



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador | Sede
Ambato

OFICINA DE POSTGRADOS

TEMA:

**MODELO DE EMPRENDIMIENTO FORMATIVO PARA TECNÓLOGOS. CASO
DE ESTUDIO: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR BENJAMÍN ARAUJO**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Magister en
Innovación en Educación

Línea de Investigación:

Innovación e intervención educativa, procesos innovadores de enseñanza
aprendizaje

Autora:

Gabriela Jackeline Acosta Prócel

Directora:

Elva Aidee Llerena Barreno

Ambato – Ecuador

Diciembre -2021

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO
HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

MODELO DE EMPRENDIMIENTO FORMATIVO PARA TECNÓLOGOS. CASO DE ESTUDIO: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR BENJAMÍN ARAUJO

Línea de investigación: Innovación e intervención educativa, procesos innovadores de enseñanza aprendizaje


Autor:

Gabriela Jackeline Acosta Prócel

Daniel Marcelo Acurio Maldonado, Mg
CALIFICADOR

f.  _____

Ángel Patricio Valverde Gavilanes, Mg
CALIFICADOR

f.  _____

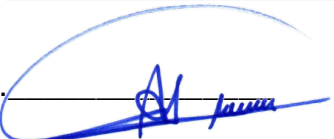
Elva Aidee Llerena Barreno, Mg.
CALIFICADOR

f.  _____

Padre. Juan Carlos Acosta Msc.
COORDINADOR DE LA OFICINA DE POSGRADOS

f.  _____

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr.
SECRETARIO GENERAL PUCESA

f.  _____

Ambato-Ecuador

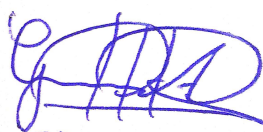
Diciembre-2021

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo: Gabriela Jackeline Acosta Prócel, con **CC. 050325470-8**, autora del trabajo de graduación intitulado: “**MODELO DE EMPRENDIMIENTO FORMATIVO PARA TECNÓLOGOS. CASO DE ESTUDIO: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR BENJAMÍN ARAUJO**”, previa a la obtención del título profesional de **Master en Innovación en Educación**, en la escuela de **Posgrados**.

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE Ambato, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad

Ambato, diciembre 2021



Gabriela Jackeline Acosta Prócel

CC. 050325470-8

AGRADECIMIENTO

Quiero empezar mis agradecimientos con mi directora de tesis la Mg. Elva Aidee Llerena Barreno con quien se desarrolló el tema de estudio, por sus conocimientos en la materia y consejos para presentar este trabajo, a la universidad en beneficio del Instituto Superior Tecnológico Benjamín Araujo del cantón Patate en la provincia de Tungurahua.

Al Instituto Superior Tecnológico Benjamín Araujo por su colaboración, sin su valioso aporte, no se recolectaría la información necesaria y vital para el desarrollo del presente trabajo.

A mi madre Norma Lastenia Prócel Borja por el apoyo moral y económico para cursar mis estudios y la presente investigación.

Muchas gracias por la ayuda brindada

DEDICATORIA

Quiero agradecer a Dios por permitirme realizarme profesionalmente, dedico este trabajo a mi madre quien me ha apoyado y guiado, por ser la base que me ayudó a llegar aquí, a mi hermana, quienes me alentaron para la realización de este trabajo. Y a mis hijos por ser mi fortaleza para seguir en pie de lucha, además, con fortalecer mi espíritu profesional.

Muchas gracias por todo y sobre todo por su paciencia

Gabriela Jackeline Acosta Prócel.

RESUMEN

La propuesta responde a la necesidad de los estudiantes del Instituto Tecnológico Benjamín Araujo, especialmente a los graduados que buscan una independencia laboral al culminar sus estudios. Con lo cual, se diseña un modelo de emprendimiento desde la academia, para promover la creatividad y manejo organizado de los procesos y elementos necesarios en el desarrollo adecuado del emprendimiento. En este sentido, la investigación es descriptiva-explicativa con un enfoque cualitativo, que contribuya al análisis y la profundización de los criterios de personas implicadas en el estudio para lograr un modelo factible para los estudiantes objeto de estudio.

El proceso, se fundamenta en la necesidad de responder a las verdaderas exigencias del país, educar para el futuro, teniéndose como objetivo general: implementar un modelo de emprendimiento educativo en la formación de tecnólogos en el Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo. Como resultado en tablas combinadas que en relación con las preguntas existe satisfacción en los estudiantes de diferentes niveles académicos con un total de 55 encuestados. De modo, que se concluye que el modelo aplicado es factible para la institución.

Palabras clave: Emprendimiento, estudiantes, formativo, modelo, tecnólogos.

ABSTRACT

The proposal responds to the needs of the students of the Benjamín Araujo Technological Institute, especially graduates who seek labor independence upon completion of their studies. With which, a model of entrepreneurship is designed from the academy, to promote creativity and organized management of the processes and elements necessary in the proper development of the venture. In this sense, the research is descriptive-explanatory with a qualitative approach, which contributes to the analysis and deepening of the criteria of people involved in the study to achieve a feasible model for the students under study.

The process is based on the need to respond to the true demands of the country, to educate for the future, with the general objective of implementing a model of educational entrepreneurship in the training of technologists at the Benjamin Araujo Higher Technological Institute. As a result, in combined tables that in relation to the questions there is satisfaction in students of different academic levels with a total of 55 respondents. Thus, it is concluded that the applied model is feasible for the institution.

Keywords: Entrepreneurship, students, formative, model, technologists.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD Y RESPONSABILIDAD.....	iii
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
INTRODUCCIÓN.....	1
Situación Problemática	4
Problema Científico	8
Idea a defender:.....	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos.....	8
Metodología.....	9
Justificación	9
CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA	12
1.1. Origen y Evolución del Emprendimiento.	12
1.2. Caracterización de los procesos formativos de los emprendedores.	19
1.3. Estudio y análisis de los modelos de gestión de emprendimientos.....	27
CAPITULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	32
2.1 Tipo de investigación y enfoque.....	32
2.2 . Recolección de información	34
2.3 . Población.....	35
2.4 . Caracterización de la empresa o institución.....	36
CAPITULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3.1. Procesamiento y análisis de la información	38
3.2 . Cuestionario, dimensiones e ítems evaluados	38
3.2. Características Sociodemográficas	38
DESARROLLO DE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO	61

Diseño de la propuesta	61
Objetivos de la propuesta	62
Modelo de emprendimiento Canvas.	62
Lienzo del modelo Canvas	65
Conclusiones.....	84
Recomendaciones.....	85
Bibliografía.....	86
Anexos	96
Emprendimiento Formativo	98

INTRODUCCIÓN

En el transcurso de los años, las sociedades del mundo se han visto en la necesidad de evolucionar en muchas áreas no solamente en el ámbito educativo, sino en algunas formas de crecimiento que dan respuestas a las necesidades del ser humano, las cuales, se asocian en su mayoría al ámbito económico. A partir de este enunciado, es oportuno mencionar que el ser humano ha generado constantes alternativas, ha planteado ideas para concebir mayores ingresos y al mismo tiempo combatir el desempleo, la desigualdad y la pobreza, con el fin último de generar mejorías significativas en su calidad de vida. Dichas acciones, se han desarrollado de forma empírica y con los años, se ha otorgado una definición asociada al emprendimiento que hace énfasis a aquellas personas que, conforme a una idea innovadora, obtienen ingresos favorables, pero no ha tenido siempre un resultado positivo, porque sus ideas, se han fundamentado en algo completamente experimental.

De allí que, la formación académica tiene un papel fundamental en el desarrollo de las sociedades del mundo, en la actualidad, se plantean mayores desafíos, que inevitablemente obligan a mirar desde una perspectiva basada en la construcción continua de conocimientos, que demandan individuos preparados para emprender desde cada uno de sus ámbitos. En este sentido, la capacidad innovadora y la educación no están en posición de limitar sus esfuerzos en únicamente potenciar habilidades para la construcción de empresas o negocios, sino en desarrollar competencias durante su formación educativa, que les permita crear y potenciar ideas y acciones emprendedoras, para que los emprendimientos no sean tomados como actividades sustanciales, sino que, se logren establecer de una forma exitosa.

Es importante mencionar que los emprendimientos surgen desde una idea innovadora con una visión que trasciende lo habitual, al mismo tiempo se torna como una oportunidad para generar, en algunos casos, empleos para otras personas, con un efecto positivo en las sociedades; motivado a la falta de vacantes que se han registrado en la actualidad, desde esta premisa; se evidencia un gran número de negocios informales, que se inician con una idea por parte del emprendedor, pero al no poseer los conocimientos necesarios, destrezas y

habilidades, termina convirtiéndose en un negocio con bajo potencial de crecimiento, que con el pasar del tiempo no logran expandirse y termina por desaparecer, deja en evidencia la falta de fundamentos claros, conocimientos y objetivos bien definidos que impulsen al emprendimiento.

En concordancia con lo anterior, no cualquier actividad inspirada en una idea se considera un emprendimiento, por el contrario, se define como una actividad fundamentada en la innovación y creatividad que al mismo tiempo es capaz de producir sus propios recursos, donde el emprendedor logre combinar lo que tiene y así potenciar los beneficios que brindan su servicio o producto. Para emprender, es necesario que surjan mejores estrategias asociadas a la producción, métodos creativos y actividades que distingan lo que se muestra como servicio o producto, pero dichas acciones, se enmarcan en modelos de emprendimientos que permitan orientar de forma exitosa lo que se quiere.

Para que un emprendimiento sea sostenible, es necesario considerar elementos de gran valor como el conocimiento, las personas y los intereses, pero no solo se alcanza de forma empírica, por el contrario, se requiere de la consolidación de conocimientos, estrategias, destrezas y demás acciones, que se alcanzarían bajo una formación académica. En el mismo orden y dirección, las instituciones a nivel superior como agentes de formación y transformación están en la posición de ser garantes de formar a sus estudiantes bajo una visión innovadora con el propósito de posicionarse en una sociedad que constantemente, se somete a inevitables cambios.

En relación a la formación concerniente a la iniciativa emprendedora, la responsabilidad educativa está sujeta a la necesidad de contemplar una serie de habilidades, cualidades y herramientas que permitan el desarrollo de competencias y cualidades no solamente profesionales sino sociales, para generar una cultura emprendedora que otorgue valor agregado al servicio o producto, pero estos hechos son impulsados por agentes sociales como las Universidades e Instituciones de formación profesional (Villacres, Morales, Veloz, & Salazar, 2019). En tal sentido, esta acción emprendedora implica al mismo tiempo una formación en aspectos relacionados al desarrollo integral de los individuos, su autonomía,

sentido de pertenencia, trabajo en conjunto, construcción de conocimientos, estrategias y el desarrollo de negocios.

La formación para el emprendimiento requiere de una adecuada gestión de innovación, para el alcance de su perdurabilidad y sostenibilidad en el tiempo, para ello es necesaria la intervención de las instituciones educativas, la rama empresarial y el Estado, para dar respuesta a las exigencias de las sociedades desde el ámbito económico, donde la autonomía juega un papel fundamental, tiene en cuenta que, a partir de ella el emprendedor genera propuestas que desde su enfoque permitan inspirar la búsqueda de soluciones y alternativas para las necesidades y problemáticas de una sociedad que requiere de acciones continuas vinculas a las redes de conocimiento.

En concordancia con los tópicos que anteceden, algunas instituciones profesionales del país, se han enfocado en formar a los estudiantes del emprendimiento bajo una perspectiva académica que no responde a las necesidades de la sociedad, donde la innovación, el espíritu emprendedor, la creatividad y los modelos correctos, pasan a vislumbrarse como acciones secundarias, tiene como resultado una serie de emprendimientos circunstanciales que carecen de fundamentos, en tal sentido, es necesario formar a futuros profesionales para el emprendimiento, debido a la ausencia o falta de acciones reales en las instituciones educativas para fomentar y propiciar espacios formales y efectivos para los estudiantes, de allí que, el presente estudio propone un modelo de emprendimiento formativo para tecnólogos del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo, quienes actualmente, se forman en la institución con la visión de pertenecer al mercado laboral actual.

Una vez establecido el propósito, se construyó de forma secuencial la investigación, mediante una serie de apartados, que se iniciaron por la revisión exhaustiva de los antecedentes, luego se define la situación problemática, se determina el planteamiento del problema, se establecen las hipótesis o idea a defender; luego se señalan los objetivos de la investigación, entre ellos; general y específicos, posteriormente, se define la metodología y la justificación de la investigación. Subsiguientemente, se determinaron los capítulos que a continuación se definen:

Capítulo I: Estado del arte y la práctica. Corresponde a las concepciones y bases teóricas que sustentan la investigación, desde una posición conceptual en función de los aportes de diversos autores e investigadores en el área.

Capitulo II: Diseño Metodológico. Comprende el marco o ruta metodológica, que se emplea para definir el tipo y enfoque de la investigación, la población y muestra, el tipo de recolección y procesamiento de datos e información.

Capitulo III: Análisis de los resultados de la investigación. Corresponde al análisis, validación y procesamiento de los datos e información resultante de la aplicación del instrumento empleado, en medio de ello, se analizan los resultados obtenidos durante el desarrollo de la investigación.

Para finalizar, una vez, que se analizan los resultados, se logran establecer las conclusiones y recomendaciones, los anexos y referencias empleadas en el desarrollo de la investigación.

Situación Problemática

La necesidad imperante de la mejora de la economía en los países del mundo ha generado constantes acciones por parte de la humanidad con el fin último de mejorar sus condiciones de vida, de allí que, el emprendimiento, se ha logrado posicionar y su definición, se ha visto influenciada por las realidades, dinámicas y visiones de algunos países, en algunos casos, las razones para constituir un emprendimiento están orientadas a la necesidad económica que requiere una respuesta inmediata, por el contrario, en otros casos, se han registrado un cúmulo de oportunidades que permiten mediante una idea puntual; generar la mejora de un producto o servicio.

En tal sentido, el emprendimiento se ha considerado como una actividad de gran relevancia para mejorar las condiciones de un país, en el ámbito económico, donde también, incursiona la tecnología y la innovación desde una perspectiva científica, aunque, algunos países no cuentan con este recurso y definirse como una desventaja, sin embargo, existen diversos elementos asociados a las características demográficas, culturales y económicas, que se establecen como fundamentales para el desarrollo de un emprendimiento.

Dentro de una perspectiva globalizada, algunos autores consienten que en América Latina el emprendimiento carece de innovación, tal como lo establecen Amorós, Etchebarne, & Felzensztein (2012) al mencionar que: “esta región no es creadora de emprendimientos innovadores, lo que ha provocado que sus emprendimientos tengan poca incidencia a nivel global, donde el 10.8% de estos emprendimientos tienen una propensión en temas de internalización” dichos emprendimientos son poco competitivos porque no están relacionados con la innovación y la tecnología, son estos elementos claves para su proyección. En los últimos años, se ha determinado que los emprendimientos han surgido mediante la necesidad de establecer un ingreso económico y al mismo tiempo generar un balance dentro de la tasa del desempleo, y en comparación con otras décadas, el número de micro empresas ha aumentado significativamente.

En España, algunos estudios reflejan que al menos para el año 2016 la tasa de desempleo había aumentado a 8,4% y para el año 2019 disminuyó al 7,4%, debido a la constitución del desarrollo de diversos micro emprendimientos donde, se generaron empleos. Aunque, otros estudios reflejan que los empleos mediante los emprendimientos son mínimos frente al desarrollo de otras economías, debido a la inconstancia y la poca sostenibilidad que tienen. Al mismo tiempo, otras variables asociadas a la falta de innovación, han establecido el fracaso de los emprendimientos, en otros países como Colombia, para el año 2019, se registra el 14.9% de innovación y el 6.5% de cierres. En el mismo orden, en Chile, se establece un porcentaje de innovación asociado al 54.0% y respecto al cierre de micro empresas el 7.1%, mientras que en Ecuador el porcentaje de innovación es del 16.5% y el cierre de las empresas de un 8.8%, es casi la mitad de las micro empresas que no han tenido una trayectoria exitosa a largo plazo (Gutama & Jiménez, 2019).

Los resultados anteriores, permiten vislumbrar que en Ecuador, se evidencian falencias frente a la instauración de nuevas micro empresas debido a la falta de innovación y creatividad, dichas problemáticas, se asocian a la formación que reciben los estudiantes en las instituciones educativas a nivel superior, quienes egresan no logran insertarse con facilidad en el mercado laboral debido a diversas variables, entre ellas; la falta de habilidades y el desbalance en el ámbito laboral; ,

no existe una relación entre el número de graduados al año y un nicho laboral adecuado, lo que ha generado como consecuencia que el 40,4 % de jóvenes se encuentren sin un empleo formal (Olmedo, 2018).

De acuerdo a Lasio, Ordeñana, Caicedo, & Izquierdo (2015) en Ecuador en el mismo año, el índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) alcanzó un 33,6 %, donde al menos de cada 3 adultos, 1 de ellos realizó algún tipo de actividad emprendedora para generar o propiciar un negocio. De estos resultados, en Ecuador la TEA más alta, en América Latina. Se concluye que el valor e impacto positivo del emprendimiento en la sostenibilidad de la economía y desarrollo del país, así como también, la necesidad de insistir en las políticas públicas dirigidas al desarrollo productivo, integral y articulado, orientado por acciones de innovación y emprendimiento, donde el valor de la sociedad ecuatoriana aumenta de forma significativa, con el propósito de generar nuevas oportunidades de sustento económico para los hogares (Valencia, 2017).

En este sentido, la idea del emprendimiento, se ha convertido en una estrategia en Ecuador, para dar respuesta a los retos y desafíos sociales y económicos, con la incorporación en las mallas curriculares, asignaturas o créditos relacionados con los proyectos de emprendimiento. Sin embargo, están orientados a los perfiles de egresos de las diversas carreras de las que disponen, donde los modelos de emprendimiento, se han convertido en estructuras de organización con ausencia de retroalimentación, autocrítica, acompañamiento y del cumplimiento de requisitos técnicos y administrativos.

Es importante mencionar que, la ausencia de una cultura emprendedora en las instituciones educativas ecuatorianas, se ha convertido en una de las principales causas de la falta de iniciativas de innovación y emprendimiento de los jóvenes egresados, quienes carecen de las herramientas conceptuales y técnicas para crear, desarrollar y mantener un proyecto de emprendimiento, a largo plazo, donde se garantice su perdurabilidad en los mercados y en el tiempo.

En Ecuador el Estado ha establecido una política educativa estructurada desde la educación inicial hasta la educación a nivel superior, que centran su atención en la lógica del pensamiento, disminuye la importancia a la formación dirigida al

desarrollo de competencias para la innovación y el emprendimiento, que cuentan con estudiantes que básicamente dirigen su atención a la aprobación y acreditación de sus materias (Corredor, 2017). La estructura educativa actual, emplea generalmente modelos pedagógicos que, de acuerdo al autor, carecen de elementos de calidad y sustentabilidad, además, queda en evidencia la ausencia de experiencia e iniciativa del docente, lo cual, genera perfiles profesionales ocupacionales, mas no orientados al emprendimiento.

