



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

*“IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA JUNIOR EN LA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL”*

PROYECTO DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

INGENIERA COMERCIAL

Autores: Cynthia Guerrero De Haz

Karla Ormaza Sánchez

Tutor: Ing. Edgar Jiménez Bonilla

Guayaquil, 14 de diciembre del 2010

DEDICATORIA

Este trabajo de especialización que representa un esfuerzo por superarme tanto en mi vida profesional como en la personal, se lo dedico a Dios que me da fortaleza espiritual en los momentos difíciles, muy especialmente con todo mi amor a mis Padres, quienes me han enseñado con su ejemplo a rebasar todas las barreras que la vida nos presenta, a querer ser mejor cada día y a entender que no hay nada imposible para lograr las metas que nos planteamos.

Cynthia Guerrero De Haza

DEDICATORIA

Este Proyecto es una parte de mi vida y comienzo de otras etapas, por esto y más, le dedico éste trabajo a Dios y a la Mater, quienes me dieron fortaleza, salud y esperanza para terminar este trabajo. A mis padres, Rocío y Walter, quienes me enseñaron desde pequeña a esmerarme y sacrificarme para alcanzar mis metas, que todo esfuerzo es al final recompensa y a quienes les prometí obtener mi Título de Ingeniera Comercial y a continuar en la búsqueda de otros ideales. Promesa cumplida. Mi triunfo es el de ustedes, ¡LOS AMO! A mis hermanos Nicole y Carlos, por acompañarme en esta etapa y para que les sirva de ejemplo y motivación en su vida como estudiantes universitarios.

Karla Ormazá Sánchez

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por ayudarme en la realización de éste proyecto, que es una valiosa etapa en mi vida que con gran esfuerzo, sacrificio y dedicación hemos culminado y a Santa María por ser modelo de perseverancia. Gracias a mi familia por su acompañamiento y comprensión. Gracias Papi por mostrarme que solo las personas que luchan son aquellas que logran sus objetivos. Gracias Mami por sus cuidados, preocupación y sacrificio. A mi querido hermano por ser ese apoyo constante, a mi querida Abuelita por sus sabios consejos, no puedo dejar a un lado a mis compañeras fieles Melo y Estrella.

Quiero agradecer de manera especial a mi enamorado Andrés por su entrega y donación de amor, por acompañarme y apoyarme en cada momento de esta etapa y ser uno de los pilares fundamentales de mi vida. A mí querida universidad, profesores, directores que contribuyeron a mi formación académica. Gracias Ing Jiménez por su dedicación y esfuerzo al ser nuestro tutor.

Quiero agradecer a mi compañera y amiga de tesis por formar parte de esta ardua labor llena de trabajo y sobre todo confianza y por ultimo no puedo dejar de mencionar a todos mis demás familiares y, amigos que con su pequeño aporte me ayudaron a lograr mi objetivo.

Cynthia Guerrero De Haza

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la Mater por esta alegría que me han dado y porque a través de ésta meta, podré siempre ir de sus manos para alcanzar otras. A mis Padres, Hermanos y Abuelita por darme la estabilidad emocional, económica y sentimental, para poder llegar hasta éste logro, que definitivamente no hubiese podido hacer realidad sin ellos. A mi Enamorado, John Paul, quien desde un principio hasta el día de hoy sigue dándome ánimo para terminar éste proyecto y me acompañó en cada instante como prueba de su gran amor.

Mi reconocimiento a la Facultad de Ciencias Económicas, y en ella, a mis distinguidos profesores, que con su sinceridad han sumado todos sus pensamientos en forma talentosa durante mi carrera universitaria. Debo agradecer de manera especial y sincera a nuestro Tutor, Ing. Edgar Jiménez Bonilla por su compromiso, consejos, paciencia y opiniones que me sirvieron para que me sienta satisfecha en la participación dentro de la realización de éste, mi proyecto de tesis.

Finalmente, agradezco a mi compañera y amiga de éste proyecto por su colaboración y apoyo durante el tiempo empleado para llegar a la culminación del mismo. ¡GRACIAS A TODOS!

Karla Ormazá Sánchez

RESUMEN

El presente proyecto se desarrolla en la Implementación de una Empresa juvenil dentro de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, con el aval de la carrera de Administración de Empresas, la misma, que nace tomando como referencia proyectos desarrollados en otros países tales como Bélgica, Francia y Brasil, para lo cual, se permitirá y motivará la inserción de todas las Carreras de la Facultad tales como: Administración de Empresas, Contaduría Pública Autorizada, Economía y Gestión Empresarial Internacional Trilingüe.

Con este proyecto se busca ser un complemento práctico de la enseñanza técnica que los estudiantes universitarios adquieren en sus estudios y se pretende también con esta iniciativa lograr un mayor acercamiento del mundo universitario al mundo empresarial real.

Al crear La Empresa Junior en la Facultad de Ciencias Económicas, se pretende que sea una organización con objetivos en dos perspectivas diferentes: para los estudiantes se convertirá en el nexo entre la teoría y la practica contribuyendo al desarrollo de sus aptitudes profesionales; y para los empresarios, en una organización que impulsa la competitividad, agregando valor, minimizando desperdicios, optimizando la utilización de recursos, e incorporando sistemas integrados de calidad.

Como estudiantes supone una desventaja por la posible falta de experiencia que puedan tener frente a sus clientes, aunque realmente no sea así, pero por otro lado también supone una gran ventaja como estudiantes, ya que siguen estudiando, y estos los ayuda a mantenerse

actualizados, y, a su vez, aprenden de las tecnologías de hoy para aplicarlas mañana.

En estos proyectos la participación del estudiante es prioritaria ya que tiene la oportunidad de dar a conocer sus habilidades específicas como un Administrador de Empresas y poner en práctica sus conocimientos, aprenderán a trabajar en equipo y a compartir responsabilidades entre estudiantes, adquiriendo un espíritu emprendedor vital para enfrentar eventualidades en la futura vida profesional, ya que tendrán una visión profesional de la realidad de las empresas, y, a su vez, recibirán asesoría de profesores con aval académico especializados en cada tema.

Al estar en la junior empresa adelantan un paso y adquieren experiencia, sólo se necesita estudiantes que tengan ganas de hacer algo diferente, de aprender, de conocer su espíritu emprendedor y de querer tener una formación más completa que les permita salir, más preparados al mercado laboral una vez que culminan su formación académica.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
RESUMEN.....	VI
INDICE GENERAL.....	VIII
INDICE DE FIGURAS.....	XIII
GENERALIDADES.....	XIV
Antecedentes.....	XIV
Justificación del Proyecto.....	XVII
Objetivos.....	XXI
Objetivo General.....	XXI
Objetivos Específicos.....	XXI
MARCO TEÓRICO.....	XXII
CAPÍTULO 1	
1. ANÁLISIS DE LA PROPUESTA DE LAS EMPRESAS JUNIOR.....	24
1.1. La Junior Empresa en Europa.....	24
1.1.1. Origen y Evolución de las Empresas Junior: Francia y el Fenómeno Junior.....	25
1.1.2. La Junior Empresa en España.....	27
1.1.3. La Junior Empresa en Alemania.....	32
1.2. La Empresa Junior en América Latina.....	34
1.2.1. La Empresa Junior en Brasil.....	37
1.2.2. Argentina: Universidades, Incubadoras, Polos y Parques Tecnológicos.....	39
1.2.3. Colombia: Incubadoras, Emprendedores y Universidades.....	40

1.2.4.	Perú: La Necesidad de un Impulso a La Spin-Off.....	41
1.2.5.	México: La Cultura Emprendedora Universitaria.....	44
1.2.6.	Chile: Instituciones y Universidades en Pro de la Spin Off.....	45
1.2.7.	Puerto Rico: El Papel de La Innovación en La Gestión de una Crisis Económica.....	46
1.2.8.	Uruguay como Polo Tecnológico: El Necesario Despegue de la Spin-Off	49
1.2.9.	Venezuela: La Spin-Off en Las Universidades y Los Parques Tecnológicos.....	51
1.3.	Situación Legal actual de las Empresas Junior.....	52
1.4.	Modelo de Benchmarking de la Empresa Junior implementado en Instituciones en el Ecuador.....	54

CAPÍTULO 2

2.	ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL.....	66
2.1.	Reglamento de Implementación Curricular de la Práctica Profesional.....	66
2.2.	Vinculación del Proyecto con la Malla Académica de las Carreras de la Facultad de Ciencias Económicas.....	75
2.3.	Beneficios que tendrá el Estudiante de la Empresa Junior después de Graduado.....	77
2.4.	Investigación de Mercado.....	80
2.4.1.	Focus Group	80
2.4.2.	Entrevistas a Profundidad.....	86
2.4.3.	Investigación Cuantitativa	108
2.4.3.1.	Análisis de los Resultados.....	108
2.4.3.2.	Conclusiones.....	117
2.4.3.3.	Recomendaciones.....	120

CAPÍTULO 3

3.	IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA JUNIOR EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL.....	122
3.1.	Misión.....	122
3.2.	Visión.....	122
3.3.	Objetivos.....	122
3.4.	Política.....	123
3.5.	Análisis de Ventajas Competitivas.....	126
3.6.	Logística Interna.....	129
3.7.	Operaciones.....	136
3.8.	Logística Externa.....	137
3.9.	Marketing y Ventas.....	145
3.10.	Planificación Estratégica.....	151
3.11.	Dirección Estratégica.....	154
3.11.1.	Dirección Operativa: El Punto de Partida.....	154
3.12.	Administración de Recursos Humanos.....	158
3.12.1.	Proceso de selección.....	161
3.12.1.1.	Proceso de Ejecución de Pruebas.....	164
3.12.1.2.	Proceso De Selección de los Gerentes de Áreas.....	166
3.13.	Constitución Legal de la Empresa Junior.....	183
3.13.1.	Reglamento Interno de La Empresa Junior Dentro de La Facultad de Ciencias Económicas de La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.....	184
3.14.	Remuneración.....	195
3.15.	Estructura Organizativa de la Empresa Junior.....	196
3.15.1.	Principios.....	196
3.16.	Organigrama Estructural de la Empresa Junior.....	200

CAPÍTULO 4

4. SERVICIOS A OFRECER POR LA EMPRESA JUNIOR.....	202
4.1. Investigación de Mercado.....	202
4.2. Planeación Estratégica para PYMES.....	204
4.3. Diseño y Formulación de Proyectos.....	205
4.4. Diseñar y Estructurar el Desarrollo Humano.....	208
4.5. Asesoría Contable.....	208
4.6. Perfil del Consumidor.....	209
4.6.1. Análisis del Consumidor.....	209
4.6.2. Segmentación del Mercado: Perfil del Consumidor.....	210
4.6.3. Posicionamiento.....	211

CAPÍTULO 5

5. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	212
5.1. Financiamiento.....	212
5.2. Inversión Inicial.....	214
5.3. Presupuesto de Ingresos.....	214
5.4. Presupuesto de Gastos.....	216
5.5. Tasa de Descuento Mínima Atractiva de Retorno (TMAR).....	216
5.6. Flujo de Caja.....	217
5.6.1. Flujo con Recursos Propios.....	217
5.6.2. Flujo Apalancado.....	218
5.7. Impacto de la Inversión.....	219
5.7.1. Beneficios para Los Estudiantes.....	219
5.7.2. Desarrollo Académico.....	219
5.7.2.1. Educación en Emprendimiento.....	221
5.7.2.2. Habilidades y Características de Los Emprendedores.....	221

5.7.2.3.	Técnicas de Enseñanza de Emprendimiento.....	224
5.7.2.4.	Propósito de la Investigación.....	226
5.7.2.5.	Procedimiento para Evaluar Ese (Entrepreneurial Self-Efficacy) en la Empresa Juvenil de la Facultad de Ciencias Económicas.....	229
5.7.2.6.	Implicaciones.....	230
5.7.2.7.	Beneficio para La Facultad.....	231
	CONCLUSIONES.....	233
	RECOMENDACIONES.....	236
	BIBLIOGRAFÍA.....	238
	ANEXOS.....	241

INDICE DE FIGURAS

<i>FIGURA 1. PAÍSES DE LATINOAMÉRICA DONDE EXISTEN EMPRESAS JUVENILES</i>	<i>37</i>
<i>FIGURA 2: ANÁLISIS DE LA VENTAJA COMPETITIVA.....</i>	<i>128</i>
<i>FIGURA 3. DISEÑO DE ALTERNATIVAS DE LA LOGÍSTICA INTERNA</i>	<i>129</i>
<i>FIGURA 4. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA JUVENIL</i>	<i>132</i>
<i>FIGURA 5. ELEMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN DE UNA EMPRESA JUVENIL.....</i>	<i>137</i>
<i>FIGURA 6. PROCESO DE DIRECCIÓN OPERATIVA.....</i>	<i>155</i>
<i>FIGURA 7. PROCESO DE SELECCIÓN.....</i>	<i>162</i>
<i>FIGURA 8. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL.....</i>	<i>196</i>
<i>FIGURA 9. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA POR SERVICIOS.....</i>	<i>197</i>
<i>FIGURA 10. ORGANIZACIÓN MATRICIAL.....</i>	<i>197</i>
<i>FIGURA 11. MECANISMOS DE COORDINACIÓN.....</i>	<i>198</i>
<i>FIGURA 12. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA JUVENIL.....</i>	<i>200</i>
<i>FIGURA 13. MAPAS PERCEPTUALES Y DE POSICIONAMIENTO....</i>	<i>211</i>
<i>FIGURA 14. MODELO DE MOTIVACIÓN EMPRESARIAL.....</i>	<i>228</i>

GENERALIDADES

- **Antecedentes**

En los últimos años, muchos factores como la recesión económica, el desempleo, entre otros, han influido el emprendimiento de pequeños negocios en Europa y EE.UU. Los programas de enseñanza y otras iniciativas educativas en emprendimiento están creciendo en el mundo. Este hecho se puede evidenciar en el creciente número de universidades que han incluido esta materia en sus programas, publicaciones y centro de investigación en emprendimiento, entre otros.

Hasta la fecha, se ha discutido mucho acerca de las características de los emprendedores¹. También, muchas investigaciones se han realizado sobre educación en emprendimiento y los diferentes métodos para enseñar emprendimiento². Sin embargo, casi nada se ha investigado sobre las empresas juveniles como fuente de desarrollo del espíritu emprendedor excepto por el trabajo del Profesor Renaud Redien-Collot³, director del programa de maestría en emprendimiento en Advancia-Paris, quien está realizando una investigación orientada a determinar el desarrollo del espíritu emprendedor en los participantes de las empresas juveniles que forman parte de JADE (European Confederation of Junior Enterprise) y también el trabajo de investigación sobre la empresa juvenil como parte de la educación formal en emprendimiento⁴.

¹ (Gartner; 1989; Verzat et al., 2002).

² (Fayolle & Gailly, 2004; Garavan & O'Connell, 1994; Robinson & Haynes, 1991).

³ (comunicación personal, Enero, 2005).

⁴ (Letmathe & Uebe-Emden, 2005).

Estas Junior están reconocidas a nivel social, laboral, político y cuentan con el apoyo de la CEE (Comunidad Económica Europea) y del gobierno francés, lo cual les da fuerza, seguridad y facilidad en su ámbito de actuación. Desde el punto de vista legal, se acogen a una ley sobre asociaciones sin ánimo de lucro y con fines económicos, que permite a las Junior francesas tener normativa legal propia y permite a las empresas realizar contratos laborales especiales con ellas.

Los trabajos que realizan son conocidos con el nombre de Estudios y éstos se miden en términos de “jour-études” (Jornada de Estudios), en función de los cuales se pagan los salarios sociales. El número de horas trabajadas aparece expresamente en los contratos que las Junior realizan con las empresas interesadas.

Los trabajos que, bajo contrato, realizan han de estar relacionados con la carrera que imparten los centros educativos donde están radicadas. Cada proyecto se realiza usando una metodología específica para llegar a los objetivos que se han fijado previamente con el cliente. Al brindar servicios de asesoría la empresa junior mejora el know-how (saber-hacer) de los estudiantes y financia sus actividades.

Normalmente esto se hace en las Empresas Junior: una parte de los ingresos por servicios prestados, puede revertir en los propios integrantes del proyecto en cuestión, en concepto de becas compensatorias. Otra parte se integra en el fondo social de la Junior empresa, en la compra de nuevos equipos y se suele destinar a proyectos de formación continua de los asociados y del resto de la comunidad universitaria, para completar su formación académica reglada.

Cuentan además con un reglamento interno de funcionamiento y conducta basado en una filosofía con un Código de Ética del Movimiento Junior. Este código establece que la empresa junior además de no tener fines lucrativos, debe buscar el fomento del desarrollo de pequeñas empresas y del desarrollo de los estudiantes que participan en esta organización.

Todos los estudios que realizan han de tener carácter formativo y en ningún momento utilizar la publicidad como forma de promoción. Captan recursos financieros a través de *sponsor*, ya sean éstos de carácter general (compañías de seguros) o puntuales (IBM, Thomson, etc.).

Existen 20.000 jóvenes en 150 organizaciones alrededor de Europa que están involucrados con JADE⁵. En Latinoamérica, se conoce que sólo en Brasil existe una confederación de empresas juveniles avalada por JADE, esta confederación agrupa a 600 empresas juveniles⁶.

Son dedicadas a la prestación de servicios de calidad a empresas convencionales, tanto pública como privada, que ayudan a mejorar la formación de los estudiantes y que por la ambición de conocimientos a nivel empresarial de sus componentes se unen para llevar a cabo el fin de las junior empresas: Aprender, mejorar y a formar parte del mundo laboral.

⁵ Los objetivos de JADE es desarrollar y difundir actividades internacionales de las Junior Empresas por toda Europa. Proporciona formación a las Junior Empresas establecidas recientemente y ayuda a estudiantes a establecer nuevos programas. Además pretende reforzar el reconocimiento del concepto de Junior Empresa en el campo de las empresas, en Instituciones Europeas y en Universidades actuando como una herramienta complementaria y a la vez como una entidad profesional.

⁶ (Federación de Empresas Juveniles del Estado de Sao Paulo [FEJESP], 2005).

Al estar encuadradas las Junior Empresas dentro de las Universidades, tienen el apoyo de éstas, dichos centros han de facilitarles la infraestructura básica: un local, un ordenador, acceso a la biblioteca, así como también la participación de profesores de la institución, quienes cumplen un rol importante de asesoría y orientación para los alumnos, y a su vez, certifica la calidad de los proyectos ofrecidos por una Junior Empresa.

Son creadas y gestionadas por estudiantes que dejan de pertenecer a ellas en el momento que se gradúan, y su objetivo es proporcionar experiencia laboral a dicho colectivo. Todo estudiante universitario al formar parte de la Junior Empresa trata de llevar a la práctica los conocimientos teóricos adquiridos en las aulas, con lo que por un lado se complementa la formación de los estudiantes y por otro se les dota de la experiencia necesaria que pueda hacerles útiles en la práctica profesional.

Una empresa junior permite a sus miembros tener la oportunidad de aplicar sus conocimientos, de modo que adquieren una visión real, posibilitando la resolución de problemas prácticos. Por otro lado, debe dar su contribución a la sociedad como una consultoría de precios accesibles y promover la vinculación entre la Empresa-Universidad.

- **Justificación Del Proyecto**

Este proyecto, trata de difundir la buena imagen institucional de la ***Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil***, realizando la creatividad, innovación y cultura empresarial de sus estudiantes.

Mediante este diseño se busca mejorar el perfil del egresado, brindando oportunidades a los estudiantes para aplicar conocimientos adquiridos, con fines de desarrollar el espíritu crítico, analítico y emprendedor.

Se debe de tomar en cuenta la relevancia que tiene este tema en la actualidad, debido a que usualmente la gran mayoría de los alumnos, buscan su primer contacto con las empresas a través de las prácticas pre-profesionales. Sin embargo, hoy en día existe una alternativa a ello: Empresa Junior.

A diferencia del trabajo tradicional de un practicante, donde a uno por lo general le asignan “actividades poco enriquecedoras” tales como: digitar, registrar información, archivar, fotocopiar documentos, recopilar datos para indicadores que probablemente nadie lea en la empresa, ya que en nuestro medio probablemente sólo el 20% de los que reciben los indicadores de gestión del área los lean y sepan realmente que hacer con ello.

En Empresa Junior la elevada carga de responsabilidad es uno de los factores más relevantes, ya que los alumnos tienen asignadas diversas responsabilidades y tareas considerablemente mayores a las que recibirían en una empresa como practicante, tales como: participar de la administración de una empresa juvenil, desarrollar la imagen corporativa de la Empresa Junior, manejar el Recurso Humano de la Empresa Junior, Administrar el inventario, vender asesoría, aprender a liderar proyectos, capacidad de trabajar en grupo, la negociación con el cliente, lo cual, es un gran equipaje que el estudiante universitario va acumulando antes de terminar su carrera universitaria. Ellos participarían incluso en actividades de planeamiento, las cuales como practicante sería un impedimento, pues en muchos casos como practicante el trabajo se limita a actividades netamente operativas y poco enriquecedoras para el estudiante.

La Carrera de Administración de Empresas permitirá y motivará la inserción de estudiantes de las Carreras de la Facultad tales como: Contaduría Pública Autorizada, Economía y Gestión Empresarial Internacional Trilingüe, para que la experiencia de trabajo se convierta en un suceso interdisciplinario, donde podrán mejorar los índices de Productividad, trabajarán en equipo y podrán realizar los proyectos de consultoría que usualmente requieren de la suma de esfuerzos de participantes de diversas carreras. Así, se fomenta la transmisión de conocimientos entre los diversos estudiantes. Por ejemplo, un estudiante de ingeniería En Gestión Empresarial al trabajar en conjunto con alumnos de Administración, logrará adquirir más conocimientos en Planeación Estratégica, Estudios de Mercados, Dirección Gerencial, y estos a su vez desarrollan habilidades de gestión de proyectos. Los estudiantes a su vez, tendrán el apoyo de los Mejores Docentes como tutores especializados en los proyectos correspondientes a ofrecer a las empresas.

Tanto el hecho de tratarse de un trabajo interdisciplinario, como la participación en las diversas etapas de un proyecto (inicio, planificación, organización, dirección, control y cierre), hacen de Empresa Junior una experiencia sumamente enriquecedora para todo alumno.

Los alumnos que trabajan en ella se diferencian porque trabajan, estudian y desarrollan proyectos de consultoría en diversas áreas de conocimiento. Ellos son los que crean y gestionan la idea, y por tanto, los que van a ir descubriendo los problemas, las dificultades, pero también las satisfacciones y los logros que son capaces de conseguir. Esta experiencia les permite llegar después al mercado laboral con un plus de competitividad y profesionalidad que no consiguen el resto de estudiantes universitarios.

Este proyecto de graduación ayudará a los estudiantes a desarrollar herramientas útiles para su desenvolvimiento en el sector industrial y empresarial, por lo cual, una vez egresados o graduados podrán tener una rápida inserción laboral, debido a los conocimientos adquiridos en la participación de una fuente de aprendizaje práctica y experiencia pre-profesional a su nivel académico, ya que, la competitividad del mercado laboral hace que la vida profesional se inicie cada vez más pronto.

A su vez, La Facultad tendrá un servicio adicional que ofrecer a sus estudiantes para que adquieran experiencias, miren de cerca los procesos de un negocio, aprendan a percibir los fenómenos empresariales con criterio técnico, motivará a futuros estudiantes a optar por estudiar una carrera dentro de la Facultad de Ciencias Económicas, porque mejorará la calidad académica de los egresados debido a la implementación de la Empresa Junior, lo cual, los diferenciará de las demás facultades dentro de la UCSG y el resto de universidades del país y tendrán la oportunidad de trabajar con algunas empresas del Ecuador por la calidad de servicio que prestaran mediante los proyectos a realizarse.

En este marco, la Dirección de la Carrera impulsará a este proceso en beneficio de los estudiantes; la idea es consolidar una propuesta universitaria de pasantías dentro de la universidad, donde los alumnos puedan combinar sus conocimientos académicos con la práctica laboral, y, a su vez, ser uno de los medios idóneos por el cual la Universidad logre estrechar vínculos con la empresa Privada, las Cámaras de Comercio y Producción de Guayaquil, entre otras entidades y la comunidad.

- **Objetivos**

- **Objetivo General**

“Poner en práctica las competencias profesionales de los estudiantes en contextos de trabajos reales”

- **Objetivos Específicos**

Se pueden distinguir tres grandes objetivos dentro de las actividades de una Junior Empresa:

1. Insertar al estudiante en la investigación-acción de problemáticas y de actores específicos, cuyo conocimiento teórico-práctico lo habilita en la toma de decisiones.
2. Crear un vínculo afectivo entre la Facultad de Ciencias Económicas y la Empresa pública y privada.
3. Apoyar las iniciativas de los jóvenes universitarios hacia una experiencia de ámbito empresarial real, al introducirlos como gestores de su propia empresa.

MARCO TEÓRICO

Un estudiante que participa en una Empresa Juvenil realiza actividades tales como elaborar propuestas de proyectos, negociarlas, comunicar en forma oral y escrita sus ideas a los clientes y a los miembros de la organización, participar en proyectos de consultoría, entre otros. Adicionalmente la participación en la empresa juvenil puede asimilarse a la práctica o experiencia laboral, lo que contribuye con la orientación emprendedora.

Un estudiante que cursa la asignatura de Emprendimiento e Innovación Tecnológica experimenta actividades de aprendizaje tendientes a desarrollar algunas de las habilidades y actitudes que caracterizan a los emprendedores, tales como: identificación de oportunidades, capacidad de manejar retos inesperados, establecer redes de contacto, organizar a otros, utilizar conocimiento y experiencia necesaria para comenzar un negocio, creatividad e innovación en el desarrollo de la oportunidad, consecución y asignación de recursos, participación en el diseño e implementación de la oportunidad, riesgo de recursos financieros, búsqueda de recompensas, creación de riqueza, generación de empleo y actuación con libertad e independencia. Sumado a las habilidades y rasgos descritos,⁷ encontrado que los estudiantes que siguieron cursos de emprendimiento mostraron niveles significativamente superiores de eficacia personal en emprendimiento (entrepreneurial self-efficacy – ESE) comparados con los estudiantes que no siguieron tales cursos. También se encontró que el mayor nivel de ESE demostrado por los estudiantes de emprendimiento, los diferencia de otros estudiantes, porque son capaces de desempeñar los roles y tareas de emprendimiento⁸.

⁷ De Noble (1999).

