



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



## **PROYECTO FINAL DE CARRERA**

Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas

# **FOMENTO A LA CULTURA EMPRENDEDORA EN NIÑOS, NIÑAS Y JÓVENES DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS (ECUADOR)**

---

Autor: Manuel Nieto Arias

Directora: Virginia Vega Carrero

Julio 2017

## Índice

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Capítulo 1: Introducción</b> .....   | <b>5</b>  |
| 1.1 Resumen .....   | 5         |
| 1.2 Emprendimiento en Esmeraldas .....  | 8         |
| 1.3 Objetivo del TFC y justificación de asignaturas .....                         | 10        |
| 1.4 Objetivo .....  | 12        |
| <b>Capítulo 2: Antecedentes del proyecto</b> .....                                | <b>17</b> |
| 2.1 Inicios de la feria hace dos años .....                                       | 17        |
| 2.2 Explicación de los tres actores .....   | 20        |
| 2.3 Diferencias con respecto al año 2015 .....                                    | 21        |
| <b>Capítulo 3: Desarrollo del proyecto en Esmeraldas: Meta y resultados</b> ..... | <b>23</b> |
| 3.1 Difusión .....  | 23        |
| 3.2 Formación .....   | 27        |
| 3.2.1 Escuelas .....  | 27        |
| 3.2.2 Colegios .....  | 30        |
| 3.3 Supervisión .....   | 47        |
| 3.4 La feria .....  | 48        |
| 3.5 Proyectos ganadores .....   | 50        |
| <b>Capítulo 4: Conclusiones y propuesta de actuación</b> .....                    | <b>54</b> |
| <b>Bibliografía</b> .....   | <b>59</b> |

## **Índice de Tablas.**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabla 1. Asignaturas Relacionadas 1</b> .....       | <b>11</b> |
| <b>Tabla 2. Asignaturas Relacionadas 2</b> .....       | <b>11</b> |
| <b>Tabla 3. Asignaturas Relacionadas 3</b> .....       | <b>12</b> |
| <b>Tabla 4. Matriz Marco-lógico</b> .....              | <b>13</b> |
| <b>Tabla 5. Docentes</b> .....                         | <b>24</b> |
| <b>Tabla 6. Alumnos</b> .....                          | <b>25</b> |
| <b>Tabla 7. Cantones</b> .....                         | <b>26</b> |
| <b>Tabla 8. Escuelas</b> .....                         | <b>27</b> |
| <b>Tabla 9. Áreas de interés</b> .....                 | <b>34</b> |
| <b>Tabla 10. Distribución de stands colegios</b> ..... | <b>49</b> |
| <b>Tabla 11. Distribución de stands escuelas</b> ..... | <b>50</b> |

## **Índice de figuras.**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Figura 1. CANVAS</b> .....                          | <b>15</b> |
| <b>Figura 2. Esquema del proyecto</b> .....            | <b>36</b> |
| <b>Figura 3. Diagnóstico de situación actual</b> ..... | <b>39</b> |

## **Índice de fotos.**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Foto 1. Alumnos y alumnas del colegio la Inmaculada de 3 de Bachillerato.</b> ..... | <b>17</b> |
| <b>Foto 2. Ganadoras del año 2015.</b> .....   | <b>18</b> |
| <b>Foto 3. Exponiendo diademas artesanales con diseños personalizados.</b> .....       | <b>19</b> |
| <b>Foto 4. Alumnas del colegio Estrella del mar.</b> .....                             | <b>48</b> |
| <b>Foto 5. Primer lugar al emprendimiento “Proalqui”</b> .....                         | <b>50</b> |
| <b>Foto 6. Segundo lugar al emprendimiento “Cargador solar”</b> .....                  | <b>51</b> |
| <b>Foto 7. Segundo lugar al emprendimiento “Cargador solar”</b> .....                  | <b>51</b> |
| <b>Foto 8. Tercer lugar al emprendimiento “Bambu”</b> .....                            | <b>52</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Foto 9.</b> <i>Primer lugar al emprendimiento “Natural Scent”</i> .....         | <b>52</b> |
| <b>Foto 10.</b> <i>Segundo lugar al emprendimiento “Energía alternativa”</i> ..... | <b>53</b> |
| <b>Foto 11.</b> <i>Tercer lugar al emprendimiento “Las delicias”</i> .....         | <b>53</b> |
| <b>Foto 12.</b> <i>Tercer lugar al emprendimiento “Las delicias”</i> .....         | <b>54</b> |
| <b>Foto 13.</b> <i>Equipo del proyecto.</i> .....                                  | <b>55</b> |

# Capítulo 1: Introducción

## 1.1 Resumen

Se denomina emprendimiento al acto de emprender o al conjunto de acciones y operaciones que forman parte de un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y que encierra innovación, dificultad o peligro.

El uso más habitual del concepto aparece en el ámbito de la economía y de los negocios. En este caso, un emprendimiento es la iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado.

El emprendimiento es algo innato al ser humano; y, desde sus orígenes ha estado presente en la humanidad. Es la base del desarrollo y del progreso ya que las personas han luchado permanentemente por superarse y por el encontrar las mejores formas de hacer las cosas y de mejorar su calidad de vida. Como indica T. Martin (2013) “El emprendimiento nace en la prehistoria, en pleno albor del periodo cuaternario, cuando el Homo Sapiens buscaba protección de la hostil naturaleza que lo rodeaba, llena de depredadores y otras amenazas que hacían a los humanos refugiarse en cavernas”. Desde la salida de África de nuestros ancestros hasta llegar a habitar toda la tierra firme, los grandes descubrimientos, desde Alejandro Magno a Marco Polo, Cristóbal Colon y Magallanes- todos los descubrimientos científicos y técnicos, siempre han sido acompañados por una iniciativa humana que podemos determinar emprendimiento.

A pesar de lo indicado, el término emprendimiento es de reciente creación; de hecho, no aparece como tal en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, ni en el Diccionario Etimológico de la lengua Castellana de Joan Corominas. Ambos se refieren al adjetivo: emprendedor- que emprende acciones dificultosas o cualquier clase de negocio con atrevimiento y resolución- o el verbo emprender- acometer y empezar una obra un negocio o un empeño que encierran dificultad o peligro; o, al resultado, empresa- acción ardua y difícil que valerosamente se comienza. Si aparece, por el contrario en la Enciclopedia Universal Ilustrada de Espasa-Calpe en el que se define el emprendimiento como: “acto de emprender”

Etimológicamente proceden del latín las palabras del castellano de las que deriva el termino emprendimiento; de este modo, emprende viene de in-praehendere, y empresa lo hace de in-prehensa. También deriva del latín el vocablo francés interpreneur, el cual puede traducirse por pionero o emprendedor. Es precisamente a este término francés al que en la casi totalidad de los textos consultados se le asigna el origen de la palabra emprendimiento. Creo que esta apreciación es errónea-, ya que la palabra francesa interpreneur esta tan cerca, o tan lejos de emprendimiento, como las castellanas emprendedor, emprender o empresa. Obviamente todas ellas proceden del mismo idioma original: el latín.

Pues bien, a pesar de tener el emprendimiento un origen tan antiguo como el propio ser humano y una denominación que hunde sus raíces en el latín, su expansión como concepto económico y social es, como se ha indicado anteriormente, muy reciente.

Concretamente, es desde comienzo de este siglo cuando el concepto de emprendimiento ha tomado cuerpo y su uso se ha generalizado en los ámbitos productivos, educativos y sociales. Según Wilson Araque (2015), “el emprendimiento es una de las aplicaciones sobre la cual más se ha escrito y actuado a través de programas y proyectos dirigidos a mejorar la capacidad emprendedora orientada a la producción de nuevas actividades productivas con fines de lucro”.

Fue en el siglo XVIII cuando el autor francés Richard Cantillon implementó el término emprendimiento en la literatura económica, facilitando de esta manera que se empezara a dar una mayor comprensión y conocimiento de los roles o funciones del emprendedor. En el siglo siguiente, alrededor del año 1880 Alfred Marshall postula que no son tres sino cuatro los factores de producción económicos agregando la organización como ese elemento que facilita la coordinación de los factores ya existentes (Tierra, trabajo y capital), pero detrás de este agregado se reconoce al emprendedor como aquella persona que optimizara los recursos y se encargara de su dirección, implementando un liderazgo oportuno.

Una vez comentada la historia del emprendimiento el siguiente paso es centrarnos en el emprendimiento hoy en día y especialmente el emprendimiento en El Ecuador.

Para poder entender la cultura emprendedora en Ecuador y en el resto de Sudamérica, debemos analizar el más prestigioso y extenso estudio sobre el estado del emprendimiento a nivel mundial, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Esta investigación ha analizado a más de 100 países desde el año 1999 y tiene como objetivo principal medir los niveles de emprendimiento de los países y probar la relación de estos con el desarrollo económico local. Para poder interpretar el GEM lo primero que necesitamos entender es que es la Actividad Emprendedora Temprana (TEA). La TEA está compuesta por negocios nacientes (24,5%) y, por otro lado, por negocios nuevos (9.9%). La actividad emprendedora naciente corresponde a individuos iniciando una empresa con menos de tres meses de antigüedad mientras que los nuevos emprendedores se definen como aquellos antiguos emprendedores nacientes que han estado en el negocio durante más de tres meses, pero menos de tres años y medio (42 meses).

En el último GEM (2014) se observa una reducción de la actividad emprendedora temprana con respecto al 2013, pasando la TEA del 36% a 32.6%. En América Latina, Ecuador muestra nuevamente la TEA más alta, seguido por Perú (28.8%) y Chile (26.8%); También posee la TEA más alta entre las economías basadas en eficiencia

La Actividad Emprendedora Temprana TEA para Ecuador ha sido históricamente alta y para entender esto debemos analizar las características individuales que distinguen a los emprendedores en cuanto a sus percepciones de oportunidades, sus capacidades, su intención de emprender y temor al fracaso, así como información relativa a rangos de edad, nivel de educación, sexo, ocupación, entre otras.

Aunque en Ecuador el número de emprendimientos entre hombres y mujeres es comparable, Los emprendimiento de las mujeres son más por necesidad que el de los

hombres. La edad que más predomina entre la población emprendedora es entre los 24 y 35 años, ya que refleja un 29.7% del total, seguidos por las personas entre 35 y 44 años.

También se ha de analizar la correlación existente entre el nivel de estudios y el tipo de emprendimiento. Viendo los datos del GEM se observa que un 39.4% solo completó la primaria y un 25.2% termino sus estudios secundarios. El porcentaje de emprendedores que terminaron la educación terciaria se mantiene muy similar a años anteriores (13.9 %).

En el año 2014, un 67.5% de los emprendedores se localizaron en el área urbana, 3 puntos porcentuales por debajo de lo observado el año anterior. Esta reducción se atribuye principalmente a una disminución (del 7%) en la proporción de emprendedores con negocios nacientes localizados en el área urbana, que en este año alcanzó un 70%. No obstante, ésta supera a lo observado para emprendedores con negocios nuevos (61.9%). En el ámbito global un 24.5% corresponde a emprendedores nacientes, y un 9.9% corresponde a negocios nuevos. Para estos últimos se observa una reducción importante con respecto al 2013 cuando la proporción fue de 13.6%. La proporción de negocios establecidos fue de 18% manteniéndose relativamente estable desde 2012.

Del total de personas que emprendieron un negocio naciente o nuevo, un 54.5% se encontraba auto-empleada, mientras un 18.6% se encontraba también empleada por terceros ya sea a tiempo completo o parcial, y un 17.5% estaba dedicado al hogar. Esto contrasta con lo observado para los dueños de negocios establecidos donde un 92.9% se declaró como auto-empleado.

Los valores de la sociedad que definen una cultura pro emprendimiento se capturan a través de las percepciones de la población en relación a las siguientes dimensiones:

- Emprendimiento como una buena opción de carrera,
- Atribución de estatus a emprendedores que tienen éxito,
- Rol de los medios destacando emprendedores exitosos.

Para Ecuador un 66.4% de la población encuestada, considera al emprendimiento como una buena opción de carrera, un 67% afirma que el éxito en los negocios confiere estatus y respeto, y un 82.9% está de acuerdo en que el rol de los medios al destacar a los emprendedores contribuye con la cultura que favorece el emprendimiento en el país.

Por ello, podemos concluir que la cultura emprendedora en Ecuador es muy fuerte pero sus negocios no son estables y están faltos de tecnología. En el siguiente punto nos centraremos en el emprendimiento en la provincia de Esmeraldas, compararemos Esmeraldas con el resto de Ecuador y hablaremos de los actores que promueven el emprendimiento en la provincia.

## 1.2 Emprendimiento en Esmeraldas

La provincia de Esmeraldas se sitúa en la costa noroccidental del país y es conocida como la provincia verde, de ahí su nombre. Está formada por 7 cantones o provincias, siendo la ciudad de Esmeraldas la capital de la provincia. Un 44% de la población es de ascendencia africana, las primeras personas de raza negra que llegaron a Esmeraldas fueron náufragos que ganaron la tierra a nado desde un barco de esclavos que escolló, por ello es considerado como el territorio afro ecuatoriano por excelencia. Destaca como su principal atractivo sus costas, siendo uno de los sitios más visitados del Ecuador. Las actividades más importantes en la provincia son la pesca, la industria petroquímica y el turismo. Su economía se basa, principalmente, en la exportación de banano y camarones.

En cuanto a términos de emprendimiento, a fecha de hoy se carece de información sistematizada sobre los emprendimientos urbanos que operan en el territorio, únicamente se poseen percepciones de las características de los emprendimientos existentes y de los problemas que les afectan, pero desconocemos datos sobre los logros empresariales y sociales.