El Estado Ecuatoriano a través de los objetivos claros del Buen Vivir, la Ley Orgánica de la Educación Superior (LOES) y la Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI), busca los mecanismos para generar una cultura de emprendimiento, que dependen de las iniciativas de los actores responsables de las políticas públicas del Estado (Salinas, Machado, & Aquino, 2012). Estas estrategias, sin embargo, no guardan una relación con las características sociales y económicas del país, de acuerdo a la información recolectadas por el directorio de empresas y establecimientos que ha posicionado a Ecuador en el cuarto lugar en el ranking mundial de la tasa de cierre de negocios (Salazar & Zamudio, 2018). Estos registros, permiten determinar la carencia de políticas educativas, que se ajusten a las necesidades de la población, por el contrario, se establece una estructura curricular incongruente con la realidad social.

En este sentido, el propósito de las universidades ecuatorianas y latinoamericanas, están orientados al hecho de garantizar el desarrollo de competencias específicas de sus profesionales, los cuales inevitablemente requieren insertarse en el mercado laboral, con el fin de crecer en el ámbito profesional. Sin embargo, existe una brecha entre los modelos de educación y la iniciativa de proyectos de emprendimiento en el país, como consecuencia de la falta de una orientación pedagógica real de innovación y emprendimiento.

Las estructuras internas de las instituciones educativas, que se caracterizan por su rigidez y falta de espíritu innovador, transformador y emprendedor, solo afecta de manera significativa el perfil de egreso de los jóvenes estudiantes que son formados en dichas casas de estudios, tal como el caso de los estudiantes del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo, quienes son formados bajo una estructura

curricular que no da respuestas a las necesidades del contexto, donde se evidencia la escasa posibilidad de inserción al ámbito laboral, debido a la carencia de innovación, creatividad y desconocimiento de los modelos de emprendimientos, lo que define una actividad desfavorable ante el desarrollo de emprendimientos sostenibles en los profesionales que egresan de la institución, es por ello, que la presente investigación, se direcciona a proponer un modelo de emprendimiento formativo para tecnólogos del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo con la finalidad de fomentar destrezas, habilidades y una visión amplia que le permita establecerse en el campo laboral.

Problema Científico

¿Cómo mejorar la formación del emprendimiento en los estudiantes del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo?

Idea a defender:

Establecer un modelo de emprendimiento formativo para tecnólogos del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo, es una herramienta necesaria y de gran valor para la generación de emprendimientos sostenibles en los profesionales que egresan de la institución.

Objetivo General

Desarrollar un modelo de emprendimiento formativo para tecnólogos del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo

Objetivos Específicos

1. Fundamentar teóricamente un modelo de emprendimiento desde la educación tecnológica.

2. Determinar las características educativas del modelo de emprendimiento en la formación de tecnólogos en el Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo
3. Identificar los elementos para el desarrollo de un modelo de emprendimiento formativo para tecnólogos en el Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo.
4. Diseñar un modelo de emprendimiento formativo en la formación de tecnólogos en el Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo.

Metodología

La metodología determina una serie de pasos, que se desarrollan de forma secuencial, para así dar respuestas a los objetivos del estudio, es por ello, que se han establecido en este apartado los métodos que el investigador empleara. En tal sentido, el estudio, se ha estructurado bajo un enfoque cuantitativo, que permite la construcción de instrumentos de recolección de datos para obtener información por parte de los estudiantes, relacionada con los conocimientos, habilidades, destrezas, competencias y al mismo tiempo, para valorar sus características actitudinales y aptitudinales asociadas al emprendimiento. Todo lo que antecede, se desarrolla con el fin de direccionar el propósito de validar el desarrollo del modelo de emprendimiento a proponer, por cuanto, se utiliza como referencia el método de evaluación CEPCES. Para ello, se toma la población total de estudiantes del cuarto y quinto semestre de las dos carreras del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo, que comprenden un total de 55 estudiantes.

Justificación

La importancia de la formación de profesionales con la capacidad de emprender e innovar en función de sus intereses, habilidades y conocimientos, con el propósito de contar con una ventaja competitiva al momento de insertarse en el mercado laboral, ha permitido que el tema de investigación sea objeto de estudio y análisis en el ámbito académico, así pues, a efectos de esta investigación el diseño de un

modelo de emprendimiento formativo para tecnólogos dirigidos a los jóvenes profesionales, que se forman en el Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo, constituye un aporte significativo en el perfil de egreso de los estudiantes quienes, al finalizar su carrera, cuentan con la formación para el emprendimiento.

En este sentido, la capacidad de emprendimiento, se ha convertido en la actualidad en una ventaja novedosa que genera un valor agregado, que permite a los individuos su superación en el ámbito personal y profesional, convirtiéndose en una fuente de inserción en el mercado laboral. Por lo que, se constituye como un elemento valioso en el modelo educativo orientado a la formación destinada a la producción y generación. De allí parte la importancia de contar con instituciones educativas que unan esfuerzos para el desarrollo de estudiantes con características emprendedoras y capaces de complementar los contenidos propios de la academia con competencias para la innovación y el emprendimiento (Jurado, Caicedo, Arteaga, Loja, & Urresta, 2019).

Como consecuencia de la globalización y del gran avance científico, principalmente tecnológico es necesario estar a la vanguardia de la aplicabilidad de estos modelos de emprendimiento que permitan maximizar el uso del tiempo, dinero, personal y que principalmente permita vincular los conocimientos adecuados y útiles al poner en marcha los proyectos que son importantes en el desarrollo social y económico del país. Con el propósito de generar mejor calidad de vida de los ecuatorianos.

Dicho así, la investigación constituye un fundamento sólido para que el emprendimiento contribuya a generar un mecanismo para aumentar y mejorar el nivel de vida de las personas, es necesario el diseño e implementación de un modelo formativo dirigido a los estudiantes del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo, con el propósito de formar tecnólogos con competencias y habilidades para generar y concretar proyectos de emprendimiento, que les brinde ingresos económicos y profesionales, que eleven su calidad de vida, y garanticen el crecimiento de sus negocio.

La elaboración de este modelo beneficia a personas con bajo nivel educativo, pues se ofrece un manual didáctico el cual responde a sus dudas, con el propósito de ayudar a las organizaciones tanto de la zona urbana como rural de la provincia de

Tungurahua, a generar transformaciones positivas dentro de la provincia, con el desarrollo de diferentes emprendimientos que contribuyen al crecimiento productivo y económico del cantón, la provincia y el país.

Es así como este trabajo de investigación, se orienta a demostrar que los futuros tecnólogos que estén interesados en formarse y poner en práctica los conocimientos adquiridos en las instituciones académicas cuentan con una ventaja competitiva en su inserción al complejo y dinámico mercado de trabajo, que cada día exige más y mejores competencias y habilidades a los profesionales que egresan.

Igualmente, esta investigación ofrece aportes en el ámbito social, académico y personal:

En primer lugar, en el ámbito social, se valiosa para la sociedad pues permite que los jóvenes profesionales cuenten con las competencias para desarrollar proyectos de emprendimiento que fomenten el nivel productivo de la economía ecuatoriana, tanto a nivel macro como para aquellos que proporcionan beneficios de forma local a sus comunidades.

En segundo lugar, en el plano académico, se busca con el desarrollo de esta temática generar nuevos aportes en las líneas de investigación relacionadas a la formación para el emprendimiento, así mismo, ofrecer nuevas alternativas para la ampliación y mejoras del perfil profesional de los tecnólogos egresados del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo.

Por último, desde una perspectiva personal, permite a la investigadora ampliar sus conocimientos tanto en el área metodológica, como en el contenido propio de la investigación, para aportar nuevas y valiosas contribuciones a la formación profesional.

CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE Y LA PRÁCTICA

1.1. Origen y Evolución del Emprendimiento.

El origen del emprendimiento, se sitúa en la determinación de la palabra en francés que significa pionero, con vinculación a las acciones hace una persona de forma individual en función de sus capacidades y destreza como sujeto que ejerce para alcanzar una meta u objetivo, quien no necesariamente emplean algún tipo de esfuerzo adicional, es esta persona capaz de tomar decisiones. También, se atañe el término a aquellos sujetos que son innovadores y capaces de constituir nuevas propuestas o proyectos. Este término fue establecido por primera vez en el año 1732 en el Diccionario de las Autoridades de la Real Academia Española para referirse a una persona, que se encarga de emprender y se enfoca en ejercer una labor de gran importancia (Carmen & Viveros, 1996)

En el mismo sentido, el emprendedor, se ha convertido en objeto de estudio de diversas disciplinas, como la sociología, psicología, historia, economía, y otras asociadas al crecimiento de las sociedades del mundo. Este término, se utilizó en el medioevo para referirse a los sujetos con la capacidad para obtener logros propuestos a través de una serie de acciones oportunas y meditadas para “hacer algo” y hacerlo bien. Por lo que, se convirtió en una definición que describe la capacidad de los individuos para producir resultados de forma eficaz, eficiente y efectivo (Vasquez, 2016).

El surgimiento del término emprendimiento suele atribuirse por primera vez a Richard Cantillon para el año 1755, a partir de allí comienzan a surgir distintas teorías en busca de comprender el fenómeno del emprendimiento desde distintas teorías. Para el año 1803, durante la revolución industrial Jean Baptiste Say ofreció nuevos aportes a la definición del término emprendimiento. Luego de su surgimiento inicial en el ámbito económico, durante el siglo XVIII, el análisis de los estudios relacionados al emprendimiento, se dispersó por un prolongado tiempo, hasta su regreso aproximadamente en el año 1860 como producto de los estudios en la economía neoclásica. Posteriormente durante el período entre 1880 a 1940 distintos investigadores en el plano económico sostuvieron que básicamente el emprendimiento requería de un juicio, por lo tanto, conllevaba el proceso de toma

decisiones ante situaciones de incertidumbre (Terán-Yépez & Guerrero-Mora, 2020).

Para principios de siglo XX, se comienza a relacionar la acción emprendedora al surgimiento económico, debido a la influencia del emprendedor en las actividades destinadas a la producción y a la identificación de oportunidades que generan beneficios. Los primeros estudiosos en establecer esta relación fueron Schumpeter durante los años 1912 y 1943 y Knight durante el año 1921. En este sentido, hoy en día, existe un consenso en la literatura del emprendimiento sobre las contribuciones de las obras de Schumpeter con la relación del emprendedor y el impulso destinado al crecimiento. Para Schumpeter era importante el rol del empresario en el crecimiento económico, el rol del emprendedor, se distingue del capitalista (Núñez & Núñez, 2016).

Más adelante otros autores definieron el término, en Irlanda como “la voluntad que tienen las personas para desarrollar nuevas formas de obtención de recursos, el cual implica un nivel de riesgo económico considerado al iniciar una nueva empresa” Cantillon, 1978 citado en Rodríguez, A (2009). En vista de, que se consideraba aún un término que carece de argumentos, un Francés de nombre Jean-Baptiste en el año de 1804 quiso agregar, que se fundamentaba en aquella persona con características de líder que al mismo tiempo asumía algunos retos asociados a proyectos y propuestas, además, se vislumbra como un previsor que asume riesgos al movilizar algunos recursos económicos y materiales, donde otras personas no han sido capaces de hacerlo, lo que requiere una visión más profunda de los procesos, es capaz de generar una zona de alta productividad (Minniti, 2012). Para este actor, el emprendimiento, se ve como una visión amplia de proyectos que tienen una mayor factibilidad, de allí qué, quienes ejercen estas funciones tienen la capacidad de arriesgarse mediante el desarrollo de una propuesta o proyecto.

Más adelante, en contraposición con los autores antes citados el filósofo Peter F. Drucker 1986 planteó que el término no relacionarse a la constitución de un negocio que no se ha expandido, siempre caracterizado por ser pequeño en su totalidad, así asumir su responsable algunos riesgos, no sería el fundamento correcto del

emprendimiento, por el contrario, lo define como el alcance extra de las empresas comunes, donde se llega, en comparación de otras empresas, por cuanto, serían algo grande donde su responsable tenga una visión amplia que al mismo tiempo genere resultados (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014). Dichos autores, determinan que el emprendimiento no tiene características de tamaño, sin embargo, se considera que los emprendimientos se fundamentan en el proyecto visionario, donde a lo largo del tiempo quien emprende alcanza mejores resultados.

Para el año 1979 de acuerdo a los aportes de la teoría de Kirzner, se sostiene la importancia del rol del emprendedor en el surgimiento económico, al asumirlo como un sujeto capaz con competencias y habilidades específicas. En este sentido, las oportunidades para el emprendedor, se generan de la propia actividad, y de los aportes de otros empresarios, por lo tanto, el surgimiento de la oportunidad emprendedora, se encuentra relacionada a la actividad económica (Núñez & Núñez, 2016).

Por su parte, otros investigadores de origen austriacos como Hayek en el año 1933 impulsaron la difusión del emprendimiento como un elemento clave de innovación. Para Hayek bajo una visión de una economía descentralizada, se ofrece un espacio ideal para que los sujetos actúen de forma libre, y así obtener beneficios luego de emplear las estrategias o métodos empresariales que ha seleccionado, desde su enfoque en los incentivos, que se emplean para generar un “proceso de alerta” como lo denomino Kirzner (Núñez & Núñez, 2016).

A partir de 1985 hacia adelante los estudios en el área han prestado mayor atención en los estudios de gestión y economía en las pequeñas empresas (Terán-Yépez & Guerrero-Mora, 2020). Para los años 90, se comienza a dar importancia a la influencia de la actividad emprendedora, en el estudio de las políticas macroeconómicas, principalmente en el crecimiento económico de los Estados Unidos, durante la década de los años 70 y 80, y posteriormente en Europa (Núñez & Núñez, 2016)

Con el pasar de los años, otros autores, se sumaron a profundizar en el emprendimiento y su fundamentación, es por ello que Jean Baptiste Say citado en Stevenson & Jarillo (2012) lo definen como “el emprendedor está involucrado con

los factores de producción: tierra, capital y trabajo, por lo que, se vuelve como un protagonista de la economía y las actividades en general” (p. 15). En el mismo orden, en el año 1934 otro autor, definió al emprendedor como aquella persona capaz de hacer las cosas de forma diferente y no habitual como otros, estas acciones le permiten constituir una nueva empresa y a través de su liderazgo e innovación es capaz de crear en medio del caos, de determinar nuevas oportunidades en medio de adversidades que otros no ven, se identifican como personas completamente diferentes que toman decisiones no habituales e innovadoras en su totalidad.

La definición del término “emprendimiento” usualmente, se atribuye al proceso que conlleva la creación de negocios o empresas, orientado el concepto en términos económicos que prevalecen ante la visión de otros ámbitos. El emprendimiento tiene dos perspectivas, en primer lugar, en términos de impacto directo, que va dirigido a la conformación de empresas, en cambio en términos de impacto indirecto, se refiere al estímulo del espíritu emprendedor (Fayolle, Gailly, & Lassas-Clerc, 2006). Se sostiene que un emprendedor es aquel individuo que tiene la capacidad para innovar, para generar un producto o servicio que genere valor agregado, y que este orientado a la satisfacción de las necesidades de la sociedad, o en función de los requerimientos de una empresa u organización.

Es así, como Osorio & Pereira (2011) afirman que el emprendedor, se caracteriza por ser, un individuo conectado e interrelacionado con su ambiente, por lo tanto, su estudio incluir el análisis de las dimensiones sociales y el contexto, desde una visión holística, sistémica e integradora. El emprendedor actúa bajo un contexto demandante y exigente, como consecuencia de un entorno altamente cambiante, característica común de una economía basada en la sociedad del conocimiento, es por ello que no solo requiere identificar las oportunidades, maximizar las habilidades de organizar de forma efectiva y contar con rasgos personales específicos, sino que, además, necesita transformarse en un agente innovador de desarrollo y cambio, que a través de acciones y estrategias logre predecir los cambios y exigencias del mercado y su entorno complejo.

Por su parte, Ruiz (2015) afirma que el emprendedor no necesariamente, se transforma en un empresario. Es decir, la definición de emprendimiento es mucho más amplia que el simple hecho de crear una empresa o negocio. En este orden de ideas, un doble enfoque, el primero de orientación utilitarista que hace referencia a la acción de conformar una empresa o negocio, en cambio, el segundo enfoque está dirigido a un ámbito social y más amplio, que se refiere al conjunto de competencias transversales que son capaces de desarrollar los individuos, con el propósito de lograr un empleo, son ciudadanos activos.

En este sentido uno de los conceptos más conocidos del término emprendimiento es atribuido a Timmons (2009) el cual sostiene, que se refiere a la capacidad de un individuo para crear algo, junto con su destreza para desarrollar y guiar equipos de trabajo, desde la mejora de sus habilidades. Adicionalmente, se refiere a la capacidad para gestionar y administrar recursos y la habilidad para afrontar riesgos de forma calculada. En función de las interpretaciones realizadas por los autores, se afirma que el emprendimiento, se constituye como un proceso que unifica competencias y perfiles diversos, en pro de la creación, desarrollo y perdurabilidad de propuestas reales y validas destinadas a ofrecer aportes y alternativas ajustadas a las necesidades y cambios del ser humano en los distintos ámbitos: social, económico, político, humano, entre otros (Vasquez, 2016).

En función de los planteamientos que anteceden, otros autores, se han parcializado con estas decisiones, algunos mencionan que, además, se dispone de una fuerza asociada a la competitividad para lograr alcanzar un mayor desarrollo frente a la economía que más adelante les otorga a otros empleos debido a su proyección alcanzada (Zamora, 2018). Esto se relaciona con la postura de Baptiste, aunque para otros autores la postura contraria de Schumpeter les motiva, por cuanto consideran que dicha competencia, se genera mediante la innovación para alcanzar el desplazamiento de los servicios y productos que ya se conocen (Elliot, 2017). Para estos autores, el punto central reconocido es la innovación que, desde la perspectiva de los autores, se relaciona con la competitividad, que se origina a partir de ello.

El fundamento del emprendimiento, más adelante, se define como un proyecto innovador en su totalidad, capaz de posicionarse frente a otros debido a esa primordial característica, así lo determinaron algunos economistas clásicos como Adam Smith, Jhon Stuart y David Ricardo, quienes destacaron que dichos emprendimientos innovadores logran el alcance de la expansión y al mismo tiempo el desarrollo de la economía. Esto permite determinar, que los proyectos de emprendimiento están sujetos a la innovación, esta sería una de las principales características, tal como lo mencionan Carree, Stel, Thurik y Wennekers, A & Roy, M (2002)“la introducción de nuevas tecnologías tiene un efecto positivo con el grado de desarrollo económico” (p. 5). Estas acciones, permiten el alcance de logros diferentes frente a otros sujetos que planifican proyectos ordinarios que no tienen resultados auténticos.

El emprendimiento, más adelante, se consideró dentro de la escuela clásica como promotor de la economía donde la innovación es indispensable, y donde la constitución del emprendimiento no se sustenta desde una proyección básica que no involucrara acciones trascendentales. Bajo esta línea conceptual, se consideran a los emprendedores como personas capaces de comprometerse con una acción definitiva y en función de ello planificar acciones que sean arriesgadas, que permiten alcanzar las metas que se han propuesto, para ello también, hacen uso de la innovación, para alcanzar oportunidades que otros no ven. Esta perspectiva, tiene origen en la motivación y liderazgo continuo para motivar a otros a seguir su idea particular de desarrollar acciones y actividades concretas (Rodríguez A. , 2010)

Para otros autores como Ruiz & Duarte (2009) consideran que los emprendedores en su defecto motivan, pero al mismo tiempo son novedosos y buscan transformar una característica puntual de un servicio o producto, con una originalidad que lo va a distinguir de otros, de allí que, consideran que el emprendedor es “capaz de generar un negocio productivo, que contribuye con el desarrollo de la sociedad, empleo a terceros, con una combinación eficiente de los recursos, es alguien que organiza, administra y asume los riesgos de un negocio o empresa, es un agente de cambio” (p. 43). Esta posición, se relaciona con la de otros autores antes citados, donde se establece que uno de los resultados del emprendimiento acarrea la

liberación de vacantes, donde otros ayuden a sustentar su proyecto mediante el liderazgo y motivación tangibles.