⁸ Chen y otros (1998).

Las mejoras en la capacidad académica y de investigación que se logre con este proyecto, asegurarán que los estudiantes se gradúen con las destrezas y habilidades requeridas para arrancar y posiblemente administrar un nuevo negocio. Este proyecto se desarrolla paralelamente al proceso de revisión curricular de cada carrera, de modo que hay una mayor facilidad de explorar y definir la introducción de por lo menos un curso en espíritu emprendedor en cada carrera de ingeniería, contaduría y economía. Adicionalmente, se incluyen actividades varias que promueven el desarrollo de una “cultura emprendedora” que dé sostenibilidad al proyecto.

Lo antes expuesto cobra más importancia cuando se dé a la educación en espíritu empresarial una perspectiva más amplia, como introducir en cada asignatura metodologías que repliquen el entorno que enfrenta el emprendedor al iniciar su negocio (incertidumbre, control, flexibilidad, responsabilidad, aprender de los errores, entre otras características) y provean al estudiante un ambiente de aprender haciendo.

CAPÍTULO 1

1. ANÁLISIS DE LA PROPUESTA DE LAS EMPRESAS JUNIOR

1.1. La Junior Empresa En Europa

Con el objetivo de coordinar proyectos conjuntos de confederaciones nacionales y agrupar a todos los Junior Empresarios para componer un movimiento sólido y notorio, nació la Confederación europea de Junior Empresas JADE.

Desde esta confederación se ha fomentado a escala Continental la iniciativa para la realización de trabajos conjuntos con otros países y se organizan encuentros que reúnen por toda Europa, entre los que se encuentra España, a miles de junior empresarios interesados en compartir experiencias y conocer otras formas de gestión, a la vez que coordina y unifica proyectos en los países europeos, en el resto del mundo y pretende obtener subvenciones de la Comunidad Económica Europea - CEE⁹.

A la vez se intentó suplir la ausencia de éstas en los países en que no existían (Alemania, Bélgica, Holanda, Italia, Portugal e incluso los socialistas Hungría y Yugoslavia), para lo cual, en noviembre de 1988 se creó en Lausanne (Suiza) Junior Europa. Esto hace que el movimiento Junior pueda ser observado como un todo con grandes expectativas de futuro.

⁹ La Comunidad Económica Europea (CEE) fue una organización internacional creada por los Tratados de Roma del 1957 (en vigor desde el 1958), con la finalidad de crear un mercado común europeo.

Desde aquel entonces se realizan múltiples encuentros y congresos a múltiples niveles: regional, nacional, europeo e incluso a nivel mundial junto a las confederaciones de Junior Empresas existentes en Brasil y en Suráfrica en la actualidad.

1.1.1. Origen Y Evolución De Las Empresas Junior: Francia Y El Fenómeno Junior

El movimiento junior empezó en el año 1967 en París¹⁰. Allí se creó La primera Empresa Junior, ESSEC (L'Ecole Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales de Paris), como un esfuerzo del gobierno de aquel país de dar la oportunidad a los estudiantes de poner en práctica los conocimientos teóricos que adquirirían en clase y que tuvieran un mayor contacto con el mercado laboral, a la vez, que la sociedad se beneficiaría con la difusión del conocimiento académico para combatir la recesión que vivía por esos años.

Desde aquel entonces estudiantes y académicos preocupados por la distancia entre la formación universitaria y las exigencias del mundo profesional - empresarial, buscaron crear instancias que permitieran a los estudiantes realizar actividades que complementaran su formación. Una de estas iniciativas fue crear una empresa en que los alumnos desarrollaran las mismas labores para las cuales estaban siendo preparados, en un ambiente lo más cercano posible a la realidad que deberían enfrentar en su futuro profesional.

¹⁰ Guía de Estudios Superiores de Madrid – Directorio Junior Empresas, Publicación realizada con la colaboración de la Fundación Universidad-Empresa, Abril-2001.

Debido a la acogida de la apertura de la Empresa Junior en 1968, fue creada la Confederación de Empresas Junior de Francia y en 1986 empieza la internacionalización del movimiento, con la creación de empresas similares en países como Suiza, Bélgica, España, Italia, Estados Unidos y Brasil.

Actualmente existen en este país más de 112 asociaciones que llevan a cabo anualmente 2.000 estudios de muy diversa índole. Las Junior Francesas tienen una capacidad de facturación en torno a 1.000 millones de euros y son 15.000 los estudiantes que colaboran con los proyectos conjuntos con las empresas.

Estas Junior Empresas están reconocidas a nivel social, laboral y político y cuentan con el apoyo de la Comunidad Económica Europea (CEE) y del gobierno Francés, lo cual les da fuerza, seguridad y facilidad en su ámbito de actuación.

Desde el punto de vista legal, se acogen a una ley sobre asociaciones sin ánimo de lucro y con fines económicos, que permiten a las Junior Francesas tener normativa legal propia y permite a las empresas realizar contratos laborales especiales con ellas.

Cuentan además con un reglamento interno de funcionamiento y conducta según el cual todos los estudios que se realizan han de tener carácter formativo y en ningún momento puedan utilizar la publicidad como forma de promoción.

Así, surge en París la Junior Centrale Etudes, la primera Junior Enterprise(TM) en el seno de una Escuela de Ingeniería. Desde entonces han surgido más de un centenar de iniciativas de este tipo en Francia con

200 empresas junior en Europa y más de 300 en otros continentes, ya que Francia ha dado un buen ejemplo y una fuente de inspiración para el resto de países europeos.

1.1.2. La Junior Empresa en España

Gracias a la campaña de proselitismo de la primera Junior Empresa Francesa realizada por el joven François Passaga, un junior empresario francés en Madrid, mediante la apertura de una oficina de representación en Madrid durante casi un año y su asistencia a una feria de enseñanza con stand propio, *el movimiento junior* empezó a tomar cuerpo en las escuelas y facultades de toda España, para lo cual, distintas facultades empezaron a interesarse y se realizaron los primeros estudios.

En diciembre de 1986 se organiza el Congreso Constituyente de las Junior Empresas Españolas del que surgió la CEJE (Confederación Española de Junior Empresas)¹¹ para supervisar la calidad de todos los trabajos y promover la creación de nuevas junior empresas, agrupando asociaciones de Madrid, Barcelona, Málaga, Gijón, Bilbao, Santiago de Compostela y Vigo.

En España CEJE¹² engloba un total de 35 junior empresas, que forman parte de 16 universidades, abarcando campos empresariales muy diversos, que van desde empresariales, informática, comunicación, publicidad, ingeniería química, biblioteconomía o gestión de suelos, todas

¹¹ CEJE es un organismo que representa los intereses de todas las Junior Empresas del territorio Español ante cualquier entidad a nivel nacional e internacional. Además, es la encargada de dar prestigio y proteger la marca registrada Junior Empresas que se entrega a las Empresas Juveniles.

¹² Confederación Española de Junior Empresas (CEJE), 2010.

ellas desarrollando proyectos y cursos de formación de vital importancia dentro de su campo.

Entre los fines principales que persigue CEJE, se encuentran:

- La representación, coordinación y control de actuación de las Junior Empresas miembros y de las Federaciones Regionales.
- La promoción del movimiento asociativo internacional Junior Empresa.
- La incentivación del interés del sector empresarial por la capacidad creativa y de innovación de las Junior Empresas.
- La cooperación con distintos centros de enseñanza universitaria, y con cualquier órgano de carácter nacional o internacional para coadyuvar a la formación integral de los alumnos.

CEJE decide qué federación regional organiza el Congreso Nacional que tiene lugar cada otoño. En los últimos años se han celebrado Congresos Nacionales en:

- San Sebastián (1993)
- Salou (*Tarragona*, 1994)
- Jaca (*Huesca*, 1995)
- Baeza (*Jaén*, 1996)
- Valencia (1997)
- Bilbao (1998)
- Segovia (1999)
- Murcia (2000)
- Barcelona (2001)

Las principales actividades programadas para los Congresos Nacionales son mesas redondas, conferencias, seminarios y la reunión de todas las Junior Empresas en la Asamblea General

CEJE nos habla así de la Filosofía Junior:

"En una sociedad en la que frecuentemente se acusa a la Universidad de vivir de espaldas al mundo laboral y a las necesidades de la propia sociedad, las Junior-Empresas surgen como respuesta de los propios alumnos y como iniciativa de éstos para producir el mutuo conocimiento y acercamiento a la realidad empresarial".

Se hace por ello preciso que el universitario vea la empresa como algo suyo y experimentando nuevas fórmulas que hagan que el estudiante se convierta en "empresario" con una clara vocación de servicio:

- **Primero** a la sociedad a través de las empresas, pudiendo incorporarse a sus plantillas en un futuro próximo.
- **Segundo:** a la Universidad, aportando profesionales mejor formados y más acordes con las necesidades de futuro.
- **Tercero:** a los alumnos, constituyendo un imprescindible complemento en su formación y estableciendo un cauce entre empresa y alumnos que quieran compaginar estudios con prácticas empresariales.

En la actualidad, España tiene Junior Empresas en la siguientes universidades, tales como:

- Universidad de Santiago de Compostela
- Universidad del País Vasco (UPV/EHU)
- Universidad de Granada
- Universidad Complutense de Madrid
- Universidad Carlos III de Madrid
- Universidad de Comillas ICAI-ICADE
- Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC)
- Universidad Politécnica de Madrid
- Universidad de Valladolid
- Universidad de Deusto
- Universidad Politécnica de Catalunya
- Universidad Pompeu Fabra
- Universidad Ramón Llull – ESADE
- Universidad Jaume I
- Universidad de Murcia
- Universidad Las Palmas de Gran Canaria

Cada una de estas universidades cuenta con una Junior Empresa y ofrecen al cliente trabajos a bajo precio y de buena calidad, a su vez, los estudiantes reciben a cambio una formación práctica que les ayuda a estar más preparados al mundo laboral de hoy en día. Los proyectos que realizan son de naturaleza diferente dependiendo de la facultad en que esté integrada la junior empresa: estudios de marketing, trabajos de ingeniería económica, de telecomunicaciones, industrial, audiovisual, periodismo, legal, recursos humanos, relaciones públicas, diseño multimedia, automática y electrónica, electrotecnia, técnicas energéticas, mecánica, construcción, metalurgia, química, organización industrial e informática, entre otros.

Cada una de estas empresas están organizadas a la imagen y semejanza de una compañía real; tienen un consejo, una asamblea directiva y una serie de departamentos: internacional, financiero, contable, marketing, recursos humanos, operaciones, calidad y administrativo.

Las universidades a las que pertenecen les prestan su apoyo tanto material (local, teléfono, ordenadores, acondicionadores de aire, pupitres) como de asesoramiento técnico, ya que el respaldo de la facultad a la que pertenecen es muy importante, porque es una garantía de la calidad de los trabajos.

Las asociaciones de cada comunidad autónoma están conectadas entre sí por una federación. Las potestades de estas organizaciones de ámbito regional son, en general, velar por la calidad de los trabajos realizados, observar el funcionamiento de los aspirantes a junior empresa que se crean dentro de la zona y negociar acuerdos con las autoridades autonómicas.

Entre las ocho Federaciones existentes se encuentran:

- Federación Andaluza de Junior Empresas (FAJE).
- Federación Aragonesa de Junior Empresas (FARJE).
- Federación Catalana de Junior Empresas (FCJE).
- Federación Gallega de Junior Empresas (FEGAJE).
- Federación Madrileña de Junior Empresas (FEMAJE).
- Federación Valenciana de Junior Empresas (FEVAJE).
- Federación Vasca de Junior Empresas (FVJE).
- Federación de Junior Empresas de la región de Murcia (FEJERM).

1.1.3. La Junior Empresa en Alemania

El proyecto JUNIOR es una iniciativa del Ministerio de Economía alemán cuyo objetivo es reforzar, como vienen haciendo otros países europeos, el dialogo entre las escuelas y el mundo empresarial. A fin de poder ejecutar este proyecto el Secretario parlamentario Sigmar Mosdorf ha trabajado junto con el Instituto alemán de Economía de Colonia (IAE)¹³. El objetivo del programa es promocionar la capacidad, la calidad y el espíritu emprendedor entre los jóvenes en toda Alemania creando mini-empresas.

El proyecto contribuye a formar una nueva generación capacitada que, a través del desarrollo de sus talentos y habilidades, pueda atenuar los efectos de sus puntos débiles. El proyecto quiere promover el auto-empleo entre la población joven como una interesante opción en el futuro así como proporcionar una visión interesante sobre la realidad de la empresa.

El principal objetivo es que los estudiantes aprendan cómo funciona en la realidad una empresa. En este sentido los estudiantes necesitan desarrollar sus propias capacidades empresariales para gestionar una empresa, implementar estrategias comerciales, de marketing y venta. El Instituto Alemán ha preparado también una guía para apoyar a los estudiantes en esta aventura con el objetivo de proporcionar no sólo una experiencia práctica sino también un conocimiento teórico. Además el proyecto ha previsto un sistema centralizado para evaluar el desarrollo mensual de las mini-empresas.

¹³ Dirección E - Promoción de la competitividad de las PYME, Organización JUNIOR - Institut der Deutschen Wirtschaft Köln, Alemania, Septiembre-2005.

➤ **Puntos Principales**

- Aprender una visión amplia de la realidad empresarial,
- Proporcionar cualificaciones claves a los estudiantes para convertirse en autónomos,
- Crear una mini-empresa junior sostenible con el apoyo de las instituciones educativas,
- Proporcionar capacitación empresarial a los empresarios junior,
- Posibilidad de aprender tanto de una forma práctica como de tener una sólida formación teórica proporcionada a través de la Guía del Instituto de Economía,
- Aumento del interés de los jóvenes en convertirse en auto-empleados o autónomos.

➤ **Metodología**

El Instituto Alemán de Economía de Colonia ha creado una guía con el objetivo de facilitar un manual a los participantes así como proveer de material teórico a los estudiantes y profesores para apoyar el desarrollo de las mini-empresas.

El IAE centraliza el proceso de selección de los establecimientos y estudiantes que desean participar en el proyecto JUNIOR. El IAE también proporciona información y formación a los profesores participantes en el proyecto. Una hotline (ayuda en línea), se ha previsto para proporcionar ayuda a los profesores en cualquier momento de desarrollo de las mini-empresas.

➤ **Implementación del Proyecto**

Las empresas trabajan como una empresa real, especialmente en el ámbito financiero y laboral. Estas se desarrollan durante un año escolar (8-9 meses) y aproximadamente participan entre 10-15 estudiantes. Como cualquier otra empresa, las mini-empresas deben producir bienes o servicios.

Desde la creación de la empresa los estudiantes trabajan entre 2-4 horas semanales y deben desarrollar estrategias comerciales, de marketing y ventas para tener éxito con sus mini-empresas.

1.2. La Empresa Junior en América Latina

En el año 2007, estadísticas de la Organización Internacional del Trabajo (OTI), indicaron que en América Latina los jóvenes emprendedores, representan sólo el 8.2% del total de emprendedores en el área, aproximadamente 5.1 millones de jóvenes de entre 16 y 24 años¹⁴. A pesar de esto se debe tener en cuenta el potencial estratégico que el aumento de la cultura empresarial podría tener en términos de cohesión social, progreso y reducción de la pobreza.

En el ámbito de lo público, los programas que favorecen el empresariado juvenil tienen una connotación social y están vinculados a programas sociales de los Gobiernos. Debe impulsarse desde las administraciones públicas una forma sostenible en la cultura, y, a la vez tener en cuenta el potencial de los emprendimientos en niveles socioeconómicos bajos. No

¹⁴ Red Universia, Investigación sobre La spin-off en Iberoamérica: hacia una Economía Globalizada, Directorio de Empresas Junior; 2006.

hay un gran número de programas destinados al fomento del emprendimiento juvenil.

Existen líneas de política educativa que tratan de introducir la educación para el emprendimiento en el currículo del sistema educativo, líneas de financiamiento para proyectos empresariales y, además, programas específicos que contemplan el impulso a los proyectos de emprendimiento en alguna de sus fases.

Aunque en menor medida, también hay programas de asociaciones empresariales. Algunos casos a destacar son la colaboración de las Asociaciones de Empresarios Juveniles de El Salvador con Junior Achievement y la Confederación Nacional de Industrias en Brasil con el movimiento de las “Empresas Junior”.

Algunas propuestas para el diseño de programas de emprendimiento son:

- Invertir en la promoción del emprendimiento como un proceso de largo plazo.
- Ampliar la base social de los emprendedores y considerar a estos como “activos humanos estratégicos” del desarrollo.
- Favorecer la difusión de la cultura emprendedora.
- Favorecer esquemas de participación juvenil y de las comunidades locales en el diseño e implementación de los programas.
- Ampliar la mirada hacia poblaciones con escasos recursos.
- Apoyar a redes y equipos de emprendedores.
- Profundizar el acceso al financiamiento del emprendimiento juvenil ya que la región presenta una carencia notoria en relación a mecanismos flexibles de financiación.

Esta revisión se rige por dos criterios básicos: la mayor vinculación con el sector productivo y la introducción de criterios de eficiencia y calidad. Con ello se busca dar un empujón a la investigación aplicada, a los centros de investigación autónomos y con criterios de mercado y a la creación de fondos específicos para la innovación tecnológica y la vinculación.

Pero muchos analistas apuntan a que las reformas no han sido suficientes pues adolecen de ciertas carencias.

En este contexto se inserta la spin-off¹⁵, las incubadoras¹⁶ que dan origen a ellas y los parques científicos y tecnológicos¹⁷. Los organismos del área iberoamericana también apuestan por la innovación, por la transferencia de la tecnología y por ende, por la spin-off.

A continuación se detalla información sobre la spin-off en los distintos países que forman parte de su comunidad Iberoamérica.

¹⁵ Las Spin-Off son empresas que se crean en el seno de otra empresa o entidad ya existente, y, normalmente, como iniciativa de algún empleado de la misma. La gran mayoría de las spin-off nace de las universidades o los centros de investigación públicos. Estas empresas o entidades de las que surgen hacen la función de matriz o incubadora, y sirven de apoyo para el despegue de las spin-off.

¹⁶ Una incubadora de empresas es un proyecto o empresa que tiene como objetivo la creación o el desarrollo de pequeñas empresas o microempresas y el apoyo a las mismas en sus primeras etapas de vida. Son organismos donde se gesta el nacimiento de una spin-off. Asesoran, ofrecen espacio físico, infraestructuras y formación a los emprendedores.

¹⁷ Parques tecnológicos son centros de gran envergadura que albergan en su espacio físico, a empresas de base tecnológica en su fase de arranque o incluso en fases más avanzadas.

Figura 1. Países de Latinoamérica donde existen Empresas Juveniles



FUENTE:<http://investigacion.universia.es/spin-off/iberoamerica/index.htm>

ELABORACIÓN: Directorio de Empresas Junior, 2006.

1.2.1. La Junior Empresa en Brasil

Cuando fundaron la primera empresa Junior en Francia (1967), las instituciones de enseñanza en Brasil, percibieron que la empresa júnior **facturaba tanto como una empresa normal**. Para hacerse una idea, la facturación de la empresa júnior francesa el primer año de funcionamiento fue de 19 millones de dólares, tal como lo indicaron en su ejercicio económico.

En Brasil esta iniciativa llegó en el estado de São Paulo en 1987 de la mano de la Cámara de Comercio Franco-Brasileña. Surgieron las 3 primeras spin-off (Nuevas empresas de Bases Tecnológicas) del país.

Existen en Brasil cerca de 750 empresas de este tipo con más de 23 mil universitarios implicados, por lo que se caracteriza como el país que tiene más empresas junior. Son representadas por nueve federaciones provinciales que juntas forman la Red Brasil Júnior. Cada federación cuenta con un estatuto patrón pero todas buscan seguir el mismo modelo.

En 1993 las spin-off comenzaron a organizarse mejor y se organizó el I Encuentro Nacional de Empresas Júnior, que se realizó en São Paulo. A partir de este acontecimiento, los encuentros son realizados anualmente.

En el año 2001, las empresas junior, que ya se aglomeraban en federaciones provinciales, comenzaron a madurar y trazaron metas para la fundación de una confederación brasileña. En 2003, con la celebración del XI Encuentro Nacional de Empresas Junior en El Salvador, fue fundada la Confederación Brasileña de Empresas Júnior, Brasil Júnior.

Brasil Júnior propone directrices nacionales para que sean adoptadas por las federaciones. Además de esto, trabaja como un portal de colaboración y conocimiento, que promueve la integración de los empresarios junior de cada Estado. El objetivo es reglamentar la actividad de las empresas junior que aún están poco trabajadas en algunas universidades.

Las empresas junior prestan servicios de consultoría en diversas áreas de conocimiento. En el último censo, hecho en 2001 por la Confederación Brasileña de Empresas Júnior, se constató que realizan cerca de 3.000 proyectos de consultoría al año. Prestan servicios de calidad con la orientación de profesores. Esto es, las instituciones de enseñanza superior están detrás dando todo el respaldo que la empresa junior precisa.

La persona que participa del movimiento de empresas júnior en Brasil, lleva un cúmulo de experiencias extenso. Estas personas tienen la oportunidad, durante el período de graduación, de participar de la decisión de la construcción de una microempresa. La capacidad y las habilidades controladas, la oratoria, la capacidad de trabajar en grupo, la negociación con el cliente que es un gran equipaje que el estudiante universitario va acumulando en el transcurrir de su graduación.

1.2.2. Argentina: Universidades, Incubadoras, Polos y Parques Tecnológicos

Argentina ocupa el segundo lugar en Iberoamérica, después de Brasil, en la creación de spin-off. Es un país que se adapta a los modelos que vienen de los países desarrollados. Desde las universidades y los organismos públicos se han creado mecanismos e instituciones para el desarrollo de dichos modelos y para el nacimiento de las llamadas Empresas de Base Tecnológica (EBTs).

Aún así, los conglomerados de empresas de base tecnológica, las incubadoras, los polos y parques tecnológicos en Argentina son una realidad que va en aumento pero adolece de políticas públicas a largo plazo constitutivas de un sistema de innovación tecnológica acorde a las necesidades locales y regionales.

Actualmente, existen en el país al menos 25 incubadoras de empresas y 19 parques tecnológicos en ejecución¹⁸. El principal problema de este sector incipiente en Argentina es la escasez de crédito y de capital riesgo.

¹⁸ Asociación de Incubadoras de Empresas, Parques y Polos Tecnológicos de la República Argentina (AIPyPT).

En primera instancia, el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, organismo que gestiona la ciencia y la tecnología en este país, a través de su Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica promueve proyectos para la creación de incubadoras de empresas, parques y polos tecnológicos. El Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR)¹⁹ es el responsable de la financiación de estos proyectos.

Por tanto, la creación de spin-off se basa en la instauración de incubadoras, polos y parques tecnológicos.

1.2.3. Colombia: Incubadoras, Emprendedores y Universidades

Según datos del Instituto Colombiano del Petróleo, en Colombia, en el año 1994, sólo se asignó un 0,5 por ciento del PIB al desarrollo tecnológico. En el 98 esta inversión subió al 1 por ciento.

Hoy, en Colombia, existen diferentes actores que potencian la innovación, el desarrollo tecnológico y la creación de EBTs. Estos actores son las incubadoras, las asociaciones o centros de emprendedores, las universidades y los parques tecnológicos.

En el desarrollo de una filosofía del emprendimiento tiene mucho que ver y decir el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje). El SENA es una respuesta al desarrollo económico y social que Colombia estaba experimentando en los años 50. Por otro lado, y como consecuencia de lo anterior, también surge para dar respuesta a la necesidad de una mano

¹⁹ El Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR) administra recursos de distinto origen, tanto públicos como privados. Financia proyectos de innovación a través de distintos instrumentos, que se implementan por medio del proceso de Convocatorias Públicas o Ventanilla Permanente.

de obra cualificada. En la etapa en la que se encuentra actualmente, el SENA potencia y prioriza el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico y una cultura de calidad.

Por otro lado, Colciencias²⁰ también apoya la innovación, en especial en la sección dedicada al vínculo entre Empresa y Universidad. Colciencias es una institución que financia proyectos de investigación, creación de empresas e innovación empresarial. La Subdirección de Programas de Innovación y Desarrollo Empresarial se ocupa de que la interacción entre los elementos científicos, tecnológicos, productivos y financieros se dinamice. Todo ello encaminado a crear productos y servicios exportables a escala internacional. En este sentido tienen mucho que decir las Nuevas Empresas de Base Tecnológica por el valor añadido que aportan en la creación de productos y servicios innovadores.

1.2.4. Perú: La Necesidad de un Impulso a La Spin-Off

Perú es el cuarto país con mayor población de Iberoamérica después de Brasil, Argentina y Colombia. El PIB (Producto Interno Bruto) per cápita en el 2002 alcanzó los 181 dólares pero el país presenta enormes desigualdades en materia económica. La tasa de desempleo ronda el 8 por ciento y en el caso de los jóvenes asciende al 13,8 por ciento²¹.

Los jóvenes, muchas veces, generan su propio negocio pero debido a la falta de gestión y perspectiva acaban convirtiéndose en negocios ambulatórios. Una alternativa válida son las incubadoras de empresas, un sistema de gestión del conocimiento para la creación y el desarrollo de

²⁰ Colciencias - Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia.

²¹ Red Universia, Investigación sobre La spin-off en Iberoamérica: hacia una Economía Globalizada, Directorio de Empresas Junior; 2006.

empresas innovadoras. La incubación facilita el nacimiento de nuevas empresas. Brinda protección y reduce los riesgos que existen en todo inicio de un negocio.

En lo que se refiere a esta creación de nuevas empresas, el rol de la universidad ha ido en aumento en Perú²². Casi todas las regiones acogen a los clusters de innovación los cuales favorecen el papel activo de las universidades.

No hay que dejar atrás los centros de apoyo a los emprendedores, que surgen en la universidad o fuera de ella, que brindan impulso a esos jóvenes o no tan jóvenes que desean poner en marcha su propio negocio.

Por otro lado, existe un fenómeno en Perú que no se aprecia en otros países del área iberoamericana. Se trata de las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) o entidades sin ánimo de lucro que ponen en marcha iniciativas para el desarrollo local a través de la creación de empresas. Este es el caso de la ONG Coprodeli y su incubadora de empresas.

