



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

***“Propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento
para la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la
Universidad de Cuenca. Año 2013-2018”***

**Tesis previa a la obtención del
título de: Ingeniero Comercial**

**Autores: Jonnathan Andrés Jiménez Yumbra
Luis Felipe Sánchez Morocho**

Directora: Economista Silvana Vanessa Astudillo Durán

CUENCA – ECUADOR

2013



RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad elaborar una **“Propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento para la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca. Año 2013-2018”**. La idea de la presente tesina nace por un problema detectado, que es la incertidumbre y poco conocimiento que tienen los estudiantes al momento de emprender una nueva empresa, esto se ve reflejado en el bajo nivel de emprendimientos a nivel de profesionales en áreas administrativas.

Para la metodología del estudio se utiliza una muestra estratificada, a través de una encuesta realizada a los estudiantes, considerando el total de la población estudiantil de cada escuela; y para las autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, se realiza una entrevista a informantes claves, como son: Decano, Sub-Decano y profesor. Además se considera la opinión de la Directora del Centro de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento de la Facultad de Ciencias Químicas de la Universidad de Cuenca.

La información relevante en el estudio de la propuesta se destaca la gran aceptación de creación de un Centro de Emprendimiento, tanto a nivel de la Facultad de Ciencias Económicas como también a nivel de los estudiantes. Los servicios que debe brindar el Centro de Emprendimiento se definen de acuerdo a las necesidades detectadas en los estudiantes.

Palabras Claves: **Emprendedor, Emprendimiento, Centro de Emprendimiento, Gestión, Plan de Negocios.**



ABSTRACT

This research is in order to develop a "Proposal for the creation of a Center for Entrepreneurship for the Faculty of Economics and Administrative Sciences at the University of Cuenca. Year 2013-2018". The idea of this minor thesis born by a problem identified, which is the uncertainty and little knowledge that students have when undertaking a new business, this is reflected in the low level enterprises professionals in administrative areas.

For the study methodology used a stratified, through a survey of students, considering the total student population of each school, and to the authorities of the Faculty of Economics and Administrative Sciences, an interview is conducted to key informants, such as: Dean, Sub-Dean and professor. Furthermore, is considered opinion of the Director of the Centre for Enterprise Development and Entrepreneurship Support of the Faculty of Chemistry of the University of Cuenca.

The relevant information on the proposed study highlights the great success of creating an Entrepreneurship Center, both at the Faculty of Economics as well as student level. The services should provide Entrepreneurship Center is defined according to the needs identified in students.

Keywords: Entrepreneur, Entrepreneurship, Center for Entrepreneurship, Management, Business Plan.



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
---------------------------	----

Capítulo I

1. ANTECEDENTES	16
1.1. Aspectos Conceptuales del Emprendimiento.....	16
1.1.1. Emprendimiento en el Ecuador.....	20
1.1.2. Centros de Emprendimiento en el Azuay.....	22
1.2. Planificación Estratégica del Centro de Emprendimiento	23
1.2.1. Misión	23
1.2.2. Visión	23
1.2.3. Valores.....	24
1.2.4. Objetivos.....	24
1.2.4.1. General	24
1.2.4.2. Específicos.....	24
1.2.5. Servicios del Centro de Emprendimiento.....	24

Capítulo II

2. ESTUDIO DE LA PROPUESTA DE UN CENTRO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA	25
--	----

Estudiantes

2.1. Definición de la investigación	26
2.2. Objetivos de la investigación.....	26
2.2.1. General.....	26
2.2.2. Específicos	27
2.3. Grupo Objetivo.....	27
2.4. Metodología de recolección de información	28



2.4.1. Proceso Metodológico.....	28
2.5. Diseño de la muestra	29
2.5.1. Encuesta.....	31
Institución	
2.6. Informantes Clave.....	32
2.7. Resultados de la investigación.....	32
2.7.1. Encuestas realizadas a los estudiantes de la Facultad	32
2.7.2. Entrevistas realizadas a las autoridades de la Institución	42
Capítulo III	
3. GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL CENTRO DE EMPRENDIMIENTO	
3.1. Organización	50
3.1.1. Perfil del Director-Asesor.....	51
3.1.2. Habilidades del Director-Asesor.....	51
3.2. Funciones del personal del Centro de Emprendimiento.....	51
Capítulo IV	
4. PRESUPUESTO GENERAL TENTATIVO	
4.1. Plan de Inversiones.....	53
4.2. Proyección de Gastos para el periodo 2013-2018.....	55
4.3. Formas de Financiamiento.	57
Capítulo V	
5.1. CONCLUSIONES	59
5.2. RECOMENDACIONES.....	61
5.3. BIBLIOGRAFÍA	63
ANEXOS	64
Glosario.....	84



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Fundada en 1867

Yo, Sánchez Morocho Luis Felipe, autor de la tesis "*Propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento para la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca. Año 2013-2018*", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 24 de Abril de 2013

Felipe Sánchez.
0105317507

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316
e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

Autores:
Felipe Sánchez
Jonnathan Jiménez



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Sánchez Morocho Luis Felipe, autor de la tesis *“Propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento para la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca. Año 2013-2018”*, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniero Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 24 de Abril de 2013

Felipe Sánchez
0105317507

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

Autores:
Felipe Sánchez
Jonnathan Jiménez



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Jonnathan Andrés Jiménez Yumbra, autor de la tesis ***“Propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento para la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca. Año 2013-2018”***, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 24 de Abril 2013

Jonnathan Andrés Jiménez Yumbra.

0104304092

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

Autores:
Felipe Sánchez
Jonnathan Jiménez



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Jonnathan Andrés Jiménez Yumbra, autor de la tesis *“Propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento para la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca. Año 2013-2018”*, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniero Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 24 de Abril del 2013

Jonnathan Andrés Jiménez Yumbra.

0104304092

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

Autores:
Felipe Sánchez
Jonnathan Jiménez



Agradecimiento

Quiero Agradecer a Dios por la inmensa bondad de brindarme la vida, y con un profundo sentimiento de alegría y satisfacción agradecer a todos los docentes que han impartido sus conocimientos en todos estos años con el ánimo de forjar un excelente profesional. A nuestra Directora Eco. Silvana, por el apoyo en el trabajo de investigación, a mi compañero de investigación y amigos de clase, por las grandes amistades de hoy en adelante.

Felipe



Agradecimiento

Antes que nada agradecer a Dios por mantenernos vivos todos los días, agradecer por brindarme la sabiduría necesaria y suficiente para terminar con éxitos mis estudios, sabiendo que siempre estuvo acompañándome en mis logros y apoyándome en mis caídas. Sin Él nada pudiera lograrlo.

Agradecer también a mi familia, de manera muy especial a mis Padres que sin el apoyo de ellos no hubiera llegado y logrado todo lo que soy, gracias a ellos por todos sus consejos y buenos deseos. Gracias también a mis hermanas que forman una parte fundamental en mi vida diaria. Gracias a todos por estar pendientes de mí y por entender que a veces tuve que ausentarme por motivos de estudio.

Como olvidar de aquellas personas que sin dudarlo estuvieron junto a mí, son una parte fundamental en la vida de todos, sin ellos la vida no sería divertida, agradezco a todas mis amigas y amigos que me brindaron su amistad. Gracias por estar en los malos y buenos momentos de la vida. Agradecer también a mi compañero de Tesis por compartir sus conocimientos y sabiduría en todo el trayecto de los estudios.

Jonnathan



Dedicatoria

El presente trabajo de investigación, dedico al creador de todas las cosas y también con mucho cariño a las personas que me motivaron para a tener la fuerza necesaria para luchar por todas las adversidades y lo más importante; a ser capaz de cumplir con los sueños más anhelados, para mi querida Abuelita María, a mis Padres, Hermanos/as, pero de manera muy especial a mi Madre Lucía (+), donde quiera que estés te llevo en mi corazón porque siempre nos cuidas y proteges.

Con infinito amor.

Felipe



Dedicatoria

En primer lugar quiero dedicar la elaboración de esta tesis a Dios porque la gloria es de Él, y sin ÉL nada hubiera logrado.

También dedico esta tesis a mis Padres porque el esfuerzo no solamente fue mío, sino de ellos también. Igualmente a mis hermanas porque también hicieron trabajos conmigo.

A la Economista Silvana Astudillo, por su apoyo incondicional en la elaboración de este trabajo, ya que sin las recomendaciones de ella este trabajo no tendría el éxito esperado.

Jonnathan



INTRODUCCIÓN

En la actualidad el emprendimiento es el motor de desarrollo de las naciones, que permite generar y dinamizar los recursos económicos de un territorio. Dentro de ello, es muy importante establecer que un emprendimiento sirve de apoyo para generar fuentes de empleo en el sector o comunidad a la que se esté pretendiendo ingresar con su nueva idea de negocio. Los países en vías de desarrollo como es el caso de Ecuador está caracterizado principalmente por un mayor número de emprendimientos motivados por las necesidades básicas no cubiertas, como vivienda y alimentación, lo que es claramente diferente a los casos de los países de ingresos altos donde las principales motivaciones de los emprendimientos están en la oportunidad de desarrollar nuevos negocios.

En la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca se ha observado que no existe un centro que motive al emprendimiento, donde refleje la continuidad de excelentes proyectos que los estudiantes desarrollan en las aulas de clases. Es aquí donde debería ingresar un Centro de Emprendimiento para reducir la incertidumbre y poco conocimiento que tienen los estudiantes al momento de emprender una nueva idea de negocio, y a encaminar fortalezas para que estas ideas de negocio tengan aceptación por parte de su público objetivo y a la vez generen recursos económicos logrando tener sustentabilidad y continuidad en el tiempo.

El desarrollo de la Propuesta para la Creación de un Centro de Emprendimiento dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas está dividido en 4 capítulos que se detallan a continuación:



Capítulo 1; se aborda aspectos conceptuales del emprendimiento luego se da un breve enfoque del emprendimiento en Ecuador, finalizando con una conceptualización y descripción de los centros de emprendimientos existentes en la provincia del Azuay.

Capítulo 2; se desarrolla el estudio de la propuesta de acuerdo a las necesidades y los objetivos de la investigación, tanto a nivel de estudiantes y autoridades de la institución, identificando las necesidades de los estudiantes y proponiendo servicios que ofrecería el Centro de Emprendimiento.

Capítulo 3; se determina las funciones que tendría que desempeñar el profesional en el Centro de Emprendimiento, para lograr una gestión eficiente y eficaz, acoplándose a la línea jerárquica de acuerdo al modelo institucional.

Capítulo 4; se desarrolla un presupuesto general donde se identifica los desembolsos necesarios, tanto fijos como operativos, en equipos y talento humano; en consecuencia se realiza una estimación de gastos para un periodo de 5 años, al finalizar se identifica las posibles formas de financiamiento que se puede acoger un Centro de Emprendimiento para su futuro funcionamiento.



Capítulo I

1. ANTECEDENTES

1.1. Aspectos Conceptuales del Emprendimiento

El emprendimiento cobra cada vez más importancia y relevancia en los diferentes escenarios de nuestras sociedades, permitiendo el desarrollo económico de los sectores. En primera instancia el emprendimiento se considera una acción, para realizar cualquier tarea o actividad, que una persona ejecuta en cualquier etapa de su vida. “La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente”. (<http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>.)

Así el emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona, permitiéndole iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

Es importante definir entonces ¿quién es un emprendedor?

Una persona emprendedora es aquella que tiene una idea para desarrollar cualquier actividad y en función de esto, desarrolla acciones para ir las ejecutando paso a paso, caracterizándose siempre en tener



perseverancia para alcanzar resultados positivos, según Andy Freire, lo define de la siguiente manera: “Un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para ponerse al frente de ella”. (Freire, 2005)

En lo que se refiere al campo de la administración de empresas cabe muy bien el término de Freire, que explicita anteriormente. Sin lugar a duda una persona emprendedora, tiene que desarrollar ciertas aptitudes y actitudes para que el desarrollo de su idea de negocio, sea exitoso. La aptitud se refieren a los conocimientos del negocio al que las personas están dispuestos a emprender, en cambio la actitud es la disposición de ánimo que se tiene frente a ciertas actividades.

Hilando profundamente vamos a responder entonces; ¿Qué es una idea de Negocio? “Una idea es un pensamiento elaborado por el ser humano, así que una idea de empresa, no es otra cosa más que la imaginación de un arte u oficio que el emprendedor desea llevar a la realidad”. (OIT, 1999)

Se ha identificado 3 tipos o motivaciones para que alguien decida ser un emprendedor: “Los luchadores: Son personas que emprenden por necesidad, y que necesitan realizar cualquier actividad para subsistir. Los caza-olas: Son quienes aprovechan las oportunidades del momento, aunque no siempre resulten duraderos. Los gladiadores: Son aquellas personas que sienten el proceso emprendedor en su sangre y van a serlo independientemente del contexto”. (Freire, 2005)

Los luchadores, los oportunistas y los gladiadores tienen algo en común;



emprendieron, sea cual fuere el motivo de los posibles emprendedores, el producto más importante es el resultado final; generando dinamismo en la economía, con fuentes de empleo o en muchos casos, auto empleándose.

