INSTITUTO SUPERIOR

TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

Análisis y selección de las diez mejores estrategias para fomentar el emprendimiento con capital mínimo en jóvenes bachilleres de la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani del sector Valle de los Chillos, Sangolquí, durante el primer trimestre del 2025

Johana Marcela Chiriboga Carlosama

Jorge Oswaldo Sandoval Quinga

Administración de Empresas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

Tecnólogo Superior en Administración de Empresas

Quito, 20 de abril de 2025

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

HOJA DE CALIFICACIÓN

DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Análisis y selección de las diez mejores estrategias para fomentar el emprendimiento con capital mínimo en jóvenes bachilleres de la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani del sector Valle de los Chillos, Sangolquí, durante el primer trimestre del 2025

Johana Marcela Chiriboga Carlosama 1 …/...

Jorge Oswaldo Sandoval Quinga 2 …/…

Itzel López, Magister

Quito, 20 de abril de 2025

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales del Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA, incluyendo la Política de propiedad Intelectual TESA, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a TESA para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Johana Marcela Chiriboga Carlosama

Jorge Oswaldo Sandoval Quinga

Código estudiante: 2541

2302

Cédula de identidad: 1004029615

1721993697

Lugar y fecha: Quito, febrero de 2025

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, pese a estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en ttp://bit.ly/COPETheses.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on http://bit.ly/COPETheses.

DEDICATORIA

Este logro es dedicado a mis padres, hermanos, sobrinos y a mi abuelita quienes han jugado un papel crucial en mi vida, siempre han estado ahí respaldándome para continuar adelante, siempre han estado ahí cuando más los necesito, cada sacrificio que han hecho por mí se los debo a ustedes sin su apoyo y su amor incondicional no hubiese podido llegar hasta donde estoy ahora, este logro también quiero dedicarlo a una persona que ya no está con nosotros pero siempre estará en nuestros corazones para ti abuelito Segundo donde quiera que tu estes sé que desde el cielo nos bendices y nos cuidas siempre. Además, quiero dedicar este logro a una persona muy importante en mi vida a ti David, que siempre has estado ahí animándome, apoyándome, aconsejándome para que siga cumpliendo cada meta, cada objetivo que tenga en mente y me has acompañado en esta travesía, sin importar la distancia, siempre estarás conmigo.

Johana Chiriboga

Con gratitud y profunda emoción, dedico la culminación de esta etapa tan importante en mi vida la finalización de mis estudios en el Instituto Tecnológico Superior San Antonio, en la carrera de Administración de Empresas a las personas que han sido mi mayor motivación y soporte incondicional.

A mi esposa, por su amor, paciencia y por creer en mí incluso en los momentos más difíciles. A mi hijo, por ser la inspiración que me impulsa a ser mejor cada día y luchar por un futuro lleno de oportunidades. Este logro no es solo mío, es también de ustedes. ¡Gracias por acompañarme en este camino

Jorge Sandoval

AGRADECIMIENTO

Antes que nada, quiero agradecer a Dios por orientarme en cada paso de mi camino por darme la sabiduría de poder entender lo que es la perseverancia y el compromiso con uno mismo, gracias al Instituto TESA por brindarme la oportunidad de formar parte de ella, agradecer a los licenciados y tutores por tenerme la paciencia, por brindarme su apoyo durante esta nueva experiencia que ha sido para mí y por ayudarme a crecer como estudiante y como persona.

Al igual que a mi familia agradecerles por todo, por estar ahí en cada paso de mi vida, su amor incondicional ha sido uno de los pilares más valiosos que me han ayudado llegar hasta aquí, me siento bendecida por tenerles aún conmigo. De igual manera a ti David gracias por estar al pendiente de mí y por estar siempre conmigo. Gracias por todo su amor y apoyo los quiero.

Johana Chiriboga

Al culminar mi etapa en el Instituto Tecnológico Superior San Antonio, en la carrera de Administración de Empresas, quiero expresar mi profundo agradecimiento a quienes me acompañaron en este camino. Esta experiencia me dejó valiosas lecciones de vida y crecimiento personal. A mi esposa e hijo, gracias por su amor, apoyo y por ser mi mayor motivación. A mis padres, por enseñarme con su ejemplo el valor del esfuerzo y la dedicación. Este logro es compartido con todos ustedes, quienes hicieron posible este sueño.

Jorge Sandoval

RESUMEN

Este trabajo se enfoca en promover el emprendimiento juvenil con bajos recursos, enfocado a los alumnos de la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani en Sangolquí. Dada la situación económica actual y el creciente deseo de independencia financiera entre los jóvenes, resulta importante encontrar estrategias efectivas para impulsar emprendimiento. Mediante un estudio aplicado, exploratorio y descriptivo, el objetivo es detectar oportunidades de negocio y recursos disponibles. El objetivo principal es investigar y seleccionar las diez mejores estrategias para fomentar el emprendimiento juvenil con poco capital, por ende, se recurre a una base teórica fundamentada en estudios previos y experiencias reales. En el primer trimestre del 2025, se realizaron varias capacitaciones obteniendo resultados favorables, lo que significa que se recolectaron datos sobre las principales dificultades y oportunidades para iniciar un emprendimiento. Las capacitaciones impartidas en la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani potenciaron soluciones claves y evidenciaron que se puede iniciar un negocio con bajos recursos. Uno de los hallazgos que se pudo identificar dentro de la capacitación con los estudiantes fue la implementación de la comida rápida como el emprendimiento más rentable y viable, especialmente para aquellas personas con escaso tiempo o recursos para hacer inversiones. Esta investigación ayuda al fortalecimiento de los conocimientos del ecosistema del emprendedor y servirá como base para fomentar el emprendimiento juvenil con recursos limitados.

Palabras Clave: Emprendimiento, estrategia, capacitaciones, desarrollo socioeconómico, TICs, emprendedor, infraestructura y competitividad.

ABSTRACT

This work focuses on promoting low-income youth entrepreneurship, targeting students at the Juan Mantovani High School in Sangolquí. Given the current economic situation and the growing desire for financial independence among young people, it is important to find effective strategies to foster entrepreneurship. Through an applied, exploratory, and descriptive study, the objective is to identify business opportunities and available resources. The main objective is to research and select the ten best strategies to promote youth entrepreneurship with little capital. Therefore, a theoretical foundation based on previous studies and real-life experiences is used. In the first quarter of 2025, several training sessions were held, obtaining favorable results. This means that data was collected on the main difficulties and opportunities for starting a business. The training sessions provided at the Juan Mantovani High School promoted key solutions and demonstrated that it is possible to start a business with limited resources. One of the findings identified during the training with the students was the implementation of fast food as the most profitable and viable business, especially for those with limited time or resources to invest. This research helps strengthen knowledge of the entrepreneurial ecosystem and will serve as a basis for promoting youth entrepreneurship with limited resources.

Keywords: Entrepreneurship, strategy, training, socioeconomic development, ICTs, entrepreneur, infrastructure, and competitiveness.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN 14

1.1. Planteamiento del Problema 14

1.2. Justificación 15

1.3. Alcance 16

1.4. Objetivos General y Específicos 17

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO 18

2.1 Medidas de apoyo al emprendimiento 18

2.1.1 Financiamiento de créditos y microcréditos 18

2.1.2 Capacitaciones gratuitas sobre el emprendimiento 18

2.2 Ámbito económico 19

2.2.1 Impacto del emprendimiento en la economía local 19

2.2.2 Emprendimiento familiar 19

2.3 Estrategias para fomentar el emprendimiento 20

2.3.1 Desarrollo del capital humano 20

2.3.2 Apoyo a la innovación tecnológica 21

2.4 Desarrollo socioeconómico 21

2.4.1 Desarrollo sostenible en el crecimiento económico 22

2.4.2 Capacidad económica de los jóvenes 22

2.5 Desarrollo económico local 23

2.5.1 Creación de empleos 23

2.5.2 Infraestructura y competitividad en el crecimiento económico local 24

2.6 Fomento del emprendimiento con capital mínimo 24

2.6.1 Estrategias de bajo costo para iniciar un negocio 25

2.6.2 Desarrollo de habilidades para el emprendimiento 25

Marco conceptual 26

Marco Legal 28

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO 29

3.1. Tipo de investigación 29

3.2. Enfoque 30

3.3. Herramientas metodológicas 30

3.4. Técnicas 30

3.5. Estudios iniciales 31

3.6. Desarrollo 33

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 36

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados (descripción) 36

CONCLUSIONES 44

RECOMENDACIONES 46

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 48

ANEXO A: GUÍA DE LAS MEJORES ESTRATEGIAS DEL EMPRENDIMIENTO PARA JÓVENES BACHILLERES DE LA UNIDAD EDUCATIVA JUAN MANTOVANI 54

ANEXO B: Formato de la encuesta 69

ANEXO C: Archivo fotográfico 73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización 32

Tabla 2. Inclusión y exclusión 32

Tabla 3. Muestreo..... 33

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Variable independiente 31

Figura 2. Variable dependiente 31

Figura 3. Edad 36

Figura 4. Género 36

Figura 5. Tipo de ingreso propio 37

Figura 6. Capacitación sobre el emprendimiento 37

Figura 7. Inicio de emprendimiento en el futuro 38

Figura 8. Preparación de comenzar un emprendimiento 38

Figura 9. Tipo de negocio 39

Figura 10. Obstáculos para iniciar un negocio 39

Figura 11. Inicio de un negocio con capital reducido 40

Figura 12. Recursos para comenzar un negocio 40

Figura 13. Tácticas de emprendimiento digital 41

Figura 14. Capacitación de estrategias para emprender con capital reducido 41

Figura 15. Estrategia para impulsar un negocio con presupuesto reducido 42

Figura 16. Respaldo de la institución para promover el emprendimiento 42

Figura 17. Inicio de un negocio dentro de dos años 43

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

En un mundo cada vez más global y con una competencia creciente en los mercados, el emprendimiento se convierte en un instrumento esencial para impulsar el incremento financiero y modernizar los niveles de vida de las comunidades.

Según Damas (2013) la instrucción del espíritu emprendedor consiste en brindar a los estudiantes la postura, destrezas e información esenciales en el ámbito laboral. Por lo tanto, resulta crucial reconocer y elaborar estrategias que respalden el emprendimiento con un capital mínimo en todas las regiones y comunidades.

Este análisis de estrategias para fomentar el emprendimiento con capital mínimo en la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani tiene una amplitud global. Puesto que, al examinar estas estrategias en un contexto local, podemos identificar las mejores prácticas para aplicar en otros lugares del mundo.

El sector seleccionado, es la ciudad de Sangolquí, como muchos otros lugares de Ecuador, tiene un potencial significativo para el emprendimiento. Sin embargo, a menudo hay desafíos que hacen difícil el desarrollo del emprendimiento, especialmente para los jóvenes. Puesto que al analizar estas estrategias en la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani se espera encontrar soluciones prácticas y aplicables a otros lugares del sector de Sangolquí y de esta forma, impulsar el emprendimiento y el desarrollo económico local. Los resultados de este estudio pueden ser de gran valor para el sector de Sangolquí y para Ecuador, ya que proveerán información útil para mejorar el emprendimiento y generar oportunidades de negocio para los jóvenes.

Es esencial promover la iniciativa empresarial con recursos limitados para estimular el crecimiento financiero y social de la industria, así que este estudio se propone reconocer y formular tácticas que respalden el emprendimiento con poca inversión en el sector de Sangolquí, especialmente enfocado en la juventud. La evolución del espíritu emprendedor es vital para el avance del sector y para la generación de trabajo en la comunidad, al mismo tiempo, es necesario descubrir enfoques que faciliten los emprendimientos con fondos restringidos y asegurar su implementación efectiva. No obstante, la falta de recursos financieros en

emprendedores es un desafío común para los jóvenes en el sector de Sangolquí, sin embargo, esto no debe ser un obstáculo para el desarrollo de negocios exitosos y sostenibles.

La búsqueda de soluciones para mejorar el acceso a recursos financieros y al capital humano, es necesario apoyar el desarrollo del emprendimiento de los jóvenes emprendedores para que puedan competir en el mercado teniendo en cuenta a Rivera (2023) es indispensable implementar iniciativas que fomenten el crecimiento socioeconómico de la comunidad, aprovechando sus recursos para incrementar el bienestar de sus residentes (p. 39-40)

1.2. Justificación

Como señala Herrera (2016) Uno de los desafíos más importantes de la enseñanza en la nación es educar a los alumnos con una mentalidad tanto profesional como emprendedora, capacitándolos para comprender sus derechos y responsabilidades laborales. Esto implica fomentar el espíritu emprendedor, brindarles la preparación necesaria para llevar a cabo actividades empresariales de manera independiente y dotarlos de las herramientas clave para acceder al mercado laboral o reintegrarse a él, en alineación con sus metas personales y profesionales.

Una de las estrategias más efectivas puede darse es estableciendo metas u objetivos a corto plazo para garantizar la investigación y el tiempo invertido ya que esta medida ayuda a los emprendedores a desarrollar nuevas acciones y puedan planificar como se va a manejar los recursos de forma eficiente para que su emprendimiento no se vea afectado por el mal manejo de este, a fin de que siga creciendo de forma exitosa y tener buenos resultado en un futuro.

La investigación ampliará el conocimiento de muchos estudiantes y tendrá una notabilidad positiva entre los jóvenes bachilleres que buscan aplicar sus habilidades en los diferentes emprendimientos que se puedan desarrollar en el sector de Sangolquí ya que es un punto muy concurrido por los habitantes que buscan nuevos ingresos económicos para satisfacer sus necesidades.

Los beneficios de esta investigación son muy importantes para la sociedad ya que contribuirá a incrementar el número de emprendimientos con conocimientos y estrategias que nos ayudan a desarrollar y tener mejores ingresos económicos dando relevancia al sector de Sangolquí. Además, podemos identificar nuevas

oportunidades para crear fuentes de empleo ya que buscan más ingresos para solventar y satisfacer sus necesidades por esta razón la investigación busca fomentar estrategias hacia jóvenes y personas en general, el presupuesto no es un impedimento cuando se tiene una buena estrategia de desarrollo de emprendimiento con el fin de progresar.

El proyecto está dentro de las limitaciones ya que se empezará con un presupuesto mínimo con los jóvenes bachilleres de la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani para gestionar la inversión de un producto o servicio a través de las estrategias investigadas y así fomentar el emprendimiento y el desarrollo económico en Sangolquí. Además, existe una normativa en este punto los emprendedores deben de ser transparentes con la investigación que se realizará incluyendo información relevante con los productos o servicios.