En contraposición a lo planeado, algunos autores consideran que no solamente es necesario tener una motivación y una idea innovadora, por el contrario, se considerarían otros aspectos asociados a las condiciones del marco emprendedor, donde el funcionamiento del estado gubernamental es imprescindible, desde una perspectiva motivacional que da lugar a la creación de nuevas empresas con lugar al fortalecimiento económico y competitivo del mercado, donde la innovación es un factor de gran relevancia. Esto genera el éxito del emprendimiento, donde una idea, que se ha originado, es impulsada por agentes externos que van a permitir su consolidación, como el estado, quien ejerce funciones administrativas de gran relevancia desde el impulso de ideas, innovaciones y proyectos sean impulsados y ejecutados.

Mediante esta revisión referencial, se establece que para muchos autores algunas características son necesarias, en función de ello, se origina el emprendimiento, por cuanto, se evidencia la existencia de algunas variables asociadas al descubrimiento de una nueva oportunidad dentro del ámbito empresarial, en tal sentido, Cuervo, Ribeiro & Roig (2007) en medio de sus indagaciones en esta área, lograron crear un libro de emprendimiento donde señalaron que “las personas que reconocen estas oportunidades, aprovechan y desarrollan emprendimientos de acuerdo a su potencial de creatividad” (p. 348). En tal sentido, el emprendimiento surge de una idea ajustada a las habilidades y destrezas del sujeto, a su visión de ampliar desde su creatividad, una oportunidad en medio de un proceso, servicio o producto. Sus fundamentos, se apoyan en las definiciones generadas por Kirzner citado en Castillo (1999) donde estableció que los emprendedores agudizan sus sentidos y se mantienen en un estado de alerta para identificar oportunidades donde otros no lo verlo.

Al inventarse el término de emprendedor, se estableció un papel de gran relevancia en el empresario esforzado y con talento capaz de superar ciertas adversidades que surgen mediante el proceso o desarrollo de su idea, pero al mismo tiempo es responsable de su idea por cuanto pertenece al proceso productivo, no actúa como

un agente aislado, por el contrario, se evidencia su empoderamiento (Santos & Brugni, 2014). Estas características definen al emprendedor, como una persona perseverante en todos los sentidos, quien no se desanima con facilidad, por lo que, su determinación de la factibilidad de su idea, se mantiene vigente, son capaces de continuar frente a un riesgo en particular, distinguiéndose de otros por su optimismo influyente, lo que establece que el emprendedor actúa en función de una motivación inicial que no es disipada con facilidad, de allí surge su constante búsqueda de métodos creativos para prolongar el funcionamiento de lo que ha creado.

En concordancia con los tópicos que anteceden, se estableció una nueva definición donde se asegura el éxito del emprendimiento mediante el empleo y consideración de habilidades que anteriormente no son reconocidas, una de ellas es el control interno, que se refiere a la constitución de un esquema estructurado que permita el establecimiento de acciones organizadas enfocadas al alcance de metas y objetivos, con una secuencia lógica que dé respuesta a las necesidades del proyecto, donde no se tenga una expectativa prolongada del fracaso, por el contrario le permite al emprendedor anticiparse a las adversidades (Fisher, Kuratko, & Hornsby, 2017).

Para el mismo autor, no deja de ser importante la innovación, los riesgos que el sujeto asume frente a su proyecto planteado y su independencia frente a la organización necesaria, en comparación de otros, considera que lo factible está dentro de la organización que se tenga. En el mismo orden, otros autores consideran a la proyección del crecimiento como una característica indispensable del emprendimiento, donde esto se vincule estrechamente con la innovación, empleo para otras personas que den sustentabilidad al proyecto, así como también la innovación y por último la productividad que genera en consecuencia de la organización establecida.

1.2. Caracterización de los procesos formativos de los emprendedores.

Alrededor de los años setenta se da inicio a la enseñanza del emprendimiento en las instituciones educativas a nivel superior de las carreras en Administración de Empresas, para posteriormente ir introduciéndose de forma paulatina en las

universidades, de allí que, se le otorga valor e importancia a la temática en la formación de futuros profesionales (Aldana, Ibarra, & Loewenstein, 2011). La academia como agente formador y transformador requiere vincularse con el proceso de orientar y guiar a los individuos hacia acciones emprendedoras, en función de sus intereses, pensamientos, conocimientos, expectativas, características propias y sus limitaciones, pues las instituciones educativas a nivel superior ejercen una influencia positiva entre el espíritu emprendedor y la capacidad para identificar la viabilidad de dar comienzo a un proyecto de negocio o empresa.

Por lo tanto, se requiere una visión distinta para no formar sobre el emprendimiento, sino formar para el emprendimiento, es decir, una educación que no oriente sus esfuerzos en solo facilitar mecanismos para desarrollar conocimientos y habilidades, sino que se constituya como un cambio de trayectoria de los emprendedores, que promueva al individuo a observar su conducta por medio de mecanismos sociales y cognitivos (Osorio & Pereira, 2011).

Para ello, es necesario un emprendimiento desde las instituciones de educación superior, que se comprometan con el emprendimiento integral, para formar a estudiantes con capacidad para el emprendimiento. Universidades que apuesten por prácticas y modelos educativos efectivos, que orienten sus acciones a divulgar el valor de fomentar en la sociedad de una cultura para el emprendimiento e innovación. El emprendimiento, que se caracteriza por la innovación y la producción de conocimiento es de alto nivel, pues favorece la competitividad de los mercados económicos, para una mayor empleabilidad.

En términos educativos y de modelos de aprendizaje, la formación del emprendedor, se visualiza desde una perspectiva que presta especial atención al rol activo y protagónico del estudiante en su formación, en el cual el error se convierte en un potenciador del aprendizaje, para maximizar el potencial de los estudiantes. Esta orientación pedagógica se centra en el aprendizaje colaborativo, significativo y la educación basada en problemas, con un enfoque basado en competencias, lo que implica la comprensión de sus conocimientos para su aplicabilidad en situaciones reales y cotidianas, para lograr la vinculación teórico-práctico del aprendizaje (Paz, Grau, & Posso, 2014).

El emprendedor cada día tiene mayor importancia por su actuación en la economía global y local, como una alternativa para la mejora económica y social, es por ello que queda en evidencia la necesidad de formar emprendedores con competencias, destrezas, aptitudes, actitudes; desde una visión holística y sistémica, en función del contexto en el cual se desarrolla. Es por ello, que la formación para el emprendimiento demanda nuevas construcciones, innovaciones, de orientaciones pedagógicas flexibles y diversas, con nuevos métodos de aprendizaje y nuevas formas de concebir el rol del estudiante en su formación.

El emprendimiento en la educación implica afrontar riesgos y llevar a cabo procesos innovadores y con elementos diferenciadores, que se caracterizan por estar rodeados de incertidumbre, y que conlleva a la búsqueda de recursos, que se requieren para definir y desarrollar un proyecto, sin distinción de su alcance o dimensión. Por su parte, Fernández (2018) sostiene que con el propósito de dar respuesta a las situaciones de adversidad que surgen en el día a día, se hace referencia a la actitud y aptitud que dirige al emprendimiento, como una alternativa para desarrollar proyectos que surgen a partir de ideas y oportunidades, y que usualmente, se emplea en el ámbito económico, además, el emprendimiento se define como una iniciativa capaz de afrontar riesgos, con el fin de aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado.

De allí, la importancia de incentivar y promover en niños, jóvenes y adultos las iniciativas para innovar y emprender; para el alcance de su autonomía y superación personal, lo cual, produce beneficios como, el desarrollo de la creatividad, confianza y asertividad. Adicionalmente, se mejora la capacidad para la resolución de conflictos y de toma de decisiones, con actitudes asociadas a la iniciativa, creatividad, confianza, responsabilidad y pasión.

En otro orden de ideas, en la formación profesional el Estado ejerce una función de gran relevancia, a partir de la planificación gubernamental se logran establecer planes de formación que al mismo tiempo logren dar sustento al desarrollo económico del país y al mismo tiempo para lograr satisfacer las necesidades de la población. Para ello, el ámbito educativo juega un papel fundamental, mediante él, se ejerce una formación integral que llega hasta la adultez mediante la formación

profesional de los sujetos aspirantes, por cuanto, ser el medio más eficaz para materializar el propósito de transformar a las comunidades, de allí que, la formación del emprendedor, se caracteriza por fundamentar de manera sólida conocimientos que le dan paso al éxito de su idea, que se desarrolla a partir de un proceso formativo que permite más adelante consolidar incluso formas de empleo que más adelante van a contribuir al desarrollo humano.

Para autores como Formichella, M (2004) "Si la educación es el medio por el cual, logro modificar actitudes y comportamientos, entonces, pensar en educar a los emprendedores" (p. 39) Para el autor, es necesario que quien descubre una oportunidad que la lleva a la práctica como una actividad económica, pero para ello es necesaria una formación académica que corresponda al éxito de lo que se ha planteado. Para el mismo autor, existe la idea de que toda persona emprenda y no la refuta, pero al mismo tiempo señala que es necesario que sea capacitado y guiado bajo una estructura académica fundamentada en teoría y la experiencia de otros autores que mediante sus indagaciones han logrado establecer mecanismos que del paso al alcance de los objetivos, que se planteen.

Con el pasar de los años, se han establecido algunos debates que determinan que el emprendimiento, se constituye desde una perspectiva completamente empírica, aunque, diversos estudios han logrado establecer que el emprendimiento requiere una formación educativa, que al mismo tiempo no se considera desde una perspectiva individualizada o privada, por el contrario, aportar un alcance social donde otras personas tener la oportunidad de establecerse dentro de un empleo, de allí que, la responsabilidad social a darse. Estas acciones no significan una obligatoriedad, sin embargo, establecen que a partir de la formación educativa se alcancen transformaciones sociales tal como lo establece Howard, R citado en Alfaro, Cruzante, Santana, & Peña (2016) al plantear que en el ámbito educativo se generan actitudes emprendedoras en los estudiantes, donde el ámbito psicológico juega un papel fundamental, se le otorgan a los estudiantes habilidades asociadas a la autoconfianza y autoeficacia, lo que en consecuencia genera un impacto significativo en su autoestima lo que le permite tener alcances de logros, por lo que, evita actitudes negativas frente al emprendimiento.

En función de lo planteado por los autores, se considera como una necesidad la formación de los sujetos en el ámbito educativo, las personas son permeables frente a este hecho, a lo largo de su vida se han sometido a la adquisición de nuevos conocimientos que les han permitido desarrollar destrezas e incluso adquirir capacidades con el transcurrir del tiempo que van a depender del entorno, en relación a su fortalecimiento o disminución. A partir de este enunciado, Stevenson citado en Duarte & Ruiz (2009), plantea: “el entorno es importante, y es más factible que un individuo que comienza a tener actitudes emprendedoras si actúa en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución” (p. 326). Lo planteado por el autor, permite determinar que es necesario generar un contexto donde el sujeto logre emprender, consolidar una idea, establecerse y para ello, resulta completamente necesario crear un espacio y contexto adecuado para su crecimiento, en tal sentido, las instituciones de formación logran abarcar este precepto.

Dichas instituciones de formación educativa, se expanden por todas las zonas del país y logran establecer metodologías de enseñanza para la constitución del ser humano desde una perspectiva integradora, es por ello, que es de gran importancia que surjan y se establezcan proyectos de formación educativa bajo un modelo de emprendimiento, donde, se promuevan cualidades de emprendimiento que en consecuencia logren impactar a las sociedades y al mismo tiempo al establecimiento de una mejor calidad de vida. Para Duarte & Ruiz (2009), la formación educativa desde el enfoque del emprendimiento, se consolida mediante diversas características, tales como “planes de estudio con ventajas como la dotación social de cualidades emprendedoras, avances en la organización social, formación de redes sociales, generación de proyectos de inversión, creación de empresas, generación de autoempleo, por lo tanto desarrollo local, regional y nacional” (p. 328). Estas características que plantean los autores, dan la seguridad del alcance de una mejor calidad de vida dentro de las comunidades y eso solo es posible mediante la formación integral de las personas.

En este sentido, la sustentabilidad de un país, se relaciona en gran medida a las condiciones que presenten sus empresas pero para ello, se cuida la capacidad que

tengan sus empresarios, para ello la formación educativa esta n presente para que así se establezca una ejecución positiva y viable frente a la detección de nuevas oportunidades a través de emprendimientos, que se relacionan con la creación de pequeñas y medianas empresas asociadas a productos o servicios innovadores, que han sido constituidos a partir de la visión de una idea creativa en medio de espacios o adversidades, que otros imposibilitan, pero para ello la formación educativa es necesaria, tal como lo mencionan Duarte & Ruiz (2009) desde su posición académica, donde mencionan que las instituciones formativas a nivel profesional no solamente enfocarse en la participación teórica del emprendimiento, sino, que se proyectan a una programación de administración de empresas para que los estudiantes desarrollen sus ideas de negocios desde el impulso del emprendimiento.

Esta formación que se cita anteriormente, al mismo tiempo dar respuesta a las necesidades del contexto y ser coherente con las situaciones planteadas, para así fortalecer el emprendimiento que quiere desarrollarse, mediante mecanismo sólidos y metodologías tangibles. En concordancia con lo que antecede, es relevante mencionar que en el ámbito educativo es necesaria la incorporación del proceso de emprendimiento como un elemento valioso en los modelos educativos empleados, pues se requiere de la formación de jóvenes profesionales que sean capaces de dar respuesta a los desafíos del contexto exigente, dinámico y cambiante para la producción de ideas innovadoras y de proyectos de emprendimiento. De allí la importancia de fomentar en las instituciones educativas el análisis y actualización de los currículos y de la incorporación de estrategias didácticas para la enseñanza y aprendizaje del emprendimiento en el practica educativa (Aldana-Rivera, Tafur-Castillo, & Ivon, 2019).

El sujeto que emprende no lo hace de forma aislada y desconectada de la realidad y de su contexto, pues requiere de un análisis que incluya los factores sociales y el contexto desde una visión que integre las diversas disciplinas. Es por ello que, para lograr educar para el emprendimiento, se requiere de una práctica pedagógica que fomente las experiencias, que se desarrollan en el aula de clases para identificar aquellos factores que dan sentido a la formación de conocimientos en función de la

creatividad, innovación y el entendimiento del contexto (Aldana-Rivera, Tafur-Castillo, & Ivon, 2019).

Los autores antes mencionados sostienen que los maestros que tienen el propósito de formar para emprender que generan espacios pedagógicos para promover el espíritu emprendedor, dan paso a la práctica reflexiva que gestiona la construcción de conocimientos, a través de una formación orientada por el aprendizaje colaborativo, en el cual tanto los maestros como los estudiantes forman parte del proceso de enseñanza y aprendizaje. En estas prácticas pedagógicas está en juego las características y particularidades de ambos protagonistas (docentes y estudiantes). Es por ello, que propiciar el espíritu emprendedor a través de la enseñanza no se realiza solo con la inclusión de una asignatura o con el uso de un solo método o estrategia, por el contrario, comprende la suma de estos elementos en la consolidación del proceso de aprendizaje.

La enseñanza del aprendizaje requiere de docentes que formen parte importante e indispensable en todos los niveles educativos, pues se constituyen como agentes de cambio y transformación de los jóvenes estudiantes. Una de sus principales responsabilidades es la elaboración y análisis de la planificación educativa y de las metodologías a emplear para el desarrollo de competencias, mediante el uso de estrategias para que el estudiante cumpla un papel participativo y activo, e interactúa con las situaciones reales y enmarcadas en su contexto, es el estudiante el protagonista y el docente el profesor/guía. Formar para el emprendimiento no es solo una preparación para la administración de un negocio, pues se requiere del desarrollo de aptitudes, actitudes y conocimientos para el emprendimiento. Esto se logra a través de las prácticas educativas que se llevan a cabo en la vida real, a través de métodos para fomentar en los estudiantes la innovación, creatividad y la enseñanza para el emprendimiento (Aldana-Rivera, Tafur-Castillo, & Ivon, 2019).

El modelo pedagógico, que se requiere para la educación para el emprendimiento asume el rol activo del estudiante en su proceso de aprendizaje, en el cual se creen espacios para desarrollar el máximo potencial de los estudiantes, con enfoques orientados al aprendizaje significativo y la educación basada en problemas. Por lo tanto, la educación para el emprendimiento necesita de nuevas orientaciones, de

innovación, de nuevas formas de enseñar y aprender, bajo enfoques y teorías distintas (Paz, Grau, & Posso, 2014).

A partir de una visión ontológica, y desde una perspectiva orientada al ser humano y al individuo, el emprendedor es un ser con visión, capaz de innovar, con actitud tenaz, proactivo y sumamente apasionado por su quehacer laboral, en otras palabras, un agente orientado al cambio. Este se mueve por una fuerza propia e interior que lo lleva a actuar con el propósito de producir transformaciones en su contexto, que inevitablemente se encuentra en un ambiente que lo conlleva a mantener una dinámica constante de cambio de su perspectiva y de sus acciones, es capaz de transformar la realidad que lo rodea.

En este sentido, los autores anteriormente mencionados plantean que el individuo emprendedor visualiza proyectos basados en la innovación y factibilidad, los materializa y garantiza su perdurabilidad en el tiempo y en los mercados tan exigentes de la actualidad. Por lo tanto, el emprendedor, supone una serie de características que incluyen la imaginación y creatividad, el interés por cambiar y mejorar una situación, liderazgo, motivación y la capacidad para validar la viabilidad del proyecto. En ese proceso de cambio y mejora, la educación y formación juegan un papel valioso como un elemento propio e inherente de los individuos.

En este sentido, el emprendimiento supone formar individuos para que aprendan y desarrollen los rasgos característicos de una personalidad emprendedora, las competencias que orienten su desempeño y los conocimientos que faciliten sus acciones (Paz, Grau, & Posso, 2014). Una formación emprendedora que visualiza de forma integral el rol del emprendedor, bajo un enfoque multidimensional, que demuestra la complicada relación entre el ser humano y el ambiente en el cual se desenvuelve. En tanto, el proceso formativo del emprendedor se da desde una visión global, que se basa en orientaciones pedagógicas innovadoras, en constante actualización y que definen al estudiante como un ser activo y responsable de la construcción de su propio conocimiento, quien vincula la teoría con la realidad y las vivencias.

En el mismo orden y dirección, el docente se constituye como un elemento de gran influencia en el proceso formativo, así mismo, ser un emprendedor, que guía y

orienté sus acciones educativas bajo enfoques y propuestas creativas, con medios y recursos factibles, con un ambiente que crece en el saber desde una posición innovadora que transforma su práctica educativa. Es por ello, que se requiere de un docente con la capacidad de formar para el emprendimiento, que ejerza su rol de mediador y facilitador desde una posición orientada al emprendimiento. Un docente proactivo, hábil, con iniciativa, con nuevos métodos y visión, que cuente con las competencias para afrontar los cambios del entorno y que centre su atención en el estudiante.