Es necesario para ello conocer 8 elementos o características personales que se tomaron de la OIT¹, Manual Planifique su Empresa, y que ayudarán al emprendedor a determinar el éxito o fracaso de su idea de negocio:

“Elementos subjetivos:

- a) **Dedicación:** Esto significa que una vez iniciada la empresa se deberá estar dispuesto a tener algunos fracasos y más dispuesto aún a superarlos.

- b) **Compromiso:** Significa que usted, para mantenerse en la empresa por mucho tiempo, está dispuesto a arriesgar su propio dinero y sacrificar compromisos.

- c) **Toma de decisiones:** En una empresa propia se tiene que tomar muchas decisiones. Hay que tomar en cuenta que no hay ideas seguras en las empresas. Siempre se correrá el riesgo de perder, por ello todo empresario debe estar dispuesto a enfrentar riesgos siempre y cuando éstos estén perfectamente estudiados y con alternativas que le permitan superarlos.

Elementos Objetivos:

- d) **Conocimientos:** Se refiere al conocimiento necesario para manejar una empresa en lo referente a costos o inversiones, financiamiento,

¹ Oficina Internacional de Trabajo



mercado y en general conocimientos de organización y administración de empresas.

- e) Conocimiento del rubro de su empresa:** Se refiere a cuanto sabe usted acerca de la empresa que tiene en mente, digamos por ejemplo si usted desea fabricar muebles, reflexione acerca de lo que usted conoce sobre madera, distribuidores, épocas y características de la madera.
- f) Habilidades:** Se refiere en forma específica a las habilidades que usted tiene dentro del rubro de su empresa; siguiendo con el ejemplo, pregúntese usted si es capaz de construir una silla. Si fuese un comerciante pregúntese también que conoce usted de ventas y de la idiosincrasia de sus posibles clientes.
- g) Capital:** Contar con un capital no quiere decir que todo deba invertirse en la empresa; habrá que distinguir, dentro de este capital, la parte correspondiente para atender las obligaciones familiares y la parte que corresponde a la inversión de la empresa.
- h) Soporte Familiar:** Este séptimo elemento dentro de las PYMES² resulta ser de mucha importancia por cuanto las pequeñas empresas generalmente se desarrollan dentro del seno familiar, por ello se hace indispensable que toda la familia esté enterada y comprometida con la empresa en formación”. (OIT-Manual Planifique su Empresa, 1999)

² Pequeñas y Medianas Empresas



1.1.1. Emprendimiento en el Ecuador

Virginia Lasio, directora e investigadora de la ESPAE Graduate School of Management, señala en su publicación de agosto de 2011, que los emprendimientos en el Ecuador mostraron un mayor dinamismo el año anterior. Para evidenciar aquello se utiliza el Índice de la Actividad Emprendedora Temprana (TEA), por sus siglas en inglés, que fue del 21,3% el año pasado. Un año atrás estuvo en 15,8%. Según el semanario Líderes, estos datos son realizados por el estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que mide las percepciones del emprendimiento y el clima de negocios en el país. Allí se destacan las novedades en la actividad emprendedora local, las fortalezas y el entorno de los negocios.

Lasio explica que a escala mundial, este estudio se desarrolla desde hace 12 años y el año pasado participaron 59 países. En Ecuador el estudio se aplica desde hace tres años. El objetivo es entender la dinámica del emprendimiento desde las percepciones de las personas durante el proceso de creación de las empresas. Lasio afirmó que el estudio revela que **Ecuador está en el octavo puesto de emprendimiento entre los 59 países** que forman parte de la investigación realizada. Sin embargo, señala que los emprendimientos de alto nivel agregado son pocos y por ello no se reflejan en el estudio que es representativo de la población. Uno de los posibles motivos para que no existan iniciativas más sofisticadas es que existen pocos profesionales emprendedores que aglutina esta investigación. Destaca además, que se encuentran buenas experiencias en la industria de desarrollo de 'software', pero aún son pequeñas, en relación con el total de emprendedores. Relacionado a sus fuentes de financiamiento señala que son recursos propios o con préstamos de los familiares o amigos.



En el campo político, el Gobierno Nacional ha impulsado mucho este tipo de proyectos, en los cuales los principales actores son personas que tienen en su mente una idea de negocio y por circunstancias económicas no han logrado iniciar su propuesta, por tal motivo los Ministerios de Gobierno buscan a nuevos talentos con ideas innovadoras, para incentivar el emprendimiento en nuestro país, es así que varias instituciones públicas como: CFN³, PRODUCEPYME⁴, EMPRENDECUADOR⁵, apoyan a los ciudadanos con créditos a tasas de interés bajas, fortalecen la productividad y apoyan a los ciudadanos a la creación de negocios con potenciales de crecimiento, innovadores o altamente diferenciados. “En cuanto a la educación en emprendimiento, a pesar de que en los últimos años existió una mayor cantidad de recursos y programas en las universidades, su impacto aún no se refleja en la actividad emprendedora temprana de la población, lo cual sugiere la necesidad de revisar los procesos formativos así como desarrollar otros elementos complementarios del ecosistema emprendedor, tales como: el apoyo consultor, el proceso a la información de mercados o el desarrollo de productos financieros”. (ACUDIR-IMPULSAR, 2010)

El desarrollo emprendedor es una herramienta fundamental para el diseño de programas transformadores, destinados a impulsar al desarrollo económico local de una región, y por tanto son las universidades del país, a través de sus carreras, las impulsadoras de formación de emprendedores; sin embargo es poco el avance del desarrollo emprendedor, lo cual hace

³ Corporación Financiera Nacional

⁴ Es un componente de cofinanciamiento del Programa FONDOPYME constituido por el ministerio de Industrias y Productividad

⁵ Es un Organismo impulsado por el ministerio de Coordinación de la Producción Empleo y Competitividad.



necesario plantear un esquema o un modelo acorde a los entornos de cada región y precisamente a la provincia del Azuay, impulsando una visión emprendedora y competitiva.

Existe un gran impulso hacia el emprendimiento, por parte de las autoridades de turno, por tal motivo no hay que desaprovechar las oportunidades; es momento de generar centros de apoyo permanente hacia los emprendedores universitarios, para que el desarrollo de su idea de negocio se concrete en una empresa sólida.

1.1.2. Centros de Emprendimiento en el Azuay.

En el Azuay se identifica a INNPULSAR, que “es una institución sin fines de lucro que fue creada para apoyar a los habitantes de Cuenca, el Azuay y la Región, en la consolidación de sus proyectos o emprendimiento, mediante asesoramiento técnico y gerencial. Dentro del Plan estratégico de Cuenca 2020 se contempló, como uno de los proyectos estratégicos, la creación de una Incubadora de Empresas con el objeto de promover la generación de empleo y el desarrollo tecnológico, reorientando la instrucción formal en los ámbitos de la ciencia y la tecnología, así como estableciendo contacto con mercados nacionales e internacionales, e impulsando la generación de nuevos productos y servicios”. Con el apoyo del MIPRO⁶ y de INNPULSAR existen centros de emprendimiento en diferentes cantones de la provincia del Azuay como es el caso de Girón, Paute, Nabón, Cuenca; Universidad de Cuenca. (www.innpulsar.com)

⁶ Ministerio de Industrias y Productividad



1.2. Planificación Estratégica para un Centro de Emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca

1.2.1. Misión:

Asesoramos a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas en la elaboración y ejecución de sus proyectos tanto en el ámbito legal, técnico, tributario, financiero y empresarial para la creación de negocios rentables y sustentables en el largo plazo fomentando el desarrollo económico en la región.

1.2.2. Visión:

En los próximos 5 años ser un centro clave de apoyo al emprendimiento universitario manteniendo conexión directa con instituciones públicas y privadas para generar una tasa alta de emprendedores universitarios exitosos.

1.2.3. Valores del Centro de Emprendimiento:

HONESTIDAD: Ofrecer un servicio con total transparencia.

RESPONSABILIDAD: Demostrar seriedad, dedicación e involucramiento en el trabajo.

COMPROMISO: Corresponder a la confianza que depositan en el Centro de Emprendimiento.

PUNTUALIDAD: Cumplir nuestra labor en el tiempo acordado.

CONFIDENCIABILIDAD: Los clientes contarán con una absoluta confidencialidad en el manejo y tratamiento de la información, que provean para el apoyo y tarea a realizar.



TRABAJO EN EQUIPO: Equipo sólido, encaminados a mejorar el talento universitario.

1.2.4. Objetivos:

1.2.4.1. General

Asesorar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas en la elaboración y ejecución de sus proyectos tanto en el ámbito legal, técnico tributario, financiero y empresarial para la creación de negocios rentables y sustentables en el largo plazo.

1.2.4.2. Específicos

- Coordinar con docentes de la Universidad de Cuenca que se vinculan a las diferentes áreas, para que apoyen a los estudiantes en el desarrollo de su negocio.
- Indagar las necesidades de capacitación para brindar un asesoramiento óptimo a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
- Orientar a los futuros emprendedores para que desarrollen su idea de negocio de acuerdo a las oportunidades de mercado.
- Diseñar programas de capacitación que motiven y orienten al estudiante a fomentar el emprendimiento.

1.2.5. Servicios del Centro de Emprendimiento

Para brindar un servicio acorde a las necesidades de los estudiantes, estos últimos ávidos por ingresar al mundo del emprendimiento, se diseñó un modelo de encuesta que ayudó a determinar con mayor certeza los servicios requeridos que tendrá que implementar un Centro de Emprendimiento.



Capítulo II

2. ESTUDIO DE LA PROPUESTA DE UN CENTRO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA.

Para la propuesta de creación de un Centro de Emprendimiento es importante empezar realizando un estudio de mercado, en el cual el factor más importante es el estudio de la demanda. La demanda determina el éxito o fracaso de cualquier emprendimiento. Cabe recalcar que si no se tiene la aceptación esperada el emprendimiento fracasa.

El problema identificado en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas es el poco conocimiento que tienen los estudiantes al momento de elaborar y poner en marcha alguna idea de negocio, por tanto es necesario fortalecer estas debilidades que generarían un valor agregado para los nuevos profesionales de la facultad.

El público objetivo, que se direcciona la investigación de mercado son: los estudiantes de las siguientes carreras: Administración, Contabilidad, Economía, Marketing, y Sociología de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca.

Al tratarse de un Centro de Emprendimiento que funcionará dentro de la Facultad debemos tener presente la opinión que tengan las autoridades sobre la posibilidad de acogida para el funcionamiento de dicho centro, y por



ende tener certeza de la viabilidad, principalmente física y económica necesaria para el funcionamiento.

2.1. Definición de la investigación

Debido a la falta de información, referente al nivel de emprendimiento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, necesitamos saber la predisposición que tendrán para emprender su propio negocio. De igual manera nos interesa saber cuál es el nivel de aceptación que tendrá un Centro de Emprendimiento por parte de los estudiantes, este último como parte fundamental de la investigación.

Las necesidades de investigación, necesarias para la propuesta de creación de un Centro de Emprendimiento son las siguientes:

- Nivel de desarrollo de emprendimientos por parte de los estudiantes que actualmente se encuentran matriculados en la Facultad.
- Definición de las limitantes de los estudiantes al momento de emprender, en aspectos legales, empresariales y/o económicos.
- Identificación del número de negocios que los estudiantes han puesto en marcha.
- Posibles motivaciones que los estudiantes tendrían para emprender.
- Manejo administrativo del Centro de Emprendimiento.

2.2. Objetivos de la investigación

2.2.1. Objetivo general

Medir el nivel de aceptación que tendrá el centro de emprendimiento dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la



Universidad de Cuenca, además, también obtendremos información acerca de la predisposición del alumnado de la facultad para realizar emprendimientos.

2.2.2. Objetivos específicos

- Determinar el segmento de mercado en función del público objetivo.
- Establecer el número de estudiantes que han desarrollado emprendimientos y en qué actividad económica.
- Definir el porcentaje de estudiantes que han tenido la idea de emprender.
- Establecer los limitantes que tienen los estudiantes al momento de emprender.
- Definir cuál o cuáles son los motivadores para emprender.
- Determinar el porcentaje de estudiantes que han logrado poner en marcha su negocio.
- Identificar en qué actividad económica los estudiantes desarrollaron su idea de negocio.
- Determinar las razones por las que no pudo ponerse en marcha el negocio de los posibles emprendedores.
- Definir el tipo de servicios que ofertará el Centro de Emprendimiento.
- Establecer la autoridad a ser responsable del manejo del centro de emprendimiento.

2.3. Grupo Objetivo

El Centro de Emprendimiento está enfocado a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de



Cuenca, por tanto ellos son el público objetivo. Para el cálculo de la muestra se consideró el total del alumnado de la Facultad.

2.4. Metodología de recolección de información

Los resultados esperados son de carácter cuantitativo, debido a que nos interesa saber el nivel de aceptación de los estudiantes, al mismo tiempo determinar la predisposición de los mismos al emprendimiento.