Para definir uno de los propósitos del Programa Toda una Vida es "establecer una economía fundamentada en la producción de saberes, lo que conlleva invertir en la fuerza laboral y potenciar la formación técnica y tecnológica relacionada con los procesos de desarrollo, con el fin de materializar la innovación y el emprendimiento" (Plan Nacional de Desarrollo, 2017, pag.80), es decir, fomentar cursos o capacitaciones que enfaticen el crecimiento de sus capacidades y sus aptitudes para los jóvenes bachilleres que tengan los implementos necesarios para emprender y puedan incursionarse en el mundo del mercado local o global.

1.3. Alcance

El alcance de este trabajo se ajustará en implementar las mejores diez estrategias para el emprendimiento juvenil en la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani del sector Valle de los Chillos, Sangolquí, durante el primer trimestre del 2025. El estudio al realizar será exploratorio y se analizará varias estrategias para fomentar el emprendimiento en los jóvenes bachilleres.

Dado que las variables a estudiar son la implementación de estrategias e identificación del capital mínimo para que los jóvenes tengan conocimiento del tipo de emprendimiento que puedan iniciar. Analizando el contexto geográfico se lo hará en Sangolquí en la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani ubicada en la Calle Enrique Tello y Carihuairazo, esta investigación tendrá un contexto temporal durante el primer trimestre del 2025. El límite del estudio se enfocará en establecer

varias opciones de estrategias para fomentar el emprendimiento juvenil sin incluir la demanda que se pueda dar en el sector. Al justificar esta propuesta se puede implementar variedades de emprendimientos con el respectivo análisis de las mejores estrategias. La viabilidad asegura el conocimiento de la investigación realizada de las estrategias y los recursos disponibles durante los estudios realizados.

1.4. Objetivos General y Específicos

General

Analizar y seleccionar diez mejores estrategias para fomentar el emprendimiento con capital mínimo en jóvenes bachilleres de la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani del sector Valle de los Chillo, Sangolquí, durante el primer trimestre del 2025.

Específicos

- ✓ Analizar las teorías, conceptos y estrategias más importantes sobre cómo fomentar el emprendimiento juvenil con capital mínimo en entornos educativos revisando estudios previos, artículos académicos y casos prácticos, con el fin de construir una base teórica que ayude a identificar y seleccionar las diez mejores estrategias para lograr este objetivo.
- ✓ Diseñar un documento estratégico que incluya las diez mejores estrategias para fomentar el emprendimiento con capital mínimo en jóvenes bachilleres mediante encuestas y entrevistas con profesionales en emprendimiento y analizando cómo se pueden aplicar en la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani, este documento será una guía práctica para los jóvenes empezar y desarrollar emprendimientos viables de escasos recursos.
- ✓ Valorar la eficacia de las estrategias escogidas mediante formación orientada a los jóvenes, recolectando su feedback a través de encuestas y entrevistas. Esto nos permitirá verificar el impacto de las estrategias propuestas y efectuar las modificaciones necesarias para asegurar que sean realmente efectivas en el contexto educativo y económico del sector.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1 Medidas de apoyo al emprendimiento

Como dice (Varona, 2018) "Es innegable que en la actualidad se discute mucho sobre el emprendimiento" (p.2). Mientras que (Global Entrepreunership Monitor, 2018) plantea que el espíritu empresarial implica el acto de comenzar una nueva actividad comercial, lo que significa que nos referimos a la formación y desarrollo de un proyecto económico ya sea de tipo empresarial o profesional.

En los últimos tiempos, la gestión del emprendimiento se ha justado a una variedad de medidas destinadas a alentar y fomentar el espíritu emprendedor. Desde medidas fiscales hasta facilitar la financiación de los empresarios. Que pueden usar ángeles de negocios o crowdfunding, hasta la regulación de los ingresos de las personas naturales o legales, establecen un conjunto de regulaciones que promueven el espíritu empresarial y un objetivo en común (Ruiz, 2016).

2.1.1 Financiamiento de créditos y microcréditos

Según el Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora en España, que tener un patrimonio adecuado es crucial para iniciar un negocio y que las restricciones financieras suelen marginar aquellos que carecen de recursos insuficientes, citados por (Alemany, Álvarez, Planellas, y Urbano, 2011, p139). El porcentaje dependería según el tipo de emprendimiento que se realizará.

De acuerdo con (Sánchez Pachón & Pérez Chinarro, 2015) las principales alternativas de financiamiento para los empresarios en el sector empresarial son los préstamos, el capital de riesgo, inversiones entre alternativas, tales como las distintas técnicas que disminuyen las necesidades de capital, optimizando la liquidez y empleando las fuentes de ingresos personales (p. 48)

2.1.2 Capacitaciones gratuitas sobre el emprendimiento

Hoy en día existen diversos cursos online, tutoriales y libros digitales que pueden ayudar en el aprendizaje acerca del emprendimiento. Mediante las capacitaciones se pueden detectar estrategias efectivas para desarrollar habilidades emprendedoras, clave para la negociación efectiva y el éxito empresarial tales como la realización de un plan de negocios, marketing en ventas, finanzas, entre otros.

2.2 Ámbito económico

Según (Romero et al., 2022) En el "entorno económico", el emprendimiento suele suceder bajo dos circunstancias determinadas: por oportunidad, cuando las circunstancias ofrecen una oportunidad favorable para realizar un proyecto, o por necesidad, cuando la persona intenta satisfacer necesidades fundamentales como alimentación, vivienda y salud. En un mercado global y altamente competitivo, la empresa adquiere una importancia creciente para apoyar el crecimiento económico y el beneficio social. El emprendimiento cobra una importancia cada vez mayor en la economía global y resulta crucial para que los jóvenes puedan participar en el progreso económico y la optimización tecnológica.

2.2.1 Impacto del emprendimiento en la economía local

El progreso local juega un rol esencial en el desarrollo económico del país al fomentar proyectos e iniciativas a escala local, se fomenta la generación de empleos, se robustecen las compañías locales y mejora el estilo de vida. Además, el crecimiento económico local promueve la conservación sostenible del medio ambiente y la utilización eficaz de los recursos locales, lo que a su vez lleva a un incremento en el bienestar y la equidad social.

Las compañías locales también pueden mejorar el bienestar de las comunidades mediante formación laboral y respaldo financiero, contribuyendo a formar una economía sostenible y robusta que garantice el entorno y estilo de vida de las comunidades para las próximas generaciones. El avance a nivel local puede convertirse en un motor de orgullo y energía para la comunidad cuando los individuos sienten que su trabajo es valorado y valorado, esto puede promover un mayor compromiso con su comunidad y estimular la participación en decisiones que impactan a todos.

2.2.2 Emprendimiento familiar

El emprendimiento familiar se puede contribuir o fortalecer una cultura familiar más sólida, dado que los individuos colaboran para lograr los objetivos de la compañía y cubrir las demandas familiares. Antes de iniciar, es crucial contar con un plan de negocios bien estructurado y delineado, que contemple los requerimientos y responsabilidades de cada integrante de la familia por la deficiencia economía que sobrelleva el Ecuador. El fomento de una fuerte cultura familiar también puede asistir a los integrantes de la familia a colaborar y vencer

los desafíos a los que se enfrentan. Esto puede fomentar un ambiente positivo y constructivo donde los integrantes de la familia se sientan respaldados y valorados por sus aportes. Los integrantes de la familia pueden asistir a los jóvenes en el aprendizaje del emprendimiento y en el fortalecimiento de habilidades comerciales, lo cual puede favorecer su crecimiento personal y laboral.

2.3 Estrategias para fomentar el emprendimiento

Desde la perspectiva de Martín (2013) en los últimos años, muchos países europeos particularmente en Bélgica, Dinamarca, Países Bajos entre otros han avanzado en la promoción de la educación empresarial donde se han implementado estrategias específicas para promover este tipo de educación (p. 75). En cuanto a (Melón, 2018) dice que la relevancia educativa y la excelencia de los recursos y actividades tecnológicas buscan generar las condiciones para incentivar a profesores capaces de realizar su labor académica cotidiana, procesos que faciliten la creación del conocimiento de forma eficaz y eficiente en el contexto de la pedagogía, en entornos mediáticos típicos de la era contemporánea. Es decir, que los alumnos adquieran las competencias requeridas para transformarse en emprendedores exitosos generando el conocimiento necesario para que tengan ese entusiasmo de emprender (p.45)

2.3.1 Desarrollo del capital humano

El capital humano alude la agrupación de competencias inherentes, habilidades, experiencia y conocimiento asociados a una tarea, además de la habilidad de incrementar este capital a través del aprendizaje en las entidades. El recurso humano podría vincularse con el patrimonio social mediante métodos distintos a los de la enseñanza formal. La función de los contables en la compañía se basa en garantizar la fiabilidad en la información de los datos financieros corporativos, el aprendizaje y la divulgación de entendimiento, lo cual potencia el desarrollo de cumplimiento de las reglas sociales. Por lo tanto, la diversidad laboral potencia la formación de capital social ampliando redes. (Han et al.,2014).

El fortalecimiento y desarrollo de capital humano y social son esenciales para el crecimiento económico local y la prosperidad en la región. Estos dos tipos de capital favorecen el éxito empresarial, y la formación y la experiencia en el trabajo pueden contribuir a potenciar el capital humano, que a su vez robustece el capital social. El crecimiento del capital humano y social se basa en numerosos

elementos, que incluyen la educación formal, la experiencia en el trabajo y una administración empresarial eficaz. Los expertos, como los contadores, pueden contribuir a la creación de capital social mediante su labor y su implicación en la comunidad, lo cual puede fortalecer los vínculos sociales y fomentar el crecimiento económico local.

La diversidad en el ámbito laboral también puede aportar al fortalecimiento del capital social, dado que los empleados pueden adquirir conocimientos y destrezas a través de la interacción con individuos de distintas profesiones y procedencias. La cooperación entre la administración pública y las entidades privadas es esencial para robustecer el capital social y fomentar el desarrollo económico local de forma justa y sostenible.

2.3.2 Apoyo a la innovación tecnológica

Según (Granda et al., 2019) en su estudio, las Tics se usan como instrumentos pedagógicos en el proceso educativo de aprendizaje concluyen que el boom tecnológico de los 70 originó al avance progresivo de la era digital, que luego posibilitó la interconexión de redes, surgiendo así las TIC se asociaron a la sociedad del saber, su naturaleza asincrónica promueve el desarrollo de habilidades en el aprendizaje libre y permanente, constituyéndose en un material de apoyo del docente en la era actual (p. 104-110). Las TIC son cruciales para iniciar estrategias educativas, facilitando la interacción transversal del emprendimiento y la sensibilización de la educación financiera. Estas pueden impulsar competencias que optimicen el aprendizaje al realizar proyectos empresariales que se ajusten a las necesidades y situaciones económicas de los alumnos.

2.4 Desarrollo socioeconómico

Teniendo en cuenta a (Aghón & Alburquergue, 2001) tratan el asunto de la economía social, señalando que, a partir de las reservas disponibles en la región, se logra utilizar y potenciar la expansión económica para garantizar la sostenibilidad del sector. Es crucial entender que, si una comunidad pone su atención en el crecimiento económico local, sus residentes pueden obtener un aumento en la prosperidad, oportunidades e ingresos (p.27)

Para (Erazo Álvarez & Narváez Zurita, 2020) mediante el fomento económico a nivel local y el respaldo al emprendimiento juvenil, las zonas impactadas por crisis y desempleo pueden descubrir nuevas posibilidades para

generar puestos de trabajo, promover el aumento económico y optimización del bienestar de las comunidades. Si las regiones poseen una mayor habilidad para generar puestos de trabajo locales y fomentar el desarrollo económico, podrán lograr una mayor estabilidad socioeconómica, esto puede impactar favorablemente en el nivel de vida de los que residen en estas zonas. Los jóvenes representan una relevante fuerza de trabajo y una significativa reserva de recursos para las zonas impactadas por la crisis y el desempleo (p. 732-733)

2.4.1 Desarrollo sostenible en el crecimiento económico

Basándonos en (Fortes & Rueda, 2011) el crecimiento económico puede fomentar mejores condiciones para proporcionar una mejor condición de vida. Esta debe obtenerse mediante iniciativas relacionadas con el interés público para el progreso del sector socioeconómico, es necesario que los estados y gobiernos ejecuten acciones que promuevan el emprendimiento y fomenten un entorno de innovación y prosperidad, para que las personas formulan sus ideas y aporten al desarrollo económico (p. 19-22)

Además, es necesario establecer políticas que fomenten la inversión en educación, salud y tecnología para respaldar la generación y ejecución de nuevas posibilidades de negocio y establecer un fundamento firme para el desarrollo económico. Es fundamental que tanto los gobiernos como otras áreas fomenten el emprendimiento como un medio para el crecimiento económico a nivel local.

2.4.2 Capacidad económica de los jóvenes

Para convertirse en un emprendedor destacado, no solo se requiere de la parte financiera, sino también de la habilidad para aprovechar las cosas, asumir riesgos, ser innovadores, poseer optimismo y un rendimiento óptimo. Es importante apoyar a los jóvenes en el desarrollo de las competencias, recursos y respaldo requeridos para edificar una vida económica robusta y sustentable. Además, los jóvenes requieren acceso a los medios para convertir sus ideas en negocios y a los recursos necesarios para generar capital y recibir orientación. Es crucial impulsar políticas que promuevan el acceso a la educación y la asesoría financiera para respaldar el crecimiento del emprendimiento entre los jóvenes.

El emprendimiento demanda un gran esfuerzo, pero también puede ser un método asombroso para edificar una vida económicamente robusta y gratificante. Pese a los retos intrínsecos al emprendimiento, también hay múltiples posibilidades

para aquellos que están dispuestos a asumir riesgos y esforzarse. Con la formación en negocios apropiadas, recursos y respaldo, los jóvenes tienen la posibilidad de transformarse en emprendedores que fomentan el crecimiento económico local y ofrecen un mejor nivel de vida para todos en sus comunidades correspondientes. Para asistir a los jóvenes en la consecución de sus metas empresariales, resulta crucial que los gobiernos y la sociedad civil colaboren para impulsar el crecimiento local, brindar educación empresarial de alta calidad y promover un entorno de innovación y respaldo para los empresarios.