La primera Empresa Junior del Perú, es una organización sin fines de lucro, integrada por alumnos de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)²³. Su función principal es el desarrollo de proyectos y labores de consultoría fomentando el desarrollo de pequeñas empresas, brindando consultorías de precios accesibles, a la vez que sirve de nexo entre los estudiantes y el ámbito empresarial, brindando oportunidades a sus integrantes para aplicar los conocimientos adquiridos facilitando el

²² Integración Empresa Junior 22/04/2007.

²³ Empresa Junior Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP); 2003.

intercambio Universidad - Empresa. En tal sentido el servicio que brinda Empresa Junior crea beneficios para los clientes, para la universidad y para los estudiantes que forman parte de la organización.

En función de su papel innovador, la Empresa Júnior PUCP tiene una gran influencia sobre los clientes, los estudiantes universitarios y las demás personas relacionadas con las cuales interactúa y lo que genera una correspondiente responsabilidad profesional y social.

- **Origen**

La idea de formar una Empresa Junior en el Perú nació de un grupo de estudiantes de Ingeniería Industrial de la PUCP hace algunos años.

Con la colaboración del Centro de Innovación y Desarrollo de la PUCP (CIDE), formaron la primera estructura organizacional de Empresa Junior. Las operaciones fueron iniciadas en el mes de Octubre del año 2003.

- **Misión**

En Empresa Junior se desarrolla el potencial de sus integrantes, a través de la aplicación práctica de sus conocimientos académicos en el mercado laboral real, antes de haber concluido sus estudios universitarios.

- **Visión**

Ser reconocidos a nivel mundial como la consultora junior más importante del país, por sus servicios de alta calidad y el liderazgo de sus integrantes, sirviendo de referente para iniciativas similares.

1.2.5. México: La Cultura Emprendedora Universitaria

Muchos estudiosos y analistas dicen que Latinoamérica adolece de una cultura emprendedora. Por oposición a los países desarrollados, en Iberoamérica los emprendedores han de asumir más riesgos como la escasez de financiación. A esto se añade que el futuro empresario ha de mirar hacia diversos frentes, tener una visión de conjunto: entender los movimientos macroeconómicos, la asignación de créditos y capital riesgo. Si nos trasladamos al ámbito universitario, en México se utiliza el concepto de “**vinculación**” para designar la relación que establece la universidad con el sector productivo tanto público como privado. Por ejemplo, las universidades tecnológicas mexicanas se unen en la Coordinación General de Universidades Tecnológicas, institución que tiene mucho que decir en materia de vinculación, pues su objetivo es insertar a los titulados superiores (egresados) en el sector productivo. Las incubadoras y los centros de emprendedores son figuras indispensables en la universidad mexicana, en especial en la tecnológica.

La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) se sitúa como precursora de la cultura del emprendimiento en la universidad. En 1983 crea el Centro para la Innovación Tecnológica, la iniciativa más completa de interacción universitaria con el sector productivo²⁴. Unos años más tarde, ya en la década de los 90, se dan los primeros pasos en la creación de incubadoras desde la universidad.

La financiación, escasa pero existente es indispensable para completar el puzzle (rompecabezas) de la Empresa de Base Tecnológica. Existen empresas especializadas en el capital riesgo y en la previa elaboración

²⁴ Red Universia, Investigación sobre La spin-off en Iberoamérica: hacia una Economía Globalizada, Directorio de Empresas Junior; 2006.

de un plan de negocio. Asimismo, la banca de desarrollo público como la Nacional Financiera también ofrece fondos de este tipo.

Por lo tanto, en México, para enfocarse a las spin-off, se basan en crear incubadoras universitarias y centros de emprendedores.

1.2.6. Chile: Instituciones y Universidades En Pro De La Spin-Off

En el año 2004 se pensaba en la creación de un Silicon Valley chileno, en el cual, existió muchas barreras en Valparaíso.

Los economistas consideraban que la carencia de condiciones básicas para las grandes empresas atentaba contra la creación de ese polo tecnológico.

Trasladándose en el tiempo hacia unos años atrás, el emprendimiento chileno surgió en 1984²⁵, cuando la opción de abrir la economía y exportar se hizo definitiva.

Aún así, las instituciones de ciencia y tecnología que han sido utilizadas por el sector privado han generado muy poca respuesta. El Gobierno de Chile, en contrapartida, ha creado mecanismos para fomentar el vínculo e interacción entre oferentes y demandantes de I+D (Investigación y Desarrollo).

²⁵ Red Universia, Investigación sobre La spin-off en Iberoamérica: hacia una Economía Globalizada, Directorio de Empresas Junior; 2006.

Por otro lado, diversas universidades chilenas han elaborado proyectos e impulsado iniciativas para la creación de incubadoras y parques tecnológicos.

En este sentido, también hay que destacar la labor realizada por la Fundación Chile desde hace 29 años en la transferencia tecnológica y el empuje a la innovación. Entidad sin ánimo de lucro creada por el Gobierno chileno y la International Telegraph and Telephone Corporation (ITT) de EE.UU., que tiene como objetivo convertirse en la institución tecnológica líder. Pero se trata, más bien, de un organismo de importación de tecnología que de promoción de empresas de base tecnológica.

Por tanto, la creación de la spin-off en Chile se centra en dos focos, básicamente:

1. Proyectos promovidos por las instituciones públicas,
2. Iniciativas que nacen en la universidad.

1.2.7. Puerto Rico: El Papel de La Innovación en La Gestión de una Crisis Económica

Puerto Rico es un Estado Libre Asociado de EE.UU., pero que goza de una autonomía política interna. La relación del gobierno de Puerto Rico con el gobierno federal de los Estados Unidos es muy parecida a la relación del gobierno federal con otros estados. La moneda, la defensa, las relaciones exteriores y el comercio caen bajo la jurisdicción del gobierno federal. El gobierno de Puerto Rico tiene autonomía fiscal y derecho a cobrar impuestos locales.

Puerto Rico tiene una de las economías más dinámicas y diversas de América Latina. A mediados del siglo XX su economía estaba regida por la agricultura, pero desde la década de los 60 se han establecido en la isla empresas multinacionales de la industria farmacéutica, electrónica, textil, petroquímica y biotecnológica.

En esta década, precisamente, se produjo una grave crisis económica en la isla la cual se subsanó con la implantación de la sección 936²⁶. Esta fue la tercera alternativa que vieron viable los gobernantes a la bancarrota que consistía en la exención de contribuciones a las corporaciones privadas.

La reciente desaparición de esta sección junto a la implantación de los tratados de libre comercio provocó en el área oeste de la Isla una nueva crisis económica. Se planteó implantar instrumentos innovadores para impulsar la economía. PRTEC (Puerto Rico Technoeconomic Corridor) es uno de estos instrumentos que junto a los incentivos gubernamentales y la actividad de investigación y desarrollo que se realiza en los centros universitarios del país, especialmente en el Recinto Universitario de Mayagüez han propiciado un impulso a las nuevas Empresas de Base Tecnológica y en especial a la innovación.

El Corredor Tecnológico de Puerto Rico es una entidad sin fines de lucro integrada por representantes de la industria, la universidad y el gobierno que trabajan en estrecha colaboración para lograr sus objetivos.

²⁶ La Sección 936 fue una disposición del Código de Rentas Internas Federal que otorgaba beneficios a aquellas corporaciones estadounidenses que invirtieran en territorios. El uso de esta sección en la política estadounidense para Puerto Rico fue el resultado de una larga trayectoria que comenzó a finales de la década del cuarenta y que fomentó el crecimiento de la economía puertorriqueña.

La misión de PRTEC es propiciar el desarrollo económico de Puerto Rico y en particular de la región oeste, poniendo especial énfasis en la comercialización de tecnologías innovadoras.

Existen tres áreas de especial interés para PRTEC. Estas son: mejora de la infraestructura física y social, establecimiento de “clusters” industriales y potenciación de la incubadora de negocios VITEC2 (El Vivero de Tecnología y Ciencia)²⁷.

En su objetivo de mejorar la infraestructura física, están trabajando en la remodelación de los parques industriales con particular énfasis en el Parque Industrial de Guanajibo en Mayagüez para convertirlo en un parque tecnológico.

También apoyan el establecimiento de “Las Américas Technology Park”, en la zona noroeste de Puerto Rico que será el primer parque de categoría internacional en la isla.

Otra área de gran importancia son los “clusters” (concentración de empresas relacionadas entre sí en una zona geográfica relativamente definida que conforma en sí misma un polo productivo especializado en ventajas competitivas). Cuenta con uno de medicina y otro de Tecnologías Informáticas y de Información. Su objetivo es la colaboración de sus integrantes para trabajar en proyectos comunes tanto para disminuir costos como para conseguir oportunidades de negocio y poder mejorar su competitividad y permanencia en la isla.

²⁷ La incubadora de negocios de alta tecnología localizada en el Parque Industrial La Quinta en Mayagüez, Puerto Rico, es operada por PRTEC para promover la Incubación de Empresas de tecnología y espacio listo para ocupar a empresas extranjeras.

Finalmente, se encuentran con la incubadora VITEC 2, de negocios de alta tecnología, ubicada en Mayagüez. El propósito de esta incubadora es apoyar a personas y/o entidades que quieran establecer un negocio tecnológico o comercializar un proyecto o innovación.

El papel de la universidad en la innovación es básico. Instaure una serie de centros, incubadoras, instituciones de transferencia tecnológica.

También tiene especial relevancia las instituciones de capital riesgo, que ofrecen financiación a empresas altamente innovadoras en sus primeros pasos.

1.2.8. Uruguay como Polo Tecnológico: El Necesario Despegue de La Spin-Off

Uruguay hace un esfuerzo por impulsar la innovación y el desarrollo tecnológico con el fin de mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos y aumentar la competitividad del país a escala regional e internacional. Para ello, el Ministerio de Educación y Cultura crea el Programa para el Desarrollo Tecnológico, financiado con fondos públicos y externos del BID (Banco Interamericano de Desarrollo).

En el caso del desarrollo tecnológico y la innovación impulsada desde la universidad u otros organismos públicos de investigación, el Programa para el Desarrollo Tecnológico cuenta, en concreto, con un instrumento destinado a la promoción de los centros de transferencia tecnológica, incubadoras de empresas de base tecnológica y consejerías tecnológicas. En este caso, el Programa promueve la creación de EBTs (Empresas de

Base Tecnológica) a través de las incubadoras o centros de transferencia tecnológica.

Las incubadoras se extienden por el país gracias a las universidades, sobre todo. La Universidad de la República es el mejor ejemplo. Tres de sus facultades: la de Química, la de Ingeniería y la de Ciencias cuentan con medios para que sus estudiantes y profesores saquen a relucir su espíritu emprendedor.

Algunas de estas incubadoras se instalan en parques o polos tecnológicos privados o que nacen de la actividad de una universidad como es el caso del Polo Tecnológico del Pando (Universidad de la República).

Para poner en marcha una spin-off en Uruguay, algunos expertos ven la necesidad de crear una sociedad de capital riesgo uruguaya ya que el capital que reciben las spin-off de este país proceden de financiación externa: internacional y de algún país en concreto.

También tiene mucho que decir Urunova, la asociación de incubadoras de empresas, polos, parques tecnológicos y parques industriales de Uruguay. Nace en 2004 gracias a la incubadora Ingenio, Kolping Uruguay, Parque Industrial y Tecnológico del Cerro, el Polo Tecnológico de Química y Biotecnología de la Universidad de la República y Zonamerica, parque de negocios y tecnología.

1.2.9. Venezuela: La Spin-Off en Las Universidades y Los Parques Tecnológicos

“Una ciencia y tecnología hecha por y para la gente, como motores de cambio social”. En esta frase se resumen los objetivos del nuevo Plan Nacional de Ciencia y Tecnología 2005-2030 de Venezuela. Pero para el estudio de la spin-off se han centrado en la década de los 80, cuando las iniciativas para la creación de las Nuevas Empresas de Base Tecnológica aparecieron en este país.

Actualmente, se encuentran dos modalidades para la creación de estas empresas:

- Las empresas que surgen ligadas a la universidad
- Empresas que surgen por la acción del gobierno central a través de los parques tecnológicos.

Pero existen una serie de obstáculos en este país y es la falta de institucionalización de las sociedades de capital-riesgo, capital necesario e indispensable para desarrollar las primeras fases de una Empresa de Base Tecnológica.

Aún así, en Venezuela se han creado varias spin-off de las que se ofrecen una variedad de actividades.

1.3. Situación Legal Actual de Las Empresas Junior

De acuerdo a lo antes mencionado, Las Junior Empresas, son asociaciones de carácter no lucrativo, constituidas y gestionadas por estudiantes que operan en el propio centro universitario, desde el que ofrecen sus servicios a empresas en proyectos de consultoría relacionados con sus estudios.

Conviene destacar el hecho de que al estar encuadradas dentro de la Universidad, tienen su apoyo en forma de asesoramiento técnico por parte de sus departamentos, lo cual, junto con el mutuo apoyo entre las diferentes Junior Empresas, garantiza la calidad en el desarrollo de sus servicios.

Las Junior, como tales, son entidades legalmente constituidas, inscritas en los registros del órgano gubernamental correspondiente.

Actualmente la constitución ecuatoriana no contempla como tal a las empresas junior, por este motivo su entorno jurídico no está debidamente reglamentado, razón por la cual, en Ecuador estas empresas guardan estricta dependencia del instituto educativo al cual pertenecen para su debido auspicio.

Sin embargo, en otros países más desarrollados que Ecuador ya se han establecido las regulaciones que rigen a este tipo de empresas, tales como España, en donde se ha definido como marco regulatorio el siguiente²⁸:

²⁸ Guía de Estudios Superiores de Madrid – Directorio Junior Empresas, Publicación realizada con la colaboración de la Fundación Universidad – Empresa, Abril – 2001.

- Constitución Española, artículo 22.
- Ley Orgánica 11/83, de 25 de agosto, de Reforma Universitaria, que reconoce el Derecho de Asociación de los Estudiantes.
- Ley 191/64, de 24 de diciembre, de Asociaciones (BOE, 28 de diciembre).
- Real Decreto 2248/68 de 20 de septiembre, sobre Asociaciones de Estudiantes
- Real Decreto 1497/81 de 19 de junio, sobre programas de cooperación educativa
- Real Decreto 1497/87 de 27 de noviembre, que establece directrices generales comunes de los planes de estudio de los títulos universitarios de carácter oficial y validez en el territorio nacional.
- Real Decreto 397/88, sobre Asociaciones Juveniles, de 22 de abril.
- Real Decreto 1845/94, de 9 de septiembre, por el que se actualiza el Real Decreto 1497/81, de 19 de junio, sobre programas de cooperación educativa (BOE, 18-10).
- Real Decreto 1786/96, de 19 de julio, sobre procedimientos relativos a Asociaciones de Utilidad Pública (BOE, 29 de agosto).

Como se puede observar en los puntos anteriores, existe todo un conjunto de normativas y disposiciones que regulan la actividad de este tipo de empresas en España, lo cual, es una ventaja al momento de enmarcar el ámbito de acción de este tipo de empresas.

1.4. Modelo de Benchmarking de La Empresa Junior Implementado en Instituciones Educativas en El Ecuador



La idea de la Empresa Junior en la ESPOL fue desarrollado por el jefe de Ingeniería Industrial en 1999. En ese momento, muchas compañías pedían a los profesores de ingeniería industrial para proyectos de consultoría. Entonces, la idea de tener una empresa de consultoría gestionado por los estudiantes fue muy cerca de la situación real de la industria.

Puesto que la demanda de estos servicios ha aumentado significativamente y para fortalecer el vínculo entre la ESPOL y la comunidad, en el año 1999 surgió como iniciativa en la Facultad de Ingeniería en Mecánica y Ciencias de la Producción (FIMCP) en la carrera de Ingeniería y Administración de la Producción Industrial (IAPI), tomando como referencia proyectos desarrollados en otros países tales como Bélgica, Francia y Brasil, el de crear una Empresa Juvenil con el objetivo principal de atender esta necesidad. Para el año 2002 forma parte del componente 7 Emprendedores del Proyecto VLIR (Vlaamse Interuniversitaire Raad)²⁹ y para el 2003 este concepto de empresa junior es aprobada por el Consejo Politécnico constituyéndose así como Empresa Juvenil Estudiantil de la ESPOL (EJE-ESPOL)³⁰.

²⁹ Es un proyecto de colaboración internacional desarrollado entre la UCLV (Universidad Central de Las Villas) y varias universidades belgas. En la Educación Superior se le presta gran interés a la enseñanza del idioma inglés y la computación tanto en la enseñanza de pregrado como en postgrado, por la importancia que tienen estas habilidades en el aprendizaje para toda la vida.

³⁰ Educación Formal y Empresa Juvenil: Contraste de Dos Enfoques para Desarrollar el Espíritu Emprendedor, 2007.

En el mismo año 2003, la empresa Junior ESPOL fue creado dentro del Programa de Desarrollo de Emprendedores en la ESPOL. EJE es dirigido por estudiantes de la Facultad de Mecánica y Ciencias de la Producción (FIMCP). EJE desarrolla proyectos de consultoría que son guiados por profesores y realizado por los estudiantes. Dentro del EJE los estudiantes tienen la oportunidad de poner en práctica los conocimientos teóricos que han adquirido en las aulas.

La primera generación de los miembros del personal dirigido por Ana María Galindo como Director General desde abril 2003 a marzo 2004 se dedicó a la elaboración de las directrices y procedimientos para la constitución de la ESPOL Junior Empresa³¹. El equipo realizó una investigación de los modelos de Junior Empresa en otros países y que incluso se puso en contacto con el presidente de la Confederación Brasileña de Empresas Junior y también con el vicepresidente de Jade, La Asociación Europea de Empresas Junior. En esta etapa, algunos profesores ayudaron en el desarrollo de la formación de la EJE como el Prof. Marcos Tapia y Prof. Rosa Rada.

El lugar físico fue adaptado con la ayuda de la fundación VLIR³², que ayudaron con la donación de dos computadoras, una computadora portátil, una cámara digital, muebles y otros equipos de oficina con el fin de proporcionar a la EJE una oficina bien equipada.

Finalmente, en octubre de 2003, el establecimiento formal de la Empresa Junior ESPOL se realizó con la presencia de las autoridades de la

³¹ Escuela Juvenil ESPOL (EJE), Global Report August 2008

³² Es un proyecto de colaboración internacional desarrollado entre la UCLV (Universidad Central de Las Villas) y varias universidades belgas.

ESPOL. Las directrices de EJE fueron aprobadas por el Consejo Politécnico en 17 febrero de 2004.

El primer año del EJE se dedicó a la definición de las directrices de trabajo para los años siguientes.

EJE está estructurado como una empresa con varios departamentos tales como las relaciones comerciales, finanzas, gestión de calidad, recursos humanos, producción y formulación de proyectos. Cada departamento tiene su jefe que es el encargado de llevar a cabo todas las actividades necesarias para cumplir con las metas y los objetivos del plan estratégico. El departamento de producción está a cargo de la elaboración de los proyectos de consultoría. Normalmente, en los proyectos que hay de 5 a 10 alumnos participantes y 1 ó 2 profesores que intervienen.

La EJE es una organización con objetivos en dos perspectivas diferentes: para los estudiantes se convierte en el nexo entre la teoría y la práctica contribuyendo al desarrollo de las aptitudes profesionales de los politécnicos; y para los empresarios, en una organización que impulsa la competitividad, agregando valor, minimizando desperdicios, optimizando la utilización de recursos, e incorporando sistemas integrados de calidad, seguridad y de medioambiente.

En estos proyectos la participación del estudiante es prioritaria, recibiendo asesoría de profesores politécnicos especializados en el tema, para con ello formarse de manera más integral, adquiriendo un espíritu emprendedor vital para enfrentar eventualidades en la futura vida profesional. Se trabaja en proyectos de responsabilidad social mejorando la calidad de vida en áreas urbano-marginales y rurales, capacitando y haciendo de esas actividades laborales una fuente de ingresos para las familias y comunidades.

En el área de gestión, los estudiantes tienen la oportunidad de adquirir experiencia en un entorno de negocios. Ellos trabajan en equipo, negocian propuestas de proyectos, tienen contactos con gente de negocios, toman decisiones. En la zona de producción, los estudiantes participan en proyectos de consultoría y experimentan con determinadas situaciones como la resolución de problemas, la comunicación oral con los clientes, la planificación y organización de los proyectos, trabajo en equipo, etc. Estas experiencias podrían ser consideradas como una fuente para el desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes que participan en el EJE en el área de gestión y producción³³.

❖ Año 2: Abril 2004-Marzo 2005

En el segundo año, la segunda generación de estudiantes que una parte de los miembros del personal como los estudiantes de la primera generación terminó su carrera profesional.

Este año se caracterizó por la agresiva campaña de marketing, el director de Relaciones Comerciales y el Gerente General, se acercaron al sector industrial a fin de promover los servicios de EJE. Por lo tanto, tres proyectos de consultoría se desarrollaron para Holcim, Ocean Fish y Tía.

En este año, los estudiantes también recibieron una gran cantidad de cursos de capacitación, así como de formación internacional. El Gerente General asistió a la conferencia internacional de Junior Empresas en Brasil.

³³ (Gibb, 2004, Robinson & Haynes, 1991; Verzat et al., 2002).

❖ Año 3: Abril 2005-Marzo 2006

Este año fue la consolidación del EJE, la 3^{ERA} generación del miembro del personal dedicado a promover la EJE a través de diferentes canales de comunicación, como el artículo, en el Diario "El Expreso de Guayaquil", donde tuvieron la oportunidad de mostrar lo que es EJE, y sobre la forma en la que puede contribuir para la competencia a las empresas ecuatorianas en el mundo empresarial. Además, el Gerente General y el Gerente de Calidad del Eje fueron entrevistados por Alberto Rigail para el programa de televisión "Competitividad" en el canal NC 3. Material de promoción EJE fue enviado a muchas empresas y asociaciones industrial de la ciudad como: Interagua, Ecuador Bottling Company, Papelera Nacional, Chevron, Texaco, la Cámara de la Pequeña industria, entre otras.

Los miembros del EJE también participaron en varios congresos como: el II Congreso de Ingeniería Industrial en Manta, el Laboratorio de PYMES III en Los Salias Ayuntamiento, Venezuela, la Semana del Emprendedor en la ESPOL, la semana de educación en Expoplaza.

Otra actividad importante fue la creación de dos áreas operativas de Seguridad Industrial y Simulación. Un grupo de estudiantes fueron capacitados y preparados en estas áreas. Además, algunos estudiantes del personal recibieron cursos de capacitación en finanzas y de la Comunicación.

Cuatro proyectos fueron desarrollados, una herramienta estadística a Expalsa, y el análisis en San Rafael, un diagnóstico de Dole y la mejora del proceso de paja toquilla en la Comuna Barcelona.

❖ Año 4: Abril 2006-Marzo 2007

El cuarto año no fue tan positivo para los miembros del EJE, los estudiantes pierden su motivación en parte porque las autoridades de la Facultad no prestan atención a sus actividades. El Consejo de Administración ha sido siempre con retraso y ni siquiera sabían lo que los estudiantes hacían. A pesar de que, este año se tuvo la 4^{ta} y 5^{ta} generación de los funcionarios y que realizaron algunas actividades de promoción e incluso ayudaron con la organización de los empresarios de América III en el Congreso Americano.

En el otro lado, el mecanismo de evaluación se desarrolló y se aplicó la EJE y a los miembros de EJE, con el fin de comprobar la eficacia que los estudiantes han ido desarrollando y presentarlo en la conferencia CIELA³⁴ en Colombia. Se confirma la hipótesis de que el hecho de participar activamente en EJE aumenta el espíritu emprendedor de los estudiantes que se mide con la auto-eficacia empresarial. Además, no se halló ninguna diferencia significativa entre el equipo de personal y el equipo del proyecto.

Dos proyectos se desarrollaron este año, el Proyecto de 6 Sigma en Dole y el proyecto de Seguridad Industrial en Naportec.

❖ Año 5: Abril 2007-Marzo 2008

En el 2007 fue un año de transición, era la primera vez que todos los miembros del personal concluían sus funciones dentro del organismo y la EJE se quedó sin personal durante casi un mes por lo que la Facultad

³⁴ Conferencia de Investigación sobre “ENTREPRENEURSHIP”.

decidió hacer una convocatoria pública entre los estudiantes, por lo que fueron 15 alumnos que inmediato mostraron su interés en participar. Estos estudiantes recibieron algunas tareas para poner a prueba sus habilidades y sobre todo su compromiso con la Eje. Se eligió a 7 estudiantes que formaron parte de la nueva generación del personal EJE.

Geovanny Correa fue elegido súbitamente como Gerente General, el personal de los estudiantes replanteó una nueva forma de trabajo a la EJE de que se reanuden las actividades de promoción, la elaboración de un nuevo material promocional, se desarrolló el plan estratégico para el año 2007.

El miembro del personal EJE ha establecido contacto con el Instituto de Matemáticas y estudiantes de la Facultad de Economía. También organizaron dos conferencias con el fin de promover la EJE entre los estudiantes de la ESPOL. La primera conferencia estuvo a cargo del Ing. Julio Fiallos sobre consultoría de empresas y la segunda conferencia estuvo a cargo del Econ. Eduardo Maruri y fue sobre las características de la población empresarial. Los miembros de EJE presentaron un póster en la ESPOL "Ciencia 2007 "y posteriormente presentaron 3 foros informativos para los estudiantes de la ESPOL.

Tres proyectos se llevaron a cabo: un curso de formación sobre la base de la mecánica y eléctrica para OPacific, un proyecto comunitario en conjunto con el Rotary Club que pretendía iniciar una mini-empresa que produce leche de soya con una máquina que fue donada a la comunidad de las Malvinas y una investigación de mercado para los productos alimenticios de Daule-ESPOL Campus. Los proyectos fueron evaluados como 4 sobre 5 en la Encuesta de Calidad.

Por el lado de la evaluación, el artículo "EDUCACIÓN FORMAL Y EMPRESA JUVENIL: CONTRASTE DE DOS ENFOQUES PARA DESARROLLAR EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR"³⁵ fue presentado en la 5^{ta} Edición de América Latina y el Caribe Conferencia de Emprendimiento de Negocios de Educación en Tampico, México 29 de mayo. El documento está nominado para el primer premio y publicado por la región de América Latina y el Caribe, Oficial de Educación en Ingeniería.

❖ Año 6: Abril 2008-Agosto 2008

En el 2008 la EJE cuenta con una nueva generación de estudiantes dirigidos por Peter Arreaga como gerente general³⁶. Los estudiantes direccionaron su trabajo en un entorno multidisciplinar, adicionalmente se contó con la participación de estudiantes de la carrera de ingeniería en alimentos y Ingeniería de Telecomunicaciones. El Consejo Administrativo realizó sesiones con más frecuencia y los estudiantes incorporaron metodologías de trabajo más organizada.