Los datos fueron obtenidos mediante fuentes primarias. Se realizó encuestas para recabar la información requerida de parte de los estudiantes, y para la información requerida por parte de las autoridades se efectuó entrevistas a informantes claves de la facultad como Decano, Sub-Decano, Profesor. La recolección de información lo obtuvieron directamente los autores.

2.4.1 Proceso metodológico

Para obtener la información necesaria se efectuó una encuesta a los estudiantes de la facultad, teniendo presente el número de estudiantes por carrera y el tamaño de muestra que más adelante trataremos. También se realizó entrevistas a personas claves de la facultad, como Decano, Sub-Decano y Profesor.



2.5. Diseño de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra se utilizó el total de la población del público objetivo, esto es: 2811 estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas matriculados en el periodo Marzo – Julio de 2013 (según registros oficiales de la facultad, hasta el 3 de Abril 2013, **Ver Anexo N° 1**), con un nivel de confianza de 95% y un error aceptable del 8%.

$$n = \frac{z^2 N p (1 - p)}{E^2 (N - 1) + z^2 p (1 - p)}$$

$$N = 2811$$

$$Z = 1.96 \text{ (Nivel de Confianza 95\%)}$$

$$E = 8\%$$

$$p = 50\%$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 2811 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}{0.08^2 (2811 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}$$

$$n \approx 143$$

El cuadro N° 1. Muestra la estatificación que permitió determinar el tamaño de la muestra por carreras de la facultad, como tenemos el tamaño de la población total y el número de estudiantes por carrera simplemente se realiza una regla de tres para determinar el número de encuestas por carrera.



Cuadro N° 1. Determinación de encuestas por escuela.

Carrera	# Estudiantes	Porcentaje	# Encuestas
<i>Administración de Empresas</i>	666	23,69%	34
<i>Contabilidad y Auditoría</i>	1471	52,33%	75
<i>Economía</i>	345	12,27%	18
<i>Marketing</i>	165	5,87%	8
<i>Sociología</i>	78	2,77%	4
<i>Ingeniería de Empresas</i>	86	3,06%	4
Total	2811	100%	143

Fuente: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Elaborado por: Los Autores

El Cuadro N° 2. Indica cómo fueron recogidos los datos de acuerdo a los horarios de los estudiantes de cada escuela en diurno y nocturno, en base al número total de encuestas.



Cuadro N° 2. Distribución de encuestas por jornada de trabajo.

Carreras	Diurno	Nocturno	Total
<i>Administración de Empresas</i>	26	8	34
<i>Contabilidad y Auditoría</i>	40	35	75
<i>Economía</i>	18	0	18
<i>Marketing</i>	8	0	8
<i>Sociología</i>	0	4	4
<i>Ingeniería de Empresas</i>	4	0	4
Total	96	47	143

Fuente: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Elaborado por: Los Autores

2.5.1. Diseño de la encuesta

En la encuesta se utilizaron preguntas cerradas y preguntas dicotómicas ya que permite interpretar los resultados con mayor facilidad, por ende para poder determinar ciertas variables se hizo una prueba piloto, este último permitió determinar con mayor certeza dichas variables y permitió realizar las correcciones necesarias.

Ver Anexo N°2, (Diseño de la Encuesta)



INSTITUCIÓN

2.6. Informantes clave

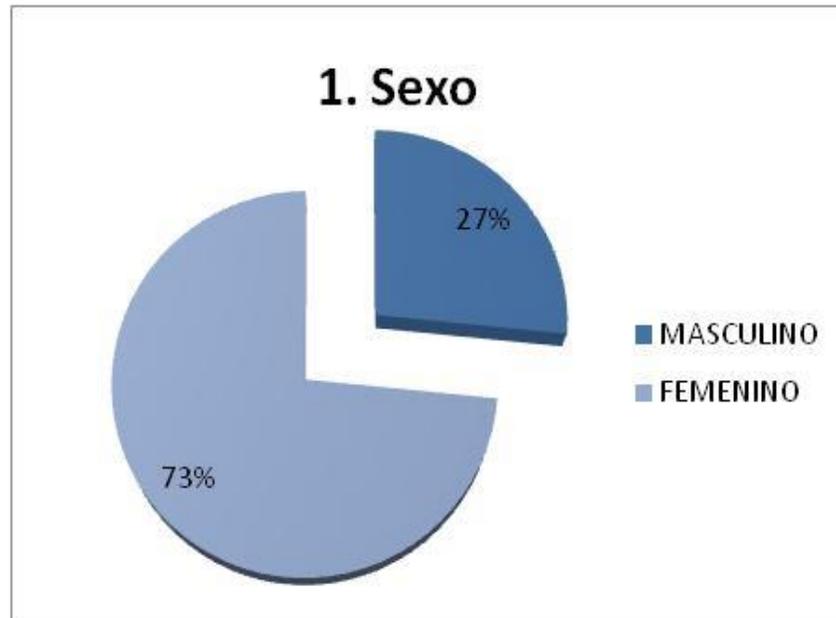
La información que obtendremos de los informantes clave, es de vital importancia para la propuesta de creación de un Centro de Emprendimiento, ya que los mismos son las autoridades de la facultad conjuntamente con los docentes, y de ellos depende el éxito del centro, brindando la apertura, facilidad y viabilidad tanto física y económica que se dé a la propuesta.

Ver Anexo N°3, (Guía de la Entrevista)

2.7. Resultados de la Investigación

2.7.1. Encuestas realizadas a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca

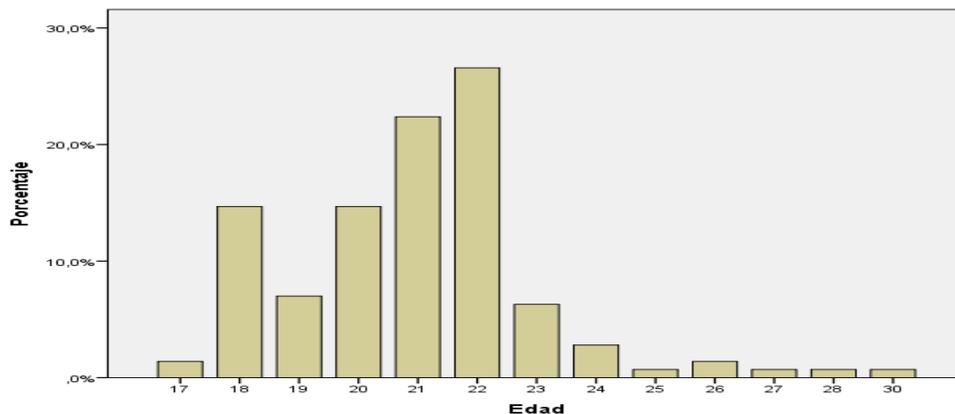
Una vez realizada la encuesta a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, se obtuvieron los siguientes resultados para cada una de las preguntas:



Elaborado por: Los Autores

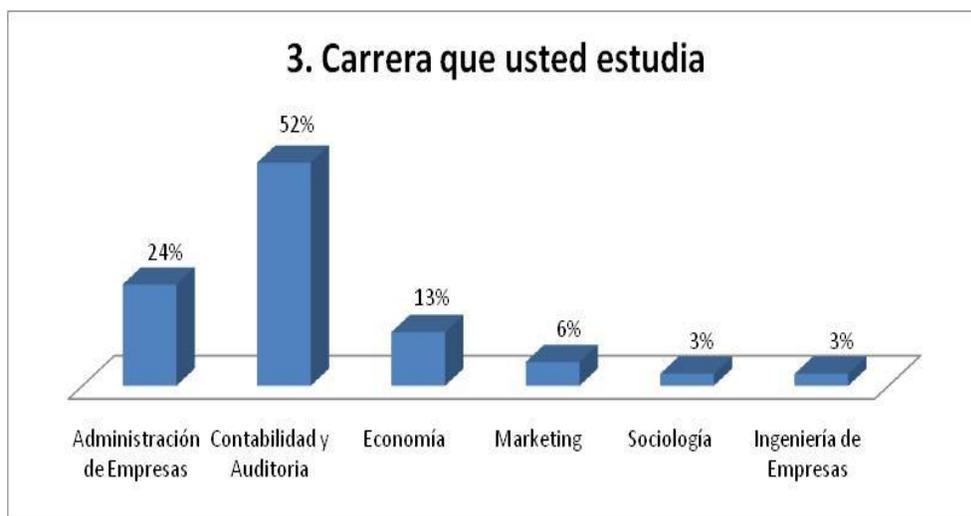
Como se observa en el gráfico, se infiere al total de la población de 2811 estudiantes. El 73% de las personas encuestadas son mujeres y el 27% son hombres, esto debido al gran número de alumnas con las que cuenta la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

2. Edad	
	Valor
Media	20,94



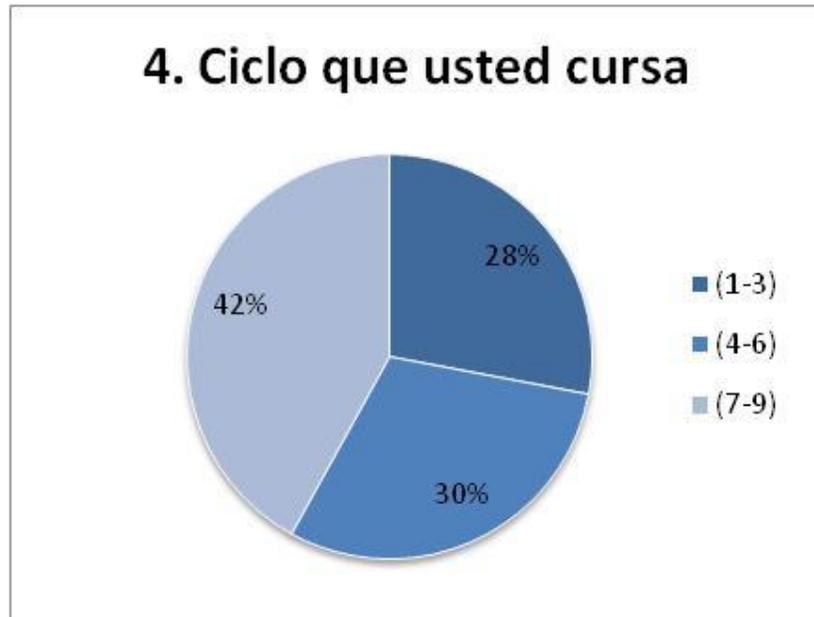
Elaborado por: Los Autores

La edad media de los encuestados es de 21 años aproximadamente, con extremos de 17 años como extremo inferior y 30 años como extremo superior. Existe una gran cantidad de alumnos que se encuentran en las edades 20 y 22 años.



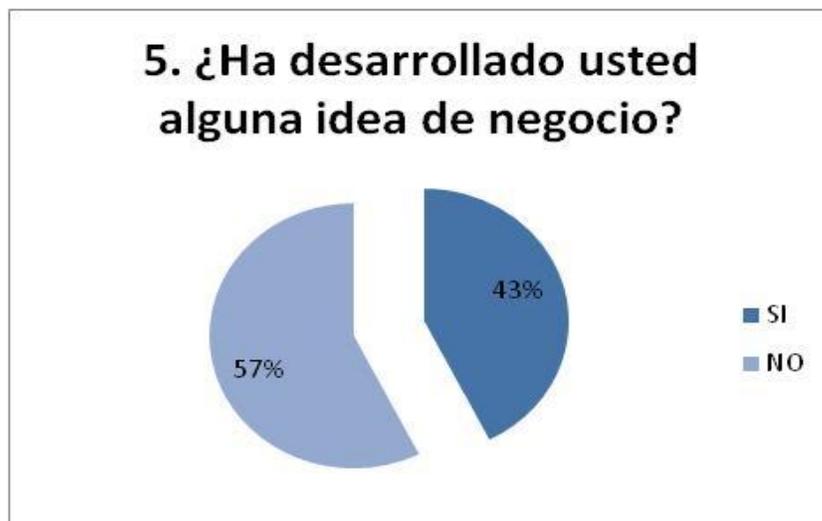
Elaborado por: Los Autores

Estos datos se obtuvieron con anterioridad cuando se realizó la estratificación por carreras, podemos decir que contamos con una equilibrada opinión de acuerdo al número de alumnos por carreras.



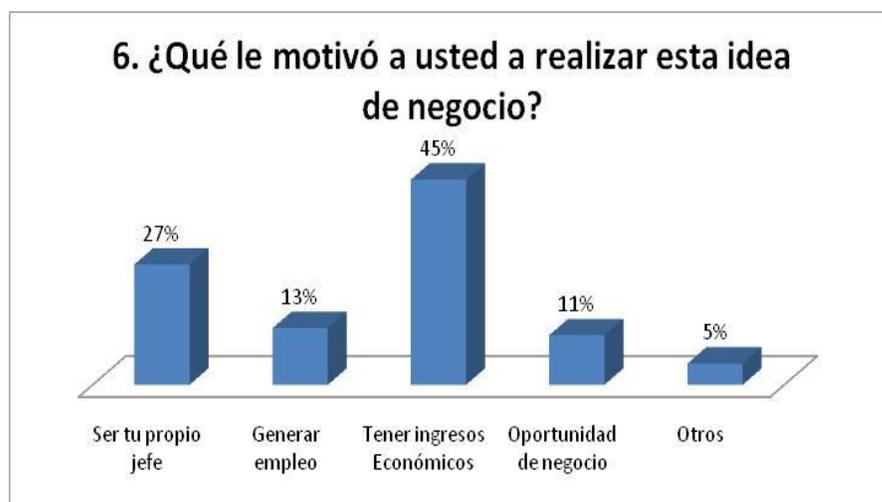
Elaborado por: Los Autores

Los datos representan los ciclos que están cursando los estudiantes encuestados, donde los estudiantes de séptimo a noveno ciclo representan el 42% que es el porcentaje más alto debido a que son ellos los que tienen mayores conocimientos sobre emprendimiento y nos interesa saber cuáles son sus principales obstáculos al momento de emprender. Los estudiantes de cuarto a sexto ciclo están representados por el 30% y los estudiantes de primero a tercer ciclo están representados por el 28%, ellos nos ayudarán a determinar la aceptación del centro y cuáles podrían ser los servicios que deberá ofrecer.