Para poder entender la cultura emprendedora en la provincia de Esmeraldas debemos saber cuáles son las características de los emprendedores, las dificultades a las que se enfrentan, su nivel de ingresos económicos y, por último, la inversión en el emprendimiento. Para ello, debemos conocer las 5 etapas del proceso emprendedor que son: La idea de negocio, la pre-incubación, el lanzamiento, el crecimiento y la consolidación. Todas en conjunto conforman una escalera en ascenso, donde el emprendimiento, en la mayoría de los casos, muere en etapas tempranas.

A pesar de que no disponemos de información sistematizada, sí que se hizo un estudio en el año 2014 a cargo de la directora de la Unidad de Emprendimiento de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Esmeraldas (PUCESE) de Esmeraldas, Roxana Benítez. De este estudio, donde se seleccionó una muestra de 300 emprendimientos pertenecientes a las 5 etapas del proceso emprendedor, se extrajeron una serie de resultados que sí que parecen representativos.

Con respecto a la proporción de hombres y mujeres se observa como el 64,85% de los emprendimientos son liderados por mujeres mientras que el 35,85% son liderados por hombres. A pesar de ser más emprendedoras, los negocios de las mujeres son más precarios. Son emprendimientos de subsistencia centrados principalmente en la venta de comidas típicas. Los emprendedores encuestados tienen muchas similitudes económicas y culturales. Un gran porcentaje es emprendedor de bajos ingresos, escasos recursos financieros y un nivel educativo medio-bajo. Si nos fijamos en el análisis sectorial observamos como las personas con un nivel educativo más alto se dedican a actividades de producción y servicios mientras que la gente que se dedica a la producción agrícola son los que cuentan con una menor formación académica.

Cuando se analizan las dificultades a las que se enfrentan los emprendedores se observa que los principales problemas son el acceso al crédito y a la tecnología seguido por la falta de formación para predecir el mercado y la planificación del negocio. El acceso al crédito es complicado ya que las entidades bancarias exigen al emprendedor un plan detallado de viabilidad y sostenibilidad financiera lo cual junto a una débil cultura financiera crea una fuerte barrera de entrada. La falta de tecnología o la obsolescencia de las tecnologías existentes es uno de los principales problemas, pero quien consigue superar esta carencia o quien sabe identificar en su momento oportunidades de negocio o nichos de mercado sin explotar, podrán disfrutar de emprendimientos con mayor esperanza de vida.

Existe una correlación entre la consolidación del emprendimiento y la inversión tanto inicial como la reinversión. El 53,85% de las personas encuestadas no recibieron ningún tipo de ayuda financiera o técnica a la hora de comenzar su negocio. Dentro del 46,15% que sí que recibieron ayuda, el 35,94% percibieron apoyo formativo a través de capacitaciones, asesoría o seguimientos mientras que el 64,06% el tipo de ayuda que recibió fue financiera.

En cuanto a las características, se observa la creación de emprendimientos con bajas barreras de entrada, sin estudios de mercado ni elaboración de un plan de negocios de viabilidad y sostenibilidad económico-financiera. Uno de los principales problemas en la provincia de Esmeraldas es que los emprendedores con negocios nacientes llevan una contabilidad básica mezclada con sus necesidades familiares con lo cual es difícil establecer que rentabilidad ofrece el negocio por sí mismo. Esta es una de las causas de la muerte prematura de los negocios. A pesar de esto, uno de los hallazgos es que un alto porcentaje de los emprendimientos consolidados surgieron de iniciativas familiares y en estos momentos cuentan con un problema, ya que están sufriendo el relevo generacional sea por que no están empoderados de la actividad o porque no poseen formación para llevarlo a cabo el paso de una generación a la siguiente hace que muchos negocios fracasen.

Tras la realización del estudio se descubrió que 3 de cada 4 emprendimientos de la zona estudiada, son emprendimientos por necesidad o subsistencia cuya principal motivación no es el deseo de independencia si no la falta de alternativas laborales y por ello recurren al autoempleo. El 80% de los emprendimientos fracasan en los 2 primeros años y su actividad radica principalmente en comidas populares, venta de ropa y artículos de belleza. Esto se debe a que una vez pre-incubado el negocio hay una falta de post-incubación o seguimiento y al encontrarse sin apoyo de las instituciones los negocios fracasan.

Con respecto a las competencias, se observa como la mayoría de los emprendedores desconocen la contabilidad básica y realizan una inversión inicial que oscila entre los 60 y 180 dólares. Los negocios se caracterizan por una inversión inicial baja, sin innovación, con escaso componente tecnológico y con bajo nivel de conocimientos de mercado, de la contabilidad y la gestión empresarial. A todos estos problemas hay que sumarle la escasa o nula articulación entras las propias organizaciones gubernamentales reguladoras a la hora de establecer objetivos comunes. Ante esta falta de coordinación

se creó en la PUCESE la Unidad de Emprendimiento que es la mayor promotora del emprendimiento en la provincia.

Por otro lado, el gobierno, a través del Ministerio de Educación, al ser consciente de este déficit de solidez en los emprendimientos creó la asignatura de Gestión y Emprendimiento que se imparte en todos los colegios en los 3 cursos de Bachillerato. Gracias a los profesores de esta asignatura y a la Unidad de Emprendimiento de la PUCESE ha sido factible la creación del programa: *Fomento a la cultura emprendedora en niños, niñas y jóvenes de la provincia de Esmeraldas*.

La meta de esta asignatura es que los estudiantes desarrollen capacidades y comportamientos emprendedores a partir del autoconocimiento, del fomento de su autoestima, confianza y gestión. Los objetivos son el fomento de la cultura emprendedora, desarrollar conocimientos y aptitudes necesarias para la gestión del emprendimiento y por último, consolidar los conocimientos y experiencias adquiridas generando espacios y oportunidades para la práctica real del emprendimiento.

Una vez finalizado el bachillerato, los alumnos deben ser capaces de razonar creativamente, comprender los acontecimientos de su entonces, coyuntura y problemática social y por último, saber gestionar las ideas por medio del trabajo en equipo.

Podemos concluir diciendo que los emprendimientos en Esmeraldas son de baja calidad, ya que los emprendedores no están formados en administración ni en estudios de mercados y por ello ante la adversidad acaba cerrando sus negocios. La parte positiva es que mediante la asignatura de Emprendimiento y Gestión se está consiguiendo fomentar la cultura emprendedora y se está formando en capacidades y aptitudes a los futuros emprendedores.

### **1.3 Objeto del TFC y justificación de asignaturas**

El objeto de este proyecto es desarrollar el espíritu emprendedor en los estudiantes de los colegios de la provincia de Esmeraldas. Con el fin de conseguir mayor efectividad, se ha desarrollado un modelo de enseñanza basado en la práctica, logrando que aprendan haciendo.

Las asignaturas relacionadas con la actividad realizada en el proyecto son las siguientes:

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Asignaturas relacionadas | Contabilidad analítica o de costes   |
| Breve justificación      | <p>En la parte de formación a docentes y a alumnos la asignatura de contabilidad de costes es fundamental ya que una vez está identificada la idea y la propuesta de valor nos ponemos a trabajar en los costes de los proyectos y para ello ha sido necesario trabajar con los conceptos aprendidos en contabilidad analítica.</p> <p>Costes fijos, costes variables, Coste unitario y coste marginal han sido los conceptos clave.</p> |

*Tabla 1. Asignaturas Relacionadas 1*

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Asignaturas relacionadas | Dirección Estratégica y Política de Empresa  |
| Breve justificación      | <p>Los conceptos que se han utilizado de Dirección Estratégica y Política de Empresas son muchos.</p> <p>Aspectos tan claves como la Misión, la visión las estrategias y los objetivos han sido fundamentales para la formación.</p> |

*Tabla 2. Asignaturas Relacionadas 2*

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Asignaturas relacionadas | Contabilidad general y analítica   |
| Breve justificación      | A partir de los conocimientos adquiridos en esta asignatura somos capaces de realizar un análisis de la empresa a partir de los principales ratios |

*Tabla 3. Asignaturas Relacionadas 3*

#### **1.4 Objetivo**

El proyecto “Fomento a la cultura emprendedora en niños, niñas y jóvenes de la provincia de Esmeraldas” se ejecuta a través de la Unidad de Emprendimiento de la PUCESE y da cobertura a los cantones de Esmeraldas, Quininde, Muisne, Eloy Alfaro, Atacames, Muisne, Rioverde y San Lorenzo.

El presupuesto para el proyecto es de 23.471,30 dólares y el plazo de ejecución es del 1 de junio al 4 de diciembre de 2015 con un total de 187 días de trabajo.

El objetivo general es fomentar la cultura emprendedora en niños, niñas y jóvenes a través de cursos de emprendimiento.

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Aplicar la metodología AFLATOUN para fomentar la cultura emprendedora en niños y niñas de 6 a 12 años en escuelas de educación general básica.
- Profundizar los conocimientos en temas de emprendimiento en segundo y tercero de bachillerato en los colegios de la provincia de Esmeraldas.

Previo al comienzo del proyecto se establecieron una serie de indicadores para poder medir los resultados. Los indicadores utilizados son:

- Número de propuestas con innovación, creatividad y factibilidad de acceso al mercado

- Número de escuelas y colegios donde se intervendrá.
- Número de oficios entregados a instituciones.
- Número de escuelas participantes en el proyecto.
- Número de colegios participantes.
- Número de escuelas y colegios que participan en la feria de emprendimiento.
- Número de niños/niñas y jóvenes ganadores.
- Número de emprendimientos apoyados por empresa.

Con toda esta información se creó una matriz marco-lógico:

| RESUMEN NARRATIVO DE ACTIVIDADES   | INDICADORES VERIFICABLES DE OBJETIVOS  | VERIFICACIÓN  | SUPUESTOS  |
|--|--|---|--|
| <b>Fin:</b><br>Formar niños, niñas y jóvenes con espíritu emprendedor, creativos e innovador que apliquen durante su vida adulta para la transformación. | Nº propuestas con innovación, creatividad y factibilidad de acceso al mercado  | Prototipos del bien o servicio propuesto.                       | Pocas iniciativas realmente creativas y que muestran innovación    |
| <b>Propósito:</b><br>Fomentar la cultura de emprendimiento en niños, niñas y jóvenes de la provincia de Esmeraldas.                                      | Nº escuelas y colegios participan en la feria de emprendimiento.<br>Nº niños/niñas y jóvenes ganadores.<br>Nº de emprendimientos apoyados por empresa. | Listados<br>Fotografías<br>Memorias                             | Que los proyectos se quedan en propuesta                           |
| <b>Componentes:</b><br><b>1:</b> Emprendimiento en escuelas con la metodología AFLATOUM la cual se la  | Nº de escuelas participantes en el proyecto.   | Listados escuelas<br>Listado colegios<br>Listado de estudiantes | Desv. Cronograma<br>Escuelas o colegios que no culminen el proceso |

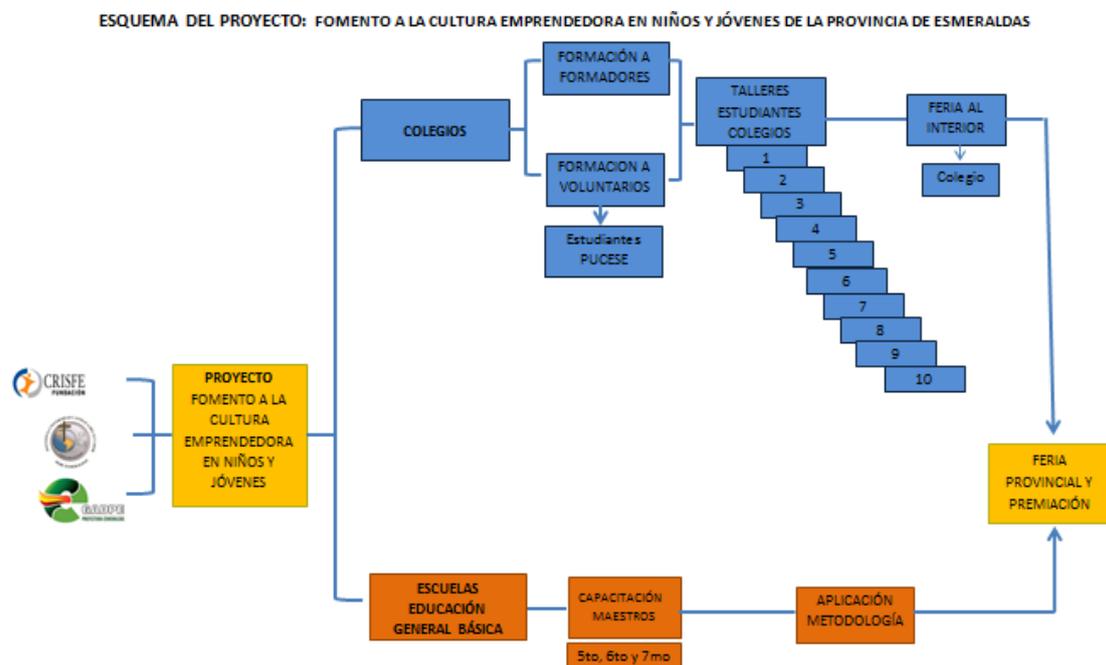
|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <p>aplica desde los 6 años a 12 años en 5to, 6to, 7mo.</p> <p><b>2:</b> Emprendimientos en colegios: 2do y 3ro de Bachillerato.</p>   | <p>Nº colegios participantes.</p>  | <p>Propuesta de emprendimiento</p> <p>Control de supervisión</p> |  |
| <p><b>Actividades:</b></p> <p><b>A1:</b> reuniones acuerdos y coordinación CRISFE, GADPE, PUCESE.</p>   | <p>Nº escuelas y colegios donde se intervendrá.</p> <p>Nº oficios entregados a instituciones.</p>  | <p>Listado de escuelas y colegios</p>                            | <p>No todos los profesores invitados acuden a la capacitación.</p> |
| <p><b>A2:</b> Visitan escuelas y colegios de la provincia</p> <p><b>A3:</b> elaboración y entrega de oficios:<br/>San Lorenzo, Eloy Alfaro, Rioverde, Muisne, Atacames, Quininde y Esmeraldas</p> <p><b>A4:</b> Contenido y metodología de los cursos que capacitaran a escuelas y colegios.</p> <p><b>A5:</b> formación a profesores de colegios.</p> <p><b>A6:</b> Formación a voluntarios de la PUCESE</p> <p><b>A7:</b> Formación a maestros de escuelas.</p> <p><b>A8:</b> Aplicación y puesta en práctica de metodología y emprendimiento</p> | <p>Nº horas de capacitación docentes.</p> <p>Nº profesores escuelas.</p> <p>Nº profesores colegio.</p> <p>Nº ideas emprendimiento.</p> <p>Nº estudios</p> <p>Nº emprendimiento feria</p> |  | <p>No se aplican en todos los colegios la metodología.</p>         |

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <p><b>A9:</b> Feria interna escuelas y colegios</p> <p><b>A10:</b> Feria provincial</p> |  |  |  |
|---|--|--|--|

Tabla 4. Matriz Marco-lógico

Una vez establecidos los objetivos generales, específicos y metas se representa, de manera sencilla, el esquema a seguir del proyecto para poder interpretarlo más fácilmente.