2.5 Desarrollo económico local

Como indica (Carvajal, 2011), el crecimiento económico local ha logrado expandirse en las zonas afectadas por la inestabilidad global por falta de empleo, el aumento de las determinaciones políticas de cada nación y las condiciones de cada región que fundamentan su avance en iniciativas empresariales debido a la escasez de puestos de trabajo en instituciones públicas y privadas. El crecimiento económico a nivel local también puede contribuir a diversificar las economías locales, disminuir la dependencia de los mercados internacionales y garantizar la resistencia y la estabilidad financiera. Es fundamental organizar un crecimiento económico justo y sustentable en zonas rurales y urbanas, y para respaldar las iniciativas de los jóvenes que aspiran a generar sus ideas en su comunidad y aportar al progreso socioeconómico (p.32)

2.5.1 Creación de empleos

De acuerdo con (Martínez-Rodríguez & Amador-Muñoz, 2013), John Crissien Castillo hace referencia a la generación de un trabajo autónomo para consolidar el sector empresarial, lo que favorece el progreso en las regiones. Estas se enfocan en modelos económicos, políticos e institucionales, que contribuyen a impulsar la economía y a incrementar los ingresos de los habitantes. La generación de puestos de trabajo propios fomenta el crecimiento económico local, dado que los habitantes pueden contribuir con sus saberes y competencias para contribuir a diversificar la economía y la actividad empresarial de una zona. Además, los modelos de negocio pueden contribuir a impulsar el crecimiento local. Por ejemplo, las cooperativas de negocios y las empresas con responsabilidad social pueden contribuir a fomentar la justicia social y el progreso sostenible al incrementar la repartición justa de las ganancias producidas por las actividades económicas. La

capacitación en negocios, en instituciones educativas y universidades, o en programas prácticos, puede ayudar a los jóvenes a desarrollar las capacidades, conocimientos y redes profesionales que necesitan para generar ideas y crear proyectos propios.

2.5.2 Infraestructura y competitividad en el crecimiento económico local

Como indica Sanchís (1999), el crecimiento local es una táctica orientada a incentivar el crecimiento económico y social de una población, enfocándose en sus bienes autóctonos y en la implicación de los participantes locales. Las tácticas del crecimiento local son importantes para fomentar el avance sustentable en distintos escenarios (p.21). Sin embargo, existen emprendimientos turísticos que deben mejorar como la provincia de Manabí que requiere una infraestructura adecuada, servicios de calidad, implementación de modelos empresariales estratégicos, gestión eficiente de los recursos humanos y rápida adaptación a nuevas tecnologías (Rivera Mateos & Félix Mendoza, 2019)

Es fundamental el desarrollo local para alcanzar un crecimiento socioeconómico justo en las comunidades. No obstante, las empresas de turismo deben enfocarse en perfeccionar la infraestructura, los servicios y la adaptación a tecnologías emergentes para captar a los turistas y producir ingresos para la comunidad. Es crucial que las comunidades colaboren en la creación de estrategias eficientes y sostenibles para el crecimiento turístico, tales como mejoras en el transporte, la salud pública, los servicios culturales y las infraestructuras públicas. Además, colaborar con entidades locales, tales como organizaciones de la comunidad y empresas de turismo, es esencial para garantizar una gobernanza y una comunicación eficaz en el crecimiento del turismo local. Esto ayuda a garantizar que las ventajas se repartan de forma justa entre los miembros de la comunidad y sean sustentables a largo plazo (p.13-14)

2.6 Fomento del emprendimiento con capital mínimo

La importancia de emprender con capital mínimo permite a los jóvenes ser más independientes económicamente a su vez nos permite dar las directrices necesarias para poder establecer un tipo de emprendimiento con varias estrategias y tengan el conocimiento de crear y desarrollar su propio negocio con capital mínimo. Esto quiere decir que el aprendizaje y la práctica son fundamentales para

triunfar en el ámbito empresarial ya que al iniciar con un capital mínimo se puede aprender a mejorar los recursos y se puede expandir el negocio. Al cultivar sus competencias empresariales con recursos escasos, los jóvenes pueden abrir camino a través de desafíos y aprender a lograr más con menos. Al sentirse más seguros de sus habilidades y de su capacidad para generar valor con una inversión reducida, los jóvenes pueden estar más dispuestos a tomar riesgos y experimentar con nuevas ideas, lo que podría llevar a un incremento en la innovación e iniciativa en el sector empresarial. La habilidad para producir ingresos y generar puestos de trabajo con un capital mínimo también puede asistir a los jóvenes a aportar a la estabilidad económica y social en sus diferentes ámbitos.

2.6.1 Estrategias de bajo costo para iniciar un negocio

Iniciar un emprendimiento es una de las cosas más enriquecedoras para alcanzar el triunfo económico y personal, aunque a veces suele resultar costoso. Sin embargo, no todos los emprendimientos requieren una considerable inversión económica para iniciar, existen diversas tácticas que se puede emplear para iniciar un negocio de bajo costo como utilizar las redes sociales para publicitar el negocio y establecer conexión con posibles clientes, buscar un inversionista con el fin de compartir costos y gastos del negocio acorde a la tecnología como internet y las redes sociales se hacen más accesibles y los gastos de iniciar un negocio disminuyen, se crea más oportunidades para jóvenes empresarios y personas con ideas creativas.

2.6.2 Desarrollo de habilidades para el emprendimiento

Todas las competencias emprendedoras pueden evolucionar, pero a un nivel diferente en beneficio de las empresas u organizaciones donde nos desempeñamos, tal como lo sugiere Héctor Galindo Pineda en su libro Gerencia Empresarial, (Galindo, 2015, pág. 124). Se argumenta que un individuo con competencias emprendedoras tiene la capacidad de modificar la dirección de las cosas, dado que se dedica a concretar un proyecto a la realidad. Como anticipador de estos cambios y asumiendo la responsabilidad de la circunstancia, puede provocar un impacto considerable en las compañías, en la sociedad y el país en el que se realiza. En estas compañías, el fomento de competencias emprendedoras se manifiesta en las interacciones con clientes, proveedores, colegas, asociados, ejecutivos y otras funciones que los emprendedores puedan desempeñar como individuos.

Marco conceptual

1. **Emprendimiento:** En palabras de (Minniti, 2012) se refiere a la elección de individuos para intercambiar de diversas formas, considerando cierta incertidumbre económica al establecer un nuevo negocio; han sido numerosos autores de este tipo, los que han contribuido con su saber para definir el comportamiento de los emprendedores, destacando que el emprendedor se convierte progresivamente en un factor de cambio y una significativa contribución a la expansión económica de las naciones (p.3)

2. **Apoyo Económico:** El respaldo financiero es crucial para llevar a cabo y finalizar un proyecto de emprendimiento. Es decir, el apoyo económico es una táctica empleada para promover el emprendimiento con capital mínimo, que implica proporcionar financiación o recursos para asistir a los alumnos en el inicio de sus emprendimientos (p.42)

3. **TIC:** Según Rosario (2006), hacen referencia que las TIC ofrecen la posibilidad de crear nuevos negocios con un capital de inversión reducido, como las empresas en línea, las plataformas de comercio electrónico y divulgación de datos (p.51)

4. **Crecimiento Económico:** La Universidad Internacional de la Rioja (2024) argumenta que la expansión económica implica el incremento en el valor de los productos y servicios generados en una zona concreta durante un lapso establecido (p.19)

5. **Importancia del Emprendimiento:** De acuerdo con Vargas et al., (2020) en su investigación acerca del Emprendimiento y su vínculo con el progreso económico y local en Ecuador, determinan que, en la actualidad, el Emprendimiento representa un pilar crucial en el sector económico, en la creación de puestos de trabajo, impulsando la innovación y estimulando la competencia. Indudablemente, el emprendimiento no solo implica comenzar un nuevo negocio sino también convertir a las personas en personas más creativas y proactivas (p.242-258)

6. **Emprendedor:** El emprendedor es visto como un recurso nacional de una nación, no solo por la creación de nuevas empresas, sino también porque sus iniciativas empresariales contribuyen a los ingresos del país.

7. **Espíritu Emprendedor:** De acuerdo con Cantos et al., (2020) se refiere a la motivación y la habilidad de una persona para reconocer y utilizar las alternativas empresariales de cualquier industria (p.36)

8. **Características del Emprendedor:** De acuerdo con Adié & Cárdenas (2021), determinan que poseen varias características que los caracterizan como: visión, creatividad, firmeza, persistencia y resistencia (p.12-18)

9. **Infraestructura y Competitividad:** Como señala Ortiz et al. (2019), una infraestructura diseñada y conservada fortalece el rendimiento y la competitividad de las entidades, ya que ofrece mayores facilidades para el traslado y la logística de los bienes (p.24)

Marco Legal

Artículo 1.- Objeto y amplitud. Esta Ley busca definir un reglamento que estimule y promueva el espíritu emprendedor, la invención y el avance técnico, fomentando la cultura empresarial e incorporando estructuras actuales de sociedad y financiación para robustecer el espíritu emprendedor.

Artículo 2.- Finalidades de la ley. - Los siguientes son los propósitos de esta Ley: Promover la eficacia y la competencia de los emprendedores. Promover la innovación en el crecimiento de la producción.

Artículo 5.- Deberes del Estado. - Las siguientes son responsabilidades del Estado para asegurar el crecimiento del emprendimiento y la innovación: 1. Fomentar el emprendimiento a través de políticas públicas adecuadas, que faciliten la formación de un ecosistema propicio. 2. Facilitar procesos para la formación, funcionamiento y finalización de empresas, en todos los estratos de gobierno.

La Ley Orgánica en materia de Emprendedores e Innovación. Esta normativa, aprobada en 2019, busca apoyar el emprendimiento y el cambio a la nación. Ofrece estímulos tributarios y económicos para emprendedores y organizaciones renovadoras, junto con planes de formación y orientación técnica.

La Normativa para el Establecimiento del Banco del Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas. La normativa, establecida en 1993 y repetitivamente alterada, busca financiar y conceder becas a alumnos y empresarios para fomentar la instrucción universitaria y el espíritu empresarial a nivel nacional.

CAPÍTULO III.
MARCO METODOLÓGICO
(DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN)

3.1.Tipo de investigación

3.1.1. Según el propósito.

- **Descriptiva:** En el ámbito de estudio, se analizan las características del fenómeno para confirmar su existencia en un grupo específico. En este sentido, el enfoque se centra en identificar y evaluar las diez estrategias más relevantes para fomentar el emprendimiento con recursos limitados entre estudiantes de bachillerato.
- **Exploratoria:** Con el objetivo de identificar las alternativas disponibles para impulsar el emprendimiento entre jóvenes con recursos limitados, se aplicarán encuestas a estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani. Una vez concluido el proceso de exploración y selección de estrategias, se evaluará la viabilidad de su implementación y se diseñará un plan de acción.
- **Aplicada:** Esta investigación se desarrolla con el propósito de aplicar los conocimientos desde un enfoque teórico. A partir de las estrategias identificadas, se propone un plan de implementación compuesto por diez estrategias destinadas a fomentar el emprendimiento juvenil en la unidad educativa, considerando las limitaciones de recursos de los estudiantes.

3.1.2. Según la manipulación de las variables

- **No experimental:** De acuerdo con Kerlinger (2002), el enfoque de este estudio es no experimental, ya que las variantes en estudio no se han alterado ni se han dado asistencia aleatoria a los estudiantes. Puesto que se fundamenta en la descripción y el estudio de datos secundarios y encuestas a los estudiantes (p. 504)

3.1.3. Según el tiempo de duración

- **Transversal:** La investigación transversal se ejecutará en los primeros meses del año 2025. Este lapso ofrece una perspectiva actualizada de las necesidades y las alternativas existentes para impulsar el emprendimiento entre jóvenes con recursos escasos y tener un mejor resultado durante todo el año.

3.2.Enfoque

- **Cuantitativo:** Como lo menciona (Cárdenas, 2018) la investigación cuantitativa facilita la obtención de datos cuantificables, verificables y que transmitan de lo observacional a lo experimental, “en la investigación cuantitativa los datos necesarios para responder a las interrogantes son números” (p.3)

3.3.Herramientas metodológicas

- **Gestión Estratégica:** Desde Fernández (2006), una administración estratégica implica elaborar tácticas competitivas para aplicar políticas y construir una organización positiva y llevar a una distribución de procedimientos que faciliten el logro exitoso de dichas estrategias. (p.22)

La administración estratégica contribuyó a asegurar un uso eficiente efectivo de los recursos existentes, lo que ayudó a incrementar las ventajas de la investigación y su implementación en la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani ubicado en el Valle de los Chillos sector Sangolquí.

3.4.Técnicas

- **Encuesta:** Las encuestas se diseñaron para recopilar información acerca de los retos que los estudiantes de bachillerato afrontan al tratar de emprender con recursos escasos, y las tácticas que ven como más eficaces para alcanzar el éxito.
- **Registro de estudiantes:** Se trabajarán con 10 estudiantes bachilleres de la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani.
- **Cuestionarios:** Para la realización de los cuestionarios se utilizaron preguntas tanto cerradas como abiertas para recolectar información acerca de las motivaciones, dificultades y gustos de los estudiantes de bachillerato respecto a la fundación de un negocio con un capital mínimo.
- **Google Forms:** Es una plataforma en línea que recolecta datos y nos presenta los resultados de las encuestas acorde a las demandas de los alumnos.

