe.
- Conangla, M. (2014). *Crisis emocionales*. Barcelona: AMAT.
- Cosme, J. (2018). *Liderazgo*. España: Elearning S.L.
- De Gea, M. (22 de 01 de 2019). *Unicaja Banco*. Obtenido de Unicaja Banco:
<https://www.unicajabanco.es/es/blog/economia-y-empresa/2019/Enero/la-importancia-de-la-rentabilidad-en-las-finanzas-personales-y-e>
- De Marco, M. J. (2018). *La via rapida del millonario*. Málaga: SIRIO, S.A.
- De Polanco, B. (2018). *7 Pasos Para Ser Libre y Feliz*. EEUU: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Del rio, D. (2013). *Diccionario - glosario de metodologia de la investigacion social*. Madrid: Universidad Nacional de Educacion a Distancia.
- Diaz, R. (2014). *Neuromarketing*. Lima: Macro eirl.
- Dugan, C. (2013). *De la pobreza a la riqueza (From Rags to Riches)*. Westminster: Teacher created maerials.
- Escudero, M. E. (2014). *El marketing en la empresa*. Madrid: EDITEX.

- Espae, E. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017*. GUAYAQUIL: Espol.
- Fassio, A. (2016). *Apuntes para desarrollar una investigación en el campo de la administración y el análisis organizacional*. Buenos Aires: Eudeba.
- Feliu, S., & Ortega y Gasset, J. (2013). *José Ortega y Gasset. Leyendo «Meditación de la técnica»*. València: Universitat de València.
- Fernandez, F. (2016). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. La Rioja: TUTOR FORMACION.
- Fernandez, M. (2015). *UF0346 - Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. España: Paraninfo S.A.
- Ferrandiz, A., Lafuente, N., & Loredó, C. (2014). *Lecturas de historia de la psicología*. Madrid: UNED.
- Gardetti, M. A. (2017). *Textiles y moda ¿que es ser sustentable?* Buenos Aires: Lid editorial empresarial.
- Gomez, R. (2013). *Vicio, virtud e hipocresía*. Madrid: Rialp, S. A.
- Grinberg, R. (2014). *La estrategia del ojo de tigre*. España: Libros de cabecera.
- Guameros, I. (2014). *Más competitivas que pequeñas*. Mexico: PATRIA S.A.
- Jimenez, J. (13 de Enero de 2019). *Desarrollo personal*. Obtenido de Desarrollo personal: <https://poderpersonalmexico.com/como-lograr-tus-metas.html>
- José, T. (2015). *Los líderes aprenden a pensar antes de tomar decisiones eficaces y productivas*. CHILE: SMASHWORDS.
- Larraz, N. (2015). *Desarrollo de las habilidades creativas y metacognitivas en la educación secundaria obligatoria*. Madrid: Dykinson, S.L.
- Lasio, V. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor*. GUAYAQUIL: Espae.
- Leiva, J. C. (2017). *Los emprendedores y la creación de empresas*. Costa Rica: Tecnología de CR.
- Lopez, C. D. (2018). *Emprendimiento universitario*. Monterrey: Digital tecnologico de Monterrey.

- Lopez, G. (9 de Agosto de 2016). *Slow Fashion Next*. Obtenido de Slow Fashion Next: <https://www.slowfashionnext.com/blog/2016/08/09/estudio-mercado-necesario/>
- Lopez, L. (2015). *77 Claves de Comunicación Asertiva*. Orlando: Eliprovex.
- Loureiro, M. (2015). *Investigacion y recogida de informacion de mercados*. Vigo: Ideas propias.
- Martinez, M. (2013). *EL PODER DE LA MOTIVACION: Vivir inspirado en tiempos de cambio*. Paris: maria-martinez-olivares.blogspot.com, 2013.
- Mateus, S. (6 de Septiembre de 2013). *El tiempo blogs*. Obtenido de El tiempo blogs: <http://blogs.eltiempo.com/liderazgo-arriba/2013/09/06/responsabilidad-social-individual-un-tema-de-todos/>
- Mir Juliá, J. (2017). *Categorizar: el arte de crear y expandir categorías*. Barcelona: Libros de cabecera.
- Montañez, B. (13 de Abril de 2016). *Prezi*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/an3dikyayqln/concepto-y-caracteristicas-de-la-cienciametodo-y-tecnica/>
- Moreno, K. A. (01 de Abril de 2015). *El Empendimiento Universitario Sustentado en la Responsabilidad Social*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Nicuesa, M. (19 de Noviembre de 2018). *Psicologia-online*. Obtenido de Psicologia-online: <https://www.psicologia-online.com/plan-de-desarrollo-personal-que-es-y-como-hacerlo-4240.html>
- Ojeda, P. (2013). *El abc de la consultoria*. EEUU: Palibrio.
- Ortiz, E. (2013). Epistemología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa: Paradigmas y Objetivos. *Revista de Claseshistoria*, 11-16.
- Ortiz, J. (2016). *Gestion financiera*. España: Editex.
- Pacheco, C., & Perez, G. (2018). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Mexico: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Pelayo, J., & Rodriguez, F. (2015). *Iniciacion a la actividad emprendedora y empresarial*. España: Paraninfo S.A.
- Prieto, A., Diaz, D., & Raul, S. (2014). *Metodologias Inductivas*. Barcelona: Oceano S.L.U.