Figura 1. Diagnóstico del proyecto



Fuente: Elaboración propia

## **¿Cómo se relaciona este proyecto con la Administración y Dirección de empresas?**

Una de las inquietudes de muchos de los estudiantes de la facultad de Administración y Dirección de Empresas es poder desarrollar ideas de negocio y ser dueños de sus propias empresas, siendo capaces de gestionar adecuadamente todos sus aspectos.

Si a estas inquietudes profesionales, se le suma el interés por la educación en emprendimiento en países en vías de desarrollo, el resultado es este proyecto que surge de la mano del centro de Cooperación al Desarrollo de la UPV en conjunto con una iniciativa personal.

Entre toda la oferta de prácticas que tiene el centro de Cooperación, la oferta que se adecuaba a la perfección a estas inquietudes y conocimientos adquiridos era la opción de ir a la Universidad Pontificia de Esmeraldas (PUCESE).

Aparte de ser un proyecto focalizado en colegios con un bajo nivel educativo, no deja de ser exigente y técnico. En el curso se desarrollan las habilidades y capacidades necesarias para poder emprender desde cero. Se trabajan todas las partes de un modelo de negocio, desde análisis DAFO y encuestas para hacer un buen estudio de mercado, se destaca la importancia de averiguar los costes unitarios de los productos que van a vender para así, poder establecer el precio de venta más adecuado, se crea el producto mínimo viable, se aprende a vender el producto o servicio y los proyectos más sobresalientes se les asesora sobre la creación de la empresa.

Sin la ayuda de todos los conocimientos adquiridos previamente en la facultad de ADE este proyecto hubiese sido imposible y aunque quizás sea distinto a la mayoría de los proyectos de fin de carrera, es un proyecto que forma parte de uno de los fines que se inculcan en la facultad que es, formar a sus estudiantes en la creación y gestión de empresas.

## Capítulo 2: Antecedentes del proyecto

### 2.1 Inicios de la feria hace dos años

Ante la necesidad de fortalecer la cultura del emprendimiento en Esmeraldas y con la misión de formar a los futuros emprendedores, desde el año 2013 la Unidad de Emprendimiento de la PUCESE, a través de la escuela de Administración de Empresas y en convenio con algunos colegios de la ciudad, viene ejecutando de forma continua cursos de emprendimiento en los que participan los alumnos de Bachillerato de estos colegios.

El proyecto de *Fomento a la cultura emprendedora en niñas, niñas y jóvenes de la provincia de Esmeraldas* comenzó en el año 2013 con la participación del colegio Sagrado Corazón y la Inmaculada. Para llevar a cabo el proyecto, se contó con el apoyo de la Unidad de Emprendimiento y con la participación de 16 estudiantes de la escuela de Administración, los cuales deben hacer, por ley, 120 horas de extensión social para poder obtener el título.

En este primer curso se hizo hincapié en los valores de emprendimiento, en la innovación y el respeto al medio ambiente. Mediante una serie de clases teóricas y experiencias de jóvenes emprendedores se consiguió enseñar a los jóvenes a crear un modelo de negocio desde la obtención de una idea de negocio hasta su venta final, pasando por estudios de mercado, definición de misión, visión, objetivos y estrategias, contabilidad de costes, canales de venta, ingresos y marketing.

*Foto 1: Alumnos y alumnas del colegio la Inmaculada de 3 de Bachillerato.*



*Fuente: Elaboración propia.*

En 2014 la metodología cambió y se consiguió que los alumnos se involucrasen mucho más. El proyecto consistía en que desde la Universidad se seleccionaban unas ideas de negocio, que posteriormente serían la base del trabajo en clase. Se dividió a los alumnos en grupos de 5 miembros donde cada grupo recibió una idea y tuvo que trabajar conceptos como estudios de mercado, costes, marketing etc. Para finalmente presentarlo en una feria en la semana global del emprendimiento.

En total se trabajó con 212 alumnos que formaron 36 diferentes emprendimientos, pero solo los 9 mejores emprendimientos fueron seleccionados para participar en la Feria Global del Emprendimiento.

Los 9 emprendimientos fueron expuestos en la universidad PUCESE frente a gran cantidad de alumnos y profesores, alguno de los cuales fueron los encargados de formar el equipo de jueces. También estaban presentes los periodistas del periódico La Hora que escribieron un artículo sobre la feria. Tras la exposición, por parte de los alumnos, de sus emprendimientos los jueces seleccionaron a los 3 ganadores.

En primer lugar, quedaron unas alumnas de 3º de Bachillerato del colegio La Inmaculada con un proyecto basado en un jugo de coco acompañado con frutas y cereales de la zona para así poder dar salida a uno de los grandes problemas de Esmeraldas que es el desperdicio de alimentos por falta de recursos para exportarlos o falta de innovación para crear otro producto a través de estas materias primas.

*Foto 2: Ganadoras del año 2014.*



*Fuente: Elaboración propia.*

El segundo premio tuvo una base más tecnológica, 5 alumnos del Sagrado Corazón crearon una mochila con altavoces incorporados. A pesar de ser un invento muy rudimentario, hizo que los asistentes a la feria se interesasen por la tecnología la cual está ausente en la mayoría de las aulas de los colegios.

En tercer lugar y como último de los premiados quedo una idea de unas alumnas de la Inmaculada que habían creado un repelente para mosquitos fabricado a base de plantas naturales de la región. Este repelente no tenía ningún compuesto químico por lo que resolvía un gran problema existente, ya que hay gente alérgica a los químicos por lo que no podían protegerse con las anti mosquitos que ofrecía el mercado.

Los miembros de los 3 proyectos ganadores fueron premiados con una beca para estudiar el 1 año de la carrera de Administración de Empresas en la Escuela de Administración de la Universidad PUCESE.

*Foto 3: Exponiendo diademas artesanales con diseños personalizados.*



*Fuente: Elaboración propia.*

Los talleres concluyeron con gran éxito y tuvieron la aceptación tanto de los directores de los colegios, como de los profesores que acompañaron a los capacitadores; y sobre todo de los estudiantes que vieron con gran agrado esta iniciativa.

Una vez finalizada la feria, se reunieron la directora de la Unidad de Emprendimiento y de la escuela de Administración para evaluar el curso y establecer objetivos para el año que viene. La conclusión fue que el curso había sido positivo y había habido un gran feedback por parte de los directores, profesores y alumnos de los colegios. A pesar de lo positivo del curso se recalcó la falta de ayuda económica por parte de otras

organizaciones y la necesidad de expandir el proyecto a más colegios para poder tener una mayor repercusión.

## **2.2 Explicación de los tres actores que participan en la feria**

Como se explicó en el punto anterior, el curso de emprendimiento fue una iniciativa de la Unidad de Emprendimiento de la PUCESE. Ellos fueron los encargados de capacitar a los alumnos, de ofrecer un espacio para la realización de la feria y de financiar el proyecto. Ante la falta de recursos y de difusión del proyecto, en el año 2015 se aliaron con la fundación CRISFE, que es la parte de Responsabilidad social corporativa del banco Pichincha y el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Esmeraldas (GADPE). Para poder entender que aportaron al proyecto primero necesitamos saber quiénes son cada uno de los actores.

En primer lugar la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas tiene como misión formar continua, personalizada e integralmente seres humanos con sentido emprendedor, social, ético, crítico y autocrítico, a la luz del Evangelio, capaces de liderar y generar transformaciones en orden a una provincia solidaria, justa, pacífica y que respeta la biodiversidad, desarrollando propuestas científicas innovadoras y sostenibles. Por su parte la Fundación CRISFE fue constituida, entre otros propósitos, con el fin de apoyar en el mejoramiento de las condiciones sociales, económicas y culturales de los grupos vulnerables del Ecuador, a través de programas de Desarrollo Social por medio de capacitación, educación, asistencia e intervención local, con el apoyo de organismos gubernamentales y privados, con o sin fines de lucro, nacionales o extranjeros. El último de los actores es el GADPE quien incorporo al proyecto a su directora de emprendimiento, Karina Cedeño.

Cada uno de los actores se comprometió a unas actividades específicas. La fundación CRISFE fue la encargada de gestionar el tema de logística, trasladando a maestros y estudiantes de la PUCESE a los distintos cantones de la provincia para capacitar a los profesores de colegios y escuelas, contratar locales para las capacitaciones, la contratación de facilitadores o especialistas para abordar los temas que no pudieron ser cubiertos por los docentes de la PUCESE y por último la entrega de materiales didácticos a los participantes en el proyecto.

Por su parte, la PUCESE fue la encargada de capacitar a los profesores de los distintos cantones y a los alumnos de administración de empresas para que fuesen los docentes en la provincia de Esmeraldas. Otra de sus funciones fue la revisión del material pedagógico, en razón de que éste sea didáctico, aplicable y coherente, de contenido teórico y sobre todo práctico, con el objetivo de que los estudiantes motiven su estudio. Otra de sus funciones fue la supervisión del proyecto por medio de un alumno de la Universidad Politécnica de Valencia y por último se ofreció una beca completa para el primer semestre en la carrera de administración de empresas a los miembros del equipo ganador.

El GADPE se comprometió a la difusión del proyecto en los distintos colegios, a la organización de la feria, en la semana global del emprendimiento, en el recinto ferial

con el fin de conseguir una mayor repercusión del proyecto y de la entrega de premios (Portátiles y tablets) a los equipos ganadores.

La participación de los 3 actores hizo que el proyecto pudiese llegar a toda la provincia y no solo a Esmeraldas como los 2 años anteriores. El número de alumnos y docentes implicados fue mucho mayor al de años anteriores y todas las personas que hicieron el curso lo valoraron positivamente. A pesar de la positiva incorporación de CRISFE y GADPE no todo fueron beneficios. La falta de coordinación duplicó muchas veces las tareas lo que consiguió marear a varios docentes y colegios. La implicación del gobierno provincial en el proyecto dificultó el trato con algunos de los colegios públicos pero a pesar de ello podemos decir que la incorporación de estos 2 actores ha sido muy positiva y queda patente que para el próximo año hay que trabajar más conjuntamente entre las 3 organizaciones.

### **2.3 Diferencias con respecto al año 2015**

Las diferencias de este año con respecto a los dos años anteriores han sido muy significativas. Por una parte gracias a las experiencias adquiridas en años anteriores y por otra parte con la participación de los otros 2 actores se ha conseguido participar en los cantones de Esmeraldas, Atacames, Quinde, Rio verde, Muisne y San Lorenzo abarcando un total de 11 colegios y 6 escuelas, capacitando a 1297 alumnos en comparación con los 100 del año anterior. Para conseguir abarcar todos los colegios y escuela se contó con la ayuda de 32 alumnos de la Escuela de administración, los cuales fueron los docentes en los colegios de Esmeraldas y con 5 profesores que les dirigían y supervisaban en todo momento.

Una de las diferencias principales ha sido la ubicación de la feria. Mientras que en la pasada edición se realizó en la cancha de la PUCESE, donde solo alumnos y profesores pueden observar la feria, este año se ha realizado en el recinto ferial, por ende la difusión ha sido mucho mayor ya que en el recinto ferial se organizan actividades diarias donde cualquier persona puede acceder y en especial empresarios en busca de nuevas oportunidad o ideas de negocio.

Por primera vez las ideas de negocio no han sido aportadas desde la Universidad por lo que los alumnos han tenido que debatir en grupo que idea escoger para llevar a cabo. Esta diferencia es muy importante ya que el curso ha sido más proactivo que años anteriores y los alumnos al identificar que el proyecto que estaban realizando había surgido de una idea propia trabajaban de una manera más motivada que cuando esa idea fue impuesta desde la PUCESE.

Al participar más colegios y escuelas que años anteriores y al estar estas más alejadas de la Universidad, el seguimiento al proceso era complicado. Para supervisar el proyecto se necesitaba a alguien formado en administración de empresas, con facilidad para impartir formación a los alumnos y con la capacidad de poder motivar a los profesores y organizar el proyecto. Para ello se contrató a un alumno de la Universidad Politécnica que Valencia cuya función principal fue dar seguimiento y apoyo a los docentes de las

distintas escuelas y la resolución de problemas estratégicos que surgían conforme avanzaba el proyecto.