En este mismo año se presentó la propuesta de homologar el trabajo en la EJE con créditos de la carrera con el fin de aumentar la participación de los estudiantes. Otro aspecto importante es que la Facultad ha incluido una estrategia del Plan Estratégico 2009 "para mejorar el Eje" que es una forma de garantizar la sostenibilidad del proyecto.

Este Plan Estratégico se encuentra todavía en la fase de proyecto, los profesores y las autoridades de la Facultad revisarán la iniciativa y discutirán la forma de intensificar a la empresa junior.

³⁵ Educación Formal y Empresa Juvenil: Contraste de Dos Enfoques para Desarrollar el Espíritu Emprendedor, 2007.

³⁶ La Empresa Juvenil De La Espol: Resultados De Emprendedores, Miembros de la EJE, 2008.

Actualmente la Empresa Juvenil de la ESPOL (EJE) es una empresa consultora junior conformada y administrada por estudiantes que realizan la gestión y ejecución de proyectos de consultoría avalados por la ESPOL para la empresa pública y privada, además de proyectos de responsabilidad social a sectores marginales. Los proyectos de consultoría son realizados por los estudiantes con el soporte de profesores guía especializados en diversos temas.

La EJE está compuesta por dos partes:

- Staff (área administrativa)
- Operativa (ejecución de proyectos)

El área administrativa de la EJE funciona a través de los departamentos de Relaciones Comerciales, Finanzas, Calidad, Recursos Humanos, Producción y Formulación de Proyectos. Cada departamento tiene un gerente que realiza actividades de su competencia para alcanzar los objetivos y metas propuestas para su departamento en el plan estratégico de la Empresa, elaborado por las gerencias en conjunto.

❖ **Objetivos de EJE**

- Ser el medio a través del cual los estudiantes puedan adquirir habilidades profesionales que complementen la formación académica.
- Promover y desarrollar el espíritu emprendedor entre los estudiantes.
- Satisfacer la creciente demanda de consultorías y capacitaciones en el medio.
- Impulsar el desarrollo y crecimiento de las empresas del sector productivo.

❖ Método

Por lo general, en los proyectos intervienen de 2 a 10 estudiantes, supervisados por un estudiante coordinador y guiados por un profesor experto en el tema, los cuales trabajan directamente con la organización que recibe la consultoría y responden al Gerente de Producción sobre su desarrollo. Desde sus inicios, la EJE ha realizado 10 proyectos de consultoría en diferentes empresas de la ciudad, los cuales han permitido el desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes tanto en la parte administrativa como operativa.

Los estudiantes que participan en el área administrativa tienen la oportunidad de experimentar el ambiente empresarial: trabajar en equipo, negociar propuestas, establecer contactos, tomar decisiones, inclusive experimentar el éxito o fracaso y sobre todo desarrollar sus habilidades profesionales.

Mientras que los estudiantes que participan en el área operativa están orientados hacia el desarrollo de los trabajos de consultoría, existiendo aquí la posibilidad de aplicar en los proyectos lo aprendido en las aulas, palpando directamente los problemas reales existentes, afrontando diferentes tipos de situaciones como solución de problemas, comunicación oral con el cliente, planificación y organización de proyectos, trabajo en equipo, etc.

Cada año para mostrar los resultados que se han obtenido y las ventajas que poseen los estudiantes que han formado parte de la organización de la Empresa Juvenil de la ESPOL, se realiza un informe de lo siguiente:

1. Los proyectos realizados
2. Propuestas presentadas Vs. Propuestas aceptadas (contrato)

3. Nivel de Satisfacción de los clientes

A continuación se presentan los aspectos positivos que se han encontrado en la EJE.

- Se ha conseguido un nivel de organización interna que les permite cumplir efectivamente con sus tareas rutinarias.
- Se está implementando un Sistema de Gestión de Calidad.
- La EJE ha desarrollado una metodología de trabajo para realizar las propuestas de servicios.
- El proceso de selección y reclutamiento de personal directivo y operativo ha sido desarrollado y está siendo ejecutado de manera adecuada.
- La EJE ha logrado contactos y reconocimiento interno.
- Se ha establecido conversaciones con el Instituto de Ciencias Matemáticas para sacar un núcleo de la EJE en esa unidad.

❖ Resultados

CUADRO 1: PROYECTOS EJECUTADOS	
CONSULTORÍA	
Tema	Empresa
Desarrollo de programa para la distribución del personal de la bodega principal	Tiendas Industriales Asociadas S.A. (TIA S.A.)
Mejoramiento y racionalización de los recursos del área de packing	Unilever Andina
Diagnóstico situacional	DOLE S.A.
Reducción del nivel de variación en el proceso de distribución de cupos en zonas	
Identificación de puntos óptimos de localización de centros de acopio	
Evaluación de riesgo para la seguridad y salud ocupacional	
Evaluación de riesgo para la seguridad y salud ocupacional	FARBEM DOS S.A.

RESPONSABILIDAD SOCIAL	
Análisis y mejora del proceso de piedra lavada	Comuna San Rafael
Mejoramiento del proceso de secado de la paja toquilla	Comuna Barcelona
Capacitación del personal de la comuna	

❖ Conclusiones

Dentro de las entrevistas que tuvimos con la Gerente General de la Empresa Juvenil de la Espol, Srta. Sofía Delgado, llegamos a la conclusión de que los estudiantes que han formado parte tanto del área administrativa como de la ejecución de proyectos de la EJE-ESPOL han desarrollado herramientas útiles para su desenvolvimiento profesional en el sector industrial y empresarial, por lo que hoy en día muchos de ellos ocupan importantes cargos en dichos sector.

La EJE-ESPOL ha respondido eficazmente a los requerimientos de las empresas que han solicitado su servicio, sin embargo, por motivos no imputables a la empresa no se han logrado ejecutar muchas de las propuestas realizadas.

La Gerente General, recalca que aún falta mucho por mejorar debido a su misma naturaleza de la organización por ser administrada en su gran mayoría por estudiantes que una vez que culminan sus estudios deben de separarse de la EJE, para darle la oportunidad a nuevos estudiantes, lo que origina una alta rotación de los mismos y una debilidad de la EJE. Por lo se debe poner en marcha la aplicación de estrategias para que este factor no afecte a la continuidad de los proyectos y se mantenga la uniformidad en las actividades. Poco a Poco se han dado a conocer a las empresas, sin embargo ya se han sentado las bases para que la EJE-ESPOL se consolide como una empresa consultora reconocida en el medio local.

CAPÍTULO 2

2. ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

2.1. Reglamento de Implementación Curricular de La Práctica Profesional

Las Prácticas Profesionales forman parte integral del curriculum que ofrece la institución y se rigen por un reglamento, por las Normas Académicas, por los programas de estudios de las diferentes carreras y por los acuerdos que al respecto suscribe la Universidad.

La Práctica Profesional es una actividad curricular (asignatura) que deben cumplir los estudiantes ordinarios de la Universidad en el campo de trabajo y consiste en el adiestramiento y aprendizaje como parte integrante del proceso de formación profesional en el área de su competencia.

Su realización es obligatoria y está debidamente regulada por políticas, reglamentos, procesos y procedimientos previamente conocidos por los estudiantes. El objetivo primordial de la práctica profesional es que el estudiante aplique a la realidad organizacional los conocimientos teóricos-prácticos, habilidades y destrezas adquiridas en las diversas áreas de formación que definen el perfil profesional de su especialidad, así como también retroalimentar a las distintas facultades para que ajusten los programas de estudio de las respectivas carreras.

La realización de la práctica profesional es una obligación compartida entre la Institución y el estudiante. La institución adquiere para con el estudiante la obligación de realizar todas las gestiones establecidas en

sus reglamentos internos para que éste pueda cumplir con las prácticas profesionales que componen el período académico en el cual está inscrito. Igualmente, el estudiante adquiere la obligación de realizar todas las gestiones que le fijan los reglamentos, las cuales se consideran necesarias para la realización de su práctica profesional.

Durante el período de práctica profesional, cualquiera que sea la modalidad que esta adopte, el estudiante deberá estar matriculado en la institución. La práctica profesional según el Artículo 5 del Capítulo II del reglamento de implementación curricular de la práctica profesional³⁷, tendrá los siguientes créditos obligatorios para:

PRÁCTICA	CRÉDITOS	HORAS POR CRÉDITO
Práctica Pre-Profesionales	22	16
Vinculación con la Colectividad	2	32

El período de práctica tiene un término de duración no superior a cuatro meses ni inferior a tres meses. El objeto de estudio y actuación de la práctica pre-profesional y las pasantías de cada ciclo y nivel, deberá contar con una matriz que sustente su proceso metodológico, en los Campos de Actuación y el Área de la Profesión.

Una coherente estructuración de la malla curricular les demanda una exigencia de coordinación, conectividad y complementariedad de carácter sistémico entre las áreas y asignaturas, para desarrollar un proceso de las prácticas y pasantías que permitan una eficiente y pertinente integración de las mismas en cuanto a su ubicación, carácter, nivel,

³⁷ Reglamento de Implementación Curricular de la Práctica Profesional y Pasantías Estudiantil, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 2009.

objetivos, contenidos, formas de evaluación, modalidad de tiempo y forma.

Lo que se busca al implementar la empresa juvenil dentro de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, facultad de Ciencias Económicas, es que los estudiantes puedan realizar su práctica profesional mediante la vinculación a proyectos de investigación adelantados por la institución, o por instituciones con las que ésta tenga celebrado convenios de cooperación. Con el desarrollo de esta práctica, la institución puede fomentar los procesos investigativos que le permitan contar con un conocimiento amplio sobre el contexto y sus necesidades, y construir conocimiento al interior de las disciplinas, superando el carácter de transmisora.

Los estudiantes también podrán realizar su período de práctica profesional mediante la vinculación de Asesoría y Desarrollo Empresarial para La Pequeña y Mediana Empresa, que cuenten con convenios u otras formas de respaldo por parte de la institución.

En las prácticas profesionales de acuerdo a su reglamento, se consideran tres niveles de la formación profesional como requisitos previos a la graduación. Los niveles son los siguientes³⁸:

- Nivel Básico,
- Nivel Básico Específico,
- Nivel de Profesionalización.

³⁸ Reglamento de Implementación Curricular de la Práctica Profesional y Pasantías Estudiantil, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 2009.

En base a esta subdivisión en niveles de las prácticas profesionales se debe considerar como objeto de estudio el nivel de profesionalización, ya que la empresa Junior se dirige en especial a este nivel.

Por definición, el nivel de Profesionalización, según el literal C, del artículo 7, Capítulo II del reglamento³⁹, *constituye el espacio metodológico de integración de las competencias apreñendidas por el estudiante, que parte del reconocimiento del objeto de transformación y del objeto de actuación de la profesión, para luego insertar al estudiante en la investigación-acción de problemáticas y de actores específicos, cuyo conocimiento teórico-práctico lo habilita en la toma de decisiones en cuanto a la selección y aplicación de los Modelos de Intervención que definen el Modo de Actuación del profesional.*

Al nivel de profesionalización, le corresponde la estancia práctica (práctica laboral de no menos de 3 horas diarias), en la que el estudiante se inserta en proyectos específicos relacionadas con los Modelos de Intervención, para ejecutarlos en los campos, áreas, sectores, situaciones, procesos y productos que surgen de las demandas de los organismos e instituciones del sector de desarrollo de la profesión.

En esta modalidad de práctica el estudiante, por lo general, se integra al equipo de trabajo. Cuando existe el ciclo o semestre, se divide en varias estancias por las que rotan los subgrupos de estudiantes creados al efecto, y se denomina "Rotación".

Esta práctica debe desarrollarse durante los ciclos que corresponden al nivel de Profesionalización, con una intensidad de 12 créditos (192 horas),

³⁹ Reglamento de Implementación Curricular de la Práctica Profesional y Pasantías Estudiantil, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 2009.

las mismas que deberán integrar a las prácticas posteriores al egreso de los estudiantes y/o aquellas que se realizaban durante la elaboración de su trabajo de titulación.

❖ **Objetivos de Las Prácticas por Niveles**

La profesionalización del estudiante debe ser dirigida en base a las prácticas profesionales que éste realice, de igual manera éstas prácticas deben ser encaminadas a alcanzar ciertos objetivos, los cuales, deben estar muy claros y concisos para poder obtener el resultado esperado.

De acuerdo al Art. 8 del Capítulo III⁴⁰, los objetivos de las prácticas pre-profesionales son los siguientes:

- Poner en práctica las competencias profesionales en contextos de trabajo simulados y reales.
- La aprehensión y asimilación de conocimientos en entornos y prácticas organizacionales complejas.
- La integración de equipos interdisciplinarios y el aprendizaje de la interacción profesional y comunicativa en grupos cooperativos.
- El desarrollo de la capacidad emprendedora en la formulación, gestión y evaluación de proyectos e iniciativas en el campo profesional.
- La profundización de la información necesaria para la detección, formulación y solución de los problemas de la profesión, aplicando procesos de investigación.
- Desarrollar oportunidades para la toma de decisiones y resolución de problemas en los diferentes campos de desarrollo profesional, en condiciones normales y de incertidumbre.

⁴⁰ Reglamento de Implementación Curricular de la Práctica Profesional y Pasantías Estudiantil, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 2009.

❖ **Carácter y Modalidad de Las Prácticas en El Nivel de Profesionalización**

En éste nivel se debe tomar en cuenta de manera inicial las competencias de las prácticas, las cuales, consideran dos aspectos principales que son:

- Técnico-metodológico
- Socio-Organizativa

En cuanto al aspecto Técnico metodológico, se refiere a la forma en que el alumno relaciona sus conocimientos adquiridos en la carrera en el mundo profesional, es decir, en la práctica, de esta manera se refleja la aplicación independiente de los modelos de actuación e intervención profesional a situaciones y problemas que pudiera encontrar en la práctica, aplicar y seleccionar los métodos adecuados de acuerdo a los requerimientos de la actividad profesional específica que esté realizando. En este aspecto se trata de verificar la aplicación de un modelo de sistematización de prácticas estableciendo un encuadre teórico – metodológico.

En el otro aspecto Socio- organizativo, se cubre la forma en la que el alumno se relaciona con el medio laboral, específicamente el trabajo en equipo, la capacidad de motivar y generar sinergias de alineamientos en proyectos específicos, las habilidades de comunicación y mediación en conflictos, identificación con la institución, entre otras, de esta manera se puede llegar a una mejor evaluación del alumno tomando en consideración cada uno de estos aspectos y sus diferentes ámbitos de acción.

La modalidad de las prácticas en el nivel de profesionalización, se denomina estancia práctica, que implica que el estudiante se encuentre en la institución no menos de 3 horas diarias, en las que el estudiante se inserta en proyectos específicos.

Otro aspecto importante en este nivel de profesionalización, es el docente o supervisor del estudiante durante las prácticas profesionales, de tal manera, que pueda servir de guía al estudiante ante cualquier problema o dificultad que se le pudiera presentar durante su período de prácticas. Este docente o supervisor deberá demostrar dominio de la metodología de enseñanzas en problemas y aprendizaje autónomo.

Las funciones del supervisor en general son las siguientes:

- Desarrollo de un programa de prácticas.
- Desarrollo del proceso de selección de los sectores de prácticas y la realización de acuerdos.
- Realizar seguimiento a los convenios o acuerdos de práctica.
- Supervisar en terreno el desempeño de los y las estudiantes.
- Acompañamiento en la planificación y evaluación semanal (o en los períodos de tiempo necesarios) de la práctica estudiantil.
- Análisis de las situaciones profesionales a la luz del método de la profesión y del encuadre teórico necesario.
- Desarrollar el modelo de sistematización de prácticas.
- Coordinación de las asignaturas del ciclo, con las necesidades del modelo de prácticas que favorece la integración del conocimiento.
- Aplicación de un modelo de investigación-acción en el aula.

Estas funciones son generales, es decir, que pueden existir variaciones debido a la actividad particular de cada uno y del contexto en el que se desenvuelva la actividad, sin embargo, la supervisión de las prácticas

deberá ser dirigida con respecto a cada una de las modalidades de práctica por ciclo y por nivel, realizando los siguientes procesos:

- a) **Inserción:** Teórico-práctica, que oriente el proceso de enseñanza aprendizaje hacia la ubicación y selección de los contenidos necesarios para comprender la realidad emergente y estructural en la que está o estará inmerso el estudiante, desarrollando la dinámica del conocimiento en la acción.

- b) **Diagnóstico:** Como proceso de investigación de las múltiples dimensiones del objeto de la acción pre-profesional, identificando, jerarquizando y relacionando en profundidad la complejidad de la problemática que va a ser abordada, especificando el Modelo de Actuación Profesional y los recursos.

- c) **Planificación:** Como estrategia dinámica y compleja, que apunta a relacionar el campo académico con los procesos metodológicos, superando la racionalidad instrumental, ya que centra su operatividad en los objetivos y en la creación de escenarios de participación en un contexto de reconocimiento de la capacidad de los actores de incluirse en los procesos de elaboración y toma de decisiones para la ejecución y evaluación de los proyectos propuestos.

- d) **Ejecución:** Como proceso donde se integran todas las etapas anteriores y posteriores de la práctica, todas las dimensiones del estudiante y de los procesos de aprendizaje (y sus distintos componentes) y todos los espacios que son parte de la Universidad como fuera de ella.

- e) **Evaluación:** Como proceso dinámico que acompaña los aprendizajes y experiencias vividas, a partir de los ejes teóricos, metodológicos y técnico-instrumentales, encaminados a la validación, reconstrucción y retroalimentación de los problemas, objetivos, contenidos, contextos, y propuestas de todo tipo.

- f) **Sistematización:** Como proceso dinámico de construcción y reconstrucción del conocimiento de la realidad social y de sus actores, a partir de la articulación entre los ejes teóricos, metodológicos y técnico-instrumentales, propios de los modelos de actuación profesional y los contextos de participación de los actores en la elaboración de alternativas de modificación y transformación de las distintas problemáticas.

❖ **Calificación de Las Prácticas**

Siguiendo el proceso según lo estipulado en el reglamento al final de la práctica un informe final o parcial deberá ser entregado como resultado de todos los conocimientos adquiridos durante las prácticas profesionales.

Todas las calificaciones deberán ser sobre 10 y potenciadas conforme a los porcentajes estipulados por el presente documento. Aportarán a la calificación de la práctica:

Docente o supervisor encargado de la práctica, Jefe inmediato superior o responsable de la práctica por parte de la institución/organización (en caso de que la práctica se dé al interior de una entidad pública o privada).

2.2. Vinculación Del Proyecto Con La Malla Académica De Las Carreras De La Facultad De Ciencias Económicas

El proyecto de establecer una empresa juvenil dentro de la Facultad de Ciencias Económicas, de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, se vinculará a las diferentes carreras existentes dentro de la facultad de la siguiente manera:

Cada estudiante que forme parte de un proyecto, estará en un proceso de enseñanza y aprendizaje, dentro de un marco de calidad y excelencia, con el fin último de facilitar el desarrollo pleno de su potencial, con la ayuda de profesores guías que les ayudarán a desarrollar su capacidad para pensar, entender, manejarse y emprender en el mundo que les rodea con respecto a su carrera elegida.

Como la Universidad ha adquirido el compromiso de brindar a los estudiantes una preparación integral de excelencia y para lograrlo, en todas las actividades formativas que se llevan a cabo en sus distintas carreras, la empresa juvenil fomentará la investigación, el pensamiento crítico, la responsabilidad en las relaciones con el entorno sociocultural y el emprendimiento. Se espera que al concluir la formación profesional de cada estudiante de diferente carrera, llegue a ser un ser humano independiente que lidere procesos de cambio con visión trascendente; actitud responsable, crítica, reflexiva y creativa; apoyado en la investigación y la tecnología, valorando su entorno sociocultural y la interrelación e interdependencia en la que participa con su entorno.

La Empresa Juvenil busca formar parte del proceso de gestión de la calidad educativa de la facultad y de sus carreras, llevando a cabo un ejercicio de reforma curricular entre sus objetivos se contempla la

promoción de un diseño no sólo basado en la búsqueda de conocimientos, sino en las habilidades de comunicación, liderazgo, trabajo de equipo y aprendizaje significativo.

Se Conoce que el enfoque predominante en la mayoría de carreras ha sido el diseño y la construcción de proyectos que parten de una necesidad real identificada como oportunidad de negocios y que los mismos se vinculen con procesos de producción y comercialización, por lo tanto, la empresa juvenil, buscará que los alumnos tengan el potencial necesario para promover cambios y mejora continua a cada proyecto que se lleve a cabo para las empresas.

Los alumnos que formen parte de la Empresa Juvenil tendrán que trabajar fuerte para convertirla a mediano plazo en un Centro de Prestigio para otras instituciones educativas en el Ecuador, la inserción laboral temprana y la práctica pre-profesional de los estudiantes, llegar a tener convenios y proyectos a realizarse con organismos, instituciones y empresas de los sectores sociales, productivos, de servicios y científico-técnicos, además buscarán motivar el emprendimiento, innovación e iniciativa empresarial en todas las disciplinas de las distintas carreras que actualmente se ofrecen y que se ofrecerán en el Futuro en la Facultad de Ciencias Económicas. Además se pretende fortalecer los procesos de incubación empresarial para ayudar a los estudiantes a transformar sus sueños en realidades.

Como ejemplo de desarrollo de emprendimiento dentro de los estudiantes, se puede constatar que en estos últimos años, la carrera de Administración de Empresas ha contado con el apoyo del programa "Empresarios Juveniles" de Junior Achievement mediante, el cual, los estudiantes de Octavo Ciclo, tienen la oportunidad de desarrollar y gestionar sus propias empresas juveniles, involucrándose activamente en

todo el proceso desde la generación de la idea de negocio y la creación de la empresa, hasta su liquidación al final del semestre.

La propuesta de crear una empresa juvenil se enfoca actualmente en el autoconocimiento y la autovaloración como las herramientas para fortalecer a la persona emprendedora, así como en la definición de un plan de negocios completo a partir de una idea viable que aporte valor a los beneficiarios y clientes finales.

2.3. Beneficios que tendrá El Estudiante de La Empresa Junior Después De Graduado

La Empresa Juvenil brinda la oportunidad de que el estudiante, una vez graduado, pueda desarrollarse tanto personal como profesionalmente en un ambiente cordial, dinámico y profesional, ya que, formar parte de un equipo joven y emprendedor, como es la empresa juvenil, en la cual, adquirió una experiencia de trabajo reconocida en el medio empresarial por haber trabajado en proyectos de consultoría y asesoría para empresas tanto públicas como privadas y con la flexibilidad horaria para continuar su estudios mientras terminaba su carrera universitaria.

En la Empresa Junior el estudiante tiene la oportunidad de vivir una fantástica experiencia universitaria, adquiere conocimientos y le facilita el acceso a una nueva esfera de oportunidades laborales. Como institución Educativa, la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil concede gran importancia al dominio de la carrera, en la cual, el estudiante se gradúa, y prepara a los estudiantes para que desarrollen sus competencias comunicativas en el mundo laboral.

Pero, ¿qué habilidades y conocimientos debe tener el estudiante para marcar la diferencia? cada empresa, depende de su filosofía y de las características de los puestos que necesite cubrir. No obstante, hay una serie de cualidades sociales muy valoradas, por lo general, para desarrollar cualquier trabajo. Entre éstas, cabe destacar, la capacidad de comunicación, la de asumir riesgos y responsabilidades, la facilidad para trabajar en equipo, la predisposición para comprometerse con la empresa en sus diferentes vertientes, la confianza en uno mismo o la flexibilidad, lo cual, el estudiante que ha formado parte de la Empresa Junior tendrá este tipo de habilidades y conocimientos para adaptarse no sólo en un puesto de trabajo ni ante un entorno determinado, ya que, está apto para trabajar en cualquier área competente.

Se trata, en definitiva, de acumular una serie de cualidades que le facilitarán al estudiante una vez graduado, la inserción en el mundo laboral. Se debe ser consciente de que, aunque el estudiante cuente con todas ellas (en mayor o menor medida, todo el mundo las posee), pero debe de potenciarlas cada día. Para ello, la Empresa Juvenil preparará actividades en forma de talleres, seminarios y cursos destinados a fomentar las habilidades sociales más importantes y que a su vez, esto formará parte del currículo de cada estudiante una vez terminada su carrera.

El Estudiante estará preparado para afrontar retos laborales, tales como:

- Incursionar en la búsqueda, organización, selección y análisis de información como forma de tomar decisiones y resolver problemas que se le presenten.
- Que el trabajo en equipo, la toma de acuerdos y la valoración de la

diversidad se incorporen como herramientas para comunicarse con eficiencia e integrarse armónicamente con otros.

En la Empresa Junior, el grupo de estudiantes que la conformen fijarán sus propias metas, establecerán sus objetivos claros, alcanzables y se comprometerán con el logro de éstos, tomarán decisiones, asumirán riesgos y enfrentarán los desafíos propios de un emprendedor para así poder cumplir sus objetivos, además, tendrán la importancia de educarse constantemente durante toda su vida.

2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.4.1. Focus Group

PERFIL: Estudiantes universitarios que se encuentran cursando del sexto a octavo semestre de las diferentes carreras de la Facultad de Ciencias Económicas; Administración de Empresas, Contaduría Pública, Economía y Gestión Empresarial Internacional, que mantenga un excelente promedio estudiantil y hayan realizados practicas pre profesionales

MEDIO: El lugar donde se desarrolló el grupo focal fue en el aula 705 Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la actividad se lo realizó el día sábado 14 de junio del año 2010 a las 11:00 a.m. Este día y hora fue elegido en coordinación con el departamento académico de la facultad y los participantes del Focus Group.

RECLUTAMIENTO:

Se realizó una selección de participantes, dentro de un círculo de amigos y estudiantes desde sexto a octavo semestre referidos por los Directores de cada carrera de la facultad, quienes han tenido experiencias en prácticas pre profesionales anteriormente y cumplen con las exigencias del perfil.

MODERADORES:

Srta. Cynthia Guerrero, Integrante del Proyecto.

Srta. Karla Ormaza, Integrante del Proyecto.