3.5.Estudios iniciales

3.5.1. Organizador gráfico de variables

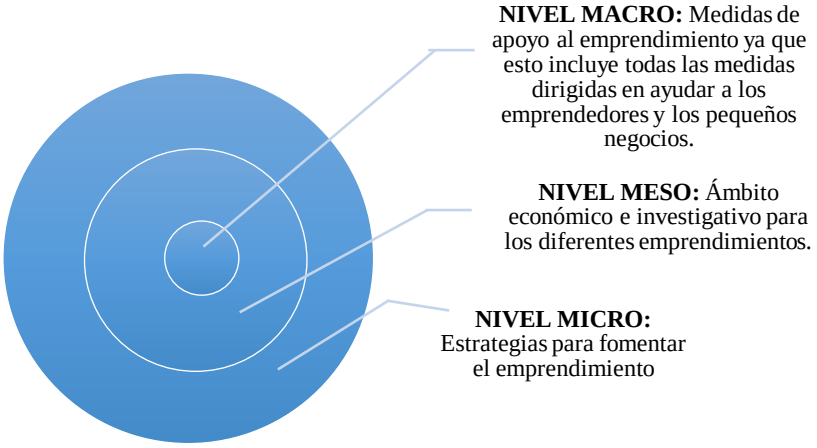

Figura1. Variable independiente

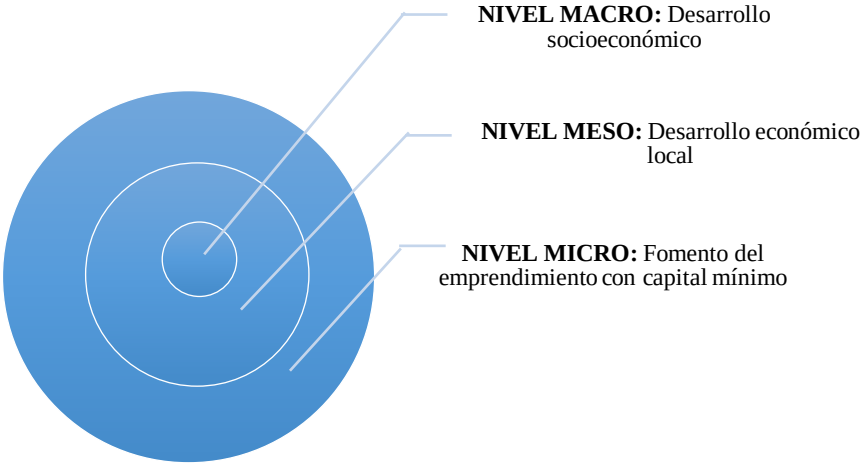

Figura2. Variable dependiente

3.5.2. Matriz de operacionalización de variables

Se adjunta la Tabla de operacionalización en donde se muestra la definición, dimensiones, indicadores e instrumentos de cada variable.

Tabla1. Matriz de operacionalización

Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Fomento del Emprendimiento: Formas de poder sobresalir de una actividad económica con algún proyecto de comercio ante las circunstancias del país. **Estrategias para fomentar el emprendimiento:** El emprendimiento estratégico centra su atención en entender tanto los emprendedores como las organizaciones generan riqueza al señalar paquetes singulares de recursos para capitalizar las oportunidades que han generado o hallado.	Definir cómo estas estrategias son efectivas para fomentar el emprendimiento. El monto mínimo para iniciar un emprendimiento depende de diversos elementos como el tipo de emprendimiento y los costos de operación. ¿Como se manifiesta estas necesidades de ayudar a los emprendedores? Por falta de empleo: En los últimos años los índices de desempleo se han incrementado dejando a varias personas sin trabajo. Económico: La falta de empleo afecta mucho en la economía del país. Social (vendedor-comprador): La ausencia de trabajo puede afectar significativamente las relaciones entre comerciantes y consumidores. Sector: La falta de conocimientos en cuanto a las estrategias para el emprendimiento puede ser un desafío grave para los habitantes del sector.	Número de emprendedores de la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani. Número de estrategias utilizadas para el emprendimiento Nivel de conocimientos obtenidos acerca de la economía empresarial. Número de emprendedores apoyados por el estado.	Encuestas, entrevistas Cuestionarios Heteroevaluaciones nos permiten obtener resultados para poder tener una mejor estrategia de emprendimiento.

3.5.3. Criterios de inclusión y exclusión

Tabla2. Inclusión y exclusión

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
Estudiantes de 18 años	Estudiantes mayores de 19 años
Consentimiento informado firmado	Estudiantes que no firmen el consentimiento
Estudiantes dentro de la institución	Estudiantes fuera de la institución
Estudiantes disponibles durante las capacitaciones	Estudiantes no disponibles durante las capacitaciones

3.5.4. Muestreo: Muestreo no probabilístico, convencional y deliberado

Tabla3. Muestreo

Población	Método de Muestreo	Tamaño de la Muestra	Características de la Muestra
18 estudiantes bachilleres	Muestreo por Conveniencia	10 estudiantes	Se seleccionaron 10 estudiantes durante el periodo de clases

3.6.Desarrollo

Encuesta de estrategias de Emprendimiento con bajo presupuesto

Objetivo: Determinar las motivaciones, requerimientos y gustos de los alumnos de bachillerato al crear un emprendimiento con recursos mínimos, para elaborar estrategias que promuevan el emprendimiento entre los jóvenes.

Instrucciones

- ✓ El cuestionario es anónimo y solo durará entre 5 y 10 minutos.
- ✓ Elige la alternativa que mejor refleje tu punto de vista.
- ✓ En las preguntas abiertas, contesta con la mayor precisión posible.

Datos Generales

1. Edad

- 17 años
- 18 años
- 19 años o más

2. Género

- Masculino
- Femenino

3. ¿Ud. cuenta con algún tipo de ingreso propio actualmente?

- Si
- No

4. ¿Ud. ha recibido capacitación sobre el emprendimiento?

- Si
- No

Interés en el Emprendimiento

5. ¿Ud. se animaría a iniciar algún emprendimiento en el futuro?

- Si
- No

- Tal vez

6. ¿Ud. se siente preparado para comenzar un emprendimiento?

- Nada preparado
- Poco preparado
- Bastante preparado
- Muy preparado

7. Si Ud. opta por emprender, ¿qué tipo de negocio le gustaría comenzar?

- Comida rápida
- Venta de garaje
- Otro

Obstáculos y Limitaciones

8. ¿Cuál cree Ud. que son los obstáculos más significativos para iniciar un emprendimiento? (Puede seleccionar más de una alternativa)

- Ausencia de capital
- Miedo al fracaso
- Falta de conocimientos
- Falta de apoyo familiar
- Otro

9. ¿Considera Ud. que se puede iniciar un negocio con un capital reducido?

- Sí
- No

10. ¿Qué recursos vería Ud. como más relevantes para comenzar un negocio? (Puede seleccionar más de una alternativa)

- Capital para la inicial inversión
- Capacitación en emprendimiento
- Redes de respaldo
- Disponibilidad de recursos digitales
- Otro

Conocimientos y Estrategias

11. ¿Ud. ha oído hablar sobre las tácticas de emprendimiento digital?

- Sí
- No

12. ¿Le interesa a Ud. obtener capacitación en estrategias para emprender con capital reducido?

- Sí
- No

13. ¿Qué estrategias considera Ud. la más importante para impulsar un negocio con un presupuesto reducido? (Puede seleccionar más de una alternativa)

- Redes Sociales
- Ferias locales
- Publicidad de boca a boca
- Publicidad de pago en plataformas digitales
- Otro

Expectativas y Sugerencias

14. ¿Qué tipo de respaldo considera Ud. que la institución debería proporcionar para promover el emprendimiento entre los jóvenes?

_____

15. ¿Qué porcentaje de probabilidad tiene Ud. para iniciar un negocio en los próximos dos años?

- No hay ninguna posibilidad.
- Poco factible
- Es muy probable

Agradecemos por su tiempo

CAPITULO IV.
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.Análisis, interpretación y discusión de resultados (descripción)

Pregunta 1. Edad

.

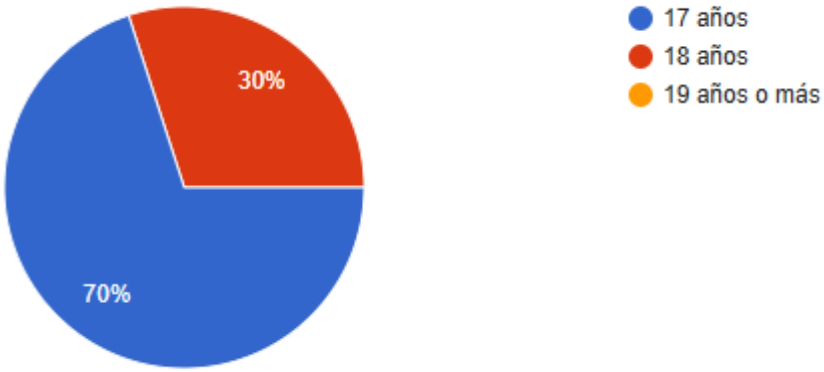

Figura3. Edad

El 70 % de los estudiantes encuestados tienen entre 17 años y el 30% 18, lo que significa que la mayoría de los alumnos son menores de edad que dependen de sus padres.

Pregunta 2. Género

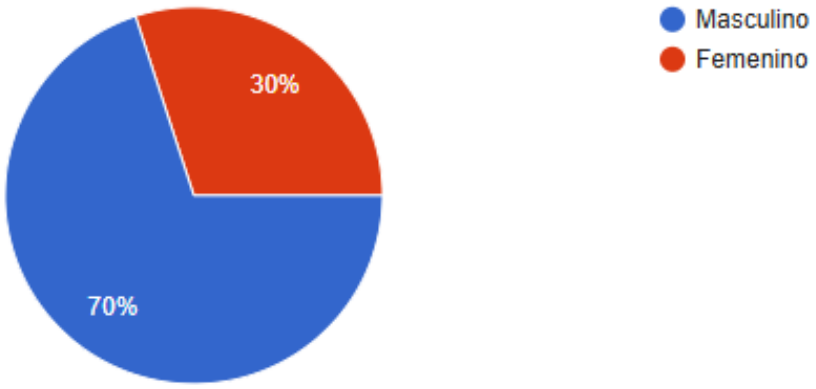

Figura4. Género

El 70 % de los estudiantes encuestados es masculino mientras que el 30% es femenino lo que significa que la mayoría son hombres.

Pregunta 3. ¿Ud. cuenta con algún tipo de ingreso propio actualmente?

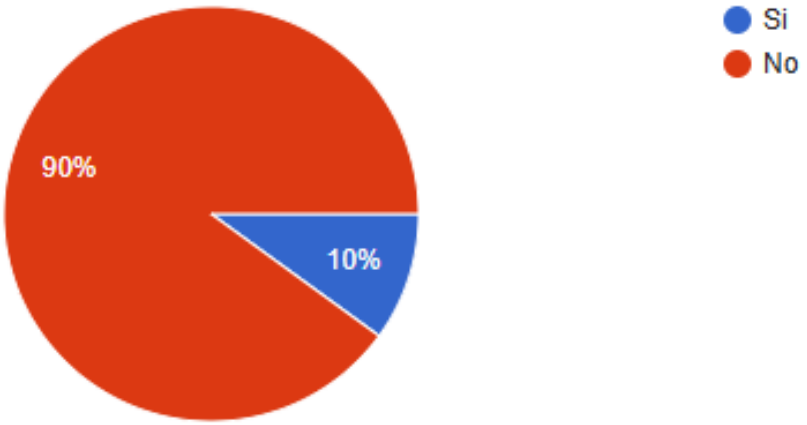

Figura5. Tipo de ingreso propio

El 90% de los encuestados manifiestan que no cuentan con ingresos propios lo que significa que dependen aún de sus padres, como los estudiantes no tienen el conocimiento adecuado de generar ingresos propios. Esto sugiere que la falta de educación financiera y los conocimientos de emprendimiento son temas que deben ser tratados para ayudar a las estudiantes a desarrollar sus habilidades de emprendimiento. Sin embargo, el 10% si cuenta con los ingresos propios y tienen el conocimiento del como generar ingresos económicos.

Pregunta 4. ¿Ud. ha recibido capacitación sobre el emprendimiento?

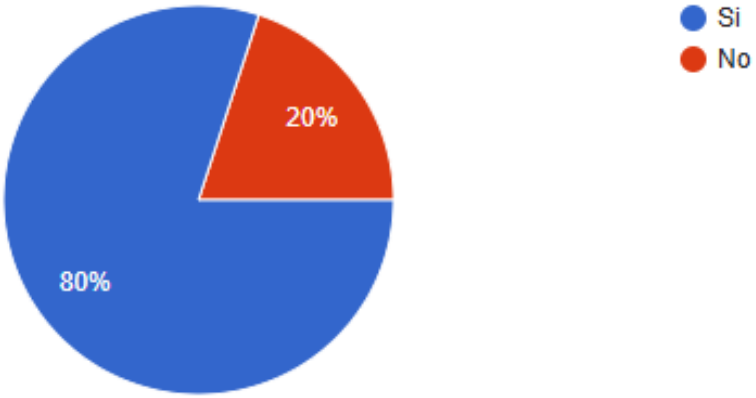

Figura6. Capacitación sobre el emprendimiento

El 80% de los estudiantes encuestados han recibido capacitaciones sobre emprendimiento esto significa que el acceso a los recursos educativos es un punto clave para que ellos puedan desarrollar habilidades, estrategias y tengan más

oportunidades para emprender. El 20 % no ha podido recibir capacitaciones acordes al tipo de emprendimiento que realizarán.

Pregunta 5. ¿Ud. se animaría a iniciar algún emprendimiento en el futuro?

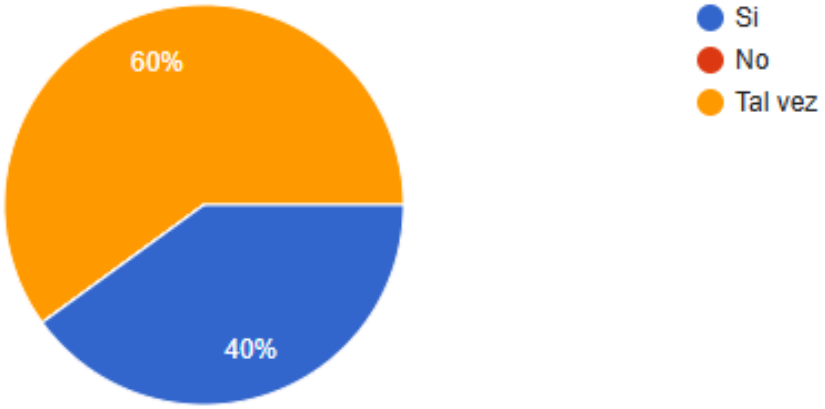

Figura7. Inicio de emprendimiento en el futuro

El 60% de los estudiantes, no se animarían a iniciar un emprendimiento a futuro porque aún dudan, pero el 40% se interesaron por emprender lo que puede brindarles más información y herramientas para que puedan dar ese primer paso y obtener sus ganancias.

Pregunta 6. ¿Ud. se siente preparado para comenzar un emprendimiento?