Para tener motivados a los alumnos desde el inicio del proyecto hasta el final se les proporciono por medio de CRISFE material tal como mochilas libretas y bolígrafos para llevar a cabo el trabajo y GADPE se encargó de entregar un portátil a cada miembro del equipo ganador, unas tablets para los segundos clasificados y una beca para un semestre en la Escuela de Administración de empresas para el tercer clasificado. Gracias a estas recompensas muchos alumnos estuvieron motivados todo el proceso con la esperanza de poder tener su propio portátil o Tablet.

Podemos concluir diciendo que todas estas incorporaciones han hecho posible que el proyecto pueda llegar a más gente y repercuta en la sociedad de la provincia de Esmeraldas. Gracias a esta difusión muchos colegios se han ofrecido a participar el año próximo para así poder demostrar a nivel nacional el poderío de los emprendedores esmeraldeños.

## Capítulo 3. Desarrollo del proyecto en Esmeraldas: Meta y resultados

### 3.1 Difusión

La difusión del proyecto fue fundamental, ya que había que llegar a dos círculos de interés. Por una parte las escuelas y colegios como principales beneficiarios del proyecto y en segundo lugar, a los estudiantes de la Escuela de Administración de la PUCESE para formarlos como voluntarios, con el fin de que fuesen formadores de emprendimiento en los colegios de la ciudad de Esmeraldas.

Como se comentó anteriormente, los estudiantes de la Escuela de Administración tienen la obligación de hacer 120 horas de extensión social, a lo largo de la carrera, para poder obtener el título. Teniendo en cuenta esta premisa se creó un vínculo entre la Unidad de Emprendimiento y la Escuela de Administración y se fomentó la participación de los alumnos en las actividades promovidas por la Unidad de Emprendimiento con el objetivo de convalidar esas horas como horas de extensión social.

Para difundir el proyecto entre los alumnos se publicó una noticia en la web de la universidad ([www.pucese.edu.ec](http://www.pucese.edu.ec)) y se envió un correo a través del MOODLE (aula virtual) informando a los estudiantes en qué consistía en el proyecto, el número de horas por las que podían convalidar las clases impartidas y los días y horas de formación que debían recibir en la universidad.

La comunicación con los colegios y escuelas fue a través de oficios como el siguiente:

*Esmeraldas, 18 de junio de 2015*

**Rector**  
**Colegio La Inmaculada**  
**Presente.-**

*La Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, el Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Esmeraldas y la Fundación CRISFE nos encontramos ejecutando el proyecto denominado CURSOS DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN 2015 dirigido a colegios de la provincia de Esmeraldas.*

*El proyecto trabaja dos grandes fases:*

- 1. La capacitación a los docentes de las unidades educativas en temas de emprendimiento durante 40 horas sin ningún costo para la institución. Esta capacitación deberá ser replicada en la institución con los estudiantes y será acompañada por nuestros técnicos hasta la ejecución de la feria Emprendedora planificada para el mes de noviembre en la ciudad de Esmeraldas, donde se reconocerán las mejores ideas de emprendimiento mediante una premiación. Las capacitaciones serán en la PUCESE ubicada en la calle Espejo y subida a Santa Cruz los días sábado 27 de junio y 4 de julio del 2015 en el horario de 8h00 a 16h00. La metodología de trabajo será totalmente lúdica, dividida en 16 horas*

presenciales y 34 horas de seguimiento y acompañamiento mediante la plataforma virtual Moodle. Al finalizar la capacitación el docente recibirá una certificación con el aval de las tres instituciones proponentes.

2. El trabajo directo en el colegio con los estudiantes durante 10 sesiones en el horario a convenir con la institución, de acuerdo a la metodología que se adjunta.

Para acceder al curso es necesario que se envíe el listado de docentes designados hasta el lunes 22 de junio de 2015 al correo [karinacedeno25@hotmail.com](mailto:karinacedeno25@hotmail.com) o [roxana.benites@pucese.edu.ec](mailto:roxana.benites@pucese.edu.ec).

Atentamente,

Econ. Roxana Benites, MBA

**Directora Unidad de Emprendimiento PUCESE**

Tras la difusión del proyecto se consiguió involucrar a 5 profesores de la PUCESE y 32 alumnos de la Escuela de Administración. La lista de docentes y alumnos voluntarios se muestra en la Tabla 5 y en la Tabla 6:

| <b>Apellidos y Nombre</b>   | <b>Escuela</b>             | <b>Horas Dedicadas</b> |
|-----------------------------|----------------------------|------------------------|
| Cervantes Intriago Cristina | Contabilidad y Auditoria   | 50                     |
| Jácome Vélez Gimmy          | Administración de Empresas | 50                     |
| Herrera Diaz Julien         | Administración de Empresas | 50                     |
| Vergara Torres Jose Luis    | Administración de Empresas | 50                     |
| Benites Cañizares Roxana    | Administración de Empresas | 50                     |

*Tabla 5. Docentes*

| <b>Apellidos y Nombre</b>      | <b>Escuela</b>             | <b>Semestre</b> | <b>Horas Realizadas</b> |
|--------------------------------|----------------------------|-----------------|-------------------------|
| Albuja Taez Nelson             | Administración de Empresas | 4               | 60                      |
| Alava Toala Alejandra          | Administración de Empresas | 6               | 60                      |
| Alvarado Mera Bryan            | Contabilidad y Auditoria   | 5               | 60                      |
| Argandoña Figueroa Emilio José | Administración de Empresas | 6               | 56                      |
| Ballesteros Bustos Nicole      | Administración de Empresas | 4               | 60                      |
| Baque Sichique Andrés          | Contabilidad y Auditoria   | 5               | 50                      |
| Bedoya Flores Vivivana         | Contabilidad y Auditoria   | 5               | 60                      |
| Bone Pachito Alejandra         | Contabilidad y Auditoria   | 6               | 36                      |
| Chamorro Jhoselin              | Administración de Empresas | 6               | 50                      |
| Chavez Lemos Carolina          | Administración de Empresas | 6               | 60                      |
| Corrales Luque Andrea          | Contabilidad y Auditoria   | 5               | 60                      |
| Cumalata Deysi                 | Administración de Empresas | 6               | 60                      |
| Delgado Cedeño Letty           | Contabilidad y Auditoria   | 7               | 60                      |
| Estupiñan Hurtado Ivanova      | Administración de Empresas | 4               | 60                      |
| Estupiñan Araujo Nathaly       | Contabilidad y Auditoria   | 8               | 50                      |
| Guevara Chavez Sandra          | Administración de Empresas | 6               | 60                      |
| Heredia Fernandez Carlos       | Administración de Empresas | 6               | 60                      |
| Loor Alcivar Diana             | Administración de Empresas | 4               | 60                      |
| Matamoros Mendoza Joselyn      | Contabilidad y Auditoria   | 9               | 60                      |
| Mora Ibarra Mahely             | Contabilidad y Auditoria   | 5               | 15                      |
| Moreina Quiñonez Carolina      | Contabilidad y Auditoria   | 5               | 60                      |

|                               |                               |   |    |
|-------------------------------|-------------------------------|---|----|
| Olivo Bermeo<br>Judith        | Administración de<br>Empresas | 4 | 58 |
| Pitarqui Coronel<br>Franklin  | Contabilidad y<br>Auditoria   | 5 | 60 |
| Ries priyas Romally           | Administración de<br>Empresas | 6 | 50 |
| Sarcoto Garces<br>Dennis      | Contabilidad y<br>Auditoria   | 5 | 60 |
| Sanclemente Capaz<br>Tanya    | Administración de<br>Empresas | 4 | 60 |
| Segarra Vazquez<br>Alejandro  | Contabilidad y<br>Auditoria   | 5 | 60 |
| Sevilla Fiallos<br>Sandra     | Administración de<br>Empresas | 4 | 60 |
| Stopper Prieto<br>Martin      | Contabilidad y<br>Auditoria   | 5 | 56 |
| Toala Perez Yaritza           | Administración de<br>Empresas | 4 | 50 |
| Zambrano Orejuela<br>Dennisse | Contabilidad y<br>Auditoria   | 8 | 50 |

*Tabla 6. Alumnos*

Con respecto a las escuelas y colegios se consiguió la participación de los siguientes:

| <b>Cantones</b> | <b>Colegios</b>  | <b>Docente Encargado</b>  | <b>Número de beneficiarios</b> |
|-----------------|--|---------------------------|--------------------------------|
| San Lorenzo     | Unidad Educativa<br>Fiscomisional San<br>Lorenzo             | Miguel Rodriguez          | 40                             |
| Rioverde        | Unidad Educativa<br>Rioverde                                 | Gloria Barrera            | 75                             |
| Atacames        | Colegio Estrella del<br>Mar                                  | Johan Murgueitio          | 40                             |
|                 | Colegio Técnico<br>Atacames                                  | Ricardo Reasco<br>Góngora | 60                             |
| Muisne          | Colegio Técnico<br>Agropecuario<br>Alfredo Perez<br>Guerrero | Kitty Mina                | 50                             |
|                 | Unidad Educativa<br>San Luis Gonzaga                         | Danny Cevallos            | 60                             |
| Quinindé        | Colegio<br>Agropecuario<br>Quinindé                          | Milder Cevallos           | 60                             |

|            |                                      |                   |     |
|------------|--------------------------------------|-------------------|-----|
| Esmeraldas | Colegio Mon señor<br>Angel Barbizoti | Alfonso Timarán   | 25  |
|            | Colegio Sagrado<br>Corazón           | Mariuxi portes    | 180 |
|            | Unidad Educativa<br>Don Bosco        | Sinay Vera        | 120 |
|            | Unidad educativa<br>la Inmaculada    | Viviana Cervantes | 62  |

*Tabla 7. Cantones*

| Escuela          | Docente Encargado     | Número de beneficiarios |
|------------------|-----------------------|-------------------------|
| Mi Segundo Hogar | Norlana Marquez       | 10                      |
| Diosa Villagomez | Juana Fernanda Angulo | 27                      |
| Liceo Naval      | Maria del Carmen Bone | 167                     |
| Hispano América  | Gumerinda Pacheco     | 105                     |
| Inmaculada       | Jenny Sanchez         | 69                      |
| Don Bosco        | Solange Gomez         | 147                     |

*Tabla 8. Escuelas*

El número total de persona beneficiadas por el proyecto fue de 1297.

### **3.2 Formación**

#### **3.2.1 Escuelas**

En las escuelas se trabajó con alumnos en edades comprendidas entre los 7 y 10 años. Para la formación de los profesores y alumnos se trabajó con el método AFLATOUN.

En el mundo existen 2.2 billones de niñas y niños y el 50% de ellos viven en condiciones de pobreza. La misión del programa Aflatoun es “inspirar a niños y niñas para que se empoderen social y económicamente y se transformen en agentes de cambio en sus propias vidas para lograr un mundo más equitativo.

Está diseñado para ser atractivo y motivar a los niños, utilizando métodos que ubican a los niños en el centro del proceso de aprendizaje. El balance entre la educación social y financiera es lo que hace al concepto Aflatoun único e innovador.

A pesar de tener raíces indias, el programa Aflatoun se inició en Ámsterdam en el año 2005. En 1991, en la India, un proyecto de investigación realizado por académicos de la Escuela Tata de Estudios Sociales de Mumbai empezó a trabajar con las escuelas para que niños ricos y niños pobres conocieran más sobre sus vidas. Este puente de conexión permite que niños en países económico y geográficamente distantes como Los Países Bajos y Mali puedan estar unidos.

En 1993, el programa en su etapa de gestión se le tuvo que dar nueva urgencia y un imperativo moral más amplio debido a las protestas interétnicas que sacudieron a la ciudad de Mumbai. El programa respondió combatiendo el prejuicio y la discriminación a través del prisma de los derechos de educación. La expansión fuera de la ciudad a áreas rurales dio paso a una parte clave de la evolución del programa. El programa buscó que los niños con tendencia más emprendedora, utilizaran su energía y su creatividad dentro de sus ciudades para no emigrar hacia áreas más urbanas. Se incorporaron “grupos de ahorro” y han continuado siendo desde el 2001 un rasgo definitivo del programa.

¿De dónde viene el nombre Aflatoun? Los niños de la India escogieron ese nombre tomado de una película de Bollywood popular en la época. El Aflatoun de la pantalla era un personaje bueno, divertido, con un buen corazón y travieso, por lo que el nombre parecía ideal para el programa. El nombre también es apropiado en otros niveles. Aflatoun es también el nombre árabe y persa para Platón, el filósofo griego que promovió nociones idealistas sobre la ciudadanía. Y por último, Aflatoun se refiere a alguien que es un explorador y por lo tanto tiene que ver con nuestro deseo de que los niños exploren sus comunidades y el mundo.

Para formar a los profesores de las escuelas se les invito a asistir a la formación los días sábado 27 de junio y 4 de julio del 2015 en el horario de 8h00 a 16h00. En ella se les explico los 5 elementos claves que integran el modelo.

## **1 Exploración y entendimiento personal**

Objetivos: Al final de esta sesión los/las participantes tendrán un entendimiento de cómo el Entendimiento y la Exploración Personal son enfatizados por Aflatoun y cómo el concepto es enseñado por medio de los Libros, y podrán relacionar esto al lema.

Contenido y duración de las dinámicas:

- A. Vigorizador (Juegos para calentarse o despertarse). Tres Duelos Irlandeses. 5min
- B. Sub-grupos leen un capítulo del Material y preparan una clase de práctica. 30min
- C. Sub-grupos desarrollan clases simuladas. 30min
- D. Comentarios y retroalimentación. 30min
- E. Reflexionando y planificando. 15min

## **2 Derechos y responsabilidades**

Objetivos: Al final de esta sesión, los participantes tendrán un entendimiento de por qué los Derechos son promovidos, por qué están conectados a ciertas Responsabilidades y cómo el concepto es enseñado por medio de los Libros.