Por lo antes mencionado, la Universidad como agente de formación y transformación requiere adaptarse a las nuevas exigencias del entorno, hace uso del valor del emprendimiento como estrategia de inserción en el mercado laboral y en la sociedad, desde la promoción de la cultura del emprendimiento. Una cultura que se fomenta con la promoción y difusión desde las instituciones educativas, donde se formen estudiantes con un espíritu emprendedor.

Por último, el emprendimiento no se origina como una actividad empírica en su totalidad, donde la consolidación de una microempresa surja a partir de una idea creativa, y solamente se fundamente en ese sentido, por el contrario, el emprendedor adquiere habilidades y destrezas fundamentadas en un modelo de emprendimiento, en teorías y revisiones investigativas que le permitan consolidar actitudes, conocimientos, estrategias, destrezas y habilidades, que más adelante logran consolidar su intención mediante métodos sólidos que perfilan a la prolongación y establecimiento de su creación, es por ello que la formación es una responsabilidad ineludible.

1.3. Estudio y análisis de los modelos de gestión de emprendimientos.

En la actualidad existe una variedad de modelos de emprendimiento que se ajustan a las necesidades de quien ejerce dicha función, para ello es necesario una revisión de cada uno de ellos, , tienen perspectivas que varían y al mismo tiempo logran proponer mecanismos sólidos para la ejecución del emprendimiento, se fundamenta desde diversas áreas del conocimiento con el fin último de generar una

ejecución sólida que perfile a la prolongación del mismo (Cevilla & Puente, 2010). Dentro de las investigaciones, que se han originado en los últimos años, se han establecido estrategias mediante los modelos que buscan determinar los factores que permitan alcanzar el éxito del producto o servicio.

Mediante los resultados investigativos se han establecido una gran diversidad de factores, pero han sido relevantes algunos asociados a la organización, los recursos y el resultado obtenido mediante la medición de las ganancias. Tal como lo expresan Joyce & Paquin (2016) los factores, se establecen mediante: “determinar los recursos, funciones o aspectos claves de la organización. Establecer la manera en que las partes, se encuentran relacionadas dentro de la organización e identificar como la empresa genera valor y crea ganancias por medio de estas relaciones” (p.36).

Para la ejecución de un emprendimiento, quien emprende considera los procesos creativos y pertinentes que solo son posibles mediante el apropiamiento de un modelo donde, se genera una guía estructura para consolidar acciones que le permitan al sujeto, concebir resultados positivos, dentro de la ya mencionada estructura, se establecen características de índole administrativo, empresarial, técnico y humano que tienen como finalidad darle una proyección innovadora al proyecto que se quiere ejecutar.

Los modelos también, se fundamentan en algunos elementos que van a determinarse como fundamentales, a partir del empleo de los mismos se establece el éxito del emprendimiento. El primero, se relaciona con las estrategias que el emprendedor desarrolla y al mismo tiempo define los valores que están inmersos en lo que se requiere hacer, una vez alcanzado este aspecto, se direcciona al segundo elemento que sugiere las tácticas que el emprendedor va a emplear mediante programas específicos, entre ellos “Infraestructura y soporte, para la innovación, productividad y competitividad la mejor gente para la industria con productos innovadores, competitivos y confiables que produce elementos financieros estables y la producción de proyectos de negocios con responsabilidad empresarial y social” (Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación, 2012).

Es necesario que el emprendedor logre definir un modelo donde determine el proceso que va a llevar a cabo para la gestión de lo que quiere, esto le va a permitir establecer un diagnóstico acorde y coherente, que en consecuencia ayuda a identificar más adelante las metodologías necesarias para el alcance de las metas y objetivos planteados. Al seleccionar a la persona que emprende, se logra prever situaciones particulares e incluso hacer uso de las estrategias necesarias para solventarlas a tiempo, disminuye así los tiempos de respuesta y aumentar el porcentaje de calidad.

Por lo tanto, se considera al modelo como una forma de descripción o representación de la realidad o de una parte de ella, que está ligado a un supuesto teórico. Los modelos proporcionan esquemas conceptuales que permiten la comprensión de forma sistémica del conocimiento, que se logra a través de la experiencia obtenida en un proceso investigativo, es así, como los modelos constituyen una referencia de las partes de la realidad. Existen distintos modelos que desde cada perspectiva realizan el análisis del emprendimiento, lo más empleados según Borja, Carvajal, & Vite (2020) son los siguientes: el primero considerado como el Modelo Canvas, donde sus aportes en el ámbito de los negocios ha permitido la difusión de esta metodología como un elemento clave para el entendimiento de los negocios actuales, y para generar e innovar nuevos negocios.

De acuerdo al Programa Avanza (2017) el modelo Canvas es atribuido a Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, el cual es detallado en su obra denominada Generación de modelos de negocio. Su propósito consiste en realizar una descripción del modelo de negocio, a partir de nueve bloques (segmento de clientes/mercado, propuestas de valor, canales, relación con clientes, fuentes de ingreso, recursos claves, actividades claves, asociaciones clave y estructura de costes) que dejan en evidencia los pasos que orientan a una empresa para generar ingresos. Este modelo suele ser sencillo al momento de ejecutarlo y con un formato de fácil comprensión que sirve de apoyo para aquellos que no cuentan con un amplio y profundo manejo de los negocios.

En el mismo orden y dirección, se define al Modelo Timmons, el cual tiene sus bases en tres elementos básicos que son mercado, personas y recursos, el equilibrio y ajuste de estos tres pilares constituyen para el Modelo de Timmons el éxito que alcanza un empresario. Es así como el sujeto que emprende estaría en la búsqueda continua de oportunidades, y al identificarlas, maximizar su potencial con el apoyo de un equipo formado para el emprendimiento, con utilidad de los recursos que se requieren para el inicio de un negocio, que se beneficia de las oportunidades del mercado (Borja, Carvajal, & Vite, 2020).

El Modelo Imesun, se refiere a un programa que incluye un conjunto de componentes de formación, que se relacionan entre sí, orientado a los empresarios de pequeñas empresas que requieren dar inicio y aumentar sus negocios. Su propósito es elevar la viabilidad de las pequeñas y medianas empresas a través de elementos de gestión que se adapten a los ambientes en los cuales se desarrollan. Este programa, se estructura en cuatro secciones de formación: genere su idea de negocio, inicie su negocio, mejore su negocio y expanda su negocio, los cuales responden a cada una de las etapas dirigidas al desarrollo de una empresa (Majurin E. , Inicie y Mejore y Su Negocio, 2015).

Otro de los modelos es el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el cual, ha prestado especial atención a las complejas relaciones que surgen entre el emprendimiento y el desarrollo. Este modelo, se concibe como un proceso orientado al análisis de las características de los individuos en relación a la conformación de una idea de negocio, con lejanía de las tradicionales perspectivas de los modelos de emprendimiento, que se orientan a medir a las nuevas y pequeñas empresas. La metodología del modelo GEM permite el estudio de los elementos del contexto emprendedor de las regiones que forman parte, a través de los datos recopilados por un grupo experto y de una población adulta (Amorós, 2011).

Por último, el Modelo Isun donde, se considera una programación dirigida que consta de un programa que tiene una aproximación de tiempo de cinco días. Este modelo se direcciona a quienes tienen una idea para emprender, pero que aún no han realizado acciones para ejecutarlas, mediante este modelo se determina un

apoyo para el emprendedor desde una perspectiva inicial que se orienta a la asesoría de la estructuración de un plan de negocio que lograra profundizar en la viabilidad de lo que se requiere hacer (Majurin E. , 2014).

CAPITULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

En este apartado de la investigación se determinan en detalle todos los procesos que se van a desarrollar para el alcance de los objetivos establecidos al inicio del estudio, por cuanto se detalla de forma operativa todas las acciones que el investigador lleva a cabo mediante la metodología. Al respecto Arias (2006) menciona que el diseño de la metodología se define como “conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas” (p. 16). Lo descrito por el autor, se identifica como los procedimientos que se consideran en su totalidad para el desarrollo del estudio.

En relación a este apartado la investigación tiene como finalidad proponer un modelo de emprendimiento formativo para tecnólogos del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo, de allí que, se consideró el enfoque, tipo, herramientas y procedimientos metodológicos asociados a los instrumentos y técnicas de recolección de datos y finalmente la propuesta de un modelo de emprendimiento. Se determina la población de estudio y su muestra, de quienes se obtendrán respuestas y opiniones que sirven como insumo para la construcción de conclusiones y recomendaciones de la investigación. En tal sentido, el presente apartado de la investigación tiene una importancia significativa en el estudio, mediante la definición de cada epígrafe se establecen los procedimientos que se van a desarrollar en la investigación.

2.1 Tipo de investigación y enfoque.

Tipo de investigación

Para el desarrollo de una investigación se requiere un procedimiento que se convierte en la clave del éxito de la investigación, para ello es necesario en determinar de forma sistemática lo que se va a realizar, para ello, el investigador relaciona los métodos con los objetivos que se ha planteado al inicio del estudio. Motivo por el cual, la presente investigación es no experimental con base a la observación de características del problema estudiado. Hernández, R, Fernández, C, & Batipsta, P (2016)

Enfoque

Una vez definido claramente cada meta, se establece el abordaje metodológico, que en el caso del presente estudio se de las condiciones generales del mismo hasta sus particularidades, por cuanto su enfoque es de orden cualitativo, con datos no medibles, lo cual se define por Hernández, R, Fernández, C, & Batipsta, P (2016)

El ya mencionado enfoque va a permitir que se generen instrumentos de recolección de datos que al aplicarse, generaran resultados que se tabulan en tablas y porcentajes relevantes que más adelante se usa n como insumos relevantes para dar respuestas a los objetivos de la investigación, una vez dados estos pasos a continuación según Hernández, R, Fernández, C, & Batipsta, P (2016) “se sustenta teóricamente las variables de la investigación, posteriormente establecer la metodología con la finalidad de generar un estudio estadístico para dar solución a las interrogantes propuestas, verificar o refutar las hipótesis” (p. 38). Luego de generar los procesos antes citados, mediante este enfoque se cuantifican los resultados y generar la relación existente entre las distintas variables.

En el caso de la presente investigación que tiene como objetivo proponer un modelo de emprendimiento formativo para tecnólogos del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo, se definió en primera instancia el fenómeno de estudio, desde los efectos, causas y posibles consecuencias en su medio natural, a partir de ello, estableció que existe una brecha entre los modelos de educación y la iniciativa de proyectos de emprendimiento en el país, como consecuencia de la falta de una orientación pedagógica real de innovación y emprendimiento, además, las estructuras internas de las instituciones educativas que se caracterizan por su rigidez y falta de espíritu innovador, transformador y emprendedor, solo afecta de manera significativa el perfil de egreso de los jóvenes estudiantes que son formados en dichas casas de estudios. A partir de lo mencionado anteriormente, se establecieron objetivos e interrogantes para dar a conocer las causas y así mejorar el problema de estudio.

Alcance

En relación al tipo, se determinó que la investigación es descriptiva y explicativa, porque el problema de estudio es considerado dentro del ámbito social debido a que la recopilación de la información mediante la aplicación de los objetivos, por parte de estudiantes del cuarto y quinto semestre de las dos carreras del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo, con la finalidad de recabar información relacionada con un modelo de emprendimiento formativo para tecnólogos, este tipo de investigación se define por Arias (2006) como: “consiste en la caracterización de un hecho fenómeno o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p. 21).

La investigación es de tipo descriptiva porque se señalan las situaciones a través de los actores, se describen procesos y actividades específicas que permiten más adelante cuantificar los resultados obtenidos. En el mismo orden y dirección, se considera explicativa porque aborda el problema en forma transversal, desde causas y efectos. De allí que, al estudiar en la propuesta para un modelo de emprendimiento formativo para tecnólogos del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo, se centra la investigación a responder las interrogantes propuestas y explicar el porqué de las actividades que han surgido, las cuales se asocian con los valores de conducta de los estudiantes y el emprendimiento.

Se menciona que según su tipo la investigación de forma simultánea es explicativa por cuanto explica las dificultades presentadas en medio del emprendimiento en el área pedagógica, tal como lo definen Hernández, R, Fernández, C, & Batipsta (2016) la investigación explicativa: “se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o porque se relacionan dos o más variables” (p. 16). Tal como se genera en el estudio, al explicar los valores conductuales de los estudiantes y los elementos de un modelo de emprendimiento.

2.2. Recolección de información

En cuanto a las herramientas, para toda investigación es de gran importancia establecer factores para recolectar la información necesaria que ayudaran a responder a las interrogantes del estudio, dichas herramientas corresponden a los instrumentos y técnicas usadas para la recolección de los datos, para la presente investigación se emplea el cuestionario como instrumento de recolección de datos

el cual se define por Díaz, V (2015) "es un modelo para obtener información de manera clara y precisa donde existe un formato estandarizado de preguntas en donde el informante ofrece sus respuestas" (pág. 45). El instrumento, ha sido constituido a partir de los objetivos de la investigación, fundamentado en una escala de estimación con alternativas de respuestas.

En cuanto a la técnica para su aplicación, se consideró la encuesta que, según López, R y Fachelli, S (2015) es una "técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos, acerca de si mismos o en relación con un tema en particular". (p. 72). Este tipo de técnica, logra generar una mayor receptividad por parte del encuestado, debido a sus características, permite que quien es encuestado no se sienta inhibido al momento de generar una respuesta en función de los distintos planteamientos.

En cuanto a la validez del instrumento de recolección de datos, se lleva a cabo mediante el juicio de expertos en el área de administración de empresas, formación educativa y metodología con títulos de tercer nivel; estos a través de una valoración profunda determinaron la correspondencia de las preguntas de los instrumentos y los objetivos. Dichos expertos generaran ciertas observaciones y recomendaciones para la posterior aplicación del instrumento.

Para la recolectar la información se aplicó el instrumento de evaluación validado por expertos, en el cual el estudiante responde en una escala de tipo Likert, la misma que está valorada desde 1 a 3 puntos, donde es; 1 Siempre, 2 Casi Siempre y 3 Nunca.

Se construyó el instrumento con 11 interrogantes, para el diagnóstico en el campo formativo de emprendimiento de los estudiantes del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo.

2.3. Población

La población se define como un conjunto de personas que tienen características específicas y comunes con otras, que se asocian a intereses, comportamientos o situaciones particulares. También se definen como: "un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales se son extensivas

conclusiones de la investigación. Esta queda determinada por el problema y por los objetivos del estudio” (Arias, 2006, p. 83).

En relación a la presente investigación, la población de estudio son los estudiantes distribuidos de la siguiente manera 18 de IV, 11 de V, 18 egresados y 8 titulados de las carreras Flori-Fruticultura y Producción Animal con la finalidad de recabar información relacionada con las características educativas del modelo de emprendimiento en la formación de tecnólogos y los elementos de desarrollo que tienen los estudiantes para luego proponer un modelo de emprendimiento formativo para tecnólogos.

Se estableció un número de cincuenta y cinco (55) estudiantes de la carreras Producción Animal y Flori-fruticultura, un número finito, donde se escogió la totalidad de la población; que según Palella y Martins (2016) afirman que al proponerse un estudio: “el investigador tiene dos elecciones o alternativas que le permiten hacer un censo o estudio de tipo censal o seleccionar un número determinado de unidades de la población, es decir, determinar una muestra” (p. 105). En tal sentido, debido al número reducido y limitado de la población es finita y cuantificable, de manera que la población para esta investigación es Finita de tipo Censal.

En relación a la muestra de la investigación, se precisa como la selección de un número determinado de personas que cumplan con parámetros específicos y provengan de la población de estudio, para Arias (2006) la muestra es “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p. 83). La muestra es una porción seleccionada de quienes conforman a la población de estudios, además, su selección va a depender de mecanismos de selección de orden científico, es por ello que, en relación a la presente investigación, no se generan muestras porque el número de la población es finito, lo que permite trabajar con la totalidad de los es estudiantes.

2.4. Caracterización de la empresa o institución

El Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo ofrece al finalizar la formación de sus estudiantes, tendrán los conocimientos necesarios para emprender su propio negocio, su misión es generar espacios de formación de profesionales

emprendedores en diversas áreas, para el desarrollo del país. En cuanto a la visión, está vinculada a los sectores sociales y redes de cooperación nacional e internacional con el fin de alcanzar una transformación de seres humanos capaces de desarrollar una sostenibilidad en el ámbito económico, por cuanto se considera como una Institución Educativa acreditada en el ámbito del emprendimiento, con características fundamentadas en la investigación, la tecnología e innovación, además, se consolida bajo los valores del emprendimiento, impulso, humanismo y la ciencia, los profesionales del Instituto han sido formados en las distintas áreas, con estudios de cuarto nivel, quienes desarrollan sus enseñanzas en espacios tecno-prácticos que ayudan a fortalecer el proceso de enseñanza y aprendizaje.

La formación de los estudiantes se divide en porcentajes de gran relevancia donde el 30% se enfoca en la práctica de las carreras que desarrollan, mientras que dentro del pensum de estudio se determina el porcentaje restante en la formación académica general en el ámbito teórico, la formación de los futuros tecnólogos, también, se orienta a la construcción de proyectos productivos y convenios con empresas de orden público y privado. Sin embargo, pese a su propuesta educativa se evidencian falencias en la formación de los estudiantes, quienes han registrado bajo porcentajes frente al desarrollo de emprendimientos.

Operacionalización de variables

En este proceso se realizó la Operacionalización de variables, la misma que facilita la construcción del instrumento de evaluación, con las dimensiones de cada ítem, logra establecer escalas de medición.

CAPITULO III. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Procesamiento y análisis de la información

Para el procesamiento de la información, en función del enfoque planteado se genera un análisis estadístico de las respuestas obtenidas a través del instrumento de recolección de datos aplicado, , desde el enfoque cuantitativo, según Hurtado (2015) “recurre a la recolección de datos para comprobar hipótesis y responder a preguntas de investigación” (p.25). Por cuanto, se tabulan los resultados en tablas de frecuencia y tabulación estadísticas, posteriormente se generan gráficos porcentuales para vislumbrar claramente las variaciones obtenidas y analizarlas, estos procedimientos van a permitir más adelante generar las conclusiones y recomendaciones del estudio, con el fin último de cumplir con responder a los objetivos del estudio.

3.2. Cuestionario, dimensiones e ítems evaluados

El cuestionario previo a una validación de expertos fue aplicado a los estudiantes del Instituto Tecnológico Benjamín Araujo, el mismo que está compuesto de 11 ítems en función a la Operacionalización de variables con relación a la idea a defender la que plasma establecer de un modelo de emprendimiento formativo para tecnólogos del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo, es una herramienta necesaria y de gran valor para la generación de emprendimientos sostenibles en los profesionales que egresan de la institución.

3.2. Características Sociodemográficas

En la presente investigación se presenta las características sociodemográficas de 55 estudiantes que se presenta a continuación:

Edad

La población de estudio se distribuye en el rango de edad de 18 a 37 años, permite valorar que es un grupo de adolescentes mayores capaces de formarse como futuros tecnólogos.