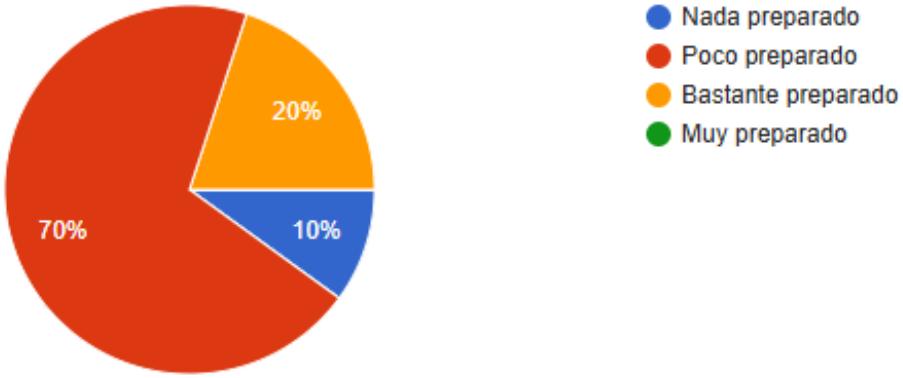

Figura8. Preparación de comenzar un emprendimiento

El 70% de los estudiantes manifestaron que no están preparados para comenzar un emprendimiento, por otra parte, el 20% manifiesta que si se sienten bastante preparados y el 10% manifiesta que no están nada preparados, este

resultado puede surgir por la falta de conocimientos o por la poca experiencia que tengan lo que implica que necesitan más información para que los estudiantes desarrollen nuevas habilidades para gestionar un emprendimiento.

Pregunta 7. Si Ud. opta por emprender, ¿qué tipo de negocio le gustaría comenzar?

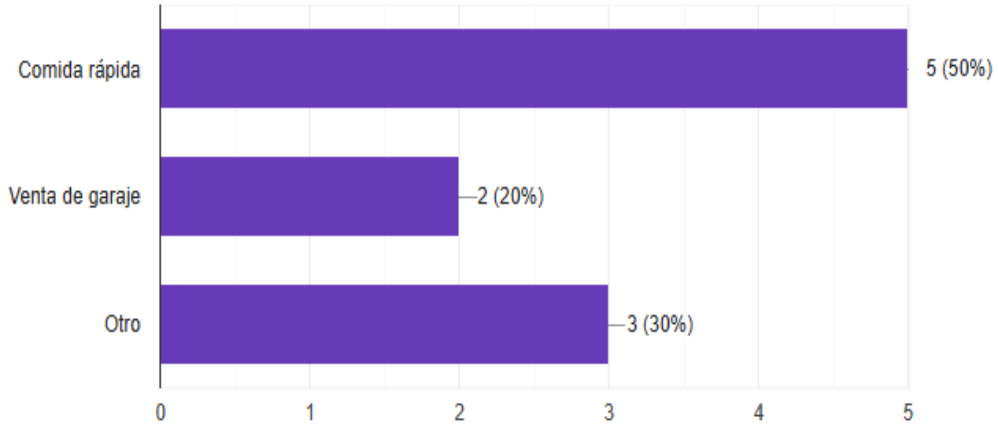

Figura9. Tipo de negocio

El 50 % de los estudiantes encuestados optaron por iniciar un negocio de comida rápida porque es más accesible y rentable, es decir, hay más oportunidades de crear más franquicias según las necesidades de los clientes, mientras que el 30 % de los estudiantes impulsaron otro tipo de negocio y el 20% optaron por la venta de garaje lo que sugiere que hay grandes oportunidades para el mercado comercial.

Pregunta 8. ¿Cuál cree Ud. que son los obstáculos más significativos para iniciar un emprendimiento?

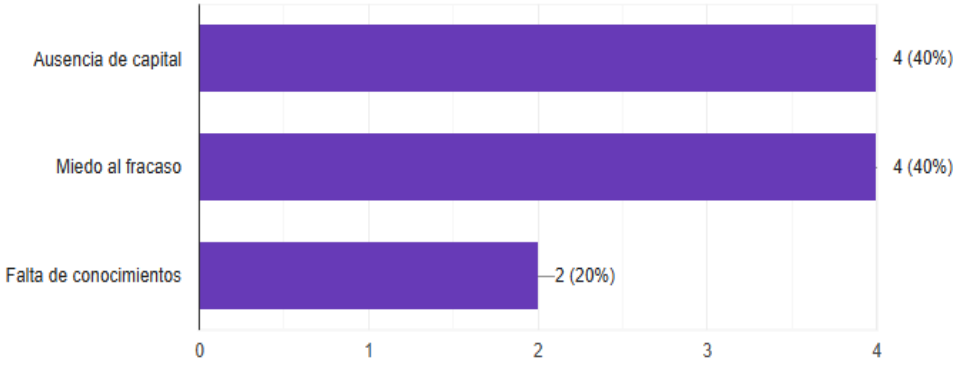

Figura10. Obstáculos para iniciar un negocio

El 40 % de las respuestas manifestaron que el miedo al fracaso sería un obstáculo para iniciar un emprendimiento, mientras que el otro 40 % es por

ausencia de capital y el 20 % por falta de conocimientos. Esto sugiere implementar asesorías con expertos de emprendimiento.

Pregunta 9. ¿Considera Ud. que se puede iniciar un negocio con un capital reducido?

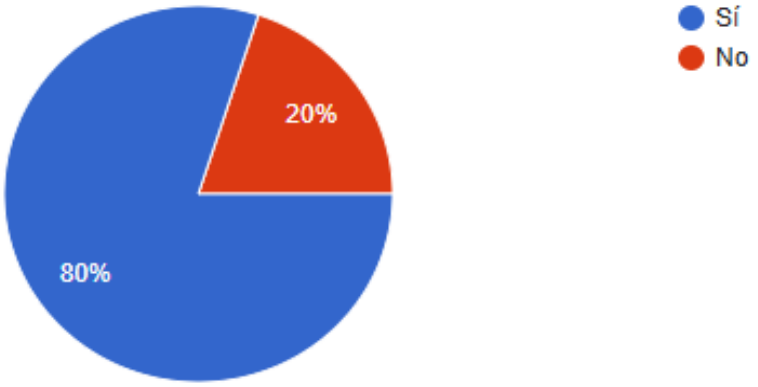

Figura11. Inicio de un negocio con capital reducido

El 80% de los estudiantes encuestados consideran en iniciar un negocio con capital reducido estos resultados son significativos debido a la popularidad que tienen los emprendimientos actualmente lo que significa que hay varias oportunidades de ejercer un emprendimiento con bajos recursos, a pesar de tener buenos resultados, el 20% se limita a iniciar un emprendimiento con bajo capital se sugiere que haya una orientación o una asesoría sobre los desafíos y las oportunidades específicas que se pueda presentar al emprender con un bajo capital.

Pregunta 10. ¿Qué recursos vería Ud. como más relevantes para comenzar un negocio?

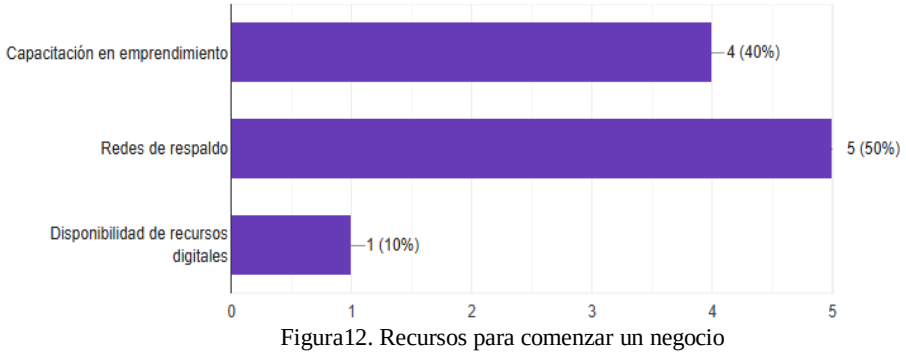

Figura12. Recursos para comenzar un negocio

El 50 % de los encuestados mencionó que el recurso más importante para empezar un negocio son redes de respaldo, mientras que el 40 % refleja que son las capacitaciones en emprendimiento y el 10 % optaron por recursos digitales, una alternativa para los estudiantes con poco capital.

Pregunta 11. ¿Ud. ha oído hablar sobre las tácticas de emprendimiento digital?

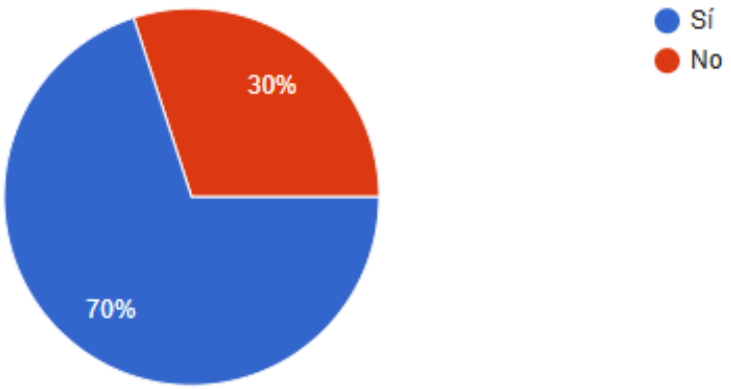

Figura13. Tácticas de emprendimiento digital

Los resultados indican que el 70% de los estudiantes conoce las tácticas de emprendimiento digital, lo que significa que las estrategias de emprendimiento digital son útiles e importantes para crear nuevos negocios, mientras que el 30% de los estudiantes aún desconocen, por lo que podrían investigar cómo sería su implementación y usarlas para lograr un emprendimiento exitoso.

Pregunta 12. ¿Le interesa a Ud. obtener capacitación en estrategias para emprender con capital reducido?

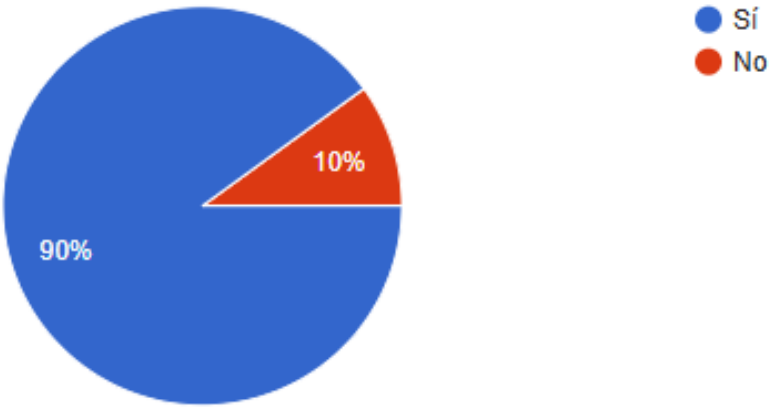

Figura14. Capacitación de estrategias para emprender con capital reducido

Los resultados arrojaron que el 90 % de los estudiantes está interesado en recibir capacitación sobre estrategias para emprender con capital mínimo, estos resultados son positivos ya que hay una demanda de capacitación. El 10 % manifestó que no está interesado en recibir capacitación, lo que sugiere que la

institución haga programas de capacitación y recursos educativos para aprender a los estudiantes.

Pregunta 13. ¿Qué estrategias considera Ud. la más importante para impulsar un negocio con un presupuesto reducido?

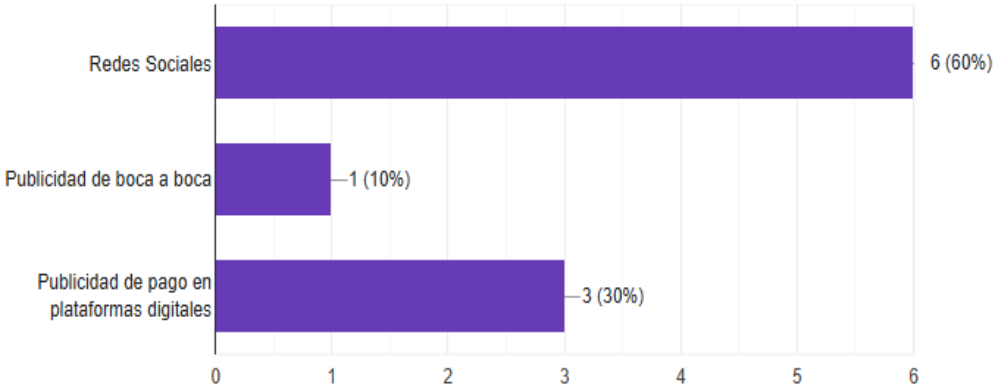

Figura15. Estrategia para impulsar un negocio con presupuesto reducido

El 60 % de los estudiantes indicaron que las redes sociales son la más importante y efectiva para impulsar un negocio con presupuesto reducido, ya que ofrecen varias plataformas para promocionar productos y servicios, y el 30 % opta por publicidad de pago en las plataformas digitales, lo que significa que se puede evaluar que tan efectiva y confiable es hacerlo en ellas y el 10 % opta por publicidad de boca en boca. lo que se sugiere conocer más la tecnología para dar inicio a un emprendimiento.

Pregunta 14. ¿Qué tipo de respaldo considera Ud. que la institución debería proporcionar para promover el emprendimiento entre los jóvenes?

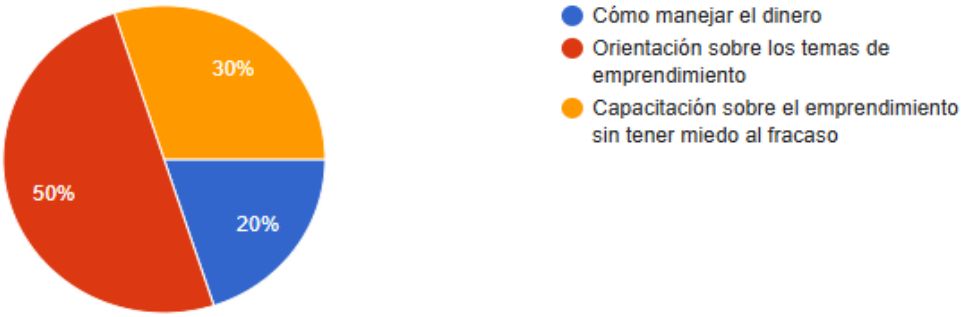

Figura16. Respaldo de la intitución para promover el emprendimiento

El 50% de los estudiantes sugiere que uno de los temas que les gustaría recibir dentro de la institución es orientación sobre emprendimiento, lo que significa que los alumnos están interesados en desarrollar nuevas estrategias para

un mejor desempeño en sus emprendimientos, el 30% manifiestan que la capacitación sobre el emprendimiento sin miedo al fracaso y el 20% optaron por manejar el dinero estos puntos se debería considerar y buscar ayuda y recursos para crear una red de apoyo a las entidades financieras.

Pregunta 15. ¿Qué porcentaje de probabilidad tiene Ud. para iniciar un negocio en los próximos dos años?

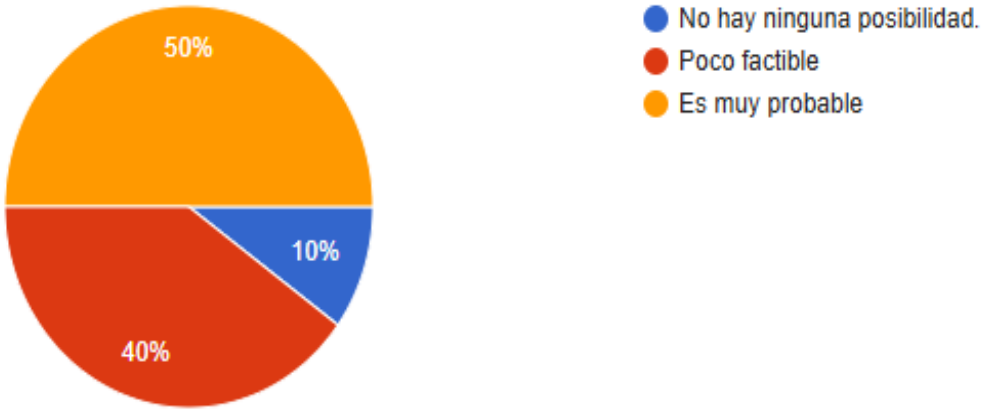

Figura17. Inicio de un negocio dentro de dos años

El 50 % de los estudiantes considera probable que inicien un emprendimiento en dos años, aunque existen dudas, los estudiantes tienen esa noción y la iniciativa de realizar un emprendimiento en un futuro o a corto plazo, mientras que el 40 % manifiestan que es poco factible en poder realizar por los obstáculos que se presentan en nuestro país y el 10% manifestaron que no hay ninguna posibilidad de iniciar un negocio por miedo a fracasar.

CONCLUSIONES

Concluimos que la investigación proporcionó reconocer y examinar estrategias para jóvenes de bajos recursos, lo que determinó que son las más efectivas y viables para cualquier emprendimiento como herramientas digitales, cursos de marketing y temas administrativos.

Basado a la encuesta se determinó que las redes sociales son el recurso más apreciado para promover una empresa con un presupuesto limitado, seguido por tácticas como la publicidad en línea y las ferias locales. Esto indica que el emprendimiento en línea y la utilización de plataformas digitales pueden ser fundamentales para aprovechar al máximo las oportunidades con costos reducidos.

La investigación demostró que el emprendimiento juvenil no solo representa una alternativa viable al momento de emprender, sino que también representa un instrumento de crecimiento personal.

Los hallazgos demostraron que los alumnos tienen interés de iniciar un emprendimiento, aunque la mayoría no tienen ingresos propios y tampoco conocimientos previos, por lo que es importante potenciar la educación desde el bachillerato, la mayoría de los estudiantes mencionaron que el temor al fracaso y la escasez de recursos podría ser uno de los obstáculos más habituales al emprender.

Sin embargo, el 80% de los encuestados manifiestan que si se puede iniciar un emprendimiento con bajos recursos lo que significa que existe la oportunidad de brindar ayuda y respaldo para incrementar el índice de emprendimiento entre los estudiantes ya que la mayor parte de los alumnos encuestados presentan una tendencia hacia emprendimientos de fácil acceso como la comida rápida. La escasez de capital continúa siendo un impedimento significativo, por ende, se debe buscar opciones de financiamiento y apoyo continuo para ayudar a los estudiantes a cumplir con sus deseos de emprender.

Basado en las respuestas de la encuesta, existe un porcentaje elevado de alumnos que han obtenido formación en emprendimiento, lo que evidencia que la educación fomenta el emprendimiento. No obstante, existe un grupo de alumnos que no han obtenido la formación necesaria, lo que subraya la importancia de fortalecer programas educativos orientados al emprendimiento.

Esto significa que los alumnos tienen un interés de continuar recibiendo capacitaciones vinculadas al emprendimiento por ello las capacitaciones proporcionadas en la unidad educativa resultaron fundamentales para captar y estimular a los jóvenes, demostrando que con la orientación correcta se puede crear ideas de negocios como ventas online, manejo de redes digitales, entre otros, esto les permitirá desarrollar nuevas habilidades a la hora de poner en práctica en sus emprendimientos.

Aunque muchos alumnos ven posible empezar un negocio en los próximos dos años, un porcentaje aún manifiesta incertidumbre por factores financieros y escasez de conocimientos. Esto subraya la importancia de programas de mentoría y acompañamiento para convertir ideas de emprendimiento en proyectos sustentables. Finalmente, se podría deducir que la implementación de un plan estratégico con las diez estrategias más significativas es clave para emprender lo que podría generar un efecto considerable en la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani y en otras instituciones educativas.

RECOMENDACIONES

Se propone que la institución capacite a los estudiantes en el uso de herramientas digitales gratuitas como Canva, CapCut o redes sociales para iniciar negocios con bajo presupuesto. Estos recursos impulsan la creatividad, reducen costos y permiten vender productos o servicios en línea. Se sugiere incluir talleres prácticos sobre marketing digital y creación de contenido, fortaleciendo así habilidades tecnológicas aplicables al emprendimiento.

La Unidad Educativa debería establecer convenios con empresas, entidades financieras y organizaciones sociales para brindar capacitaciones, mentorías, acceso a microcréditos y participación en ferias de emprendimiento. Estas alianzas permitirán a los estudiantes recibir asesoría profesional y apoyo real para desarrollar sus proyectos, considerando las características y necesidades de la comunidad local.

Se recomienda crear una incubadora dentro de la institución que oriente a los estudiantes en el diseño, desarrollo y validación de sus ideas de negocio. Este espacio debe ofrecer acompañamiento técnico, asesoría personalizada y seguimiento continuo. La incubadora ayudará a transformar ideas en emprendimientos viables, promoviendo una formación emprendedora práctica y sostenible desde el entorno educativo.

La institución debe fomentar el aprendizaje mediante proyectos reales, desafíos grupales y trabajo colaborativo. Estas metodologías ayudan a los estudiantes a resolver problemas concretos y desarrollar competencias clave como creatividad, liderazgo y gestión de recursos. Es necesario capacitar a los docentes para implementar este enfoque y asegurar la evaluación continua de los proyectos propuestos por los alumnos.

Se sugiere establecer una asignatura obligatoria sobre emprendimiento que enseñe a los estudiantes a elaborar planes de negocio, manejar finanzas básicas y utilizar herramientas de marketing. Esta materia debe incluir actividades prácticas como ferias estudiantiles, talleres de reciclaje y simulaciones empresariales, fortaleciendo tanto conocimientos técnicos como habilidades blandas necesarias para emprender.

La institución debería organizar charlas y asesorías con entidades financieras que ofrezcan microcréditos, fondos juveniles y programas de apoyo

para emprendedores. Además, es fundamental enseñar a los estudiantes a analizar riesgos y planificar el uso del dinero de forma responsable. Contar con opciones reales de financiamiento impulsa la confianza y viabilidad de sus proyectos.

Se siguiere a la institución implementar una campaña de comunicación que fomente el emprendimiento como una alternativa factible de crecimiento profesional, resaltando experiencias motivadoras de alumnos emprendedores y sus éxitos obtenidos.

Considerando el enorme potencial de las plataformas digitales, se recomienda a la institución fomentar el uso de estas plataformas en línea como estrategia de promoción y posicionamiento para los emprendimientos estudiantiles, por su fácil acceso, alcance y popularidad.

Para garantizar que las iniciativas empresariales de los estudiantes sean éticamente responsables y aporten a un mundo más sustentable, se sugiere a la institución incluir aspectos de sostenibilidad y responsabilidad social en su formación. Esto demostraría el compromiso de la institución con una educación emprendedora que fomente a los alumnos a la creación de emprendimientos y proyectos que generen un efecto positivo y perdurable en la sociedad y el entorno.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aghón, G, Albuquerque, F, & Cortés, P. (2001). Desarrollo Económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo. *[Local Economic Development and Decentralization in Latin America: Comparative Analysis]*. https://n9.cl/ksuj

ALEMANY, L., ALVAREZ, C., PLANELLAS, M. & URBANO, D. (2011): Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora en España, Fundación Príncipe de Girona, Barcelona.

Amate-Fortes, I., & Guarnido-Rueda, A. (2011). Factores determinantes del desarrollo económico y social *[Determinants of economic and social development]*. https://n9.cl/0l9j

Borja, C. (2021, mayo 12). *¿Cómo es el emprendimiento en el Ecuador?* Desalineados. https://desalineados.com/2021/05/como-es-el-emprendimiento-en-el-ecuador/1724/

Cárdenas, J. (2018). Investigación cuantitativa. *trAndeS Serie de Material Docente*, 29. https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/adba0aad-3c55-4624-9f79-8e0e7e19e213/content

Carvajal-Burbano, A. (2011). Desarrollo local: manual básico para agentes de desarrollo local y otros actores *[Local development: basic manual for local development agents and other actors]*. https://n9.cl/hyuq

Cifuentes, J. A. (2018, febrero). *Lineamientos para una política pública de emprendimiento juvenil del municipio de Sucre – Santander.* Universidad Autónoma de Bucaramanga.

https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/2193/2018_Tesis_Javier_Antonio_Rojas_Quitian.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Damas, A. (2012). Promover el emprendimiento en secundaria. *Aula de Innovación Educativa, 213-214,* 38–44.

Erazo-Álvarez, J. C., & Narváez-Zurita, C. I. (2019). Conocimiento, capital intelectual y desarrollo como procesos sociales en el clúster cuero y calzado de la provincia de Tungurahua, Ecuador. [Knowledge, intellectual capital and development as social processes in the leather and footwear cluster in Tungurahua province, Ecuador.]. *Polo de conocimiento,* 9(11), 85-121.

Erazo-Álvarez, J. C., & Narváez-Zurita, C. I. (2020). Medición y gestión del capital intelectual en la industria del cuero - calzado en Ecuador. [Measurement and management of intellectual capital in the leather industry - footwear in Ecuador]. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía,* 9(5), 437-467. http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i9.662

Fernández, N. (2006). Política, planeamiento y gestión de la educación. Argentina: UNTREF.

Galindo, H. (2015). Gerencia Empresarial. Tegucigalpa: Mc Graw Hill.

Global Entrepreneurship Monitor. (2018) *Informe GEM España 2017-2018.*

Granda, l., Espinoza, E., & Mayon, S. (2019). Las TICs como herramientas didácticas del proceso de enseñanza-aprendizaje. Revista Conrado, 15(66), 104-110. scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442019000100104&script=sci_arttext&tlng=en

Han, J., Han, J. & Brass, D. (2014). Human Capital Diversity in the Creation of Social Capital for Team Creativity.Journal of Organizational Behavior, 35(1, 54–71.

Herrera, G. C. (2016). *Análisis del empleo en los jóvenes del décimo semestre de la carrera de economía de la ULVR para determinar la capacidad de emprendimiento en planes de negocios.* Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1090/1/T-ULVR-1069.pdf

Hidalgo, L., Trelles, L., Castro, B., & Loor, B. (2018). Formación en emprendimiento en el Ecuador: Pertinencia y fundamentación epistemológica. *Espacios, 39*(07). https://n9.cl/7bw29

Jiménez, C. E., & Gómez Pérez, G. P. (2022, mayo). *Análisis del aprendizaje en emprendimiento y educación financiera a través de la implementación de estrategias didácticas mediadas por las TIC en los estudiantes de grado 11 de la I.E. José de la Vega de Cartagena de Indias.* Universidad de Cartagena. https://repositorio.unicartagena.edu.co/server/api/core/bitstreams/40abc08d-5fcb-482f-89c1-f9a03048f6b3/content

Kerlinger, F. (2002). Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales. México: Mc Graw Hill

Martín, S., Fernández, J., Bel, P., & Lejarriaga, G. (2013). Necesidad de medidas para impulsar la creación de empresas de participación desde los diferentes niveles de enseñanza. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 78*, 71–99. https://www.redalyc.org/pdf/174/17429865006.pdf

Martínez-Ruiz, H., & Benítez-Ontiveros, L. (2016). Metodología de la investigación social I *[Social Research Methodology I]*. Santander: CISE, Editorial Universidad de Cantabria. https://n9.cl/nmiu

Masabanda, G. B. (2024). *El rol del docente para promover el emprendimiento escolar de estudiantes de bachillerato.* Universidad Tecnológica Indoamérica. https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/6769/1/MASABANDA%20TISALEMA%20GLADYS%20BEATRIZ.pdf

Matlay, H. (2008). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 15*(2), 382–396**.** https://doi.org/10.xxxx

Méndez Rocafuerte, G. J. (2024). Crecimiento económico y desarrollo local en el barrio Bazán del cantón Salinas, 2024. *UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA*, 13-14. https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/11813/1/UPSE-TGS-2024-0046.pdf

Monar, J. H. (2023, agosto). *El emprendimiento en el Ecuador. LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, IV* (2), 4609. https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/923/1255

Núñez Tobar, J. E. (2020). CREACION DE UNA ASESORIA DE EMPRENDIMIENTO PARA PROMOVER LAS MICROEMPRESAS EN LOS ESTUDIANTES DE 3º BACHILLERATOCONSIDERANDO COMO INSTITUCION PILOTO EL COLEGIO FISCAL MIXTO NARANJITO. *Universidad Estatal de Milagro*, 34. https://core.ac.uk/download/pdf/143425075.pdf

Ramos Galarza, C. A. (2020). Los alcances de una Investigación. *CienciAmérica*, 2. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475

Rivera, L. T. (2023, diciembre). *Análisis de oportunidades de emprendimiento social para impulsar el desarrollo socioeconómico en Dolores, Epitacio Huerta.* Instituto Tecnológico de Cuautla. http://51.143.95.221/bitstream/TecNM/8013/1/Tesis__Tellez_APROBADA_impresión.pdf

Rivera Mateos, M., & Félix Mendoza, Á. G. (2019). *Planificación estratégica y gobernanza en la recuperación de destinos turísticos afectados por desastres socio-naturales. Un estado de la cuestión* [Universidad de Alicante]. http://hdl.handle.net/10045/99991

Romero, Y., Buelvas, J. y Anaya, A. (2022). Análisis del conocimiento financiero en niños con pensamiento pre-económico: Colegios públicos y privados de Sincelejo-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII (4), 383-399.

Ruiz Garijo, M. (2016) Incentivos al emprendimiento en el Impuesto sobre Sociedades. En: Merino Jara, I. y García Luis, T. (coord.) *La reforma del Impuesto sobre Sociedades.* Madrid: Instituto de Estudios Fiscales, pp. 609-638.

Sornoza Parrales Diego, P. P. (Mayo de 2018). FUNDAMENTOS DE EMPRENDIMIENTO. *Economía, Organización y Ciencias Sociales*, 28. https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2087/1/FUNDAMENTOS%20DE.pdf

Tisalema, G. B. (2024). *El rol del docente para promover el emprendimiento.* Universidad Tecnológica Indoamérica. https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/6769/1/MASABANDA%20TISALEMA%20GLADYS%20BEATRIZ.pdf

Sánchez Pachón, L. Á., & Pérez Chinarro, E. (2015). Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento. *Revista de Economía Pública,Social y Cooperativa*, 47-48.

Sanchís Palacio, J. R. (1999). LAS ESTRATEGIAS DE DESARROLLO LOCAL: APROXIMACIÓN METODOLÓGICA DESDE UNA PERSPECTIVA SOCIOECONÓMICA E INTEGRAL. *REVISTA DE INGENIERIA DE ORGANIZACIÓN.* doi:.37610/dyo. v0i21.301

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.*

Vodă, A. I., & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability, 11*(4), 1192. https://doi.org/10.xxxx (Incluye el DOI si está disponible)

Varona Alabern, J.E. (2018) Los “business angels” en el impuesto sobre la renta de las personas físicas. En Varona Alabern (dir.) *La Fiscalidad del Emprendimiento.* Cizur Menor (Navarra): Thomson-Reuters Aranzadi, pp. 71-97.

ANEXO A: GUÍA DE LAS MEJORES ESTRATEGIAS DEL EMPRENDIMIENTO PARA JÓVENES BACHILLERES DE LA UNIDAD EDUCATIVA JUAN MANTOVANI

Vigencia 2024-2025

Johana Marcela Chiriboga Carlosama

Jorge Oswaldo Sandoval Quinga

Abril 2025

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN 57

2. OBJETIVO 57

3. IMPLEMENTACIÓN DE LA CAPACITACIÓN 57

4. CONCLUSIÓN 67

5. RECOMENDACIÓN 67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Día 1 de Capacitación del Emprendimiento con los estudiantes 73

Figura 2. Día 1 de Capacitación del Emprendimiento con los estudiantes 73

Figura 3. Día 1 de Capacitación del Emprendimiento con los estudiantes 74

Figura 4. Día 1 de Capacitación del Emprendimiento 74

Figura 5. Día 1 de Capacitación del Emprendimiento con los estudiantes 75

Guía del emprendimiento para jóvenes bachilleres de la Unidad Educativa Juan Mantovani

1. Introducción

La actividad empresarial es fundamental que se está transformando en el mundo. Las personas con competencias emprendedoras pueden generar un efecto considerable y potencialmente producir un considerable valor económico. Aunque el desarrollo de competencias emprendedoras no se adquiere en un solo día, por lo que se necesita una mezcla de saberes, destrezas y rasgos que se forman a lo largo de la vida.

Se ofrecen recursos y recomendaciones que se pueden emplear para establecer, gestionar y realizar proyectos exitosos y se ofrece un conjunto de recursos y recomendaciones que se pueden emplear para establecer, gestionar y llevar a cabo proyectos exitosos. Cada proyecto es singular, por ende, no existe un método perfecto para alcanzar el éxito.

Este producto a disposición proporciona las recomendaciones para la programación de capacitación en el área de habilidades emprendedoras en la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani. El producto para entregar incluye un esquema detallado de las capacitaciones y las estrategias para llevar a cabo las formaciones de forma eficaz. Hay estrategias que han probado ser muy eficaces para numerosos emprendedores.

En esta guía, abordamos algunos de los desafíos más relevantes que los emprendedores deben afrontar proporcionando una serie de sugerencias para asistir en su resolución y asistir a los emprendedores en la implementación exitosa de sus ideas.

2. Objetivo

Fomentar la cultura emprendedora en el Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani proporcionando recursos, herramientas y oportunidades para que los estudiantes puedan idear y valorar sus proyectos empresariales.

3. Implementación de la capacitación

Se impartió varias capacitaciones de emprendimiento en la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani a los jóvenes de tercer bachillerato como una relevante oportunidad para potenciar la cultura de emprendimiento en la institución. Según el estudio efectuado, se ha establecido la necesidad de crear un programa de

formación sólida y eficaz que asista a los estudiantes en el progreso de sus habilidades y en la transformación en emprendedores exitosos.

La implementación de dicho programa de formación demanda un trabajo conjunto de las autoridades del instituto, profesores, especialistas en emprendimiento y los alumnos, quienes colaboren para diseñar y llevar a cabo formación que resulte pertinente y eficaz. A partir de los aspectos resaltados previamente, se elaboró el desarrollo de las siguientes estrategias para el triunfo de los emprendedores jóvenes:

3.1 Enfoque en un producto estrella

Se diseñará una receta exclusiva que combine ingredientes de alta calidad y una presentación llamativa. El objetivo es crear una identidad clara y diferenciada en el mercado local, por lo que habrá que estandarizar los procesos de preparación para garantizar la misma calidad. Además, se recomienda utilizar un nombre atractivo y un eslogan que resalten las cualidades del producto con el tiempo, se buscará que el público asocie directamente el negocio con su especialidad.

Antes del lanzamiento, el producto será perfeccionado mediante pruebas de degustación con grupos reducidos de clientes a partir de sus opiniones, se ajustarán aspectos como el sabor, tamaño o combinación de ingredientes, sin alejarse del concepto inicial. La retroalimentación constante será clave para fortalecer la propuesta así se construirá una oferta sólida que sobresalga frente a la competencia la constancia en el trabajo permitirá lograr el reconocimiento deseado.

El producto estrella deberá reflejar una personalidad única cada punto de contacto será una oportunidad para reafirmar el valor del producto. El entusiasmo y la perseverancia en su promoción serán factores decisivos con un esfuerzo sostenido.

3.1.1 Características de la estrategia

- **Determinar el producto estrella y cautivador:** Elegir el plato que más atraiga al público ya sea por su sabor, presentación o costo. Este será el producto estrella es decir el que simboliza lo más destacado del emprendimiento.
- **Proporcionar promociones enfocadas en el producto:** Elaborar paquetes, rebajas por volumen u ofertas en ferias y fechas importantes.

- **Potenciar la identidad del emprendimiento con el producto estrella:** Implementar un producto como símbolo de su marca en plataformas sociales, carteles y eventos locales.
- **Aplicar el producto estrella para captar nuevos consumidores:** Promocionar degustaciones sin costo o pequeñas muestras en ferias, la meta es captar la atención de nuevos consumidores y orientarlos hacia el menú completo.
- **Evaluar resultados de manera constante:** Examinar la cantidad de ventas del producto en diferentes lugares, modificar precios u ofertas si la demanda disminuye.

3.2 Venta ambulante o food cart

La implementación de un food cart llamativo, con colores vivos y buena presentación, puede captar rápidamente la atención en parques, colegios o ferias al tener presencia en zonas de alta afluencia es clave para posicionar el producto. A través de esta estrategia, el negocio puede generar visibilidad de manera ágil. La movilidad es una ventaja que no debe desaprovecharse.

La flexibilidad es fundamental para el éxito en la venta ambulante. Si surge competencia o baja el flujo de clientes, se debe cambiar de ubicación o modificar horarios sin complicaciones. También es importante identificar eventos o actividades especiales para aprovechar nuevas oportunidades de venta, adaptarse con rapidez demuestra compromiso con el crecimiento del emprendimiento. Un servicio amable y eficiente es otro elemento que se considera esencial ya que la experiencia del cliente debe ser siempre rápida, fresca y agradable con constancia, entusiasmo y estrategia, el food cart puede convertirse en un motor de expansión para el emprendimiento.

3.1.2 Características de la estrategia

- **Seleccionar lugares estratégicos de alto tráfico:** Ubicarse cerca de mercados, escuelas, universidades, parques o eventos ten en cuenta los horarios de mayor afluencia de personas y aprovecha esos momentos de mayor afluencia.
- **Acatar las regulaciones municipales:** Es necesario examinar los permisos otorgados por el municipio o las autoridades locales para operar en la vía pública, con el fin de prevenir penalización y respetar las normas de higiene y localización.

- **Usar estrategias de promoción en el lugar:** Ofrecer promociones o pequeños descuentos por combos.
- **Ofrecer métodos de pago variados:** Aceptar efectivo, transferencias o códigos QR ya que estas opciones incrementan las oportunidades de venta y simplifica la adquisición.
- **Garantizar limpieza y seguridad alimentaria:** Una higiene adecuada fomenta la confianza del cliente y potencia la imagen del negocio.

3.3 Cocina en casa y entregas a domicilio

Iniciar el emprendimiento cocinando en casa es una excelente forma de reducir costos y controlar mejor la calidad del producto. Acondicionar un espacio limpio y organizado es fundamental para cumplir con las normas básicas de higiene. Además, facilita ajustar la producción según la demanda real. Trabajar desde casa también brinda flexibilidad de horarios.

Promocionar las entregas a domicilio a través de WhatsApp, redes sociales y plataformas locales es clave para llegar al público objetivo es necesario definir zonas cercanas para garantizar entregas rápidas y eficientes. Una comunicación clara con el cliente, sumada a sistemas de pago accesibles, puede marcar la diferencia, una logística organizada evitará errores o retrasos que afecten la experiencia de compra. La puntualidad y el buen servicio son esenciales para fidelizar clientes.

3.1.3 Características de la estrategia

- **Elaborar un menú simple pero cautivador:** Incorpora precios asequibles y productos que conserven una excelente calidad durante el envío.
- **Poseer un sistema de pedidos transparente y eficaz:** Recibir solicitudes vía teléfono, WhatsApp o redes con excelente atención y velocidad, así como la dirección, la fecha de entrega y las condiciones de pago de manera profesional.
- **Proporcionar entregas rápidas y seguras:** Realizar las entregas de manera personal o emplear un repartidor de confianza de la zona.
- **Emplear embalajes apropiados y personalizados:** Invertir en recipientes duraderos que mantengan el gusto y la apariencia del producto. Además, se pueden incluir etiquetas con el emblema, expresiones cordiales o rebajas para pedidos futuros.

- **Determinar un área de cobertura precisa:** Define hasta que áreas puede alcanzar con entregas a tiempo.

3.4 Redes sociales y marketing digital

Poseer una actividad constante en plataformas sociales como Facebook, Instagram y Tiktok, es esencial para cualquier emprendimiento ya que permiten llegar a más personas de manera rápida y efectiva. También es importante usar hashtags locales y conectar con influencers para aumentar la visibilidad así mismo contar con una imagen coherente en todas las publicaciones hace que el negocio sea fácil de reconocer. Las redes sociales son la vitrina principal del emprendimiento.

Para mantener el interés del público es necesario diversificar el contenido cuando se baja la interacción se puede hacer sorteos, dinámicas, colaboraciones o simplemente interactuar más con los seguidores de la misma forma tener un calendario de publicaciones ayuda a ser constantes y organizados. WhatsApp Business es una excelente opción para gestionar pedidos y mejorar el contacto directo con los clientes inclusive se puede crear un catálogo, programar respuestas automáticas y ofrecer promociones exclusivas por este canal puede aumentar las ventas.

3.1.4 Características de la estrategia

- **Desarrollar perfiles profesionales en las principales redes sociales:** Desarrollar sitios web con el nombre del negocio, utilizando un logotipo nítido, imágenes impactantes y datos de contactos actualizados.
- **Difundir material visual y de alta calidad:** Incorporar imágenes y videos de los productos con una excelente iluminación y presentación.
- **Hacer uso de promociones y sorteos para captar seguidores:** Exige a los usuarios que etiqueten a sus amigos, compartan tus publicaciones o sigan tu página web.
- **Comunica tu posición y tiempos de atención:** Utiliza mapas, historias y publicaciones establecidas para que te encuentren de manera sencilla.
- **Aumentar con regularidad y constancia:** Mantener mínimo de 3 publicaciones semanales y utilizar historias para mantener la comunicación diaria.

3.5 Alianzas con negocios locales

La utilización de las redes sociales es esencial para fomentar cualquier emprendimiento, especialmente en lugares dinámicos, publicar fotos de calidad,

videos de la preparación y opiniones de clientes satisfechos genera confianza y atractivo esto ayuda a dar visibilidad al emprendimiento de forma rápida y efectiva. Una imagen visual coherente es clave para que el público reconozca fácilmente la marca así las redes se convierten en una poderosa herramienta de crecimiento.

Al realizar sorteos, dinámicas, alianzas con otros emprendedores y responder con rapidez a los mensajes mantienen activa la relación con los clientes también resulta útil invertir en publicidad segmentada, enfocada en usuarios interesados en el emprendimiento. Estas acciones pueden ayudar a posicionar mejor el producto y atraer a nuevos seguidores.

3.1.5 Características de la estrategia

- **Detectar empresas compatibles para cooperar:** Selecciona asociados que no tengan una participación directa pero que puedan tener beneficios recíprocos.
- **Ofrecer promociones cruzadas:** Proporciona rebajas a los clientes que adquieran en el negocio asociado y viceversa.
- **Incrementar la visibilidad en diversas áreas:** Si cada emprendimiento se ubica en una zona distinta puedes ampliar tu cobertura geográfica. Esto posibilita que más personas conozcan tu negocio más allá de tu área habitual.
- **Potenciar la comunidad emprendedora local:** Crear alianzas potenci a el espíritu de cooperación entre los emprendimientos de pequeña escala.
- **Valorar los resultados y preservar vínculos a largo plazo:** Examina si la asociación atrajo a nuevos clientes u obtuvo ventas específicas si funciona, piensa en formar alianzas constantes y establece a lo largo del tiempo.

3.6 Ingredientes económicos

Utilizar ingredientes económicos es esencial para que el negocio sea rentable sin afectar la calidad del producto se puede buscar proveedores locales que ofrezcan buenos precios por compras al por mayor esto permitirá optimizar los costos. Además, comparar precios y negociar descuentos asegura un mejor margen de ganancia inclusive escoger marcas genéricas reconocidas puede ser una opción inteligente para reducir gastos así se logra ofrecer un producto accesible sin perder frescura ni sabor.

La planificación de compras y el control de inventario juegan un papel importante para evitar desperdicios, ajustar las compras según la demanda real ayuda a maximizar el uso de cada insumo. En caso de alzas de precios o escasez, contar con varios proveedores alternativos esto evitará interrupciones en el servicio lo que puede ser útil al ajustar temporalmente el tamaño de las porciones o los precios de venta. La flexibilidad frente a cambios en el mercado permitirá mantener la estabilidad del negocio.