Contenido y duración de las dinámicas:

- A. Dándose cuenta de los métodos de facilitación. 10min

- B. Vigorizador facilitado por dos voluntarios/as. 15min
- C. Los/las participantes leen capítulo pertinente a Derechos y Responsabilidades. 10min
- D. Juego de cartas de memoria. 25min
- E. Discusión y resumen. 30min
- F. Opcional (para reemplazar juego de cartas de memoria) Árbol de Problema 45min

### **3 Ahorro y gasto**

Objetivos: Al final de esta sesión los/las participantes comprenderán por qué Aflatoun identifica los ahorros como una herramienta para apoderar a los niños, niñas y adolescentes y cómo el concepto es enseñado por medio de los Libros.

Contenido y duración de las dinámicas:

- A. Discusión y reflexión breve sobre experiencias personales de ahorros. 5min
- B. Sub-grupos leen los Libros y preparan una clase de práctica. 30min
- C. Sub-grupos desarrollan clases de práctica. 30min
- D. Presentación de libreta y registro de clase. 5min
- E. Discusión y retroalimentación. 20min

### **4 Planificación y presupuesto**

Objetivos: Al final de esta sesión los/las participantes comprenderán porque Aflatoun identifica la planificación y el presupuestar como herramientas para apoderar a los niños, niñas y adolescentes y cómo el concepto está enseñado por medio de los Libros.

Contenido y duración de las dinámicas:

- A. Vigorizador facilitado por dos voluntarios/as. 10min
- B. Discusión: Nuestras experiencias de planificación y presupuesto. 30min
- C. Los/las participantes leen fragmentos pertinentes del Material. 10min
- D. Comentarios y retroalimentación. 10min
- E. Resumen y reflexión sobre los métodos de facilitación usados durante el día. 10min

### **5 Emprendimiento (social y financiero)**

Objetivos: Al final de esta sesión los/las participantes comprenderán que la visión de Educación Social y Financiera de la Niñez a la larga resulta en organizando e implementando proyectos sociales y financieros ellos/as mismos/as. Tendrán un entendimiento de cómo tales procesos pueden funcionar.

Contenido y duración de las dinámicas:

- A. Vigorizador. 5min

- B. Resumen de Día 2 y enfocarse en las habilidades de facilitación de hoy. 15min
- C. Grupos leen fragmentos pertinentes del Material. 15min
- D. El/la facilitador/s presentar el concepto de Emprendimiento. 5min
- E. Grupos preparan y planifican proyectos. 50min
- F. Sub-grupos presentan y reciben comentarios. 60min
- G. Resumen general y comentarios. 30min

Un componente crucial de Aflatoun es que los niños sienten los beneficios de ahorrar y formar emprendimientos, más allá del puro bienestar individual. Los niños aprenden que sí ahorran regularmente, aunque sea poco dinero, sus pequeños sueños pueden convertirse en realidad.

El objetivo del método es suplir los sistemas educativos, donde se utilice la enseñanza memorística con metodologías progresivas centradas en los niños. Cuando los ayudamos a desarrollar el pensamiento crítico y la creatividad, fortalecemos estas habilidades con el desarrollo de la autoestima, los empoderamos y los invitamos a prevenir y diseñar un futuro alternativo para ellos mismos y sus comunidades.

### **3.2.2 Colegios**

En los colegios se trabajó con alumnos de primero y de segundo de Bachillerato y el curso se centró en la creación y desarrollo de una idea de negocio

El método utilizado para los colegios fue distinto al de las escuelas. Se estructuró la metodología de enseñanza en 10 clases. Se les explicó las características del emprendedor, como crear una empresa con la misión, visión, marca y estrategias y se les enseñó el modelo de negocio Canvas.

Esta metodología abarca desde la creación de la idea hasta su puesta en marcha tratando temas como la propuesta de valor, la relación con los clientes, los canales de distribución, segmentos de clientes, recursos actividades y socios clave, flujo de ingresos y estructura de costes.

Finalmente se les enseñó a hacer un pitch para recitarlo frente a clientes e inversores. El método que se impartió fue el elevator pitch, un discurso de no más de 180 segundos donde los estudiantes deben aprender a vender su producto.

Para que esta enseñanza fuese efectiva, se desarrolló un modelo de enseñanza basado en la práctica, logrando que aprendan haciendo. Es por ello que este manual recoge actividades prácticas para cada uno de los talleres, reforzando los conocimientos e incentivándolos al razonamiento lógico, frente a situaciones planteadas.

El curso se estructuró de la siguiente manera:

## Sesión 1: Visión general del curso

|                |  |
|----------------|--|
| VISIÓN GENERAL | Presentar a los participantes el Curso de Emprendimiento e Innovación PUCESE.<br>Conocerán al equipo de voluntarios que trabajaran con ellos, quienes a su vez brindaran toda la información del curso.  |
| OBJETIVOS      | <ul style="list-style-type: none"><li>☑ Conocer a los voluntarios que les apoyarán durante el curso.</li><li>☑ Conocerán de que se trata el curso.</li><li>☑ Características del emprendedor</li><li>☑ Conformar los equipos de trabajo con los que se trabajara durante el curso.</li></ul> |

Al comenzar el curso, en los colegios que participaban voluntarios, se presentó a cada uno de los miembros que iban a trabajar en la clase. Se explicó la estructura y evolución del curso.

Una vez presentados se procedió al comienzo del curso explicando cuales son algunas características que definen a una persona emprendedora. Las características son las siguientes:

**1 Pasión:** La pasión es una de las características principales de los emprendedores. Estos se entregan a su actividad con cuerpo y alma para lograr las metas y objetivos trazados. La pasión es un componente esencial que orienta otras conductas, y hace sobrevivir al sacrificio que requiere la empresa.

**2 Visión:** Para alcanzar el éxito cada emprendedor necesita un plan y la visualización de los objetivos finales. El trabajo comienza definiendo los pasos estratégicos que lo llevará a alcanzar los resultados. Además a partir del establecimiento de las metas, se gana una perspectiva más clara de cuáles son las prioridades inmediatas y necesidades en el presente.

**3 Capacidad de aprendizaje:** El aprendizaje es una evolución continua. Los emprendedores exitosos reconocen que están aprendiendo siempre y que pueden aprender de todos cada día. No estar dispuesto a escuchar y a aprender, es negarse muchas oportunidades de mejorar.

**4 Buscar lograr resultados:** Los emprendedores son personas prácticas que creen que pueden controlar su propio destino y que toman decisiones llevadas a la acción para lograr objetivos en un plazo determinado.

**5 Creatividad e innovación:** La creatividad es el proceso por medio del cual las ideas son generadas, desarrolladas y transformadas en valor agregado. No es necesario inventar lo que ya está inventado, pero si es necesario identificar nuevas posibilidades de hacer las cosas y garantizar diferenciación.

**6 Persistencia:** Toda iniciativa debe ser persistente. Tratar una sola vez y darse por vencido no es suficiente. Hay que dar un paso a la vez y buscar perfeccionarlo de manera creativa y organizada si es que no ha dado los resultados esperados a la primera.

**7 Sentido de oportunidad:** El emprendedor identifica necesidades, problemas y tendencias donde el resto de personas no las ven. Al analizar estas necesidades trata de concebir alternativas de satisfacción o solución según sea el caso.

**8 Trabajo en equipo:** El liderazgo del emprendedor busca unificar ideas y lograr consensos ante los problemas que se le presenta haciendo que el grupo humano involucrado en el emprendimiento funcione en armonía. Los emprendedores saben que, hoy en día, cada vez es más raro encontrar a un emprendedor solitario con éxito por ello, el equipo es uno de los activos principales de la empresa sin el cual es muy difícil lograr el éxito esperado.

**9 Autoestima:** El emprendedor es optimista y seguro. Debe tener confianza en si mismo y en las propias habilidades y capacidades surge el poder mágico de ser positivo y atraer el éxito.

**10 Asertividad:** No dar rodeos e ir directo al grano para manifestar lo que se piensa, siente y quiere sin lastimar a los demás es una característica básica para poder alcanzar los objetivos trazados. Sin asertividad es muy complicado poder liderar el trabajo en equipo.

**11 Organización:** Establecer un cronograma de actividades que se programa con la capacidad de recibir ajustes permanentes.

**12 Compromiso:** Cuando iniciamos nuestra aventura hay que tener claro nuestro compromiso con la misma para que salga bien. La perseverancia y la determinación es una de las características que marcan si un proyecto llega a buen puerto o no. Compromiso también para ser capaz de centrarse en el proyecto sin distracciones.

**13 Iniciativa:** Para un emprendedor es básica la iniciativa, ser capaz de lanzarse a un negocio. Todos los grandes empresarios han destacado, entre otras cosas, por su

iniciativa. Es el caso de Steve Jobs, que ni siquiera acabó su carrera pero fue capaz de lanzar su propia empresa.

**14 Resiliencia (Tolerancia al fracaso):** Nuestro pensamiento tiene que estar siempre enfocado en conseguir el logro, pero hay que ser consciente de que el fracaso está muy presente en la vida del emprendedor. Hay que tratar de aprender de nuestros errores, que nos hagan mejores.

Una vez terminada la parte más teórica, se les asignó la tarea de formar equipos de 5 miembros para el inicio de la creación de la empresa en la siguiente sesión.

## **Sesión 2: Generación de ideas de negocio**

### VISIÓN GENERAL

Los estudiantes aprenderán a generar ideas nuevas, a analizar los factores que harán de ésta una idea exitosa y evaluar varias alternativas

### OBJETIVOS

- ☑ Generar nuevas ideas de negocio.
- ☑ Analizar y evaluar la posibilidad de éxito o fracaso de las ideas.
- ☑ Asignar roles dentro de los equipos

Tras la creación los equipos de trabajo, el siguiente paso es la generación de las ideas de negocio. Este es el punto fundamental de partida y por ellos es importante que por medio de un estudio de mercado, los estudiantes puedan analizar las necesidades de su entorno para así, poder darles solución.

Es muy importante que los emprendedores sean los que decidan a que quieren que se dedique su empresa, ya que si se les diese un producto o servicio a desarrollar y no lo sienten como suyo, no trabajarán tan motivados y costará más la involucración en el proyecto.

Para generar ideas se hizo la siguiente actividad:

### Lluvia De Ideas

1. Se entregó a los participantes una copia del material didáctico “Lluvia de ideas”. De esta manera tenían ejemplos en función del área de interés que más les gustase.
2. Con el material de área de interés los equipos debían elegir en grupo cual era el área en el que estaban interesados.

3. Una vez organizados los equipos, se explicaba que el objetivo era generar diferentes ideas de negocio, de acuerdo al área de interés escogida, y que para lograrlo se procederá de acuerdo a los pasos a los siguientes pasos.
- Lluvia de ideas: Este es el proceso divergente, no hay que dar por mala ninguna idea por disparatada que sea, ya que esa idea puede hacer que otras personas se les despierte la imaginación y puedan llegar a ideas que de la otra manera no se hubiese llegado.
  - Agrupación de ideas: Cada equipo debía de elegir un moderador o moderadora que será el encargado de leer cada una de las ideas y las que sean similares las deberá agrupar. Una vez agrupas todas las ideas, deberán otorgar a cada grupo un nombre que sintetice la idea central expresada en el conjunto de tarjetas.
  - Selección de ideas: Finalmente se quedaran con la idea que obtenga la mayoría de aceptación por parte de los miembros del grupo.

Material didáctico:

| Áreas de interés  |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| Deportes y recreación   | Sociales y solidarios   | Comunidad escolar   | Medio ambiente  | Emprendimiento económico  |
| <i>Ejemplo:</i><br>Deporte, uso del tiempo libre, arte, teatro, cine, debates, etc. | <i>Ejemplo:</i><br>Proyectos de apoyo social, de cooperativas escolares, concurso de murales con la autorización o auspicio de la Municipalidad, torneo de skateboard inter escuelas de la comuna, etc. | <i>Ejemplo:</i><br>Pequeños proyectos para el desarrollo de la comunidad escolar. | <i>Ejemplo:</i><br>Proyectos de reciclaje de todo tipo, de cuidado y mejoramiento del Medioambiente | <i>Ejemplo:</i><br>Pequeños negocios a partir de productos o servicios que permitan generar utilidades. |

Tabla 9. Áreas de interés

### Sesión 3: Estudio de mercado

#### VISIÓN GENERAL

Los estudiantes preseleccionan algunos productos y/o servicios que su empresa podría vender. Además desarrollan un plan organizado para conducir una investigación de mercado.

#### OBJETIVOS

\_Listar las principales características y beneficios de los productos y servicios más exitosos.

\_Realizar una lluvia de ideas de los posibles productos y servicios que podrían vender.

\_Desarrollar una encuesta sencilla como instrumento para investigar al mercado potencial.

\_Realizar un análisis DAFO

Para comenzar la clase se trabajó con una actividad que se llama **“El charlatán de barrio”**

Se explica a los estudiantes que en esta sesión se analizarán ideas de productos o servicios que la empresa ofrecerá al mercado objetivo. En esta sesión se preseleccionarán 3 o 4 posibles productos para realizar una Investigación de Mercado.

Para comenzar, el profesor ha de dar ejemplos de algunos productos o servicios que se pueden encontrar en tiendas, mercados o supermercados de su comunidad y pide a los jóvenes que mencionen las características que los hacen de alta calidad. Por ejemplo, jabón, papel higiénico, jugos, yogurt, portarretratos, revistas, entre otros productos, con sus respectivas marcas.