Sexo

La población de estudio está compuesta en su mayoría por 56,36% de sexo masculino, seguido de un 43,64% de sexo femenino. (Gráfico 1)

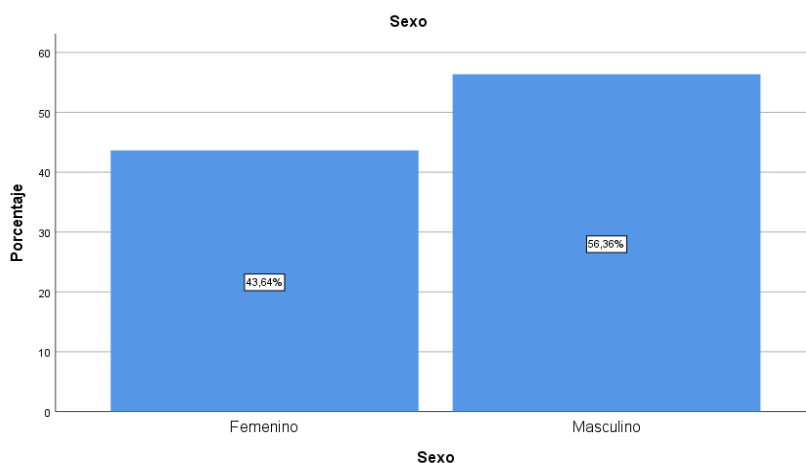


Gráfico 1. Población según el sexo

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Nivel de formación académica

Los resultados indican que 32,73% corresponde cuarto semestre, el 20% a quinto semestre, el 32,73 a egresados, y 14,55% pertenece a los estudiantes titulados. (Gráfico 2)

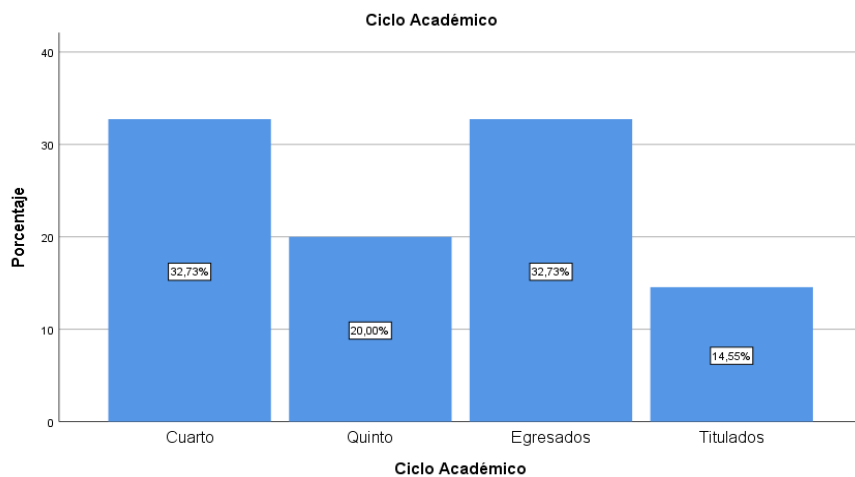


Gráfico 2. Nivel Académico de los estudiantes

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Carreras

Se estable en los resultados las siguientes carreras de tercer nivel con un 30,91% en Flori-Fruticultura y con 69,09% en Producción Animal.

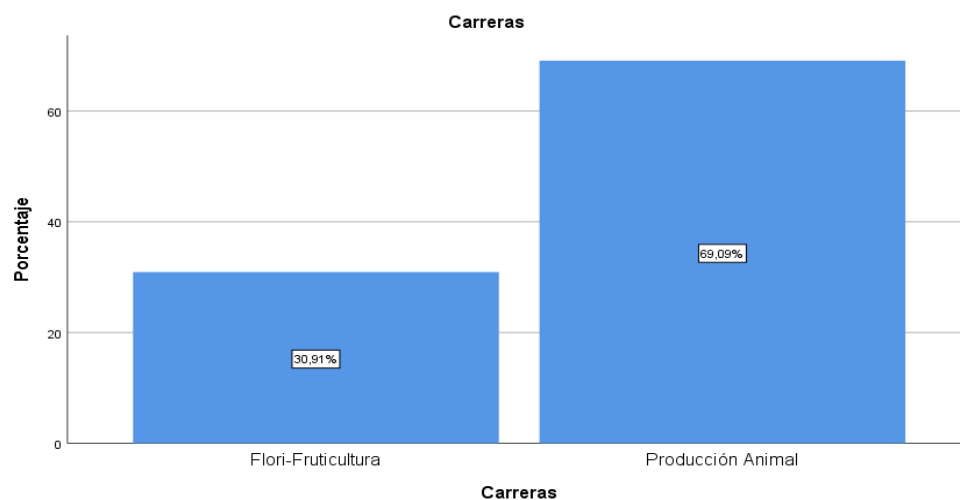


Gráfico 3. Carreras Institucionales

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Validación del instrumento por Alfa de Cronbach

Fiabilidad de la encuesta realizada a los estudiantes

Tabla 1. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,797	,793	11

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Resultados de la encuesta realizada

1. ¿Considera que existen semejanzas en los conceptos emprendimiento y espíritu emprendedor?

Tabla 2. Semejanzas

			Siempre	Casi Siempre	Nunca	Total
Ciclo Académico	Cuarto	Recuento	9	9	0	18
		% dentro de Ciclo Académico	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Ciclo Académico	Quinto	Recuento	5	5	1	11
		% dentro de Ciclo Académico	45,5%	45,5%	9,1%	100,0%

Egresados	Recuento	14	3	1	18
	% dentro de Ciclo Académico	77,8%	16,7%	5,6%	100,0%
Titulados	Recuento	5	2	1	8
	% dentro de Ciclo Académico	62,5%	25,0%	12,5%	100,0%
Total	Recuento	33	19	3	55
	% dentro de Ciclo Académico	60,0%	34,5%	5,5%	100,0%

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Tabla 3. Chi-cuadrado. Semejanzas

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,121 ^a	6	,310
Razón de verosimilitud	8,066	6	,233
Asociación lineal por lineal	,465	1	,495
N de casos válidos	55		

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Análisis

En el análisis estadístico de chi-cuadrado se verifica que el número de significación asintótica al ser mayor de 0,05 da entender que no hay diferencias entre niveles académicos al responder la pregunta, motivo por el cual se basa en los porcentajes de respuesta. De un total de 55 estudiantes encuestados que corresponde al 100%, el 60% de los alumnos consideran que siempre existe semejanzas en los conceptos emprendimiento y espíritu emprendedor, el 34,5% manifiesta que casi siempre habrá similitudes de aquellos términos, mientras que el 5,5% de estudiantes se pronuncia que nunca tendrá relación los dos términos.

Se verifica con la mayor puntuación de 77,8% de satisfacción, se observa que los estudiantes egresados consideran al emprendimiento y espíritu emprendedor como términos iguales.

¿Considera Ud., que las estructuras internas de su institución, están cimentadas sobre principios innovadores, transformadores y emprendedores?

Tabla 4. Estructuras internas

		Siempre	Casi Siempre	Nunca		
Ciclo Académico	Cuarto	Recuento	10	7	1	18

	% dentro de Ciclo Académico	55,6%	38,9%	5,6%	100,0%
Quinto	Recuento	4	6	1	11
	% dentro de Ciclo Académico	36,4%	54,5%	9,1%	100,0%
Egresados	Recuento	12	6	0	18
	% dentro de Ciclo Académico	66,7%	33,3%	0,0%	100,0%
Titulados	Recuento	2	5	1	8
	% dentro de Ciclo Académico	25,0%	62,5%	12,5%	100,0%
Total	Recuento	28	24	3	55
	% dentro de Ciclo Académico	50,9%	43,6%	5,5%	100,0%

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Tabla 5. Chi-cuadrado. Estructuras internas

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,926 ^a	6	,431
Razón de verosimilitud	6,825	6	,337
Asociación lineal por lineal	,224	1	,636
N de casos válidos	55		

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Análisis

En el análisis estadístico de chi-cuadrado se verifica que el número de significación asintótica al ser mayor de 0,05 da entender que no hay diferencias entre niveles

académicos al responder la pregunta, motivo por el cual se basa en los porcentajes de respuesta. De un total de 55 estudiantes encuestados que corresponde al 100%, el 50,9% de los alumnos consideran que las estructuras internas de su institución, siempre están cimentadas sobre principios innovadores, transformadores y emprendedores, el 43,6% manifiesta que casi siempre, mientras que el 5,5% de estudiantes se pronuncia que nunca la institución establece su estructura interna en base a los principios de innovar y emprender.

Se verifica con la mayor puntuación de 62,5% con los estudiantes egresados reafirman que casi siempre la estructura interna de la institución tiene principio innovadores y emprendedores.

3. ¿En el proceso de su formación, piensa que ha adquirido herramientas para impulsar y desarrollar emprendimientos innovadores?

Tabla 6. Adquisición de herramientas

			Siempre	Casi Siempre	Nunca	
Ciclo Académico	Cuarto	Recuento	9	8	1	18
		% dentro de Ciclo Académico	50,0%	44,4%	5,6%	100,0%
Ciclo Académico	Quinto	Recuento	6	4	1	11
		% dentro de Ciclo Académico	54,5%	36,4%	9,1%	100,0%
Egresados		Recuento	11	7	0	18
		% dentro de Ciclo Académico	61,1%	38,9%	0,0%	100,0%
Titulados		Recuento	3	5	0	8
		% dentro de Ciclo Académico	37,5%	62,5%	0,0%	100,0%

Total	Recuento	29	24	2	55
	% dentro de Ciclo Académico	52,7%	43,6%	3,6%	100,0%

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Tabla 7. Chi-cuadrado. Adquisición de herramientas

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,533 ^a	6	,740
Razón de verosimilitud	4,148	6	,657
Asociación lineal por lineal	,063	1	,802
N de casos válidos	55		

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Análisis

En el análisis estadístico de chi-cuadrado se verifica que el número de significación asintótica al ser mayor de 0,05 da entender que no hay diferencias entre niveles académicos al responder la pregunta, motivo por el cual se basa en los porcentajes de respuesta. De un total de 55 estudiantes encuestados que corresponde al 100%, el 52,7% de los alumnos consideran proceso de su formación, piensa que siempre ha adquirido herramientas para impulsar y desarrollar emprendimientos innovadores, el 43,6% manifiesta que casi siempre, mientras que el 3,6% de estudiantes se pronuncia que nunca ha obtenido las herramientas suficientes para que les impulse a emprender.

Se verifica con la mayor puntuación de 62,5% con los estudiantes titulados reafirman que casi siempre adquirieron herramientas en su formación para impulsar a crear un emprendimiento innovador.

4. ¿Considera que las políticas públicas en el ámbito docente y educativo motivan el establecimiento de emprendimientos innovadores?

Tabla 8. Políticas públicas

		Siempre	Casi Siempre	Nunca		
Ciclo Académico	Cuarto	Recuento	9	9	0	18
		% dentro de Ciclo Académico	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Quinto	Recuento	4	6	1	11	
		% dentro de Ciclo Académico	36,4%	54,5%	9,1%	100,0%
Egresados	Recuento	11	6	1	18	
		% dentro de Ciclo Académico	61,1%	33,3%	5,6%	100,0%
Titulados	Recuento	1	7	0	8	
		% dentro de Ciclo Académico	12,5%	87,5%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	25	28	2	55	
		% dentro de Ciclo Académico	45,5%	50,9%	3,6%	100,0%

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Tabla 9. Chi-cuadrado. Políticas públicas

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,419 ^a	6	,209
Razón de verosimilitud	9,544	6	,145
Asociación lineal por lineal	,668	1	,414
N de casos válidos	55		

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Análisis

En el análisis estadístico de chi-cuadrado se verifica que el número de significación asintótica al ser mayor de 0,05 da entender que no hay diferencias entre niveles académicos al responder la pregunta, motivo por el cual se basa en los porcentajes de respuesta. De un total de 55 estudiantes encuestados que corresponde al 100%, el 45,5% de los alumnos consideran que siempre las políticas públicas en el ámbito docente y educativo motivan el establecimiento de emprendimientos innovadores, el 50,9% manifiesta que casi siempre, mientras que el 3,6% de estudiantes se pronuncia que nunca las políticas públicas motivan a realizar un emprendimiento innovador.

Se verifica con la mayor puntuación de 87,5% con los estudiantes titulados reafirman que casi siempre las políticas del estado enfocan a realizar emprendimientos.

5. ¿Comprende Ud., los mecanismos para crear un emprendimiento?

Tabla 10.Mecanismos de emprendimiento

			Siempre	Casi Siempre	Nunca	
Ciclo Académico	Cuarto	Recuento	6	12	0	18
		% dentro de Ciclo Académico	33,3%	66,7%	0,0%	100,0%
	Quinto	Recuento	5	6	0	11
		% dentro de Ciclo Académico	45,5%	54,5%	0,0%	100,0%
	Egresados	Recuento	8	9	1	18
		% dentro de Ciclo Académico	44,4%	50,0%	5,6%	100,0%
	Titulados	Recuento	4	4	0	8
		% dentro de Ciclo Académico	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Total		Recuento	23	31	1	55
		% dentro de Ciclo Académico	41,8%	56,4%	1,8%	100,0%

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Tabla 11.Chi-cuadrado. Mecanismos de emprendimiento

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,090 ^a	6	,797
Razón de verosimilitud	3,271	6	,774
Asociación lineal por lineal	,379	1	,538
N de casos válidos	55		

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Análisis

En el análisis estadístico de chi-cuadrado se verifica que el número de significación asintótica al ser mayor de 0,05 da entender que no hay diferencias entre niveles académicos al responder la pregunta, motivo por el cual se basa en los porcentajes de respuesta. De un total de 55 estudiantes encuestados que corresponde al 100%, el 41,8% de los alumnos consideran que siempre comprende los mecanismos para crear un emprendimiento, el 56,4% manifiesta que casi siempre, mientras que el 1,8% de estudiantes se pronuncia que nunca comprende los mecanismos para crear un emprendimiento.

Se verifica con la mayor puntuación de 66,7% con los estudiantes de cuarto semestre reafirman que casi siempre entienden los pasos para realizar un emprendimiento.

6. ¿Considera que ha recibido la orientación pedagógica necesaria para establecer un emprendimiento innovador?

Tabla 12.Orientación pedagógica

			Siempre	Casi Siempre	
Ciclo Académico	Cuarto	Recuento	6	12	18
		% dentro de Ciclo Académico	33,3%	66,7%	100,0%
	Quinto	Recuento	6	5	11
		% dentro de Ciclo Académico	54,5%	45,5%	100,0%
	Egresados	Recuento	11	7	18
		% dentro de Ciclo Académico	61,1%	38,9%	100,0%
	Titulados	Recuento	4	4	8
		% dentro de Ciclo Académico	50,0%	50,0%	100,0%
Total		Recuento	27	28	55
		% dentro de Ciclo Académico	49,1%	50,9%	100,0%

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Tabla 13.Chi-cuadrado. Orientación pedagógica

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,963 ^a	3	,397
Razón de verosimilitud	3,008	3	,390
Asociación lineal por lineal	1,642	1	,200
N de casos válidos	55		

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Análisis

En el análisis estadístico de chi-cuadrado se verifica que el número de significación asintótica al ser mayor de 0,05 da entender que no hay diferencias entre niveles académicos al responder la pregunta, motivo por el cual se basa en los porcentajes de respuesta. De un total de 55 estudiantes encuestados que corresponde al 100%, el 49,1% de los alumnos consideran que siempre han recibido la orientación pedagógica necesaria para establecer un emprendimiento innovador el 50,9% manifiesta que casi siempre.

Se verifica con la mayor puntuación de 66,7% con los estudiantes de cuarto semestre reafirman que casi siempre reciben la orientación pedagógica para establecer un emprendimiento.

7. ¿Considera que existe alguna relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico?

Tabla 14. Emprendimiento y Desarrollo

			Siempre	Casi Siempre	Nunca	
Ciclo Académico	Cuarto	Recuento	12	4	2	18
		% dentro de Ciclo Académico	66,7%	22,2%	11,1%	100,0%
	Quinto	Recuento	8	3	0	11
		% dentro de Ciclo Académico	72,7%	27,3%	0,0%	100,0%
	Egresados	Recuento	14	4	0	18

	% dentro de Ciclo Académico	77,8%	22,2%	0,0%	100,0%
Titulados	Recuento	4	4	0	8
	% dentro de Ciclo Académico	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	38	15	2	55
	% dentro de Ciclo Académico	69,1%	27,3%	3,6%	100,0%

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Tabla 15. Chi-cuadrado. Emprendimiento y Desarrollo

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,618 ^a	6	,358
Razón de verosimilitud	6,733	6	,346
Asociación lineal por lineal	,121	1	,728
N de casos válidos	55		

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Análisis

En el análisis estadístico de chi-cuadrado se verifica que el número de significación asintótica al ser mayor de 0,05 da entender que no hay diferencias entre niveles académicos al responder la pregunta, motivo por el cual se basa en los porcentajes

de respuesta. De un total de 55 estudiantes encuestados que corresponde al 100%, el 69,1% de los alumnos consideran existe alguna relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico el 27,3% manifiesta que casi siempre mientras que el 3,6% menciona que nunca se relacionan los términos emprendimiento y desarrollo.

Se verifica con la mayor puntuación de 77,8% con los estudiantes egresados consideran que siempre se relaciona el emprendimiento con el desarrollo.

8. ¿Es el emprendimiento un factor orientado a mejorar el nivel de calidad de vida de las personas?

Tabla 16. Mejorar la calidad de vida

			Siempre	Casi Siempre	Nunca	
Ciclo Académico	Cuarto	Recuento	12	6	0	18
		% dentro de Ciclo Académico	66,7%	33,3%	0,0%	100,0%
Ciclo Académico	Quinto	Recuento	8	2	1	11
		% dentro de Ciclo Académico	72,7%	18,2%	9,1%	100,0%
Egresados		Recuento	16	2	0	18
		% dentro de Ciclo Académico	88,9%	11,1%	0,0%	100,0%
Titulados		Recuento	5	2	1	8
		% dentro de Ciclo Académico	62,5%	25,0%	12,5%	100,0%
Total		Recuento	41	12	2	55
		% dentro de Ciclo Académico	74,5%	21,8%	3,6%	100,0%

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Tabla 17. Chi-cuadrado. Mejorar la calidad de vida

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,888 ^a	6	,331
Razón de verosimilitud	7,297	6	,294
Asociación lineal por lineal	,024	1	,877
N de casos válidos	55		

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Análisis

En el análisis estadístico de chi-cuadrado se verifica que el número de significación asintótica al ser mayor de 0,05 da entender que no hay diferencias entre niveles académicos al responder la pregunta, motivo por el cual, se basa en los porcentajes de respuesta. De un total de 55 estudiantes encuestados que corresponde al 100%, el 74,5% de los alumnos consideran que siempre el emprendimiento es un factor orientado a mejorar el nivel de calidad de vida de las personas, el 21,8% manifiesta que casi siempre mientras que el 3,6% menciona que nunca un emprendimiento mejora la calidad de vida.

Se verifica con la mayor puntuación de 88,9% con los estudiantes egresados consideran que siempre el emprendimiento mejora la calidad de vida.

9. ¿En el instituto se promueven estrategias de capacitación asociadas al emprendimiento?