Elaborado por: Los Autores

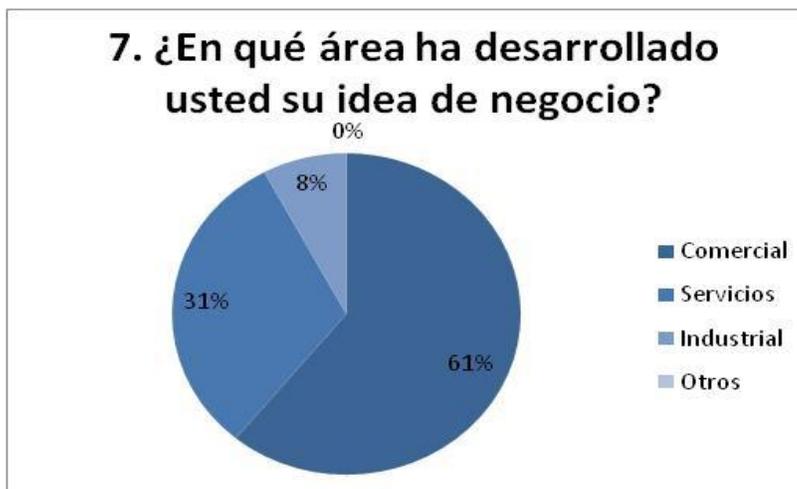
Del total de encuestados el 57% de ellos alegaron que no han desarrollado una idea de negocio, y el 43% que si la han desarrollado.



Elaborado por: Los Autores

Del 43% de los encuestados que respondieron que si han desarrollado una idea de negocio, el 45% de ellos lo hicieron porque les motiva tener ingresos económicos, el 27% porque desean ser su propio jefe y el 13% para generar empleo, estos como los valores más relevantes.

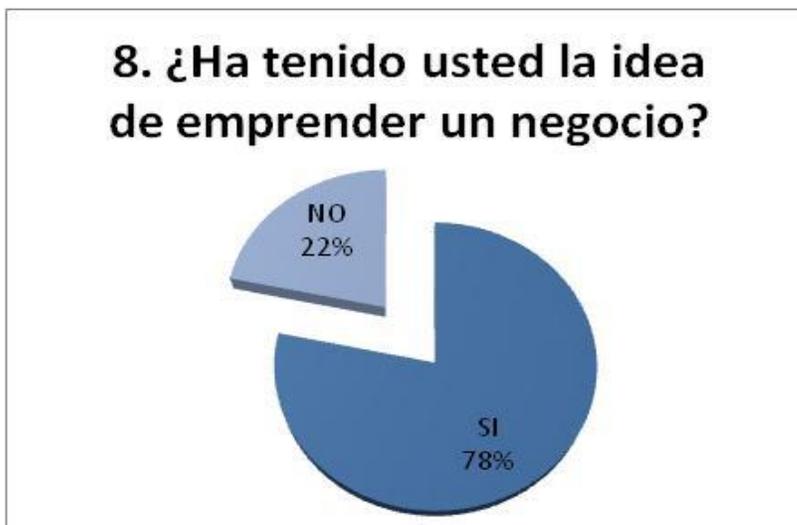
7. ¿En qué área ha desarrollado usted su idea de negocio?



Elaborado por: Los Autores

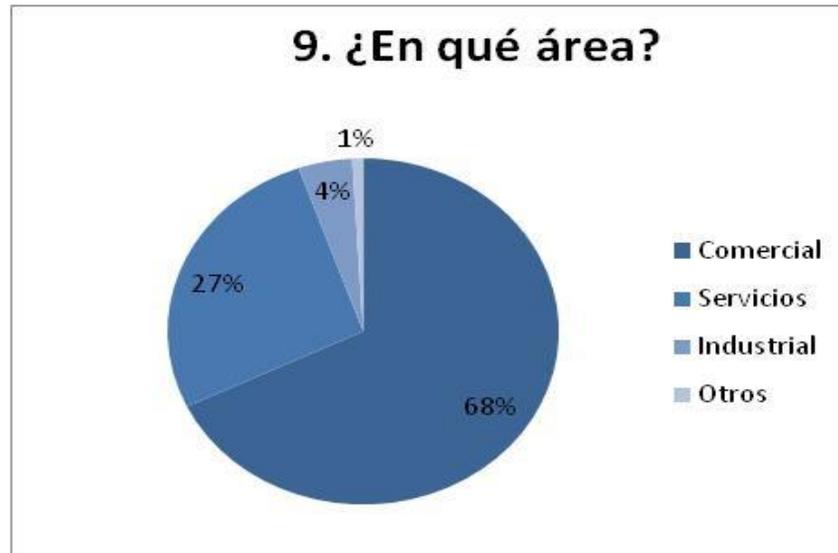
Del mismo 43% que respondieron que si han desarrollado una idea de negocio, el 61% lo han hecho en área comercial, el 31% en área de servicios y el 8% en el sector industrial.

8. ¿Ha tenido usted la idea de emprender un negocio?



Elaborado por: Los Autores

De los 143 encuetados, el 78% indicó que si ha tenido la idea de emprender en un negocio y el 22% que no.



Elaborado por: Los Autores

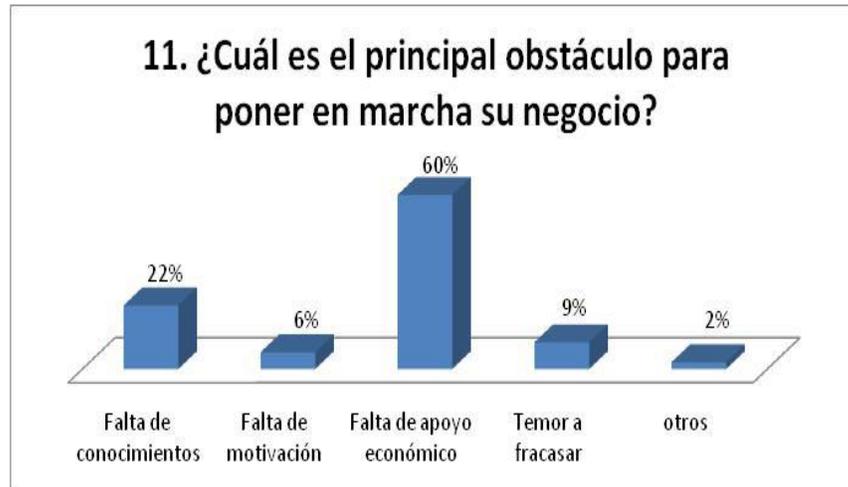
Del 78% que si han tenido la idea de emprender un negocio, el 68% indicó en el área comercial, el 27% en servicios y el 4% en área industrial.



Elaborado por: Los Autores

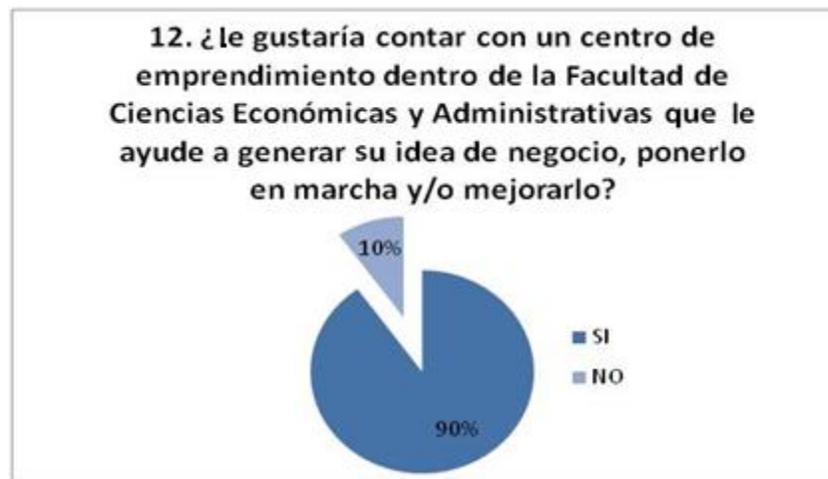
Del 78% que si han tenido la idea de emprender un negocio, el 23% si han logrado poner en marcha su idea de negocio y el 77% no han logrado

poner en marcha su idea de negocio.



Elaborado por: Los Autores

De los que no han logrado poner en marcha su idea de negocio, el principal obstáculo es la falta de apoyo económico con un 60%, seguido de la falta de conocimientos con un 22%, el 9% por temor a fracasar y el 6% debido a la falta de motivación.



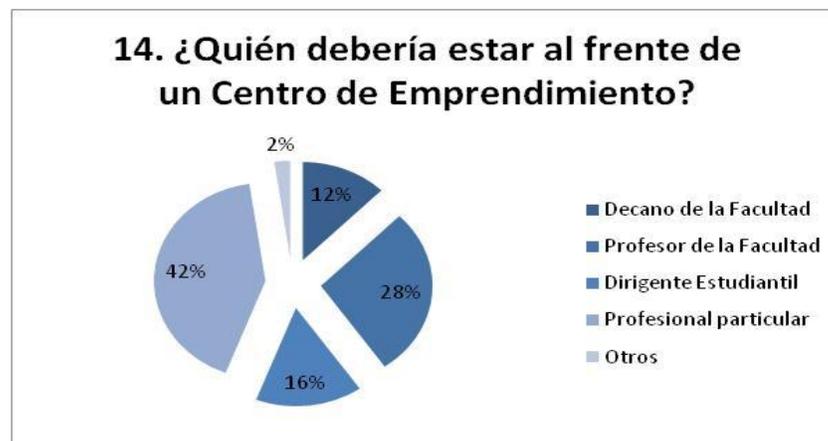
Elaborado por: Los Autores

Del total de encuestados el 90% de ellos dijeron que si les gustaría contar con un Centro de Emprendimiento dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas y el 10% que no.



Elaborado por: Los Autores

Del 90% de estudiantes encuestados que respondieron que si les gustaría contar con un Centro de Emprendimiento dentro de la Facultad, el 42% les gustaría recibir asesoría para desarrollar planes de negocio, el 20% asesoría tributaria, el 14% elaboración de planes de negocio y asesoría en investigación de mercados, el 10% generación de redes de contacto y un 2% en otros.



Elaborado por: Los Autores

El 90% de estudiantes encuestados que respondieron que si les gustaría



contar con un Centro de Emprendimiento dentro de la Facultad, el 42% indicó que debería estar al frente un profesional particular, el 28% un profesor de la Facultad, el 16% un dirigente estudiantil, el 12% indicó que debería estar al frente del centro el Decano de la Facultad y el 2% otros.

Como conclusión de los datos obtenidos mediante la encuesta realizada a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas se deduce que la propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento para de la Facultad tiene la aceptación de nuestro público objetivo, que son los estudiantes de la Facultad, con un 90% de los estudiantes que si les gustaría contar con un Centro de Emprendimiento.

El apoyo que a los estudiantes les gustaría recibir del Centro, el 40% de los encuestados respondieron en asesoría para el desarrollo de planes de negocios, asesoría tributaria con un 20% y con el 14% elaboración de planes de negocios y asesoría en investigación de mercados; estos como los principales apoyos y servicios que debe brindar el Centro.

Un dato relevante también son los principales obstáculos para emprender, donde la principal restricción es la falta de apoyo económico seguido de la falta de conocimientos, el temor a fracasar y la falta de motivación.

De acuerdo a la encuesta, los estudiantes opinan que la persona que debe estar al frente del Centro de Emprendimiento es un profesional particular con el apoyo de un 40%, o un profesor de la Facultad con el 28%.



2.7.2. Entrevistas realizadas a las autoridades de la Institución

Economista Milton Quezada Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

1. *¿Cómo observa Usted el emprendimiento en los estudiantes de la facultad?*

El nivel de emprendimiento es bajo en la Facultad, porque este rato la función de los estudiantes no es hacer emprendimiento sino estudiar, son pocos los que realizan emprendimientos ya que tienen la capacidad económica, por lo general los que hacen emprendimientos son los egresados, no hay muchos emprendedores en la Universidad.

2. *¿Usted cree que en las aulas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas se están realizando emprendimientos exitosos?*

Algunos si han resultado bastante buenos, debido a la formación misma de la Facultad, son emprendimientos mucho más técnicos, que de otras carreras de la Universidad.