Sus respuestas destacarán algunas de las siguientes características:

**Productos:** son durables, tienen un buen precio, se ven elegantes o “chéveres”, tienen buen sabor, la marca refleja calidad, son fáciles de usar, tienen una presentación muy llamativa, son preparados con ingredientes frescos, son prácticos, están a la moda, entre otras.

**Servicios:** tienen una buena atención, proveen un trato con educación y cortesía, no hay que esperar en la cola, son rápidos y confiables, brindan comodidad, tienen un buen precio, valen la pena.

Después hay que generar una lluvia de ideas preguntando: ¿Cuál podría ser el producto o servicio que ellos podrían ofrecer? Se anima a pensar en la mayor cantidad de opciones. Hay que intentar incentivar la participación de los jóvenes. Después se seleccionan 6 productos o servicios que puedan ser factibles de fabricar y vender, dentro de las unidades educativas o en la comunidad.

El siguiente paso es la investigación de mercado para comprobar si el producto o servicio elegidos cubren una necesidad y son necesarios para la sociedad.

### Investigación de mercado

Para verificar si los clientes van a comprar sus productos o servicios, las empresas han de hacer una Investigación de Mercado, las cuales se basan en la aplicación de encuestas y el método DAFO.

Los estudiantes deben desarrollar una breve encuesta de entre 5 a 10 preguntas muy claras. La encuesta debe tener preguntas cerradas, que faciliten la interpretación de las respuestas, por ejemplo: si o no, excelente, bueno, regular, entre \$1 a \$3, califique de 1 a 5, de sal o de dulce, frío o caliente, etc., se recomienda que la encuesta incluya preguntas sobre el precio (rangos de precios, que impulsarían la compra de los clientes potenciales), la cantidad de dinero que trae a la institución educativa diaria o semanalmente, los horarios de consumo, gustos de preferencias, entre otras.

Debe también explicarles a los estudiantes en que consiste la tabulación de datos, la explicación puede girar en torno, a que la tabulación el sumar o agrupar, todos los elemento o respuestas similares, de manera que cada grupo de respuestas equivale a una parte de un todo. Además esos datos deben ser expresados en un gráfico con su respectiva interpretación o análisis.

Los jóvenes deben aplicar las encuestas durante toda la semana. En la siguiente sesión traen los resultados tabulados, para seleccionar de manera definitiva el producto o el servicio que su compañía venderá.

El método más utilizado para hacer un estudio de mercado es el análisis DAFO. Por medio de esta metodología los estudiantes pueden analizar las características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades).

*Figura 2. Diagnóstico de la situación actual*



Fuente: [ESTARTAP.com](http://ESTARTAP.com)

### Análisis externo:

a. Oportunidades: Son los factores externos positivos o favorables que pueden ser usados o aprovechados para el logro de la Visión planteada. Son situaciones externas, es decir, que no son generadas por nosotros pero que pueden ser aprovechadas para el logro de algún objetivo.

b. Amenazas: Son los factores externos negativos que limitan en el presente o pueden limitar en el futuro el logro de la Visión de la organización. No son carencias que nosotros podamos tener, sino factores que no dependen de nosotros pero nos influyen.

### Análisis interno:

c. Fortalezas: Son las características positivas o habilidades que nosotros tenemos y que facilitan el logro de los objetivos propuestos. Pueden ser usadas tanto para aprovechar las oportunidades como para contrarrestar las amenazas.

d. Debilidades: Son las características negativas (carencias, limitaciones), que nosotros tenemos y que dificultan el cumplimiento de nuestros objetivos. Son factores que nos pueden hacer perder las oportunidades que se nos presentan y que nos hacen vulnerables ante las amenazas.

Utilizando estas dos herramientas los estudiantes pueden hacerse una idea del potencial de su idea de negocio y así poder elegir la mejor opción entre los productos y servicios preseleccionados anteriormente.

## **Sesión 4: Determinar el producto y la empresa**

### VISIÓN GENERAL

Los estudiantes analizarán los resultados de su investigación de mercado y seleccionan un producto o servicio. También seleccionan un nombre para su compañía y elaboran la misión y visión.

### OBJETIVOS

- ☐ Presentar y analizar los resultados de su investigación de mercado.
- ☐ Seleccionar el producto o servicio que venderán.
- ☐ Seleccionar un nombre para su compañía.
- ☐ Conocer la importancia de un plan de negocios y sus partes más importantes.
- ☐ Establecer la misión y visión de la empresa.

Al inicio de la clase, un portavoz de cada equipo ha de salir a explicar cuál ha sido el producto o servicio escogido a raíz del estudio de mercado.

Una vez elegido, el siguiente paso es elegir el nombre de la empresa y su marca. También han de definir la misión y la visión.

El nombre de la empresa debe inspirar confianza y proyectar una imagen responsable y seria.

Debe tener en cuenta estas recomendaciones:

- \_ El nombre de la empresa debe ser notable y distinguido.
- \_ Debe lograr que los clientes potenciales lo recuerden fácilmente.

La marca es un nombre o símbolo como un logotipo o simplemente el diseño de un envase que identifica los productos o servicios.

Una vez establecido el nombre de la empresa y su marca, el profesor ha de explicar cuál es la misión y la visión para que los equipos puedan describir la suya propia.

La misión es la razón de ser y de hacer de quien la vive. Enunciado en términos de lo que se hace hacia los demás. La declaración de la misión contesta a la pregunta, “¿Cuál es nuestro negocio?”. Las empresas no viven para sí mismas, sólo son medios u órganos sociales que pretenden la realización de una tarea social.

La visión es la capacidad de ver más allá (en tiempo y espacio), lo que significa visualizar (mirar con los ojos de la imaginación) en términos de lo que se pretende alcanzar o llegar a ser. La visión contesta a la pregunta: “¿Qué queremos ser?”

Una vez terminada la parte teórica, los alumnos se sientan en equipos y deben proceder a elegir el nombre de la empresa, la marca y su misión y visión. Todo ellos se harán con la ayuda del profesor.

### **Sesión 5: Modelo CANVAS: Propuesta de valor y segmento de clientes**

Al inicio de esta sesión, cada equipo debe de elegir un portavoz que salga al frente de la clase y explique cuál es el nombre de su empresa y la marca y como han llegado a esa conclusión.

Una vez explicado el nombre y la marca deberán explicar su misión y su visión para que la clase puede dar un feedback y de esta manera poder validar las conclusiones a las que han llegado o, en caso contrario, mejorar la definición previamente elegida.

Cuando ya han salido todos los grupos el profesor explica que es el modelo de negocio CANVAS y se centra en los dos primeros puntos a tratar que son la propuesta de valor y el segmento de clientes al cual va destinado su producto o servicio.

El modelo de negocio Canvas es una herramienta que vio la luz en el año 2010 gracias al libro “*Generación de modelos de negocio*” (Business Model Generation) escrito por Alex Osterwalder e Yves Pigneur.

El **Canvas** es una plantilla de gestión estratégica para el desarrollo de nuevos modelos de negocio o documentar los ya existentes. Es un gráfico visual con elementos que describen propuestas de productos o de valor de la empresa, la infraestructura (actividades clave, recursos clave y red de socios), los clientes y las finanzas.

Figura 3. CANVAS



Fuente: [advenio.es/business-model-canvas-en-espanol/](http://advenio.es/business-model-canvas-en-espanol/)

En la primera sesión se va a trabajar la propuesta de valor y el segmento de clientes.

**La propuesta de valor** es el punto fundamental y de partida del modelo CANVAS. La propuesta de valor de una empresa es lo que la distingue de sus competidores aportando una visión diferenciadora o solucionando un problema, que hasta el momento estaba sin resolver.

La propuesta de valor, también conocida como propuesta única de valor, debe definir los productos o servicios que ofrecemos a un segmento de clientes, pero no destacando

sus características sino haciendo hincapié en los beneficio que les aportamos a nuestros clientes, y en los factores que nos diferencian de la competencia.

**El segmento de clientes** es a quien va dirigido nuestro producto a servicio. Si es la primera vez que hacemos el modelo de negocio es normal que no tengamos claro cuál será nuestra audiencia. Ciertamente es que hemos detectado un problema en un grupo más o menos grande de personas, pero no deja de ser una hipótesis. Además la solución que proponemos puede que no les interese o incluso que sea del interés de otro tipo de audiencia totalmente diferente.

A la hora de identificar nuestros posibles clientes debemos estudiar las propuestas similares que ya se encuentran en el mercado, resegmentar mercados existentes y buscar nuevos nichos. Todas estas opciones nos pueden ayudar a estimar a qué segmentos podemos interesar y cuáles nos pueden interesar a nosotros. Evidentemente no vale de nada encontrar una audiencia que tiene el problema pero que no tiene poder adquisitivo para comprar nuestra solución, en este caso o seguimos buscando otros segmentos o reevaluamos nuestra propuesta de valor y nuestra estructura de costes para adaptarnos y quizá crear un producto o servicio a un precio inferior.

En esta fase de identificación de clientes potenciales podemos caer en el error de pensar que nuestro producto es tan bueno que le interesa a todo el mundo, es decir, enfocarnos al mercado de masas. No es que nuestro producto no tenga la capacidad y el recorrido para alcanzar a las masas, pero cuanto más amplia sea nuestra audiencia objetiva más alejamos nuestro foco y más difícil será dar con un modelo viable.

Lo esencial es localizar uno o más nichos que podamos agrupar según características comunes, si escogemos varios nichos seguramente será necesario contar con una propuesta de valor adaptada para cada uno. Aunque el nicho de mercado pueda ser muy amplio siempre están los llamados early adopters que serán las primeras personas interesadas en comprar el producto y de esta manera podemos testear si resuelve sus necesidades o no.

Una vez terminada toda la explicación los alumnos deberán ponerse a trabajar en equipos para establecer cuál es su propuesta de valor y su segmento de clientes.

## **Sesión 6: Relación con clientes y canales**

Como al inicio de cada clase, un miembro del equipo (cada día uno) sale a exponer las conclusiones del último día. En este caso hicieron una presentación en powerpoint donde debía aparecer el nombre de la empresa y el logo para que la gente se fuese familiarizando y explicaron cuáles eran sus propuestas de actuación y el segmento de clientes al cual van dirigidos.

Tras la exposición de todos los equipos se procede a explicar que son las relaciones con sus clientes y sus canales de distribución.

Es importante mantener una buena **relación con el cliente** para poder retenerle e incentivar la re-compra, conseguir atraer nuevos clientes por el boca a boca y para impulsar las ventas. Desde luego para que ello ocurra debes comprobar de qué modo se están satisfaciendo las necesidades del cliente y cómo puedes obtener sugerencias de mejora en, por ejemplo, poniendo un buzón de sugerencias en la web para recibir quejas y de este modo poder resolverlas para mejorar tu negocio y tu atención al cliente.

Existen diferentes tipos de relaciones que podemos establecer con segmentos específicos de clientes. Algunas de estas formas son las siguientes:

**Relación de asistencia personal.** Es la interacción entre el cliente y un dependiente que lo ayude en el proceso de ventas o post-compra; normalmente es en punto de venta, o a través de centros de atención telefónica, chat en línea, por correo, etcétera.

**Relación de asistencia personal dedicada.** Involucra asignar un responsable a la atención específica de un cliente. Normalmente se desarrolla a largo plazo y es muy frecuente en servicios de lujo, o en la administración de cuentas negocio a negocio.

**Relación de autoservicio.** Aquí la compañía no mantiene relación directa con los clientes. Sin embargo, debe proveer todos los medios necesarios para que los clientes se atiendan sin problemas.

**Relación automatizada.** Es automatizar procesos simulando una relación personal para crear valor en la atención a segmentos de clientes típicamente masivos. Por ejemplo, el sistema de recomendaciones personalizadas de Amazon o MercadoLibre.

**Comunidades.** Algunas compañías crean comunidades en las que buscan comunicarse y entender mejor a sus clientes potenciales y sus clientes actuales. Se fomenta que estos intercambien conocimientos y resuelvan problemas mutuamente.

**Co-creación.** Se trata de crear valor junto con los clientes, haciendo que estos participen en algunos procesos del ciclo de negocios. Por ejemplo, algunas tiendas virtuales te invitan a diseñar productos en línea y ganar una comisión por sus ventas. O por ejemplo, una tienda de libros puede invitar a que sus clientes escriban opiniones sobre los productos y así se crea valor para otros posibles lectores.

Con respecto a los canales de distribución, Para comunicarnos, y alcanzar y entregar nuestra propuesta de valor a nuestra audiencia podemos utilizar diversidad de canales diferentes.

Para poder identificar los mejores **canales de distribución** debemos responder a las siguientes preguntas: ¿Por qué canales prefieren mis clientes ser contactados? ¿Cómo

estamos contactando con ellos ahora? ¿Cuál es el canal que mejor funciona? ¿Cuál es el más eficiente-costes? ¿Cómo los integramos con la rutina de los clientes?

Al pensar en los clientes, vemos que no hay una regla definida sobre qué Canales utilizar, ya que a las personas les gusta interactuar con las empresas y con sus productos de formas muy diversas. Mientras que para algunos el trato personal es fundamental para otros, no es tan necesario como un buen servicio automatizado. Por ejemplo, algunos prefieren utilizar canales digitales y visitarán tu sitio web, tus redes sociales o buscarán realizar compras en línea; pero también hay quienes prefieren canales tradicionales, por lo que visitarán tu punto de venta para comprobar físicamente la calidad del producto o buscarán hacer pagos en efectivo.

Desde luego, se puede innovar y crear un canal completamente nuevo (como en su momento lo fue la creación de las redes sociales) o aprovechar uno que no se esté explotando. La innovación de un modelo de negocios puede venir de explotar un canal de distribución novedoso o exclusivo, pero definitivamente conviene que te informes acerca de los gustos y necesidades de tus clientes por ello, es fundamental la relación con los clientes. Cuanto más activa y cercana sea esta comunicación, más fácil será complacer sus necesidades y de esta manera la reputación que tiene tu empresa.