Tabla 18. Estrategia de capacitación

			Siempre	Casi Siempre	Nunca	
Ciclo Académico	Cuarto	Recuento	7	8	3	18
		% dentro de Ciclo Académico	38,9%	44,4%	16,7%	100,0%
	Quinto	Recuento	3	8	0	11
		% dentro de Ciclo Académico	27,3%	72,7%	0,0%	100,0%
	Egresados	Recuento	9	9	0	18
		% dentro de Ciclo Académico	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Titulados	Recuento	1	5	2	8	
	% dentro de Ciclo Académico	12,5%	62,5%	25,0%	100,0%	
Total	Recuento	20	30	5	55	
	% dentro de Ciclo Académico	36,4%	54,5%	9,1%	100,0%	

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Tabla 19. Chi-cuadrado. Estrategias de capacitación

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,619 ^a	6	,142
Razón de verosimilitud	11,615	6	,071

Asociación lineal por lineal	,076	1	,783
N de casos válidos	55		

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Análisis

En el análisis estadístico de chi-cuadrado se verifica que el número de significación asintótica en la razón de verosimilitud es menor de 0,05 da entender que hay diferencias según el nivel académico que se encuentre el estudiante. De un total de 55 estudiantes encuestados que corresponde al 100%, el 36,4% de los alumnos consideran que siempre instituto promueve estrategias de capacitación asociadas al emprendimiento, el 54,5% manifiesta que casi siempre mientras que el 9,1% menciona que nunca el instituto estable capacitaciones sobre emprendimiento.

Se verifica con la mayor puntuación de 72,7% con los estudiantes de quinto semestre consideran que casi siempre el instituto establece capacitaciones enfocadas al emprendimiento.

10. ¿Los profesores establecen procesos de enseñanza de forma organizada y coherente en función de la constitución de un emprendimiento?

Tabla 20. Procesos de enseñanzas

		Siempre	Casi Siempre	
Ciclo Académico Cuarto	Recuento	12	6	18
	% dentro de Ciclo Académico	66,7%	33,3%	100,0%
Quinto	Recuento	5	6	11
	% dentro de Ciclo Académico	45,5%	54,5%	100,0%

Egresados	Recuento	11	7	18
	% dentro de Ciclo Académico	61,1%	38,9%	100,0%
Titulados	Recuento	3	5	8
	% dentro de Ciclo Académico	37,5%	62,5%	100,0%
Total	Recuento	31	24	55
	% dentro de Ciclo Académico	56,4%	43,6%	100,0%

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Tabla 21. Chi-cuadrado. Procesos de enseñanzas

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,632 ^a	3	,452
Razón de verosimilitud	2,638	3	,451
Asociación lineal por lineal	1,017	1	,313
N de casos válidos	55		

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Análisis

En el análisis estadístico de chi-cuadrado se verifica que el número de significación asintótica al ser mayor de 0,05 da entender que no hay diferencias entre niveles académicos al responder la pregunta, motivo por el cual, se basa en los porcentajes

de respuesta. De un total de 55 estudiantes encuestados que corresponde al 100%, el 56,4% de los alumnos consideran que los profesores siempre establecen procesos de enseñanza de forma organizada y coherente en función de la constitución de un emprendimiento, mientras que el 46,6 % manifiesta que casi siempre existe procesos de aprendizajes sobre emprendimiento.

Se verifica con la mayor puntuación de 61,1% con los estudiantes egresados los cuales, mencionan que los profesores siempre comparten procesos enfocados al emprendimiento.

11. ¿Conoce distintos modelos de emprendimientos que le permitan vincularlo con las características individuales de una empresa?

Tabla 22. Modelos de emprendimiento

		Siempre	Casi Siempre	Nunca		
Ciclo Académico	Cuarto	Recuento	7	10	1	18
		% dentro de Ciclo Académico	38,9%	55,6%	5,6%	100,0%
Ciclo Académico	Quinto	Recuento	3	5	3	11
		% dentro de Ciclo Académico	27,3%	45,5%	27,3%	100,0%
Ciclo Académico	Egresados	Recuento	10	8	0	18
		% dentro de Ciclo Académico	55,6%	44,4%	0,0%	100,0%
Ciclo Académico	Titulados	Recuento	4	1	3	8
		% dentro de Ciclo Académico	50,0%	12,5%	37,5%	100,0%
Total		Recuento	24	24	7	55
		% dentro de Ciclo Académico	43,6%	43,6%	12,7%	100,0%

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Tabla 23. Chi-cuadrado. Modelos de Emprendimiento

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,507 ^a	6	,052
Razón de verosimilitud	13,916	6	,031
Asociación lineal por lineal	,037	1	,848
N de casos válidos	55		

Fuente: Datos de la encuesta estudiantes

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Análisis

En el análisis estadístico se verifica que el número de significación asintótica en la razón de verosimilitud y el valor de chi-cuadrado de Pearson es menor de 0,05 establece que hay diferencias significativas entre los niveles académicos que se encuentren los estudiantes. De un total de 55 estudiantes encuestados que corresponde al 100%, el 43,6% de los alumnos consideran que siempre conoce distintos modelos de emprendimientos permite vincular con las características individuales de una empresa, el 43,6% manifiesta que casi siempre mientras que el 12,7% menciona que nunca ha conocido modelos distintos de emprendimiento.

Se verifica con la mayor puntuación de 55,6% con los estudiantes de cuarto semestre y egresados los cuales consideran que siempre y casi siempre reconoce distintos modelos de emprendimiento.

DESARROLLO DE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO

Diseño de la propuesta

La definición y propuesta de un modelo de emprendimiento, surge de la necesidad de formar en el país a profesionales capaces de emprender, a pesar de la estructura académica que tienen algunas instituciones educativas como lo es el caso del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo, se ha logrado identificar la falta de acciones formativas que propicien espacios efectivos para los estudiantes frente al emprendimiento. Es por ello que propiciar la presente propuesta, se ofrece una alternativa que da respuesta a las necesidades de los estudiantes frente a su realidad actual, el contexto donde se desenvuelven y la realidad económica del país.

Por cuanto, se evidencia la necesidad de formar a los profesionales en el ámbito de la innovación y emprendimiento para que se generen acciones transformadoras bajo un espíritu innovador que realmente se ajuste al perfil de egreso de los estudiantes, es por ello, que la propuesta se fundamenta en el desarrollo del Modelo de negocios Canvas, el cual surge a partir de la valoración de una idea de negocio y todos los elementos que se vinculan a ella. La idea determina el enfoque del proyecto, se logra establecer a que se va a dedicar; servicio o producto desde una perspectiva innovadora (Carvajal, 2018). Una vez establecida la idea, se logra analizar a los posibles clientes, se identifican sus necesidades, posteriormente se genera un plan de marketing y finalmente se determina la distribución o venta del servicio o producto.

Para ello, es necesario capacitar a los estudiantes en función de un modelo de emprendimiento que dé respuesta a sus necesidades, tal como el Canvas, el cual se propone con la finalidad de orientar a los estudiantes del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo a través de una metodología formativa que logre mejorar su situación actual, frente a la ejecución de emprendimientos que logren establecerse en las comunidades y que no formen parte de actividades a corto plazo. En el mismo orden, el presente modelo propuesto resulta de gran relevancia

porque se tiene que describir de forma secuencial la estructura del emprendimiento y la factibilidad, con respuesta a las necesidades actuales de los estudiantes, donde sus ideas sean sustentadas dentro del contexto donde se desenvuelven, además, el modelo tiene una estructura procedimental que permite vislumbrar desde un ámbito general y particular los aspectos del emprendimiento y su factibilidad.

Objetivos de la propuesta

- Identificar los componentes del modelo de emprendimiento Canvas.
- Suministrar una guía metodológica de las sesiones que se aplican para el alcance del Modelo de emprendimiento Canvas.
- Elaborar un plan de implementación del modelo de emprendimiento en el Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo.

Modelo de emprendimiento Canvas.

El modelo Canvas o Business Model Canvas, surgió en el año 2004 como una herramienta para promover modelos de negocios desde una perspectiva innovadora, para su alcance se profundiza en cuatro grandes áreas que corresponden a la viabilidad que se establecen, las ofertas que se ofrecen, los clientes a los cuales se ha promociona el servicio o producto y la infraestructura a utilizar, a su vez, las áreas se dividen en distintas sesiones donde se señalan las características de la empresa que se quiere crear, define de forma clara el modelo de negocio que se quiere construir, al no llenar las sesiones se reconsideran algunos aspectos; porque quedaría en evidencia que existen divergencias y no una idea concreta. Para Blank citado en Carvajal (2018): “Este modelo es un lienzo que deja al emprendedor la libertad de moldear su idea de negocio, que muy por el contrario de ser abstracta, termina de concretar, siguiendo la técnica de bloques de construcción” (p. 22)

Los bloques de construcción se establecen mediante una plantilla donde el emprendedor se encarga de situar hipótesis en cada uno de ellos en función del modelo, quien emprende piensa los costos del producto o servicio, el origen de financiamiento, el público al cual quiere alcanzar y el valor que se otorga a su idea, para luego dar lugar al desarrollo del emprendimiento (Blank, 2013). De allí que, el

seguimiento del lienzo permite observar mediante el lienzo establecido en una sola página la relación lógica entre todos los factores que se sitúan en la empresa y así alcanzar el éxito en el desarrollo porque se le otorga un valor a la idea; mediante el modelo se logra vislumbrar el alcance o efectividad de la idea, sino se logran completar todos los bloques, la idea inicial no es factible.

En cuanto a la metodología, los autores Osterwalder y Pigneur han logrado simplificar los pasos que se desarrollan para el alcance del emprendimiento y la presentación del negocio, en propuestas que también, se le conocen como océanos azules (Carvajal, 2018, p. 22). Estos pasos, se han direccionado mediante nuevos bloques que se construyen por el emprendedor de forma secuencial, lógica y procedimental; para ello, se responden interrogantes en cada uno de los apartados se considera que cada bloque contiene preguntas sugeridas que ayudaran al emprendedor a darle forma a su negocio. En función del diseño metodológico, Osterwalder, Pigneur & Vázquez (2012) establecen los siguientes bloques: segmento de mercado, propuestas de valor, canales, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave y estructura de negocio.

En relación al segmento de mercado, los autores establecen que el emprendedor se pregunta cuáles son los clientes más importantes, establecer una prioridad de clientes a los cuales dedica su atención y enfoca su producto o servicio. En el segundo bloque se determina la propuesta de valor, define el producto o servicio que crea valor para el mercado al cual se ha dirigido, Según Kotler & Armstrong (2006) "...La propuesta de valor de una compañía es el conjunto de beneficios o valores que pretende entregar a los consumidores para satisfacer sus necesidades..." (p. 6). En tal sentido, la propuesta de valor se distingue por la idea principal, la que distingue a la empresa de otras, es una ventaja que es percibida por los clientes.

En el tercer bloque se establecen los canales que necesita la empresa para alcanzar a los clientes, dentro de este apartado se definen todas las actividades que son necesarias para que el producto o servicio estén al alcance de los consumidores con el fin último de facilitar su compra o consumo (Paz, 2008, p. 14)

Luego, se precisan las relaciones con los clientes, las cuales juegan un papel de gran importancia y sin importar la direccionalidad de la empresa en cuanto al consumo de servicios o productos, las relaciones con los clientes son fundamentales para alcanzar el éxito, es por ello que la relación con los clientes es eficaz; también, se define como Marketing relacional donde se ofrece a los clientes una direccionalidad clara que permita entrever una solución viable frente a sus necesidades.

Una vez alcanzada la relación con los clientes, se definen las fuentes de ingreso de la propuesta, entre ellos, aquellos que se perciben por venta del servicio o producto para Meigs citado en Carvajal (2018)“Los ingresos se valoran como activos que se generan a partir de las actividades de los servicios o el consumo de los productos que van a originar flujos efectivos” (p. 51). Al parafrasear al autor, se obtiene que son los ingresos que se obtienen mediante los giros de la propia empresa que generan beneficios. Luego, se logran constituir los recursos claves que consisten en hacer uso de medios para producir un producto u ofrecer un servicio, dichos recursos se dividen en tierra, trabajo, habilidades de las empresas y capital (Burneo & Larios, 2015, p. 14). Es por ello que, las empresas reconocen los recursos claves que van a permitir su funcionamiento y alcanzar el valor de su idea de emprendimiento.

Para los autores Osterwalder, Pigneur & Vázquez (2012) los recursos no solamente se orientan hacia el aspecto material, por el contrario, son constituidos por el talento humano, el ámbito económico, físico e intelectual. Para ello, también, se precisa dentro de la propuestas las actividades claves relacionadas con el ensamblaje, construcción, creación y constitución del producto o servicio, en función de este apartado Hernández & Rodríguez (2002)consideran que “la empresa divide sus actividades agrupadas desde la homogeneidad, donde se establezcan áreas que trabajen bajo la perspectiva interrelacionada se logra el alcance de los objetivos colectivos” (p. 84).

Dentro de este modelo de emprendimiento, también, resulta de gran relevancia fundar el bloque de asociaciones clave donde el emprendedor logre divisar las relaciones que se maximizan los beneficios del modelo de negocio, entre ellos,

considerarse a proveedores, accionistas, clientes, empleados e incluso comunidades que forjan beneficios para la empresa. Por último, el modelo Canvas, propone instaurar una estructura de costos para su funcionamiento, la cual, se define como “todos aquellos recursos necesarios que se han de invertir para transformar una materia en un bien económico” (Ibáñez, 2002, p. 19). Los costos, son todos aquellos recursos que se invierten para el funcionamiento óptimo de la empresa y se clasifican en función de los alcancen que se requieran en las empresas; ser directos, indirectos, fijos, variables o de otra índole que abarcan de forma general al funcionamiento de la empresa.

Lienzo del modelo Canvas



Descripción:

Segmentos de clientes: Sirve para determinar el nicho de mercado y las oportunidades que brinden el emprendimiento o negocio.

Propuesta de valor: Permite identificar los problemas por qué se realiza y para que personas está dirigido el modelo.

Canales: Determina la estrategia de comunicación o publicación que fortalece la marca o emprendimiento.

Relación con clientes: Este proceso ayuda a establecer la relación que se tiene y por obtener con los probables clientes del negocio o emprendimiento

Fuente de ingresos: Se tiene como objetivo cómo va ingresar dinero del emprendimiento y verificar el alcance del cliente si está o no dispuesto a pagar el producto o servicio.

Recursos clave: Identifica los activos a necesitar para desarrollar el emprendimiento como materiales, equipos, personas y economía.

Actividades clave: Es la clave que da énfasis al negocio o emprendimiento para que se logren de forma precisa.

Socios clave: Tener en cuenta los contactos precisos y posibles asociaciones o alianzas para fortalecer el emprendimiento.

Estructura de costes: Permite visualizar el precio del bien, producto o servicio para ofrecer el emprendimiento a los posibles clientes.

Guía Metodológica

La propuesta se divide en 3 sesiones, la primera corresponde a identificar los componentes del modelo de emprendimiento Canvas, permite desarrollar y aplicar dicho modelo a los estudiantes del Instituto Tecnológico superior Benjamín Araujo.

La segunda, se proporciona a los estudiantes una guía metodológica en función de la utilidad de actividades y recursos necesarios para la aplicación del Modelo de emprendimiento Canvas.

Por último, se elabora un plan de implementación del modelo de emprendimiento en el Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo. Una vez culminada la ejecución de la propuesta, se procede a evaluarla mediante un cuestionario de aplicación, así se demuestra la efectividad de la misma.

Programa

CRONOGRAMA GENERAL DE TALLERES						
Tema a tratar:	TIEMPO ESTIMADO	RESPONSABLES				RECURSOS NECESARIOS
	# minutos	Objetivo	Estudiantes participantes	CARRERAS	INSTITUTO	
Modelo de emprendimiento	80	Diseñar talleres de formación para los estudiantes, fundamentados las concepciones relacionadas con un Modelo de emprendimiento.	Cuarto y Quinto semestres	Producción Animal y Floricultura	ISTBA	<p>Humano:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Profesores -Facilitador <p>Materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> Computador Hoja Esfero Marcador
Modelo de emprendimiento Canvas.	80	Capacitar a los estudiantes para la ejecución del Modelo de emprendimiento Canvas,	Cuarto y Quinto semestres	Producción Animal y Floricultura	ISTBA	<p>Humano:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Profesores -Facilitador <p>Materiales:</p>

		a través de talleres formativos.				Computador Hoja Esfero Marcador
Guía metodológica: sesiones de aplicación	80	Suministrar una guía metodológica de las sesiones que se aplican para el alcance del Modelo de emprendimiento Canvas.	Cuarto y Quinto semestres	Producción Animal y Floricultura	ISTBA	Humano: -Profesores -Facilitador Materiales: Computador Hoja Esfero Marcador
TOTAL, HORAS:	240 min					

Elaborado por: Gabriela Acosta.

Tabla 24. Sesión 1: Modelo de emprendimiento

TEMA	OBJETIVO	ACTIVIDADES	RECURSOS
Modelo de emprendimiento	Diseñar talleres de formación para los estudiantes, fundamentados las	INICIO -Bienvenida -Conversatorio para generar lluvia de ideas, se plantea la siguiente pregunta	Humano: -Profesores -Facilitador

	concepciones relacionadas con un Modelo de emprendimiento .	<p>generadora: ¿Conoces la estructura de un Modelo de emprendimiento?</p> <p>-Una vez generado una definición, el facilitador procede a profundizar en el término y crear uno que logre englobar todas las impresiones de los de los estudiantes.</p>	<p>Materiales:</p> <p>Computador</p> <p>Hoja</p> <p>Esfero</p> <p>Marcador</p>
		<p>DESARROLLO</p> <p>Parte I- Conocimiento del Modelo de Emprendimiento.</p> <p>-Presentación de video informativo:</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=bAiLBI-DAN0k</p> <p>Una vez presentado el video se procede a explicar a los estudiantes que es un Modelo de emprendimiento, su importancia, características, factores que intervienen en su sostenibilidad, metodología de un modelo de emprendimiento, innovación, idea de negocio y los elementos vinculados a una idea de negocio. Con el fin último, de crear en los estudiantes una conceptualización más amplia acerca del término y la profundidad que requiere.</p> <p>-Actividad metodológica</p> <p>Luego, se les pedí a los estudiantes que piensen en una idea de negocio asociada a un producto o servicio. A continuación, se dibuja en una hoja de papel bond o crear en una diapositiva un mapa mental de las acciones que se desarrollan para el éxito de su producto o servicio. Frente a ello, se pregunta ¿son suficientes las</p>	<p>TIEMPO</p> <p>40min Parte I</p> <p>40min Parte II</p>

acciones que hago para hacer de mi producto algo novedoso?, ¿es necesario aumentar actividades para el alcance de un mayor número de personas?

-Conversatorio: Una vez recopilada la información por parte de los estudiantes, se procede a permitir que cada uno de una breve explicación de lo que ha plasmado conforme a su idea. Luego, se reflexiona en función de lo que se ha logrado y el facilitador genera una retroalimentación al proporcionar una presentación en Genially.com para profundizar en cada uno de los apartados, con la finalidad de que los estudiantes conozcan en su totalidad el contenido.

Parte II- Factores que conforman un modelo de emprendimiento.

El facilitador verbaliza la siguiente pregunta generadora para construir una lluvia de ideas ¿Cuáles son los factores que intervienen en un modelo de emprendimiento?

Una vez completado el ciclo de respuestas se les proyecta el siguiente video breve y reflexivo respecto al tema, donde se socializan parte de los aspectos a tratar, con la finalidad de dar una inducción a lo que más adelante se analiza.