❖ **Objetivos del Focus Group:**

1. Determinar la importancia que tiene la práctica pre-profesional para estudiantes universitarios.
2. Conocer si han realizado una práctica pre-profesional, que detalle su experiencia y el aporte que les dio como futuros profesionales.
3. Identificar el interés del estudiante en formar parte de una empresa de asesoría dentro de la facultad de Ciencias Económicas.

❖ **CONCLUSIONES DEL FOCUS GROUP**

Después de haber realizado el Focus Group, se puede analizar la intervención y concluir sobre cada una de las preguntas planteadas:

Un 60% de los Estudiantes opinan que para ellos es importante la práctica pre-profesional porque en muchos casos es donde se pone en práctica esos conocimientos adquiridos en la universidad, les permite aprender más en el puesto de trabajo y así se pueden consolidar como profesionales aptos para los retos laborales.

Además, porque ayuda a enriquecer su hoja de vida ya que representa la primera experiencia laboral, lo cual, es muy importante al momento de buscar un propuesta de trabajo, más aún, si en su primera experiencia realiza un trabajo importante que le permita al estudiante desarrollar su carrera profesional.

El 40% restante de los colaboradores dijeron que la práctica pre-profesional no cumple con las expectativas de los estudiantes, por lo que, sus funciones desempeñadas no van acorde con lo aprendido en la universidad, ya que a una parte de ellos les ha tocado desempeñar el papel de digitalizadores, ordenadores de archivos, selladores de documentos, sacadores de copia, protocolo, recepción de documentos, mensajería, entre otros.

Un 75% de los estudiantes si han realizado prácticas pre-profesionales, en diferentes áreas, tales como: Legal, Recursos Humanos, Logística, Ventas, Servicio al Cliente, Administración, Compras y Contabilidad y parte de ellos nos compartieron sus experiencias que les ayudó al desarrollo de las habilidades personales, como el aprender a desenvolverse con los demás, hablar en público, ser proactivo, trabajar en equipo y comunicarse efectivamente.

A su vez, los colaboradores del Focus Group contestaron que deben de implementarse materias como: Gerencia Estratégica en Ventas, Business Coaching, Alta Dirección en Marketing, Habilidades Gerenciales, Administración Eficiente de Empresas Familiares, Trade Marketing, Creatividad e Innovación en los Negocios, Formación de Consultores con Alto Desempeño, materias que en la actualidad, les ayudarán a fortalecer sus conocimientos y serán estudiantes más competentes en el ámbito laboral.

Se pudo constatar que un 60% de los estudiantes buscan una pasantía remunerada, porque necesitan ayudarse económicamente y porque desean que su trabajo (en mayor o menor responsabilidad), sea

recompensando con una remuneración como pasantes, tal como lo indica el CONESUP (Consejo Nacional de Educación Superior), en el Art. 75⁴¹.

Mientras que un 25% de los colaboradores, contestaron que NO les interesa que sea remunerada, porque lo que desean es adquirir experiencia, más no dinero y que ellos se sentirían satisfechos de conseguir una pasantía en un lugar en el que adquieran conocimientos y tengan la oportunidad de quedarse trabajando a un corto o mediano plazo dependiendo a su desempeño, dedicación y logros alcanzados como Pasantes.

Por último, el 15% de los estudiantes contestaron que no piden una remuneración fija mensualmente, pero si desea que se les reconozca ciertos gastos como: alimentación y transporte.

Los colaboradores indicaron que están satisfechos que las carreras hoy en día cuentan con un nuevo servicio de brindar al estudiante un lugar en dónde realizar sus prácticas pre-profesionales, sea dentro o fuera de la universidad por un período determinado, y también pueden trabajar dentro de los proyectos que realiza el INFOCSI (Instituto de Formación, Capacitación, e Investigación), aunque sugieren que dentro de la facultad pueda existir un Centro de Promoción y Empleo que los vincule con empresas públicas y privadas en el momento que necesiten realizar su práctica pre-profesional o busquen oportunidades laborales.

⁴¹ **CONESUP, Art. 75.** Los estudiantes tienen la obligación de realizar pasantías, de conformidad con cada carrera, entendidas como prácticas pre-profesionales remuneradas. Estas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas públicas o privadas, e instituciones del Estado, relacionadas con la respectiva especialización, las que otorgarán las debidas facilidades.

Con respecto al proyecto de tesis, Los entrevistados contestaron que Si les gustaría formar parte de una empresa juvenil, donde puedan tener la oportunidad de desarrollar Proyectos de Investigación o de Asesoría afines a su crecimiento académico para tener la oportunidad de poner en práctica todos los conocimientos adquiridos dentro de la universidad. Además, como jóvenes universitarios pueden desarrollar todo su potencial, ponerlo a prueba, generar cambios positivos en su vida universitaria, definir aquellas habilidades y competencias que mejor los caractericen, de lo cual, su hoja de vida puede ir acumulando más información con respecto a su perfil académico antes de graduarse, ya que antes de ingresar en el mercado laboral, pueden conocerlo y saber que puede ofrecerle un retorno mayor.

Piensan también que al trabajar con diferentes empresas públicas y privadas en diversos proyectos de consultoría, pueden tener la posibilidad de encontrar propuestas laborales en lugares concretos.

Los entrevistados nombraron varios proyectos tales como:

- Investigación de Mercado
- Asesoría Contable
- Simplificación de Procesos
- Diseño y Formulación de Proyectos
- Diseño y Estructuración del Talento Humano
- Planeación Estratégica para PYMES
- Consultoría y Asesoría Empresarial

De igual forma, indicaron que si se lleva a cabo este proyecto, es necesario la ayuda de profesores capacitados que conozcan el tema a desarrollar, de ser posible que posean un MBA y con una trayectoria académica de experiencia por largos años dentro de la universidad o

fuera de ella, a su vez, que haya tenido la oportunidad de trabajar en proyectos de consultoría y tenga la experiencia necesaria en planes de negocios, ya que de esta manera se verán más respaldados por la ayuda de profesionales expertos en la materia y a su vez, los profesores se convierten en el motor de desarrollo dentro de la unidad académica, por lo tanto, los estudiantes piensan que trabajando con profesores guías se entregarán proyectos de calidad.

A su vez, Los participantes indicaron que es una excelente idea trabajar con estudiantes de las diversas carreras de la facultad, ya que de esta manera pueden compartir conocimientos e ideas y es una buena oportunidad de formar excelentes equipos de trabajo, pueden afianzar amistades, y entregar lo mejor de sí mismos para que los proyectos sean muy bien elaborados y dejar en alto el nombre de la Facultad de donde proceden, además romperían esa barrera de trabajar con sus mismos compañeros de aula.

Piensan que es una excelente idea haber elaborado este tipo de proyecto ya que de esta manera, los Directivos de la Facultad y Universidad en General pueden interesarse, ya que es viable para los estudiantes que desean tener la experiencia profesional antes de graduados y sería una buena oportunidad para que la Universidad y Facultad puedan darse a conocer más de cerca a diversas empresas del país y sepan que también cuenta con estudiantes emprendedores, capacitados y excelentes.

2.4.2. Entrevistas A Profundidad

NOMBRE: Ing. Hugo Fernández Macas, Msc.

CARGO: Director de la Carrera de Administración de Empresas

TIEMPO EN LA DOCENCIA: 30 años

NÚMERO DE ESTUDIANTES: 668



1-. ¿Piensa usted que los estudiantes de la carrera de Administración están en capacidad para realizar algún tipo de asesoría?

Los estudiantes están en capacidad de realizar cualquier tipo de asesoría ya sea en pequeñas, medianas o grandes empresas, yo creería que el inconveniente radica en que la mayor parte de estudiantes de niveles superiores se encuentran trabajando actualmente, pero hay un número de estudiantes que no trabajan todavía y que si estarían interesados en poder hacerlo, ya que al brindar su aporte pueden engancharse en un trabajo y ,a su vez, desarrollan sus habilidades y conocimientos ya que no ha existido la oportunidad de que estudiantes de Administración se involucren en proyectos de consultoría e investigación ofrecidos a empresas públicas y privadas.

2-. ¿Cómo piensa usted que debe de llevarse a cabo la ejecución de los proyectos de asesorías?

No ha existido una autoridad que invite a los estudiantes a ser partícipes de estos proyectos, pero en este caso ustedes como promotoras de ésta idea deben generar el mercado y el resto de estudiantes de la facultad sean los operativos, así se debería establecer la cadena de valor de este

proyecto. Hoy en día, muchas empresas piden un pool (equipo) de estudiantes para hacer una investigación de mercado, temas de asesoría contable, publicidad, relaciones públicas y perfectamente si el estudiante tiene la experiencia participando en estos proyectos puede hacerlo, por lo tanto, considero que es factible el proyecto para los estudiantes y para la facultad.

3- ¿Qué diferencias encuentra entre las pasantías y las asesorías de la empresa juvenil?

En las pasantías sucede las empresas llaman al seleccionado y asignan un trabajo un trabajo al estudiante por un período determinado de 3 a 6 meses, en cambio en las asesorías se sobreentiende que es un trabajo puntual que se empieza y se termina; existe la posibilidad que la compañía tome un giro y decidan que el estudiante continúe con otros proyectos dependiendo a la calidad del trabajo, pero el estudiante tiene tiempo para enfocarse a un solo requerimiento que les solicitan y tiene el privilegio de tener su tiempo y espacio disponible dentro de la universidad.

4- ¿Piensa usted que la materia de Desarrollo de Emprendedores debe dictarse en los primeros semestres?

Puede ser que sí, pero depende, según esté diseñado el plan académico, el desarrollo de emprendimiento esta trazado para que los estudiantes realicen un plan de negocio esto implica automáticamente obligados a un análisis financiero y para poder hacerlo debe pasar primero por algunos filtros, tales como materias de Finanzas, Administración Financiera, Administración Corporativa, Finanzas Corporativas, Finanzas Internacionales y al finalizar todas estas materias están en capacidad para poder realizar los planes de negocio, nuestra malla curricular está

basada en el modelo de los mexicanos, lo que permite que el estudiante egrese entendiendo lo que es un negocio.

5-. De acuerdo a las encuestas realizadas, los estudiantes de niveles inferiores no se sienten en capacidad para formar parte de este proyecto ¿Qué piensa usted al respecto?

Tienen toda la razón porque falta hacer una retroalimentación, este punto fue tocado con el Ing. Edgar Jiménez, Profesor de la Materia de Desarrollo de Emprendedores y revisamos las materias de los niveles inferiores, por ejemplo a la unidad de marketing le pedimos que los estudiantes terminen un cuarto semestre con una base de conocimientos como: profundizar la investigación de mercado y de esta manera justificar la contribución de las materias de los niveles superiores para que los estudiantes de los últimos ciclos no tenga falencias, son las primeras promociones que salen con este modelo y debe ser revisado constantemente, ya hemos tenido más reuniones con profesores de marketing y finanzas para que establezcan claramente lo que deben de aportar para que el estudiante de octavo ciclo esté listo para llevar a cabo el negocio.

6-. ¿Qué acciones se están tomando para corregir estas falencias?

Actualmente en el seminario de graduación se está corrigiendo esta falencia poniendo como bases materias de marketing y finanzas.

EL 12 de Febrero del 2009, se realizó la primera feria de Expo-Negocios & Emprendimiento, donde los estudiantes del Octavo Ciclo, de la carrera de Administración de Empresas, presentaron alrededor de veinte proyectos de distintas áreas, como: turismo, alimentos, decoración y

servicios, donde muchas personas de afuera y autoridades de la universidad apreciaron las acciones que los estudiantes realizaban para convertirse en fuentes generadoras de trabajo para la sociedad.

Hemos adaptado modelos como simulador de negocios a niveles inferiores, este diseño abarca todo porque se simula el manejo de una empresa, así mismo se están haciendo laboratorios de marketing con un simulador de mercado y toma de decisiones, en logística y transporte que apliquen un software para logísticas y esto permita que el estudiante de octavo semestre maneje diversos componentes como: marketing, logísticas, estadística para la ejecución de los proyectos, entre otros.

NOMBRE: Econ. Segundo Guerra Gallegos, Msc.

CARGO: Director de la Carrera de Economía

TIEMPO EN LA DOCENCIA: 25 años

NÚMERO DE ESTUDIANTES: 289



1-. ¿Piensa usted que los estudiantes de la carrera de Economía están en capacidad para realizar algún tipo de asesoría?

Los estudiantes de la carrera de Economía tienen las facultades necesarias para ofrecer consultorías en diferentes empresas tanto públicas como privadas, esto se debe a dos razones fundamentales, primero por la formación académica que actualmente se encuentra dentro del pensum de la carrera de economía y segundo porque contamos con dos materias de proyectos: Formulación de proyectos y posteriormente el refuerzo que es la materia de Evaluación de Proyectos y en los últimos semestre, se recibe una materia optativa llamada Emprendedores, donde el profesor encamina a los alumnos a que desarrollen proyectos individuales o en grupo, debido a toda esta doble preparación de formular, evaluar y activar un proyecto.

2-. ¿Cómo piensa usted que debe de llevarse a cabo la ejecución de los proyectos de asesorías?

En este tema, siendo una opinión muy personal, voy a pedir que tomen en cuenta las siguientes reflexiones, desconozco hasta que cierto punto han analizado su proyecto con otros grupos, ya que nosotros como facultad tenemos la presencia del Infocsi , que en la actualidad está trabajando con alumnos de nuestras carreras principalmente con estudiantes de Economía y Gestión Empresarial y han tenido buenos resultados,

entonces, el plan estratégico de la universidad contempla que las carreras deben trabajar en proyectos en comunión con el instituto de investigación de cada facultad en este caso el Infocsi y tratar de vincular todas las carreras, además se debe tener en cuenta que hay un ente que esta articulando todos los proyectos de las carreras a cargo del Ing. Jorge Kalil, cuyo fin es alistar y consolidar toda la información para la presentación de los proyectos de la universidad y todos los demás organismos incluidos el Infocsi que se encuentran subordinados a este ente.

Pienso que ustedes deben de trabajar de la mano con el respaldo del SINDE (Sistema de Investigación y Desarrollo) y el INFOCSI (Instituto de Formación, Capacitación e Investigación) DE LA FACULTAD.

3-. ¿Cuál es su opinión con respecto a nuestro Proyecto de Tesis de Implementar una Empresa Juvenil dentro de la Facultad de Ciencias Económicas?

En cuanto sea posible es genial que se desarrolle este tipo de proyecto, una de las falencias que tiene la universidad es la poca vinculación con la empresa, sociedad, mostrarse y darse a conocer al medio. Además, esto ayudaría al estudiante a ganar experiencia y la Universidad ganaría posicionamiento en la sociedad.

4-. ¿Podría usted indicarnos desde que semestre el estudiante se encuentra apto para participar en la empresa juvenil?

Los estudiantes podrían participar desde el cuarto semestre ya que los primeros semestres reciben herramientas muy básicas. Además, los

estudiantes de los semestres inferiores no tienen una visión clara de la práctica de las materias.

5- ¿En la carrera de Economía, los estudiantes tienen la oportunidad de trabajar con el simulador de negocios para desarrollar actividades de las materias que se imparten?

Se está utilizando herramientas tecnológicas pero no de una manera general y obligatoria, los profesores que aplican estos modelos son los que dictan materias como: Econometría, Economía de Desarrollo, Teoría de Crecimiento, por medio del sistema IRIOS (Interregional Input Output Software) y el DATA; y también, depende del profesor que desee utilizarlos, como por ejemplo, el Ing Ávila en su materia de Finanzas está aplicando en su docencia simuladores de negocios. Lo importante de nuestra carrera es que si se está aplicando programas tecnológicos aplicados en la economía sobre todo en econometría, materia esencial para los futuros Economistas.

6- ¿Qué recomendaciones nos podría dar para la ejecución de éste proyecto?

El proyecto me parece muy bueno, sería exitoso y un punto de avance en la investigación para la universidad, pero se debe engranar su participación con el instituto de investigación Infocsi y el Sinde, teniendo una armonía y coordinación con ambos institutos el proyecto es viable, la empresa juvenil debe abrirse en líneas de productos que no existan en los otros institutos y que sean enfocados a la necesidades de la empresa.

NOMBRE: Ing. Arturo Ávila Toledo

CARGO: Director de la Carrera de Ingeniería en Contaduría Pública Autorizada.

TIEMPO EN LA DOCENCIA: 25 años

NÚMERO DE ESTUDIANTES: 566



1.- ¿Piensa usted que los estudiantes de CPA están en capacidad de realizar Proyectos de consultorías?

Por supuesto que Sí, los estudiantes de CPA están en toda la capacidad de realizar cualquier proyecto de consultoría ya que ellos trabajan desde los primeros semestres en la elaboración de proyectos y realizando pasantías en diferentes empresas. Los estudiantes de CPA van aplicando de manera directa todo lo aprendido en clases.

2.- ¿Qué tipo de asesoría pueden realizar los estudiantes de CPA?

Los estudiantes de CPA podrían realizar todo tipo de asesorías contables; como llevar contabilidad de empresas de cualquier tamaño, la elaboración de estados financieros y así mismo su reestructuración, hacer asesorías internas y asesorías tributarias; adicionalmente el estudiante de CPA se encuentra latamente formado en el campo de gestión de empresas y es capaz de proporcionar la seguridad en los análisis de información financiera.

3.- ¿Podría indicarnos desde que semestre se encuentra un estudiante de CPA preparado para realizar este tipo de proyecto y Por qué?

Los estudiantes se encuentran preparados desde el sexto semestre, esto se debe a la completa malla curricular que le ha proporcionado la carrera desde los primeros semestres, ellos reciben materias como contabilidad básica, contabilidad de costos, matemáticas financieras que ayudan a su desarrollo profesional y culmina con materias como formulación de proyectos, auditoria de estados financieros, contabilidad avanzada lo que permite una consolidación como profesionales.

4-. ¿Piensa usted que se debería de fortalecer las materias de contabilidad y finanzas en otras carreras de la facultad?

Claro que debe de fortalecerse debido a que este momento la normatividad contable es a nivel del mundo tanto para los Ingenieros Comerciales y Economista y para poder entender el mundo de finanzas y tributación deberán conocer las normas NIC (Normas Internacionales de Contabilidad), para que tengan un mayor enfoque.

5-. ¿Qué materias deberían implementarse en la malla curricular de estas carreras?

Los programas curriculares de los estudiantes de Administración, Economía y Gestión Empresarial deberían estructurarse desde la base e incrementar las materias de contabilidad, contabilidad de costos y tributación para poder tener un mayor nivel contable y responder a las exigencias del mercado laboral.

6-. ¿Qué beneficios piensa usted que podría traer una empresa consultora a la facultad, donde los estudiantes trabajen en proyectos de consultoría e investigación?

Sería estupendo, porque los que tendrían la oportunidad de trabajar dentro de ella, serían los estudiantes e inclusive chicos desde los primeros semestres y poner en práctica todos los recursos adquiridos en los años de estudios, consolidar la información dictada en clases con la experiencia que van adquiriendo en las consultorías y dejar en alto el nombre de la Facultad, opino que es un excelente proyecto.

NOMBRE: Ing. Alfredo Govea

CARGO: Director de la Carrera de Ingeniería en
Gestión Empresarial Trilingüe

TIEMPO EN LA DOCENCIA: 38 años

NÚMERO DE ESTUDIANTES: 752



1.- ¿Piensa usted que el proyecto de la empresa juvenil pueda llevarse a cabo dentro de la Facultad de Ciencias Económicas?

En esta facultad se ha impulsado este tipo de proyecto de investigación de mercado, al parecer iba bien al principio pero se necesita muchos contactos, la empresa no viene por ser católica, viene porque se le ha mercadeado y cuando se ofrece un servicio la incógnita que se presenta es ¿qué experiencia se ha tenido para ofrecer el servicio?, si la empresa necesita de la Universidad Católica con un cuerpo de consultores tendría una aceptación más lógica, pero si es presentada solo formada por estudiantes recién graduados podrán ser sujetos a condiciones, mi recomendación es que sea presentada por medio de la Universidad Católica con su cuerpo de docentes reconocidos que están en capacidad de contactar los clientes y procesos operativos.

2.- ¿Piensa usted que los estudiantes de Gestión Empresarial Trilingüe están en capacidad de ofrecer asesorías a empresas?

Yo diría que todos los estudiantes de la facultad están en capacidad de realizar este tipo de consultorías, el nivel académico ha mejorado notablemente, existen herramientas que se pueden trabajar como computacionales, software que antes no existía y otras programas que ayudan en la parte financiera, ahora si voy a particularizar en Gestión Empresarial existen proyectos de graduación y son proyectos reales que

permite una vinculación directa con la empresa, tanto ha sido la acogida que las empresas han pedido a los estudiantes que continúen con los proyectos o se han quedado trabajando directamente, estos proyectos son de calidad con una gran profundidad, podría asegurar que el 90% de los proyectos son excelentes y dejo un margen del 10% , si existe personal capacitado pero la mayoría de los estudiantes de octavo semestre están concentrados por culminar sus proyectos de graduación.

3.- ¿Nos podría mencionar en qué áreas se encuentran enfocados los proyectos de graduación de los estudiantes de Gestión Empresarial Trilingüe?

Los proyectos se encuentran a la orden tanto en la biblioteca como en DVD, son de varias naturaleza y realmente enfocados a la carrera. Los proyectos incursionan con aplicaciones de Investigación de Mercados, simplificación de procesos, análisis de rentabilidad preparando los análisis financieros, análisis de VAN, recuperación de capital, aparato productivo, mercado, finanza y recursos humanos, los proyectos son bastante completos y se encuentran en capacidad para pertenecer al proyecto.

4.- ¿Cómo piensa que se debería de llevar a cabo la realización de este proyecto con los estudiantes de Ingeniería en Gestión Empresarial Trilingüe?

De repente podría hacer una asociatividad con grupo de chicos que se han graduado y con los chicos que están en los últimos semestre y la mejor manera es que el producto sea vendido con el sello de la Católica pero debe contemplar las disposiciones de la ley para establecer cuerpos consultores dentro de la universidad y tener convenios con el departamento de finanzas para que sea cobrado y asignado el valor a

cada parte, es una estructura compleja y la otra opción es que se constituya de manera independiente como empresa y cuente con el apoyo de docentes de la Católica para dar la validez a los proyectos.

5-. ¿A usted le gustaría formar parte de la empresa Juvenil, recomendaría a sus estudiantes que participen en el proyecto?

Si, por supuesto las puertas de mi oficina están abiertas para el desarrollo académico del estudiante, el proyecto es interesante porque permitirá al estudiante tener experiencia previa a la culminación de su carrera y poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en las aulas y si le recomendaría este proyecto a los estudiantes que se involucren y aporte con ideas innovadoras al proyecto.

NOMBRE: Econ. Jorge Kalil Barreiro

CARGO: Director del Sistema de Investigación y Desarrollo - SINDE



1-. ¿Qué servicios actualmente ofrece el Sinde?

En este momento estamos ofreciendo la simplificación e innovación científica, sino lo tenemos como modificación única la universidad declararíamos prácticamente todo el campus y esto va permitir que tenga bastante estructura para hacer desarrollo tecnológico y asesoría, en lo que se refiere al área empresarial queremos dar un cluster todo a lo referente a incubadoras de empresas, asesoría y estamos por lanzar una plataforma de servicios universitarios, por lo cual, queremos apuntar al sector público y privado, diferentes gremios, cámara de producción y demás.

2-. ¿Piensa usted que dentro de las funciones que desarrolla el SINDE, la Empresa Junior puede tener una participación activa en los proyectos del Sinde?

Por supuesto, la Empresa Junior puede trabajar de la mano en la prestación de servicios como por ejemplo: reingeniería de procesos, reestructuración de empresa, estudios de mercados, flujos de cajas y demás factores, tales como: asesorar a las personas para obtener un financiamiento, prestamos, etc. Además podemos hacer una bonita combinación con los proyectos de la empresa Junior y el portafolio de servicios que manejamos actualmente y de esta manera ofrecer a las empresas una variedad de productos.

3-. ¿Qué alternativas se puede ofrecer a las empresas mediante los servicios de la empresa Junior y el INFOCSI?

El empresario puede acceder a los servicios de la empresa junior por costos razonable y la vinculación de mano de obra de los alumnos de la facultad o pueden decidir por la asesoría del instituto que es más profesional y con experiencia reconocida, todo dependerá de los diferentes niveles de necesidades que tenga la empresa y de lo que esté dispuesto a pagar, pero ambos medios tendrán el respaldo del SINDE y se espera que todos los proyectos sean en un 100% confiable y que la empresa quede satisfecha.

4-. ¿Qué servicios piensa usted que puede ofrecer la Empresa Junior?

La idea que salga la empresa Junior de la facultad es bien interesante pero se debe basar en las áreas de la facultad como la parte económica, administrativa, financiera y contable.

5-. ¿Piensa usted que la implementación de la Empresa Junior dentro de la Facultad impulsaría el espíritu emprendedor del alumnado?

Este tipo de proyecto ayuda al crecimiento profesional del alumnado y es un aporte importante para la facultad, la otra alternativa sería lanzar una Junior a nivel de la universidad y que puedan participar estudiantes de las demás facultades, así, tendrían una variedad de servicios más completa por ofrecer.

NOMBRE: Lcda. Ma. Alexandra Méndez Santoro
CARGO: Coordinadora de Proyectos Universitarios
DEPARTAMENTO: Vicerrectorado Académico



1-. ¿En qué consiste el Portafolio de Servicios que ofrecerá la Universidad?

En este momento estamos sacando el portafolio de servicios universitarios, ya que nos vimos en la necesidad de hacerlo por ser una universidad tan grande y poder ofertar a distintas empresas, tanto públicas como privadas, nuestros servicios, integrando nuestras competencias y habilidades. Todas las universidades del mundo mantienen un portafolio de servicios que es actualizado cada seis meses o cada año y nosotros como Universidad Católica vamos en busca de eso también.

Dentro de los servicios que vamos a ofrecer están:

- Educación Continua
- Investigación
- Prestación de Servicios
- Pasantías y Prácticas Estudiantiles
- Inserción Laboral (Bolsa de Trabajo)

2-. ¿Qué departamentos o facultades forman parte de este portafolio?

El portafolio aglutina todos los servicios universitarios por medio de las 9 Facultades, Sistema de Postgrado, Fundación Santiago de Guayaquil, Educación a Distancia, Dirección de Educación Permanente y Servicio de

Radio y Televisión; Hoy en día, la universidad tiene la ventaja de tener un canal de televisión, fundaciones lo que nos permite ser únicos en nuestras ramas y no lo estamos aprovechando como se debe, por este motivo, el portafolio ha sido creado no por facultades sino por tipo de intervención o servicios y está integrado por los servicios ya mencionados anteriormente, con esto damos enfoque general a todas las aéreas que permanentemente están en relación con cada facultad.