### **Sesión 7: Actividades clave, recursos clave y red de asociados**

En la séptima sesión se va a trabajar las actividades claves, los recursos claves y la red de asociados o socios clave.

Antes de comenzar con la teoría, los alumnos deben exponer a que conclusiones llegaron sobre la relación de los clientes y los medios de distribución de su empresa.

Una vez finalizado el profesor empezará con la clase de teoría haciendo una serie de preguntas a responder por los alumnos para que tengan más claro los conceptos.

Para poder entender que son las **actividades clave** podemos responder a estas preguntas:

¿Qué actividades clave se requieren realizar para poder hacer nuestra propuesta de valor? ¿Qué actividades clave requieren nuestros canales de distribución? ¿Qué actividades clave requiere la relación con el cliente? o ¿Qué actividades clave requiere las fuentes de ingreso?

En toda empresa existen unos procesos que serán los más importantes para el desempeño de su actividad. Estas actividades se pueden categorizar según los siguientes criterios:

Producción: diseño, desarrollo o entrega de un producto por ejemplo.

Solución de problemas: para empresas que requieran de soluciones a problemas individuales de los clientes.

Plataforma: si el modelo tiene como recurso clave una plataforma necesitará una serie de actividades clave para su desarrollo o gestión.

Los recursos claves son fundamentales ya que sin ellos no se podrían realizar las actividades clave. Para reflexionar sobre que recursos puede necesitar nuestra empresa se puede responder a las siguientes preguntas:

¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Qué recursos clave requieren nuestros canales de distribución? ¿Qué recursos clave requiere la relación con el cliente? o ¿Qué recursos clave requiere las fuentes de ingreso?

Los recursos utilizados dependerán de a qué se dedica la empresa, pero los más importantes se pueden categorizar según los siguientes criterios:

- Físicos: maquinarias, vehículos, edificios...
- Intelectuales: marcas, patentes, copyright...
- Humanos: dependiendo del modelo de negocio pueden ser necesarios recursos humanos clave en un área determinada.
- Financieros: efectivo, líneas de crédito, stock ...

Por ultimo están la red de asociados. Muchas veces una solo empresa no puede disponer de todos los recursos o no sabe cómo hacer alguna de las actividades clave y por ello necesita buscar aliados. Para establecer cuáles son los socios clave de nuestra empresa debemos responder a las siguientes preguntas:

¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Cuáles son los recursos claves que estamos adquiriendo de los socios? o ¿Cuáles son las actividades clave que hacen los socios?

Existen 3 factores que nos llevan a buscar socios:

- Optimización y economías de escala: las empresas no pueden proveerse de todo de forma interna, por lo que es necesario contar con proveedores para reducir costes.
- Reducción de riesgos: pueden ser necesarias alianzas estratégicas que nos permitan reducir la incertidumbre.
- Adquisición de recursos o actividades: las compañías no suelen tener todos los recursos necesarios ni pueden desarrollar todas las actividades de forma interna.

## Sesión 8: Estructura de costes y fuente de ingresos

En la octava sesión se trabajó uno de los puntos más fundamentales de modelo CANVAS. La estructura de costes y las fuentes de ingresos.

Primero se les explico que tipo de costes existen:

- **Costes fijos:** costes independientes al volumen de negocio.
- **Costes variables:** costes proporcionales al volumen de negocio.
- **Economías de escala:** crecimientos exponenciales de los ingresos reduciendo el coste por producto a mayor volumen.

Una vez explicados los tipos de costes se les dijo que la estructura de costes describe todos los gastos y pagos en los que se incurren al operar el modelo de negocio. Seguidamente los equipos con la ayuda de los profesores se encargaron de desglosar todos los costes que su producto debía soportar.

Con respecto a los ingresos se dijo que estos representan la forma en la que la empresa genera los ingresos para cada cliente. La obtención de ingresos puede ser de un solo pago o de un pago recurrente. La obtención de estos ingresos puede ser de distintas formas:

- **Venta:** es la más típica de las fuentes de ingresos. La compañía vende un producto a un cliente por el que recibirá un único pago.
- **Pago por uso:** se paga por el uso que se hace del servicio, mayor uso mayor pago.
- **Suscripción:** pago recurrente por usar un servicio.

Una vez hecha la explicación cada equipo tuvo que establecer cuál era el punto de equilibrio para poder poner un precio de venta que cubriese todos los costes y les aportase un beneficio. En este proceso también se vio cual iba a ser la forma de obtener los ingresos. La mayoría de proyectos lo hicieron por la venta directa pero hubo algún proyecto de servicios que fue por suscripción o por el pago por uso.

## Sesión 9: Puesta en marcha del producto

### VISIÓN GENERAL

Los jóvenes ponen en marcha la ejecución de su plan de negocios e inician la etapa de producción y ventas de su compañía. Se capacitan para llevar a cabo eficientemente el proceso de producción y para hacer ventas efectivas.

### OBJETIVOS

- \_ Trabajar en equipo para ejecutar el plan de negocios.
- \_ Capacitarse para fabricar su producto o servicio.
- \_ Aprender a vender.
- \_ Mantener registro de forma exacta.

A partir de esta sesión los jóvenes iniciarán la etapa más motivante e interesante del programa: la etapa de producción y ventas. Para ello se podrán en práctica todos los conocimientos adquiridos en las sesiones anteriores y se hará hincapié en las estrategias de marketing

### Producción

Para comenzar la etapa de producción, los alumnos llevaron a la clase todas las materias primas, materiales y herramientas requeridas para fabricar algunas unidades del producto (prototipos).

Por medio de un diagrama de flujo, ilustraron los pasos del proceso de producción. Se debe incluir el tiempo necesario en cada etapa del proceso, los puntos en donde se realizara un control de calidad y los miembros del equipo que serán responsable de todo el proceso.

Para la creación del producto se establecieron una serie de consejos a seguir:

- \_ Asignar un responsable en cada parte del proceso de producción, incluyendo el control de calidad en diferentes puntos.
- \_ El entrenamiento debe enfatizar la importancia de fabricar productos u ofrecer servicios de alta calidad y debe quedar claro que cada uno cumple una pequeña actividad, que contribuyen a lograrlo.
- \_ Invitar a los participantes continuamente como mejorar el proceso.

## **Entrenamiento en ventas y publicidad**

Hacer una gestión efectiva de ventas será la clave para el éxito de la compañía. El proceso de ventas se divide en cuatro partes:

**Entrenamiento en ventas:** un miembro de cada grupo debía salir para intentar vender su producto en un máximo de tres minutos a un alumno de otro equipo que ejercía el rol de cliente potencial. Una vez finalizado el entrenamiento recibía un feedback del resto de alumnos sobre cómo le habían visto y en que creían que había fallado.

**Publicidad y promociones:** Los estudiantes sentados por equipos debían crear carteles, gráficos y fotos para poder poner en los stands en la feria provincial para vender su producto y que pudiese ser más visible lo que venden. Para la siguiente clase debían crear un Powerpoint ya que se les iba a explicar que es el elevator pitch y necesitarían una presentación para poder exponer su servicio o producto.

### **Sesión 10: Elevator pitch**

Tras el entrenamiento en ventas de la última sesión, en la décima sesión se trabajó el elevator pitch.

El concepto elevator pitch se creó en el año 1980 por Philip B. Crosby y se hizo popular durante los años 1980 y 1990 en la educación de los negocios. El fin del elevator pitch es resumir la idea de negocio en un mensaje que llame la atención a alguien en pocos segundos o minutos.

En la última sesión, se trabajó en grupos y se les dijo que debían preparar un elevator pitch. Se les explico la teoría sobre que era el concepto y con la información recogida en el modelo canvas se tuvieron que centrar principalmente en el segmento de clientes, la propuesta de valor y las fuentes ingresos.

Una vez redactado todo, un miembro de cada equipo o el equipo al completo debían salir delante de todos sus compañeros y realizarlo con la idea de recibir un feedback por parte de sus compañeros de aula.

Para tener una primera toma de contacto con clientes de fuera del colegio se le pidió a cada equipo que grabasen un video donde ellos considerasen que era mejor y lo colgasen en Facebook. El equipo que más likes consiguió en 24 horas recibió 2 puntos extra para la valoración de su proyecto en la feria interna de los colegios.

### 3.3 Supervisión

Una vez que los profesores de las distintas escuelas y colegios recibieron la formación, comenzó su trabajo en sus respectivas aulas. Semana a semana fueron avanzando por los módulos como se les explico en las capacitaciones.

La Unidad de emprendimiento de la PUCESE fue la encargada de supervisar el proyecto. Para ello se contrató a un alumno de la Universidad Politécnica de Valencia cuya función principal fue dar seguimiento y apoyo a los docentes de las distintas escuelas y la resolución de problemas estratégicos que surgían conforme avanzaba el proyecto.

En el mes de julio se elaboró un cronograma de supervisión. Cada semana se visitaba a los colegios de 1 provincia y el resto de días se supervisaba la evolución en los colegios y escuelas de Esmeraldas. Cada 3 semanas se cerraba el ciclo ya que la primera semana se visitaba Rioverde y San Lorenzo, la segunda semana los colegios de Quinde y la tercera Atacames y Muisne. Gracias a esta planificación se pudo visitar cada colegio y escuela tres veces durante el proyecto y se hizo un mayor seguimiento a los colegios pertenecientes a la provincia de Esmeraldas.

En las visitas, el encargado de supervisión, se reunía con el profesor para establecer cuáles eran las necesidades de sus alumnos para continuar con los proyectos y cuál había sido el feedback de la clase con respecto al proyecto. Una vez que se conocía la situación de los estudiantes se procedía a actuar dependiendo de las necesidades. En algunos colegios se motivaba al profesor y se les enseñaba alguna dinámica para motivar a los alumnos y con eso era suficiente. En otros colegios se reunía a los alumnos y se le daba una charla de motivación que en muchos casos hacía falta y en otros casos donde el proyecto estaba más parado se entraba al aula y se les daba una clase conjunta, con el profesor titular, y mediante dinámicas se motivaba a los alumnos para que continuasen con el proyecto.

Este seguimiento o supervisión fue fundamental para la consecución de los objetivos. Como se comentó al inicio, una de las características de los emprendimientos en Ecuador y especialmente en Esmeraldas, era que había muchos emprendedores nacieses pero que pronto dejaban de estar motivados y abandonaban. Estas visitas cada 3 semanas fueron totalmente necesarias para que muchos colegios no abandonasen el proyecto.

Tras el proceso de supervisión se consiguió que todos los colegios que habían recibido formación en los meses de Junio y Julio participasen con la excepción del colegio de Eloy y Alfaro ya que logísticamente era imposible acudir ya que era un colegio nocturno.

### 3.4 La Feria

Tras la difusión, la formación a los docentes y la supervisión, todos los resultados se vieron reflejados en una feria a nivel provincial que se celebró los días 13 y 14 de noviembre en el recinto ferial de Esmeraldas.

Previo a la feria provincial se celebró en los distintos colegios una feria interna para seleccionar los mejores emprendimientos, los cuales representaron a sus colegios en el recinto ferial de Esmeraldas.

*Foto 4: Alumnas del Colegio Estrella de Mar.*



*Fuente: Elaboración propia.*

La feria de emprendimiento coincidió con la feria agrícola por lo que el número de personas del evento fue mucho mayor del esperado. Al haber otro evento en los mismos días, el recinto ferial se dividió en 2 zonas. En la primera se situaron las personas que iban a la feria agrícola y en la segunda se situaron las carpas de emprendimiento.

A su vez, la zona de emprendimiento quedó dividida en 2 áreas. Las escuelas por una parte y los proyectos de los colegios, por la otra.

Con respecto a las escuelas, se dividió el número de escuelas participantes y unas expusieron sus proyectos el día 13 y las otras el día 14. Para que los alumnos no se cansaran fueron varios alumnos y fueron cambiándose de 2 en 2 dejando siempre al profesor del colegio organizando el stand.

En los colegios la distribución fue distinta. En las ferias internas de cada colegio se seleccionaron los dos mejores proyectos y estos fueron los encargados de representar al colegio o a la provincia en la feria, acudiendo cada día un proyecto. Al igual que en las

escuelas, los alumnos fueron rotando con el fin de no cansarlos tanto y que pudiesen explicar sus ideas de una manera más dinámica.

La duración del evento era de 10 de la mañana a 5 de la tarde con una parada para comer de 12:30 a 14:30. Los alumnos llegaban en torno a las 08:00 de la mañana para preparar su stand, sus productos y ellos mismos para poder dar buena imagen con el fin de vender más productos. A las 12:30 se abría la hora de comer que corría a parte de la organización. En un gran salón al aire libre los emprendedores y profesores podían recoger su comida, entregando un ticket que previamente se había repartido, y comer hasta las 14:30. Una vez finalizada volvían a los stands hasta las 17:00.

Durante todo el día los interesados podían ir visitando los distintos puestos para ver que se exponía en ellos. A lo largo del día 3 jueces se fueron pasando por los stands y evaluando los proyectos de cada equipo de emprendedores. A las 16:00 se procedía a la entrega de premios y agradecer la asistencia a todos los participantes. A las 17:00 volvían a sus respectivas ciudades con transporte que se facilitó desde la organización para que pudiesen asistir al evento.

