

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POST GRADO Y EDUCACIÓN
CONTINUA**



TESIS

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGISTER EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“UNIDADES DE NEGOCIO COMO FUENTE DE
EMPRENDIMIENTO Y SU INCIDENCIA EN LAS
PRÁCTICAS PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE
LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE
BABAHOYO”**

EGRESADA:

ING. COM. LORENA MUÑOZ OVIEDO

ASESOR:

CPA. JULIO MORA ARISTEGA, Msc

AÑO: 2013

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POST GRADO Y EDUCACIÓN
CONTINUA**



TESIS

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGISTER EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“UNIDADES DE NEGOCIO COMO FUENTE DE
EMPRENDIMIENTO Y SU INCIDENCIA EN LAS
PRÁCTICAS PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE
LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE
BABAHOYO”**

EGRESADA:

ING. COM. LORENA MUÑOZ OVIEDO

ASESOR:

CPA. JULIO MORA ARISTEGA, Msc

AÑO: 2013

CERTIFICACIÓN

El suscrito certifica que la Tesis para la Obtención del Grado Académico de Magister en Administración de Empresas, titulada **“UNIDADES DE NEGOCIO COMO FUENTE DE EMPRENDIMIENTO Y SU INCIDENCIA EN LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE ADMNISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO”** de Ing. Com. Lorena Isabel Muñoz Oviedo ha sido revisada en todos sus componentes por lo que se autoriza su presentación formal ante el tribunal respectivo.

CPA. Julio Ernesto Mora Aristega, Msc

DIRECTOR

AUTORÍA

La investigación, resultados, discusiones, conclusiones y recomendaciones presentadas en la presente Tesis de Magister en Administración de Empresas son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Ing. Com. Lorena Isabel Muñoz Oviedo

DEDICATORIA

La presente investigación se la dedico a todas las personas que han hecho posible este trabajo.

A mi tutor de la maestría que con sus sabias y esmeradas aportaciones ha contribuido a la conclusión de este trabajo de investigación.

A mi familia y en especial a mi hijo Ricardo Félix Sarmiento Muñoz que representa el impulso de mi vida, y con el ejemplo de su madre siga adelante en sus estudios.

Ing. Com. Lorena Isabel Muñoz Oviedo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme culminar esta nueva meta personal y profesional, a la Universidad Técnica de Babahoyo, al personal administrativo del Centro de Posgrado de la UTB, y especialmente a su Director por el apoyo, durante los diferentes procesos de la tesis.

Un sincero agradecimiento a mi amigo y tutor CPA. Julio Ernesto Mora Aristega, Msc., por su apoyo tanto en el proyecto como en la elaboración de este trabajo de investigación, por su desinteresada y esmerada ayuda, gracias por ayudarme a concluir con éxito la tesis y por ser un gran maestro del cual he aprendido muchísimo.

Ing. Com. Lorena Isabel Muñoz Oviedo

PRÓLOGO

Esta tesis presenta el análisis de la problemática que enfrentan los estudiantes en etapa de realizar sus pasantías o prácticas profesionales y la utilidad que representa para la creación de Unidades de Negocio como fuente de emprendimiento en la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo

En el desarrollo de los capítulos se encontrará una descripción de como las Unidades de Negocio como fuente de emprendimiento pueden mejorar la experiencia de las pasantías o prácticas profesionales y encaminar al estudiante en el emprendimiento en su propio perfil profesional.

La motivación principal para seleccionar este tema, está dada por la necesidad existente de tener estudiantes en proceso de pasantías o prácticas que no están realizando las mismas en sus perfiles profesionales, lo que produce que el estudiante no se encuentre en una condiciones de consolidar su perfil profesional y a su vez proyectarse en un negocio donde poder cumplir objetivos personales, profesionales que es la aspiración de todo profesional egresado, por tanto se presenta una propuesta ágil para generar una gestión oportuna y acorde a las necesidades que en la actualidad son de importancia en la educación en todos sus niveles, esto es formar personas con una perspectiva emprendedora con la cual se formen empresas que mejoren la calidad de vida y contribuyan a los objetivos nacionales que es cambiar la matriz productiva del país, que es formar el talento

humano en lo técnico y científico, con proyección local, regional, nacional e internacional.

Esta investigación está basada en la importancia que tiene que los estudiantes adquieran una experiencia basada en sus perfiles profesionales que los ubiquen en mercado laboral como generadores de emprendimiento a un mediano y largo plazo como empresarios creadores de riqueza, por lo tanto es de suma importancia tener todo el apoyo de parte administrativa, siendo favorable el levantamiento de información desde el punto de vista de los involucrados: Decano, Subdecano estudiantes, Directores de la Unidad de Servicios a la Comunidad, y demás personas involucradas en la educación superior, contribuyendo de esta forma a mejorar la calidad de las pasantías o prácticas profesionales encaminadas a consolidar el perfil profesional del egresado.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis condensa en su contenido una clara visión de la problemática sobre el proceso de pasantías o prácticas profesionales de los estudiantes, los mismos que no la están realizando en sus respectivos perfiles profesionales, y que ocurre por no existir una oferta de empresas suficientes para cubrir la cantidad de estudiantes en el proceso de realizarlas.

Es de importancia que el egresado de una carrera profesional el tener una formación y desarrollo práctico en el área en la cual se va a desempeñar como un profesional, y que mejor que hacerlo en un escenario real, y; que a través de ello

visualice una oportunidad de desarrollar mejor su aptitudes mentales relacionadas con su perfil.

Dentro de los principales problemas detallados en el documento de trabajo que aquí se presenta se pueden identificar: Que los estudiantes no se encuentran realizando sus pasantías o prácticas profesionales en su perfil, el tiempo para realizarlas suele prolongarse por no encontrarse un banco suficientes de empresas en las cuales realizar las pasantías o prácticas, no se realizan las pasantías con una proyección de obtener una visión de emprendimiento en la carrera a concluir, lo que resulta en que el profesional egresado no empiece un negocio sino busque empleo que en la gran mayoría resulta poco práctico por ser la oferta laboral muy escasa para la cantidad de profesionales egresados.

EXECUTIVE SUMMARY

This thesis condenses in content a clear view of the problem on the process of internships or work experience for students, the same as not being made in their respective professional profiles, and happens not to be a sufficient supply companies to cover the amount of students in the process of conducting.

It is important that the graduate of a professional career have training and practical development in the area in which they will play like a professional, and what better to do on a real stage, and; that through this visualize a better opportunity to develop their mental skills related to their profile.

Among the main problems outlined in the working paper presented here can be identified: Students are not doing their internships or work experience in their profile, time to perform them usually lasts for not being one sufficient bank companies which perform internships or practical internships are not projecting get a glimpse of entrepreneurship in the race to conclude, resulting in the graduate professional not start a business but seeking employment in the vast majority is little practical for being the very low labor market in number of graduates professionals.

ÍNDICE

CARATULA	
COPIA DE LA CARATULA	i
CERTIFICACIÓN	iii
AUTORÍA.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
PRÓLOGO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ÍNDICE	xi
1. INTRODUCCIÓN	1
2. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN	2
3. MARCO CONTEXTUAL	2
3.1. Marco Internacional	2
3.2 Marco nacional.....	8
3.3 Marco Provincial.....	10
3.2. Marco Institucional	11
4. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	11
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
5.1. Problema General.....	13
5.2 Problemas Derivados:	13
6. DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN	14
6.1 Temporal	14
6.2 Espacial	14

6.3	Unidades de observación	15
7.	JUSTIFICACIÓN	15
8.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
8.1	OBJETIVO GENERAL.....	17
8.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	18
9	MARCO TEÓRICO.....	18
9.1	MARCO CONCEPTUAL.....	18
9.2	Marco referencial sobre la problemática de investigación.....	22
9.3	Postura teórica.....	41
10.1.	HIPÓTESIS GENERAL	42
10.2	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:.....	43
11.	RESUTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
11.1.	Pruebas estadísticas aplicadas en la verificación de la hipótesis.	43
11.2.	Análisis e interpretación de datos	44
11.3.	Conclusiones y recomendaciones generales y específicas acerca de los resultados de la investigación	58
11.3.1.	Conclusiones:.....	58
11.3.2.	Recomendaciones:	59
12.	PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS	60
12.1.	Alternativa obtenida.....	60
12.2.	Alcance de la alternativa	60
12.2.1.	Propósito	60
12.2.2.	Aspectos que cubre	61
12.2.3.	Alcance de solución	61
12.3.	Aspectos básicos de la alternativa.....	62
12.3.1.	Antecedentes	62

12.3.2.	Planteamiento de la propuesta.....	63
12.3.3.	Objetivos	63
12.3.3.2.	Objetivos específicos	63
12.3.4.	Estructura General de la propuesta	64
12.4.	Resultados esperados de la alternativa.....	69
13.	BIBLIOGRAFÍA	71
14.	Anexos	78
Lcdo. Teodoro Flores Carpio Ms.....	¡Error! Marcador no definido.	
Decano FAFI 2013.....	¡Error! Marcador no definido.	
Lcdo. Teodoro Flores Carpio Ms.....		80
Decano FAFI 2013.....		80
Entrevista Ing. Com. Lorena Muñoz Oviedo		80
Entrevista Ing. Com. Lorena Muñoz Oviedo		82

INDICE DE TABLAS, CUADROS Y GRÁFICOS

Cuadro N° 1: Unidades de negocios.	44
Cuadro N° 2: Calificación de pasantías o prácticas pre-profesionales	45
Cuadro N° 3: Competencias profesionales.	46
Cuadro N° 4: Proceso de pasantías.	47
Cuadro N° 5: Opciones de pasantías o prácticas pre-profesionales.....	48
Cuadro N° 6: Ofertas de empresas.....	49
Cuadro N° 7: Tiempo en el proceso de pasantías.	50
Cuadro N° 8: Oportunidades dentro del perfil.	51
Cuadro N° 9: Emprendimiento como fuente de prácticas pre-profesionales.....	52
Cuadro N° 10: Las unidades de negocio como opción rentable.	53

1. INTRODUCCIÓN

La Constitución del Ecuador en el Art. 350, determina que “El Sistema de Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional, la investigación científica y tecnológica, la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas, la construcción de soluciones para los problemas del país”.

Por lo expuesto anteriormente es urgente que los estudiantes universitarios en su último ciclo de estudios realicen prácticas donde sus conocimientos sean manifiestos ante la comunidad universitaria y la sociedad, en demostración de que la educación que recibieron es un aporte positivo, real y práctico con el cual aportarán soluciones a los problemas detectados en sus comunidades, cantones y región.

En el siguiente documento se determina directrices de planificación a fin de encontrar las posibles soluciones a la problemática que en estos momentos se da en el área de Servicios a la Comunidad, con respecto a las pasantías que debe realizar el estudiante como requisito previo a la graduación de su carrera en la Universidad Técnica de Babahoyo en la Facultad de Administración Finanzas e Informática, en sus diferentes escuelas de Sistemas y Tecnologías, Administración de Empresas y Gestión Empresarial, Contaduría, Auditoría y Finanzas.

Debido a la creciente cantidad de estudiantes en el proceso de cumplir con este requisito para su graduación, y; a la insuficiente cantidad entidades de donde

realizar una introducción real y a fin a las carreras de los egresados se hace necesario buscar otras alternativas de solución para estos estudiantes y su acorde inserción en el campo laboral.

2. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

“Unidades de negocio como fuente de emprendimiento y su incidencia en las prácticas profesionales de los estudiantes de la FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO”

3. MARCO CONTEXTUAL

3.1. Marco Internacional

Aprender a emprender es clave en el mundo de hoy. Las experiencias de los países que han logrado un buen nivel de desarrollo con equidad social se basan en la creatividad y capacidad laboral de sus ciudadanos, sustentados en sistemas educativos y de formación de calidad; pero también en la capacidad para emprender, generar empresas, innovar desde los diversos ámbitos de la vida. Por ello, una de las principales capacidades y competencias que emerge y sobresale en estas experiencias de desarrollo es la del emprendimiento. (Contreras, 2011)

El Monitor Mundial de Emprendimiento, GEM (Global Entrepreneurship Monitor), por sus siglas en inglés, en su informe mundial del 2011 encontró un auge en el emprendimiento a nivel mundial –el número de emprendedores se acerca a los 400 millones en 54 países – con millones de nuevas contrataciones y

creaciones de plazas de trabajo en los próximos años. La décimo tercera encuesta anual de emprendimiento en primera etapa a nivel mundial, fue presentada el pasado 19 de enero en el Encuentro Anual GEM 2012, llevado a cabo en San Francisco, éste es el más grande estudio de su tipo.

GEM entrevistó a más de 140.000 adultos de 54 economías de diversas geografías y de diferentes niveles económicos. GEM estima que, de los empresarios comprometidos a iniciar y operar nuevos negocios en el 2011: 163 millones de emprendedores en fase inicial son mujeres; 165 millones de emprendedores en fase inicial son jóvenes (edades entre 18 y 25) o 69 millones de emprendedores en fase inicial están ofreciendo productos y servicios innovadores o 18 millones de emprendedores en primera etapa están vendiendo un 25% de sus productos y servicios a nivel internacional. Sólo ocho de las 54 economías — Panamá, Venezuela, Jamaica, Guatemala, Brasil, Tailandia, Suiza y Singapur — tienen igual participación de hombres y mujeres en emprendimiento. El resto de las economías muestran una menor participación de las mujeres, algunas tan bajo como en proporción de 1:10 (Pakistán). Los emprendedores en primera etapa suelen ser jóvenes o de mediana edad (25-44 años), aunque en muchas economías en desarrollo, hay una tendencia de empresarios más jóvenes. En Suiza y Japón, por su parte, emprendedores de más edad (44-54 años) son más frecuentes en lo que se refiere a emprendimiento. Negocios orientados al consumidor y de manufactura dominan a la hora de emprender en las etapas emergentes y en desarrollo. En comparación con los emprendedores de las economías emergentes, el cuádruple de muchos emprendedores de las economías maduras están realmente

involucrados en gran parte del sector del servicio de negocios, relacionados con el conocimiento intensivo. Una evaluación del impacto de la creación de empleo de los emprendedores en sus economías muestra que, aunque hay menos emprendedores en economías maduras, éstos son más propensos a tener altas proyecciones de crecimiento. Un conteo simple del número de emprendedores no lo dice todo.