3-. ¿Qué métodos utiliza la Universidad Católica para atacar al mercado?

La universidad cuenta con un nivel académico alto, lo que nos permite que el estudiante venga a nosotros por sí solos y se ve reflejado en los pre-universitarios donde contamos con la presencia de 6000 estudiantes, sin embargo, por las exigencias de la competencia debemos seguir buscando alternativas de mercados, lo que nos permita crear espacio con ministerios, cámaras, gremios y diferentes áreas donde podamos desarrollar un sinnúmero de proyectos y que todas las facultades tengan un mismo nivel de participación, actualmente tenemos facultades desarrolladas en este tema que participan en congresos y programas de emprendimiento, como lo es la Facultad de Ciencias Económicas, pero a su vez tenemos otras facultades que su crecimiento ha sido muy bajo y es ahí donde debemos de trabajar más para ayudarlas a sobresalir.

4-. ¿Con respecto a la practicas Pre-Profesionales Ustedes van hacer la conexión entre el estudiante para crear oportunidades de pasantías en empresas?

Nosotros tenemos la suerte de contar con empresas que dada la ocasión necesitan Pasantes y esto nos ayuda a que el estudiante no se le dificulte encontrar lugar para realizar sus pasantías debido a todos los convenios

que mantenemos o por la presencia de las empresas que permanentemente colaboran con nosotros.

Por otro lado, nos referimos a las practicas pre-profesionales al estudio de todas las facultades que no necesitan ayuda en la búsqueda de pasantías, porque tienen una base de datos ya establecida con los nombres de los estudiantes de cada carrera y dependiendo a las necesidades de la empresa pueden engancharlo, lo que queremos es darle la seguridad al estudiante que tiene el respaldo de la Universidad.

5-. ¿Piensa usted que la participación que el estudiante tenga en la empresa Junior sea validada como una Práctica Pre- Profesional?

La idea es que así sea, lo único que deben hacer, es tomar en cuenta diferentes parámetros como: el número de horas que se va invertir, el tiempo de duración y una correcta planificación con la facultad. Además, deben tener presente que en la actualidad, cada estudiante por realizar pasantías, recibe una remuneración y ejerce un cargo específico donde se mantiene un alto grado de responsabilidad ya sea en la implementación de un proyecto, asesoría, donde el esfuerzo del estudiante debe ser considerado como practica pre profesional , sin embargo se debe crear una cultura ya que en el pasado las practicas han sido realizada en grandes corporaciones y no en microempresas, por este motivo la facultad, la cátedra y ustedes como futuras fundadoras de dicha empresa juvenil deben evaluar todo esos factores.

NOMBRE: Ing. Com. Xiomara Victorés

CARGO: Coordinadora Centro de Asesoría y
Consultoría Empresarial

DEPARTAMENTO: Instituto de Formación, Capacitación
e Investigación, INFOCSI.



1-. ¿Qué consejos nos daría para poder vincular a la empresa Junior con la Infocsi?

Primero se debería diseñar que semestres tienen materias prácticas y se puedan alinear a las consultorías y como la universidad tiene convenios con diferentes empresas, se puede hacer un estudio de mercado y mediante previa aprobación de la Universidad e Infocsi se puede empezar a trabajar con estas empresas en conjunto con la Empresa Juvenil que ustedes desean formar, nosotros como Instituto de Investigación tenemos la experiencia y podemos ayudarlos a ustedes a no cometer errores o a decirles en qué áreas deben enfocarse más, el fin de esto, es hacer un excelente equipo de trabajo que vaya en busca de la buena imagen de la facultad de Ciencias Económicas y de la Universidad en sí.

2¿Actualmente cuál es el método de trabajo del Infocsi con las empresas que tiene convenios la Universidad?

Por lo general, aquí se encarga el área de auditoría, la universidad tiene convenio con Deloitte, por lo cual, siempre se establece los beneficios que tiene la universidad y empresa; en este caso la empresa segmenta las áreas e indica el número de estudiantes que necesita para los diferentes proyectos, se hace un llamado a los estudiantes que desean participar y mediante un contrato establecido el estudiante forma parte de dicho proyecto, donde se le reconoce mensualmente un sueldo básico o en

ocasiones más del sueldo básico, ya que depende del valor de proyecto, número de estudiantes y gastos administrativos.

3-. ¿Qué opina de la implementación de una Empresa Juvenil en la facultad de Ciencias Económicas?

El hecho de trabajar en consultoría no es fácil pero tener una marca como la Universidad Católica nos ayuda bastante, pero deberá realizarse un estudio de mercado y que tipos de falencias van a tener y poder realizar proyectos con el apoyo de los Directores de Carreras, Docentes con experiencia y otros Directivos más.

La idea es interesante y excelente para llevarla a cabo, lo importante es que ustedes tengan ganas de hacer este proyecto en una realidad y convencer a los estudiantes a formar parte de este equipo, ya que el interés, motivación del estudiante es otro factor, y por lo general siempre terminamos trabajando con los mismos estudiantes y en ocasiones no llegamos a tener el número necesario.

4-. ¿Podría indicarnos que tipos de proyectos, consultorías o capacitaciones está brindando el Infocsi actualmente?

En este momento el Infocsi se está enfocando en proyectos con Cervecería Nacional que fue en cinco ciudades, con Plastigama en 4 ciudades, y en las ramas de evaluación de proyectos, procesos, administración, recursos humanos, en este caso se trabajó con tres estudiantes pero la participación de estudiantes no es tan activa como se los acabé de mencionar, todos estos proyectos han sido como capacitación más no como consultora y es justamente la parte donde ustedes pueden estar enfocados.

5-. ¿Qué tipos de servicios brinda el Infocsi a los estudiantes para traer fuentes de vinculación a este organismo?

El Infocsi dicta seminarios, talleres donde se invitan a los estudiantes para que formen parte de estos proyectos, se busca siempre vincular al estudiante, hace unos meses se dio un curso para investigadores gratis por parte de Infocsi y luego su vinculación al ente, el resultado de la convocatoria no fue exitosa y se termino integrando para este proyecto a personas de afuera.

6-. ¿Cuáles son los motivos por lo que los estudiantes tienen poca participación en este tipo de proyectos?

Existe poco involucramiento por parte de los estudiantes debido a que muchos de ellos solo se preocupan por aprobar las materias con buenas calificaciones y en otros casos ya se encuentra ejerciendo algún cargo en las empresas. Los estudiantes velan solo por sus intereses académicos y muestran poco interés en estos proyectos de emprendimientos. Además, vienen aquí pensando que se les va a dar una remuneración buena, pero en algunos casos sólo les damos un sueldo básico, entonces optan por no participar.

7-. ¿Cuándo se realiza este tipo de proyectos en el Infocsi que remuneración se otorga a los estudiantes participantes?

Depende la duración que implique la elaboración del proyecto; si el proyecto demanda de un tiempo largo la remuneración se fija por mes y está dentro de parámetros exigidos por la ley y si el proyecto demanda de poco tiempo será remunerado por el tiempo que termine el proyecto, esto será evaluado por el departamento financiero de la universidad.

8-. ¿Cómo es el proceso de Comercialización del Centro de Educación Continua?

La Universidad se suscribe a los concursos de Compra Publica siguiendo todos los requisitos establecidos, adicionalmente mantiene contactos directos con empresas del sector público y diferentes ministerios; cabe mencionar, que por el prestigio que tiene la Universidad muchas de las empresas solicitan el servicio.

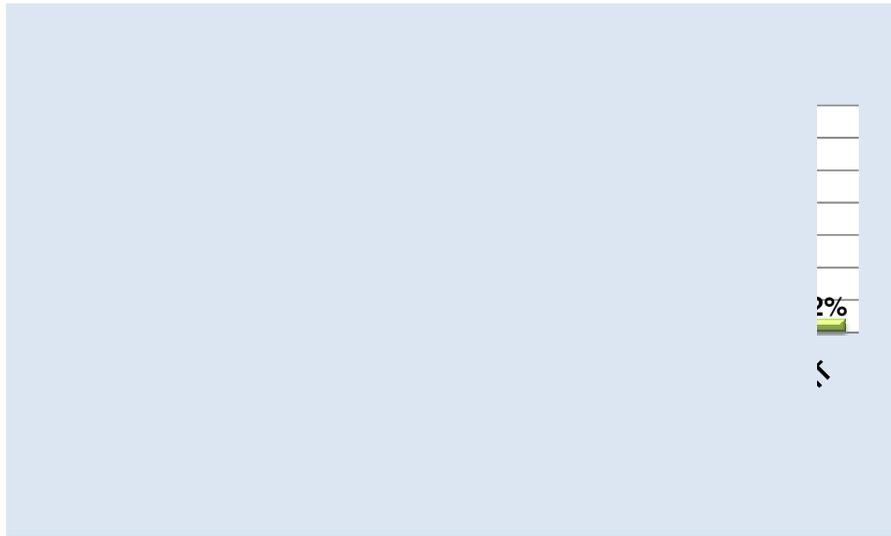
2.4.3. Investigación Cuantitativa

La investigación cuantitativa se llevó a cabo a una muestra de 250 estudiantes pertenecientes a las carreras de Administración de Empresas, Contaduría Pública y Auditoría, Economía y Gestión Empresarial Internacional Trilingüe, de la facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, durante la semana del 17 al 21 de Mayo del año 2010.

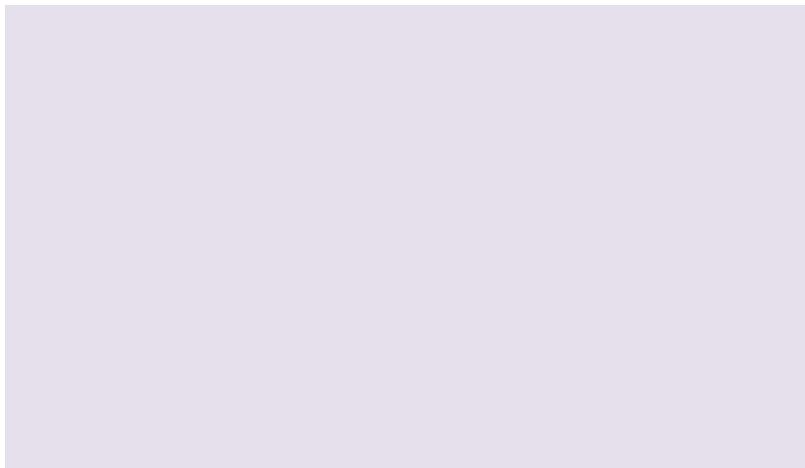
2.4.3.1. Análisis De Los Resultados



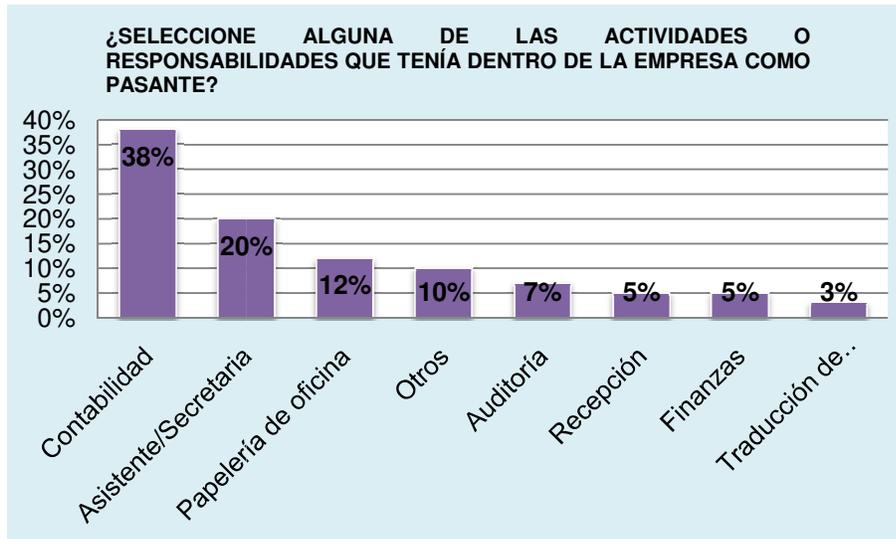
De las encuestas realizadas (250), dan como resultado de que un 62% de los estudiantes han realizado Prácticas Pre-Profesionales, y el 38% no lo han hecho.



Podemos observar según el resultado de la encuesta que el 33% de los estudiantes han realizado sus prácticas en el área de Contabilidad, luego, localizamos porcentajes equitativos de un 10% correspondiente a las área de Recursos Humanos y Administración, seguido por un 9% en el área de Servicio al Cliente, un 8% en el área de Auditoría, un 6% en otras áreas como: Brigadas, Crédito & Cobranzas, Caja, Gerencia General y Call Center, de igual manera encontramos un 6% en el área de Ventas, seguido por un 3% en las área de Compras y Logística y finalmente un 2% en las áreas de Marketing y Sistemas /IT.



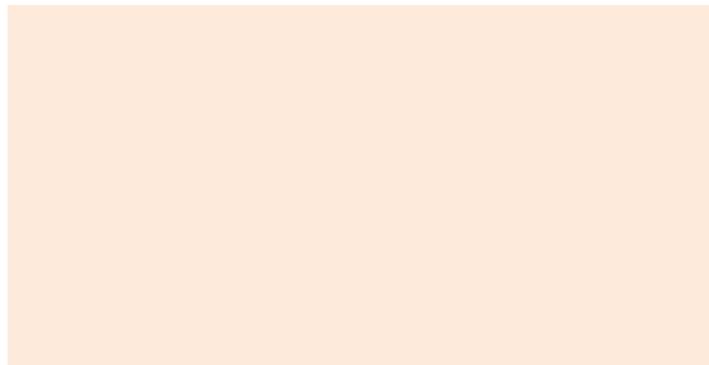
El 36% de los encuestados permanecieron tres meses realizando prácticas, seguido por un 32% que permaneció un mes, luego, observamos un 17% que realizó prácticas por seis meses, mientras que el 13% estuvo más de un año. El restante de los encuestados 2% estuvo dos meses.



Los encuestados mencionaron varias actividades desempeñadas en su tiempo de prácticas, entre ellos encontramos un 38% en tareas como Contabilidad, seguido de un 20% en tareas como Asistente/Secretaría, luego, encontramos un 12% en tarea como Papelería de Oficina (revisión de documentos, copias, archivos, colocación de sellos, etc.). Se observó un 10% en tareas como: vendedores, informantes de Préstamos Bancarios, Cajeros, Operadores Telefónicos, Control de Personal, Auxiliar de Aduana, Elaboración de Ordenes de Compras, Digitación, elaboración de retenciones, declaración de impuestos, entre otros, mientras que 7% de los estudiantes realizaron tareas en el área de Auditoría, un 5% que sólo estuvo en el área de Recepción, contestando llamadas y envío de valija interna y externa, seguido de un 5% que realizó tareas financieras y finalmente un 3% que se dedicó a la traducción de Documentos.



El 55% de los encuestados confirmaron que no utilizaron el conocimiento impartido en la universidad, ya que utilizaron sistemas contables, tributarios y financieros para realizar sus actividades y no tenían conocimientos de la utilización de los mismos, además hubieron actividades dónde no aplicaron ninguna materia, por lo cual, necesitaron apoyo del personal de la misma empresa, mientras que 45% aseguró haber utilizado los conocimientos impartidos en clases y que fue de mucha ayuda al realizar cada tarea asignada.



Con respecto a los Beneficios recibidos por parte de las Empresas se constató que el 68% recibió beneficios como: la remuneración de un sueldo básico por mes, transporte, alimentación, capacitaciones de diferentes temas (Excel básico, intermedio, avanzado, tributación, finanzas, marketing, ventas, relaciones humanas y administración del

tiempo) y al finalizar cada capacitación recibieron un certificado de asistencia, además recibieron canastas de productos ofrecidos por la misma empresa y algunos de ellos tuvieron la oportunidad de quedarse laborando dentro de la nómina de la empresa. Por otro lado, vemos que el 32% no recibió ningún beneficio de los antes mencionados, tuvieron que costear sus propios gastos, pero mencionaron la oportunidad de adquirir experiencia necesaria para fortalecer su hoja de vida y un certificado de pasantías emitido por la misma empresa.

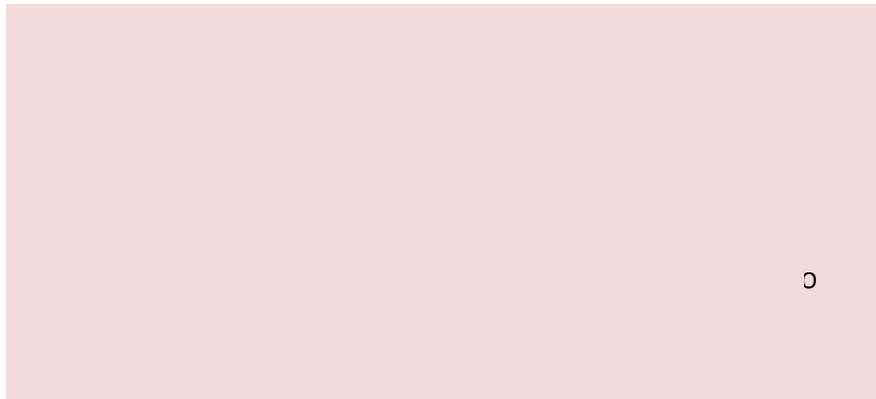


Se Notó que el 93% de los encuestados respondió de manera positiva lo siguiente:

- Las Prácticas Pre-Profesionales satisfacen las expectativas para un futuro profesional, debido a que ponen en práctica los conocimientos, habilidades, adquieren experiencia.
- Como estudiantes tienen más claros sus objetivos y ya tienen una idea clara hacia qué área se van a enfocar o establecer un negocio propio a futuro.
- Es una prueba de la vida real porque ya estás desempeñando un cargo dentro de una empresa que la universidad no te brinda.
- Fortalecen las herramientas que te otorga la universidad.

- Como estudiante tienen más seguridad si tienen la práctica ya que te ayuda a desenvolverte como futuro profesional en una sociedad competitiva.
- Tienen la oportunidad de relacionarse con el medio laboral en cuanto amistad y contactos.

Finalmente, el 7% de los estudiantes comentó que no es una satisfacción porque no desarrollas tus habilidades y conocimientos ya que se limitan a darte trabajo con mayor responsabilidad por ser pasantes y te destinan a otros tipos de actividades muy básicas y poco provechosas, de la cual, se sienten insatisfechos.



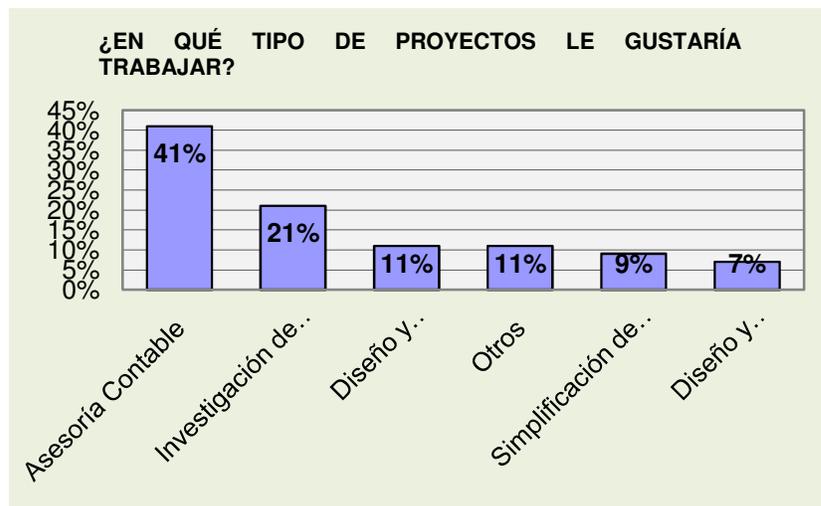
El 74% de los encuestados respondieron de manera positiva en querer reemplazar esta actividad por proyectos de asesoría dentro de una empresa juvenil implementada dentro de la facultad, para lo cual, respondieron lo siguiente:

- Pueden enriquecer conocimientos y habilidades.
- Compartir e intercambiar ideas con alumnos de otras carreras.
- Mejorarían el aprendizaje con el modo práctico.
- Al participar en proyectos aprendes algo nuevo y es de mucho provecho.
- Están mejor preparados y más comprometidos con la sociedad.

- Aplicas todo lo que aprendes en la universidad y vas preparándote para el mundo laboral de una manera práctica y más efectiva.
- Se alcanza una formación profesional integral, facilitándoles de esta manera su incursión al mundo laboral cuando egresen.
- Pueden realizar proyectos no solo externos sino también internos, que contribuyan positivamente con la comunidad universitaria.

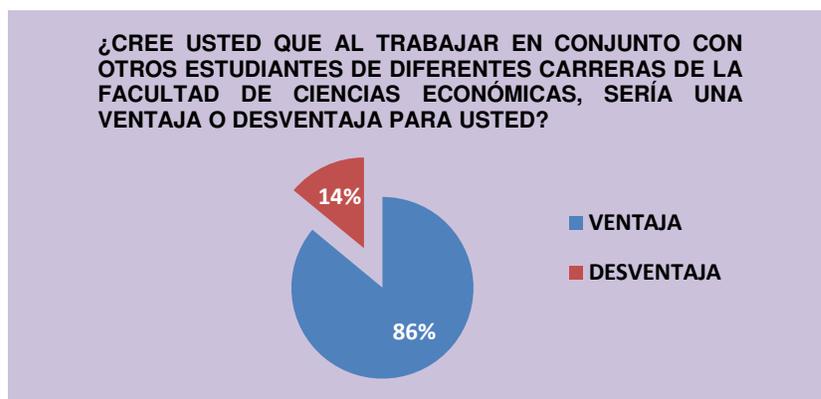
Se notó que un 26% no está de acuerdo con éste tipo de proyecto por las siguientes razones:

- Desean tener oportunidades laborales reales en el área de especialidad dentro de una empresa y ser mejor remunerados.
- Al formar parte de la práctica pre-profesional les permite involucrarse en el ambiente empresarial y adquieren experiencia previa a las exigencias y demandas del mercado laboral, al que se enfrentarán al concluir sus estudios profesionales.



Con lo que respecta a los tipos de proyectos que se desea ofrecer al momento de iniciar la Empresa Juvenil se observó que el 41% de los estudiantes prefieren que sean Proyectos de Asesoría Contable, seguido

por un 21% en Proyectos de Investigación de Mercado, encontramos de manera equitativa un 11% en Diseño y Formulación de Proyectos y Otros como son: Planeación Estratégica para PYMES y Consultoría y Asesoría Empresarial. Mientras que un 9% desea realizar Proyectos de Simplificación de Procesos y finalmente un 7% desea Proyectos en Diseño y Estructuración del Talento Humano.



Un 86% de los encuestados mencionaron varias ventajas al trabajar en equipo con alumnos de otras carreras, entre ellas:

- Se adquiere experiencia de otros,
- Se integran los conocimientos,
- Conocen su nivel de capacidad y parte profesional,
- Se piensa de una manera abierta,
- Se aportan más ideas y están dispuestos a enfrentar el cambio.
- Es una oportunidad de elevar el nivel de educación de la universidad.
- Pueden trabajar en diferentes campos de acción de las diferentes carreras,
- Al finalizar el periodo de la Empresa Juvenil podrían asociarse entre todos y montar un negocio, porque ya han trabajado en equipo y se conocen unos a otros.

- Tienen de cerca su competencia y pueden mejorar en varios aspectos.

Finalmente un 14% de los encuestados, mencionaron que es una desventaja por diferentes razones, tales como:

- No tienen igual nivel de conocimiento ya que se tendrá estudiantes de diferentes ciclos.
- No todos tendrán la misma responsabilidad y empeño para cada proyecto.
- No todos tienen la oportunidad de conocerse y corren el riesgo de trabajar con personas que a lo mejor serán poco trabajadoras.
- El equipo debe tener la misma formación académica en cuanto a la malla curricular, para ellos el cambio es irrelevante.

2.4.3.2. CONCLUSIONES

Luego del Estudio realizado llegamos a la conclusión:

- Un 62% de los estudiantes han realizado Prácticas Pre-Profesionales, y el 38% no lo han hecho, por lo cual, desconocen la experiencia de pertenecer al mundo laboral de hoy.
- Los estudiantes que han realizado Prácticas Pre-Profesionales han estado relacionados al área de Contabilidad, Recursos Humanos, Administración, Servicio al Cliente, Auditoría, Créditos & Cobranzas, Caja, Gerencia General, Call Center, Ventas, Compras, Logística, Marketing y Sistemas, permaneciendo por un periodo de 1 mes a 1 año.
- Un 55% de los estudiantes mencionaron no haber utilizado los conocimientos impartidos en clases ya que trabajaron en base a sistemas, de los cuales, desconocían la utilización y beneficio de los mismos, por lo cual, consideran que la universidad debe implementar en cada carrera sistemas que se utilizan dentro de las empresas, tales como SAP (Sistemas, Aplicaciones y Productos en Procesamiento de datos).
- La gran mayoría de estudiantes, recibieron Beneficios como: la remuneración de un sueldo básico por mes, transporte, alimentación, capacitaciones y canastas de productos ofrecidos por la misma empresa y algunos de ellos tuvieron la oportunidad de quedarse laborando dentro de la nómina de la empresa. Por otro lado, vemos que el 32% no recibió ningún beneficio de los antes mencionados, tuvieron que costear sus propios gastos, pero

mencionaron la oportunidad de adquirir experiencia necesaria para fortalecer su hoja de vida.

- Los Estudiantes piensan que la Práctica Pre-Profesional es una oportunidad hacia el mundo laboral, adquieren conocimientos, habilidades, tienen más clara sus ideas y de lo que desean como profesionales y no se descarta la posibilidad de montar su propio negocio y ser los emprendedores de algo nuevo, pero también, hay quienes piensan que no es una oportunidad de provecho, porque les asignan actividades poco enriquecedoras y no pueden demostrar toda su capacidad y conocimiento.
- El 74% de los encuestados respondió que hoy en día reemplazar una Práctica Pre-Profesional por Proyectos de Asesoría o Desarrollo de Proyectos para PYMES formando parte de una Empresa Juvenil, es una oportunidad enriquecedora para mejorar el aprendizaje con el modo práctico, pueden vincularse con nuevos contactos empresariales y estarán más comprometidos con la sociedad y la universidad ya que estos proyectos contribuirán con la imagen de la misma y se espera tener más prestigio en el medio y de una manera efectiva cada estudiante podrá irse preparando hacia el medio laboral.
- Se espera ofrecer un abanico de proyectos tales como: Asesoría Contable, Investigación de Mercado, Diseño y Formulación de Proyectos, Planeación Estratégica para PYMES y Consultoría, Asesoría Empresarial, Simplificación de Procesos y Diseño y Estructuración del Talento Humano.