3. *¿Según su criterio cuáles son las causas para que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas no emprendan?*

La principal causa es porque el estudiante está estudiando, deben tener un aprendizaje previo. El temor al fracaso es bastante alto, y fracasan porque no tienen los conocimientos previos. Pero más que nada el estudiante debe ser estudiante a tiempo completo, más del 90% del tiempo debe estudiar de acuerdo a las nuevas reformas.



4. *¿Está de acuerdo que la facultad cuente con un centro de emprendimiento? ¿por qué?*

Por supuesto, no solo nos interesa contar con un centro de emprendimiento sino manejar el emprendimiento transversalmente, que no sea un lugar donde un estudiante “inquieto” va, sino que sea un centro de formación para todos los estudiantes para que tenga la capacidad de emprender alguna actividad para su auto-empleo. Que los estudiantes estén lo suficientemente capacitados para diversificar su perfil laboral el momento que egresan de la Facultad.

5. *¿Usted estaría de acuerdo en que se debe adecuar un lugar para el funcionamiento de un centro de emprendimiento en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas?*

En este momento estamos en la capacidad de generar un espacio físico, no solamente para este centro sino para muchas otras actividades estudiantiles, por ejemplo LDU economía, el consultorio tributario. Es probable que el Dr. Juan Cordero que maneja el emprendimiento en Inn pulsar, pueda integrarse a la Facultad con todo su equipo y centro, que a su vez fortalecería este Centro de Emprendimiento dentro de la Facultad.

6. *De acuerdo a su criterio ¿Cómo debe financiarse un centro de emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas?*

Debemos utilizar todos los recurso disponibles como son los Bonos de Emprendimiento que el mismo gobierno da, hay que ver también por el lado del ICE que financie el emprendimiento de los estudiantes, el auto-financiamiento también es importante, la Universidad no puede poner dinero por disposiciones legales. El centro no es muy costoso ya que tenemos el



local para el funcionamiento del mismo, también se puede asignar un número de horas a los profesores para que colaboren con el centro.

Economista Enrique Paredes Sub-Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

1. ¿Cómo observa Usted el emprendimiento en los estudiantes de la facultad?

Existe bastante interés en la juventud de la facultad, con la gente que he conversado, interés por promover sus propios negocios, es en cierta medida una respuesta a la falta de empleo principalmente de los estudiantes egresados que en su mayoría para obtener un empleo en empresas públicas o privadas piden experiencia, es entonces donde los estudiantes deciden arriesgar recursos económicos para emprender y utilizar un recurso que ya está dado que es la capacitación humana.

2. ¿Usted cree que en las aulas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas se están realizando emprendimientos exitosos?

En las clases el objetivo es que el alumno tenga experiencia en preparar lo que sería un posible emprendimiento, algunos de ellos se han llevado a cabo con éxito, otros en cambio sirven como una referencia para nuevos emprendimientos. Pero las asignaturas que están encaminadas en los emprendimientos no son muchas en la Facultad la idea es incrementar estas asignaturas y unir esfuerzos para que los emprendimientos que se van forjando en el aula tengan mayores posibilidades de hacer realidad en la práctica.



3. *¿Según su criterio cuáles son las causas para que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas no emprendan?*

Principalmente por el tiempo que dedican a la formación es en promedio 30 horas semanales, esto no deja mucho margen para otras actividades. Segundo todavía los estudiantes son dependientes de los hogares y tienen recelo de arriesgar recursos económicos de los padres, esto les causa un poco de temor. Es en los últimos años donde se pierde este temor debido a que el estudiante ya tiene seguridad de los conocimientos recibidos y nace el espíritu emprendedor.

4. *¿Está de acuerdo que la facultad cuente con un centro de emprendimiento? ¿por qué?*

Si, esta es una aspiración de hace algún tiempo, ya han existido algunas iniciativas a través de autoridades, profesores. Una de las limitantes era el espacio físico.

5. *¿Usted estaría de acuerdo en que se debe adecuar un lugar para el funcionamiento de un centro de emprendimiento en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas?*

Ya contamos con el espacio físico, podríamos decir que si se puede hacer realidad la creación de este centro de emprendimiento. Personalmente si le veo posibilidades para adecuar el nuevo local para el funcionamiento del centro.

6. *De acuerdo a su criterio ¿Cómo debe financiarse un centro de emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas?*

En la parte de la infraestructura se podría decir que ya está financiado,



porque contamos con el local. En la parte operativa puede iniciarse con un capital semilla que puede financiar la Universidad con una contribución especial para equipamiento por ejemplo, pero el resto viene por el mismo trabajo del centro, es decir por el auto-financiamiento. Tiene que existir una colaboración tripartita entre Universidad, estudiantado que estaría allí y naturalmente de los ingresos que perciba el centro.

Ingeniero Santiago Jimbo docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

1. *¿Cómo observa Usted el emprendimiento en los estudiantes de la facultad?*

Realmente no es el nivel que uno deseara de los estudiantes de la Facultad, por el prestigio que tiene la Universidad de Cuenca. Hay bastante “apatía” por parte de los estudiantes para emprender, la mayoría de los estudiantes tienen la percepción de una vez egresados ir a buscar empleo, y no en generar nuevas fuentes de trabajo y desarrollar ideas de negocio.

2. *¿Usted cree que en las aulas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas se están realizando emprendimientos exitosos?*

Influye la parte cultural de nuestra sociedad, ya que no hay esa predisposición y las características que debe tener un emprendedor como por ejemplo el no tener miedo a lo desconocido, el liderazgo, fuerza de voluntad, etc., características que en los estudiantes no se ve. Esto va a influir para que las personas no le tomen al emprendimiento como una opción de vida y como una opción posible después de graduarse.



3. *¿Según su criterio cuáles son las causas para que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas no emprendan?*

Principalmente a nivel de los cursos superiores, se ha visto que algunos estudiantes que ya han estado trabajando están desarrollando buenas ideas de negocio, falta un poco más de involucramiento por parte de los mismos estudiantes en proyectos de emprendimiento, existen algunos proyectos que se han estado trabajando en coordinación con otras facultades como por ejemplo el Desafío SEBRAE.

4. *¿Está de acuerdo que la facultad cuente con un centro de emprendimiento? ¿por qué?*

Es indispensable que la Facultad cuente con un Centro de Emprendimiento, somos y la visión de las carreras es contar con una acreditación internacional y parte de ello debe estar la formación de un centro de emprendimiento y que mejor que nosotros que somos la Facultad que forma Administradores, Contadores, Economistas, Ingenieros en Marketing debemos tener un centro de emprendimiento para que puedan desarrollar todo lo aprendido en clases y se pueda plasmar en situaciones reales.

5. *¿Usted cree que las autoridades de la facultad deben dar apertura a la creación de un centro de emprendimiento dirigido a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas?*

De lo que tengo conocimiento las autoridades de la Facultad esta empeñadas en la consecución de formar un Centro de Emprendimiento, adicionalmente el proceso de acreditación se va a trabajar en función de



generar nuevas ideas y nuevas dependencias dentro de la Facultad que la fortalezcan.

6. *¿Usted estaría de acuerdo en que se debe adecuar un lugar para el funcionamiento de un centro de emprendimiento en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas?*

Se cuentan ya con nuevos espacios físicos, no va a ser un limitante el espacio físico porque existen nuevas instalaciones que se están readecuando, y es el momento oportuno para destinar un espacio para la creación de este centro de emprendimiento.

7. *De acuerdo a su criterio ¿Cómo debe financiarse un centro de emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas?*

La idea de un centro de emprendimiento es justamente que se pueda generar ideas que se puedan vender al exterior, el financiamiento sería la auto-gestión del centro de emprendimiento. Formar incubadoras de empresas donde por ejemplo los estudiantes generen ideas y luego exponerlas para posibles inversionistas que compren las ideas a los estudiantes por medio de la Universidad, la estrategia sería trabajar en función de la venta de ideas de negocios.

Se tomó también en cuenta la opinión de la **Ingeniera Silvana Zalamea** que está al frente del Centro de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento que se encuentra en la Facultad de Ciencias Químicas de la Universidad de Cuenca, quien dice que es una buena iniciativa el contar con un Centro de Emprendimiento en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, pero que debe funcionar enlazado al Centro de Desarrollo



Empresarial y Apoyo al Emprendimiento y que no simplemente se debe crear en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas sino en todas las Facultades de la Universidad de Cuenca y de esta forma fomentar y potencializar el emprendimiento en los estudiantes de la Universidad de Cuenca.

Después de realizar las respectivas entrevistas, se concluye que han respondido favorablemente para crear un Centro de Emprendimiento, la limitante que era el espacio físico ya no existe por la adquisición de nuevas instalaciones. Las autoridades son conscientes del bajo nivel de emprendimiento que tienen los estudiantes de la Facultad, principalmente los estudiantes de los últimos ciclos, y confirman que la creación de este centro mejorará notablemente su nivel de emprendimiento. El centro debe ser financiado por medio del auto-financiamiento, principalmente para la operatividad del centro, el aporte de la Facultad sería mediante la adecuación del espacio físico.



Capítulo III

3. Gestión Administrativa del Centro de Emprendimiento

Se presenta una propuesta de gestión administrativa para el centro, donde se enfocará al bienestar del estudiante y a la consecución de los objetivos del centro de emprendimiento. No debe considerarse como un elemento rígido sino más bien como un modelo que puede ser adaptable de acuerdo a las necesidades del Centro de Emprendimiento.

3.1. Organización

El centro de emprendimiento funcionará como un departamento de la Facultad dentro de la misma línea jerárquica.

La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas tiene como máximo organismo la Junta de Facultad, seguido del Consejo Directivo, Decano y Sub-Decano, Consejo de Directores, Directores de Escuela, Consejo de Escuela, Centro Docente, Departamento de Investigación y Postgrado; el centro de emprendimiento tendrá el mismo nivel jerárquico que el Departamento de Investigación y Postgrado, por tanto tendrá las mismas responsabilidades.

En el caso de necesitar un profesional más se definiría un organigrama vertical debido a que se realizará la estructura jerárquica de arriba hacia abajo, en la parte superior está ubicado el mayor nivel jerárquico y según baja también baja el nivel jerárquico.

Para el funcionamiento del centro, al inicio de sus actividades contará con un Director-Asesor, y de acuerdo al incremento de la demanda se puede



coordinar con algún docente de la Facultad para que se le asigne horas para que realice en el Centro de Emprendimiento.

3.1.1. Perfil

A continuación se detalla el perfil que debe tener el Director-Asesor:

- Profesional en las áreas de economía, administración o afines; con título de tercer nivel, en lo posible con maestría.
- Experiencia en el ámbito del emprendimiento.
- Conocimientos en formulación, evaluación y gestión de proyectos.
- Conocimientos en el adecuado manejo de recursos tanto financieros y humanos.

3.1.2. Habilidades

Adicionalmente debe contar con ciertas habilidades como:

- Capacidad para toma de decisiones.
- Orientación al servicio.
- Liderazgo.
- Habilidades de trabajo en equipo.

Los docentes que podrán asignar horas para el centro serán todos aquellos que cuenten con experiencia previa en emprendimientos y aquellas que tengan conocimientos en áreas en las cuales los estudiantes que están emprendiendo tienen dificultades.

3.2. Funciones del personal del centro de emprendimiento

Para detallar las funciones del personal del Centro de Emprendimiento, primero se detalla los servicios del centro de acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas:



- Asesoría y elaboración de planes de negocio.
- Asesoría tributaria.
- Asesoría y coordinación en investigación de mercados.

El centro contará con una sola persona que estará todo el día en la función de Director-Asesor, las funciones básicas del mismo serán:

- “Coordinar el proceso de creación del centro de emprendimiento. (en el momento de iniciación del centro).
- Brindar asesoría en el desarrollo de proyectos.
- Elaboración de informes respecto al avance y logros del centro.
- Establecer contactos con grupos de interés tanto externos como internos.
- Presentar proyectos a las autoridades.
- Promover la difusión del centro de emprendimiento.
- Seleccionar a los Asesores Técnicos.
- Recibir las ideas de emprendimiento de los estudiantes para identificar su factibilidad.”⁷

Los asesores serán seleccionados y designados por el Director-Asesor de acuerdo al tipo de emprendimiento de los estudiantes. Sus funciones básicas:

- Apoyar al estudiante en el desarrollo de su idea de negocio.
- Elaborar informes de avance de resultados obtenidos.
- Presentar resultados de los planes de negocio (si son o no viables los emprendimientos).

⁷ Entrevista realizada a la Ingeniera Silvana Zalamea, Directora de un Centro de Emprendimiento Universitario.



Capítulo IV

4. PRESUPUESTO GENERAL TENTATIVO

En el campo de asignación de recursos monetarios es preciso aclarar que: la Propuesta de Creación de un Centro de Emprendimiento, está dirigida hacia una INSTITUCIÓN PÚBLICA, sin fines de lucro, por tanto se desarrolla un plan de inversiones; necesarios para determinar la cantidad en recursos económicos o físicos, que en caso de tener la institución, pueda proveerlos si los hubiere disponibles. Del mismo modo es necesario determinar los posibles gastos que incurriere el centro en los próximos años 2013-2018. Por tal motivo más adelante se detalla minuciosamente los requerimientos necesarios; tanto en talento humano como en recursos materiales. Se desarrolla inversiones y gastos por la sencilla razón de que no existe un costo para los estudiantes matriculados de la facultad, esto restringe un estudio económico – financiero más profundo.