Entre las economías en desarrollo, Chile, Perú, Sudáfrica y Polonia tienen un alto porcentaje de emprendedores con productos y servicios innovadores. En las etapas maduras está Dinamarca, que, a pesar de una TEA baja, tiene altas tasas de innovación. En promedio, la proporción de emprendedores con productos y servicios innovadores aumenta con el nivel de desarrollo económico.

A nivel internacional existen ejemplos de emprendedores que iniciaron sus negocios teniendo una visión de negocio que fuera representativa, entre estos el mexicano Pablo González Cid: Café Punta del Cielo representa actualmente un distintivo de triunfo en innovación en la venta de café gourmet. El secreto del éxito de este emprendedor fueron su energía, pasión y capacidad de entender lo que quieren los consumidores, lo llevaron lejos.

Al analizar otro tipo de negocio en esta misma línea es Starbucks, del norteamericano Howard Schultz, quien relató que “los fundadores de Starbucks me ofrecieron comprar la empresa, querían 4 millones de dólares, que ahora lucirían como 4.000 millones de dólares; lo primero que pensé fue que necesitaba

que mi idea fuera lo suficientemente poderosa para convencer a los inversionistas locales, al final del día ese es el capital inicial de un emprendedor: la idea”.

En las economías emergentes del mundo los emprendimientos empresariales están aumentando, lo que hace del emprendimiento una base a considerar al momento de reactivar economías.

Las universidades a nivel mundial también han sido fuente de emprendimiento como las de Chile, Colombia y México. El fenómeno de enlazar las universidades con el desarrollo social es contemporáneo en muchos aspectos, en nuestra América del sur, hay universidades que han unidos sus planes de estudios con la política de desarrollo social del Estado, es el caso de Colombia, que universidades como las de Medellín han creado proyectos llamados Unidad de emprendimiento, cuyo objetivo fundamental es crear el Modelo de Negocio para estas Unidades, los cuales están basados en siete ejes fundamentales:

1. Fomento de la innovación y el desarrollo tecnológico para la competitividad.
2. Fortalecimiento de la articulación entre el sector educativo y sector productivo
3. Apoyo directo a la innovación y el desarrollo tecnológico en empresas
4. Inserción internacional y facilitación del comercio
5. Clústers empresariales

6. Acceso a servicios financieros

7. Infraestructura para la competitividad.

El fomento de la innovación y el desarrollo tecnológico para la competitividad, parte de reconocer la innovación como un factor de competitividad y el uso de herramientas como prospectiva científica e inteligencia competitiva.

El fortalecimiento de la articulación entre el sector educativo y sector productivo, donde la contribución de la educación superior al desarrollo parte de la efectividad con que este aprendizaje se vincula al proceso de mejoramiento disponible en las empresas. Siendo necesario

- 1. Fomentar la creación de empresas de oficinas de Transferencia de los resultados de la Investigación;**
- 2. Ampliar la formación del recurso humano en campos de la investigación aplicada y en la innovación y;**
- 3. Fortalecer el Sistema de Información de Oferta y Demanda de Tecnología de innovación.**

Apoyo directo a la innovación y el desarrollo tecnológico en empresas, es necesario crear una cultura de la innovación y una estrategia de financiación de proyectos de innovación en condiciones atractivas, para ello el gobierno fortalecerá los actuales mecanismos de apoyo con créditos blandos y cofinanciación.

Inserción internacional y facilitación del comercio, el mercado internacional de transferencias tecnológicas incluye:

1. Transacciones para el uso, difusión y creación de tecnologías,
2. La concesión de licencias y patentes y;
3. La transferencia de conocimiento que no son patentables o que no están patentados.

Clústeres empresariales, se promoverá y apoyara el desarrollo y fortalecimiento de clústeres industriales, teniendo como finalidad ultima la mejora de competitividad y productividad del tejido empresarial e institucional del país.

Acceso a servicios financieros, se hará mediante dos estrategias:

1. Política de la Banca de Oportunidades y
2. Capitalización del Fondo Nacional de Garantías, con el objetivo de continuar avalando el acceso de las Mypimes a recursos de crédito mediante el esquema de garantías de riesgo compartido. (Palacio, 2010)

En Chile por ejemplo existe organismos creados por Universidades, en donde el proceso de lleva a cabo a través de un modelo de trabajo se basa en el asesoramiento a emprendedores en el desarrollo de nuevos proyectos, en la generación de redes de contacto y de conocimientos relevantes y pertinentes a cada iniciativa, así como en el entrenamiento y asesoría para el acceso a redes empresariales y financieras nacionales e internacionales. Así, nuestro modelo de Redes se constituye de manera virtuosa, incorporando diversos agentes a nuestra

Red, promoviendo una cultura de asociación y acercando la expertise de nuestros aliados para potenciar nuestra oferta.

El involucramiento en cada proyecto es de ser socios en el proyecto, nuestro trabajo no reemplaza a los emprendedores en la búsqueda de resultados, quienes deben trabajar duramente para levantar sus empresas. Nuestro rol está en inducir el aprendizaje de conceptos claves, conectarlos y brindar entrenamiento en herramientas de networking, como medios para alcanzar el fin último que es crear empresas exitosas.

3.2 Marco nacional

El surgimiento de una sociedad de éxito, en la cual el emprendimiento sea una base para el surgimiento de nuevas actividades económicas puede estar basado en las teorías y enfoques vigentes y contemporáneos señalados en la administración, estos a su vez servir de apoyo logístico para que los nuevos profesionales encuentren actividades acorde a su perfil.

Establecer un Sistema económico social solidario y sostenible, cuyo objetivo es el ser humano y el buen vivir es un el objetivo número once del Plan Nacional para el buen vivir del Estado ecuatoriano actualmente. El cual dice lo siguiente:

“Construimos un sistema económico cuyo fin sea el ser humano y su buen vivir. Buscamos equilibrios de vida en condiciones de justicia y soberanía. Reconocemos la diversidad económica, la recuperación de lo público y la transformación efectiva del Estado.”

Por lo tanto, la creación de unidades de negocios que permitan el desarrollo de nuevos profesionales con una proyección hacia la mejora de la calidad de vida a través del emprendimiento.

En total los representantes académicos entrevistados reportaron 348 alternativas de capacitación en Emprendimiento, de las cuales una vez evaluados sus objetivos de enseñanza, se encontraron 113 alternativas con enfoque en educación en Emprendimiento³, 193 con enfoque en Gestión (Proyectos, Estrategia, Marketing, Administración, entre otras), y en los 42 casos restantes no fue posible realizar una clasificación por carecer de una descripción completa de los objetivos de aprendizaje. Un programa se consideraba con “real enfoque en Emprendimiento”, si sus objetivos tenían relación con el proceso de emprender (crear una empresa, el uso de herramientas como plan de negocio, propuesta de valor y modelo de negocio, habilidades, características y competencias emprendedoras, etc.).

De las alternativas de Educación en Emprendimiento, el 10% eran programas de titulación de postgrado, el 3% programas de titulación de pregrado, el 14% cursos de Emprendimiento que son parte de programas de postgrado, el 63% cursos de Emprendimiento que son parte de programas de pregrado, y el 11% seminarios o cursos abiertos. Según la ubicación geográfica, en las provincias de Pichincha, Guayas, Tungurahua, Loja y Azuay se encuentra la mayor diversidad de oferta de capacitación en Emprendimiento.

La Educación en emprendimiento ofrecida por las universidades se concentró principalmente en concientizar lo que es el Emprendimiento, facilitar la

comprensión del proceso de creación de una empresa, promover el desarrollo de habilidades emprendedoras principalmente la de identificación y evaluación de oportunidades de negocio, y preparar en el uso del plan de negocio. Aquella que conduce a título presentó una mejor cobertura de las competencias emprendedoras a través de sus objetivos de enseñanza, no obstante omite temas clave como la definición de la propuesta de valor de una idea de negocio, la presentación de ideas de negocio, la formación de un equipo de trabajo efectivo, la comprensión y aplicación de un modelo de negocio, y la construcción de red de contactos.

(Saieh, 2010).

Marco Provincial

En la provincia de Los Ríos se ha tomado el emprendimiento como una base importante para el desarrollo comunitario tal es el caso que el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) Zona 5 (Los Ríos Babahoyo), está realizando actividades de estimulación promoviendo en madres nuevas actividades de emprendimiento para la creación de negocios, una vez que reciban el crédito de desarrollo humano (BDH).

Las actividades que se prefieren para estas personas beneficiarias del BDH, son la siembra de productos de ciclo corto, la cría de animales de granja como cerdos, y la confección de artesanías.

La provincia de Los Ríos es netamente agrícola, por consiguiente el emprendimiento debe estar orientado a la creación de nuevas oportunidades de negocios que una las diferentes cadenas de valor, y que estas estén unidas al

desarrollo intelectual, social- económico de la población para elevar el nivel de vida de la población.

3.2. Marco Institucional

Actualmente la Universidad Técnica de Babahoyo tiene como proyecto la realización de un Centro de Emprendimiento U.T.B, el cual no ha sido aún aprobado. Se sigue gestionando diferentes convenios con diversas instituciones públicas como la I. Municipalidad de Babahoyo, Acción Preparatoria Para El Desarrollo De Acciones Integradas Para Fortalecimiento De Unidades De Investigación, Capacitación Universitaria Y Desarrollo Del Sector Agrícola En El Aprovechamiento De Biomasa Residual Agrícola En Ecuador, para el proceso de Vinculo con la sociedad exigido por la Senecyt, como los que os cuales se han hecho efectivos hasta la fecha, lo cual deja sin base legal jurídica al Centro de Emprendimiento, dificultado las labores de inserción del estudiante y sus proyectos a la práctica profesional.

Se cuenta con la infraestructura del Centro de Emprendimiento, más se hace urgente las firmas de los convenios, porque en la actualidad éste sólo puede brindar asesoría a los distintos proyectos que surgen de la investigación formativa, de tal forma que no se alcance los objetivos que es que los estudiantes e inclusive la ciudadanía vea cristalizados en actividades productivas.

4. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

La Ley Orgánica de Educación Superior vigente en el Ecuador desde octubre del 2008, según el Art.- Principio de pertinencia.-, establece que el principio de

pertinencia consiste en que la educación superior responda a las expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional, y al régimen de desarrollo, a la prospectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y a la diversidad cultural.

Para ello, las instituciones de educación superior articularán su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional, a la innovación y diversificación de profesiones y grados académicos, a las tendencias del mercado ocupacional local, regional y nacional, a las tendencias demográficas locales, provinciales y regionales; a la vinculación con la estructura productiva actual y potencial de la provincia y la región, y a las políticas nacionales de ciencia y tecnología.

Por lo expuesto anteriormente se hace necesario que la educación superior esté orientada a las soluciones prácticas y científicas para el desarrollo de las comunidades, regiones y el país.

La formación y desarrollo de los estudiantes en su etapa final de estudios debe facilitar la transición de éste al mundo laboral, en base que con los conocimientos adquiridos, al contar con una base teórica-científica que le permite desarrollar competencias en la práctica de sus respectivas carreras profesionales.

En la ciudad de Babahoyo donde se encuentra ubicada la Universidad Técnica de Babahoyo, se presentan inconvenientes para que esto se lleve a la práctica, por presentarse situaciones desmotivantes para que el estudiante realice prácticas de

pasantía en instituciones públicas o privadas que no están de acuerdo a su perfil. Estas se presentan al no ser suficientes las entidades y empresas donde los estudiantes realicen sus pasantías.

Los alumnos de los últimos niveles (semestres), constituyen una población alta para ubicarlos en las existentes empresas de la ciudad.

El parque industrial y comercial de la ciudad de Babahoyo resulta limitado para acoger a la demanda de estudiantes pasantes, por lo que la Facultad se ve obligada a programar los pasantes en empresas de otros cantones y provincias.

5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

5.1. Problema General

¿De qué manera la creación de unidades de negocios incidirá en las prácticas profesionales de los estudiantes de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo?

5.2 Problemas Derivados:

5.2.1 ¿De qué manera afecta a los pasantes que la Unidad de Servicios a la Comunidad no disponga de un banco suficiente de empresas para cubrir la demanda de estudiantes en proceso de pasantías o prácticas profesionales?

5.2.2 ¿Cómo afecta que el número de empresas de la ciudad de Babahoyo resulte limitado para ubicar a una alta población de pasantes de la FAFI de la Universidad Técnica de Babahoyo?

5.2.3 ¿Cómo elaborar una propuesta alternativa para crear unidades de negocios como fuente de emprendimiento para contribuir a las prácticas profesionales de los estudiantes de la FAFI de la Universidad Técnica de Babahoyo?

6. DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 Temporal

Diciembre 2013 – Marzo 2014

6.2 Espacial

Institución: Universidad Técnica de Babahoyo – Facultad de Administración, Finanzas e Informática.

Ubicación: Parroquia Clemente Baquerizo, Ciudadela Universitaria, Vía Flores

Teléfono: 052- 735271- (05) 2735264 – 2730649

Fax: 05 273 0587 / 273 5269

Página web: www.utb.edu.ec

E-mail: rectorado@utb.edu.ec

Parroquia: Clemente Baquerizo

Cantón: Babahoyo

Provincia: Los Ríos

País: Ecuador

6.3 Unidades de observación

Decano:	01
Director de Servicios a la Comunidad:	01
Docentes Técnicos:	35
Estudiantes en proceso de prácticas	317

7. JUSTIFICACIÓN

La razón de elaborar este trabajo de investigación es de considerar y dar a conocer la importancia que tiene el que un egresado de una carrera profesional tenga una formación y desarrollo práctico en el área en la cual se va a desempeñar como un profesional, y que mejor que hacerlo en un escenario real, y; que a través de ello visualice una oportunidad de desarrollar mejor su aptitudes y competencias relacionadas con su perfil.

El comportamiento del emprendedor responde a una interacción directa con su entorno, y al constante esfuerzo por mantener la supervivencia de la especie humana, que le permite guiar la orientación cognoscitiva y generación de ideas a la satisfacción de necesidades básicas que evolucionan junto con el individuo, dando generando la creación de empresas e iniciativas productivas de todo tipo, siendo esto parte del proceso natural de la vida del hombre en toda su historia.

El interés de las Universidades por fomentar el “espíritu emprendedor” de sus estudiantes aumenta de manera directamente proporcional a los problemas de la tasa de desempleo, la deprivación y la pauperización de la economía global.

En todo el mundo, hay una explosión de Sesiones Pitch, concursos de planes de negocios, maratones de creatividad empresarial, (con pocas variantes verdaderamente innovadoras) cursos de formación de emprendedores y actividades para fomentar el espíritu empresarial.

Las inciertas salidas ocupacionales de las carreras universitarias —aún de las más modernas como las de diseño, o las nuevas ramas de la ingeniería y la informática— impulsan a los estudiantes a plantearse si su destino depende más de lo que hagan por sí mismos que de un diploma que les otorga su Universidad.

Ante el surgimiento de un nuevo perfil de estudiante: “serás emprendedor por las buenas o por las malas”. Vamos a denominarlos (sin rigor que “así serán”) “e-universitarios” (emprendedores universitarios) que no necesariamente es un concepto asociado al de Universidades Emprendedoras.

Las Universidades Emprendedoras pueden tener más base en su intención política para ser consideradas como tales, que por su verdadera vocación por lograrlo. En cambio, los “e-universitarios” tienen una intención o propósito empresarial diferente al de crear “un negocio”.

Los e-universitarios no solo se centran en emprender un negocio rentable, sino en la construcción de un negocio sustentable en el tiempo y conectado con el progreso general de su comunidad; incluso, es frecuente que este nuevo perfil de

emprendedores de origen académico estén inspirados por un propósito sin fines de lucro y una visión filantrópica de su propio ejercicio profesional en función de la calidad de vida de su sociedad.

Es más fácil para nuestra idiosincrasia latina decir lo que “no es” y señalar “lo que no debe hacer” un centro o programa para el desarrollo emprendedor en el ámbito universitario (esperanzadamente, así podremos entender mejor el lado proactivo de la cuestión: qué ser y cómo hacer).

No todas las universidades pueden crear, desarrollar y gestionar algo como la Fundación Kauffman, ni todas las universidades tienen las capacidades, los recursos físicos y talentos humanos como la Universidad de Georgetown, o la Escuela Babson.

Lo más importante es evitar suponer que se puede tener “uno de esos” porque se han leído un par libros sobre la metodología de la formación emprendedora en la Universidad de Stanford.

8. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

8.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar el impacto que tendrá la creación de unidades de negocios como fuente de emprendimiento para los estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo, F.A.F.I que realicen pasantías o prácticas profesionales.

8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- 8.2.1** Indicar de qué manera afecta a los pasantes que la Unidad de Servicios a la Comunidad no disponga de un banco suficiente de empresas para cubrir la demanda de estudiantes en proceso de pasantías o prácticas profesionales.
- 8.2.2** Determinar cómo afecta que el número de empresas de la ciudad de Babahoyo resulte limitado para ubicar a una alta población de pasantes de la FAFI de la Universidad Técnica de Babahoyo.
- 8.2.3** Elaborar una propuesta para crear unidades de negocios como fuente de emprendimiento para contribuir a las prácticas profesionales de los estudiantes de la FAFI de la Universidad Técnica de Babahoyo.

9 MARCO TEÓRICO

9.1 MARCO CONCEPTUAL

Emprendedor: persona natural o jurídica que aborda una aventura de un negocio lo organiza, busca capital para financiarlo y asume todo o la mayor acción de riesgo. (Enrique Silva, 2008)

Emprendimiento: actividad que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar. . (Enrique Silva, 2008)

Centro de Emprendimiento: Es un programa de la Universidad Técnica de Babahoyo que busca asesorar planes de negocio y acompañar a los nuevos empresarios (egresados con proyectos) en la gestión para el fácil acceso al financiamiento. (Guadalupe Palacios, 2010)

Centros de práctica: Son lugares como organizaciones comunitarias, ONGS, empresas e instituciones públicas o particulares donde los estudiantes desarrollarán los procesos de prácticas o pasantías pre-profesionales para fortalecer su formación profesional.

Competitividad: La habilidad de un país, persona, organización para crear, producir y distribuir productos o servicios en el mercado nacional o internacional, manteniendo ganancias crecientes de sus recursos.

Competencia: Proveer al estudiante de elementos conceptuales y herramientas para que articule la teoría y técnica en beneficio de la generación de resultados acordes con los objetivos organizacionales.

Clústers empresariales: Estructuras estables comunes de soporte tecnológico (Centros de desarrollo tecnológico, Universidades) y empresarial (Agrupaciones empresariales).

CDEAE: Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento, creados por el MIPRO en todo el país; establecimientos, que suman más de 60, se brindan capacitaciones y asesoramiento técnico a los ciudadanos, las cuales buscan generar destrezas y habilidades productivas en los beneficiarios, además de apoyar al desarrollo de nuevos emprendimientos.

Docente supervisor: Es el docente con el perfil profesional asignado por la Facultad a través de la oficina de Servicios a la Comunidad, responsable de monitorear, asesorar y evaluar las prácticas o pasantías que realicen los estudiantes. (OVC, 2012)

F.A.F.I: Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo.

FONDEPYME: Programa de MIPRO para fortalecer la productividad y competitividad de las micro, pequeñas, medianas empresas de manera asociada o en forma individual que son productoras de bienes o servicios de calidad a nivel nacional.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor): Es un proyecto de investigación que surgió, precisamente, con la intención de analizar la actividad emprendedora, así como los factores que influyen en la creación de nuevas empresas. El proyecto iniciado el año 1998 por el Babson College y la London Business School.

MIPRO: Ministerio de Industria y Productividad del Ecuador. Encargado de la generación de las capacidades productivas, y como misión impulsando el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad.

MIES: Ministerio de Inclusión Social y Económica del Ecuador. Encargado de impulsar las políticas sociales en el Ecuador, parte de la visión del buen vivir y el desarrollo centrado en las personas.

Oficina de Servicios a la Comunidad: Es una unidad académica administrativa de la F.A.F.I, que coordina su accionar con la Comisión General de Servicios a la Comunidad de la Universidad Técnica de Babahoyo. Su función es, planificar, ejecutar, supervisar y evaluar a los estudiantes que realicen prácticas o pasantías profesionales como requisito para su graduación. (UTB, 2012)

Unidad de emprendimiento: departamento encargado de trabajar en la construcción de la cultura emprendedora, enfocando esfuerzos hacia la integración de los miembros de las diferentes facultades, con el fin de implementar sus conocimientos y los logros propuestos en la formulación de Planes de Negocio de alto impacto social, viabilidad económica y sostenibilidad.

Unidad de negocio: El concepto de Unidad de Negocio, responde al objetivo de brindar soluciones a las necesidades que plantea un proceso tecnológico, comercial, industrial en particular.

Plan Nacional para el Buen vivir: Es el instrumento del Gobierno Nacional del Ecuador para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública.

Prácticas o pasantías: son actividades académicas e investigativas obligatorias, de contenido teórico-práctico, cuya finalidad es contribuir a la formación profesional de los estudiantes de la FAFI.

Practicante o pasante: Son los estudiantes que, habiendo cumplido con los requisitos académicos establecidos por la Facultad, pueden realizar Servicios a la Comunidad.

Triángulo invertido: es una teoría desarrollada por Andy Freire, que señala lo siguiente: Todo proceso emprendedor combina tres componentes: el emprendedor, la idea de negocios con viabilidad de mercado y el capital.

9.2 Marco referencial sobre la problemática de investigación

Ante la actual problemática de desempleo y exclusión comienza a vislumbrarse como una oportunidad el autoempleo y en consecuencia, el concepto de emprendimiento cobra mayor relevancia para la sociedad, resultando su estudio cada vez más interesante y necesario.

La propuesta es crear un ecosistema dinámico en el que la colaboración y la creación de valor compartido sean los pilares fundamentales para la adecuada relación entre los cuatro sectores (público, privado, cívico y la academia) que conforman la gran hélice propulsora.

A partir de la definición de los papeles de cada asta, la innovación y la tecnología serán los impulsores permanentes que garantizarán la permanencia de los negocios y su constante creación de valor agregado.

Según el GEM (Global Entrepreneurship Monitor - una fuente de información a nivel mundial creada por el Colegio Babson), en el proceso emprendedor se distinguen cuatro etapas que se esquematizan en el siguiente diagrama:

La etapa inicial es la de detección de oportunidades, conocimientos y habilidades que provoca la Concepción del Negocio; a continuación aparece el dueño y gestor de un nuevo proyecto y se produce el Nacimiento de la Empresa y su permanencia hasta 3,5 años; finalmente, mediante la persistencia, llega a tener un Negocio Establecido, de más de 3.5 años de antigüedad.

El ecosistema dinámico en el que los emprendedores germinarán y se establecerán está formado por los cuatro sectores básicos de una economía: el sector privado empresarial, el regulador gubernamental, el sector regenerador social y el formativo e investigativo académico, que deben interactuar de manera coordinada para formar la hélice de innovación.

A continuación se expone un breve resumen de la situación actual de estos sectores respecto al emprendimiento. El Sector Privado, es el responsable de la formación y de la ejecución de los emprendimientos. Según el estudio GEM, en el Ecuador las motivaciones de nuestros emprendedores en un 15,4% se basan en oportunidades (incluyendo la motivación de aumentar sus ingresos) y, en un 5,9% en necesidades.

El mismo informe señala que las iniciativas emprendedoras se ven fortalecidas por: la apertura de mercados, los programas gubernamentales, la educación y entrenamiento, el clima económico, el apoyo financiero y la capacidad para emprender.

Mientras que las que limitan los emprendimientos son: el contexto político, institucional y social, las políticas gubernamentales, el apoyo financiero, la

educación y entrenamiento, la capacidad para emprender, las normas sociales y culturales y la apertura de mercados.

Dicho estudio señala además que la mayor cantidad de emprendimientos se produce en el sector servicios. El 51% de los emprendimientos estuvo destinado a almacenes, restaurantes, compra y venta de bebidas, y la producción y venta de productos no elaborados.

De la misma manera, indica que el 68% de los emprendedores provenía de áreas urbanas, y sólo el 30% tenía ingresos anuales superiores a \$7200; un 48% recibía ingresos de hasta \$4800 por año, lo que representó un ingreso mensual inferior en aproximadamente US\$140 al costo de la canasta familiar básica de US\$538 (INEC, 2010).

En lo que respecta al Sector Público, éste ha detectado las necesidades de los emprendedores y al momento tiene un importante papel, pues ha colocado a su servicio múltiples programas de apoyo.

Programas de apoyo al emprendedor

Emprende Ecuador Programa de apoyo a ciudadanos para la creación de negocios con potencial de crecimiento, innovador o altamente diferenciado.

Innova-Ecuador apoya proyectos integrales que generen un impacto en la empresa o a nivel sectorial con el objetivo de promover las condiciones de innovación para generar cambios que aumenten la productividad y mejoren la competitividad del tejido productivo del Ecuador.

Cre-Ecuador busca democratizar las oportunidades de los ciudadanos, con el fin de fomentar el desarrollo productivo y territorial en el país, facilitando el acceso a la propiedad empresarial. Esto se lo realiza a través de programas y herramientas que apoyan la puesta en marcha de proyectos de transformación productiva, que generen desarrollo en las distintas regiones del país, y que permitan una mayor participación accionaria de ciudadanos en empresas privadas y de propiedad del Estado.

MIPRO El Ministerio de Industrias y Productividad, a través del Programa FONDEPYME, tiene como objetivo contribuir a mejorar las condiciones y capacidades de las micro, pequeñas y medianas empresas de manera asociada o en forma individual que son productoras de bienes o servicios de calidad a nivel nacional.

MIES A través del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, el MIES quiere Impulsar la Economía Popular y Solidaria mediante la promoción, fomento y proyección de la producción, distribución y consumo de bienes y servicios y el acceso a activos productivos, con el fin de contribuir a la realización del buen vivir.

Al momento, existen varias propuestas interesantes en este sector. Por ejemplo, la Fundación para el Avance de las Reformas y las Oportunidades -Grupo FARO- es una Organización de la Sociedad Civil (OSC) que “ve en la fragmentación geográfica, socio-económica, y política el principal obstáculo para el desarrollo

del Ecuador”, y ha impulsado la teoría de cambio que incluye las siguientes estrategias para reducir la fragmentación y promover cambio social en Ecuador:

1. Generación de diálogos informados y plurales
2. Desarrollo de capacidades
3. Promoción de transparencia de los impactos de las acciones

Finalmente, el papel del sector de la Academia ha estado claramente enfocado a la formación del profesional, no solamente entregándole las herramientas fundamentales, sino creando el espacio creativo necesario para el desarrollo de emprendimientos.

Como se puede verificar en el gráfico a continuación, el informe GEM revela que más del 60% de los emprendedores poseía niveles educativos comprendidos entre educación primaria incompleta, completa, secundaria incompleta y grado de bachiller, sólo el 10% contaba con título universitario; la participación de educación de postgrado fue despreciable.

Otro rol importante de la Academia, que se ve en lugares como Silicon Valley entre otros, y que debe ganar espacio en el Ecuador, es el de la investigación. La ESPOL, la Universidad Andina Simón Bolívar y el IDE se encuentran en permanente investigación y preocupación en brindar apoyo a los emprendedores que forman las Pequeñas y Medianas Empresas PYMES.

El reclamo permanente que se hace a la Academia es que “no promueve el pensamiento crítico, la creatividad y la innovación” (artículo Emprendimiento Ecuador: cantidad versus calidad, Guido Caicedo y Virginia Lasso).

Está claro que los diversos participantes están efectuando esfuerzos en la misma dirección. Algunos modelos, en el ámbito mundial, han logrado generar y consolidar emprendimientos convirtiéndolos en empresas establecidas generadoras de empleos y de recursos económicos.

Dos de los mejores ejemplos son: El Small Business Development Center - SBDC- en Estados Unidos de Norteamérica; y el Modelo de Gestión GEOR, orientado a resultados, del Centro Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas –SEBRAE.

En este contexto, el Colegio de Administración de Empresas CAD, de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, está empeñado en apoyar las diversas fases del ecosistema emprendedor a través de:

1. El Centro de Emprendimiento CdE
2. Business Advising Group BAG
3. Escuela de Empresas y otras unidades (Landsdale, 2007)

Estudio de Joseph Alois Schumpeter,

Joseph Alois Schumpeter, fue un destacado economista austro-estadounidense y profesor de la Universidad de Harvard (Estados Unidos), tiene dentro de sus teorías una concepción muy importante en lo que a emprendimiento, consideró que el factor emprendedor está presente en todas las acciones humanas debido a las incertidumbres presentes en el contexto de estas acciones, y no limitado a las acciones de un tipo particular de personas. Para Schumpeter, el emprendedor se

ubica como iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades. (Castillo, 2009)

En resumen, la escuela de Schumpeter se basa en los emprendedores que generan el cambio de una situación existente a otra. Las actividades típicas del sistema Schumpeter ocasionan grandes innovaciones y aun cambios sistémicos que aumentan o crean incertidumbre y promueven el desarrollo de nuevos procesos para crear y/o aumentar la brecha entre líderes y seguidores. Las prácticas generales de gestión no son aplicables a esta escuela.¹

Estudio de Ludwig Heinrich Edler Von Mises

Von Mises, fue un economista austriaco de origen judío, historiador, filósofo y escritor liberal consideró que el factor emprendedor está presente en todas las acciones humanas debido a las incertidumbres presentes en el contexto de estas acciones, y no limitado a las acciones de un tipo particular de personas. Para Mises, el emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas. Debido a estas acciones, el emprendedor ayuda a nivelar la demanda y la oferta y, si ha especulado correctamente, genera una ganancia para sí. De lo contrario, asume las pérdidas por su decisión incorrecta. Mediante este conjunto de acciones, se satisfacen las necesidades de la sociedad. El conocimiento generado por esta situación aumenta con el tiempo, por lo que la incertidumbre se reduce progresivamente. (Castillo, 2009)

Estudio de Friedrich August Von Hayek

Friedrich August Von Hayek, fue un filósofo, jurista y economista de la Escuela Austríaca, Premio Nobel de Economía, Medalla Presidencial de la Libertad, discípulo de Friedrich von Wieser y de Ludwig von Mises. Es conocido principalmente por su defensa del liberalismo y por sus críticas a la economía planificada y socialista que, como sostiene en Camino de servidumbre, considera un peligro para la libertad individual que conduce al totalitarismo. Fue galardonado con el Premio Nobel de Economía en 1974.

Los argumentos de sus teorías son que los objetivos del socialismo son sustituir el libre mercado por una economía planificada. Este tipo de economía necesita una institución que elabore un plan central que determine todo lo que se debe producir, institución a la que Hayek llamó Junta Central de Planificación. Esta junta debería tener amplios poderes para intervenir en asuntos económicos, pero el problema sería que cuando esta junta se pusiera a elaborar el plan de producción se encontraría que no tiene ninguna guía o referencia que le indicara qué posibilidades de producción son económicamente factibles, ya que no existirían precios de mercado y sin estos precios no hay guía ni manera de saber lo que se debe producir. Aunque posteriormente este argumento tuvo que refinarse ante la solución de Lange-Lerner que proponía un procedimiento iterativo de dos reglas, por el cual una economía planificada podía alcanzar la misma solución que el libre mercado, a partir de la intervención de una Junta central de planificación.

Según Hayek, los precios de mercado son los transmisores de cantidad de informaciones económicas dispersas y servirían para compartir y sincronizar muchos conocimientos personales; por lo tanto, intentar manipular el mercado conlleva un problema de falta de información. Un intercambio y uso eficiente de los recursos sólo se conseguiría a través del mecanismo de precios. Así pues, esta economía planificada produciría aquello que aleatoriamente decidiera la junta central, sin que tenga que coincidir necesariamente con la demanda de la población ni con criterios de eficiencia, ya que sería imposible tener en cuenta todas las preferencias de la sociedad. Según Hayek, este era el talón de Aquiles del socialismo.

Las críticas de Hayek no iban dirigidas tan sólo hacia los sistemas de economía planificada, sino en general hacia cualquier intervención del estado en la economía, que para él significaba un socialismo progresivo. Hayek desarrolló estos argumentos en Camino de servidumbre, libro publicado en 1944, que le hizo muy popular y que se ha convertido en un clásico. Esta obra la realizó para contra argumentar las opiniones que rezaban que el nazismo era la consecuencia única del pueblo alemán, y la culpa estaba en el "germanismo". Él dijo que el nazismo se había desarrollado como un sistema socialista muy similar al de la URSS, solo que se cambió el elemento de clases por razas, y que esa era la única consecuencia de la evolución del comunismo. Cabe destacar también en este campo, los fundamentos de la libertad de 1960, considerada una de sus obras maestras.

Hayek argumentaba que sin propiedad privada, se crea una dependencia tan grande del Estado que nos convierte prácticamente en esclavos. El estado debería

tener tantos poderes que necesariamente tendría que repercutir en la sociedad. En una sociedad planificada, debe haber alguien que ejerza el poder, que controle el estado. Para imponer unos objetivos comunes a una sociedad, aunque se quiera hacer de manera bienintencionada, es necesario imponer estos objetivos a las personas que no estarán de acuerdo. Para imponerlo, se deberá coaccionar y tomar medidas represivas en caso de que no acepten a la autoridad central, por lo tanto el dirigente se verá obligado a tomar decisiones “desagradables” como el arresto o el asesinato. En consecuencia, los que llegarían al poder serían los que estuvieran dispuestos a tomar estas medidas, y estos serían asesinos y criminales y a partir de aquí estas personas utilizarían el poder para su beneficio personal.

La escuela Austríaca se basa en la creación del equilibrio, por lo tanto, estos emprendedores general el cambio dentro de una situación existente. Las actividades típicas se orientan a la búsqueda de las asimetrías e ineficiencias que otros no han percibido y sobre las cuales existe una ganancia potencial. Estas actividades aumentan el conocimiento de la situación, reducen el nivel general de incertidumbre a lo largo del tiempo y promueven procesos del mercado que ayudan a reducir o eliminar la brecha existente entre los líderes y los seguidores. (Castillo, 2009)

Estudio de Howard h. Stevenson

En la década de los '80, Howard H. Stevenson (27 de junio 1941), de la Universidad de Harvard interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos. Este análisis ha

servido para apoyar el emprendimiento tanto a empresarios como a empleados de compañías de todo tipo.

Existen muchos ejemplos de empresarios/as exitosos que siguen esta tendencia.

Son los conocidos aquellos que creyeron en su sueño e hicieron lo imposible por hacerlo realidad, y lo lograron. Pero también existen muchos líderes empleados en empresas establecidas que también lograron realizar su sueño, que son menos conocidos, salvo, claro está Ray Kroc, quien llevó a McDonald's de un pequeño local al emporio de hoy en día, y Roberto Goizueta, de la Coca-cola. (Castillo, 2009)

La enseñanza del emprendimiento tiene un gran impacto en la formación de líderes comerciales y por eso es considerada imprescindible en los principales currícula de MBAs. Cuando evaluamos las alternativas para formar a los líderes del futuro consideramos dos alternativas. La tradicional contempla la formación de personas cuyo desarrollo personal esté ligado a la escalera empresarial, subiendo con mucho esfuerzo y buen trabajo a puestos superiores. La mayoría de los líderes del país –de todos los países- se forman de esta manera.

Existe, sin embargo, la alternativa de crear generadores de riqueza, los cuales, partiendo de una base pequeña van conformando un equipo cada vez más grande. En este caso, el desarrollo personal y el desarrollo de la empresa van tomados de la mano. Estos individuos, los emprendedores, son también aquellos que levantan su departamento, sección o división, a lugares estratégicos en sus organizaciones impensables para otros, o aquellos que comienzan una empresa y la hacen crecer.

La enseñanza del emprendimiento no está ligada al número de empresas creadas, o a las pequeñas y medianas empresas. Está ligada a:

1. La facultad de crecer y de crear riqueza, orientada bien hacia la generación de desequilibrio (escuela de Schumpeter) o de equilibrio (escuela Austríaca).
2. La orientación al crecimiento (teoría de Drucker y Stenvenson)
3. El encaje de tres puntos básicos: el mercado, las personas y los recursos (Modelo Timmons).

Las empresas formadas con las aplicaciones de estas concepciones teóricas tendrán muchas más posibilidades de tener éxito y de fortalecer el desarrollo del entorno donde se inserten. Las nuevas condiciones de competitividad deben partir de permitir a los jóvenes tomar decisiones sobre su destino profesional con un mayor abanico de oportunidades. Se debe entonces brindar un espacio dentro de los sistemas educativos para formar a los líderes del futuro, permitiéndoles recorrer el camino preferido.

De lo anterior se desprende que crear una empresa no es suficiente para ser considerado emprendedor. La obsesión por la oportunidad, la meta de crear y distribuir riqueza, y la constante búsqueda del crecimiento son las bases del emprendimiento. Una conocida empresa de computación, por ejemplo, creció creando riqueza y distribuyéndola para muchas personas, riqueza que antes no existía, y que ha sido distribuida a los fundadores, los inversionistas que lo apoyaron, los empleados, los proveedores, los clientes, el estado (a través de la

generación de ingresos, empleo y sobretodo de impuestos) y otras familias. Inclusive ha generado riqueza para sus competidores, pues ha creado escuelas, proveedores y clientes que han expandido este mercado.

Para delimitar la actividad emprendedora, comparemos la gestión de crecimiento de McDonald's. En este caso, no se inventó nada. El producto final se encontraba en casi todos los restaurantes del mercado de los Estados Unidos. Lo emprendedor fue la aplicación de conceptos y técnicas de gestión: estandarización del producto, diseño del proceso y sus herramientas, entrenamiento y pronósticos. Al realizar estas funciones, se aumentó drásticamente el rendimiento de los recursos, creando un nuevo mercado y un nuevo consumidor: esto es emprendimiento. Por otro lado, personas que comienzan un restaurant, a pesar de someterse a intensa presión debido a la incertidumbre, si solo se encuentran imitando otros y no incluyen una innovación, no son considerados como emprendedores por Stevenson.

En vista de las múltiples variaciones en tipos de emprendedores, Stevenson propuso un sistema multimodal, con 5 dimensiones críticas de la gestión: orientación estratégica, compromiso con la oportunidad, proceso de comprometer recursos, concepto de control de los recursos y estructura gerencial. Concentrándose en el emprendimiento como un fenómeno del comportamiento, este profesor buscó relacionar aquellas actitudes emprendedoras en un estudio comparativo entre emprendedores exitosos y ejecutivos exitosos, logrando identificar ciertas diferencias que permitieron continuar con la búsqueda de un sistema que explicara el fenómeno de emprendimiento. En sus conclusiones finales, Stevenson sugiere que esta perspectiva permite su aplicación al estudio y

enseñanza del emprendimiento tanto para los dueños o empleados de empresas. Según sus investigaciones, la acumulación de recursos que ocurre cuando una empresa crece es una fuerza poderosa que dificulta el comportamiento emprendedor, sin embargo, las bases fundamentales del comportamiento no han cambiado. Sus estudios se han basado en entender el proceso de inicio de las empresas y los factores situacionales para expandir este conocimiento a los sistemas de gestión. Actualmente Stevenson se encuentra investigando los factores del entorno que promueven o limitan un comportamiento emprendedor.

La teoría de mercadotecnia más aceptada de esta etapa es la Philip Kotler (1972, 2002) la cual ha pasado por dos etapas bien definidas. La primera etapa la constituyen textos donde Kotler divide el ambiente de la mercadotecnia en macroambiente y microambiente, que junto con los competidores y las preferencias de los consumidores, afectan directamente la estrategia de la mercadotecnia de la empresa. Dicha estrategia debe seguir el proceso administrativo; es decir, la planeación, la organización, la integración, la dirección y el control. Una vez establecidos el mercado meta y la estrategia de mercadotecnia, la empresa diseña la mezcla de mercadotecnia; esto es, se determina el producto, el precio, la plaza y la promoción. Cada "P" se divide en submezclas, las cuales incluyen factores que contribuyen al funcionamiento de cada una de ellas.

El microambiente consta de cinco componentes. El primero es el ambiente interno de la compañía. Dicho ambiente está formado por los diversos departamentos y niveles de gerencia de la empresa, los cuales ejercen mayor o menor grado de

influencia en la toma de decisiones de la gerencia de mercadotecnia. El segundo componente lo constituyen los canales de distribución que para efectos prácticos se dividen en proveedores e intermediarios de mercadotecnia. El tercer componente consta de los cinco tipos de mercado en los cuales la compañía puede vender: consumidores, productores, revendedores, gobiernos y mercados internacionales. El cuarto componente está formado por los tipos básicos de competidores a los que se enfrenta una compañía. Estos competidores se dividen en cuatro categorías, que son: competidores de deseos, donde las compañías satisfacen otros deseos inmediatos del consumidor; competidores genéricos, donde las empresas ofrecen al comprador productos mediante los cuales se puede satisfacer un deseo en particular; competidores de forma de producto, conformados por organizaciones que ofrecen otras formas de producto que pueden satisfacer un deseo particular del comprador; y competidores de marca, donde las compañías cuentan con marcas que pueden satisfacer el mismo deseo. El quinto componente está formado por todos los públicos que tienen un interés real o potencial o un impacto en la habilidad de las organizaciones para alcanzar sus objetivos. En éstos se incluyen los grupos financieros, grupos encargados de la comunicación, el gobierno, grupos de acción ciudadana, grupos locales, grupos generales y grupos internos a la empresa.

El macroambiente está formado por fuerzas demográficas, económicas, culturales, naturales, políticas y tecnológicas, las cuales configuran las oportunidades y amenazas de la compañía. Las fuerzas demográficas están formadas por las

poblaciones humanas en términos de su tamaño, densidad, ubicación, edad, sexo, raza, ocupación y demás estadísticas. El ambiente económico incluye cambio en el crecimiento de los ingresos reales, los patrones de ahorro y préstamos y en los patrones de desembolso del consumidor. El ambiente natural pretende llamar la atención sobre la escasez inminente de ciertas materias primas, aumento en los costos de la energía, mayor contaminación y más intervención gubernamental en la administración de los recursos naturales. El ámbito político está compuesto por leyes, oficinas de gobierno, grupos de presión que ejercen influencia y ponen límites a las diversas organizaciones o personas de una sociedad cualquiera.

El ambiente cultural incluye las tendencias a largo plazo relacionadas con las costumbres, valores y otros aspectos culturales. En el ambiente tecnológico se incluyen los cambios tecnológicos, oportunidades de innovación, los presupuestos de investigación y desarrollo y la reglamentación del cambio tecnológico. Una vez que la organización ha decidido dónde posicionarse en el mercado, el éxito de la empresa depende en gran parte de la buena administración de los cuatro factores que forman la Mezcla de Mercadotecnia o 4 “P”: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Kotler define al producto como el conjunto de beneficios y servicios que ofrece un comerciante en el mercado o como un complejo de atributos tangibles e intangibles. Pone énfasis en dos tipos de clasificaciones de productos. La primera clasificación se basa en la durabilidad o tangibilidad de los productos: los bienes duraderos que son bienes tangibles que normalmente sobreviven muchos usos, los

bienes no duraderos son bienes tangibles que se consumen normalmente en uno o unos cuantos usos y los servicios que son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta.

La segunda clasificación tiene como fundamento el tipo de consumidores al que van dirigidos e incluye los bienes de consumo e industriales. Los bienes de consumo son aquellos que los consumidores finales adquieren para consumo personal, estos bienes están clasificados por los mercadólogos en función a los hábitos de compra del consumidor en: bienes de uso común, los que el consumidor adquiere con frecuencia, inmediatamente y con el mínimo de esfuerzo en la comparación y la compra; los bienes de comparación son aquellos que el consumidor, durante el proceso de selección y compra, compara con otros productos en características relacionadas con la idoneidad, calidad, precio y estilo; bienes de especialidad son los que tienen características o identificación de marcas muy especiales y que están destinados a un grupo selecto de compradores a quienes no les importa mucho el precio y por último, se encuentran los bienes no buscados, los cuales son los que el consumidor conoce o desconoce, pero que no piensa normalmente en adquirir. A su vez, los bienes industriales son aquellos que los individuos y las organizaciones compran para procesamiento o para usar en la dirección de un negocio. Estos suelen clasificarse en tres grupos cuya definición depende de cómo entran al proceso de producción y costo relativo: materiales y partes, los cuales son bienes que entran por completo en el producto del fabricante; los suministros y servicios que son artículos que no entran para nada

en el producto elaborado y los bienes de capital que son los bienes que entran parcialmente en el producto elaborado.

Kotler sugiere que la planeación en el desarrollo de nuevos productos es determinante para el desarrollo exitoso del producto que se quiere crear. Dicha planeación se debe basar en el ciclo de vida de un producto para tomar las decisiones adecuadas en relación con modificaciones o eliminación total del producto o bien mediante la creación de nuevos productos. La planeación de nuevos productos consiste en la selección de las mejores ideas que se han generado en la búsqueda por encontrar algo diferente, el análisis de negocio o análisis financiero para determinar si satisfacen las expectativas de la compañía. En caso de que éste último sea positivo, el producto podrá pasar a la etapa de desarrollo, en la cual el departamento de investigación y desarrollo crea una o más versiones del producto hasta encontrar la que más se adecue a lo que la empresa quiere vender. Después de esto, se establece un mercado de prueba, en donde el producto y el programa de mercadotecnia se prueban en situaciones de mercado más realistas. Esta etapa tiene la finalidad de averiguar cómo reaccionarán los consumidores y los distribuidores al manejo, uso y recompra del producto. Los resultados de las pruebas son usados para hacer pronósticos de venta más completos y utilidades antes de hacer el enorme gasto de introducción del producto. Una vez hecho esto, se procede a la comercialización. En esta etapa, se incurre en gastos para desarrollar muchas actividades para dar a conocer el producto. Finalmente, en el lanzamiento del producto se toman decisiones acerca

del momento oportuno para introducir el nuevo producto, estrategia geográfica, prospecto de mercado meta y estrategia introductoria de la mercadotecnia.

Kotler propone que el precio es el determinante principal de la elección que hace el comprador y el único elemento en la mezcla de la mercadotecnia que produce ingresos. En las decisiones de fijación de precios influyen cierto número de factores externos e internos de la empresa. Los factores externos en la fijación de precios son: la naturaleza del mercado y de la demanda, los cuales establecen el nivel máximo que los precios deben tener. Tanto los compradores como los industriales equilibran el precio de un producto o servicio en comparación con los beneficios de poseerlo. Para tener una apreciación de esto se deben conocer los diferentes tipos de mercados existentes. Siguiendo la clasificación que hacen los economistas, los mercados se pueden clasificar en competencia pura, competencia monopolística, competencia oligopólica y monopolio puro. En la competencia pura, dada la cantidad de compradores y de vendedores en la industria, éstos son “tomadores” y no “hacedores” de precio. En la competencia monopolística, el mercado consta de muchos compradores y vendedores que hacen transacciones dentro de una escala de precios en vez de un solo precio de mercado. La razón de la escala de precios es que los vendedores son capaces de diferenciar sus ofertas para los compradores. En la competencia oligopolística, las empresas deben prestar atención a la conducta de sus competidores así como a la de sus clientes para determinar su estrategia de fijación de precios. El monopolio puro consta de un vendedor el cual fija el precio por arriba del costo marginal si no está regulado por el gobierno.

De acuerdo con la teoría de Kotler, los principales instrumentos promocionales son: publicidad, promoción de ventas, publicidad no pagada y ventas personales los cuales tienen capacidades independientes, pero que se superponen y su coordinación eficaz requiere de una definición cuidadosa de los objetivos de la comunicación. Las compañías además se orientan por las características de cada instrumento promocional, el tipo de producto o mercado, si la empresa prefiere una estrategia centrada en el intermediario o en el consumidor, la etapa de buena disposición del comprador y a la etapa del ciclo de vida del producto.

Debido a que en la economía actual la mayoría de los productores no venden sus bienes directamente a los usuarios finales, entre ellos y éstos existen muchos intermediarios de la comercialización que desempeñan diversas funciones y reciben diferentes nombres. Por lo tanto, hay muchas alternativas de distribución a las que se enfrentan los fabricantes para llegar a un mercado. El diseño del canal, de acuerdo con lo que Kotler sugiere, requiere de la determinación de las plazas de servicio (tamaño de lote, tiempo de espera, comodidad de distancia, variedad del producto, respaldo del servicio, etcétera), del establecimiento de los objetivos del canal y sus limitaciones, de la identificación de las principales alternativas del canal y de las condiciones y responsabilidades del canal. Cada alternativa del canal debe evaluarse siguiendo ciertos criterios económicos de control y de adaptación, además que debe considerar si se trata de productos industriales o de consumo.

9.3 Postura teórica

Como estudiante de administración de empresas comparto el criterio de Joseph Alois Schumpeter que para que una economía funcione es necesario que exista la libertad de poder plantear nuevos retos en lo que al crear empresas se refiere. Hay que tomar en cuenta que esto fue planteado en una época donde las libertades estaban restringidas y se buscaba la libertad en todos los campos.

Además la teoría de Joseph Alois Schumpeter consideró que el factor emprendedor está presente en todas las acciones humanas debido a las incertidumbres presentes en el contexto de estas acciones de crecer y crear riqueza, de esta teoría es rescatable que el emprender está en la naturaleza humana, siempre buscando formas de mejorar su entorno. Para este economista austro-estadounidense la innovación es un factor clave en el cambio, las sociedades no pueden surgir sino existen los cambios en las economías sustentadas en el desarrollo de los sujetos económicos. Esto va de acuerdo con lo que se espera de estudiantes egresados de carreras en administración, los mismos que necesitan tener conciencia del cambio que deben impulsar en la sociedad.

10. HIPÓTESIS

10.1. HIPÓTESIS GENERAL

La creación de unidades de negocios por parte de la Universidad Técnica de Babahoyo, F.A.F.I mejorará la calidad de pasantías de los estudiantes de los últimos niveles con una mejor integración a la vida profesional y una visión de emprendimiento de acuerdo al perfil del egresado.

10.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:

10.2.1 El hecho de que la Unidad de Servicios a la Comunidad no disponga de un banco suficiente de empresas para cubrir la demanda de estudiantes en proceso de pasantías o prácticas profesionales afecta a los estudiantes de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo.

10.2.2 Determinado el efecto del reducido número de empresas que causa en los estudiantes en proceso de pasantías de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo se establecerán planes de acción que permitan disminuir la problemática.

10.2.3 Implementado un plan piloto de creación de unidades de negocio como fuente de emprendimiento se contribuirá a mejorar las prácticas profesionales de los estudiantes de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo.

11. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

11.1. Pruebas estadísticas aplicadas en la verificación de la hipótesis.

Para la verificación de la hipótesis de este proceso de investigación se ha realizado la aplicación de los instrumentos de investigación y luego se ha detallado la información relevante utilizando el sistema operativo Excel, a través del cual se aplicó la frecuencia relativa a fin de determinar cuáles son los aspectos relevantes de los datos obtenidos.

11.2. Análisis e interpretación de datos

**Procesamiento del primer instrumento de recolección de la información:
Encuesta aplicada a los estudiantes de la FAFI.**

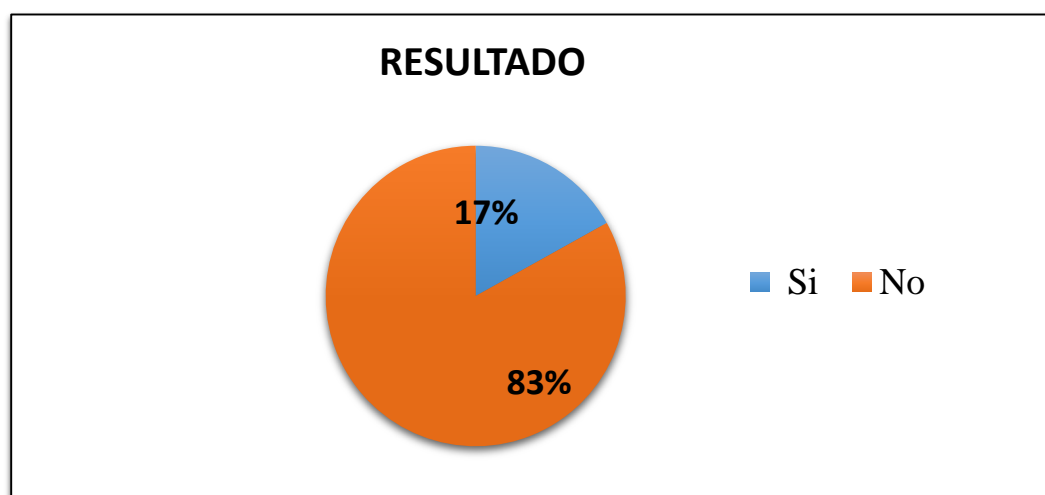
1) ¿Conoce usted de la existencia de unidades de negocios en la Universidad Técnica de Babahoyo?

Cuadro N° 1: Unidades de negocios.

OPINIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Si	33	17 %
No	162	83 %
TOTAL	195	100 %

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ing.Com. Lorena Muñoz Oviedo



Análisis e interpretación (a todos ponerle la palabra)

En consideración al **Cuadro N° 1** un 17% de los estudiantes conoce de la existencia de Unidades de negocios en la UTB, mientras que un 83% no conoce de las existencias de las mismas.

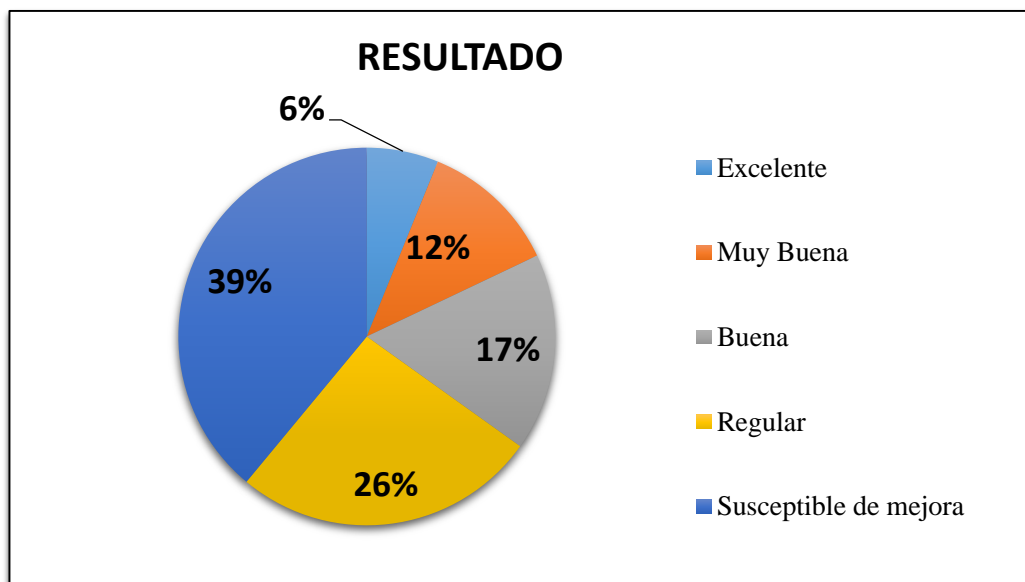
2) ¿Cómo calificaría usted sus pasantías?

Cuadro N° 2: Calificación de pasantías o prácticas pre-profesionales

OPINIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Excelente	12	6 %
Muy Buena	23	12 %
Buena	33	17 %
Regular	51	26 %
Susceptible de mejora	76	39 %
TOTAL	195	100 %

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ing.Com. Lorena Muñoz Oviedo



Análisis e interpretación

De acuerdo al **Cuadro N° 2** la gran mayoría de los estudiantes califica sus pasantías como regulares y susceptibles de mejora, lo que indica que hay que implementar un mejor sistema para que el estudiante realice sus pasantías o prácticas pre profesionales. Este sistema a implementar debe de estar de acuerdo con las exigencias del tiempo en que se actúa estas son las de crear una cultura emprendedora para el surgimiento de empresas.

3) ¿De tener la oportunidad de realizar preparaciones pre-profesionales en una empresa le agradaría que estén de acuerdo a sus competencias profesionales en formación?

Cuadro N° 3: Competencias profesionales.

OPINIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Si	195	100 %
No	0	0 %
TOTAL	195	100 %

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ing.Com. Lorena Muñoz Oviedo



Análisis e interpretación

La **Cuadro N° 3** indudablemente muestra que los estudiantes adquieren un perfil profesional de acuerdo a su carrera, por lo tanto ellos desean que sus prácticas pre-profesionales o pasantías sean de acuerdo a éste perfil. El 100% de los estudiantes de tener la oportunidad de realizar las practicas pre profesionales las realizarían de acuerdo a las competencias profesionales adquiridas en sus respectivas formación.

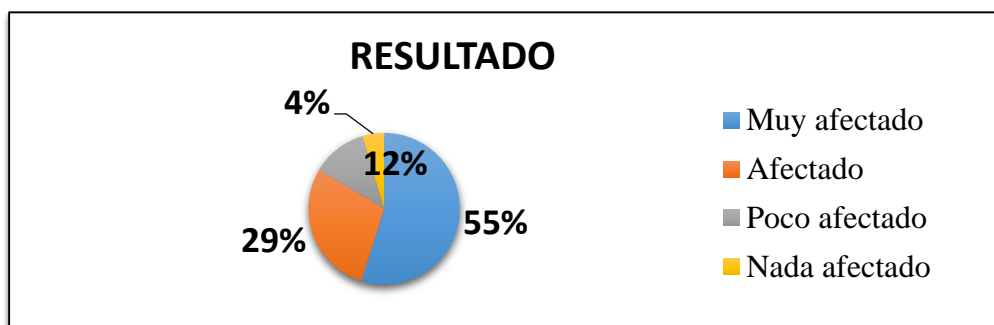
4) ¿Se siente Ud. afectado en el proceso de pasantías o prácticas profesionales al no existir una empresa donde realizarlas?

Cuadro N° 4: Proceso de pasantías.

OPINIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Muy Afectado	107	55 %
Afectado	56	29 %
Poco Afectado	23	12 %
Nada Afectado	9	4 %
TOTAL	195	100 %

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ing.Com. Lorena Muñoz Oviedo



Análisis e interpretación

En consecuencia la **Cuadro N° 4** resultado es evidente de acuerdo a la, los estudiantes se sienten afectados y muy afectados al no existir empresas donde puedan realizar las prácticas, que refuerzan lo aprendido en sus estudios; y, que las mismas le brinden una oportunidad laboral por cuenta propia o por medio de empleo.

El expresa que los estudiantes en un 55% se sienten muy afectados, un 29% afectado, un 12% poco afectado, y un 4% nada afectado, lo que demuestra que una gran mayoría en etapa de este proceso necesita que este proceso mejore.

5) ¿Debería la Unidad de Servicios a la Comunidad disponer de nuevas opciones para realizar las prácticas o pasantías pre-profesionales?

Cuadro N° 5: Opciones de pasantías o prácticas pre-profesionales.

OPINIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Si	195	100 %
No	0	0 %
TOTAL	195	100 %

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ing.Com. Lorena Muñoz Oviedo



Análisis e interpretación

En consideración la **Cuadro N° 5** la USC es una ayuda invaluable en lo que tiene que ver con el enlace entre la comunidad y la comunidad siendo su muestra de ello los mismo lo que expresa la estudiantes y su aporte de conocimiento, por lo tanto es evidente que está USC brinden una gran variedad de opciones en lo que respecta a realizar las prácticas o pasantías pre-profesionales a los estudiantes de acuerdo a sus perfiles profesionales.

Un 100% los estudiantes están de acuerdo en que la USC debe de disponer de nuevas opciones para realizar las prácticas o pasantías pre-profesionales. Lo que da una alerta para que ésta unidad realice un estudio de opciones actuales y las que a futuro se puedan implementar.

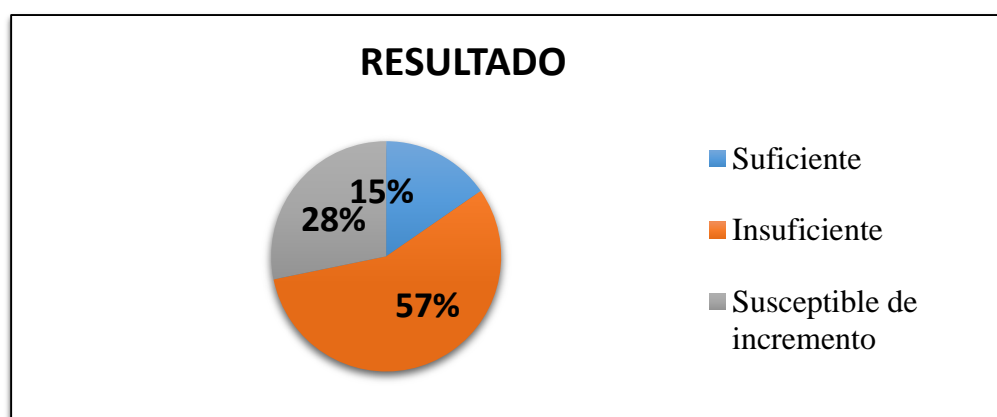
6) ¿Cómo califica Ud. la oferta de empresas para que realicen pasantías o prácticas pre-profesionales los estudiantes en dicho proceso?

Cuadro N° 6: Ofertas de empresas.

OPINIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Suficiente	30	15 %
Insuficiente	110	57 %
Susceptible de incremento	55	28 %
TOTAL	195	100 %

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ing.Com. Lorena Muñoz Oviedo



Análisis e interpretación

De acuerdo al **Cuadro N°6** los estudiantes consideran que la actual oferta de empresas es deficiente donde poder realizar pasantías o prácticas pre-profesionales, nos demuestra que en un 57% los estudiantes califican que existe una insuficiente oferta de empresas donde se pueda realizar las pasantías o practicas pre-profesionales.

Lo que amerita gestionar de forma urgente un sistema que agilice el sistema para que los estudiantes puedan realizar sus prácticas en forma eficiente y en sus perfiles profesionales.

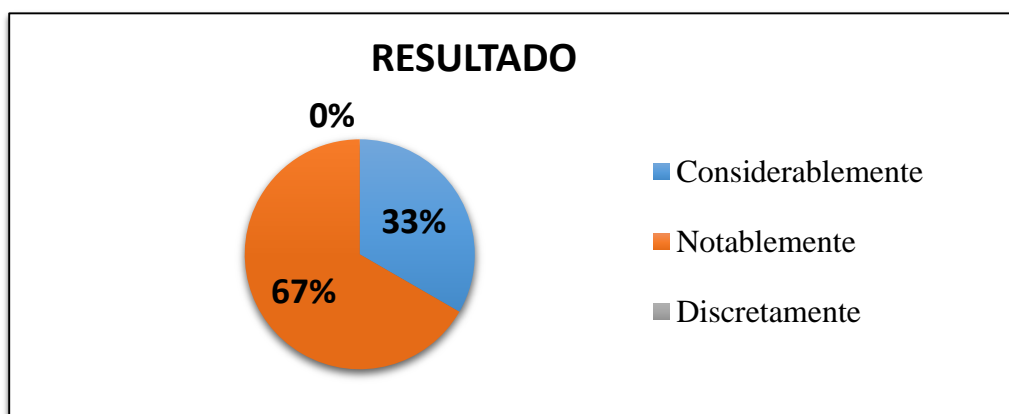
7) **¿Considera Ud. que se reduciría el tiempo en el proceso pasantías o prácticas profesionales si se contará con más lugares donde realizarlas?**

Cuadro N° 7: Tiempo en el proceso de pasantías.

OPINIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Considerablemente	65	33 %
Notablemente	130	67 %
Discretamente	0	0 %
TOTAL	195	100 %

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ing.Com. Lorena Muñoz Oviedo



Análisis e interpretación

Por lo expresado en la **Cuadro N° 7** los estudiantes al estar en sus últimos semestres consideran de importancia incorporarse a la actividad laboral, por lo tanto el tiempo es de mucha importancia al momento de asignarles ya sea las pasantías o prácticas profesionales, para agilizar su trámite para egresar y por ende los de graduación. Se considera que en un 67% se reduciría el tiempo en el proceso de pasantías o prácticas pre-profesionales si se contara con más lugares donde realizarlas, así no tendrían que esperar que un grupo las realizara y así continuar los que están en espera.

8) ¿Cree Ud. que las pasantías deberían ser oportunidades para empezar su vida profesional dentro de su perfil?

Cuadro N° 8: Oportunidades dentro del perfil.

OPINIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Si	195	100 %
No	0	0 %
TOTAL	195	100 %

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ing.Com. Lorena Muñoz Oviedo



Análisis e interpretación

En los datos del **Cuadro N° 8**, al ser las pasantías un entrenamiento para lo que será la vida profesional, los estudiantes desean que estas sean lo más cercano a la realidad de sus vidas como profesional en sus respectivos perfiles. En su totalidad el cuadro muestra que las pasantías son una oportunidad de comenzar la vida profesional dentro del perfil.

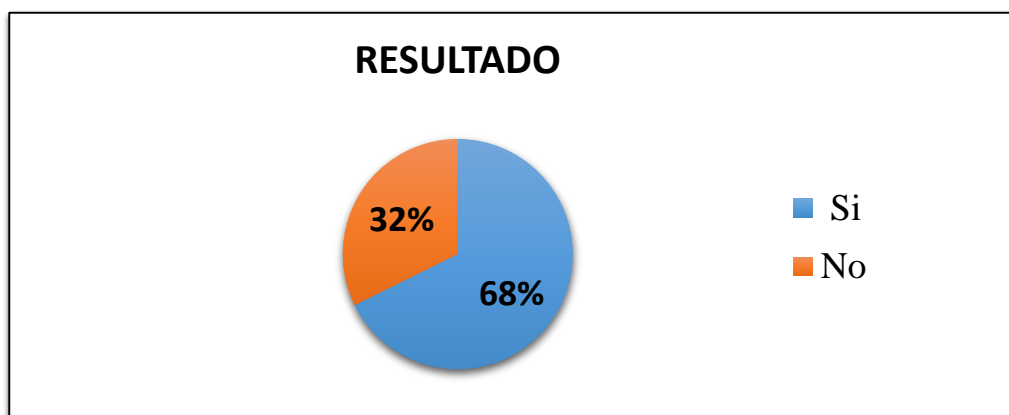
9) ¿Considera Ud. el emprendimiento una fuente para mejorar las prácticas pre-profesionales o pasantías de la F.A.F.I?

Cuadro N° 9: Emprendimiento como fuente de prácticas pre-profesionales.

OPINIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Si	132	68 %
No	63	32 %
TOTAL	195	100 %

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ing.Com. Lorena Muñoz Oviedo



Análisis e interpretación

Lo que demuestra el **Cuadro N° 9** actualmente el emprendimiento se considera una fuente de poner en práctica todo el potencial que se adquiere a través de competencias propias de una carrera o profesión siendo éste la mejor forma de iniciarse profesionalmente, de ahí que el emprendimiento se considere una muy buena alternativa. Nos indica por sus resultados que en un 68% los estudiantes consideran como una opción de mejora al emprendimiento, siendo éste una forma de empezar de forma directa su vida profesional y de superación personal y económica.

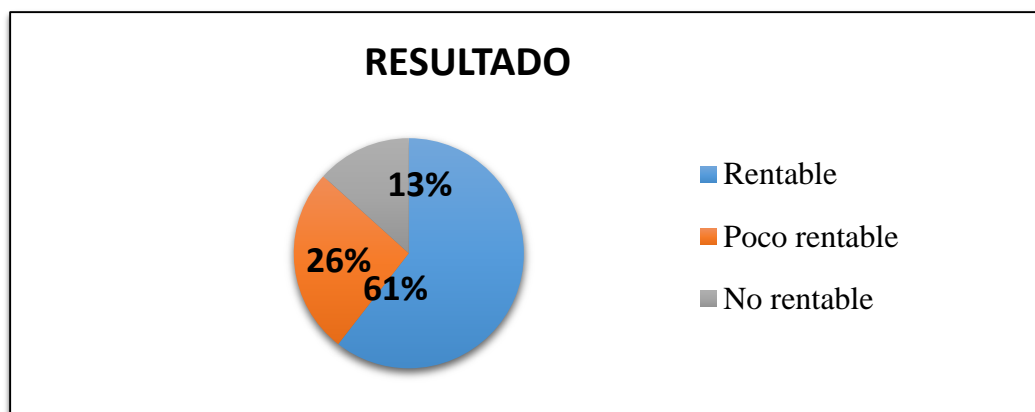
10) De crearse unidades de negocios como opción donde realizar las prácticas profesionales o pasantías, las consideraría.

Cuadro N° 10: Las unidades de negocio como opción rentable.

OPINIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE (%)
Rentable	118	61 %
Poco rentable	51	26 %
No rentable	26	13 %
TOTAL	195	100 %

Fuente: Encuesta

Elaboración: Ing.Com. Lorena Muñoz Oviedo



Análisis e interpretación

En consideración a lo expresado en el **Cuadro N° 10** la creación de unidades de negocio se consideraría como una buena opción para realizar las prácticas profesionales o pasantías, de parte de los estudiantes ya que les daría la opción de hacer las prácticas en sus respectivos perfiles y mejorar la visión de verse como un emprendedor desarrollando sus competencias profesionales. Nos demuestra que en un 61% considera que es rentable la opción de realizar las prácticas profesionales o pasantías, considerando la posibilidad de emprender un negocio que se alinee con su perfil profesional.