- Se mencionó que al trabajar en equipo con estudiantes de diversas carreras de la Facultad, podrán adquirir experiencia, conocimientos en ramas que desconocen algunos, pensar de una manera abierta, enfrentar el cambio y la posibilidad de montar un negocio propio entre todos al terminar su periodo dentro de la empresa juvenil, pero hay quienes piensan que pueden correr el riesgo de trabajar con personas poco responsables y con falta de conocimientos por ser de carreras distintas ya que no todas las mallas curriculares tienen las mismas materias, créditos y horas establecidas.

2.4.3.3. RECOMENDACIONES

- Se espera contar con el apoyo de todos los Directores, Profesores, Facultad y Universidad en éste tipo de iniciativa, en implementar una empresa juvenil dentro de la facultad de Ciencias Económicas, asociando a jóvenes emprendedores de diferentes carreras, ya que deseamos generar crecimiento económico para la universidad, preparación continua para el estudiante, productividad, innovación y que los alumnos tengan esa visión de convertirse en empresarios con negocios estables y duraderos.
- Con la ayuda de la Universidad, se pueden crear las condiciones para que las nuevas generaciones tengan la responsabilidad de proporcionar un salto cualitativo de nuestras economías para elevar el bienestar general de la población y, en particular, de los sectores menos favorecidos.
- Hoy en día, los jóvenes universitarios deben de superar ciertos obstáculos como competencia, entorno, flexibilidad para la creación y desarrollo nuevos proyectos.
- Otro factor importante es que los alumnos deben de participar en una cultura empresarial juvenil, la cual, podría estar basada en el tipo de formación educativa y las condiciones económicas, políticas y sociales que han tenido.
- Finalmente, no se puede seguir trabajando con los mismos esquemas de pensamiento del pasado si se quiere conseguir un desarrollo social y económico en un escenario más alentador y con mayor participación de aquellos que marcarán la pauta para

los cambios del futuro. Se debe mirar estos problemas, revisarlos, pasarlos a retos, ver las oportunidades y convertirlos en esperanza en lugar de ser la constante preocupación. Son pocos los programas trascendentes que marcan la pauta de apoyo básico al joven emprendedor y que sin duda son los resultados de las iniciativas emprendidas por las instituciones educativas.

CAPITULO 3

3. IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA JUNIOR EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

3.1. Misión

Brindar servicios de consultoría y desarrollo de proyectos de calidad para empresas privadas, públicas y ONGs, con el objetivo principal de ser un medio que vincule la profesionalidad y la calidad tanto humana, como científica, para el desenvolvimiento de la comunidad universitaria dentro del ámbito empresarial.

3.2. Visión

Convertirse en un medio de referencia para las universidades a nivel nacional que buscan complementar los conocimientos teóricos de los estudiantes y apoyar las iniciativas de los jóvenes universitarios hacia una experiencia empresarial real, al introducirlos como gestores de su propia empresa.

3.3. Objetivos

Dentro de la Empresa Junior se pueden distinguir los siguientes objetivos:

- Activar y generar conocimientos previos mediante la motivación y la presentación de objetivos y el uso de diferentes tipos de estrategia de enseñanza (lluvia de ideas, ilustraciones logrando el interés y participación del grupo).

- Aportar a la sociedad profesionales mejor formados con un plus de competitividad y profesionalidad acordes con las necesidades del mercado.
- Organizar equipos de trabajo de estudiantes, con el fin de Incentivar el proceso de autogestión en la búsqueda de nuevos proyectos y tecnologías.
- Lograr que los jóvenes conozcan de manera práctica los principios básicos de la operación de una empresa: sus fines y condiciones de creación, los tipos de actividades que realizan en ella, sus recursos y las obligaciones que tiene.
- Comprender las relaciones de una empresa privada con los demás elementos de una economía de mercado.
- Valorar las actitudes que caracterizan al espíritu emprendedor: iniciativa, búsqueda de superación, creatividad y disposición para el trabajo en equipo.

3.4. Políticas

Las políticas que se aplicaran en la empresa juvenil serán:

ESTUDIANTES:

- Es obligación de los estudiantes rendir las pruebas psicotécnicas y psicométricas antes de ser partícipes de un proyecto, a fin de tener un resultado de su nivel de conocimiento y destreza intelectual.
- Es deber de los estudiantes realizar todo proyecto con excelencia profesional.
- Cada estudiante debe brindar un trato justo y esmerado a todos los clientes (PYMES), considerando que el fin de la empresa junior es el servicio a la comunidad.

- Se debe definir por escrito, el tiempo máximo de respuesta de todo requerimiento interno o externo.
- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa junior, para lo cual, deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos de manera eficaz dependiendo de sus necesidades.
- Todos los integrantes deben mantener un comportamiento ético con los clientes, profesores guías y demás integrantes de la empresa junior.
- Los estudiantes que han terminado su periodo de permanencia en la empresa junior deben orientar y ayudar a los empresarios juveniles que los sucedan, acompañándolos y transmitiéndoles sus experiencias.
- Todo la Directiva de estudiantes mantendrá en la empresa junior un sistema de información sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes operativos.
- Es obligación de la Directiva difundir permanentemente la gestión de la empresa en forma interna y externa.

PROFESORES

- Los Profesores serán el nexo entre todos los estudiantes que participen en la Empresa Junior. Mantendrán comunicación y control constante sobre los proyectos que se lleven a cabo y serán un apoyo fundamental.
- Los Profesores deberán tener aval académico en el área que se lleve a cabo el proyecto.

EN GENERAL:

- Evitar toda forma de paternalismo y favoritismo, con respecto a los proyectos que se desarrollen, cumpliendo la reglamentación vigente de la empresa junior.
- Los puestos de trabajo en la empresa junior son de carácter polifuncional; ningún estudiante podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- Impulsar el desarrollo tanto intelectual como personal de los estudiantes mediante acciones sistemáticas de formación.
- Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.
- Mantener una sesión mensual documentada de trabajo de cada unidad, a fin de coordinar, evaluar planes y programas, definir prioridades y plantear soluciones para cada proyecto.
- Presentar los presupuestos, planes operativos e informes de actividades de cada año, una vez que se delegue una nueva directiva a la empresa junior.
- Es responsabilidad de cada una de las áreas de la empresa junior cumplir y hacer cumplir cada una de las políticas que han sido expuestas en los puntos anteriores.

3.5. Análisis de La Ventaja Competitiva

En el proyecto de crear una empresa Junior dentro de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, se debe de considerar como lograr elevar el desempeño de la empresa juvenil sobre el promedio dentro de una industria.

Para realizar este análisis, se tomará en cuenta la Descripción de la ventaja competitiva de Michael Porter.

De acuerdo a las 3 estrategias que ofrece Porter, el proyecto estará basado en la ***Diferenciación***.

❖ **Diferenciación**

Es posible que cada vez existan más ofertas semejantes a la empresa juvenil. En este caso llegará un momento en el que resulte difícil presentar actividades que se destaquen, llegando a que los usuarios-beneficiarios no perciban un atractivo especial para acercarse a la empresa junior.

La diferencia está en ofrecer servicios diferentes, comenzando por ofrecerle al estudiante una práctica garantizada, trabajar en equipo con las diversas carreras existentes en la facultad y con estudiantes de buen nivel académico, brindar al sector empresarial seminarios y capacitaciones de especialización completamente distintos a los existentes en el mercado, con el aval de la Universidad, Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE), Instituto de Formación, Capacitación, e Investigación (INFOCSI) y Directivos de la Facultad.

En el caso de la empresa junior, las áreas de la diferenciación que se deben atacar serán: servicio, venta, e imagen. Se debe tener en cuenta a qué tipo de clientes le van a ofrecer los servicios, clientes tales como instituciones públicas y privadas, o tal vez organismos, inclusive Pymes.

La empresa Junior velará por realizar servicio de postventa, mantener contacto frecuente con los clientes después de haber entregado el proyecto y aclarar todas las dudas en el caso que existan, además de seguir brindando servicios y productos que ayuden al crecimiento de los clientes.

La empresa junior basada en estos criterios, se dirigirá a buscar la manera de obtener precios menores en relación al promedio, además utilizará diferenciación en el sentido de ofrecer mejor servicio, como consultoría diaria sin costo adicional para cada proyecto emprendido, o incluso una diferencia puede ser la forma en que son presentados los proyectos. Y por último, el enfoque que tendrá nuestra empresa junior, deberá ser esclarecido por medio de estudios de mercado que nos ayuden a determinar cuál será el nicho de acción.

La clave para desarrollar una dirección estratégica eficaz está en tener lo que en el mundo del marketing se denomina “orientación al cliente”. En el caso de las entidades juveniles esto se traduce en que los socios y usuarios-beneficiarios sean el centro de la preocupación del equipo directivo, superando los riesgos bastante elevados de dirigirse únicamente para satisfacer las necesidades del grupo responsable y su círculo más próximo.

La empresa Junior mediante su área de proyectos estará en permanente búsqueda de satisfacer las necesidades y crear nuevas estrategias que

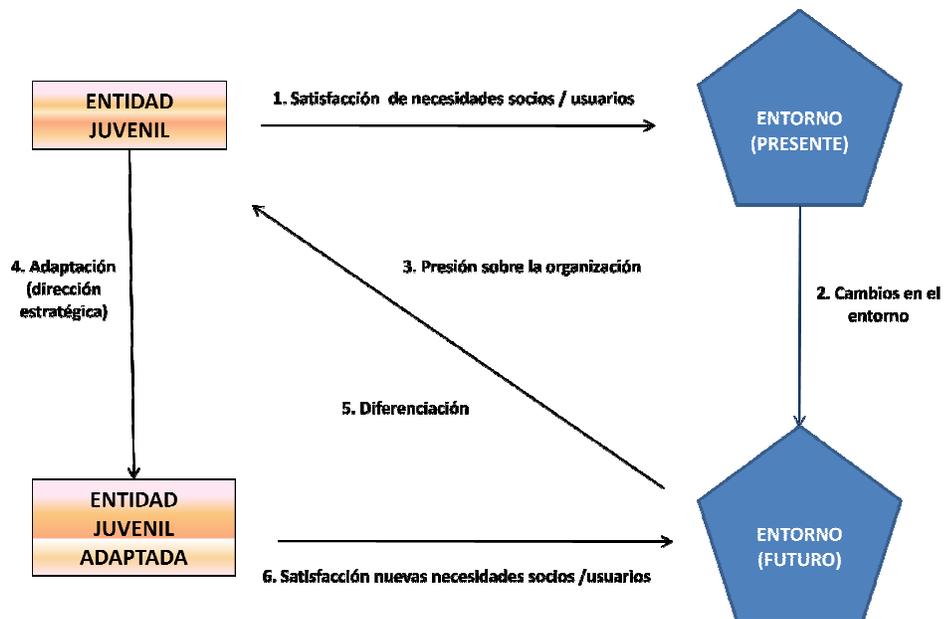
nos permitan posesionarnos como la mejor consultora. La búsqueda de nuevos sectores y ofrecer nuevos productos es el reto principal planteado desde los cimientos de la empresa.

Por ejemplo, a nivel universitario se perciben claramente aquellas asociaciones que se preocupan por resolver los problemas de los alumnos y aquellas que son cotos cerrados en los que solamente se asemeja que se están cubriendo las necesidades de unos pocos.

En definitiva, si se quiere recibir apoyo antes de empezar a dar a conocer nuestra empresa juvenil, es necesario demostrar que se está en disposición de aportar valor añadido.

En el siguiente gráfico se refleja de una manera visual como se combinan los criterios expresados:

Figura 2: Análisis de La Ventaja Competitiva



FUENTE: Elaboración Propia

3.6. Logística Interna

En el entorno actual, cada vez más competitivo y con menores márgenes, se buscará continuamente oportunidades de mejora que los haga más competitivos. En este sentido, serán conscientes de la importancia de la gestión de la empresa junior y la gestión logística en general como parte esencial a la hora de aportar más valor a los clientes y reducir los costes.

Se plantea con tres líneas básicas de trabajo. Partiendo de la estrategia y del posicionamiento deseado que se quiere alcanzar y teniendo el área de procesos como el eje central se diseñó el siguiente modelo:

Figura 3. Diseño De Alternativas De La Logística Interna



FUENTE: *Elaboración Propia*

❖ Almacén Físico

La Empresa Junior puede funcionar eficientemente con una buena infraestructura, y una serie de artículos que tendrá que ser parte de su estructura.

Inicialmente, como el objetivo sigue siendo establecer y estructurarse dentro de la Facultad de Ciencias Económicas, se debe procurar en cómo hacer la empresa junior un sueño hecho realidad, para que todos los estudiantes tengan la oportunidad de una experiencia enriquecedora para su formación profesional, al principio se encontraran dificultades en cuanto al costo, el espacio físico, los equipos de computación y suministros de oficina, pero es importante recalcar que no necesariamente debe estar todo con prioridad, si se tiene restricción presupuestaria, basta con seleccionar lo que es realmente imprescindible para trabajar en equipo y poco a poco se adquirirá lo que se necesita para poner en marcha el proyecto.

Para el logro de sus funciones la Empresa Junior dispondrá de:

- a)** Un espacio físico, con la infraestructura necesaria, en las instalaciones de la Facultad de Ciencias Económicas que puede ser donado voluntariamente por la facultad en el lugar que ellos nos otorguen, pero lo ideal es estar en un lugar visible para todos los estudiantes, así cada uno se interesaría en conocer más sobre nuestra misión y las oportunidades que les daremos.
- b)** Un rubro en el Centro de Coordinación Académico, para el manejo de sus fondos;
- c)** La asistencia de docentes de la Facultad; y,
- d)** El apoyo financiero que la UCSG le establezca.

Es importante recalcar que la universidad no contribuye con los recursos necesarios, al menos que quisiera donar voluntariamente su apoyo financiero, pero se pueden hacer financiamientos con diversas empresas tanto públicas como privadas o participar en diferentes concursos entregando el proyecto para ponerlo en práctica, es importante demostrar

siempre la transparencia en el proceso, como las cifras necesarias para la creación de nuestra Empresa junior que son relativamente altos al principio de la operación, pero se buscará acuerdos para disminuir los costes.

❖ **Reingeniería De Procesos**

Con la Reingeniería de Procesos se espera perseguir avances radicales en medidas importantes de rendimiento, metas multifacéticas de mejoramiento, incluyendo calidad, costes, flexibilidad, rapidez, exactitud y satisfacción del cliente, a su vez, adoptar una perspectiva de procesos que implique también voluntad de repensar en cómo se debe de hacer el trabajo y adoptar un enfoque integral de mejoramiento de los negocios.

Como se conoce que dentro de la Reingeniería de Procesos existe como recurso fundamental el personal que trabajará con la empresa juvenil, se capacitará a cada uno por igual, se formarán equipos de trabajo, se les dará el tiempo suficiente en aprender y serán apoyados por profesores guías.

El número de la personas que conformaran parte de la empresa junior y que estarán al cargo de diferentes departamentos serán 7, ya que Inicialmente, cuánto más grande es el número de personas, mayor es la dificultad de acompañamiento y gerencia de acciones individuales.

Además la estructura se basará en un modelo de 7 direcciones, (La Gerencia General, Marketing, Formulación de Proyectos, Recursos Humanos, Finanzas, Operaciones y Calidad) las tareas podrían ser

divididas, pero lo importante, es generar sinergia y la cohesión entre el grupo.

Figura 4. Estructura de la Empresa Juvenil



FUENTE: *Elaboración Propia*

Dentro de los procesos que se manejarán se encuentran:

- Los más estratégicos para la misión de la empresa juvenil,
- Los de mayor valor agregado para los clientes,
- Los que estén totalmente o en su mayor parte dentro del control.

Al implementar la Reingeniería de Procesos se está considerando los siguientes puntos:

- Organizar el trabajo en torno a los servicios de consultoría,
- Considerar que el control es parte de los procesos,
- Hacer en paralelo todos los trabajos que sean posibles,

- Hacer los trabajos de apoyo en las unidades sustantivas,
- Evitar métodos iguales en procesos de distinta complejidad,
- Libertad de usar métodos diferentes en actividades paralelas,
- Establecer relaciones de largo plazo con proveedores e integrantes del proceso ampliado.

Se trabajará en base a las 5 etapas importantes de la Reingeniería de Procesos, que se debe tomar en cuenta antes de iniciar este proyecto y que a su vez les ayudará a mantener una excelente logística interna.

Etapas 1: PREPARACIÓN

- Reconocer la necesidad de cambiar o establecer algo nuevo dentro de la Facultad que sea beneficioso para los estudiantes y Directivos.
- Desarrollar consenso en el nivel ejecutivo de la empresa juvenil,
- Capacitar a quienes formaran parte del área administrativa,
- Planificar el cambio a desarrollar dentro de la facultad.

Etapas 2: IDENTIFICACIÓN

- Identificar clientes, sus necesidades y el tipo de servicio que buscan,
- Identificar las áreas relacionadas a cualquier proyecto a realizar,
- Identificar y definir procesos relacionados,
- Identificar actividades que agregan valor,
- Extender modelo del proceso a Clientes y proveedores,
- Correlación de los Recursos,
- Fijar prioridades de procesos.

Etapa 3: VISIÓN

- Entender la estructura del proceso (organigrama),
- Entender el flujo del proceso,
- Identificar actividades que no agregan valor,
- Comparar el rendimiento con la competencia,
- Identificar fuentes de variación (atrasos y errores),
- Calcular oportunidad de mejora (dificultad, riesgo, costo, etc.),
- Visualizar el ideal (Rendimiento externo e interno),
- Integrar visiones interna y externa,
- Definir el tiempo para desarrollar cada proyecto

Etapa 4: SOLUCIÓN

- Identificar las relaciones entre áreas, procesos, etc.
- Definir cargos y equipos de trabajo,
- Identificar responsabilidades por procesos,
- Definir necesidades de capacitación en destrezas y personal,
- Especificar la estructura gerencial,
- Especificar cambios de cargos,
- Diseñar planes de mejora para los estudiantes,
- Diseñar programas de gestión de cambios,
- Diseñar plan de incentivos y compensación para los estudiantes,
- Planificar algún plan de implementación dentro de la empresa juvenil,

Etapa 5: TRANSFORMACIÓN

- Completar el diseño del sistema,
- Evaluar al Personal que trabajará con nosotros,
- Capacitar al Personal,
- Construir sistema,

- Construir técnicas para reajustar a la empresa junior,
- Mejora Continua.

Se espera conseguir mejores resultados empresariales y mayor satisfacción del personal de la empresa junior y lograr mejoras en rapidez de ciclo, calidad, servicio y costos.

❖ **Sistemas De Información**

Se está viviendo en una sociedad de información global emergente, con una economía global que depende cada vez más de la creación, la administración y la distribución de la información a través de redes globales como Internet. Muchas empresas están en proceso de globalización; es decir, se están convirtiendo en empresas globales interconectadas en red.

El manejo y la realización de estos cambios estratégicos serían imposibles sin Internet, Intranets y otras redes globales de computación y de telecomunicaciones que constituyen un sistema nervioso central de las empresas globales de hoy.

Por lo tanto, la administración apropiada de los sistemas de información es un desafío importante para el mundo actual, del cual, ustedes como empresa junior deberán de estar conscientes que es necesario trabajar con ellos porque representan:

- Un área funcional principal dentro de la empresa junior, que es tan importante para el éxito empresarial como las funciones de contabilidad, finanzas, administración, operaciones, marketing, y administración de recursos humanos.

- Una colaboración importante para la eficiencia operacional, la productividad y la moral del empleado, el servicio y satisfacción del cliente.
- Una fuente importante de información y respaldo para la toma de decisiones efectivas por parte de los gerentes de cada área.
- Un ingrediente importante para el desarrollo de productos y servicios competitivos que se dará a las distintas empresas del país.
- Una oportunidad profesional esencial, dinámica y retadora para los estudiantes de la facultad.

3.7. Operaciones

Para el logro del objetivo fundamental, la Empresa Juvenil tendrá las siguientes funciones y acuerdos con la Facultad:

- a) Participar en proyectos de la Facultad de Ciencias Económicas, con las empresas públicas y privadas del país;
- b) Apoyar a la Facultad en la gestión de proyectos para la prestación de servicios;
- c) Apoyar a la Facultad en su gestión interna;
- d) Motivar y apoyar las iniciativas estudiantiles para la generación de proyectos;
- e) Mantener relaciones e intercambios de miembros de la Empresa Juvenil con organizaciones similares;
- f) Participar en eventos que guarden relación con su naturaleza y objetivo institucional,
- g) Organizar eventos que guarden relación con su naturaleza y objetivo fundamental; y,
- h) Contribuir con la Facultad en la planificación, seguimiento y evaluación de las prácticas profesionales de sus estudiantes.

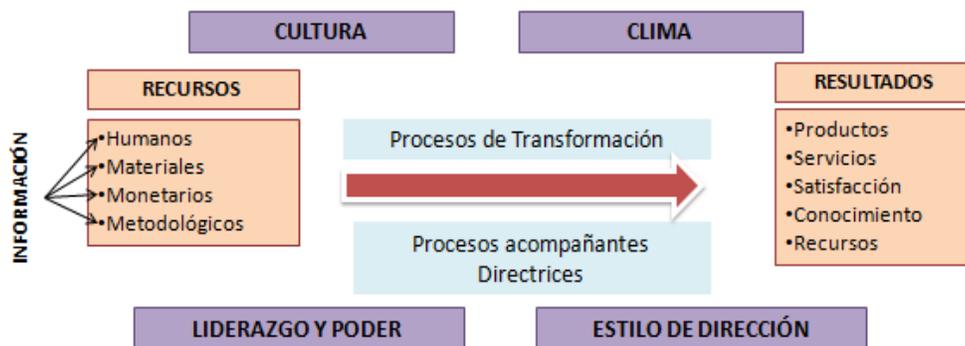
3.8. Logística Externa

Como Empresa Junior se buscará la entera satisfacción del cliente, tanto por su preferencia y por el servicio ofrecido y que tenga una diferenciación en este, es decir, que tenga algo que lo haga más atractivo y novedoso que los servicios de la competencia, tratando de mantenerlo en precios competitivos y un óptimo servicio al cliente.

Una vez, establecida la empresa juvenil, las necesidades pueden ser de índole interna (aprovisionamiento de bienes y servicios para garantizar el funcionamiento de la empresa), o externas (la satisfacción del cliente y la logística recurre a varias actividades y know how que participan en la gestión y control de flujos físicos y de informaciones así como de medios.

El Proceso Logístico se podría representar definido como se muestra en el siguiente esquema:

Figura 5. Elementos de la Organización de una Empresa Juvenil



FUENTE: Elaboración Propia

A) Recursos. Son las entradas (*inputs*) que necesitará la empresa juvenil para posibilitar el cumplimiento de los fines de la empresa. Se clasificarán en:

- **Recursos humanos.** Será la capacidad física e intelectual que proporcionarán las personas miembros de la empresa.
- **Recursos materiales.** Serán los espacios, equipamientos y material fungible necesarios para la realización de las actividades.
- **Recursos monetarios.** Será la financiación necesaria para poder soportar la dinámica de la empresa.
- **Recursos metodológicos.** será la aplicación del conocimiento (el saber hacer) a las actividades que realizará la entidad y la dinámica empresarial. Precisamente este recurso es el que diferenciará a nuestra entidad de otra, puesto que genera una combinación distinta de los demás recursos, dando lugar a los servicios que ofreceremos que cubrirán distintas necesidades.

B) Resultados. Son los productos (*outputs*) obtenidos después de la transformación de los recursos. Pueden distinguirse los siguientes tipos:

- **Resultados directos,** es decir, servicios que se pretenderán proporcionar a distintas instituciones públicas y privadas, así como la satisfacción de determinadas necesidades. Pueden ser desde oportunidades para participar y autoformarse hasta la capacitación en unas técnicas concretas, pasando por disfrutar de una oferta de ocio determinada.
- **Resultados indirectos** de la actividad aunque no sea el principal objetivo de la misma. En esta línea se destacará el conocimiento que se obtendrá a medida que se realicen las actividades y ciertos recursos que se podrán utilizar para el futuro (fichas, bases de datos, usuarios que se convertirán en voluntarios, etc.).

C) Flujos de comunicación. Se trata de un entramado de enlaces que permitirá las relaciones dentro de la empresa juvenil y con el exterior. Se destacan:

- **Flujos de información.** Conectarán los recursos entre sí y a la empresa juvenil con el exterior, posibilitando su entendimiento.
- **Procesos de transformación.** Serán las tareas definidas por la empresa juvenil para que con la combinación adecuada de los recursos se logre los resultados directos esperados. Un caso sería el proceso de organización de un curso de formación, que necesariamente combinará diversos recursos y dará como resultado la impartición del citado curso.
- **Procesos acompañantes.** Serán procesos subjetivos que tienen que ver con sentimientos, valores, formas de relación, etc. Podrán ser oportunos o no, favoreciendo o dificultando el proceso de transformación. Un proceso acompañante favorecedor será el que transmitirá cercanía a los solicitantes de información para formar parte de algún proyecto.
- **Directrices.** Serán los criterios que fijan la dirección por donde tiene que actuar la empresa juvenil. Tienen que estar explicitados y ser conocidas. En el ejemplo anterior, una directriz puede ser flexibilizar el proceso de inscripción para favorecer al mayor número de inscritos posible.

D) Comportamientos. Hace referencia a cómo actúan los individuos, los grupos y el conjunto de la empresa, tanto en lo referente a su integración o pugna de intereses, como en su convivencia interna o en su gestión hacia el exterior. Se incluyen los siguientes aspectos:

- **La cultura organizativa**, que se puede asociar a la idea de “personalidad” de la empresa juvenil. Será el conjunto de valores y normas comunes que guían el comportamiento colectivo y orientan la actitud de los miembros de la empresa. Un caso habitual será la incorporación de valores como democracia, participación, promoción personal, etc., o de normas sobre la permanencia en los cargos, de participación mínima, etc.
- **El clima de la Empresa Juvenil, o también denominado “salud organizativa”**, Recogerá la satisfacción de las personas en la empresa juvenil, el ambiente de trabajo, la disposición de las personas a conseguir los objetivos, etc.
- **El liderazgo y el poder**, Indicará en qué persona/as recaerá la responsabilidad de la empresa y cómo se comportarán a la hora de decidir y delegar de cara a la consecución de los objetivos.
- **El estilo de dirección**, recogerá la forma en cómo los responsables de la entidad llevarán a cabo su función. Un estilo de dirección adecuado y coherente con las filosofías y composición del equipo humano de la empresa juvenil.