4.1. Plan de Inversiones.

Para desarrollar el Plan de Inversiones para un Centro de Emprendimiento es necesario identificar inversiones fijas al momento de iniciar las actividades y gastos de operación necesarios para la puesta en marcha del centro.

Activos fijos: Se ha considerado los siguientes partidas tales como; adecuación del local e instalaciones, equipos de oficina, muebles - enseres y suministros de oficina.

Gastos Operativos: Difusión y propaganda, materiales necesarios para la tutoría, guías y folletos de tutoría, servicios profesionales, servicios básicos y arriendos.



INVERSIONES			
DESCRIPCIÓN	AÑO INICIAL		
	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
a. ACTIVOS FIJOS			
- Adecuación del Local e Instalaciones	1	1,500.00	1,500.00
- Equipos de oficina			
Computador	2	500.00	1,000.00
Impresora	1	150.00	150.00
- Muebles y Enseres			
Escritorio Gerente 4 caj. + 1 Silla Giratoria	1	235.00	235.00
Archivador 4 gavetas	1	160.00	160.00
Mesa de Reunión + 6 sillas	1	260.00	260.00
- Suministros de Oficina(perforadora, grapadora, otros)	1	100.00	100.00
- Otros Imprevistos	1	100.00	100.00
SUBTOTAL			3,505.00
b. GASTOS DE OPERACIÓN estimado para el primer año			
	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Difusión y propaganda			
Trípticos (otros)	500	0.80	400.00
Materiales necesarios para la tutoría			
Marcadores (3 azules, 3 negros)	12	1.00	12.00
Guías y folletos de tutoría	100	3.00	300.00
Servicios Profesionales (1 profesional por 12 meses)	12	1,200.00	14,400.00
Servicios básicos	12	100.00	1,200.00



Arriendos	12	200.00	2,400.00
SUBTOTAL			18,712.00
TOTAL GENERAL			22,217.00

NOTA: Los gastos operativos: se estima en guías y folletos la cantidad de 100 folletos por la razón de que se espera contar al menos con grupo de 50 estudiantes por ciclo lectivo, se considera un profesional, cuya remuneración es de \$1200 dólares mensuales, en servicios básicos y arriendos se estima para un periodo de 12 meses (2 ciclos lectivos) la cantidad de \$100 y \$200 correspondientemente. (**Ver Anexo N° 4**, Equipos, Muebles de Oficina e instalaciones)

4.2. Proyección de Gastos para el periodo 2013-2018

Los gastos que se proyectan en los próximos años, están considerados de acuerdo a los desembolsos estimados que un Centro de Emprendimiento tendrá que realizar para brindar un excelente servicio.

Parámetros considerados para la proyección de gastos:

Tasa de inflación promedio anual 4.67%. (BCE, 2013).

Tasa de crecimiento promedio de sueldos y salarios 8%. (BCE, 2013).



PROYECCIÓN DE GASTOS

Detalle	Años					
	2,013	2,014	2,015	2,016	2,017	2,018
Difusión	400.00	418.68	438.23	458.70	480.12	502.54
Materiales necesarios para la tutoría	312.00	326.57	341.82	357.78	374.49	391.98
Talento Humano	14,400.00	15,552.00	16,796.16	18,139.85	19,591.04	21,158.32
Servicios Básicos	1,200.00	1,256.04	1,314.70	1,376.09	1,440.36	1,507.62
Arriendos	2,400.00	2,512.08	2,629.39	2,752.19	2,880.71	3,015.24
TOTAL	18,712.00	20,065.37	21,520.30	23,084.62	24,766.72	26,575.71

NOTA: se consideró las tasas de crecimiento de: inflación y sueldos para la proyección de los próximos 5 años.

INVERSIONES + GASTOS

	Años					
	2,013	2,014	2,015	2,016	2,017	2,018
INVERSIÓN INICIAL	3,505					
GASTOS	18,712	20,065	21,520	23,085	24,767	26,576
TOTAL	22,217.00	20,065.37	21,520.30	23,084.62	24,766.72	26,575.71



4.3. Formas de Financiamiento.

Es necesario manifestar las formas de financiamiento que la Facultad puede optar para la obtención de recursos monetarios o/y físicos:

- ✓ Para cubrir Inversiones Fijas del centro, se puede optar por:
- ✓ Donaciones por parte de Instituciones Públicas. (MIPRO)
- ✓ Aporte directo de la Universidad.

Para cubrir gastos operacionales de un centro de emprendimiento, pueden ser:

- “Tasas por la realización de tutorías y acompañamiento en temas de gestión empresarial según las necesidades de los emprendedores.
- Pagos que efectúen los emprendedores por: estudios de mercado, evaluaciones financieras, etc.
- La intermediación y/o venta de servicios a emprendedores a través de consultores.
- La intermediación financiera para el acceso al financiamiento, una tasa por la gestión del crédito.
- Las donaciones.
- La obtención de subsidios directos de la universidad”. (ACUDIR-IMPULSAR, 2010).

Además se considera posibles auspiciantes con los que va contar el Centro de Emprendimiento al inicio de sus actividades hasta lograr una sustentabilidad independiente. Estos auspiciantes pueden ser públicos y/o privados, cabe recalcar que existe gran apoyo de parte de las instituciones públicas para fomentar y desarrollar el emprendimiento hacia la población estudiantil.



Un Centro de Emprendimiento Universitario, determinará su sostenibilidad en el tiempo de acuerdo al número de emprendimientos exitosos que logre ejecutar con los estudiantes y las tutorías que brinden a terceros para que se puedan cubrir gastos operativos del centro.



5.1. CONCLUSIONES

El emprendimiento de los estudiantes universitarios, específicamente en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, presenta gran dificultad, y al mismo tiempo, se encuentran con grandes obstáculos que los detienen en el momento de emprender. Esto es preocupante tanto para las autoridades de la facultad, como para la sociedad; ya que los emprendimientos generan fuentes de trabajo y la institución debe generar profesionales que sean generadores de empleo.

De acuerdo al estudio de la **“Propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento para la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca. Año 2013-2018”**, los porcentajes más representativos de 143 encuestados son: el 57% de ellos no habían desarrollado ninguna idea de negocio y el 43% si habían desarrollado. Siendo la principal motivación de este 43%, la obtención de ingresos económicos que representan el 45%, seguido por la segunda motivación, ser su propio jefe con el 27%. En el sector económico que habían desarrollado su idea de negocio se ubica el 68% en área comercial, el 27% en servicios y apenas un 4% en el sector industrial.

De los 143 encuestados, el 78% sí han tenido la idea de emprender, pero apenas el 23% lo habían puesto en marcha, siendo los principales obstáculos: la falta de apoyo económico respondiendo el 60% del total de encuestados, la falta de conocimientos el 22%. Este último es relevante debido a que es parte de la formación del estudiante.

Se encontró hallazgos muy importantes dentro del estudio de la



propuesta. Un porcentaje muy representativo que alcanza el 90% de encuestados muestran interés en la creación de un Centro de Emprendimiento, identificando las siguientes necesidades de formación y asesoramiento. Del total de encuestados que respondieron favorablemente que sí les gustaría contar con un Centro de Emprendimiento, el 42% les gustaría recibir asesoría para desarrollar planes de negocio, el 20% asesoría tributaria, el 14% elaboración de planes de negocio y asesoría en investigación de mercados, el 10% generación de redes de contacto que les ayudarán a formar su negocio o en caso de que el estudiante ya tenga en marcha su negocio, el Centro deberá apoyar en mejorar la empresa.

Lo que llama la atención es el tipo de servicio que esperan recibir del centro, por ejemplo asesoría en elaboración de planes de negocio, esto debería estar dentro de los conocimientos adquiridos por parte de los estudiantes al momento de egresar. También notamos un gran interés por parte de las autoridades de la facultad en la propuesta planteada, por lo cual se están dando los primeros pasos para contar con un Centro de Emprendimiento.

También se presenta una propuesta de gestión administrativa para el centro, donde se enfocará al bienestar del estudiante y a la consecución de los objetivos del centro de emprendimiento. No debe considerarse como un elemento rígido sino más bien como un modelo que puede ser adaptable y modificable de acuerdo a las necesidades. En la inversión el rubro más importante que se debe realizar es en gastos operativos del Centro que alcanza un valor de \$ 18.712,00 en el primer año, que son utilizados: para contratar al director, adquisición del equipamiento y todos los gastos adicionales necesarios para el correcto funcionamiento del mismo.



5.2. RECOMENDACIONES

Es indispensable contar con un Centro de Emprendimiento dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas que contribuya en la generación y fortalecimiento de emprendimientos de los estudiantes, para que estos sean exitosos y tengan mayores oportunidades y sean sustentables en el tiempo.

Se recomiendan la creación de un Centro de Emprendimiento dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, el cual brindará apoyo a los emprendimientos de los estudiantes en asesoría, planes de negocio, asesoría tributaria, investigación de mercado y generación de redes de contacto, En el caso del estudiante que tenga el negocio en marcha, el Centro de Emprendimiento le ayudará a mejorarlo.

Se recomienda que el centro trabaje, motive e impulse a la búsqueda de negocios productivos debido a que se identifica un porcentaje bajo de negocios orientados en el área industrial, por lo cual el gobierno a través de sus ministerios impulsa o beneficia de forma más directa a emprendimientos productivos que generen valor agregado a los productos finales.

Para el funcionamiento el centro deberá contar con un profesional que tenga conocimientos y habilidades en el área de emprendimientos, esta persona será el director del centro. Adicionalmente contará con asesores los cuales pueden ser profesores de la facultad, ellos brindaran el apoyo a los estudiantes que estén realizando emprendimientos.

Las funciones que deberá realizar el profesional del centro de



emprendimiento son: brindar asesoría en el desarrollo de proyectos, elaboración de informes respecto al avance y logros del centro, establecer contactos con grupos de interés tanto externos como internos, presentar proyectos a las autoridades, promover la difusión del centro de emprendimiento, seleccionar a los asesores técnicos, recibir las ideas de emprendimiento de los estudiantes y encausarlas a su desarrollo.

Al contar la facultad con un espacio físico en donde puede funcionar el centro, la mayor inversión que se deberá realizar es en gastos operativos como son: pagos al profesional y suministros, y una inversión menor en equipamiento y adecuaciones de la oficina, como: equipos de computación, equipos de oficina, muebles y enseres etc. En años posteriores el centro se deberá financiar mediante el cobro de tasas por la realización de tutorías y acompañamiento en temas de gestión empresarial según las necesidades de los emprendedores externos, pagos que efectúen los emprendedores externos por: estudios de mercado, evaluaciones financieras, etc. Podría considerarse también mediante la obtención de subsidios directos por parte de instituciones públicas.



5.3. BIBLIOGRAFÍA

Oficina Internacional de Trabajo. Manual Genere su Idea de Empresa. Lima-Perú, Primera Edición 1999, Pág. 5

FREIRE, Andy. Pasión por Emprender. Grupo Editorial Norma, Impreso en Colombia, Edición 2005, Pág. 10-11

NARESH, K. Malhotra, etc. al, 01/10/2004, "**Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado**". Pearson Educación, 713 páginas.

WEBSTER L. Allen. **Estadística Aplicada a los negocios y la economía**. Irwin, McGraw-Hill, tercera Edición 2001.

SCHEAFER, Richar, et, al. **Elementos del muestreo**. C: International Thompson Editores, 2007. Pág. 10, 31.

Oficina Internacional de Trabajo, "Manual Planifique su Empresa", Lima-Perú, Primera Edición 1999, Pág.10-11

GONZÁLEZ, Loyola Pablo, 2005, **Compilación Investigación de Mercado Enfoque Práctico**, pág. 1-2, 9, 21. Doc. Pdf.

MIPRO, Acudir, Impulsar. Centro de Emprendimiento Universitario. Cuenca 2010, pág. 7. Doc. Pdf.

Gerencie.com. 12/06/2010 "Definición de Emprendimiento." 12/04/2013 <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>.

El Mercurio. 22/08/2011. "El emprendimiento creció en el 2010." 12/04/2013 http://www.elcomercio.com/negocios/emprendimiento-crecio-Virginia_Lasio_ESPAE_Graduate_School_of_Management_0_539946106.html.



ANEXOS



Anexo N°1

Estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas matriculados en el periodo Marzo – Julio de 2013 (según registros oficiales de la facultad, hasta el 3 de Abril 2013)

rptEstadisticasGenerales.aspx

http://siuc.ucuenca.edu.ec/GESTIONACADEMICA/MATRICULAS/...