La distribución de los stands es el que figura en la tabla siguiente:

| <b>Cantones</b> | <b>Colegios</b>                                     | <b>Descripción</b>                   | <b>Número emprendimientos</b> |
|-----------------|---|--------------------------------------|-------------------------------|
| San Lorenzo     | Unidad Educativa Fiscomisional San Lorenzo          | Cargador / Agroindustria             | 2                             |
| Rioverde        | Unidad Educativa Rioverde                           | Revalorización cultural              | 1                             |
| Atacames        | Unidad Educativa Fiscomisional Estrella de Mar      | Agroindustria                        | 1                             |
|                 | Colegio Técnico Nacional Atacames                   | Robotica/Mecánica                    | 4                             |
| Muisne          | Colegio Técnico Agropecuario Alfredo Pérez Guerrero | Agrícola                             | 1                             |
|                 | Unidad Educativa San Luis Gonzaga                   | Reciclaje, Decoración                | 2                             |
| Quinindé        | Colegio Agropecuario Quinindé                       | Agroindustria y tecnología           | 2                             |
| Esmeraldas      | Instituto Tecnológico Superior Luis Tello           | Mecánica/ Electrica                  | 2                             |
|                 | Colegio Monseñor Angel Barbizotti                   | Mecánica/Carpintería                 | 2                             |
|                 | Colegio Sagrado Corazón                             | Reciclaje, agroalimentos, tecnología | 5                             |
|                 | Unidad Educativa Don Bosco                          | Reciclaje, Alimentos, tecnología     | 4                             |
|                 | Unidad Educativa La Inmaculada                      | Reciclaje, Alimentos, tecnología     | 3                             |

*Tabla 10. Distribución de stands colegios.*

| Escuelas               | Descripción               | Número emprendimientos |
|------------------------|---------------------------|------------------------|
| Mi Segundo Hogar       | Material lúdico reciclado | 1                      |
| Diosa Villagomez       | Reciclado                 | 1                      |
| Liceo Naval            | Manualidades coco         | 1                      |
| Hispano América        | Reciclado                 | 1                      |
| Roberto Luis Cervantes | Reciclado                 | 1                      |
| Inmaculada             | Reciclado/tecnología      | 1                      |
| Don Bosco              | Frutas                    | 1                      |

*Tabla 11. Distribución de stands escuelas.*

### 3.5 Proyectos ganadores

Entre los proyectos de las escuelas no se hizo una selección, ya que el número de escuelas participantes no fue grande y el fin del proyecto no era competir, si no aprender a trabajar en equipo desde una edad muy temprana.

En los colegios se premió a los 3 mejores proyectos de cada día. La clasificación término de la siguiente manera:

#### 13/11/2015

Primer lugar al emprendimiento “Proalqui” del Colegio de Bachillerato Fiscal Quinindé, que mostró productos como son: mermelada de calabazo, bizcocho de chía, suero de sabores, pan de zapallo y chía, maguey y cacao.

*Foto 5: Primer lugar al emprendimiento “Proalqui”*



*Fuente: Elaboración propia.*

Segundo lugar al emprendimiento “Cargador Solar” de la Unidad Educativa Fiscomisional San Lorenzo, quienes mostraron un dispositivo de recarga para dispositivos electrónico con energía fotovoltaica.

*Foto 6: Segundo lugar al emprendimiento “Cargador solar”*



*Fuente: Elaboración propia.*

*Foto 7: Segundo lugar al emprendimiento “Cargador solar”*



*Fuente: Elaboración propia.*

Tercer lugar al emprendimiento “Bambú” de la Unidad Educativa Fiscomisional Estrella del Mar, en donde nos muestra su producto novedoso e innovador, al elaborar productos en bambú.

*Foto 8: Tercer lugar al emprendimiento “Bambú”*



*Fuente: Elaboración propia.*

**14/11/2015**

Primer lugar al emprendimiento “Natural Scent” del Colegio de Bachillerato Fiscomisional Sagrado Corazón, quienes mostraron velas con aromas y diseños personalizados.

*Foto 9: Primer lugar al emprendimiento “Natural Scent”*



*Fuente: Elaboración propia.*

Segundo lugar al emprendimiento “Energía Alternativa” del Colegio de Bachillerato Fiscal Quinindé, en donde nos mostró un producto innovador, que servía para soldar hierro con energía alternativa.

*Foto 10: Segundo lugar al emprendimiento “Energía alternativa”*



*Fuente: Elaboración propia.*

Tercer lugar al emprendimiento “Las Delicias” de la Unidad Educativa Rioverde, quienes mostraron comida típica esmeraldeña.

*Foto 11: Tercer lugar al emprendimiento “Las delicias”*



*Fuente: Elaboración propia.*

Foto 12: Tercer lugar al emprendimiento “Las delicias”



Fuente: Elaboración propia.

## Capítulo 4: Conclusiones y propuesta de actuación

Una vez concluido el proyecto de Fomento a la cultura emprendedora en niños, niñas y jóvenes de la provincia de Esmeraldas las conclusiones que se pueden extraer son las siguientes:

### Gran involucración de los voluntarios y profesores con respecto a otros años

La involucración de los alumnos de las escuelas de administración y contabilidad fue mucho mayor que otros años ya que en esta edición se convalidó sus horas de formación por créditos en las escuelas. Con este incentivo un gran número de estudiantes participó del proyecto formando a cientos de alumnos.

Al existir la asignatura de emprendimiento y gestión desde hacía recientemente poco tiempo, los profesores no tenían los suficientes conocimientos para impartirla y es por ello por lo que la formación impartida desde la PUCESE les ayudó a organizar su esquema del curso y todo el apoyo que se les brindó en la supervisión semanal les resolvió todas las dudas que les iban surgiendo.

### Repercusión en los medios (periódico)

El evento de la feria provincial tuvo eco en los medios de comunicaciones locales. El alcalde y su equipo directivo acudieron al evento y se contó con un jurado excepcional para valorar quienes debían ser los ganadores.

En la foto, de izquierda a derecha, aparece la directora de la unidad de emprendimiento, seguido de los 3 miembros del jurado y la jefa de emprendimiento del gobierno provincial y por último los 2 alumnos de la Universidad Politécnica de Valencia que colaboraron en el proyecto.

*Foto 13: Equipo del proyecto.*



*Fuente: Elaboración propia.*

Los alumnos vieron cómo podían vender sus propios productos y conseguir un medio de vida

Con respecto a los alumnos, estos vieron como sus proyectos emprendedores escolares se podían convertir en su proyecto de vida.

Hubo equipos que lograron vender productos por un total de 600 euros durante la feria mientras, que el sueldo mínimo interprofesional en Ecuador es de 340 euros.

Muchos de los proyectos que participaron a nivel provincial crearon su propia marca y continuaron trabajando en la idea una vez finalizada la formación y la feria provincial.

Se demostró que en la provincia de esmeraldas hay ganas de emprender, pero falta perseverancia, como se comentó al principio que era una de las características principales de los emprendedores en estas provincias.

Falta de tecnología e innovación, pero resolvieron problemas cotidianos

Al ser familias muy humildes en una provincia de las más pobres de Ecuador, el acceso a la tecnología era muy limitado por lo que no se consiguieron productos finales muy innovadores como para poder llegar a Quito o Guayaquil.

En cambio, sí que se consiguió lo que se pretendía que era dar soluciones a los problemas cotidianos de su entorno y su día a día como por ejemplo la cantidad de naranjas que se desperdician. Por ello un equipo analizó las naranjas y extrajo la pulpa para hacer zumos con el fin de congelarlos y que durasen más meses y con las cascarras creó mermeladas y pienso para alimentar al ganado.

### Problemas con los tres actores de coordinación

Al ser el primer año que se trabajaba en conjunto con otros 2 actores la organización no fue la mejor posible. Hubo un problema de solapamiento ya que muchas actividades o visitas se realizaron más de una vez mientras que por la falta de comunicación también, se omitieron algunas actividades necesarias lo que desencadenó en el enfado de varias escuelas y colegios.

### Más necesidad de becas

Para conseguir una mayor participación faltaron más becas universitarias ya que, un gran incentivo, para la gente sin recursos, era poder conseguir ayudas para que los alumnos de los colegios pudiesen formarse en alguna carrera universitaria.

A pesar de haber varias cosas que mejorar, los resultados del proyecto fueron muy positivos. Es por ello, que una vez finalizado y con la metodología consolidada se planteó la posibilidad de hacer una prueba piloto en Valencia.

Al igual que en Ecuador, en España las cifras de personas que viven en riesgo de pobreza o de exclusión social es muy elevada.

Según datos de Save the Children, en España hay 8.314.217 niños y niñas de los cuales 2.860.091 (34.4%) viven en riesgo de pobreza o exclusión social por ello, se consideró que el proyecto podía beneficiar a un gran número de personas.

Lo primero que se hizo fue estudiar el mercado objetivo al que podía dirigirse el curso para ver si existía un mercado en potencia.

En la provincia de Valencia hay 43 colegios de educación infantil y primaria mientras que a nivel de la Comunidad Valenciana hay 80. El estudio se centró en este tipo de colegios, ya que muchos de ellos cuentan con un gran número de personas en riesgo de exclusión social.

Con todos estos datos se procedió a hablar con la ONG Cooperación Internacional que se dedica a proyectos de educación en colegios donde hay alumnos en situación de vulnerabilidad social.

Tras informarles del curso se mostraron muy interesados en aplicarlo en los colegios con los que trabajan pero su público objetivo son alumnos de 3º a 6º de primaria por lo que había que reformular la metodología.

Al analizar los centros con los que se quería trabajar, se llegó a la conclusión de que no existe otro programa similar en la Comunidad Valencia destinado a estos colegios y a esas edades específicas. A pesar de no existir cursos como estos, los directores de los CEIP (colegios de educación infantil y primaria), profesores y padres de alumnos, están de acuerdo en la necesidad de impartir esta formación complementaria para dar una solución social a un nicho de mercado casi abandonado por los formadores externos.

El objetivo general del curso es empoderar a los alumnos y alumnas para poder fomentar las capacidades emprendedoras y las habilidades sociales para poder afrontar un futuro poco esperanzador para muchos de ellos.

Los objetivos específicos son el de dar respuesta a un problema social en la educación y trabajar con un segmento de la población que está desfavorecido a nivel económico y excluido socialmente.

El curso se divide en 10 sesiones de hora y media que se impartirán a lo largo de 2 meses.

En las clases se trabajarán los siguientes conceptos:

- Sesión 1: Autoconocimiento
- Sesión 2: Autocontrol y automotivación
- Sesión 3: Empatía
- Sesión 4: Habilidades sociales
- Sesión 5: Asertividad
- Sesión 6: Proactividad
- Sesión 7: Trabajo en equipo
- Sesión 8: Confianza
- Sesión 9: Capacidad creadora
- Sesión 10: Reconocer las necesidades del entorno

Se va a formar a los estudiantes en los principios de la inteligencia emocional trabajando otros conceptos fundamentales como el de reconocer las necesidades del entorno para poder identificar los problemas que les rodean y poder crear propuestas de actuación para dar solución a sus problemas cotidianos.

Las clases serán esencialmente prácticas para que los alumnos se sientan protagonistas del proceso y así puedan hacer suyas todas las conclusiones derivadas de las dinámicas en el aula.

Como se puede observar, este proyecto es innovador ya que los colegios con los que trabaja son centros especiales, con gente con necesidades muy básicas y la metodología es muy proactiva y adecuada a su situación personal y social, lo que hace que aparte de

ser un curso práctico en el aula, también lo es en su entorno, lo cual resuelve uno de los grandes problemas de la educación hoy en día, que es conseguir llevar a la práctica del día a día los conceptos impartidos en el aula.

Las necesidades que resuelve son esencialmente sociales, empoderando a los alumnos para poder adquirir las herramientas necesarias que les hagan competitivos frente a los otros alumnos de sus edades.

Una vez consolidado este proyecto diferenciador, se podrá impartir en otros centros similares consiguiendo una ventaja competitiva con respecto al resto de cursos en valores que se fomentan en la Comunidad Valenciana.

Podemos concluir diciendo que además de ser un curso innovador y que resuelve unas necesidades latentes, también tiene un gran potencial de desarrollo empresarial pudiendo convertirse en un curso de referencia por los CEIP.

## Bibliografía

Acs, Z.J. y J.E. Amorós (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31 (3), 305-322

Arregocés, A (2011). Emprendimiento en constante evolución. [Emprendurismoo.blogspot.com](http://Emprendurismoo.blogspot.com)

Benitez, R (2014). El desarrollo de los emprendimientos urbanos y sus implicaciones, en las provincias Esmeraldas y Manabí. San Gregorio, 24-27  
Concepto y definición de emprendimiento y emprendedor, <http://wikispaces.com>

Diccionario Etimológico de la lengua Castellana de Joan Corominas

Estrategia AFLATOUN 2011-2015. Artículo 29

Hirschman, A (1958). *The strategy of economic development*. Yale University press, New haven.

Martin, T (2013). ¿Quién fue el primer emprendedor? Editorial Proe

Real Academia de la Lengua Española

Reynolds, P., M. Hayand y S.M. Camp (1999). *Global Entrepreneurship Monitor, 1999 Executive Report*, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.

Save the Children. Riesgo de pobreza o exclusion social.  
[www.savethechildren.es/barometro-infancia/aropec](http://www.savethechildren.es/barometro-infancia/aropec)

Strangler, D. (2014) *In search of a second act: The challenges and advantages of Senior Entrepreneurship*. Ewing Marion Kauffman Foundation.

UN(2014). *The road to Dignity by 2030. Ending poverty, transforming all lives and protecting the planet. Synthesis report of the secretary-General on the post-2015 sustainable development agenda*. United Nations: New York.  
<http://www.un.org/ga/search/>

Van Stel, A., M. Carre and R.thurik (2005). "the effect of entrepreneurial activity on national economic growth." *Small Business Economics*, 24(3), 311-321

Wilson, A (2015). *Emprendimiento en Ecuador*. Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador.