

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

Trabajo de grado para la obtención del título de
Magíster en Educación y Desarrollo Social

LA FORMACIÓN EMPRESARIAL COMO FACTOR GENERADOR DE RECURSOS
ECONÓMICOS EN ESTUDIANTES DEL CLUB DE CIENCIAS DEL COLEGIO SAN
GABRIEL

Autor

Ing Odguil Antonio Harnisth Pinos

Director

Dr. Gilberto Vejarano M

Quito - Ecuador

Marzo. 2011

RESPONSABILIDAD

Del contenido del presente trabajo se responsabiliza el Autor.

Ing Antonio Harnisth Pinos

C. I. 0912538519

CERTIFICACIÓN

La presente Tesis ha sido desarrollada íntegramente por el Ing Odguil Antonio Harnisth Pinos
bajo mi dirección.

Director de Tesis

Dr. Gilberto Vejarano M

AGRADECIMIENTO

A Dios por su infinito amor, mi familia, mi tutor de tesis
y la institución en la que me gradúo

DEDICATORIA

A mi Esposa e Hijas

Cristina , Anthonella y Ariana

RESUMEN

El objetivo principal de este trabajo de investigación fue la evaluación de la formación y actividad empresarial , como un factor generador de recursos económicos.

El Club de ciencias del Colegio San Gabriel es una muestra significativa de un universo socioeconómico medio, y de estudiantes que sin exigirlos buscan dar algo más en su propia formación.

Las familias de nivel económico medio se ven afectadas por gastos no presupuestados dentro de sus consumos proyectados , estos gastos son generados por adolescentes dependientes , que poseen vida social independiente , con actividades y compras como : cine , consumo celular , comida , ropa , eventos y otros.

Con la formación empresarial se incentiva a la creación de microempresas lucrativas lideradas por adolescentes, con deseos de obtención de recursos económicos.

Al ser este trabajo una investigación sobre una actividad emprendedora juvenil su marco teórico se basa sobre este tema, abordando así temas pedagógicos, financieros , contables , y comerciales , que serán los índices para evaluación de de obtención de recursos económicos y por lo tanto del cumplimiento de los objetivos y la hipótesis de este trabajo.

Palabras claves: Emprendimiento, marketing, contabilidad, liderazgo, recursos económicos, recursos humanos, empresa.

ABSTRACT

The main objective of this research was the evaluation of training in business as a factor generator in economic resources.

The Sciences Club of College San Gabriel is a significant sample of a universe socioeconomic middle, and students without requiring them to seek something more in their own training.

The middle income families are affected by unbudgeted costs within their projected consumption, these charges are generated by dependent adolescents, which have independent social life, activities and shopping as theater, cellular uptake, food, clothing, events and others.

With business training are encouraged to profit microenterprise development led teenagers, wishing to obtain financial resources.

As this work an investigation into a youth entrepreneurship the theoretical framework is based on this theme, addressing educational issues, financial, accounting, and business, to be the indices for assessment of obtaining financial resources and therefore compliance the objectives and hypothesis of this work.

Keywords: Entrepreneurship. marketing, accounting, leadership, financial resources, human resources, business

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
CAPÍTULO I.....	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Sistematización del problema.....	2
1.4. Justificación del tema	4
1.5. Objetivos	5
1.5.1. Objetivo general	5
1.5.2. Objetivos específicos.....	5
1.6. Alcance de la investigación.....	5
CAPÍTULO II	6
2.1. Marco teórico/conceptual	6
2.1.1 El acompañamiento juvenil y la formación empresarial	6
2.1.2 Emprendimiento	9
2.1.3 Factor generador económico	23
2.1.4 MARCO INSTITUCIONAL.....	27
El Colegio San Gabriel.....	27
2.1.5 MARCO CONCEPTUAL.....	31
• Formación empresarial desde un plan de negocios	31
• Acompañamiento Pedagógico:.....	31
• Recursos Humanos	32
2.2. Marco temporal y espacial	32
3. Hipótesis	33
3.2. Variables e indicadores	33
4. METODOLOGÍA	35
4.2. Unidad de análisis	35
4.3. Población de estudio.....	35
4.4. Tipo de investigación	35

4.5.	Prueba de hipótesis	36
4.6.	Métodos de estudio.....	37
4.7.	Técnicas e instrumentos	38
	• Entrevistas y Encuestas	38
	• Identificación de Procesos	39
	• Test.....	39
4.8.	Fuentes de información	40
	CAPÍTULO IV.....	41
4 .	RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	41
	4.1 Procesamiento de la información	41
	4.2 Criterio de evaluación y peso	44
	4.3 Pasos que se siguieron para el procesamiento de datos.....	60
	4.4 Análisis e Interpretación.....	60
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	85
5.1	Conclusiones	85
5.2	Recomendaciones.....	87
	BIBLIOGRAFÍA.....	88

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Muchas instituciones, como colegios, empresas, fundaciones, promueven la iniciativa emprendedora de estudiantes colegiales de la ciudad, a partir de concursos.

Los estudiantes generan proyectos y los desarrollan con mucha iniciativa y dedicación. Sin embargo, no se hace un seguimiento del trabajo realizado una vez presentado el mismo, ni se da incentivos a los trabajos que no hayan resultado ganadores, pese a que estos hayan demandado el mismo esfuerzo o tal vez más que alguno de los que resultaron ganadores. Aunque tienen el emprendimiento activado, se sienten desmotivados, y dejan a segundo plano su proyecto, investigación, o plan estructurado solamente, para ser defendido en un momento determinado de su actuar académico colegial.

Esta falta de acompañamiento después de un concurso de proyectos, es la principal causa del estancamiento emprendedor en estudiantes colegiales.

Los estudiantes colegiales actúan en función de incentivos, y al no percibirlos relegan actividades.

Al no tratar de mejorar en este tema , y con la facilidad de la tecnología ,los estudiantes buscaran trabajos ya realizados , que los liberen de un momento determinado , como es la calificación , o premiación del proyecto , para luego abandonarlo en el lugar de donde lo encontraron , sin desarrollar proyectos protagonizados realmente por ellos.

Para incentivar un adolescente colegial se debe motivar en calificaciones, tiempo de diversión, factor económico que son parámetros que a ellos les importa en su etapa de vida actual.

Tomando en cuenta que los adolescentes padecen de gastos no presupuestados en sus familias como son gastos de diversión, comunicación, transporte, entretenimiento. La mejor manera de incentivar es haciendo les sentir que su proyecto es productivo económicamente para él y que puede solventarlo financieramente.

Los estudiantes del club de ciencias del Colegio San Gabriel, que hayan generado proyectos en los años pasados, serán el motivo de la investigación de este trabajo de grado.

1.2 Sistematización del problema

Al existir un grupo de estudiantes, que han sido preparados empresarialmente con anterioridad y que en base a esos conocimientos ellos han logrado generar un proyecto lucrativo, el presente trabajo se define como una investigación , ya que la aplicación del proyecto fue ejecutada y en este documento se verificó la trascendencia del mismo, sin embargo se define la población que la investigación será aplicada , para poder comprobar por medio de los diferentes mecanismos , ya sean estos cuantitativos, cualitativos , inductivos u otros , los diferentes indicadores medibles dentro de la investigación.

Estos indicadores darán a conocer si los objetivos con los que fue concebido el proyecto se cumplieron a satisfacción lo cual nos dará la información necesaria para poder repetir el proyecto inicial a futuro, o demostrar que son no alcanzables tal como fueron planteados.

Mediante la exploración de los conceptos básicos de pensamiento creativo y técnicas derivadas, los participantes podrán tipificar su potencial creador básico de carácter personal. También podrán comprobar en qué medida estos procesos de pensamiento creativo se llevan a cabo dentro de la institución empresarial en que trabajan sea a pequeña escala, grupo o departamento, o escala de toda la organización.

Los participantes podrán explorar aquellos factores inhibidores de la creatividad de modo permanente tanto en la organización como por parte de la personalidad y estilo de gestión de los directivos de la organización.

1.3. Preguntas de investigación

¿Qué efecto producirá realizar seguimiento y formación empresarial, a proyectos realizados por jóvenes?

¿Quiénes son los estudiantes que realizaron dichos proyectos?

¿Qué métodos se aplicaran para llegar a efectuar dicho seguimiento?

¿En base a qué modelo empresarial se enfocó la formación empresarial?

1.4. Justificación del tema

En años lectivo anteriores, se generó la motivación empresarial a los estudiantes del club de ciencias del Colegio San Gabriel, los mismos que se han mantenido ejecutando proyectos empresariales con resultados positivos

Muchos de los grupos estudiantiles que iniciaron actividades emprendedoras empresariales sintieron desmotivación por parte de sus padres, y de ellos mismos, ya que involucraba tiempo valioso de estudios y dinero en la actualidad continúan activos 16 grupos

Existen proyectos mal aprovechados por los estudiantes, quienes al no sentir apoyo ni acompañamiento, por su naturaleza misma de jóvenes, dejan pasar las oportunidades, archivando proyectos que de una u otra forma podrían ser lucrativos.

Por otro lado los padres y madres de familia, tampoco son un apoyo a estos proyectos, ya que sienten temor de un decaimiento académico, de sus representados, ya que estos al dedicar esfuerzo y tiempo, podrían descuidar estudios.

En consecuencia esta investigación buscará demostrar, que nuestros jóvenes pueden salir adelante económicamente, enfocando su emprendimiento, sin descuidar sus obligaciones.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Analizar los procesos empresariales realizados por los estudiantes del club de ciencias del Colegio San Gabriel como factor generador de recursos económicos

1.5.2. Objetivos específicos

- Analizar el grado de organización de los estudiantes del club de ciencias del Colegio San Gabriel
- Determinar el estado de ganancias o pérdidas que han generado cada grupo
- Presentar una propuesta para la implementación del proceso de formación empresarial en el Colegio San Gabriel

1.6. Alcance de la investigación

Analíticamente se evalúa los efectos de la formación empresarial en el desempeño económico y financiero de estudiantes del club de ciencias del Colegio San Gabriel, dentro de la economía familiar y personal de cada individuo.

CAPÍTULO II

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Marco teórico/conceptual

La teoría en la que se enmarco la investigación comprende las disciplinas envueltas en el emprendimiento: el acompañamiento juvenil, la organización empresarial, las finanzas corporativas y la administración de empresas

2.1.1 El acompañamiento juvenil y la formación empresarial

El acompañamiento juvenil se relaciona estrechamente en conocer y vincularse dentro de una concepción de inteligencias múltiples, pudiendo así detectar en cuál de ellas se encuentra nuestro estudiante en proceso, e incentivar de tal forma que el proyecto pueda a más de despegar mantenerse estable o siempre en proceso de crecimiento.

La teoría del emprendimiento, clasifica el tipo de emprendedor que puede llegar a ser nuestro estudiante y siguiendo procesos básicos que recomiendan todos los autores de bibliografía de emprendimiento llegar a tener resultados de la relación de empresario y estudiante.

Durante años el diseño estructural de las empresas no había evolucionado con relación a los requerimientos del enfoque organizacional. Se define un nuevo concepto de estructura organizativa, al afirmar que toda organización se puede concebir como una red de procesos

interrelacionados y un modelo de gestión asociado que se ha denominado Gestión basada en los Procesos de Negocio.

Esta Organización llamada también horizontal, proporciona las bases para establecer la mejora continua y la innovación, elemento fundamental para mantener la posición competitiva.

De acuerdo a los principios de Sistemas de Gestión de Calidad ISO 9000, EFQM – European Foundation for Quality Management, es determinante que para poder gestionar cualquier elemento organizacional hay que:

- ✓ Tenerlo bien identificado y definido
- ✓ Asignarle objetivos y metas
- ✓ Disponer de medidas para valorar su actuación.

Por esta y muchas razones tales como “competitividad, nuevas tecnologías y soluciones, cada vez hay más empresas que implementan la Gestión de Procesos en sus organizaciones.

Se trata de comprender los alcances de la gestión por procesos; cómo esta gestión pretende lograr una mayor competitividad de las organizaciones, sean ellas públicas, privadas, industriales, comerciales o de servicio. (“Arralyales (2007)”.

Las organizaciones que sean capaces de descubrir estas posibilidades e implantarlas correctamente, conseguirán ventajas competitivas consiguiendo:

1. Mayores beneficios económicos debidos tantos a la reducción de costos asociados al proceso como al incremento de rendimiento de los procesos.
2. Mayor satisfacción del cliente debido a la reducción del plazo de servicio y mejora de la calidad del producto/servicio.

3. Mayor satisfacción del personal debido a una mejor definición de procesos y tareas
4. Mayor conocimiento y control de los procesos
5. Eliminación de operaciones que no agregan valor.
6. Conseguir un mejor flujo de información y materiales.
7. Acceso a información confiable, precisa y oportuna.
8. La posibilidad de mejorar la comunicación entre todos los componentes de la organización.
9. Disminución de los tiempos de proceso del producto o servicio.

Las herramientas fundamentales serán la competitividad "La capacidad estructural de *una empresa* para permanecer en el mercado con productos masivos de calidad, precios bajos a través de procesos productivos, organizativos y de *distribución*." ¹

La competitividad es un paradigma que la empresa desea alcanzar mejorando y dando valor agregado a cada uno de los procesos internos, ejecutados por personas que sean responsables de los resultados satisfactorios, como consecuencia de una mejora continua en las actividades realizadas

Hablar de competitividad es fijarse en la elección de las mejores estrategias a ser utilizadas en todas las áreas de la organización. Las estrategias tendrán éxito siempre y cuando estén basadas en la mejora, en la innovación y en la resuelta voluntad de competir comprendiendo

¹ F.e.a. U. 1.995 Pág. 47 Fundación E (Agenda Universitaria)

realmente el entorno nacional y como mejorarlo. El establecer los auténticos determinantes empresariales como incentivos, esfuerzos y competencia es importante tomar en cuenta para conocer en que sitio se encuentra la organización y a donde podría llegar.

La competitividad es *productividad* por lo que se requiere una *estrategia* acorde a las metas propuestas para lograrlas en el área en la cual se encuentra operando.

El nivel de competitividad de una empresa está siempre definido por su exclusiva manera de ser, de este planteamiento podemos definir que:

1. Que la competitividad es una característica interna del *sistema* empresarial.
2. Un *mercado*, o un entorno sociopolítico y económico, determina el nivel temporal de su capacidad competitiva.

2.1.2 Emprendimiento

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 nuestra sociedad, resultando su estudio cada vez más interesante y necesario.

“De acuerdo a la bibliografía consultada, se puede afirmar que las aptitudes emprendedoras contribuyen positivamente en el desarrollo de un proyecto y en el de una comunidad. Esto último, a través de diferentes caminos: creación de empresas, generación de autoempleo, crecimiento de las empresas ya creadas y formación de redes sociales.

También, se observa la necesidad de que los agentes de desarrollo, posean cualidades”

*Lic. Maria Marta Formichella – EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION
CON LA EDUCACIÓN, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL*

© Copyright 2002. INTA. Rivadavia 1439 (1033) Buenos Aires, Argentina

Algunos conceptos relacionados con el tema.

El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto¹ que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación ².

La definición anterior puede complementarse con las siguientes definiciones acerca de la actividad emprendedora: “La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio” (Kundel, 1991) ³

“Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (Stevenson 1983, 1985, 1990, 2000).

Un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor.

La palabra emprendedor tiene su origen en el francés entrepreneur (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo,

tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Justamente ese ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos.

La diferencia entre el emprendedor y el individuo común la establece su actitud.

El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores.

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad.

El emprendedor posee un espíritu especial. Tiene alta autoestima, confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro. Trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga.

Este es un punto para destacar, ya que el emprendedor no piensa su proyecto en forma acotada, sino que siempre tiene visión de futuro.

Muchos consideran que tener éxito al realizar una actividad es una cuestión de suerte, sin embargo es importante tener claro cuáles son las verdaderas causas que provocan que un emprendimiento resulte favorable, siendo imprescindible destacar que en realidad, el éxito se relaciona estrechamente con la actitud de quién lleva adelante la tarea.

1 Nassir Sapag Chain define a un proyecto de la siguiente manera: “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana.”

2 Según Peter F. Drucker la innovación es “el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente.”

3 Definición citada por Mario Dehter en su artículo “Intraempreneurship” (2001).

Considerando el término en un sentido estricto, haciendo referencia únicamente al emprendedor que persigue fines económicos, puede decirse que éste es autónomo, que sabe vislumbrar la ganancia y que a partir de recursos escasos logra generar una propuesta. También, que respeta profundamente su idea, confía en la misma, y está dispuesto a correr los riesgos que considere precisos. Es una persona que descubre la oportunidad que ofrece el mercado, y está estimulado para movilizar recursos con fin de llevar a cabo todo lo necesario para desarrollar esa oportunidad.

Como se mencionó anteriormente, un emprendimiento posee la característica de ser innovador. Innovar significa introducir un cambio, éste puede ocurrir en la estructura social, en la gestión pública, en la elaboración de un producto o en la organización de una empresa, entre otros.

La innovación representa un camino mediante el cuál el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad.

Cabe destacar que, si bien la innovación puede estar presente en cualquier sector, es característica del sector empresarial. Peter Drucker (1986) expresa en su libro *La innovación y el empresario innovador*: “El empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero (y esto es lo que define al empresariado innovador) busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad”.

En síntesis, puede decirse que innovar es ver lo que todos ven, pensar lo que algunos piensan y hacer lo que nadie hace (Hernán Bucarini)⁴.

De acuerdo a los párrafos anteriores, surge la idea de que la existencia de espíritu emprendedor, junto con la capacidad que tenga una sociedad para producir y asimilar

cambios, son favorables para crecimiento y el desarrollo económico. En la literatura es posible hallar diferentes definiciones del concepto de desarrollo⁵, que abarcan una amplia gama de aspectos, tanto políticos, sociales o biológicos, como económicos. En términos generales coinciden en que éste concepto hace referencia a factores y cambios cualitativos en la vida del hombre y de la sociedad en que habita.

Para el propósito de este trabajo resulta útil la definición de desarrollo ofrecida por Amartya Sen en su libro *Libertad y Desarrollo*. Dicha definición es la siguiente: "El desarrollo es un proceso de expansión de las libertades reales de que disfrutaban los individuos". Dentro de los determinantes de las libertades del hombre se pueden mencionar las instituciones sociales y económicas, como por ejemplo los servicios de educación y salud, o los derechos políticos y humanos, tales como la libertad de expresión y el derecho a elegir las autoridades públicas. Cabe destacar que, al hablar de libertades fundamentales se tienen en cuenta las posibilidades de optar que tiene un individuo.

Al crecimiento económico, Olivera lo definió como la expansión del producto social en función del tiempo (Fernandez, 2002). Y si bien éste es importante para el desarrollo, no puede considerarse como único determinante, es tan solo un medio primordial para expandir las libertades de los individuos que viven en sociedad, pero no el único factor que influye sobre las mismas. La utilidad de la riqueza se manifiesta en que permite al individuo conseguir libertades fundamentales. No obstante, esta función no es ni exclusiva (debido a que hay muchos otros elementos que influyen de manera importante en la vida del hombre) ni uniforme (esto porque la forma en que la riqueza afecta la vida del hombre, varía a lo largo de la misma). Según Sen (1999), es necesario considerar que si una sociedad desea obtener

mayores cantidades de riqueza o producto, no es porque lo desee en si mismo, sino porque por medio de éste podrá conseguir una mejor calidad de vida. Sin embargo, aclara que este crecimiento es una condición necesaria, pero no suficiente para que la población experimente mejoras en su standard de vida, ya que el crecimiento del ingreso nada dice acerca de su distribución. De esta forma puede ser posible que un país obtenga mayores niveles de producto, mientras que no todos sus habitantes logran disfrutar de las bondades de dicho incremento. Por estos motivos sugiere la necesidad de no sacar conclusiones teniendo sólo en cuenta el concepto de crecimiento y propone ir mucho más allá., considera que no es suficiente que una sociedad se proponga aumentar su producto y, al igual que Aristóteles, lo define como " un instrumento para conseguir otro fin".

4 Primer Congreso Provincial sobre Emprendedor ismo y Desarrollo Local, Pigüe, 2003.

5 Existen quienes definen al desarrollo relacionándolo íntimamente con el crecimiento del producto per cápita, como por ejemplo los autores clásicos. También están quienes lo definen de manera más amplia no limitándose al concepto de crecimiento, autores tales como Schumpeter (1967) y Sen (1999), entre tantos otros.

La palabra emprendedor deriva de la voz francesa «entrepreneur» (que a su vez viene del latín «inprendere» que significa acometer) que aparece a principios del siglo XVI siendo utilizada inicialmente para referirse a los aventureros que viajaban al Nuevo Mundo en búsqueda de oportunidades de vida sin saber con certeza que esperar, o también a los hombres relacionados con las expediciones militares. A principios del siglo XVIII los franceses extendieron el significado del término a los constructores de puentes, caminos y los arquitectos. En sentido económico fue definida por primera vez por un escritor francés, Richard Cantillón en 1755 como el proceso de enfrentar la incertidumbre. Así se fue utilizando el término para identificar a quien comenzaba una empresa y fue ligado más que nada a empresarios innovadores. El emprendimiento es también, una conjunción de valores para lograr los destinos.

Burnett (2000) expresa que tiempo después el economista francés Say, hizo un interesante aporte a la definición de Cantillon. Say afirmó que el “entrepreneur” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. También expresa que Say rescata el hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino también para la toda la sociedad; y que este autor afirma que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia.

Revisando los elementos teóricos relacionados con el emprendimiento, hasta principios del siglo XX, no se reconocía en la economía el rol del emprendedor y del riesgo. Tanto Adam

Smith como Alfred Marshall no incluyeron el concepto en el análisis económico. Recién a principios de siglo, Joseph Schumpeter en 1939 por medio de su obra: *Los Ciclos económicos* reconoció al emprendedor como centro del sistema económico. La ganancia proviene del cambio, escribió, y el cambio es producido por el empresario innovador. Para Schumpeter la innovación era la razón de ser del entrepreneur. A pesar de las definiciones de Schumpeter, todavía existen las dificultades teóricas de compatibilizar las variables socialmente orientadas y las teorías matemáticas que describen con exactitud un modelo.

Schumpeter (1942) utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan instabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Él lo expresa de la siguiente manera en su libro *Capitalismo, socialismo y democracia*: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o mas comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.”

Según este autor el equilibrio clásico sería obstaculizado por las acciones de los emprendedores, en pos de obtener un lugar monopólico en el mercado, por medio de la introducción de alguna innovación. Ellos estarían incentivados a arriesgarse, a causa de las ganancias que podrían obtener. Y estas ganancias monopólicas permitirían la creación de otras innovaciones, ya que las anteriores habrían sido difundidas, y de esta manera se generaría un proceso de retroalimentación que propiciaría al crecimiento y al desarrollo. Sin la existencia de emprendedores que lleven

a cabo innovaciones, la tasa de crecimiento estaría limitada al crecimiento de los factores de la producción y se dificultaría la generación de dicho proceso. Otro autor que realizó importantes aportes a la teoría de emprendimiento es Ludwig Von Mises. Este autor, citado por Gunning (2000), identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor. La primera tiene que ver con que el emprendedor es un *evaluador*. Es decir que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. La segunda característica es la de *empresario*, el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías. Por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.

Ismael Kizner (1998), plantea que la función empresarial en el mercado no es fácil de entender, y trata de explicarla mediante lo que denomina *elemento empresarial en la acción individual humana*. Él lo define como el elemento de impulso y perspicacia, que resulta necesario para definir los fines a alcanzar y los medios que harán posible la consecución de dichos fines. Este autor afirma que, en toda acción humana está presente este elemento y que dicha acción no se puede analizar en términos de eficiencia económica. En este punto coincide con Schumpeter y reafirma la idea de que las teorías basadas en la racionalidad en la toma de las decisiones de los individuos, no logran explicar la función empresarial en el mercado. La teoría económica tradicional, supone que la definición de fines y medios se han realizado previamente y se preocupa sólo porque se lleven a cabo con eficiencia. En cambio, al incluirse este elemento, el sujeto deja de tener una actitud pasiva en la que simplemente toma la mejor

decisión de acuerdo a las circunstancias. De esta manera, puede descubrir nuevos caminos a seguir y recursos antes inadvertidos.

Kizner también destaca que la teoría económica tradicional presupone la existencia de conocimiento perfecto en el mundo, y que bajo ese contexto no tendría sentido el análisis del elemento empresarial. Sin embargo, expresa que ante la existencia de incertidumbre en el mundo, surge la necesidad de analizar la toma de decisiones en este contexto. Y afirma que el individuo decisor necesita estar atento para descubrir dónde están las nuevas e inexploradas oportunidades. Por otra parte, Peter Drucker (1985), uno de los autores más importantes en el tema, define al *entrepreneur* como aquel empresario que es innovador (y al *entrepreneurship* como el *empresariado innovador*), y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento. Por lo general esa oportunidad de negocio se traduce en la creación de un *producto o servicio* que se estima que podrá ser comercializado a un precio superior a su coste de producción, obteniendo así *un beneficio* mayor para la adquisición de mejoras administrativas, muchas veces logrando mejorar y hacer más eficiente la red comercial, anulando las turbulencias y creando nueva riqueza.

Al no existir la seguridad de que se produzca la venta de la cantidad del producto necesaria al precio necesario para cubrir los costes de producción incurridos más el beneficio empresarial, el emprendedor asume un *riesgo*. Para facilitar la organización y gestión de los recursos necesarios para la producción del bien o la provisión del servicio generalmente se crea una *empresa*.

En el contexto económico actual la necesidad de innovar, generar riqueza y desarrollar el potencial creativo se empieza a asociar con mayor fuerza por un lado a las pymes y por otro a las empresas asociativas; esto en un contexto de búsqueda de independencia económica y desarrollo humano a través de una economía libre que trascienda la concentración monopólica de grandes empresas estatales y privadas y la centralización administrativa y burocratizante de la que éstas corporaciones pueden adolecer.

En "La educación de los emprendedores", (Arieu, 2003), se menciona que muy probablemente el fuerte énfasis que recibe la difusión y el desarrollo del espíritu emprendedor tenga sus raíces en una multiplicidad de factores entre los cuales es posible mencionar:

- “El reconocimiento de un destacado rol de las pequeñas empresas en la creación de riqueza y trabajo.
- El notable aporte de las nuevas tecnologías a la generación de nuevos productos y empresas, con la consecuente dislocación espacial de una importante parte de la actividad económica.
- Una vida laboral caracterizada por ciclos de trabajo asalariado, autoempleo y desocupación.
- La orientación de las teorías económicas hacia factores humanos (capital humano) que afectan los procesos de crecimiento y desarrollo económico por ejemplo a partir de procesos de aprendizaje”. (Pag.72)

Una necesidad que se evidencia para cultivar espíritus emprendedores es modificar profundamente los patrones de enseñanza y los de organización, esto además saber manejar la

incertidumbre inicial. Una de las principales preguntas para ir desarrollando un modo de pensar y actuar emprendedor y responsables es:

- ¿Cómo puedo hacer que la innovación, la flexibilidad y la creatividad sean operacionales?

Para comprender a personas o grupos con características emprendedoras se tiene que descubrir algunas respuestas, primero se debe analizar el comportamiento derivado del espíritu emprendedor. Se debería descartar la noción de que el "espíritu emprendedor" es un rasgo que algunas personas u organizaciones poseen de una manera completa y del cual otras están totalmente desprovistas. Es más realista considerar el espíritu emprendedor en el contexto de un rango de comportamiento.

La teoría del emprendimiento, clasificando el tipo de emprendedor que puede llegar a ser nuestro estudiante y siguiendo procesos básicos que recomiendan todos los autores de bibliografía de emprendimiento llega a tener resultados de la relación de empresario y estudiante.

De especial importancia es la comprobación de las distintas aplicaciones que los directivos y empleados pueden realizar de los procesos creativos básicos universales en las acciones y funciones propias de la empresa.

En cuanto al liderazgo, los líderes definen la dirección de la organización. Ellos deben crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente para lograr los objetivos de la organización. El beneficio de este principio es que se mejorará

la comunicación entre los niveles de la organización haciendo que el personal entienda y esté motivado hacia los objetivos y metas de la organización.

EMPRENDIMIENTO Y EDUCACIÓN

Para poder analizar la relación existente entre los conceptos de educación y de emprendimiento, es necesario definirlos. Como el término emprendimiento ya ha sido definido, sólo resta hacer lo propio con el término educación.

Resulta interesante la definición expresada por las Naciones Unidas (1968), según la cual el concepto de educación incluye toda una gama de medios complementarios por los cuales se transmiten el conocimiento, los valores y las especializaciones, y se modifican los patrones de comportamiento.

Comprender la relación entre estos conceptos ayuda a esclarecer una pregunta frecuente que surge al estudiar el tema de emprendimiento, y que tiene que ver con si los emprendedores nacen o se forman. Se considera apropiado para responderla transcribir las palabras que la empresaria y académica, Silvia Sioli de Torres Carbonel, expresó en el V Encuentro de Empresarios organizado por Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas, y realizado en Buenos Aires, en Abril de 2002: *“Si la educación es el medio por el cual logro modificar actitudes y comportamientos, casi diría que hay una relación absoluta entre educación y entrepreneurship; vale la pena, entonces, pensar en educar a los emprendedores. Puede ser que haya muchos emprendedores que nazcan, pero seguro que todos necesitan hacerse y capacitarse como tales”*

Lo expresado en el párrafo anterior es coincidente con las, ya expuestas, ideas de Drucker y Marshall, debido a que ambos, en diferentes momentos históricos, han reconocido que los individuos son capaces de adquirir nuevas actitudes y aprender a ser emprendedores.

Barrow

Howard Rasheed (2000) expresa que la educación en entrepreneurship puede afectar los atributos que tengan los individuos y puede forjar actitudes emprendedoras en ellos. Puede promover cualidades psicológicas favorables para la actividad emprendedora, tales como la auto confianza, la autoestima, la auto eficacia y la necesidad de logro. Inclusive, la educación en entrepreneurship para los jóvenes, puede colaborar en evitar la generación de actitudes socialmente no deseables, como la vagancia o la delincuencia. A su vez, Stevenson (2000) afirma que el entorno es importante y que es más factible que un individuo pueda comenzar a tener actitudes emprendedoras si actúa en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución. Lo expresado párrafos atrás puede comprenderse aún más, si se analiza el proceso de socialización que atraviesan los individuos.

2.1.3 Factor generador económico

Es la manera de organizar los recursos, inversiones, y financiamientos para llegar a los objetivos planificados, respecto a lo económico

Respecto a la planificación, encontramos que es un proceso por medio del cual se determinan las diferentes metas y tareas de la organización y como alcanzarlas antes de comenzar el trabajo. La planificación le facilita a la empresa el ordenamiento y la priorización de las actividades, alcanzando los niveles más altos de eficiencia, rentabilidad y competitividad. Es importante hacer notar que para facilitar un proceso de retroalimentación y ajuste más rápido, la planificación se debe programar en ciclos cortos. La ejecución de trabajo en ciclos cortos mantiene a la organización atenta para cumplir el plan y a la vez motivada por los refuerzos

positivos obtenidos de los resultados exitosos, para la elaboración del próximo plan de ciclo corto.

Otro componente es la planificación estratégica, esencial para aquellas que viven en el mundo de la competencia. Si una empresa se desarrolla en un área en la cual no existe competencia, entonces la planificación estratégica no tiene razón de ser. Como es obvio, la mayor parte de las empresas tienen competencias y por lo tanto necesitan de la planificación.

La planificación estratégica es el establecimiento de la Visión, la Misión, las Metas y la Dirección que seguirá la organización. La planificación estratégica establece normalmente un horizonte de cumplimiento de 5 años.

Pasando al tema de la efectividad, diferentes autores conceptúan o la entienden a hacer las cosas correctas, para lo cual la planificación estratégica juega un papel importante ya que la enmarca con orden dentro de la máxima excelencia en producción o realización de un objetivo, luego de un proceso adecuado el cual estará vinculado con el cumplimiento total

Relacionando de la efectividad se tiene la Eficiencia que es hacer las cosas en forma correcta lo más rápido posible mediante el desarrollo y la ejecución de tácticas y en función al tiempo mientras que productividad es el resultado entre los costos que incurre la empresa y las ganancias recibidas.

Por otro lado, la cultura de la Calidad Total en la empresa, entendida como el resultado de un proceso en donde la gerencia pone en marcha la organización hacia la Excelencia Gerencial. El camino hacia la excelencia involucra cambio constante en la manera de pensar y actuar. El resultado del proceso observa en la actuación de la gerencia, en la actuación de los

trabajadores de la empresa y de los socios estratégicos. La cultura de la calidad Total se observa también en los productos, los procesos de trabajo, hasta en el puntualidad para los productos de la empresa, la satisfacción del consumidor y de los resultados económicos.

En empresas con cultura de Calidad Total los trabajadores se mantienen constantemente motivados. El camino hacia el éxito son las mejoras continuas, la reingeniería, la auto evaluación, la superación profesional y personal, dentro de un ambiente de confianza y fe, hasta que alcanzan el liderazgo y ventajas claras

Lo que se mide depende los objetivos y metas de la empresa. Se puede medir el incremento de ventas, la falta de mano de obra, el porcentaje de rotación de personal, el porcentaje de rechazo, etc.

De la dirección dependerá la forma del liderazgo y manejo del personal, la comunicación efectiva, la conducta organizacional, el sistema de reconocimiento y amonestaciones, etc.

Coordinando adicionalmente se crea un sentido de dirección y eficiencia en la ejecución de las tareas entre los diferentes miembros o grupos de la organización para alcanzar las metas fijadas

Es la evaluación de los procedimientos, actividades y del comportamiento de la organización en relación al cumplimiento de las metas trazadas. Los datos obtenidos se utilizan para corregir o verificar el funcionamiento de las funciones, los procesos y los procedimientos.

La reingeniería, que es considerada como la que puede definir como hacer la revisión fundamental, el rediseño radical de procesos para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas y contemporáneas de rendimiento tales como, costo, calidad, servicio, rapidez.

Consideradas éstas como uno de los principales componentes del trabajo que se hace en un proceso. Cada actividad se compone de insumo-proceso-resultado (producto).

Dando grados en que satisfacen las expectativas del cliente haciendo bien el trabajo todas las veces denominado como calidad que es evaluada por toda persona o empresa que tiene una necesidad identificada o no de servicio o productos que recibe un resultado de un proceso o actividad.

La calidad puede medirse en función a los Índices de satisfacción del cliente

Que son parámetros que permite cualificar la satisfacción de necesidades en función de la calidad del trato y del servicio que una compañía ofrece a sus clientes.

Esta calidad dependerá mucho del proceso que es una actividad o serie de actividades relacionadas entre sí, que emplee un insumo para agregar valor a este, suministrar un producto a un cliente, utilizando para ello los recursos de la organización.

A través de esta guía se intenta lograr la viabilidad global de un proyecto o idea de negocio, pero no es de rigor seguir absolutamente todos los puntos aquí detallados más bien depende de la clase de negocio que se quiere desarrollar y de las condiciones intrínsecas de cada caso.

2.1.4 MARCO INSTITUCIONAL

El Colegio San Gabriel

El primer colegio fundado por los jesuitas en Quito en 1589, aunque no llevaba el nombre del actual, puede ser considerado el antecesor directo de nuestro colegio San Gabriel.

Varios colegios fundaron los jesuitas en las ciudades de la Audiencia durante la Colonia. Cuando la Compañía de Jesús fue expulsada de los territorios de América española en 1767, todos ellos se cerraron o pasaron a otras manos. El colegio de Quito se cerró después de 178 años de constante y continua labor educativa.

Se reabre con el nombre de Colegio Nacional San Gabriel en 1862, cuando el Presidente del Ecuador Gabriel García Moreno solicita a los jesuitas hacerse cargo de la educación pública. Permanece como Colegio Nacional y bajo el régimen de la “Ratio Studiorum” hasta 1901. La “Ratio Studiorum” era el Plan de Estudios del sistema jesuita de educación en todo el mundo y fue publicado por primera vez en 1598.

Desde el 8 de noviembre de 1902 por acuerdo No 25 del Consejo General de Instrucción Pública el Colegio San Gabriel funciona como colegio particular.

Desde 1991 el Colegio mantiene como estructura del nivel medio, tres ciclos integrados así: ciclo de fundamentación (primero y segundo cursos); propedéutico (tercero y cuarto cursos; y

especialización, (quinto y sexto cursos).

Finalizados y aprobados los estudios, el Colegio otorga el título de Bachiller en Ciencias con especialización en Físico-Matemático, Químico-Biólogo y Sociales.

El Colegio San Gabriel, como Colegio Particular pertenece a la Compañía de Jesús y, por lo tanto, está amparado por el Modus Vivendi. Es miembro nato de la Sociedad Directora de Colegios de la Compañía de Jesús (R.O. No 293 del 20 de agosto de 1949) y se pertenece como Institución de signo católico a la Confederación Ecuatoriana de Establecimientos de Educación Católica (CONFEDEC).

- **Base legal del Colegio San Gabriel**

En 1864 el Senado y la Cámara de Diputados del Ecuador aprueban el contrato realizado el 29 de julio de 1863 entre la Compañía de Jesús y el Ejecutivo por medio del Ministerio del Interior y de Relaciones Exteriores.

Como consta en el R.O. No 615 del 27 de octubre de 1965, en la actualidad el Colegio tiene personería Jurídica.

Mediante Acuerdo No 2464 del 21 de mayo de 1991, el ministerio de Educación y Cultura aprueba con el carácter de Piloto el proyecto de “modificaciones a algunas normas del sistema evaluativo vigente”.

Mediante Acuerdo No 1077 del 30 de septiembre de 1991 se aprueba el proyecto de “Reordenamiento Curricular para los colegios regentados por la Compañía de Jesús en el Ecuador”.

El Ministerio de Educación y Cultura mediante resolución 1345 del 28 de mayo de 1993 aprueba los programas de estudios para los colegios que regenta la Compañía de Jesús para los ciclos de fundamentación, propedeúutico y de especialización.

Mediante resolución No 1508 del 6 de mayo de 1997 el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes autoriza a los siete Colegios de la Red de la Compañía de Jesús la continuación de los proyectos de Reordenamiento Curricular y de Evaluación hasta el año lectivo 2000-2001.

De acuerdo a la resolución No 2153 de 3 de julio de 1998, el Colegio San Gabriel integra la Red de Colegios de la Compañía de Jesús en el Ecuador, conformada por el Colegio San Gabriel y San Luis Gonzaga de Quito, San Felipe Neri de Riobamba, Rafael Borja de Cuenca, Cristo Rey de Portoviejo, Javier y de Guayaquil.

El Colegio es autónomo desde 1990 (Dcr.1734 R.O. No 499 del 14 de Agosto).

El Colegio cuenta con 17 especialidades extraescolares: asencionismo, fútbol, básquet, natación, tenis de campo, tenis de mesa, ecua vóley, ciclismo, gimnasio, tae-kwon-do,

computación, video-cine, música, cocina, teatro, artes plásticas , comunicación, y ciencias además de 15 selecciones en las diferentes categorías y deportes.

El colegio impulsa y fomenta la práctica especializada y formativa de 1 a 6 cursos.

El club de Ciencias

El club de Ciencias está formado por un presidente del mismo el cual es seleccionado por votación entre los profesores del área de ciencias , y luego de cumplir requisitos como ser mayor de cuarto curso, haber participado con relevancia en varios proyectos, poseer un promedio muy bueno en disciplina .

Los integrantes del club pueden ser de primero a sexto curso, y sus actividades son generar proyectos dentro el colegio y proyectarlos hacia concursos fuera del mismo. Son los encargados de organizar las ferias científicas y de evaluar los trabajos presentados.

El club de ciencias desarrolla desde hace mas de 20 años proyectos investigativos y de aplicación para exponerlos en el mes de abril de cada año en la feria de ciencias que se desarrolla dentro de las fiestas patronales de la institución

Anteriormente se impartía la materia de contabilidad , sin embargo la reestructuración curricular la eliminó del pensum de materias quedando como un aporte voluntario dentro del club de ciencias para el mejor manejo de las cuentas en los proyectos a generarse. De esto nace la iniciativa de generar emprendimientos estructurados y dirigidos dentro del club en mención.

2.1.5 MARCO CONCEPTUAL

- **Formación empresarial desde un plan de negocios**

Es una herramienta de trabajo, que permite durante su elaboración evaluar la factibilidad de la idea, buscar alternativas, proponer cursos de acción y al concluir orientar su aplicación. Se considera también como un documento formal de presentación de una idea o producto que solicitan los banqueros, gerentes e inversionistas, su finalidad es conseguir financiamiento.

HARRINGTON, James.(2008)

- **Mercadotecnia**

Es quien hace un estudio efectivo y minucioso del producto y su entorno, identificando estrategias y oportunidades a corto, mediano y largo plazo, es decir en distintos escenarios posibles. KOTLER, Philip. (2000) Dirección de Mercadotecnia. Hispanoamericana

- **Acompañamiento Pedagógico:**

Proceso por el cual un tutor se vincula con un estudiante, para introducirse en su desarrollo de una manera bilateral y no unidireccional como el tradicionalismo lo ha planteado.

“PROYECTO EDUCATIVO COMÚN DE LA COMPAÑÍA DE JESUS EN AMÉRICA LATÍNA “

- **Factor Empresarial**

Se refiere al verdadero proceso de producción con todos los elementos necesarios para llegar al producto mismo en distintos escenarios (espacios de tiempo) posibles para prever lo que podría ocurrir con el plan propuesto. Wilson (2008) 100 Estrategias para superar en bajos presupuestos.

- **Recursos Humanos**

Es cada una de las personas dentro de la empresa. MANUCCI , Marcelo (2009) La estructura de los cuatro círculos

- **Administración de recursos económicos**

Es la manera metódica y ordenada de llevar las cuentas , para poder representar el estado económico de una empresa. BLANCHARD KEN y Flower Susan , Autoliderazgo y el ejecutivo al minuto

2.2. Marco temporal y espacial

La investigación se realizó durante el primero de Septiembre 2008 y el primero de Marzo 2009. El marco espacial fue el Colegio San Gabriel, Club de ciencias en la ciudad de Quito.

3. **Hipótesis**

La formación empresarial de los estudiantes del club de ciencias del Colegio San Gabriel, determinará la eficiencia para la generación de los recursos económicos suficientes como para mantenimiento en gastos de consumos juveniles no programados en las economías familiares

3.2. **Variables e indicadores**

VI: La adecuada formación empresarial de los estudiantes del club de ciencias del Colegio San Gabriel

Indicadores: Grado de conocimientos

VD: Eficiencia para la generación de los recursos económicos suficientes como para mantenimiento en gastos de consumos juveniles no programados en las economías familiares

Variable Independiente	Indicadores
Formación empresarial	Organización Costos Cambios en personal Reorganización administrativa Velocidad de procesos Mercadeo Organización Interez
Variable Dependiente	Indicadores
Obtención de recursos económicos	Productividad Precios Liquides y rentabilidad Satisfacción de clientes internos y externos Posicionamiento empresarial Fortaleza de la empresa Estabilidad en el tiempo Resultados financieros

CAPÍTULO III

4. METODOLOGÍA

4.2. Unidad de análisis

Se seleccionó del Colegio San Gabriel a los estudiantes del club de ciencias, quienes desarrollaron proyectos durante los años lectivos anteriores.

4.3. Población de estudio

El actual club de ciencias del Colegio San Gabriel está conformado por estudiantes de primero a sexto curso.

Existen 16 grupos de 6 personas cada uno a los que se los nombra del 1 al 16 cada grupo posee un líder, el mismo que designa actividades a cada uno de los integrantes. Por lo tanto la población de investigación (N), fue de 96 estudiantes.

4.4. Tipo de investigación

- **Cualitativa**

Ya que se evaluó la calidad en función de si duró más de tres meses el proyecto, y generó o no réditos en dicho tiempo.

- **Cuantitativa**

Se evaluó la cantidad de dinero que se involucró y las utilidades que las inversiones generarán

- **Documental**

Se registro los resultados investigativos, cualitativos y cuantitativos, para compararlos y relacionarlos con el desempeño dentro de la formación empresarial.

A esto se lo documento obteniendo parámetros útiles para la investigación

La investigación de campo suministró los datos de la realidad para la elaboración de un diagnóstico objetivo. Este tipo de investigación implicará la recolección de datos, el análisis respectivo y la construcción del diagnóstico.

La investigación documental permitió construir el marco teórico y la propuesta. Esto implicó la revisión de bibliografía especializada, libros, revistas, folletos, que reposan en centros bibliotecológicos y de archivo. En este plano se examinaron los contenidos de las corrientes que tienen que ver con el emprendimiento, mejoramiento continuo, la calidad total y la excelencia.

En lo que tiene que ver con el tipo de estudio histórico de revisión de los distintos procesos internos y externos de la empresa, se privilegió el estudio documental de informes de actividades, balances de resultados de gestión, cuadros estadísticos, gráficos sobre el desarrollo de actividades y resultados de cada uno de los departamentos de la empresa.

4.5. Prueba de hipótesis

La hipótesis fue comprobada en primer lugar mediante un análisis comparativo entre emprendedores y empresarios formados académicamente, y los no preparados o adiestrados en el campo de la formación empresarial.

Mediante una entrevista de entre 300 individuos, padres de familia, conocidos y colaboradores, se consulto:

Resultados:

Conoce usted a un empresario o emprendedor exitoso	Si = 300	No = 0
Esta persona tiene algún tipo de formación empresarial	Si = 220	No = 80
Piensa usted que su éxito se debe a la formación empresarial	Si = 220	No = 0
Se a tribuye también el éxito empresarial al factor : Suerte, Herencia otros	Si = 80	No = 220

De esto toma en cuenta esta investigación, cuyos diferentes porcentajes obtenidos de la tabulación sirvieron para confirmar la hipótesis.

4.6. Métodos de estudio

Los métodos utilizados fueron: deductivo e inductivo, que se aplicó en las grandes proposiciones teóricas que tienen que ver con el mejoramiento continuo, la calidad total , el emprendimiento ; revisadas estas teorías se baja a la realidad para contrastarla y ver la concordancia de estas teorías con lo que son nuestras empresas juveniles. De esta manera contrastamos lo general con lo particular, tal como lo recomienda el método deductivo-inductivo.

También se aplicaron los métodos analítico y sintético, el primero para realizar las diversas desagregaciones de los aspectos estudiados y el segundo para unificar y sintetizar la información.

El método de la observación, especialmente para las valoraciones de las empresas competidoras.

4.7. Técnicas e instrumentos

- **Matriz Foda**

Una de las técnicas más importantes que se aplicó para la parte diagnóstica es la

Matriz FODA, que fue el eje metodológico especialmente en esta parte

Se aplica evaluando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que cada micro organización posee, dando las pautas para un mejoramiento continuo o la decisión de cerrar por poseer exceso de debilidades y amenazas frente a un panorama de muy pocas fortalezas y oportunidades.

- **Entrevistas y Encuestas**

Se desarrollaron entrevistas y encuestas a personal que labora en la institución, especialmente a jefes departamentales, con el fin de establecer y valorar los distintos procesos internos y externos que ha desarrollado la empresa.

Dentro de la formación empresarial de los estudiantes se dio ~~ará~~ un seguimiento en función entrevistas con todos los participantes del proyecto de investigación.

En base a encuestas se cuantificó si es o no viable del proyecto , se encuestó en base a un formato los niveles de satisfacción de la gente que sea considerado cliente de los diferentes proyectos

- **Identificación de Procesos**

Un recurso importante en esta etapa de reconocimiento diagnóstico fue la técnica de Graficación de procesos que ayudará a sistematizar y sintetizar la información proporcionada por los entrevistados.

- **Test**

Se aplicó test para evaluar el nivel cognitivo referente a la formación empresarial con los integrantes del proyecto

Para obtener la información en esta investigación se aplicaron 273 encuestas anónimas con el fin de que los estudiantes respondan con mayor confianza y credibilidad, el cuestionario incluyó 19 preguntas con ítems variados desde dos hasta cinco alternativas concretas (Anexo N° 1). De la misma manera, se aplicó un censo a los 49 docentes de las dos instituciones mediante entrevistas personales (Anexo N° 2).

4.8. Fuentes de información

Para el desarrollo de los aspectos investigativos de la Tesis, se acudió a los datos que suministren empresas especializadas en el tema de Emprendimiento Juvenil

Se acudió también a información de boletines como Análisis empresarial y financiero. Se revisaron también fuentes autorizadas provenientes del INTERNET que suministra información variada.

CAPÍTULO IV

4 . RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1 Procesamiento de la información

Para procesar la información obtenida y los datos a lo largo de la investigación se ha realizado mediante indicadores, financieros y herramientas de evaluación de emprendimientos, como tablas y matrices, equipo de computo, entrevistas, software.

La construcción de Indicadores como herramienta metodológica se realizó para cumplir con los siguientes objetivos:

*Medir el impacto de la tarea de tutoría en el micro emprendimiento.

*Propiciar la Calidad desde el inicio de una organización, teniendo en cuenta todos los intereses y frentes de atención. Calidad entendida como conformidad con los requisitos esperados por todas las partes, medible tanto en los productos, los procesos como los sistemas.

*Propiciar la equidad en el trato y controlar el espontaneísmo con el que cada cual hace la tarea de tutorado según su mejor saber y entender o conveniencia.

*Lograr la mayor imparcialidad, objetividad y transparencia posible en la tarea de los tutores.

Transparencia porque es necesario que el emprendedor conozca y acepte desde qué criterios se observa la marcha de los emprendimientos.

Objetividad dada por decisiones basadas en datos e informaciones provenientes de auditorias, acciones correctivas, quejas y otras fuentes demostrables.

Los indicadores deben favorecer la Imparcialidad , esto es: achicar la distancia entre valores declarados y vicios ocultos de los tutores.

*Establecer límites a la tarea del tutorado, esto es, áreas de no intervención, ya sea por razones éticas u operativas y a la inversa, provocar la atención de temas o áreas que habitualmente no se atienden.

*Acotar o -al menos- no favorecer el “clientelismo” de las adjudicaciones de subsidios ni el “paternalismo” que la propia categoría de “tutor” conlleva, por más esfuerzos que se hagan por cuestionar su rol y re-significarlo.

Para analizar y evaluar un proyecto o idea de negocios, nuestra investigación interactúa con una serie de elementos de análisis que están dados por los perfiles profesionales que componen su capital humano. Estos elementos construyen criterios que la investigación ha definido como elementos centrales que deben estar presentes en todo proyecto o idea de negocios, para ser considerados como potenciales proyectos

Estos criterios han sido reunidos en tres grupos, los cuales son aplicados dependiendo del tipo de proyecto o idea de negocios que se analiza consideran que cada proyecto en sí debe reunir en sí estos elementos, los cuales son:

Innovación en el producto o servicio y Alto Potencial de Crecimiento del negocio.

- Innovación en el producto o servicio
- Alto Potencial de Crecimiento del negocio
- Competencias Emprendedoras del Gestor del Proyecto y/o su Equipo

Innovación en el Producto o Servicio

Entendemos la innovación como un proceso continuo que permite alterar el orden de los factores para obtener un producto o servicio novedoso, con espacio en el mercado y comercializable en el corto plazo.

Alto Potencial de Crecimiento del negocio

El potencial de crecimiento del negocio significa que la empresa tiene un espacio de crecimiento amplio ya sea en el mercado local, nacional o internacional, por lo cual sus proyecciones de venta del producto o servicio, dan cuenta que el negocio en sí responde a una oportunidad importante con un espacio de mercado amplio que se puede expandir en el tiempo hacia otras regiones o lugares.

Competencias Emprendedoras del Gestor del Proyecto y/o su Equipo

Las competencias emprendedoras, entendidas como la suma de habilidades y experiencias, tanto del emprendedor líder del proyecto y/o su equipo, son fundamentales al momento de llevar adelante la idea de negocios o la empresa, ya que asumimos que emprendedores de

primer orden con ideas de segundo orden son capaces de sacar adelante esta con importantes posibilidad de éxito, siendo la ecuación perfecta un emprendedor de primer orden con una idea de negocios o empresa de primer orden.

4.2 Criterio de evaluación y peso

Cada criterio de evaluación posee su peso porcentual y este se lo obtiene de los porcentajes disgregados de sus sub componentes

1. Oportunidad de Mercado 25%
2. Análisis competitivo e industria 20%
3. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo 20%
4. Capacidad y competencias del equipo emprendedor 25%
5. Impacto social y ambiental generado. 5%
6. Calidad de materiales escritos entregados y presentaciones orales si aplica 5%

1. Oportunidad de Mercado

Puntuación %	Factor	0	1	2	3	4
2%	tamaño del mercado	no conocido 0%	dentro del colegio - estudiantes (0,5%)	toda la comunidad educativa (1%)	Quito (1,5%)	nivel nacional (2%)
(3%)	Mercado toda la comunidad educativa	No existe (0%)	Mercado emergente (1%)	Mercado de pequeña dimensión (1,5%)	Mercado de tamaño medio (2,5%)	Mercado de gran tamaño accesible (3%)

(4%)	QUITO	No existe (0%)	Mercado emergente (1%)	Mercado de pequeña dimensión (2%)	Mercado de tamaño medio (3%)	Mercado de gran tamaño accesible (4%)
(4%)	Tendencias en la regulación	No aplicable (0%)	Nueva Reglamentación previsible (1%)	Compromisos políticos de nueva normativa reguladora (2%)	Nueva reglamentación en preparación (3%)	Nueva normativa de aplicación en breve (4%)

(4%)	Productos y/o Servicios que se emplean actualmente	Producto s y/o servicios existentes plenamente adecuados (0%)	buenas productos y/o servicios de elevado costo (1%)	Disponibles Existen productos y/o servicios y económica mente poco eficientes (2%)	producto s y/o servicios aplicables (3%)	No se conocen productos y/o servicios que satisfacen la necesidad (4%)
(4%)	Periodo pendiente de validación de la tecnología	No conocido (0%)	Largo (>1 año) (1%)	Corto (< 1 año) (2%)	Validación Comercial terminada con éxito (3%)	Producto comercial validado y certificado (4%)

(4%)	Funcionalidad del nueva producto y/o servicio	funcional no Evidente (0%)	Mejora Prestaciones similares a las Actuales (1%)	Mejora perceptible, pero de alcance Puntual (2%)	Mejora sustancia l en la línea de lo Existente (3%)	Solución cualitativa distintate (4%)
	= Oportunidad de Mercado (25%)					

3. Análisis Competitivo e Industria

peso	factor	0	1	2	3	4
(2%)	Tendencia de Crecimiento del mercado	Desapare ciendo / Indefinid a (0%)	Mercado que aún no existe pero aparece como prometedo r (0,5%)	Estable (1%)	Crecimient o sostenido (1,5%)	Tasa de crecimien to elevado (2%)

(2%)	Barreras técnicas	Es necesaria la certificación previa (0%)	Han de cumplirse los estándares de facto (0,5%)	Criterios de calidad establecidos (best practices) (1%)	Se conocen las características de las soluciones tecnológicas habituales (1,5%)	No existen (2%)
(1%)	Oferta comercial afín	Productos similares en oferta habitual (0%)	Productos anunciados, no disponibles o en introducción (0,25%)	Productos disponibles parcialmente equivalentes (0,5%)	Productos disponibles de menor eficiencia (0,75%)	No existen productos similares (1%)

(4%)	Confidencialidad de la innovación o know-how	Información clave difundida a ampliamente (0%)	Información clave conocida por otros especialistas (1%)	Personas informadas con contrato de confidencialidad (2%)	Acceso a información clave solo para miembros del equipo (3%)	Información clave conocida solo por el responsable del equipo (4%)
(2%)	Desarrollo de terceros en tecnologías afines	Patentes en vigor (0%)	Patentes con cobertura parcial (0,5%)	Proyectos de I+D finalizados (1%)	Proyectos de I+D en curso de realización (1,5%)	No se conocen trabajos de terceros (2%)

(3%)	Valor agregado del producto y/o servicio	Valor agregado de la solución no estimados (0%)	Valor agregado generado menor al de las soluciones existentes (0,75%)	Solución similar a las existentes en cuanto al valor agregado generado (1,5%)	Valor agregado generado apreciable (2%)	Valor Agregado óptimo (3%)
(3%)	Situación de monopolio en el mercado	Monopolio mundial en los campos de aplicación tecnológica (1%)	Situación de monopolio en algunas aplicaciones posibles (1,5%)	Situación dominante en un grupo restringido de empresas (2%)	Mercado limitado a un escaso número de empresas (2,5%)	Mercado de aplicaciones accesible y abierto (3%)

(3%) Cadena de Valor	Cadena de valor fragmentada (1%)	Identificados posibles proveedores y distribuidores (1,75)	Contactos con distribuidores y productores (2%)	Acuerdos establecidos con proveedores y distribuidores (2,5%)	de Valor integrada (3%)
	= Análisis Competitivo e Industria (20%)				

4. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo

peso	factor	0	1	2	3	4
(4%)	Costos de industrialización de producto o proceso	Estimación no posible, con costos previsiblemente elevados (0%)	Costos relevantes, más elevados que los costos de TT (1%)	Similares a los costos de compra de la tecnología (TT) (2%)	Costos menores que los costos totales de TT (3%)	Costos de poca importancia (4%)
(3%)	Cambios necesarios para la adopción de la solución por parte de los Clientes	Inversión elevada en instalaciones (0,5%)	Cambios de procesos o sistemas (1%)	Instalaciones o equipos anteriores sustituibles a Bajo Costo (1,5%)	Adecuación sencilla de los sistemas o infraestructuras Actuales (2%)	No necesarias (3%)

(5%)	Retorno/ Inversión a 5 años	No estimable (1,5%)	Retorno 2-3 veces la inversión (2%)	Retorno 3-4 veces la inversión (3%)	Retorno 4-5 veces la inversión (4%)	Retorno >5 veces la inversión (5%)
(4%)	Participación de mercado esperada a 5 años	menor al 5% (0,5%)	5- 15% del mercado (1%)	15-20% del mercado (2%)	20- 25% del Mercado (3%)	25- 30% del mercado (4%)
(4%)	Nivel de Riesgo Riesgos	desconocidos, previsiblemente elevados (0%)	Riesgos elevados con limites definidos (1%)	Riesgos medios, bien conocidos (2,5%)	Pequeño riesgo, según incidencias (3,5%)	Tecnología estandarizada y/o certificada (4%)
	= Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo (20%)					

5. Capacidad y competencias del equipo emprendedor

Peso	Factor	0	1	2	3	4
(8%)	Años de experiencia laboral promedio	Menos de 1 año (1%)	Entre 1 y 2 años (3%)	Entre 2 y 3 años (4%)	Entre 3 y 4 años (6%)	Más de 4 años (8%)
(7%)	Nivel de formación	1 curso (1%)	2-3 curso (2%)	4 curso (3%)	5 curso (4%)	Postgrado (7%)
(10%)	Capacidades y conocimientos del Equipo	No existe conocimiento específico del área de negocio en los miembros del equipo (1%)	Equipo con conocimiento técnico de la solución planteada (3%)	Equipo con conocimiento técnico y administrativo del negocio (6%)	Equipo con capacidad técnica, comercial y administrativo del negocio (8%)	Capacidad del equipo de ampliar las áreas de negocio (10%)

	Capacidad del equipo de ampliar las áreas de negocio (25%)					
--	---	--	--	--	--	--

6. Impacto social y ambiental generado.

Peso	Factor	0	1	2	3	4
(3%)	Manejo de impacto ambiental	Impacto ambiental no estimado (0%)	Impacto ambiental de difícil manejo (1%)	Impacto ambiental negativo manejado de acuerdo a la regulación ambiental (1,5%)	No genera impacto ambiental negativo (2%)	Impacto ambiental positivo (3%)

(2%)	Impacto social generado	Impacto social no estimado (0%)	Impacto social nulo (0,25%)	Impacto social solo en el área del negocio (0,5%)	Impacto social de alcance multisectorial (1%)	Impacto social general (2%)
	= Impacto social y ambiental generado (5%)					

7. Calidad de materiales escritos entregados por los participantes, además de las presentaciones orales en caso que aplique

Peso	Factor	0	1	2	3	4
(1%)	Redacción	Malo (0%)	Deficiente (0,2%)	Regular (0,4%)	(0,75%) Excelente	Bueno (1%)
(2%)	Claridad de los contenidos	Malo (0%)	Deficiente (0,3%)	Regular (0,5%)	Bueno (1%)	Excelente (2%)
(1%)	Manejo Oral	Malo (0%)	Deficiente (0,2%)	Regular (0,4%)	Bueno (0,75%)	Excelente (1%)
(1%)	Presentación	Malo (0%)	Deficiente (0,2%)	Regular (0,4%)	Bueno (0,75%)	Excelente (1%)
	= Calidad de Materiales escritos y presentados orales (5%)					

4.3 Pasos que se siguieron para el procesamiento de datos

Para la siguiente investigación se tomaron en cuenta los siguientes pasos al momento del procesamiento de datos:

- Se obtuvo información de la muestra objeto de la investigación
- Se aplicó los criterios de evaluación
- Se introdujo la información al computador para procesar la información.

4.4 Análisis e Interpretación

Entre los ~~xisten~~ 16 grupos de 6 personas cada uno a los que se los nombra del 1 al 16 cada grupo posee un líder, el mismo que designa actividades a cada uno de los integrantes. Por lo tanto la población de investigación (N), fue de 96 estudiantes

Grupo 1

Objeto del emprendimiento: fabricación y venta de shampoo natural

Antecedentes: Un grupo unido muy homogéneo del mismo curso, muy volátiles y poco organizados, 80% de asistencia a la formación empresarial.

Criterio de evaluación y peso

1. Oportunidad de Mercado 25 %	20	
2. Análisis competitivo e industria 20%	10	
3. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo 20%	15	
4. Capacidad y competencias del equipo emprendedor 25%	10	

5. Impacto social y ambiental generado. 5%	4	
6. Calidad de materiales escritos entregados y presentaciones orales si aplica 5%	3	<i>TOTAL</i> 62%

La formación de esta micro empresa ha dado réditos económicos auto sustentables con márgenes de hasta el %60 .

La empresa se desintegra el momento de fin de año escolar.

Existe apoyo de los padres hasta cumplir con objetivos y recibir notas.

Grupo 2

Objeto del emprendimiento: fabricación y venta de bufandas

Antecedentes: Un grupo heterogéneo de diferentes cursos, comparten solo en los extracurriculares del club de ciencias.

100% de asistencia a la formación empresarial.

Muy formales en el organigrama empresarial impuesto por ellos mismos

Criterio de evaluación y peso

1. Oportunidad de Mercado 25 %	10	
2. Análisis competitivo e industria 20%	10	
3. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo 20%	10	

4. Capacidad y competencias del equipo emprendedor 25%	3	
5. Impacto social y ambiental generado. 5%	5	
6. Calidad de materiales escritos entregados y presentaciones orales si aplica 5%	5	<i>TOTAL</i> 43%

La formación de este micro empresa ha dado réditos económicos auto sustentable con márgenes de hasta el %20

Poseen un grave problema de inversión y reinversión

Por la naturaleza del producto se generan ventas sin retorno de compra en los clientes

Grupo 3

Objeto del emprendimiento: Servicio de lavado de autos

Antecedentes: Un grupo heterogéneo de diferentes cursos, vecinos entre ellos, buena relación entre familias, viven cerca de las instalaciones del colegio 86% de asistencia a la formación empresarial. Muy informales en el organigrama empresarial impuesto por ellos mismos. Sistema horizontal de trabajo.

Criterio de Evaluación y Peso

1. Oportunidad de Mercado 25 %	20	
2. Análisis competitivo e industria 20%	18	
3. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo 20%	18	

4. Capacidad y competencias del equipo emprendedor 25%	25	
5. Impacto social y ambiental generado. 5%	2	
6. Calidad de materiales escritos entregados y presentaciones orales si aplica 5%	5	<i>TOTAL</i> 88%

La formación de esta micro empresa ha dado réditos económicos auto sustentables con márgenes de hasta el %100

Poseen un grave problema de espacio físico y servicio personalizado a domicilio, requieren de un lugar para brindar el servicio, se limitan solo a domingos en los parqueaderos de la iglesia. Son en la mayoría alumnos de último año de colegio y se desintegra con su graduación.

Grupo 4

Objeto del emprendimiento: fabricación y venta desinfectantes biodegradables

Antecedentes: Un grupo heterogéneo de diferentes cursos, comparten solo en los extracurriculares del club de ciencias.

10% de asistencia a la formación empresarial. No se conoce mucho de ellos ya que faltaron en repetidas ocasiones

Criterio de evaluación y peso

1. Oportunidad de Mercado 25 %	25	
2. Análisis competitivo e industria 20%	20	
3. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo 20%	15	

4. Capacidad y competencias del equipo emprendedor 25%	3	
5. Impacto social y ambiental generado. 5%	5	
6. Calidad de materiales escritos entregados y presentaciones orales si aplica 5%	0	<i>TOTAL</i> 68%

La formación de esta micro empresa ha dado réditos económicos auto sustentables con márgenes de hasta el %30. Mucha desorganización y falta de constancia

Pese a la excelencia del negocio, la falta de formación empresarial, orden y constancia, no les permite despegar y solo realizan ventas en la feria de exposiciones en fiestas patronales, luego de esto desaparece su micro empresa.

Grupo 5

Objeto del emprendimiento: Fabricación y venta de gel para cabello

Antecedentes: Un grupo heterogéneo de diferentes cursos, comparten solo en los extracurriculares del club de ciencias.

100% de asistencia a la formación empresarial.

Criterio de Evaluación y Peso

1. Oportunidad de Mercado 25 %	25	
2. Análisis competitivo e industria 20%	20	
3. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo 20%	18	
4. Capacidad y	18	

competencias del equipo emprendedor 25%		
5. Impacto social y ambiental generado. 5%	5	
6. Calidad de materiales escritos entregados y presentaciones orales si aplica 5%	5	<i>TOTAL</i> 91%

La formación de este micro empresa ha dado réditos económicos auto sustentables con márgenes de hasta el %60. La organización empresarial se genera verticalmente , y entre ellos nace rivalidades. Aunque son un grupo, apenas el 50 % de ellos son los que invierten por lo que les da jerarquía se mantienen y hasta la fecha generan ventas cuando requieren ingresos económicos.

Grupo 6

Objeto del Emprendimiento: Fabricación y Venta de Salsa de Tomate

Antecedentes: Todos son de primer curso ,

100% de asistencia a la formación empresarial.

Criterio de Evaluación y Peso

1. Oportunidad de Mercado 25 %	10	
2. Análisis competitivo e industria 20%	10	
3. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo 20%	18	
4. Capacidad y competencias del equipo emprendedor 25%	10	

5. Impacto social y ambiental generado. 5%	5	
6. Calidad de materiales escritos entregados y presentaciones orales si aplica 5%	5	<i>TOTAL</i> 58%

La formación de este micro empresa ha dado réditos económicos auto sustentables con márgenes de hasta el %100. Los participantes son muy organizados, sin embargo su mercado se limita mucho a solo conocidos entre ellos.

Muy poco desarrollo de ventas, aunque la idea se mantiene viva la falta de ventas ha desmotivado su actividad.

Grupo 7

Objeto del Emprendimiento: Descarga y Venta de Cd de Programas y Música

Antecedentes: Grupo heterogéneo

50% de asistencia a la formación empresarial.

Criterio de Evaluación y Peso

1. Oportunidad de Mercado 25 %	20	
2. Análisis competitivo e industria 20%	10	
3. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo 20%	10	
4. Capacidad y competencias del equipo emprendedor 25%	10	

5. Impacto social y ambiental generado. 5%	0	
6. Calidad de materiales escritos entregados y presentaciones orales si aplica 5%	1	<i>TOTAL</i> 51%

La formación de este micro empresa ha dado réditos económicos auto sustentable con márgenes de hasta el %100. Los participantes son muy organizados, sin embargo su mercado se limita mucho a solo conocidos entre ellos .Es una actividad ilegal lo que genera ventas entre solo un grupo de confianza. No posee futuro legal. Dos integrantes continúan hasta la fecha generando ventas en este negocio.

Grupo 8

Objeto del Emprendimiento: Venta de Sánduches en los Recreos

Antecedentes: Integrantes de 5to curso Químicos biólogos

100% de asistencia a la formación empresarial.

Criterio de Evaluación y Peso

1. Oportunidad de Mercado 25 %	10	
2. Análisis competitivo e industria 20%	20	
3. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo 20%	20	
4. Capacidad y competencias del equipo emprendedor 25%	20	

5. Impacto social y ambiental generado. 5%	5	
6. Calidad de materiales escritos entregados y presentaciones orales si aplica 5%	5	<i>TOTAL</i> 80%

La formación de este micro empresa ha dado réditos económicos auto sustentables con márgenes de hasta el %100.Los participantes son muy organizados, sin embargo su mercado se limita al interior del colegio y en los recreos

No poseen autorización del colegio, y por presión de los tercerizadores del bar se prohíbe la venta en los recreos.

No dan por terminada su gestión emprendedora y piensan en licitar la tercerización del bar.

Grupo 9

Objeto del Emprendimiento: Decoración y Venta de Camisetas

Antecedentes: Integrantes varios

100% de asistencia a la formación empresarial.

Criterio de Evaluación y Peso

1. Oportunidad de Mercado 25 %	20	
2. Análisis competitivo e industria 20%	20	
3. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo 20%	20	
4. Capacidad y competencias del equipo emprendedor 25%	25	

5. Impacto social y ambiental generado. 5%	5	
6. Calidad de materiales escritos entregados y presentaciones orales si aplica 5%	5	<i>TOTAL</i> 95%

La formación de este micro empresa ha dado réditos económicos auto sustentables con márgenes de hasta el %100. Los participantes son muy organizados

Se ha logrado vender camisetas en otros colegios

Es solo por temporadas, por lo general inauguración de deportes

De los miembros que ya han salido del colegio aun se vinculan y proyectan crecer en el emprendimiento creado.

Grupo 10

Objeto del Emprendimiento: Decoración y Venta de Camisetas

Antecedentes: Integrantes varios

100% de asistencia a la formación empresarial.

Criterio de Evaluación y Peso

1. Oportunidad de Mercado 25 %	20	
2. Análisis competitivo e industria 20%	20	
3. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo 20%	20	
4. Capacidad y competencias del equipo emprendedor 25%	25	

5. Impacto social y ambiental generado. 5%	5	
6. Calidad de materiales escritos entregados y presentaciones orales si aplica 5%	5	<i>TOTAL</i> 95%

La formación de este micro empresa ha dado réditos económicos auto sustentables con márgenes de hasta el %100. Los participantes son muy organizados. Se ha logrado vender camisetas en otros colegios. Es solo por temporadas, por lo general inauguración de deportes

De los miembros que ya han salido del colegio aun se vinculan y proyectan crecer en el emprendimiento creado.

Grupo 11

Objeto del Emprendimiento: Limonada

Antecedentes: Integrantes varios

15% de asistencia a la formación empresarial.

Criterio de Evaluación y Peso

1. Oportunidad de Mercado 25 %	5	
2. Análisis competitivo e industria 20%	5	
3. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo 20%	5	
4. Capacidad y competencias del equipo emprendedor 25%	10	

5. Impacto social y ambiental generado. 5%	5	
6. Calidad de materiales escritos entregados y presentaciones orales si aplica 5%	0	<i>TOTAL</i> 30%

La formación de este micro empresa ha dado réditos económicos auto sustentables con márgenes de hasta el %50. Los participantes son muy desorganizados. No hay aceptación en sus compañeros. La calidad del producto es muy deficiente. No se logra vender nada se da por cerrado el proyecto.

Grupo 12, 13, 14, 15,16

Objeto del Emprendimiento: No se Definió

Antecedentes: Integrantes varios

1% de asistencia a la formación empresarial.

Criterio de Evaluación y Peso

1. Oportunidad de Mercado 25 %	0	
2. Análisis competitivo e industria 20%	0	
3. Modelo de Negocios claro y aplicable en el mediano plazo 20%	0	
4. Capacidad y competencias del equipo emprendedor 25%	0	

5. Impacto social y ambiental generado. 5%	0	
6. Calidad de materiales escritos entregados y presentaciones orales si aplica 5%	0	<i>TOTAL</i> <i>0%</i>

Pese a que se inscribieron al proyecto de formación empresarial solo asistieron una sola vez.

Los estudiantes que se interesaron y su grupo desapareció se integraron a los otros grupos antes mencionados. La evaluación de estos grupos no dio para continuar por lo que se decidió desintegrarlos.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

1. Gracias a los resultados obtenidos en la investigación de campo en el presente trabajo, permiten confirmar la hipótesis planteada, sobre que la adecuada formación empresarial de los estudiantes del club de ciencias del Colegio San Gabriel, determinó la eficiencia para la generación de los recursos económicos suficientes como para mantenimiento en gastos de consumos juveniles no programados en las economías familiares.
2. Del análisis de la evaluación en los diversos proyectos se concluye que por mas buenos negocios que el producto pueda ser ,la falta de interés y la poca necesidad de aumentar sus ingresos económicos producen que no se despegue en el emprendimiento .
3. Cuantitativamente se puede referir que por mas buena disposición de los estudiantes, refiriéndose a asistencia, preparación, análisis, y demás, si el producto u objeto del emprendimiento no es atractivo, o no ha sido estudiado dentro del segmento a que se lo va aplicar , el emprendimiento no tiene éxito.
4. Los emprendimientos que ganan éxito son los que han compaginado la buena formación empresarial, y la excelente oportunidad de negocio, manteniéndose vivos en el tiempo , y dando un futuro de proyección de un negocio más serio y solido.
5. La buena formación empresarial llevada desde los años inferiores se fortifica año a año ya que mientras el acompañamiento educativo existe hay una motivación en los muchachos, de crecer empresarialmente.

6. De los resultados obtenidos se concluye que la buena disposición , ganas de trabajar , apoyo externo , debe ir acompañado de una excelente segmentación de mercado .

7. La mayoría de proyectos murieron , por la desvinculación del grupo mas no por falta de formación empresarial , o malos negocios , entre esta desvinculación esta la graduación y salida de la institución de ciertos integrantes de los grupos

8. Los estudiantes trabajan motivados cuando reciben algo a cambio y lo único con lo que se los puede negociar es recurso económico, tiempo, y notas, siendo estas últimas el factor de mejor motivación a ellos

9. Los adolescentes poseen gastos no programados dentro de las economías familiares , como entradas de cine , conciertos , eventos en general, que de desarrollar los proyectos con buenos niveles dentro de los criterios de evaluación del capítulo 4 de esta investigación , podrían solventar estos desfases económicos dentro de las familias.

10. La investigación se ha realizado dentro de un nivel socio económico medio alto , con un apoyo de los padres y un incentivo institucional importante.

5.2 Recomendaciones

1. Se recomienda frente a la confirmación de la hipótesis que se planteo al inicio de la investigación, estimular la formación empresarial y la práctica de actividades económicas orientadas a los jóvenes para así generar liderazgo administrativo y emprendedor dentro de las instituciones educativas.
2. Introducir como una materia general dentro de la malla curricular , la administración de empresas o el emprendimiento juvenil, ya que por mas vocación que un estudiante posea dentro del marco de las inteligencias múltiples , y las diferentes especialidades dentro de la institución , siempre será necesario dentro del liderazgo un liderazgo administrativo y emprendedor.
3. Generar incentivos para que los buenos proyecto no terminen simplemente por el cumplimiento de periodos, sino al contrario que se fortalezcan con el tiempo, estos incentivos pueden ser de carácter económico, publicitario o simplemente de apoyo emocional.
4. Formar grupos de profesionales dentro de la institución para que puedan ser tutores dentro de los ámbitos de emprendimiento estudiantil.

BIBLIOGRAFÍA

1. Alvarado, Ledesma. (2004) Agro negocios, empresa y emprendimiento. El Ateneo, España
2. Bonocore , Ricardo.(2007). Plan de Negocios, Editorial En Plenitud, España
3. Blanchard Ken y Flower Susan, (2007) Auto liderazgo y el ejecutivo al minuto, Norma , Colombia
4. Gallegos, Rodrigo. (2005). Tecnologías apropiadas para la educación. Editorial: CODEU. Quito, Ecuador..
5. Cooper, Harris. (2009). The Battle over homework, Segunda edición; Nueva York,.
6. Campos, Herma; Guía de diseño de investigación; CODEU - UTE, Quito, 2004.
7. Conferencia de Provinciales Jesuitas de América Latina.(2005). Proyecto Educativo Común De La Compañía De Jesús En América Latina , Editorial Jesuítica Quito Ecuador

8. Formichella *Maria* (2002). *EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACIÓN, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL*, Rivadavia 1439 (1033) Buenos Aires, Argentina
9. Ginott, Haim. (1981). *Tareas*, Primera reimpresión; Editorial Pax, México. ~~1981~~.
10. Hernández, Roberto.et.al. (2007). *Metodología de la investigación*, Sexta edición; Editorial McGraw – Hill, Bogotá, Colombia. ~~2007~~.
11. Harrington, James.(2008) *Mejoramiento de los procesos de la Empresa*, Editorial, Mc. Graw Hill
12. Hernández Sampieri, Roberto (2000) *Metodología de la Investigación*, edit. Mc Graw Hill, México
13. Jennings, Jason (2009), *Piense en grande actúe en pequeño*, GRUPO Norma, Colombia
14. Kotler, Philip. (2000) *Dirección de Mercadotecnia*. Hispanoamericana. Estados Unidos
15. Kotler, Philip.(1998) *Fundamentos de Mercadotecnia*. Hispanoamericana s.a. – Cuarta Edición.1998.Estados Unidos
16. Lemus, Arturo. (1975). *Personal de orientación, padres de familia*, Primera edición; Editorial Kapeluz, Buenos Aires, Argentina.

17. Manucci , Marcelo (2009) La estructura de los cuatro círculos , Editorial Norma , Colombia
18. Mariño, Wilson (2008) 100 Estrategias para superar en bajos presupuestos, Editorial Aguilar-Santillana, Quito , Ecuador
19. Méndez, Carlos. (2004). Metodología: guía para la elaboración y diseño de la investigación económica, administrativa y contable; Editorial McGraw – Hill, Bogotá, Colombia. 2004.
20. Ponti , Franc (2009). Pasión por innovar , Grupo editorial Norma, Colombia
21. Olmos Arrayanes, Jorge. (2007). Tu Potencial EMPRENDEDOR, Pearson Prentice Hall, México,
22. Perazolo, Marcelo. (2006) Empresarios y emprendedores, Editorial Nev RED, USA, ARG
23. Serra R., Iriarte J. y Le Fosse G. (2000). El nuevo juego de los negocios. Norma, Colombia
24. Serra, R. Y Kastika, 1994. E. Re-estructurando empresas. Ediciones Macchi, 1994.
25. Serrano, Humberto; Manual para el desarrollo de trabajos de grado; UTE, Quito, 2005
26. Vejarano, Gilberto. (2007). Lectura sobre metodología de investigación; CODEU-UTE, Quito. ,
27. Vejarano, Gilberto. (2007). Normas de presentación para la elaboración de documentos académicos y científicos; CODEU - UTE, Quito, Ecuador.

Internet

28. -Formación por competencias

29. <http://www.itacab.org/formacion.htm> .

30. -Ministerio de educación y cultura del Ecuador

31. <http://www.mec.gov.ec>

32. Liderazgo Organizacional

33. <http://cursos.universia.net/rss/showcourserss.xml>

34. Educación para el Desarrollo Sostenible

35. http://www.unesco.org/bpi/pdf/memobpi39_sustainabledvpt_es.pdf

36. Emprendimiento Juvenil

37. www.conquito.org.ec/

38. www.conquito.org.ec/capacitacion/

39. www.oitcinterfor.org/public/spanish/region/.../index.htm

40. www.elobservadoreconomico.com/articulo/713