Procesamiento del Segundo instrumento de recolección de la información.

Entrevistas realizadas: Decano, Subdecano, Jefe de Departamento de Vinculación la Sociedad

PREGUNTAS	ASPECTOS RELEVANTES
1. ¿Qué impacto considera Ud. que tendría la creación de unidades de negocios en la UTB y en especial en la FAFI?	Disminución de congestionamiento de las los departamentos de vinculación, y el surgimiento de nuevos profesionales capacitados dentro de sus perfiles
2. Considera Ud. que se resolvería la situación de ubicar a los estudiantes en sus respectivos perfiles al crear unidades de negocios como fuente de emprendimiento?	Se resolvería, en la medida que el estudiante ve realizadas la visión de tener una profesión de acorde a los estudios realizados y que sea un proyecto de vida que sirva para alcanzar metas personales, profesionales y económicas
3. Cómo cree Ud. que se reduciría en tiempo de espera a los estudiantes al crear unidades de negocios como fuente de emprendimiento?	El tiempo es un factor importante a considerar al momento de terminar los estudios, representando un incremento en los presupuestos cuando no se dan dentro del tiempo planificado. Esto contribuiría a mejorar la eficacia en términos de lograr las metas trazadas tanto por las autoridades como

	estudiantes.
4. Cree Ud. que es necesario aumentar el emprendimiento para lograr que los estudiantes puedan iniciarse en empresas que estén de acuerdo a sus perfiles de egresados?	El emprendimiento es la base para mejorar la economía, lo que se refleja en la creación de nuevos emprendedores que llegaran a ser empresarios que mejoraran los el entorno económico de su comunidad y por ende la calidad de vida.
5. Cuál cree Ud. que sería una opción viable para que los estudiantes mejoren su experiencia en las pasantías prácticas pre profesionales	Lo importante para mejorar la experiencia es que el estudiante realice sus pasantías o practicas pre profesionales en su respectivos perfiles ya que así se encontrará en una experiencia real de lo que es o será su vida profesional en la carrera escogida
6. Cuál sería su propuesta como autoridad en cuento a la creación de unidades de negocios?	La propuesta es de apoyar aquella alternativa de la creación de unidades de negocio como fuente de emprendimiento, y que se contribuya a mejorar la calidad de los estudiantes egresado y su perfil profesional

<p>7. De presentarse un proyecto para implementarlo como una solución viable que contribuya a mejorar la calidad del perfil del egresado a través de la creación de unidades de negocio lo apoyaría?</p>	<p>El apoyo es incondicional, la Universidad está contribuyendo a mejorar la calidad de vida de la comunidad y apoyando el surgimiento de nuevas empresas.</p>
<p>8.Cuál sería su aporte como autoridad para que estas unidades de negocio contribuyan a solucionar el que los estudiantes realizan sus prácticas pre profesionales o pasantías en sus respectivos perfiles?</p>	<p>El aporte sería el brindar la capacitación y desarrollo necesarios para que estas unidades de negocio se conviertan en una fuente de constante innovación productiva y que el futuro profesional cree en su mente la visión de ser un emprendedor y empresario</p>
<p>9. Qué opinión tiene Ud. respecto a mejorar los perfiles de los estudiantes y la creación de micro emprendimiento que contribuiría las unidades de negocios?</p>	<p>La opiniones que se tienen al respecto es que sí se contribuye a través de la creación de unidades de negocios a crear de negocios encaminados al micro emprendimiento y estos a su vez a mejorar el perfil del estudiante, gana tanto la Universidad como el profesional que está egresando y la</p>

	calidad de su educación se eleva y esto sirve de reconocimiento de la labor en la educación de superior.
10. Cree Ud. que mejorando la calidad del perfil del egresado a través de implementar las unidades de negocio como fuente de emprendimiento se mejoraría la calidad del perfil del egresado?	Sin lugar a dudas, es un esfuerzo que vale la pena implementar, lo que se quiere es preparar profesionales que puedan realizarse en sus respectivas actividades profesionales y económicas haciéndolos miembros productivos de la comunidad.

Análisis e interpretación

La creación de las unidades de negocio tiene una admirable aceptación según muestra el cuadro, la importancia que encierra que se tenga el proceso y se convierta en un sistema que permita a estudiantes medio de desarrollar sus capacidades, habilidades y destrezas que se convierten en competencias profesionales junto a resultados de su trabajo, sus experiencias convertidas en emprendimientos propios de sus perfiles profesionales y el mérito que lleva implícito el centro de educación, la Universidad Técnica de Babahoyo.

11.3. Conclusiones y recomendaciones generales y específicas acerca de los resultados de la investigación

11.3.1. Conclusiones:

11.3.1.1 Del objetivo general:

La creación de unidades de negocios en la Universidad Técnica de Babahoyo tiene una aceptación por parte de estudiantes y autoridades por ser este un medio por el cual se llegaría a mejorar la afectación que tienen los estudiantes en realizar sus pasantías o practicas pre profesionales por no encontrar en la ciudad ni en la provincia una oferta por parte de empresas que cubra la demanda de estudiantes en este proceso, prolongando el tiempo para realizarlas. Se hace urgente por lo tanto la implementación de un nuevo sistema que permita que los estudiantes realicen las pasantías o practicas pre profesionales en sus respectivos perfiles y que obtengan a través de éstas una experiencia real de lo que se viene en su vida profesional, y; cómo contribuirá su desempeño en su carrera a mejorar su economía en lo personal, familiar y en la comunidad.

11.3.1.2 De los objetivos específicos:

- ✓ El impacto que tiene el que no se disponga de un banco suficiente de empresas, disminuye su impacto al tener como una opción las unidades de negocios como fuente de emprendimiento, estas llevarían a agilizar la ubicación de estudiantes en procesos de pasantías.
- ✓ Al disminuir la problemática de tener estudiantes rezagados en realizar sus pasantías, se contribuirá a tener una gestión más ágil en las Unidades de Servicio a la Comunidad, con suficientes planes de acción que permitan

contribuir a mejorar la calidad del perfil profesional, logrando así una inserción real del profesional a su vida laboral.

- ✓ La acogida que tiene la creación de unidades de negocio como propuesta, por parte de los estudiantes y autoridades muestra que estas unidades de negocios pueden contribuir en forma eficiente a las prácticas pre profesionales de estudiantes en sus respectivos perfiles y prepararlos para ser profesionales de éxitos en las áreas que realizaron sus estudios.

11.3.2. Recomendaciones:

Se debe considerar lo ágil que en estos tiempos resulta tener a la mano más de una herramienta para solucionar los inconvenientes que suelen darle al administrar, muy en especial cuando se lo hace con personas que siendo estudiantes se forman en las aulas de las Universidad Técnica de Babahoyo, siendo la meta entregar un recurso humano talentoso y preparado para asumir retos y oportunidades en lo personal, profesional, es de enfatizar que es lo que desea a través de la implementación de unidades de negocios como fuente de emprendimiento, llegando a cumplir lo más anhelado por el ser humano que es realizarse y lo que se preparó durante tanto tiempo en base al esmerado esfuerzo, que es llegar a ser un profesional y tener el perfil por el cual se estudió.

La preparación de estudiantes en su última etapa de estudios es una de las más importantes, es donde el tiempo es muy valorado por quienes ven el final de su metas, que es ser un profesional, por lo tanto se debe agilizar el sistema y los procesos para que esta transición de estudiante a profesional se dé forma rápida

con la cual se adquiriera y se reafirme el perfil adquirido durante los años de estudios.

Son el bien más valioso que posee un centro de estudios, por tanto en justo reconocimiento de sus estudios ver realizadas sus metas a través del emprendimiento con una sólida base para comenzar su vida profesional y devolverle a la sociedad en base a sus conocimientos, experiencias, la oportunidad de mejorar la calidad de vida de la comunidad a través de la creación de empresas que impulsen la creación de riqueza para la región y el país.

12. PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

12.1. Alternativa obtenida

Plan piloto para la creación de Unidades De Negocios en la Universidad Técnica de Babahoyo.

12.2. Alcance de la alternativa

12.2.1. Propósito

El propósito de la investigación en base a la investigación realizada es:

Implementar un Plan Piloto para la creación de unidades de negocios como alternativa para mejorar el proceso de pasantías o practicas pre-profesionales en la F.A.F.I de Universidad Técnica de Babahoyo.

Aspectos que cubre

Los aspectos que cubre son:

Administrativo: Porque se da una mejor atención al estudiante que está finalizando sus estudios, haciendo más eficiente la gestión de ingresar a realizar sus prácticas o pasantías pre profesionales y en sus respectivos perfiles.

Formativo: la calidad en la educación es un tema que hoy envuelve a las Universidades del país, y también los objetivos nacionales, siendo prioridad que el nuevo profesional alcance un aprendizaje para la vida profesional y práctica de acuerdo a las exigencias del mercado local, nacional e internacional, por tanto se necesita que las practicas o pasantías pre-profesionales estén encaminadas a formar un talento humano productivo y formado en su perfil profesional y con visión de emprendimiento y empresario a largo plazo.

12.2.2. Alcance de solución

El alcance de la propuesta es mejorar sustancialmente la manera en que los estudiantes realizan sus pasantías o prácticas profesionales, disminuyendo el tiempo de espera para realizarlas y los inconvenientes de no realizarlas en actividades acorde a sus perfiles profesionales.

12.3. Aspectos básicos de la alternativa

12.3.1. Antecedentes

Las pasantías o prácticas profesionales se han dado dentro de la F.A.F.I no en la forma que se esperaría, los estudiantes tienen que esperar largo tiempo para realizar sus pasantías o prácticas profesionales, lo que ha hecho que el trámite sea lento y que en muchas ocasiones se tome lo que está a la mano y siendo esto en muchas ocasiones empresas o lugares que no están o van de acuerdo a los perfiles profesionales.

La actual matriz productiva del país exige que la educación vaya de la mano con el progreso del país, planteando para aquello una excelencia en la educación superior siendo de importancia la investigación, la docencia y la vinculación con la sociedad. En los últimos años se ha tomado en cuenta que se debe tener aprendizajes que eleven la calidad de vida de la población y esto se logra mediante la vinculación de los aprendizajes y la práctica que se dé en los escenarios profesionales que contribuyan a que el estudiante emprenda su propios negocios en las áreas para las cuales fue preparado a través de sus estudios en todas las etapas.

La educación debe apuntar a reducir la pobreza, despertando en los estudiantes el espíritu del emprendedor como son identificar oportunidades, incentivar a otras

personas para lograr objetivos y conseguir los recursos para llevar adelante un proyecto que se vincule directamente con el entorno económico y contribuya a que profesionales en su etapa final de estudios de tal forma que logren sentar el precedente para iniciarse en un negocio que sea en su perfil profesional. Esto es lo que se busca al crear unidades de negocio como fuente de emprendimiento, crear una cultura de emprender y que sea en los perfiles que se establecen para el profesional egresado de estudios superiores.

12.3.2. Planteamiento de la propuesta

Plan piloto para la creación de Unidades de Negocios en la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo.

12.3.3. Objetivos

12.3.3.1. Objetivo general

Implementar un Plan piloto en la F.A.F.I de la Universidad Técnica de Babahoyo para la creación de Unidades de Negocios como fuente de emprendimiento.

12.3.3.2. Objetivos específicos

Insertar a los estudiantes en campos laborales simulados para optimizar el desarrollo de competencias profesionales.

Generar autogestión que sirva para reinversión en trabajos de emprendimientos.

12.3.4. Estructura General de la propuesta

Para el desarrollo del plan piloto para la creación de Unidades de Negocios en la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo se pondrán en ejecución las siguientes etapas:

1.- Análisis de la situación actual

Objetivo

Conocer la situación de los estudiantes que se encuentran actualmente en proceso de pasantía o prácticas profesionales.

Descripción

Se analizará la situación actual mediante una reunión de las partes involucradas para tratar asuntos referentes a cómo se han llevado hasta el momento en la Unidad de Servicio a la Comunidad las gestiones encaminadas a la realización de pasantías o prácticas profesionales en la Facultad de Administración, Finanzas e Informática.

Evidencias

- ✓ Memoria técnica de la situación actual de los estudiantes respecto a la vinculación con la sociedad.
- ✓ Fotografías de la reunión.

2.- Socialización con las autoridades

Objetivo

Exponer de forma clara y compartida aspectos que pueden beneficiar a los actores en base a aspectos sociales y culturales.

Descripción

La comunicación que se realice de la puesta en marcha del plan es de importancia para todos los actores que participan en la propuesta, esto garantizará un acoplamiento eficiente de las partes involucradas.

Evidencias

- ✓ Acta de la reunión con los estudiantes.
- ✓ Nómina de estudiantes para el proceso.

3- Presupuestación

Objetivos

Realizar acciones encaminadas a gestionar la obtención de recursos para la puesta efectiva del plan de plan piloto para la creación de Unidades de Negocios en la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo

Descripción

Asignar dentro del presupuesto de la facultad recursos para implementar el plan piloto que resulta en una inversión, obteniendo como resultados de la puesta en marcha de las unidades de negocios.

Evidencias

- ✓ Presupuesto para unidades de negocios.

4.- Socialización con los estudiantes

Objetivo

Informar a los estudiantes de una alternativa diferente, dinámica de cómo realizar las pasantías o prácticas profesionales en sus perfiles profesionales u obtener en esta simulación la experiencia.

Descripción

La socialización que se realice a los estudiantes determinará su reacción y cómo ven ellos estos procesos que afectan directamente su vida social y su perfil profesional con una proyección real de cómo actuar frente a las unidades económicas o formar y crear una propia.

Evidencias

- ✓ Acta de reunión con los estudiantes.
- ✓ Registro de firmas y evidencias

5.- Formación de grupos de trabajo

Objetivo

Estimular la creatividad que surge de la imaginación y la actitud crítica para contribuir a inconvenientes que puedan darse en el proceso.