Comunicar a los clientes que se utilizan ingredientes frescos y de origen local mejora la imagen del negocio esto genera confianza y una percepción de compromiso con la calidad sin necesidad de elevar los precios. Además, innovar con presentaciones que usen ingredientes accesibles puede hacer que el menú sea más atractivo de la misma forma variar las opciones según la disponibilidad también mantiene el interés de los consumidores. Un enfoque inteligente en el manejo de insumos fortalecerá la competitividad del emprendimiento.

3.1.6 Características de la estrategia

- **Elegir ingredientes asequibles y de alta calidad:** Adquirir en mercados locales o distribuidores de mayorista puede disminuir los costos.
- **Adquirir productos en cantidades grandes:** Encontrar proveedores cercanos que ofrezcan precios competitivos.
- **Mejorar la utilización de cada ingrediente:** Determina cantidades precisas para prevenir desperdicios y maximizar el uso de cada recurso.
- **Disminuir la utilización de productos procesados de alto costo:** Evita componentes gourmet o empaques que incrementen los costos sin potenciar significativamente el gusto.
- **Vigilar costos y realizar modificaciones constantes:** Al mantener un seguimiento de los costos de materiales semanalmente y al comparar con las ventas ayudaría a determinar que productos son más lucrativos y cuales necesitas modificar.

3.7 Ofertas y promociones creativas

Las ofertas y promociones creativas son fundamentales para llamar la atención y mantener el interés del público es necesario diseñar experiencias que motiven a los clientes a preferir el negocio la clave está en innovar constantemente para mantener el entusiasmo de los consumidores.

Para aplicar esta estrategia de forma efectiva, es vital planificar las campañas con anticipación y adaptarlas al comportamiento del mercado también se debe comunicar cada oferta de manera clara por redes sociales y en los puntos de venta si las promociones no generan el impacto esperado, se deben analizar sus causas rápidamente lo que puede ser necesario ajustar los beneficios, simplificar la mecánica o incluso cambiar el tipo de oferta. Una promoción atractiva puede ser el primer paso para fidelizar clientes.

3.1.7 Características de la estrategia

- **Elaborar combos atrayentes y asequibles:** Inventa nombres únicos p ara los combos como Combo Sangolquileño, Combo Crac, etc.
- **Implementar promociones en días especiales:** Implementa celebraciones locales para usar temáticas como el martes 2x1.
- **Proporcionar rebajas por referencias o lealtad:** Entrega productos o rebajas a clientes que promocionen tu negocio a terceros.
- **Promocionar de manera inesperada o por tiempo restringido:** Publica es las redes sociales una oferta valida únicamente por algunas horas o un día especifico, esto provoca ansiedad e iniciativa a los clientes a realizar compras de inmediato.
- **Elaborar combos familiares o para grupos:** Elabora alternativas amplias para 2, 3 o más personas, esto motiva a grandes pedidos y potencia la rentabilidad por venta.

3.8 Costos bajos en envases y presentación

Aplicar esta estrategia implica ser cuidadosos en la elección de materiales, priorizando la resistencia y la buena apariencia. Si se presentan problemas como envases que se dañan o quejas de los clientes, es necesario ajustar rápidamente el material o mejorar el embalaje lo que se busca es
asegurar que el producto se reciba en condiciones ideales, manteniendo la satisfacción del consumidor.

Es importante destacar el enfoque económico y amigable con el ambiente en redes sociales, puntos de venta y empaques. Frases sencillas como “Empaque ecoamigable” o “Apoya lo local” estos pequeños detalles conectarán emocionalmente con los consumidores.

Mantener bajo los costos en envases sin descuidar la presentación es vital para asegurar una buena rentabilidad, al utilizar empaques reciclables o biodegradables permitirá una reducción de los gastos y manteniendo un compromiso ambiental estas acciones fortalecen la relación con el cliente sin aumentar los costos.

3.1.8 Características de la estrategia

- **Adquirir embalajes al por mayor:** Adquiere embalajes en grandes volúmenes para disminuir el costo por unidad.
- **Personalizar envases de manera asequible:** En vez de emitir logos costosos, puede emplear pegatinas con el nombre del emprendimiento o sellos hechos a mano. Además, puede redactar a manos expresiones calidad o mensajes de gratitud.
- **Ofrecer envases reutilizables:** Ofrece la posibilidad de abonar algo más por un embalaje reutilizable o ecológico, esto podría captar la atención de clientes angustiados por el medio ambiente.
- **Analizar la clase de presentación de acuerdo al servicio:** Emplea empaques simples y útiles.
- **Solicitar comentarios del cliente:** Preguntar a los clientes si el embalaje resulto cómodo, si conservo el calor o si sufrió daños durante el traslado, esto te permitirá seleccionar mejores alternativas sin incrementar el costo.

3.9 Ventas por encargo en eventos

Implementar ventas por encargo requiere crear un catálogo digital que incluya precios y fotografías atractivas del producto para facilitar la cotización. Para aprovechar esta estrategia, es necesario diseñar paquetes especiales que incluyan reservas anticipadas ante cambios de última hora por ello es importante tener políticas claras de reservas y mantener una comunicación directa y flexible que garanticen un servicio puntual y de calidad además cumpliendo con los tiempos de entrega y cuidar la presentación del producto genera confianza y abre nuevas oportunidades de emprendimientos.

3.1.9 Características de la estrategia

- **Promover el servicio mediante redes sociales y difusión oral:** Comunica que recibes solicitudes personalizadas para eventos como cumpleaños, bautizos, graduaciones, etc.

- **Organizar órdenes con antelación:** Define un periodo mínimo de anticipación para recibir solicitudes, esto facilita la organización de la adquisición de materiales y la preparación.
- **Disponer de una logística eficiente para la entrega:** Establece el traslado de los pedidos utilizando cajas térmicas o bolsas que conserven la calidad si no cuenta con propio servicio de entrega, puede coordinar con motorizados de confianza.
- **Definir un medio de comunicación claro para solicitudes:** Aplica WhatsApp Business o un formulario sencillo para obtener información del pedido como la cantidad de personas, fecha, ubicación, tiempo, entre otros, esto simplifica la administración y previene malentendidos.
- **Fomento de opiniones y promoción de recomendaciones:** Se puede preguntar al cliente si se sintió complacido y si puede sugerir tu servicio.

3.10 Participación en ferias y mercados locales

Participar en ferias y mercados populares en cualquier sector es una excelente manera de dar a conocer un emprendimiento estos espacios permiten conectar con un público amplio, generar ventas rápidas y aumentar el reconocimiento de marca sin invertir mucho en publicidad. Además, se fomenta el sentido de comunidad y se fortalecen los lazos con otros emprendedores locales al estar presente en estos eventos impulsa el crecimiento del negocio y mejora su visibilidad en distintos sectores de la ciudad.

Para tener una participación efectiva, es clave preparar un stand que destaque y se vea limpio y bien organizado obviamente ofreciendo un excelente servicio al cliente para que los visitantes tengan una buena experiencia y recuerden el servicio. Las ferias también son una oportunidad para interactuar directamente con los clientes y recoger sus opiniones.

3.1.10 Características de la estrategia

- **Proporcionar ofertas únicas para el evento:** Elaborar paquetes o rebajas exclusivas durante la feria para motivar a los clientes en la compra de los productos.
- **Mantener contenido de promoción y de contacto:** Si cuenta con local o servicio de entrega puede distribuir volantes, tarjetas, redes sociales y ubicación, esto contribuye a que los clientes le retengan y realicen pedidos a futuro.

- **Realizar degustaciones para captar la atención del público:** Proporciona pequeñas muestras sin costo que posibiliten probar el producto previo a la compra. Esta estrategia es perfecta para obtener la confianza de clientes nuevos.
- **Realizar encuestas u obtener retroalimentación:** Pregunta a los clientes como valoran el producto y si volverían a comprarlo, esta información aplica para optimizar el servicio y ajustar a las preferencias locales.
- **Promocionar en las redes sociales el producto o servicio del emprendimiento:** Comunica a los seguidores la ubicación, difunde imágenes del emprendimiento y agradece la colaboración de las personas que ayudaron con la propaganda.

4. Conclusión

Los programas de mentoría y evaluación resultan esenciales para estimular a los alumnos en la toma de decisiones y gestión de sus emprendimientos de forma eficaz. Las capacitaciones pueden aportar de manera significativa al triunfo de los emprendedores jóvenes, asistiéndolos en el desarrollo de sus competencias, la creación de nuevas ideas y la formación de redes de respaldo.

Para los jóvenes la tecnología y los instrumentos digitales son un recurso relevante que es la base de la eficiencia, la innovación y la generación de nuevos mercados. A pesar de que los emprendedores jóvenes encuentran algunos obstáculos como la carencia de conocimientos en administración y el temor al fracaso no son impedimentos ya que pueden contribuir a incrementar sus oportunidades de triunfar.

El fomento de proyectos empresariales sostenibles y responsables socialmente puede ayudar a que los jóvenes emprendedores generen un efecto positivo en su comunidad y en su entorno.

5. Recomendación

Si se adoptan estas sugerencias, se aspira que este proyecto genere un efecto positivo y duradero en la cultura emprendedora en la Unidad Educativa Liceo Juan Mantovani, ayudando a formar una nueva generación de emprendedores exitosos y lideres en el sector empresarial.

Se recomienda continuar colaborando con la institución para potenciar las habilidades emprendimiento de los alumnos y formar un ambiente competitivo.

Elaborar un programa de mentoría que respalde a los jóvenes en sus retos y les proporcione visiones útiles acerca de las oportunidades y retos del mercado.

Elaborar un plan de evaluación para identificar los efectos y resultados de la s estrategias puestas en marcha, y realizar las modificaciones requeridas para poten ciar la eficacia de las capacitaciones y el rendimiento de los emprendedores jóvenes.

ANEXO B: Formato de la encuesta

Encuesta de Estrategias de Emprendimiento con Bajo Presupuesto

Objetivo: Determinar las motivaciones, requerimientos y gustos de los alumnos de bachillerato al crear un emprendimiento con recursos mínimos, para elaborar estrategias que promuevan el emprendimiento entre los jóvenes.

Instrucciones

- El cuestionario es anónimo y solo durará entre 5 y 10 minutos.
- Elige la alternativa que mejor refleje tu punto de vista.
- En las preguntas abiertas, contesta con la mayor precisión posible.

Datos Generales

Descripción (opcional)

1. Edad *

- ○ 17 años
- ○ 18 años
- ○ 19 años o más

2. Género *

- ○ Masculino
- ○ Femenino

3. ¿Ud. cuenta con algún tipo de ingreso propio actualmente? *

- ○ Si
- ○ No

4. ¿Ud. ha recibido capacitaciones sobre el emprendimiento? *

- ◯ Si
- ◯ No

Interés en el Emprendimiento

Descripción (opcional)

5. ¿Ud. se animaría a iniciar algún emprendimiento en el futuro? *

- ◯ Si
- ◯ No
- ◯ Tal vez

6. ¿Ud. se siente preparado para comenzar un emprendimiento? *

- ◯ Nada preparado
- ◯ Poco preparado
- ◯ Bastante preparado
- ◯ Muy preparado

7. Si Ud. opta por emprender, ¿qué tipo de negocio le gustaría comenzar? *

- ☐ Comida rápida
- ☐ Venta de garaje
- ☐ Otro

Obstáculos y Limitaciones

Descripción (opcional)

8. ¿Cuál cree Ud. que son los obstáculos más significativos para iniciar un emprendimiento? (Puede seleccionar más de una alternativa) *

- [ ] Ausencia de capital
- [ ] Miedo al fracaso
- [ ] Falta de conocimientos

9. ¿Considera Ud. que se puede iniciar un negocio con un capital reducido? *

- ○ Sí
- ○ No

10. ¿Qué recursos vería Ud. como más relevantes para comenzar un negocio? (Puede seleccionar más de una alternativa) *

- [ ] Capacitación en emprendimiento
- [ ] Redes de respaldo
- [ ] Disponibilidad de recursos digitales

Conocimientos y Estrategias

Descripción (opcional)

11. ¿Ud. ha oído hablar sobre las tácticas de emprendimiento digital? *

- ○ Sí
- ○ No

12. ¿Le interesa a Ud. obtener capacitación en estrategias para emprender con capital reducido? *

- ○ Sí
- ○ No

13. ¿Qué estrategias considera Ud. la más importante para impulsar un negocio con un presupuesto reducido? (Puede seleccionar más de una alternativa) *

- [ ] Redes Sociales
- [ ] Publicidad de boca a boca
- [ ] Publicidad de pago en plataformas digitales

Expectativas y Sugerencias

Descripción (opcional)

14. ¿Qué tipo de respaldo considera Ud. que la institución debería proporcionar para promover el emprendimiento entre los jóvenes? *

- ○ Cómo manejar el dinero
- ○ Orientación sobre los temas de emprendimiento
- ○ Capacitación sobre el emprendimiento sin tener miedo al fracaso

15. ¿Qué porcentaje de probabilidad tiene Ud. para iniciar un negocio en los próximos dos años? *

- ○ No hay ninguna posibilidad.
- ○ Poco factible
- ○ Es muy probable

Agradecemos por su tiempo

Descripción (opcional)

ANEXO C: Archivo fotográfico



Figura1. Día 1 de Capacitación del Emprendimiento con los estudiantes



Figura2. Día 1 de Capacitación del Emprendimiento con los estudiantes



Figura3. Día 1 de Capacitación del Emprendimiento con los estudiantes



Figura4. Día 1 de Capacitación del Emprendimiento



Figura 5. Día 1 de Capacitación del Emprendimiento con los estudiantes

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **CHIRIBOGA CARLOSAMA JOHANA MARCELA**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **2%** de similitud, porcentaje que se encuentra dentro de los parámetros establecidos por el Instituto Superior Tecnológico San Antonio – TESA, cumpliendo con los criterios de originalidad y autenticidad académica exigidos.

Quito,28 de mayo del 2025

DIRECCIÓN TITULACIÓN

Pablo Heredia

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **SANDOVAL QUINGA JORGE OSWALDO**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **2%** de similitud, porcentaje que se encuentra dentro de los parámetros establecidos por el Instituto Superior Tecnológico San Antonio – TESA, cumpliendo con los criterios de originalidad y autenticidad académica exigidos.

Quito,28 de mayo del 2025

DIRECCIÓN TITULACIÓN

Pablo Heredia