- Quintero, G. (2016). *La mentoría en el proceso de enseñanza-aprendizaje*. Bogota: Universidad del Rosario.
- Rojas, C. (2014). *Una vision diferente para vivir en la modernidad*. EEUU: Palibrio.
- Romero, V. (14 de 12 de 2017). *Ruiz- HEALY TIMES*. Obtenido de Ruiz - HEALY TIMES: <https://www.ruizhealytimes.com/economia-y-negocios/etica-y-valores-empresariales>
- Ruiz, M., Fuentes, M., & Ruiz, J. (2014). Analisis del emprendedor potencial: Integracion de factores socio-demograficos, cognitivos y relacionales. *Agrupacion Joven Iberoamerica de Contabilidad y Administracion de Empresas (AJOICA)*, 37-51.
- Sabater, V. (12 de Diciembre de 2018). *La mente es maravillosa*. Obtenido de La mente es maravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/la-teoria-de-la-autorealizacion-la-clave-del-potencial-humano/>
- Sanchez, S. A. (08 de Enero de 2017). *Deposit digital de documents de la Uab*. Obtenido de Deposit digital de documents de la Uab: https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2017/hdl_10803_403765/sasd1de1.pdf
- Sastre, R. (2013). La motiacion emprendedora y los factores que contribuyen con el exito de emprendimiento. *Ciendcias Administrativas FCE-UNLP*, 4-8.
- Stamateas, B. (2017). *Calma emocional*. Vergara: PENGUIN RANDOM HOUSE.
- Taub, L. (2013). *La mente oculta*. Madrid: EDAF.
- Tracy, B. (2015). *Liderazgo*. EEUU: Grupo nelson.
- Valle, A. (2015). *Estrategias para el Uso de un CRM*. España: IT Campus Academy.
- Vazquez, J. A. (2015). *El emprendimiento empresarial*. EEUU: IT Campus Academy.
- Velazquez, L. (2018). *Las trece claves del desarrollo personal integral*. España: Samarcanda.
- Viciano, A. (2014). *Tecnicas de venta. COMVOIO8*. Malaga: IC editorial.

Wallace, R. (27 de Diciembre de 2018). *Entrepreneur*. Obtenido de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/274103>

Wilches, Y., & Cuesta, L. (22 de Mayo de 2016). Programa de capacitacion basica en emprendimiento para la fundacion niños, jovenes, adultos, afros y raizales FUNJAR. Bogota, Bogota, Colombia.

William, J. (2016). *Los ideales de la vida*. Cambridge: Greenbooks.