<https://www.youtube.com/watch?v=FY-CuW01xTQ>

Una vez visualizado el video el facilitador profundiza en el tema a través de una presentación en Prezzi.com para ahondar

		<p>en los factores que intervienen en un modelo de emprendimiento, entre ellos: idea de negocio, competencias personales, pensamiento crítico, capacidad de comunicarse, investigación, capacidad de adaptarse a los cambios, negociaron, ética, resiliencia, competencias comerciales y sociales, gestión empresarial, visión empresarial y la estructura financiera.</p> <p>-CIERRE-EVALUACIÓN:</p> <p>Conversatorio reflexivo relacionado con el tema y retroalimentación de contenidos para disipar algunas dudas.</p> <p>Posteriormente se les solicita a los estudiantes que, a través de sus dispositivos, ingresen en un link para generar una evaluación escrita en Quizizz.com con preguntas y alternativas de respuestas relacionadas con el tema revisado.</p>	
<p>Elaborado por: Gabriela Acosta.</p>			

Tabla 25. Sesión 2: Modelo de emprendimiento Canvas

TALLER FORMATIVO PARA ESTUDIANTES: MODELO DE EMPRENDIMIENTO CANVAS			
TEMA	OBJETIVO	ACTIVIDADES	RECURSOS
Modelo de emprendimiento Canvas.	Capacitar a los estudiantes para la ejecución del Modelo de emprendimiento	<p>INICIO</p> <p>-Bienvenida</p> <p>-Conversatorio para generar lluvia de ideas, se plantea la siguiente pregunta generadora:</p>	<p>Humano:</p> <p>-Profesores</p> <p>-Facilitador</p>

	<p>to Canvas, a través de talleres formativos.</p>	<p>¿Cuáles son los modelos de emprendimiento que conoces?</p> <p>-Con la evidencia de las respuestas de los estudiantes, se mencionan que existen algunos modelos de emprendimiento, sin embargo, el desarrollo del taller se orienta bajo la concepción del modelo Canvas.</p> <p>DESARROLLO</p> <p>Parte I- Conocimiento del Modelo</p> <p>Para la introducción de la capacitación se proyecta a los estudiantes el siguiente video que se relaciona con el Modelo de Emprendimiento Canvas.</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=7B8bGB0CZVI</p> <p>Una vez visualizado el video, el facilitador da a conocer a los estudiantes a través de una presentación en Microsoft PowerPoint la definición, importancia, características, impacto, implementación y factores del Modelo Canvas.</p> <p>-Intercambio de saberes:</p> <p>¿Considera que, al aplicar este modelo, tendrán mejores resultados en su idea de negocio? –De una breve explicación de los resultados obtenidos. En este apartado los estudiantes van a explicar brevemente como aplicarían este modelo en una idea de emprendimiento asociada a un producto o servicio, para ello, plasmaran las ideas con uso del recurso que consideren oportuno.</p> <p>-Conversatorio: Una vez recopilada la información por parte de los estudiantes, el</p>	<p>Materiales:</p> <p>Computador</p> <p>Hoja</p> <p>Esfero</p> <p>Marcador</p> <p>TIEMPO</p> <p>40min Parte I</p> <p>40min Parte II</p>
--	--	--	---

facilitador genera una retroalimentación de la información y permite que se genere una reflexión en función de las acciones necesarias para alcanzar el éxito de su idea de negocio.

Parte II- Aplicación del Modelo Canvas mediante la construcción de un lienzo.

El facilitador proporciona una presentación en Genially.com para profundizar en la metodología a usarse en el modelo de emprendimiento Canvas para su aplicación exitosa, para ello hace mención de las fases que se desarrollan. Explica la idea de gestión para la aplicación del modelo, define cada una de las fases que se alcanzan.



Reproduce el siguiente video explicativo relacionado para socializar, como se aplica el Modelo Canvas en un lienzo de emprendimiento, tal como se emplea en la imagen anterior.

<https://www.youtube.com/watch?v=i1Le5GYkBT8>


Dinámica: Los estudiantes en función de la idea de emprendimiento anterior, aplican de forma breve las sesiones a la idea de emprendimiento que han plasmado al inicio de la formación.


		<p>-CIERRE-EVALUACIÓN:</p> <p>Conversatorio reflexivo relacionado con el tema y retroalimentación de contenidos para disipar algunas dudas. Posteriormente se les solicita a los estudiantes que, a través de sus dispositivos, ingresen en un link para generar una evaluación escrita en Kahoot.com con preguntas y alternativas de respuestas relacionadas con el tema revisado.</p>	
--	--	--	--



Elaborado por: Gabriela Acosta.

Tabla 26. Sesión 3: Guía metodológica

GUIA METODOLÓGICA: SESIONES DE APLICACIÓN		
OBJETIVO	Suministrar una guía metodológica de las sesiones que se aplican para el alcance del Modelo de emprendimiento Canvas.	
SESIÓN 1: SEGMENTO DE CLIENTES		
DEFINICIÓN	METODOLOGÍA DE APLICACIÓN	RECURSOS
Se agrupan a los clientes en función de las características que presentan de una forma homogénea.	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; text-align: center;"> <p>SEGMENTOS DE CLIENTES </p> <p>¿Para quien estamos creando valor?</p> <p>¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> </div>	<p>Humano:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estudiantes -Facilitador <p>Materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> Computador Hoja

	<p>-En este apartado se definen el tipo de cliente que se quiere alcanzar con el producto o servicio.</p> <p>-En función de tu producto o servicio, definir a que personas quieres llegar, para quien está dirigido.</p> <p>-Definir las necesidades del cliente</p> <p>-Indagar información de orden geográfica y demográfica: gustos, sabores y preferencia.</p> <p>-Construir estadísticas de alcance para el crecimiento potencial de cada grupo de clientes.</p>	<p>Esfero</p> <p>Marcador</p> <p>Dispositivo móvil</p> <p>Tablet</p>
SESIÓN 2: PROPUESTA DE VALOR		
DEFINICIÓN	METODOLOGÍA DE APLICACIÓN	RECURSOS
<p>El objetivo es de definir el valor creado para cada segmento de clientes describen los productos y servicios que se ofrecen a cada uno.</p>	<div data-bbox="579 1099 1054 1563" style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; margin: 10px auto; width: fit-content;"> <p style="text-align: center;">PROPUESTA DE VALOR </p> <p>¿Qué valor estamos entregando a los clientes?</p> <p>¿Qué problema estamos ayudando a resolver?</p> <p>¿Qué paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?</p> </div> <p>-Defina el valor que tiene su producto o servicio.</p> <p>-Establezca las características que lo distinguen de otros.</p> <p>-Establezca el nivel de servicio.</p>	<p>Humano:</p> <p>-Estudiantes</p> <p>-Facilitador</p> <p>Materiales:</p> <p>Computador</p> <p>Hoja</p> <p>Esfero</p> <p>Marcador</p> <p>Dispositivo móvil</p> <p>Tablet</p>


	<p>-Identifique cual es el valor de diferencia entre usted y la competencia.</p> <p>-Establezca que aspecto innovador ¿Qué ofrece de más?</p>	
SESIÓN 3: SEGMENTO DE CLIENTES		
DEFINICIÓN	METODOLOGÍA DE APLICACIÓN	RECURSOS
<p>Para cada producto o servicio es necesario establecer la forma en que se distribuye de forma adecuada</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>CANALES </p> <p>¿A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?</p> <p>¿Cómo los estamos alcanzando ahora?</p> <p>¿Cómo están integrados nuestros canales?</p> <p>¿Cuáles funcionan Mejor?</p> <p>¿Cuáles son los más rentables?</p> <p>¿Cómo podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?</p> </div> <p>-Defina la forma de distribución de producto o servicio.</p> <p>-Identifique la factibilidad de la inversión.</p> <p>-Defina las estrategias de comunicación.</p> <p>-Caracterice la estrategia publicitaria.</p> <p>-Genere un mapeo para definir el uso, la audiencia, y la mejor estrategia digital para su ejecución.</p>	<p>Humano:</p> <p>-Estudiantes</p> <p>-Facilitador</p> <p>Materiales:</p> <p>Computador</p> <p>Hoja</p> <p>Esfero</p> <p>Marcador</p> <p>Dispositivo móvil</p> <p>Tablet</p>
SESIÓN 4: RELACIONES CON CLIENTES		
DEFINICIÓN	METODOLOGÍA DE APLICACIÓN	RECURSOS


<p>Se identifican qué recursos de tiempo y financieros se utilizan para mantener un contacto directo con los clientes.</p>	<div data-bbox="560 264 1032 745" style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; background-color: #fff; margin-bottom: 20px;"> <p>RELACIONES CON CLIENTES </p> <p>¿Qué tipo de relación espera que establezcamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?</p> <p>¿Qué relaciones hemos establecido?</p> <p>¿Cuán costosas son?</p> <p>¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> -Establecer una relación cercana con los clientes. -Definir los recursos de tiempo y financieros que son necesarios para mantener una relación cercana con los clientes. -Define de qué forma va a tratarle hasta lograr saber lo que esperan de ti. -Haz que tus clientes se sientan protagonistas e intégralos a tu modelo. 	<p>Humano:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estudiantes -Facilitador <p>Materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> Computador Hoja Esfero Marcador Dispositivo móvil Tablet
SESIÓN 5: FUENTES O FLUJOS DE INGRESOS		
DEFINICIÓN	METODOLOGÍA DE APLICACIÓN	RECURSOS
<p>Este paso tiene como objetivo identificar que aportación monetaria hace cada grupo, y además de</p>	<div data-bbox="485 1615 1182 1816" style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; background-color: #fff; margin-bottom: 20px;"> <p>FUENTE DE INGRESOS </p> <p>¿Por cuál valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?</p> <p>¿Actualmente por qué se paga?</p> <p>¿Cómo están pagando?</p> <p>¿Cómo prefieren pagar?</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> -Identificar las estrategias de ventas y licencias. 	<p>Humano:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estudiantes -Facilitador <p>Materiales:</p>

<p>donde provienen los ingresos.</p>	<p>-Tener una visión global de la rentabilidad de los grupos.</p> <p>-Caracterizar los beneficios económicos, sociales y medioambientales.</p> <p>-Mencionar en este apartado la disposición de pago de los clientes.</p> <p>-Establecer formas de pago, planes, promociones y todo lo concerniente a la parte económica del modelo.</p>	<p>Computador</p> <p>Hoja</p> <p>Esfero</p> <p>Marcador</p> <p>Dispositivo móvil</p> <p>Tablet</p>
--------------------------------------	--	--

SESIÓN 6: RECURSOS CLAVE

DEFINICIÓN	METODOLOGÍA DE APLICACIÓN	RECURSOS
<p>Seleccionar la propuesta de valor más importante y relacionarla con el segmento de clientes, los canales de distribución, las relaciones con los clientes, y los flujos de ingreso para saber cuáles son los recursos clave que intervienen para que la empresa tenga la capacidad de entregar su oferta o propuesta de valor.</p>	<div data-bbox="644 927 1058 1456" data-label="Image"> </div> <p>-Definir la infraestructura del emprendimiento.</p> <p>-Identificar los recursos para operar el modelo, entre ellos, los activos indispensables.</p> <p>-Relacionar los canales, fuentes de ingreso, insumos y activos.</p>	<p>Humano:</p> <p>-Estudiantes</p> <p>-Facilitador</p> <p>Materiales:</p> <p>Computador</p> <p>Hoja</p> <p>Esfero</p> <p>Marcador</p> <p>Dispositivo móvil</p> <p>Tablet</p>

SESIÓN 7: ACTIVIDADES CLAVE		
DEFINICIÓN	METODOLOGÍA DE APLICACIÓN	RECURSOS
<p>Hace uso de la propuesta de valor que considere más importante, los canales para la distribución se definen las actividades clave para la oferta y se repite el proceso para cada propuesta de valor.</p>	<div data-bbox="628 669 1043 1059" style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p>ACTIVIDADES CLAVE </p> <p>¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Nuestros canales? ¿Nuestras relaciones con los clientes? ¿Nuestras fuentes de ingreso?</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> -Definir las actividades que realizan para tener un desempeño óptimo en cada uno de los procesos del modelo. -Fundamentar las decisiones que se van a tomar para generar la adquisición del servicio o producto. -Establecer los canales en función de la mejor utilidad. -Dinamizar las relaciones de los clientes. 	<p>Humano:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estudiantes -Facilitador <p>Materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> Computador Hoja Esfero Marcador Dispositivo móvil Tablet
SESIÓN 8: SOCIEDADES CLAVE		
DEFINICIÓN	METODOLOGÍA DE APLICACIÓN	RECURSOS

<p>Se seleccionan a los proveedores, socios, y asociados con quienes se trabajará para que la empresa funcione.</p>	<div data-bbox="655 226 991 595" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center;">SOCIOS CLAVE </p> <p>¿Quiénes son nuestros socios clave?</p> <p>¿Quiénes son nuestros proveedores clave?</p> <p>¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?</p> <p>¿Qué actividades realizan nuestros socios clave?</p> </div> <p>-Crear alianzas estratégicas con proveedores, socios o asociados.</p> <p>-Identificar los recursos claves para el modelo.</p> <p>Generar las siguientes interrogantes: ¿Hasta qué punto son importantes los inversionistas? ¿son reemplazables?</p>	<p>Humano:</p> <p>-Estudiantes</p> <p>-Facilitador</p> <p>Materiales:</p> <p>Computador</p> <p>Hoja</p> <p>Esfero</p> <p>Marcador</p> <p>Dispositivo móvil</p> <p>Tablet</p>
---	--	--

SESIÓN 9: COSTES ECONÓMICOS

DEFINICIÓN	METODOLOGÍA DE APLICACIÓN	RECURSOS
<p>Aquí se especifican los costos de la empresa.</p>	<div data-bbox="528 1391 1145 1585" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center;">ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>¿Cuáles son los costos más importantes en nuestro modelo de negocio?</p> <p>¿Cuáles recursos clave son los más costosos?</p> <p>¿Cuáles actividades clave son las más costosas?</p> </div> <p>-Definir los costos de la empresa: Marketing, Gestión de relaciones con el cliente, producción, salios y demás egresos.</p>	<p>Humano:</p> <p>-Estudiantes</p> <p>-Facilitador</p> <p>Materiales:</p> <p>Computador</p> <p>Hoja</p> <p>Esfero</p>

	-Relacionar los costos con los bloques definidos anteriormente para disminuir la complejidad de los procesos. -Añadir los costos de orden social y ambiental. -Agregar todos los costos concernientes al modelo.	Marcador Dispositivo móvil Tablet
--	--	---

Elaborado por: Gabriela Acosta.

Guía para implementar el modelo.

El modelo de emprendimiento en el campo formativo tecnológico Benjamín Araujo, requiere de fases para su implementación las mismas detallada en:

Investigación. - Se inicia al recolectar información mediante una encuesta que valora el conocimiento sobre los principios para emprender, permite observar la influencia de los conocimientos impartidos por los docentes.

Diagnostico. - En esta fase se parte de las necesidades para aplicar este modelo de emprendimiento, que identifica los recursos y el conocimiento transmitido de profesores hacia estudiantes durante la hora clase, de manera que se verifique el problema al momento de la gestión académica.

Planificación. - En esta fase se determina la mejora de calidad académica para aplicar con los profesores hacia los estudiantes, de modo que se fortalezca los conocimientos básicos de un emprendimiento y los métodos de aplicación plasmados en proyectos institucionales.

Organización. - En esta fase se cumple con la finalidad de cumplir las metas planteadas en el semestre escolar, establece un cronograma con fechas para cumplir los proyectos institucionales, los mismos que sirven como apoyo académico estudiantil.

Ejecución. - En esta etapa se plasma las metas a cumplir desde su organización mediante estrategias de cada uno de los profesores tenga en su planificación cumple con los contenidos de forma práctica y teórica, los mismos que se someten a un seguimiento por parte de coordinación académica.

Comprobación. – En esta etapa se verifica si se cumplió las metas trazadas, para lo cual se aplica una heteroevaluación de contenidos aplicados al emprendimiento de modo que permite observar el nivel de conocimiento en temas específicos acorde al plan.

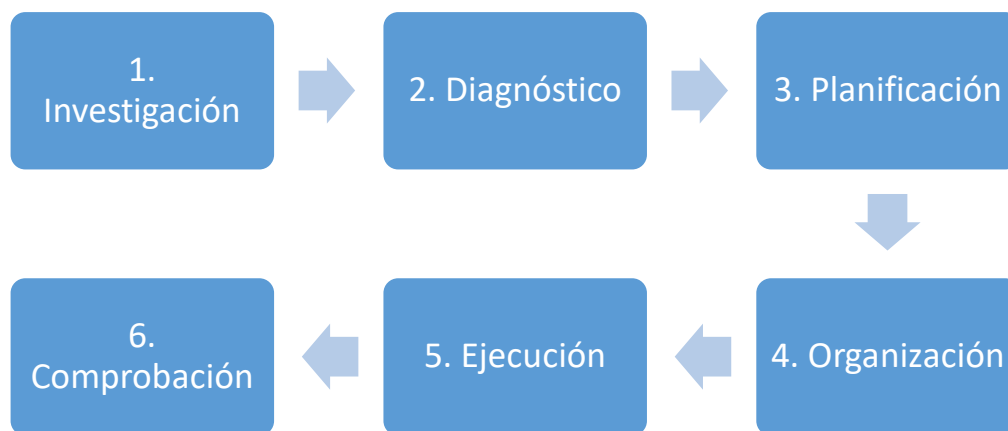


Gráfico 4. Fases de implementación del Plan

Elaborado por: (Acosta G. , Gráfico, 2021)

Manejo de la tecnología: se tendrá en cuenta la implementación de herramientas tecnológicas durante el desarrollo del proyecto, siempre está a la vanguardia en estos temas.

Experimentación: a través de charlas o conferencias, que permitan al estudiante sentirse identificado y con más disposición al logro. En estas charlas se busca identificar las fortalezas y debilidades del estudiante con respecto a los temas desarrollados.

Participación: creada a través de la autonomía de cada estudiante, permite un espacio de exploración, que cultiva un aprendizaje propio para elaborar ideas de negocio.

Adaptabilidad: en cuanto a situaciones o actividades de destreza y participación. Las medidas de valoración en cuanto al modelo se dividen de dos formas una por parte de los estudiantes en donde recibiremos la retroalimentación por parte de los mismos respecto a los puntos que se mejoran o cambiar en pro de una enseñanza más adecuada para ellos y otra medida de valoración que presentan los formadores

en cuanto a controles y estándares que aplican a nuestro modelo que nos permita controlarlo y mejorarlo en la medida de lo posible.

Lo anterior se establece con el fin de emplear una metodología para crear espacios donde los estudiantes expresan con libertad sus inquietudes, ideas y consideraciones personales para que el estudiante sienta que es parte del proceso. Adicionalmente, se establecen puntos de control de los procesos que se desarrollan para así identificar las falencias que surjan mediante el desarrollo del modelo, para ello es necesario, promover la asistencia de los estudiantes a los talleres formativos. También es necesario, monitorear el avance de los estudiantes en cuanto a la consolidación del aprendizaje y los temas que se han desarrollado en los talleres de formación para así desarrollar una mejor planificación frente a la factibilidad del proceso.