Descripción

En esta etapa se debe establecer un grupo interdisciplinario para determinar las variables que contribuyan al mejoramiento de la gestión en la unidad de servicio a la comunidad.

Evidencias

- ✓ Videos
- ✓ Actas de compromisos
- ✓ Nómina de las comisiones

6.- Ejecución de los trabajos organizados

Objetivo

Ejecutar los trabajos realizados con anterioridad siguiendo la secuencia establecida de acuerdo a lo planeado.

Descripción

Se analizarán todos los aspectos administrativos, de personal y financiero que permitan la puesta en marcha del plan así como los aspectos tecnológicos y de mercado que puedan surgir en la medida que se ejecuta el plan.

Evidencias

- ✓ Acciones correctivas
- ✓ Peticiones de cambios si las circunstancias lo amerita

7.- Evaluación del trabajo realizado

Objetivo

Demostrar lo pertinente que es mejorar los aspectos relacionados con las pasantías o prácticas profesionales por medio de que el estudiante realice las pasantías o prácticas profesionales en su perfil profesional

Descripción

La evaluación permite fortalecer el compromiso de seguir haciendo la gestiones encaminadas a mejorar el proceso de insertar profesionales con visión de emprendedores y empresarios contribuyendo a una economía sostenida en sus perfiles.

Evidencias

- ✓ Aumento de estudiantes que realizan las pasantías o prácticas profesionales en sus perfiles.

- ✓ Planes de negocios
- ✓ Nuevos diseños técnicos para mejorar existentes

8.- Retroalimentación

Objetivo

Permitir el control del sistema para visualizar los resultados o productos obtenidos y luego insertarlos como información o recursos.

Descripción

La retroalimentación sirve para mejorar los procesos realizados durante la gestión realizada y el grado de cumplimiento que se ha obtenido en el proceso, para mejorar lo obtenido.

Evidencias

- ✓ Seguimiento de gestiones realizadas.
- ✓ Publicación de planes de mejoramiento a implementar.

12.4. Resultados esperados de la alternativa

- ✓ Gestión rápida al realizar las pasantías o prácticas profesionales
- ✓ Estudiantes realizando las pasantías o prácticas profesionales en su perfil profesional
- ✓ Mayor capacitación y desarrollo en emprendimiento
- ✓ Formación de proyectos de inversión

- ✓ Crecimiento económico
- ✓ Mejoramiento de la calidad de vida directa e indirectamente por formación de empresas
- ✓ Reconocimiento de una educación de calidad con visión emprendedora.
- ✓ Autogestión para la sostenibilidad del proyecto
- ✓ Desarrollo de competencias profesionales por parte de los pasantes

13. BIBLIOGRAFÍA

Niño Rojas, Víctor Miguel (2011) Metodología de la Investigación. Bogotá-Colombia. Ediciones de la U.

Bernal Torres, César Augusto (2010) Metodología de la Investigación. Tercera Edición. Pearson Educación, Colombia.

Nel Quezada, Lucio (2010) Metodología de la Investigación. Primera Edición. Empresa Editora Macro E.I.R.L, Lima-Perú.

Martínez Ruiz, Héctor; Ávila Reyes Elizabeth (2010) Metodología de la Investigación. Primera Edición. Cengage Learning Editores, S.A. México, D.F.

Draier, Enrique; Huarte, Jimena; Lebendiker, Adrián Leonardo; Méndez Alejandra; Pértega Gabriela; Rivas Corigliano, María del Pilar, Romero Villanueva, Javier; Sicardi, Juan; Spina, Mario; Vicchi Alejandro. (2013) Claves para emprendedores-Conceptos básicos para planificar y desarrollar tu proyecto. 1a ed. Buenos Aires: Ministerio de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Subsecretaría de Desarrollo Económico.

Contreras Soto, Ricardo; López Salazar, Alejandra; Molina Sánchez, Rubén. (2011) Emprendimiento Dimensiones Sociales y Culturales en las Mipymes. Primera Edición. . Pearson Educación, México, S.A.

Enciso Congote, Juan David (2010). El emprendimiento y el bien común: ¿competencias complementarias o excluyentes? Vol.13. Número 1 Ed. D – Universidad de La Sabana.

Palacios Núñez, Guadalupe. (2010) Emprendimiento Social: Integrando A Los Excluido En El Ámbito Rural. Revista De Ciencias Sociales. 16 (4), Editorial Red Universitaria Del Zulia

LANDSDALE, David; ABAD Candy; VERA, David.Impulsores Claves para Establecer el Ecosistema Dinámico de Emprendimiento en Ecuador. Pág.21,22

Saieh Mena, Cristián (2010). Derecho para el emprendimiento y los negocios: los aspectos legales que un empresario debe conocer para generar ventajas competitivas. Editorial ebooks Patagonia – Ediciones Universidad Católica de Chile.

Palacios Núñez, Guadalupe (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. Revistas de ciencias sociales. Editorial Red Universidad del Zulia.

Pereira Laverde, Fernando; Osorio Tinoco, Fabián; Medina Hurtado, Lina María. (2011). Emprendimiento y sus implicaciones en el desarrollo de Santiago de Cali 2010 – 2011: una perspectiva basada en GEM. Editorial Ediciones de la U.

Quezada, Nel L. (2010) Metodología de la Investigación. Lima- Perú. Editora Macro E.I.R.L (3° edición). Colombia. Editorial Pearson Educación.

Silva Duarte, Jorge Enrique (2008) Emprendedor, crear su propia empresa. Bogotá-Colombia. Alfa Omega S.A .

www.planificacion.gob.ec/

<http://ecuadoruniversitario.com/directivos-y-docentes/legislacion/ley-organica-de-la-educacion-superior/el-art-107-de-la-loes-explica-en-que-consiste-el-principio-de-pertinencia/>

14. Anexos

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN N° 1

ENCUESTA APLICADA A LOS ESTUDIANTES DE LA FAFI

1. ¿Conoce usted de la existencia de unidades de negocios en la Universidad Técnica de Babahoyo?

Respuestas	Marque la opción
Si	
No	

2. ¿Cómo calificaría usted sus pasantías?

Respuestas	Marque la opción
Excelente	
Muy Buena	
Buena	
Regular	
Susceptible de mejora	

3. ¿De tener la oportunidad de realizar preparaciones pre-profesionales en una empresa le agradecería que estén de acuerdo a sus competencias profesionales en formación?

Respuestas	Marque la opción
Si	
No	

4. ¿Se siente Ud. afectado en el proceso de pasantías o prácticas profesionales al no existir una empresa donde realizarlas?

Respuestas	Marque la opción
Muy afectado	
Afectado	
Poco afectado	
Nada afectado	

5. ¿Debería la Unidad de Servicios a la Comunidad disponer de nuevas opciones para realizar las prácticas o pasantías pre-profesionales?

Respuestas	Marque la opción
Si	
No	

6. ¿Cómo califica Ud. la oferta de empresas para que realicen pasantías o prácticas pre-profesionales los estudiantes en dicho proceso.?

Respuestas	Marque la opción
Suficiente	
Insuficiente	
Susceptible de incremento	

7. ¿Considera Ud. que se reduciría el tiempo en el proceso pasantías o prácticas profesionales si se contará con más lugares donde realizarlas?

Respuestas	Marque la opción
Considerablemente	
Notablemente	
Discretamente	

8. ¿Cree Ud. que las pasantías deberían ser oportunidades para empezar su vida profesional dentro de su perfil?

Respuestas	Marque la opción
Si	
No	

9. ¿Considera Ud. el emprendimiento una fuente para mejorar las prácticas pre-profesionales o pasantías de la FAFI?

Respuestas	Marque la opción
Si	
No	

10. De crearse unidades de negocios como opción donde realizar las prácticas profesionales o pasantías, las consideraría

Respuestas	Marque la opción
Rentable	
Poco rentable	
No rentable	

ANEXOS N° 2

MATRIZ PROBLEMA-OBJETIVO-HIPÓTESIS

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
¿De qué manera la creación de unidades de negocios como fuente de emprendimiento incidirán en las prácticas profesionales de los estudiantes de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo?	Analizar el impacto que tendrá la creación de unidades de negocios como fuente de emprendimiento para los estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo .que realicen pasantías o prácticas profesionales.	Gestionando la creación de unidades de negocios por parte de la Universidad Técnica de Babahoyo mejorará la calidad de pasantías de los estudiantes de los últimos niveles con una mejor integración a la vida profesional y una visión de negocio de acuerdo al perfil del egresado.
ESPECIFICOS	ESPECIFICOS	ESPECIFICOS
¿De qué manera afecta a los pasantes que la Unidad de Servicios a la Comunidad de la no disponga de un banco suficiente de empresas para cubrir la demanda de estudiantes en proceso de pasantías o prácticas profesionales?	Indicar de qué manera afecta a los pasantes debido a que la Unidad de Servicios a la Comunidad de la no disponga de un banco suficientes de empresas para cubrir la demanda de estudiantes en proceso de pasantías o prácticas profesionales.	Estableciendo los mecanismos por los cuales se crearan las unidades de negocios adecuadas para los perfiles de los egresados.
¿Cómo afecta que el número de empresas de la ciudad de Babahoyo resulte limitado para ubicar a una alta población de pasantes de la	Determinar cómo afecta que el número de empresas de la ciudad de Babahoyo resulte limitado para ubicar a una alta población de pasantes de la F.A.F.I de la Universidad Técnica de	Identificando las principales aptitudes empresariales que ayuden a aplicar con éxito la creación de las unidades de negocios.

FAFI Universidad Técnica de Babahoyo?	Babahoyo.	
¿Cómo elaborar una propuesta alternativa para crear unidades de negocios como fuente de emprendimiento para contribuir a las prácticas profesionales de los estudiantes de la FAFI de la Universidad Técnica de Babahoyo?	Elaborar una propuesta para crear unidades de negocios como fuente de emprendimiento para contribuir a las prácticas profesionales de los estudiantes de la FAFI de la Universidad Técnica de Babahoyo.	Determinando las características internas y externas que permitan la participación de la comunidad en el surgimiento de unidades de negocios como fuente de emprendimiento.

Anexo 3

MATRIZ DE PLAN DE ACCIÓN

ACTIVIDAD	OBJETIVO	ACCIONES	EVIDENCIAS
Análisis de la situación actual	Conocer la situación de los estudiantes que se encuentran actualmente en proceso de pasantía o prácticas profesionales	✓ Reunión de las partes involucradas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Memoria técnica de la situación actual de los estudiantes respecto a la vinculación con la sociedad. ✓ Fotografías de la reunión.
Socialización con las autoridades	Exponer de forma clara y compartida aspectos que pueden beneficiar a los actores en base a aspectos sociales y culturales.	✓ Comunicar la puesta en marcha del plan propuesta, para garantizar un acoplamiento eficiente de las partes involucradas.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acta de la reunión con los estudiantes. ✓ Nómina de estudiantes para el proceso
Presupuestación	Realizar acciones encaminadas a gestionar la obtención de recursos para la puesta efectiva del plan de plan piloto para la creación de Unidades de Negocios en la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo	✓ Asignar dentro del presupuesto de la facultad recursos para implementar el plan piloto que resulta en una inversión.	✓ Presupuesto para unidades de negocios
Socialización con los estudiantes	Informar a los estudiantes de una alternativa diferente, dinámica de cómo realizar las pasantías o prácticas profesionales en sus perfiles profesionales u obtener en está simulación la experiencia.	✓ La socialización que se realice a los estudiantes determinará su reacción y cómo ven ellos estos procesos que afectan directamente su vida social y su perfil profesional con una proyección real de cómo actuar frente a las unidades económicas o formar y crear una propia.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acta de reunión con los estudiantes. ✓ Registro de firmas y evidencias
Formación de grupos de trabajo	Estimular la creatividad que surge de la imaginación y la actitud crítica para contribuir a inconvenientes que puedan darse en el	✓ Establecer un grupo interdisciplinario para determinar las variables que contribuyan al mejoramiento de la gestión en la	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Videos ✓ Actas de compromisos ✓ Nómina de las comisiones

	proceso.	unidad de servicio a la comunidad.	
Ejecución de los trabajos organizados	Ejecutar los trabajos realizados con anterioridad siguiendo la secuencia establecida de acuerdo a lo planeado.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Analizar todos los aspectos administrativos, de personal y financiero que permitan la puesta en marcha del plan así como los aspectos tecnológicos y de mercado que puedan surgir en la medida que se ejecuta el plan. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acciones correctivas ✓ Peticiones de cambios si las circunstancias lo amerita
Evaluación del trabajo realizado	Demostrar lo pertinente que es mejorar los aspectos relacionados con las pasantías o prácticas profesionales por medio de que el estudiante realice las pasantías o prácticas profesionales en su perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fortalecer el compromiso de seguir haciendo la gestiones encaminadas a mejorar el proceso de insertar profesionales son visión de emprendedores y empresarios contribuyendo a una economía sostenida en sus perfiles. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento de estudiantes que realizan las pasantías o prácticas profesionales en sus perfiles. ✓ Planes de negocios ✓ Nuevos diseños técnicos para mejorar existentes ✓
Retroalimentación	Permitir el control del sistema para visualizar los resultados o productos obtenidos y luego insertarlos como información o recursos.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejorar los procesos realizados durante la gestión realizada y el grado de cumplimiento que se ha obtenido en el proceso, para mejorar lo obtenido. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Seguimiento de gestiones realizadas. ✓ Publicación de planes de mejoramiento a implementar.

Anexo 4

Lcdo. Teodoro Flores Carpio Ms.

Decano FAFI 2013.



Entrevista Ing. Com. Lorena Muñoz Oviedo

Lcdo. Eduardo Gáelas Guijarro MAE.

Coordinador General de la Oficina de Servicios a la Comunidad.



Entrevista Ing. Com. Lorena Muñoz Oviedo

Lcdo. Eduardo Gáelas Guijarro MAE.

Coordinador General de la Oficina de Servicios a la Comunidad.



Entrevista Ing. Com. Lorena Muñoz Oviedo