ΑΠΕΚΧΟΣ

Matriz de operacionalización

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores
<p>Emprendimiento potencial y el desarrollo personal en los jóvenes universitarios en la Universidad Estatal Península De Santa Elena, 2017</p>	<p>Problema General: ¿De qué manera el emprendimiento potencial puede contribuir al desarrollo personal de los jóvenes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la Provincia de Santa Elena?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ¿Genera el emprendimiento potencial algún beneficio a los jóvenes estudiantes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena que lo ponen en práctica? ➤ ¿Tienen conocimientos técnicos y prácticos los jóvenes universitarios de la UPSE sobre el tema de emprendimiento empresarial para que lo ejecuten en durante su vida académica o profesional? 	<p>Objetivo General: Diagnosticar el emprendimiento potencial y su relación con el desarrollo personal en base a un análisis de la situación actual que sustente la implementación de un plan de transferencia de conocimientos que fomente el emprendimiento en los jóvenes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Contrastar el desarrollo de un emprendimiento potencial con los beneficios que generarán a los jóvenes universitarios la puesta en ejecución de un emprendimiento innovador. 	<p>La implementación de emprendimiento potencial ayudará a impulsar el desarrollo personal de los jóvenes universitarios de la UPSE.</p>	<p>Variable independiente: Emprendimiento Potencial</p>	<p>Creatividad</p> <p>Inversión</p> <p>Nuevos mercados</p> <p>Técnicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ideales • Motivación • Liderazgo • Presupuestos • Mentoría • Rentabilidad • Stakeholders • Investigación de campo • Análisis de mercado. • Marketing • Neuromarketing • CRM (customer relationship management)

	<p>➤ ¿De qué manera se promueve el emprendimiento potencial en los jóvenes universitarios de la UPSE para desarrollar sus habilidades emprendedoras e innovadoras?</p> <p>➤ ¿Con qué herramienta se puede fomentar las destrezas para generar emprendimientos innovadores en los jóvenes estudiantes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena?</p>	<p>➤ Transferir conocimientos teóricos y técnicos a los jóvenes emprendedores de la UPSE que apliquen las herramientas adecuadas sobre emprendimiento e innovación empresarial.</p> <p>➤ Identificar las técnicas efectivas a través de talleres dinámicos que promuevan el emprendimiento potencial en los jóvenes universitarios de la UPSE.</p> <p>➤ Implementar un plan de transferencia de conocimientos motivacional que fomente la ejecución de emprendimientos innovadores en los jóvenes estudiantes de la UPSE.</p>		<p>Variable dependiente: Desarrollo Personal</p>	<p>Comunicación.</p> <p>Relaciones Interpersonales</p> <p>Toma de decisiones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación asertiva. • Trabajo en equipo • Apertura al cambio • Responsabilidad social. • Ética y valores. • Autorrealización • Objetivos personales. • Habilidades de pensamiento. • Considerar riesgos.
--	--	---	--	---	---	---

Formato entrevista a jóvenes representantes estudiantiles



Universidad Estatal Península De Santa Elena Guía de entrevista para los representantes estudiantiles



Objetivo del instrumento: obtener información sobre las opiniones que tienen los representantes estudiantiles.	
Datos:	
Lugar:	Institución:
Fecha:	Informante:

Preguntas:

- 1.- ¿Cree usted que es de vital importancia tener un título académico para realizar un emprendimiento?
- 2.- ¿Cree usted que el temor a fracasar es un punto clave que impide realizar emprendimiento en los jóvenes universitarios?
- 3.- ¿Considera usted necesario que la cátedra de emprendimiento debería ser práctica?
- 4.- ¿Considera usted que un emprendimiento ayuda a fortalecer a los estudiantes en su desarrollo personal y beneficios económicos?
- 5.- ¿Qué factores considera usted más relevantes por los cuales los universitarios no emprenden su propio negocio?
- 6.- ¿Existen capacitaciones o talleres de emprendimiento y actitudes personales que se brinden dentro de la Universidad?
- 7.- ¿Conoce usted si estudiantes y egresados de la UPSE han realizado emprendimientos?
- 8.- ¿Cree usted que debería existir un grupo de emprendedores en la institución que motive a los demás a generar proyectos de emprendimiento?
- 9.- ¿Por qué cree usted que se dan los fracasos en los emprendimientos?
- 10.- ¿Se debe elaborar un plan o se debe empezar por la primera idea que se tenga para crear un emprendimiento?