Recursos e infraestructura

La investigación a desarrollar es factible, se cuenta con los recursos necesarios, con las herramientas y vías disponibles:

Material: Investigaciones que sustentan la postura investigativa del autor, antecedentes que sustentan la fundamentación teórica del estudio mediante sus resultados y diverso material bibliográfico que sirve como fundamento teórico.

Tecnológico. Dentro de este aspecto, se cuenta con dispositivos móviles, tabletas, computadores y conexión a internet que permiten el acceso a los datos necesarios para dar respuesta a los objetivos de estudio.

Humanos: En este apartado, se cuenta con la autorización de las autoridades, sus docentes, estudiantes, el apoyo del asesor y la guía y dirección del docente de investigación.

Económicos: Los insumos económicos se reducen debido a la modalidad online que se estableció para la recolección de los datos, considera que, debido a la modalidad a distancia, solo se hace uso de medios tecnológicos y no se invierte en recursos económicos.

Técnicos: Uso de cuestionarios para la recolección de los datos que posteriormente, se tabularon para así darle respuesta a la investigación

Conclusiones

- La fundamentación teórica en la educación superior tecnológica describe la importancia que representa en el ámbito formativo de los estudiantes al contar con un modelo de emprendimiento que permite tener un control más sistematizado, organizado en torno a las actividades de comprensión y aplicación, lo que permite generar información efectiva y oportuna para la toma de decisiones encaminadas a la mejora académica y empresarial de los futuros profesionales.
- La determinación de las características educativas mediante el aprendizaje de emprendimiento, permite generar una formación integral de los estudiantes, y dentro de este estudio se verifica que en un 66,7% del grupo de egresados consideran el emprendimiento es una cátedra que se imparte dentro de su formación, misma que, se considera como un factor determinante en la calidad de vida de las personas.
- La identificación de los elementos del modelo de emprendimiento, se convierte en la metodología sobre la cual el estudiante del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo, identifica el ¿por qué?, ¿para qué? y ¿Cómo?, del emprendimiento sobre una base de innovación y la ética de soluciones a situaciones y problemas que se presentan en su entorno cotidiano.
- El diseño de un modelo formativo de emprendimiento para los estudiantes del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo del cantón Patate, se basa en el modelo Canvas considerado como uno de los mejores sistemas para comunicar de forma atractiva y visual todos los objetivos que se intenta plasmar en un negocio, de tal forma que los estudiantes tengan la visión clara de entrar al mercado con su propio emprendimiento de acuerdo a cada

una de las áreas de especialización que han elegido para su formación de tecnólogos.

Recomendaciones

- Trabajar con los compañeros docentes para transmitir a los estudiantes los conocimientos de emprendimiento dentro del aula en forma práctica, para desarrollar proyectos con alcance económico.
- Plantear metas con los estudiantes al finalizar cada semestre con el propósito de impulsar el espíritu de emprendedor
- Evaluar la propuesta de una forma proactiva de manera, que se reflejan datos reales al aplicarla. Verifica en modo de entrevistas personales y autoevaluación.

Bibliografía

Acosta, G. (2021). Gráfico.

Acosta, G. (2021). Tabla.

Acosta, M., & Cruz, K. (2017). *Factores de éxito para emprendimientos de ingeniería comercial de la Universidad de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20713/1/trabajo%20de%20titulaci%C3%B3n%20%28tesis%29.pdf>

Acs, Z. (2006). ¿Cómo es bueno el espíritu empresarial para el crecimiento económico? *Innovaciones*, 97-107.

Aguirre, J. (2018). Emprendimiento en América Latina. Espejismo o realidad . *NNOVA Research Journal*, 94-109.

Aldana, E., Ibarra, M., & Loewenstein, I. (2011). El modelo de negocios como reforzador del emprendimiento en las universidades, caso del tecnológico de Monterrey campus Ciudad de México. *Revista Ciencias Estratégicas*, 19(26), 185-201. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151322415004>

Aldana-Rivera, E., Tafur-Castillo, J., & Ivon, C. (2019). Práctica pedagógica de emprendimiento en docentes de educación superior en Institución Educativa Universitaria de Barranquilla. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 38(2), 9-18. Obtenido de https://www.revistaavft.com/images/revistas/2019/avft_2_2019/2practica_pedagogica_emprendimiento.pdf

Alfaro, C., Cruzante, M., Santana, F., & Peña, D. (2016). Caracterización de la Formación en Emprendimiento, una Alternativa para el Crecimiento Económico del Municipio de Plato, Magdalena. Escenarios. *Escenarios*, Vol. 14, No. 2, J, 86 - 102 .

- Amorós, J. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*(46), 1-15. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71617238002>
- Arias. (2006). *Proyecto de investigación: introducción a la metodología*. Caracas: Epistema.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la investigación científica* (6 ed.). Caracas: Episteme.
- Blank, S. (2013). *“Por qué el Lean Start-Up lo cambia todo”*. Boston: Revisión de negocios: Harvard.
- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24), 183-196. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n24/20412415.html>
- Burneo, K., & Larios, F. (2015). *Principios de economía: versión latinoamericana* (2a. ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe.
- Carmen, C., & Viveros, H. (1996). Los emprendedores evolucionan el concepto. *Grupo de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales. UNICATOLICA*, 1-22.
- Carrasco, I., & Castaño, S. (2008). El emprendedor Schumpeteriano y el contexto social. . *Información Comercial Española ICE Revista de Economía*, 121-134.
- Carrasco, R., & Vallejo-Fiallos, M. (2017). Hacia una pedagogía del emprendimiento y de la innovación:. *Asamblea CLADEA 2017*, 1-13. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/328092199>

- Carvajal, C. (2018). *Implementación de la metodología CANVAS en el desarrollo de la pequeña industria de la ciudad de Quito – Provincia de Pichincha*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del Emprendimiento. *INTEC*, 6-21.
- Castro, M. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas: Uyapal.
- Castro, P. (2017). Educación emprendedora y metodologías activas para su fomento. *Revista electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 20(3), 33-48. doi:<http://dx.doi.org/10.6018/reifop.20.3.27221>
- Cevilla, M., & Puente, R. (2010). Em-prendedores de las mayorías que atien-den a las mayorías. *Debates IESA*,, 60-64.
- Corredor, D. (2017). Hacia un modelo de emprendimiento universitario. *Apuntes del CENES*, 275-292.
- Cuervo, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (2007). *Emprendimiento*. Heidelberg: Springer-Verlag., 348.
- Delgado, K. (2016). *Diseño de un manual de capacitación de emprendimiento para estudiantes de colegios secundarios de la ciudad de Esmeralda*. Esmeraldas, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/764/1/DELGADO%20ORTIZ%20KARLA%20GABRIELA%20.pdf>
- Díaz de Rada, V. (2015). *Manual de trabajo de campo de la encuesta (presencial y telefónica)*. Madrid: Centro de investigaciones Sociológicas.
- Díaz, M. (2014). *La importancia de la capacitación de los docentes de Educación Básica para alcanzar la calidad Educativa: El caso de México*. México, D.F: Universidad Pedagógica Nacional .

- Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica vol. XV, núm. 43*, 326-331.
- Elliot, E. (2017). Teoría del desarrollo económico. *Abingdon*.
- Fayolle, Gailly, & Lassas-Clerc. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training, 30(9)*, 9, 701-720.
- Fernandez, J. (2018). Escuela de Experiencias. Obtenido de La importancia del emprendimiento en la educación: <https://escueladeexperiencias.com/la-importancia-del-emprendimiento-en-la-educacion/>
- Fisher, G., Kuratko, J., & Hornsby, J. (2017). Emprendimiento: ¿Legítimo para quién? El desafío de la diversidad de la audiencia y legitimidad de las nuevas empresas. *Journal of Business Venturing, 128-129*.
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. *Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria*, 1-42. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/281465619_El_concepto_de_emprendimiento_y_su_relacion_con_el_empleo_la_educacion_y_el_desarrollo_local
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires, Argentina: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Gavilanes, J., & Fernández, A. (2015). La empleabilidad de graduados universitarios en el contexto latinoamericano. Realidades de UNIANDES. *Atenas, 4(32)*, 1-15.
- Hernández, E., & Rodríguez, S. (2002). *Administración: pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia*. . México: McGraw-Hill.

- Hernández, R, Fernández, C, & Batipsta, P. (2010). *Metodología de la investigación. Quinta Edición*. México: McGRAW-HILL.
- Hernández, R, Fernández, C, & Batipsta, P. (2016). *Metodología de la investigación. Quinta Edición*. México: McGRAW-HILL.
- Herrera, C. (2012). Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor. *Económicas*, 191-204.
- Hurtado, J. (2015). *El proyecto de la investigación: Una comprensión holística*. Bogotá: Magisterio.
- Ibáñez, M. (2002). *Administración de COSTOS. 1 era*. Lima, Peru: Universidad Ricardo Palma.
- Innerarity, D. (2011). *La democracia del conocimiento*. Madrid: Paidós Ibérica.
doi:<http://dx.doi.org/10.5209/CGAP.52997>
- Jiménez, M. (14 de 03 de 2011). *Independencia Económica*. Obtenido de Independencia Económica:
<https://independenciaeconomica1.wordpress.com/2011/03/14/%C2%BFque-es-la-independencia-economica/>
- Joyce, A., & Paquin, R. (2016). El lienzo del modelo de negocio de tres capas: una herramienta para diseñar modelos de negocio más sostenibles. *Journal of Cleaner Production*, vol 135, 1474-1486.
- Jurado, I., Caicedo, E., Arteaga, G., Loja, J., & Urresta, R. (2019). Análisis del perfil del emprendedor de los estudiantes que inician su formación universitaria en tres instituciones de educación superior en Pasto (Colombia), Tulcan y Quito (Ecuador). En E. Herruzo-Gómez, B. Hernández- Sánchez, G. Cardella, & J. Sánchez-García, *Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos* (págs. 247-252). Madrid: Editorial DYKINSON, S.L.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Principios de marketing. 11ª ed. Superior*. Saddle River, Nueva Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Lasio, V., Ordeñana, X., Caicedo, G., & Izquierdo, E. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2015*. Ecuador: ESPAE - ESPOL.
- López, R. y. (2015). *Metodología de la Investigación social Cuantitativa*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Majurin, E. (2014). *Inicie y Mejore su Negocio- IMESUN*. Ginebra: Organización Mundial de Trabajo.
- Majurin, E. (2015). *Inicie y Mejore y Su Negocio*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Majurin, E. (2015). *Inicie y Mejore y Su Negocio*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento . *Pensamiento y Gestión*, 204-236.
- Marulanda, J., Correa, G., & Mejía, L. (2009). Emprendimiento: visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(66), 153-168. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20620269008>
- Medina, Moncayo, Jácome, & Albarrasin. (2017). El emprendimiento en el sistema univertario. *Didáctica y Educación*, 8(1), 163-178. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/282021103_El_emprendimiento_en_el_sistema_universitario_El_caso_de_las_universidades_de_la_ciudad_de_Valencia
- Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación. (2012). *Modelo de Emprendimiento TI Colombia*. Colombia: MinTIC.
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las Naciones. *Economía Industrial*, 383.

- Mujica, N., & Rincón, S. (2011). Consideraciones teórico-epistémicas acerca del concepto de modelo. *Telos*, 13(1), 51-64. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99318408004.pdf>
- Naranjo, M. (2007). Autoestima: un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo. *Revista Electrónica Actualidades Investigativas en Educación*, 7(3), 1-27. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44770311>
- Núñez, L., & Núñez, M. (2016). Noción de emprendimiento para una formación escolar en competencia emprendedora. *Revista Latina de Comunicación Socia*(71), 1069-1089. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81943468055.pdf>
- Olmedo, P. (2018). Olmedo. *El empleo en el Ecuador- una mirada a la situación y perspectivas para el mercado laboral actual*, 1-20. Obtenido de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/14525.pdf>.
- Osorio, F., & Pereira, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuad. admon.ser.organ.*, 24(43), 13-33. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v24n43/v24n43a02.pdf>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Vázquez, L. (2012). *Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Barcelona: Deusto.
- Palella, S., & Martins, F. (2016). *Metodología de la investigación Cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL.
- Paños, J. (2017). Educación emprendedora y metodologías activas para su fomento. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 20(3), 33-48. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2170/217052050003.pdf>

- Parra, J. (2003). La Educación en valores y su práctica en el aula. *Tendencias Pedagógicas*(8), 69-88. Obtenido de <https://revistas.uam.es/tendenciaspedagogicas/article/view/1830>
- Paz, H. (2008). *Canales de distribución: gestión comercial y logística*. 3a. ed. Buenos Aires: Ugerman.
- Paz, M., Grau, J., & Posso, F. (2014). La Formación de un Profesional Universitario Emprendedor. *FERMENTUM*, 24(71), 246-256. Obtenido de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/42844/articulo1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Programa Avanza. (2017). *Mi modelo de negocio*:. España: Fundación Nantik Lum,.
- Reynoso, J. (2007). Notas sobre la capacitación en México. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 166.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*.
- Rodríguez, A. (2010). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.
- Rodríguez, H. (2017). *Importancia de la formación de los docentes en las instituciones Educativas*. Pachuca de Soto, Hgo., México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Huejutla.
- Ruiz, & Duarte. (2009). Enprendedor, una opción al desarrollo. *Scientia et Technica*, 43-329.
- Ruiz, F. (2015). Competencia emprendedora. En Villardon-Gallego, *Competencias genéricas en educación supeior. Metodologías específicas para su desarrollo* (págs. 103-140). Madrid: Narcea Ediciones.

- Salazar, J., & Zamudio, M. (2018). Diagnóstico del sector agoralimentario de Ecuador: una aproximación al ecosistema agroempresario. *In Anales Científicos*, 79(2), 519-525.
- Salinas, S., Machado, O., & Aquino, I. (2012). Políticas del estado ecuatoriano y su relación con el desarrollo del emprendimiento. *Yachana Revista Científica*, 1(1).
- Santos, A., & Brugni, T. (2014). Emprendimiento desde la perspectiva de la pequeña empresa, entidades de apoyo. *Estudios de turismo y gestión*, 10, 19-25.
- Simón, J. (2013). Sistematizando experiencias sobre educación en emprendimiento en escuelas de nivel primaria. *Revista mexicana de investigación educativa*, 18(56), 159-190. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14025581008>
- Stevenson, H., & Jarillo, J. (2012). Un paradigma de emprendimiento: emprendedor. *Revista gestión & estrategia*, 17-27.
- Terán-Yépez, E., & Guerrero-Mora, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(7), 1-16. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Timmons, J. (2009). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. Boston: Irwin/ McGraw-Hill.
- Valencia, L. (2017). Emprendimiento en Ecuador. Estudio de Caso: Provincia de. *Revista Killkana Sociales*, 1(2), 27-32. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6297479>
- Vasquez, C. (2016). Educación para el emprendimiento en la universidad. *Estudios de la Gestión, Revista Internacional de Administración*(2), 121-147. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5957/1/07-ES-Vasquez.pdf>

- Velandia, F. (2019). *Modelo teórico para promover el desarrollo de competencias en emprendimiento desde el sector universitario*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Obtenido de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAU0512.pdf>
- Venegas, F. (2014). *Enseñanza- Aprendizaje del emprendimiento en carrera de ingeniería comercial. Investigación diagnóstica y propuesta pedagógica para su optimización en programas de continuidad de estudios de una universidad tradicional*. Chillan, Chile: Universidad del Bio-Bio. Obtenido de http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/383/1/Venegas_Gonzalez_Fernando.pdf
- Villacres, R., Morales, A., Veloz, H., & Salazar, S. (2019). Identificación del perfil emprendedor de los estudiantes de la politécnica de Chimborazo para el diseño de políticas y proyectos institucionales enfocados en la innovación. En E. Herruzo-Gómez, B. Hernández-Sánchez, G. Cardella, & J. Sánchez-García, *Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos* (págs. 37-42). Madrid: Editorial Dykinson.
- Villaplana, Á. (2002). Teorías y Modelos: Formas de representación de la realidad. *Revista Comunicación*, 12(001), 1-14. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/166/16612103.pdf>
- Wennekers, A., & Roy, M. (2002). *Desarrollo económico y negocio propiedad: un análisis utilizando datos de 23 países de la OCDE en el periodo 1976-1996*. Bloomington, Indiana: Universidad Erasmus Rotterdam y maastricht universidad.
- Zamora, C. (2018). Importancia del emprendimiento para la economía: el caso de Ecuador . *Espacios*, 7- 39.

Anexos

**Tema: CUESTIONARIO DE DIAGNOSTICO DEL CAMPO FORMATIVO DE
EMPREDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO
BENJAMÍN ARAUJO**

Datos generales:

Carrera: _____ **Ciclo:**

Edad: _____ **Sexo:** F () M () **Fecha:** _____

Objetivo: Identificar el nivel de conocimiento formativo en emprendimiento que han adquirido los estudiantes del Instituto Tecnológico Benjamín Araujo

Instrucciones: Lea cuidadosamente las interrogantes que a continuación se plantean y marque con una (x) la opción que considere en función de las alternativas: Siempre (S), Casi siempre (CS), Nunca (N).

Nro.	Preguntas	Alternativa		
		S	C S	N
1	¿Considera que existen semejanzas en los conceptos emprendimiento y espíritu emprendedor?			
2	¿Considera Ud., que las estructuras internas de su institución, están cimentadas sobre principios innovadores, transformadores y emprendedores?			
3	¿En el proceso de su formación, piensa que ha adquirido herramientas para impulsar y desarrollar emprendimientos innovadores?			

4	¿Considera que las políticas públicas en el ámbito docente y educativo motivan el establecimiento de emprendimientos innovadores?			
5	¿Comprende Ud., los mecanismos para crear un emprendimiento?			
6	¿Considera que ha recibido la orientación pedagógica necesaria para establecer un emprendimiento innovador?			
7	¿Considera que existe alguna relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico?			
8	¿Es el emprendimiento un factor orientado a mejorar el nivel de calidad de vida de las personas?			
9	¿En el instituto, se promueven estrategias de capacitación asociadas al emprendimiento?			
10	¿Los profesores establecen procesos de enseñanza de forma organizada y coherente en función de la constitución de un emprendimiento?			
11	¿Conoce distintos modelos de emprendimientos que le permitan vincularlo con las características individuales de una empresa?			

Muchas gracias.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

OBJETIVO	Proponer un modelo de emprendimiento formativo para tecnólogos del Instituto Tecnológico Superior Benjamín Araujo			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM S	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Variable independiente: Empr endimiento Formativo	<i>Espíritu emprendedor</i>	-Semejanzas de terminología -Formación académica	1,2	Técnica: Encuesta a estudiantes Instrumento: Cuestionario.
	<i>Proyecto emprendedor</i>	-Herramientas -Políticas públicas	3,4	
	<i>Innovación</i>	-Mecanismos y fundamentos -Orientación pedagógica	5,6	

Variable dependiente :	<i>Crecimiento económico</i>	-Economía -Calidad de vida	7,8	Técnica: Encuesta a estudiantes Instrumento: Cuestionario.
	<i>Desarrollo social</i>	-Capacitación -Procesos de enseñanza	9, 10	
	<i>Formación de cultura empresarial.</i>	-Valores, creencias y normas. -Modelos	11.	

Tabla 27. Operacionalización de las variables

Tabla 28. Modelo Canvas

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
	Recursos Clave		Canales	
Estructura de Costes			Estructura de Ingresos	

Fuente: Marco Teórico