Fundada en 1867
UNIVERSIDAD DE CUENCA

SISTEMA DE GESTION ACADEMICA
REPORTE DE ESTADISTICAS GENERALES DE MATRICULADOS
 PERIODO LECTIVO: MARZO2013-AGOSTO2013

Usuario: BERTHA S

Fecha: 03-Abr-2013 11:48

ESCUELA	CARRERA	NIVEL	HOM.	MUJ.	TOTAL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS					
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES	GESTIÓN SOCIAL	4 AÑO	0	2	2
		5 AÑO	0	2	2
		7 AÑO	1	0	1
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES	SOCIOLOGIA	1 CREDITOS	10	7	17
		2 CREDITOS	8	10	18
		3 CREDITOS	3	1	4
		4 CREDITOS	14	9	23
		6 CREDITOS	1	4	5
		8 CREDITOS	1	5	6
TOTAL POR ESCUELA: MASCULINOS: 38; FEMENINOS: 40; TOTAL: 78					
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD	CONTABILIDAD Y AUDITORIA	2 AÑO	1	2	3
		3 AÑO	2	8	10
		4 AÑO	6	29	35
		5 AÑO	6	10	16
		6 AÑO	9	47	56
		7 AÑO	2	9	11
		8 AÑO	5	32	37
		1 CICLO	0	2	2
		2 CICLO	2	8	10
		4 CICLO	15	61	76
		5 CICLO	1	3	4
		6 CICLO	15	73	88
		7 CICLO	0	6	6
		8 CICLO	5	29	34
1 CREDITOS	61	198	259		
2 CREDITOS	48	257	305		
3 CREDITOS	6	48	54		
4 CREDITOS	47	233	280		
5 CREDITOS	1	13	14		
6 CREDITOS	15	82	97		
7 CREDITOS	2	11	13		
8 CREDITOS	9	51	60		
9 CREDITOS	1	0	1		
TOTAL POR ESCUELA: MASCULINOS: 259; FEMENINOS: 1.212; TOTAL: 1.471					
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA	ECONOMIA	3 AÑO	2	2	4

pág. 1



rptEstadisticasGenerales.aspx

http://siuc.ucuenca.edu.ec/GESTIONACADEMICA/MATRICULAS/...



Fundada en 1867
UNIVERSIDAD DE CUENCA

SISTEMA DE GESTION ACADEMICA
REPORTE DE ESTADISTICAS GENERALES DE MATRICULADOS
 PERÍODO LECTIVO: MARZO 2013-AGOSTO 2013

Usuario: BERTHA S

Fecha: 03-Abr-2013 11:48

ESCUELA	CARRERA	NIVEL	HOM.	MUJ.	TOTAL
		4 AÑO	3	1	4
		5 AÑO	2	0	2
		7 AÑO	2	1	3
		8 AÑO	2	4	6
		4 CICLO	8	3	11
		5 CICLO	1	0	1
		6 CICLO	3	3	6
		8 CICLO	7	6	13
		1 CREDITOS	26	22	48
		2 CREDITOS	47	44	91
		3 CREDITOS	8	7	15
		4 CREDITOS	37	34	71
		5 CREDITOS	8	20	28
		6 CREDITOS	14	12	26
		8 CREDITOS	8	8	16

TOTAL POR ESCUELA: MASCULINOS: 178; FEMENINOS: 167; TOTAL: 345

DEPARTAMENTO DE INGENIERIA EN
MARKETING

MARKETING

	2 AÑO	0	1	1
	4 AÑO	2	4	6
	5 AÑO	0	1	1
	6 AÑO	1	2	3
	8 AÑO	0	9	9
	9 AÑO	1	1	2
	1 CICLO	0	1	1
	2 CICLO	2	2	4
	4 CICLO	1	5	6
	5 CICLO	1	0	1
	6 CICLO	0	4	4
	7 CICLO	0	3	3
	8 CICLO	0	5	5
	1 CREDITOS	14	15	29
	2 CREDITOS	24	27	51
	3 CREDITOS	1	3	4
	4 CREDITOS	8	20	28
	5 CREDITOS	2	1	3
	6 CREDITOS	1	3	4

TOTAL POR ESCUELA: MASCULINOS: 68; FEMENINOS: 107; TOTAL: 165

FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

	1 AÑO	1	0	1
	3 AÑO	1	1	2
	4 AÑO	9	9	18

pág. 2



rptEstadisticasGenerales.aspx

http://siuc.ucuenca.edu.ec/GESTIONACADEMICA/MATRICULAS/...



Fundada en 1867
UNIVERSIDAD DE CUENCA

SISTEMA DE GESTION ACADEMICA
REPORTE DE ESTADISTICAS GENERALES DE MATRICULADOS
 PERIODO LECTIVO: MARZO2013-AGOSTO2013

Usuario: BERTHA S

Fecha: 03-Abr-2013 11:48

ESCUELA	CARRERA	NIVEL	HOM.	MUJ.	TOTAL
		5 AÑO	2	3	5
		6 AÑO	4	11	15
		7 AÑO	4	5	9
		8 AÑO	7	26	33
		1 CICLO	0	1	1
		2 CICLO	2	2	4
		3 CICLO	0	2	2
		4 CICLO	6	19	25
		6 CICLO	3	18	21
		7 CICLO	0	3	3
		8 CICLO	4	14	18
		1 CREDITOS	31	63	94
		2 CREDITOS	77	134	211
		3 CREDITOS	7	10	17
		4 CREDITOS	48	86	134
		5 CREDITOS	2	3	5
		6 CREDITOS	10	29	39
		7 CREDITOS	0	1	1
		8 CREDITOS	2	6	8
TOTAL POR ESCUELA: MASCULINOS: 220; FEMENINOS: 446; TOTAL: 666					
PROGRAMA DE LA UNIVERSIDAD EMPRESARIAL	INGENIERIA DE EMPRESAS				
		1 CREDITOS	15	17	32
		2 CREDITOS	3	8	11
		4 CREDITOS	0	1	1
		5 CREDITOS	5	15	20
		6 CREDITOS	4	18	22
TOTAL POR ESCUELA: MASCULINOS: 27; FEMENINOS: 59; TOTAL: 86					
TOTALES POR FACULTAD: MASCULINOS: 780; FEMENINOS: 2.031; TOTAL: 2.811					
TOTALES: MASCULINOS: 780; FEMENINOS: 2.031; TOTAL: 2.811					

**Anexo N°2** (diseño de la encuesta)

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ENCUESTA

La presente encuesta tiene la finalidad de obtener información útil y confiable para la elaboración del trabajo de tesis “Propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento para los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca. Año 2013-2018”

1. GéneroMasculino¹ Femenino² **2. Edad**

3. Carrera que usted estudia

- a) Administración de Empresas
- b) Contabilidad y Auditoría²
- c) Economía³
- d) Marketing⁴
- e) Sociología⁵
- f) Ingeniería de Empresas⁶

4. Ciclo que usted cursa1-3¹ 4-6² 7-9³**5. ¿Ha desarrollado usted alguna idea de negocio?**Sí¹ No²

Respuesta afirmativa continúa caso contrario pase a la pregunta 8



6. ¿Qué le motivó a usted a realizar esta idea de negocio? Marque una opción.

- Ser su propio jefe¹
- Generar Empleo²
- Tener ingresos económicos³
- Oportunidad de negocio⁴
- Otros (¿Cuál?)⁵ _____

7. ¿En qué área ha desarrollado usted su idea de negocio?

- a) Comercial¹
- b) Servicios²
- c) Industrial³
- d) Otros (¿Cuál?)⁴ _____

8. ¿Ha tenido usted la idea de emprender un negocio?

Sí¹ No²

Respuesta es negativa continúa con la pregunta 12

9. ¿En qué área?

- a) Comercial¹
- b) Servicios²
- c) Industrial³
- d) Otros (¿Cuál?)⁴ _____

10. ¿Ha logrado usted poner en marcha su negocio?

Sí¹ No²

Si tu respuesta es negativa continúa, caso contrario pasa a la pregunta 12

11. ¿Cuál es el principal obstáculo para poner en marcha su negocio? Marque una opción.

- a) Falta de conocimientos¹
- b) Falta de motivación²
- c) Falta de apoyo económico³
- d) Temor a fracasar⁴
- e) Otros (¿Cuál?)⁵ _____



12. ¿Te gustaría contar con un centro de emprendimiento dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas que te ayude a generar tu idea de negocio, ponerlo en marcha y/o mejorarlo?

Si¹ No²

Si tu respuesta es negativa termina la encuesta

13. ¿Qué tipo de apoyo te gustaría contar con un Centro de Emprendimiento dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y administrativas? Marque una opción.

- | | |
|--|--------------------------|
| 1.3. Asesoría para desarrollar planes de negocio ¹ | <input type="checkbox"/> |
| 1.4. Entrenamiento para potencializar el perfil emprendedor ² | <input type="checkbox"/> |
| 1.5. Asesoría tributaria ³ | <input type="checkbox"/> |
| 1.6. Elaboración de planes de negocio ⁴ | <input type="checkbox"/> |
| 1.7. Asesoría en investigación de mercados ⁵ | <input type="checkbox"/> |
| 1.8. Generación de redes de contactos ⁶ | <input type="checkbox"/> |
| 1.9. Otros (¿Cuál?) ⁷ _____ | <input type="checkbox"/> |

14. ¿Quién debería estar al frente de un Centro de Emprendimiento? Marque una opción.

- | | |
|---|--------------------------|
| a. Decano de la Facultad ¹ | <input type="checkbox"/> |
| b. Profesor de la Facultad ² | <input type="checkbox"/> |
| c. Dirigente estudiantil ³ | <input type="checkbox"/> |
| d. Profesional Particular ⁴ | <input type="checkbox"/> |
| e. Otros (¿Cuál?) ⁵ _____ | <input type="checkbox"/> |



Anexo N° 3

A continuación se presenta el cuestionario de la entrevista a los informantes clave:

- 1. *¿Cómo observa Usted el emprendimiento en los estudiantes de la facultad?***
- 2. *¿Usted cree que en las aulas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas se están realizando emprendimientos exitosos?***
- 3. *¿Según su criterio cuáles son las causas para que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas no emprendan?***
- 4. *¿Está de acuerdo que la facultad cuente con un centro de emprendimiento? ¿por qué?***
- 5. *¿Usted cree que las autoridades de la facultad deben dar apertura a la creación de un centro de emprendimiento dirigido a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas?***
- 6. *¿Usted estaría de acuerdo en que se debe adecuar un lugar para el funcionamiento de un centro de emprendimiento en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas?***



7. De acuerdo a su criterio ¿Cómo debe financiarse un centro de emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas?



Anexo N° 4

Proformas de Equipos y Muebles de Oficina

CD Comercial Dormihogar	CD Comercial Dormihogar	CD Comercial Dormihogar
Dirección: Gran Colombia 14-24 y Estéves de Tora Telfs.: 2826-323 / 092-202325 • Cuenca - Ecuador	Dirección: Gran Colombia 14-24 y Estéves de Tora Telfs.: 2826-323 / 092-202325 • Cuenca - Ecuador	Dirección: Gran Colombia 14-24 y Estéves de Tora Telfs.: 2826-323 / 092-202325 • Cuenca - Ecuador
PROFORMA	PROFORMA	PROFORMA
Fecha: 12-Abril-2013	Fecha: 12-Abril-2013	Fecha: 12-Abril-2013
Nombre: _____	Nombre: _____	Nombre: _____
Artículo: 1 Archivador 4 gavetas	Artículo: Escritorio General 4 Gds 1 Silla Giratoria ejecutiva	Artículo: Mesa de reunión + 6 Sillas
Contado: \$160	Contado: \$ 935	Contado: \$260
Crédito: \$185	Crédito: \$ 295	Crédito: \$ 295
Entrada: \$ 50	Entrada: \$ 60	Entrada: \$ 60
Mensual: \$ 33,75 por 4 meses	Mensual: \$ 57,50 por 5 meses	Mensual: \$ 47 por 5 meses

COMERCIAL BRITHER

SOMOS TU IMPORTADORA AMIGA
PROFORMA

PROCESADOR: INTEL INSIDE CORE DUO 1.60Ghz

DISCO DURO: 500GB

MEMORIA RAM: 4GB

MONITOR: LG O SAMSUNG "18.5"

- TECLADO
- MOUSE
- PARLANTES
- REGULADOR DE VOLTAJE
- MUEBLE PARA PC
- PRECIO DEL COMPUTADOR VENTA \$ 500

IMPRESORA: CANON más SISTEMA DE TINTA CONTINUA

PRECIO DE VENTA \$150

PRECIO TOTAL DEL PAQUETE \$ 650, 00

El costo en Adecuación de instalaciones se preguntó a un profesional de la rama: Sr. Luis Ortega y fue estimado por el valor de \$1500.



Anexo N° 5

Diseño de tesis

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

1. Título:

“Propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento para la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca. Año 2013-2018”.

2. Objetivos:

2.1 Objetivo General

Elaborar una propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento para la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca en el año 2013-2018.

2.2 Objetivos Específicos

- a. Determinar el nivel de demanda y aceptación de servicios de parte de los estudiantes, vinculando al mismo tiempo la institución.
- b. Establecer responsabilidades y funciones de los miembros que integrarían el centro de emprendimiento
- c. Elaborar un plan de inversiones para el inicio de operaciones, y los gastos operativos de mantenimiento de dicho centro en el periodo 2013-2018.