Formato entrevista a docentes que imparten la cátedra de emprendimiento



Universidad Estatal Península De Santa Elena
Guía de entrevista para los representantes estudiantiles



Objetivo del instrumento: obtener información sobre las opiniones que tienen los representantes estudiantiles.	
Datos:	
Lugar:	Institución:
Fecha:	Informante:

Preguntas:

- 1.- ¿Cree usted que es de vital importancia tener un título académico para realizar un emprendimiento?
- 2.- ¿Cuántos proyectos de emprendimiento ha realizado en su vida profesional?
- 3.- ¿Cuántos de los proyectos que Ud. ha realizado ha puesto en práctica?
- 4.- ¿Motiva usted a sus estudiantes a generar proyectos de emprendimiento?
- 5.- ¿Le genera satisfacción como docente cuando los estudiantes tienen éxito en un emprendimiento?
- 6.- ¿Existen capacitaciones o talleres de emprendimiento y actitudes personales que se brinden dentro de la Universidad?
- 7.- ¿Conoce usted si estudiantes y egresados de la UPSE han realizado emprendimientos?
- 8.- ¿Considera usted que los docentes deben fomentar el hábito de emprender en sus estudiantes??
- 9.- Piensa usted que los fracasos en los emprendimientos se dan por la falta de conocimientos educativos o por actitudes negativas de la persona.
- 10.- ¿Considera usted que se debe brindar asesoría y apoyo social a los estudiantes por un emprendimiento de carrera o propio?

Formato encuestas para la población universitaria

**CUESTIONARIO PARA DETERMINAR: EMPRENDIMIENTO
POTENCIAL Y EL DESARROLLO PERSONAL EN LOS JÓVENES
UNIVERSITARIOS DE LA UPSE PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO
2017**

Estimado participante: la presente es una encuesta con fines de investigación. Agradecemos con anticipación se sirva marcar sus respuestas con una "X", en el recuadro respectivo. La información que nos proporcione es totalmente confidencial y anónima. Una vez más, gracias por su colaboración.

Edad: Género: Masculino Femenino
.....

Nivel de Instrucción:

Sin Educación

Básica

Media

Superior

Carrera:

..
..
..
..

Facultad:

Responda las preguntas de acuerdo a la siguiente escala según crea conveniente.

1	2	3	4	5
TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NEUTRAL	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
1	2	3	4	5
DEFINITIVAMENT E NO	PROBABLEMENT E NO	INDECISO	PROBABLEMENTE SI	DEFINITIVAMEN TE SI

N°	ASPECTOS					
	EMPRENDIMIENTO POTENCIAL					
		1	2	3	4	5
CREATIVIDAD						
1	¿Le brindan en su institución la opción de que genere un proyecto innovador de alguna materia?					
2	¿Promueven los profesores la creatividad en sus clases?					
3	¿Considera usted tener la suficiente capacidad para emprender?					
INVERSION						
4	¿Considera usted que la UPSE debería brindar asesorías de inversión para emprender?					
5	¿Considera usted que para desarrollar un emprendimiento se necesita una cantidad máxima de dinero?					

NUEVOS MERCADOS					
TECNICAS					
6	¿Considera usted importante que los proyectos de emprendimientos sean publicitados por parte de la institución?				
DESARROLLO PERSONAL					
COMUNICACIÓN					
7	¿Son publicados y expuestos los emprendimientos realizados en la institución?				
8	¿Se encargan de comunicarle los docentes si existe un concurso de proyectos de emprendimiento?				
9	¿Considera que deben existir eventos para impulsar el potencial emprendedor?				
RELACIONES INTERPERSONALES					
10	¿Considera importante que sus docentes hayan realizado proyectos de emprendimiento en su vida profesional?				
11	¿Considera importante que la responsabilidad social debe ser primordial en los proyectos de emprendimientos?				
12	¿Considera de importancia las alianzas con los grupos de emprendimiento de la institución?				
TOMA DE DECISIONES					
13	¿Crearía usted un emprendimiento a partir de los conocimientos obtenidos con la formación académica universitaria?				
14	¿Considera usted que un proyecto de emprendimiento le genera un desarrollo personal y beneficios económicos?				

CARTA AVAL

En consideración al petitorio de la Srta. **JOSELINE LISETH YOZA TOMALA**, con C.I. 2450150657, estudiante de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y una vez analizada la propuesta para desarrollar el trabajo de titulación con el tema **“EMPRENDIMIENTO POTENCIAL Y EL DESARROLLO PERSONAL EN LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA UPSE PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017”**, procede a la aprobación de la solicitud, comprometiéndose a brindar la apertura, el apoyo y la información necesaria para el desarrollo de la respectiva tesis; autorizando a la Universidad Estatal Península de Santa Elena subir dicho trabajo a la plataforma web de la institución.

Atentamente,


PH. D MARGARITA LAMAS
RECTORA
UNIVERSIDAD ESTATAL
PENINSULA DE SANTA ELENA