3. Marco Teórico

- ***Investigación de Mercado***
- ***Estudio Administrativo***
- ***Plan de inversiones***



Investigación de Mercado

“La investigación de mercados consiste en la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento de información. Es un proceso sistemático y objetivo diseñado para identificar y resolver problemas de marketing. Así, la investigación de mercado de mercados se clasifica en investigación de identificación de problemas e investigación de solución de problemas. El proceso de investigación consta de seis etapas que deben seguirse metódicamente. La función de la investigación de mercado es evaluar las necesidades de información y proporcionar aquella que es pertinente, con el objeto de mejorar la toma de decisiones de marketing.

La investigación de mercados se realiza dentro de la empresa o se contrata fuera en los servicios del sector. Las empresas de servicios completos se ocupan de toda la gama de las actividades de investigación, de la identificación del problema a la preparación y presentación del informe”⁸

“El Consejo de Administración de la American Marketing Association lo definió de la siguiente manera:

La investigación de mercados es la función que vincula al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; como también para generar, perfeccionar y evaluar las acciones del marketing; monitorear el desempeño del marketing; y mejorar la comprensión del marketing como un proceso.

⁸ NARESH K. Malhotra, etc. al, 01/10/2004, Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado. Pearson Educación, 713 páginas



La investigación de mercados especifica la información requerida para abordar y dar solución a estos problemas, diseñar el método para recolectar la información; dirige e implementa el proceso de recolección de datos; analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones

En otras palabras la investigación de mercados es una herramienta práctica que permite confrontar al empresario lo que tiene, lo que es y lo que ofrece con lo que en realidad el mercado percibe de como es, lo que quiere, lo que necesita y lo que estaría dispuesto a comprar, adquirir o usar.

Dentro del mundo del comercio y el mercadeo, la investigación de mercados se ha constituido en uno de los elementos más sobresalientes en la toma de decisiones. Es por esto que la investigación de mercados no es sólo una búsqueda de los clientes quieren comprar y sus necesidades y expectativas, por el contrario es una base fundamental en la planificación estratégica y operativa de toda organización. A través de la investigación de mercado se miden y establecen distintos parámetros necesarios en la actividad económica de toda organización, aspectos como posicionamiento, estudios de segmentaciones, pruebas de nombres y envases, investigación publicitaria, estudios de pruebas de mercado por citar algunos de los campos de aplicación de la investigación de mercado.

Dentro del mundo del comercio y el mercadeo, la investigación de mercados se ha constituido en uno de los elementos más sobresalientes en la toma de decisiones. Es por esto que la investigación de mercados no es sólo una búsqueda de los clientes quieren comprar y sus necesidades y expectativas, por el contrario es una base fundamental en la planificación



estratégica y operativa de toda organización. A través de la investigación de mercado se miden y establecen distintos parámetros necesarios en la actividad económica de toda organización, aspectos como posicionamiento, estudios de segmentaciones, pruebas de nombres y envases, investigación publicitaria, estudios de pruebas de mercado por citar algunos de los campos de aplicación de la investigación de mercado.

Todo proceso de investigación debe comenzar con el problema de investigación. Pero, ¿de dónde surge el problema, qué características debe cumplir para ser considerado tema de investigación y quiénes lo consideran como tal? Estas interrogantes se darán respuesta a continuación.

Teniendo en cuenta que todos los problemas en investigación de mercados son en cierto modo únicos, es lógico que varíen los pasos a dar a la hora de planificar un determinado estudio de investigación. No obstante existe una secuencia de fases, a la que se denomina el **proceso de investigación** que sirve como marco general a seguir para diseñar y llevar a la práctica un estudio de investigación.

Fase 1: Establecer necesidades de información

Fase 2: Especificar objetivos y necesidades de información

Fase 3: Determinar las fuentes de información

Fase 4: Determinar el método de recogida de datos

Fase 5: Diseño de la muestra

Fase 6: Trabajo de campo en investigación

Fase 7: Análisis e interpretación de datos

Fase 8: Elaboración del informe.”⁹.

⁹GONZÁLEZ Loyola Pablo, 2005 Compilación Investigación de Mercado Enfoque Práctico, pág. 1-2, 9, 21. Doc. Pdf.



Estudio Administrativo

“Un enfoque del estudio de los organismos sociales debe centrar su atención en los procesos administrativos fundamentales (planeación, organización, integración, dirección, control) que son esenciales si es que los organismos han de lograr sus objetivos y meta fundamentales. Este proceso administrativo es básico para cualquier tipo de organismo (público, Privado, educativo), en el que los recursos humanos, financieros y materiales deben combinarse para lograr ciertos objetivos. Además, el proceso es necesario, sin importar el área de especialización de la administración (comercialización, producción, finanzas, etcétera).

Otra manera de ayudar al entendimiento de la tarea administrativa es observar, dentro de los organismos, los distintos niveles o subsistemas”¹⁰.

Plan de Inversiones

“Antes de que pueda iniciar una empresa, necesitará dinero para efectuar diversos pagos.

Este dinero es lo que se conoce como capital inicial.

Toda empresa necesita un capital inicial porque tiene que cubrir ciertos gastos como por ejemplo, compra de equipos, herramientas, alquiler del local, adquisición de vehículos y otros antes de que se pueda generar ingresos por las ventas de sus productos o servicios.

La mayoría de las empresas no obtienen utilidad inmediatamente después del inicio de sus actividades.

¹⁰ RODRÍGUEZ Valencia Joaquín, , 14/03/2002 - 299 páginas, Estudio de sistemas y Procedimientos Administrativos, Cengage Learning Editores, Pág. 2



La realidad nos enseña que probablemente se trabajará a pérdida durante los primeros meses; siendo este periodo el que corresponde no solo a los gastos propios de su empresa (alquileres, electricidad, salarios, materiales, o mercaderías) sino que además tendrá usted que afrontar otros gastos que tal vez quedaron fuera de presupuesto por su falta de experiencia.

En estos primeros meses es cuando su empresa tiene la máxima vulnerabilidad, de allí que es muy importante haber previsto un capital inicial con la máxima precisión”¹¹

“Un **Plan de Inversiones** es un modelo sistemático, unos pasos a seguir, con el objetivo de guiar nuestras inversiones (actuales o futuras) hacia un camino más seguro. El plan de inversiones es fundamental para reducir riesgos a la hora de invertir. Quienes no tienen un plan bien desarrollado tendrá muchas probabilidades de fracasar a la hora de invertir su dinero.

Aunque a simple vista no nos demos cuenta, un porcentaje muy alto de inversionistas no solo no tiene un buen plan de inversiones, sino que tampoco tiene uno. Muchas personas compran un inmueble para rentar porque tienen un excedente de efectivo y encontraron una “oportunidad”; o han escuchado hablar que tal zona tiene un potencial de crecimiento muy inmediatamente, instalan un comercio, invierten en la zona. Se dejan llevar por sentimientos y no se toman el trabajo de analizarlo con un plan de inversiones. Éste, probablemente, sea el camino al fracaso. El plan va más allá de una buena idea, el plan debe contemplar nuestros ingresos y egresos estimados (debemos hacer una proyección de la demanda), el crecimiento

¹¹ OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO para Latinoamérica y el Caribe Oficina Subregional Andina Lima-Perú, **Manual Planifique su Empresa** 1999, Primera Edición, Pág. 59



que probablemente va a tener nuestra inversión, todas las probables restricciones que podamos tener (de carácter legal, monetarias, etc.). Es muy importante conocer todas las restricciones de carácter legal que puedan llegar a afectar nuestro plan de inversiones. Debemos buscar fuentes seguras de información a nivel municipal, provincial y nacional. Por otro lado tenemos, lógicamente, una restricción, que es la monetaria. Ésta es la que nos va a indicar cuánto podemos invertir (y arriesgar), hasta dónde podemos llegar en un principio. Claro está que luego podremos hacer reinversiones de ganancias cuando nuestras inversiones dan saldo positivo”¹².

4. Problema

La incertidumbre y poco conocimiento que tienen los estudiantes al momento de emprender una nueva empresa, y esto vincula a la generación de empleo, también la sobre oferta de profesionales de la facultad impulsa a tener una mentalidad de empresario (generar fuentes de empleo para los demás), por tanto esta área se enfocará a solucionar dicha incertidumbre que con el apoyo de la institución y las ganas de aprender a emprender por parte de los estudiantes mejoraremos al nuevo profesional y aquel tendrá la destreza que requiere la sociedad para solucionar el problema de la falta de empleo.

5. Metodología

- a) Encuestas: Cuestionario
- b) Informantes claves
- c) Fuentes secundarias

¹² <http://www.inversion-es.com/plan-de-inversiones.html>



La metodología que utilizaremos para la recolección de datos es de fuente primaria por el hecho de que nosotros realizaremos el levantamiento de la información, también nos basaremos en cierta información secundaria de interés e informante claves. Para el levantamiento de la información utilizaremos estadísticos para la determinación de la muestra, con el cual realizaremos el estudio de mercado.

6. Resultados

La obtención de datos estadísticos, nos darán una visión clara para determinar si el proyecto tiene la factibilidad para ser desarrollado, es decir, saber si el proyecto tiene aceptación en el mercado objetivo, y por ende por parte de la institución.

ESQUEMA TENTATIVO

INTRODUCCION

Capítulo I

1. ANTECEDENTES

1.1. Aspectos Conceptuales

1.1.1. Emprendimiento

1.2. Planificación Estratégica del Centro de Emprendimiento

1.2.1. Misión - Visión y Valores

1.2.2. Objetivos

Capítulo II

3. ESTUDIO DE LA PROPUESTA

Estudiantes

3.1. Definición de la investigación

3.2. Objetivos de la investigación



- 3.3. Grupo Objetivo
- 3.4. Metodología de recolección de información.
- 3.5. Diseño de la muestra y encuesta
- 3.6. Resultados de la investigación

Institución

- 3.7. Informantes Claves

Capítulo III

4. GESTION ADMINISTRATIVA

- 4.1.1. Organización
- 4.1.2. Funciones del personal del centro de emprendimiento

Capítulo IV

4. ESTUDIO ECONÓMICO

- 4.1. Plan de Inversiones.
- 4.2 Presupuesto de gastos
- 4.3 Formas de Financiamiento.

Capítulo V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



ACTIVIDADES	Marzo		Abril																											
	Mart	Miér	Lune	Mart	Miér	Jueve	Viern	Sába	Dom	Lune	Mart	Miér	Jueve	Viern	Sába	Dom	Lune	Mart	Miér	Jueve	Viern	Sába	Dom	Lune	Mart	Miér	Jueve	Viern		
	26	27	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26		
Presentación del tema	x																													
Presentación del diseño de tesis		x																												
INTRODUCCION																														
Capítulo I																														
1. ANTECEDENTES																														
1.1. Aspectos Conceptuales			x	x	x	x																								
1.1.1Emprendimiento																														
1.2. Planificación Estratégica del Centro de Emprendimiento																														
1.2.1Misión - Visión y Valores																														
1.2.2 Objetivos																														
Revisión del Director de tesis																														
Correcciones																														
Aprobación																														
Capítulo II																														
2. ESTUDIO DE LA PROPUESTA																														
Estudiantes																														
2.1. Definición de la investigación																														
2.2. Objetivos de la investigación																														
2.3. Grupo Objetivo																														
2.4. Metodología de recolección de información.																														
2.5. Diseño de la muestra y encuesta																														
2.6. Resultados de la investigación																														
Institución																														
2.7. Informantes Claves																														
Revisión del Director de tesis																														
Correcciones																														
Aprobación																														
Capítulo III																														
3. GESTION ADMINISTRATIVA																														
3.2.1. Organización																														
3.2.2. Funciones del personal del centro de emprendimiento																														
Revisión del Director de tesis																														
Correcciones																														
Aprobación																														
Capítulo IV																														
4. ESTUDIO ECONÓMICO																														
4.1. Plan de Inversiones.																														
4.2 Presupuesto de gastos																														
4.3 Formas de Financiamiento.																														
Revisión del Director de tesis																														
Correcciones																														
Aprobación																														
Capítulo V																														
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																														
Revisión del Director de tesis																														
Correcciones																														
Aprobación																														
Encuadernación																														
Entrega de Tesis																														



Glosario:

Emprendedor: persona que acomete y comienza una obra o empresa.
(Océano uno, 1989)

Emprendimiento: Acción y efecto de emprender (|| acometer una obra).
(DRALE)

Centro de Emprendimiento: Organismos de interlocutores públicos privados, que ponen en marcha y ofrecen, en un territorio que presenta un potencial empresarial suficiente, un sistema completo e integrado de actividades y servicios de excelencia para la pequeña y mediana empresa con el objetivo de desarrollar actividades innovadoras o independientes.
(Dirección de Política Regional de la Comisión de las Comunidades Europeas, 1984)

Gestión: Acción y efecto de administrar (DRALE)

Plan de Negocios: Es un documento usado para describir su negocio. Las secciones que componen un Plan de Negocios generalmente están organizadas para facilitar su comprensión. (www.incubatec.cl)