La logística Externa ayudará a determinar y a coordinar en forma óptima el producto correcto, el cliente correcto, el lugar correcto y el tiempo correcto. Si se asume que el rol del mercadeo es estimular la demanda, el rol de la logística será precisamente satisfacerla.

Solamente, a través de un detallado análisis de la demanda en términos de nivel, locación y tiempo, es posible determinar el punto de partida para el logro del resultado final de la actividad logística, así como atender dicha demanda en términos de costos y efectividad.

La logística implicará los siguientes puntos con respecto al servicio que se darán a los clientes.

- **Grado de certeza:** será más necesario llegar con certeza y con el mínimo rango de variación. Todo servicio (proyecto de consultoría, asesoría o investigación) destinado a ser adquirido por un cliente (empresa) debe producir un nivel de satisfacción y por tanto la misma puede ser considerada una salida del proceso.

El grado de satisfacción que se alcance siempre será directamente proporcional al esfuerzo de los estudiantes del proceso. Una mejora en la satisfacción nos representaría un pronóstico muy probable de un mejor desempeño en el futuro por el incremento del número de clientes, llámense estas empresas públicas, privadas y ONGs.

Un incremento en la satisfacción generalmente originaría un incremento de los gastos de los clientes y por tanto mayores ingresos para el proceso.

Al ser la satisfacción común para cualquier tipo de proceso, siempre que se empleen similares escala para su medición es posible utilizarla para hacer estudios comparativos y desarrollar programas de mejoras dentro de la empresa juvenil.

- **Grado de confiabilidad:** El cliente deberá manifestar cuál es su criterio de confiabilidad, así como manifestar como entiende que debería ser atendido.

Se entiende que los clientes desean que su experiencia de compra sea lo menos riesgosa posible, ya que por ser una Empresa Juvenil que estará bajo la dirección de estudiantes, tendrán cierta desconfianza al inicio en prestar los servicios para cada proyecto que ellos deseen, pero se espera darles la satisfacción necesaria y que puedan encontrar lo que buscan, a su vez, prestar el servicio prometido con exactitud y seriedad (alta responsabilidad) y de esta forma tengan siempre en mente adquirir el servicio cada vez que lo necesiten.

- **Grado de flexibilidad:** Con respecto a las entrevistas que se hicieron a varias empresas, se pudo observar que como futuros clientes exigen servicios adaptados a sus necesidades. Por lo tanto, la empresa juvenil debe lograr un difícil equilibrio entre unos niveles de calidad homogénea y un grado de flexibilidad que permita adaptarlos a cada cliente.

En el sector de los servicios como consultoría, asesorías y de investigación compiten muchas empresas muy conocidas como Deloitte, Price Warehouse, Ernst & young, Romeros & Asociados, Vishñay & Asociados, entre otros, cuya oferta influye en las expectativas de los clientes. Por ende, otra estrategia competitiva consiste en que la empresa juvenil compare sus servicios con los mejores patrones nacionales, lo cual, en base a esta evaluación comparativa se pueden descubrir qué prácticas explican el alto rendimiento de otras empresas (en distintos sectores), para adaptarlas e integrarlas en la futura empresa juvenil.

- **Aspectos cualitativos:** Aquí se trata, no de la calidad de los proyectos que podamos ofrecer, sino del servicio, para el cual debe buscarse su homogeneidad en toda la cadena logística, tales como:
 - Calidad en el servicio
 - Ubicación de la Empresa Juvenil
 - Comodidad para los clientes
 - Precios más bajos del mercado y con Garantía
 - Formas de Pago (crédito o al contado)
 - Variedad (un abanico de Proyectos a ofrecer)
 - Prestigio de la Empresa Juvenil y de sus colaboradores
 - Cumplimiento en la Entrega de los Proyectos por contratos establecidos por ambas partes.

A su vez, se espera que a un mediano plazo se puedan conseguir otros aspectos cualitativos para la empresa junior que nos den más prestigio al igual que la competencia, tales como:

- Captación de nuevos clientes.
- Recuperación de clientes perdidos (en el caso que existiesen).
- Introducción de nuevos proyectos con la ayuda de los Directores de cada Carrera, Profesores Guías, Estudiantes, entre otros Directivos Académicos de la Universidad y Facultad.
- Ampliación de gama en un punto de venta dentro de la universidad para distintas empresas que visitan la institución educativa (UCSG).

- Consecución de una mayor cobertura territorial, se espera trabajar con empresas de todo el país y de esta forma ganar mercado.
 - Mayor información del cliente, en este punto ya tendríamos establecida toda la información necesaria en el caso de que se haya elaborado proyectos con el mismo cliente con anterioridad, porque sabremos cuáles son sus políticas, forma de trabajo, recomendaciones o sugerencias establecidas, entre otras y en el caso de ser un cliente nuevo se trabajaría con nuevas estrategias planteadas en base al tiempo y la experiencia que tenga la empresa junior.
-
- **La Mejora Continua:** Se debe de realizar a un corto, mediano y largo plazo un plan de mejora que se desarrolle en la empresa juvenil bajo un sistema que permita:
 - Contar con estudiantes proactivos, entrenados para hacer el trabajo bien, para controlar los defectos, errores y realizar diferentes tareas u operaciones.
 - Contar con estudiantes motivados que pongan empeño en el proyecto que se está llevando a cabo, que busquen realizar las operaciones de manera óptima y sugieran mejoras cada día.
 - Contar con estudiantes con disposiciones al cambio, capaces y dispuestas a adaptarse a nuevas situaciones en la empresa juvenil.
 - Contar con el apoyo de Profesores Guías que tengan la disponibilidad y servicio de ayudarnos en cada uno de los proyectos y situaciones esperadas.

Por lo tanto, hay que trabajar en equipo, pensar en el incremento de los resultados de rentabilidad de la empresa, basándose en variables que son apreciadas por el mercado como calidad, servicio, precio, tiempo de entrega del proyecto, etc. y que den una ventaja diferencial a la futura empresa juvenil de la Facultad de Ciencias Económicas de la UCSG en relación a sus competidores ya mencionados.

Tomando en cuenta el mensaje de la filosofía de Kaizen no se debe pasar un día sin que se haya hecho alguna clase de mejoramiento en algún lugar de la compañía.

“Nuestra forma de vida, sea nuestra vida de trabajo, vida social o vida familiar, merece ser mejorada de manera constante”. KAIZEN

3.9. Marketing y Ventas

Para que la estrategia de comercialización sea exitosa, es fundamental el pleno conocimiento del mercado en el que la Empresa Junior quiere aprovechar, hay que considerar que el capital inicial es el factor limitante, por lo cual, se debe analizar con calma en qué puntos se debe invertir, teniendo en cuenta la relación coste-eficacia y, sobre todo, la rentabilidad esperada de la inversión. Basado en una metodología sencilla que debe centrarse en el rendimiento de la Empresa Junior tales como:

- Determinar el precio,
- La brecha de producción para ser comercializada,
- La prospección de nuevos clientes y
- Dar a conocer los servicios.

Estos cuatro puntos son también conocidos como "marketing mix", generalmente utilizados en la construcción de la estrategia de sostenibilidad corporativa.

PRECIO._ Definir el precio de un servicio no es tarea fácil, la decisión puede acarrear el éxito o fracaso o la indiferencia de los clientes. El precio es un atributo que posiciona el servicio en el mercado.

Uno de los métodos más utilizados es tomar en cuenta los costos. Una técnica, aunque más trabajosa pero con mayores probabilidades de éxito, es la que toma en cuenta la demanda. Habrá que realizar una encuesta del mercado, recolectando datos desde la propia empresa. Lo que se debe conocer es el rango de precio que habitualmente se está pagando en el mercado, y hasta cuánto estarían dispuestos a pagar los potenciales clientes. Si el rango de precio no es muy amplio (20% entre el mínimo y el máximo) podremos utilizar el promedio como precio indicativo.

En la empresa Junior se determinara la cantidad de horas que se emplearan en cada asesoría, se realizara un estudio previo con el Gerente de Proyecto donde se establecen el número de horas y participantes dependiendo de la magnitud del proyecto. El valor del proyecto será negociado entre los dirigentes de la empresa Junior y las empresas.

PRODUCCIÓN._ se debe considerar cómo la Empresa Junior se colocará en el mercado. Describir cuáles son las ventajas que el servicio tendrá en comparación con otros proveedores y la forma en la que la Empresa Junior desea estar más cerca de los clientes, el establecimiento de su imagen. **¿Cómo se vive en tiempos de personalización?**, es natural que cada cliente quiere un producto o servicio diferente de los

demás, es decir, que el servicio prestado por la Empresa Junior sea absolutamente único y personalizado. Intentar ajustar las necesidades de cada situación y las expectativas de aquellos que realmente importan en este proceso: **el cliente**. Estas tácticas permiten que el cliente se "**mantenga**", ganando su lealtad.

PROSPECCIÓN DE NUEVOS CLIENTES. _ Será la llave para conseguir continuamente nuevos clientes que pasen a formar parte de la cartera. A su vez, implica realizar el perfil del futuro cliente ideal. A partir de dicho perfil se elaborará una lista de personas y compañías que sean los compradores potenciales y lógicos del servicio.

Antes de ocuparse de la venta se debe empezar por conseguir a los mejores clientes potenciales. Solo realizando una adecuada prospección, se dispondrá de personas a las que se puede ofrecer los servicios con ciertas garantías de éxito.

La empresa Junior en el proceso de vincular nuevos clientes empleará la técnica de marketing directo, visitas a las empresas donde se realizará la presentación del portafolio de productos y posteriormente el seguimiento a futuros clientes mediante llamadas, actualizaciones vía email y otras visitas si se diera el caso. La gestión de captar nuevos clientes tendrá un punto principal que es la atención personalizada a las empresas, que tendrá la supervisión directa del Gerente General, Ventas, Marketing y Proyectos.

La empresa Junior empezara a gestionar bases de datos proporcionada por la web, Ministerios, Cámaras de Comercio, gremios y referidos de la Universidad, docentes y miembros de la empresa Junior.

DAR A CONOCER NUESTROS SERVICIOS._ Sería el último punto, en el cual, se debe dirigirse al público que se desea alcanzar directamente, sin errores. No obstante, esto tiende a gravar a la Empresa Junior con altos costos, que depende fundamentalmente de capital que debe ponerse en práctica. La Empresa Junior debe darse a conocer a través de los siguientes medios:

- **Relaciones públicas:** Serán todos los esfuerzos que se realizarán para mantener el contacto con personas clave y mejorar la imagen de la empresa.
- **Promoción de venta:** Se podrá impulsar las ventas realizando acciones tales como rebajas, descuentos a empresas frecuentes que buscan de los servicios.
- **Venta personal:** Serán todos los esfuerzos que harán todos los miembros de la empresa junior para vender el servicio, donde se tratará de influir en la mente de cliente, para que adquiera el servicio.
- **Publicidad:** Será una forma de comunicación pagada que servirá para dar a conocer a la empresa y servicios ofertados. Los medios para hacer publicidad pueden ser: Anuncios en la prensa, comerciales de Televisión a través del Sistema de Radio y Televisión de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, revistas, tarjetas de presentación, volantes, afiches, vallas, sitios web, entre otros.

Dentro del marketing se estudiará los servicios, clientes, competencia y la forma de encajarlo todo perfectamente para conseguir que los clientes potenciales como las grandes empresas públicas, privadas y ONG adquieran los servicios y pasen a ser clientes frecuentes.

Por lo tanto, el Plan de Marketing tiene unos objetivos que cumplir, como por ejemplo, conseguir más clientes, evitar perder clientes, hacer más rentables a los clientes que tenemos, introducir nuevos servicios, aumentar el número de ventas de los servicios, entre otros.

Mediante el marketing directo se concretará mínimo 3 visitas diarias, de las cuales, se fijará una meta del 10% de negocios efectivos. Y permitirá armar una cartera de clientes con los que se podrá seguir trabajando y buscando nuevas alternativas de asesorías.

La empresa Junior buscará nuevas alternativas de servicios para responder a las mínimas exigencias de los clientes, el área de proyectos y marketing mediante estudio de mercados implementará nuevos productos que satisfagan las necesidades actuales de las empresas.

La empresa Junior impondrá metas retadoras con resultados realistas, los miembros de la empresa Junior tienen el compromiso de lograr resultados concretos en determinado tiempo, esta medición estará a cargo del Gerente de Ventas y Marketing con su respectivo equipo.

Es importante la vinculación de los estudiantes en el proyecto de la empresa junior, por este motivo, constantemente se va realizar una promoción interna mediante anuncios, convocatorias, vía emails y charlas para incorporar a nuevos colaboradores.

Cada uno de los objetivos del Plan de Marketing genera una serie de **estrategias** para conseguir el objetivo, si se centran en el objetivo de conseguir más clientes, se puede establecer las siguientes estrategias:

- Realizar una campaña informativa, por mail, impresión de volantes (flyers), revistas, informativos, anuncios publicitarios en el vidrio trasero de autos, tarjetas personales de presentación, clasificados gratis en Internet, crear un catálogo de los servicios, implementar un programa de referidos, entre otros, de los servicios.
- Realizar visitas comerciales a clientes potenciales para ofrecerles los servicios.
- Generar un sistema de captación de nuevos clientes mediante la información boca a boca.

Y para finalizar, cada una de estas estrategias se articula en una serie de **acciones** que se deben realizar. Por ejemplo, para la estrategia de realizar visitas comerciales deberán hacer las siguientes acciones:

- Localizar las direcciones de los clientes potenciales,
- Concertar citas con los clientes potenciales,
- Preparar la oferta que van a presentar al cliente,
- Realizar la visita,
- Registrar el resultado de la visita.

Sin embargo, para integrar y poner a trabajar a un nuevo equipo de estudiantes universitarios, se requiere del apoyo y la asesoría de profesores expertos que se encarguen de “atar todos los cabos”, analizando y diagnosticando situaciones actuales, y proponiendo e implementando soluciones que lleven a la empresa junior a lograr sus objetivos de supervivencia, eficiencia y competitividad.

3.10. Planificación Estratégica

Con la planificación estratégica se realizará dos ejercicios de vital importancia para la empresa juvenil. Por un lado, repensar la misma en su conjunto, teniendo presente los cambios del entorno. Ello les permitirá:

- Satisfacer mejor las necesidades de los usuarios.
- Emplear los recursos de una manera eficiente,
- Definir la ventaja competitiva sostenida,
- Detectar los puntos internos fuertes y débiles
- Localizar o anticipar nuevas oportunidades y amenazas en el exterior.

Por otro lado, la planificación estratégica también los ayudará para ponerse de acuerdo sobre el destino de la empresa juvenil. Ello supone:

- a) Crear cultura común y compartida de organización.** Es decir, que entre todos los directivos como Gerentes de cada área, Profesores guías, Directores de Carrera, Coordinador Académica, Directivos del SINDE y el INFOCSI, entre otros, se entienda de una forma semejante la empresa juvenil y, sobre todo, que se consensue a dónde se quiere llegar con ella trabajando en equipo.
- b) Unificar criterios para la toma de decisiones operativas.** Aquí se discutirán ciertos temas de desarrollo para la empresa juvenil, por lo cual, se espera que toda persona que conforme parte de la empresa sea capaz de dejar a un lado criterios personales y se asuman los que responden a la estrategia establecida.
- c) Facilitar los procesos de coordinación y control.** Permitirá que los miembros de la empresa juvenil y, en particular los responsables, comprendan cómo es necesario coordinarse y

controlar lo que está ocurriendo, para así garantizar el cumplimiento de lo planificado.

La elaboración del Plan Estratégico, siendo la primera vez, ha de vivirse como un punto de inflexión en el estilo de dirección de la empresa juvenil.

Los aspectos a abordar son:

1. Los participantes en el proceso.

Para garantizar el éxito de la planificación estratégica conviene hacer que en ella participe todos los miembros de una manera u otra. Ello facilitará posteriormente su implantación.

Una propuesta sería la siguiente:

- Comisión del Plan Estratégico. Como mucho diez personas. De ellos un número importante ha de proceder del equipo de dirección o tener responsabilidades. También es importante incorporar personas que por trayectoria o por valía puedan enriquecer el proceso.

No debe descuidarse que haya representación del estudiante voluntario y, si lo hay, del estudiante contratado. Por último, es imprescindible que exista un dinamizador del proceso y, si se puede, que sea un agente externo que no tenga ningún tipo de atadura para hablar o para sacar cuestiones encima de la mesa.

- Sesiones de trabajo con distintos grupos de la empresa juvenil. Puede ser toda la asamblea, por áreas, por actividades, con voluntariado o con estudiantes contratados.

2. El cronograma de trabajo.

El proceso de planificación estratégica, por lo menos en la primera vez, puede ser el trabajo de entre seis meses y un año. Conviene tener presente que se tiene que intercalar con el trabajo ordinario y que, además, necesita realizarse con el suficiente reposo como para promover la participación y evitar la precipitación. Pueden realizarse alrededor de diez sesiones de trabajo, con unos intervalos aproximados de entre 15 días y un mes.

3. Los mecanismos de comunicación.

Para que el trabajo que se realice tenga visos de futuro es importante recoger acta de todas las sesiones. Con ellas se ayuda a llegar a conclusiones comunes y, además, se facilita el trabajo de planificación final.

También es importante, sobre todo en la fase de análisis, buscar información complementaria y distribuirla. Por supuesto, y quizá lo más importante, es un buen momento para generar intercambios de pareceres entre los miembros de la organización. Esta comunicación informal es muy enriquecedora del proceso y quizá contribuya a facilitar la comprensión final.

4. Los recursos dedicados.

Como se puede suponer, es necesario incorporar esta tarea dentro de la agenda de la organización para dotarla del tiempo necesario.

Para finalizar, al plan estratégico, tal y como se formuló hasta el momento, también conviene hacerle un seguimiento año tras año para comprobar su grado de cumplimiento. Además, si en algún momento se produjera alguna modificación en el entorno o dentro de la empresa juvenil que hiciese necesario replantearse aspectos del mismo, sin lugar a dudas éste es buen momento para hacerlo.

Con el plan estratégico de la empresa Junior se desea lograr una aceptación en el mercado mediante el crecimiento de sus clientes, captar nuevos sectores con la incorporación de nuevos servicios para otro tipo de empresas, consolidar la relación de fidelidad con los clientes actuales mediante una atención personalizada, la búsqueda constante a las necesidades del mercado actual y permitirá conseguir un crecimiento en proyectos de mayor complejidad y poder competir con empresas reconocidas.

En todo caso, si la duración del plan estratégico es de cuatro o cinco años, conviene en la mitad del mismo realizar un ejercicio de seguimiento en profundidad para comprobar si está ejecutado lo planeado y para ajustar la planificación de lo que resta.

3.11. Dirección Estratégica

3.11.1. Dirección Operativa: El Punto de Partida

La gran mayoría de las entidades juveniles que desarrollan una actividad estable se encuentran con que los miembros de su equipo de dirección están muy centrados en la “dirección operativa”: lo que les preocupa fundamentalmente es sacar adelante la planificación periódica, en el

mejor de los casos semestral o anual. Sin duda alguna esta tarea conlleva un esfuerzo importante de meritos si se realiza con rigor.

En este nivel, el proceso a seguir es bastante conocido, se puede resumir en términos generales en las siguientes etapas:

Figura 6. Proceso de dirección operativa



FUENTE:<http://cms.ual.es/idc/groups/public/@vic/@vestudiantes/documents/documento/documento14664.pdf>

ELABORACIÓN: Manual de Gestión de Entidades Juveniles

1. Identificación En todo proceso de planificación el punto de partida debe ser la observación de la realidad, para así detectar las carencias o necesidades de los destinatarios a los que se dirige la entidad. Una vez realizado este ejercicio es importante discriminar entre aquello a lo que se puede llegar y aquello a lo que difícilmente se le puede dar respuesta. A esto se le denomina establecer las alternativas sobre las que se puede actuar. Por fin, sólo queda escoger aquella de las alternativas que más le atrae a la asociación, por los motivos que explícitamente decida.

A modo de empleo para la empresa sería organizar viajes; otra promover intercambios entre asociaciones una vez que se tengan los contactos pertinentes.

2. Planificación Supone definir objetivos, acciones, resultados esperados, calendario, responsables, presupuesto y metodología de trabajo. Todo ello después de la correspondiente identificación. Esta planificación se realiza para un período de tiempo que puede oscilar entre un trimestre y un año, y sirve de guión de trabajo para todos los miembros de la entidad juvenil.

3. Ejecución A partir de la planificación irán planteándose necesidades, problemas, incompatibilidades, etc. y será necesario buscar soluciones que permitan avanzar en lo previsto. Es lo que se denomina *ejecutar la planificación*.

4. Seguimiento Simplemente se trata de comprobar si se está realizando lo previsto o no, de corregir desviaciones o de efectuar ajustes en la planificación. Debe tener una periodicidad estable que permita que no se “escape” la programación y luego no se pueda reconducir.

5. Evaluación Sería la fase en la que se valora el grado de ejecución de la planificación en su conjunto. Para ello necesariamente se ha de disponer de la mayor información posible, así como las valoraciones de todos los participantes en la ejecución, en especial las personas responsables. Las lecciones obtenidas tienen que ser el punto de partida de la siguiente planificación.

La dirección operativa gestiona el presente, el corto plazo, o si se prefiere, como mucho un año de vida de la entidad. Este tiempo es lo suficientemente pequeño como para que se pueda considerar que la empresa y el entorno en el que se mueve no sufren cambios importantes. Los esfuerzos se ciñen, pues, en marcarse unos objetivos acordes con las

necesidades que se quieren cubrir y con los recursos disponibles, y en llevarlos a cabo.

Sin embargo, existe un riesgo importante en los equipos directivos que están excesivamente centrados en el día a día: pueden caer en el activismo. En este caso lo que los justifica es que se realizan actividades, no que con ellas se logre la finalidad última de la entidad juvenil.

A modo de ejemplo: si la entidad juvenil se dedica a promover la integración laboral, puede organizar muchos cursos de capacitación profesional, sintiéndose auto justificado y acomodándose en ese nivel durante varios años. En este caso al menos las actividades están en línea con los fines de la asociación, porque podría ocurrir que ni eso fuese así. Lo deseable, en todo caso, es que fuese capaz de dar un salto que permitiese profundizar en la consecución de su objeto social. Una forma sería promoviendo experiencias de mediación o inserción laboral. Pero para ello seguramente es necesario plantearse objetivos de medio plazo.

En este punto conviene tener presente que un equipo directivo normalmente es elegido por un período anual con la intención de que trabaje por la entidad y, lo que es más importante, contribuya a la consecución de los fines estatutarios de la misma. Es en estos intervalos de tiempo cuando cabe plantearse los objetivos de medio plazo citados.

Además, y aquí aparece una importante novedad, para moverse en estos plazos es necesario incorporar el hecho de que el entorno y la organización están sometidas a cambios que si no se anticipan llevan fácilmente a situaciones de fracaso.

A esta modalidad de dirección se le denomina “estratégica” y pretende identificar de forma precoz los cambios tanto del entorno como de la organización, para así instrumentar respuestas rápidas y procurar que los “impactos” de las sorpresas sean lo menor posibles.

3.12. Administración de Recursos Humanos

Permitirá a la empresa suministrar los estudiantes adecuados en el momento justo y preciso, este es un proceso de anticipar y prevenir el movimiento de estudiantes hacia el interior de la empresa juvenil, dentro de ésta y hacia fuera. Su propósito es utilizar estos recursos con tanta eficacia como sea posible, donde y cuando se necesiten, a fin de alcanzar las metas de la empresa.

La Gerencia de RRHH estará encargada de los requerimientos de personal que se dan de diferentes patrones, por lo cual, requerirán de una planificación y coordinación efectiva por parte del área de recursos humanos, frente a un aumento o reducción de la demanda de estudiantes, es así que tendríamos:

- **Estudiantes de contingencia;** será la empresa que decidirá cuándo y que tiempo trabajaran, según necesidad de esta, generalmente serán a corto plazo y en algunos casos podrían ser a tiempo parcial.
- ***Job sharing; trabajo compartido,*** se dará cuando estudiantes que trabajen en un mismo proyecto se dividirán la mitad del tiempo y el trabajo.

❖ **El Análisis y Diseño de Puestos**

El análisis del trabajo representará una herramienta muy útil, ya que enlazará otras funciones de la administración de los recursos humanos, entre estas estarán las de reclutamiento, selección, evaluación del desempeño, capacitación y desarrollo, promoción y administración de honorarios. Es importante el análisis de este punto ya que en base a ello podemos conocer la estructura de la empresa y mediante ella el funcionamiento de cada puesto.

Dentro de este punto la Gerencia de Recursos Humanos se encargará de:

- **Reclutamiento:** los reclutadores necesitarán conocer las especificaciones de los puestos para las posiciones que han de cubrir. Una especificación del puesto es una declaración de los conocimientos, habilidades y aptitudes que necesitará el estudiante para desempeñar el trabajo.
- **Selección:** Además de las especificaciones del puesto, los profesores guías y los gerentes de cada departamento, los ayudarán con ciertas descripciones de los aspirantes para seleccionar y orientar a los estudiantes a participar de dichos proyectos.
- **Capacitación y desarrollo:** conocimientos, habilidades y capacidades demostradas por el estudiante que formará parte del equipo de trabajo para un proyecto o de un puesto dentro de la empresa y los requerimientos que aparecerán en la descripción y

especificación del mismo, a su vez, nos ayudará con respecto a las necesidades de capacitación que necesitarán los estudiantes.

- **Promoción:** el desarrollo profesional como parte de la función de capacitación, tiene que ver con la preparación de los estudiantes para su promoción a puestos en que sus capacidades puedan aprovecharse al máximo. Los requerimientos formales de aptitudes que se establecerán para puestos de alto nivel como gerencias, servirán para detectar la cantidad de capacitación y desarrollo necesaria para que los estudiantes escalen hasta tales puestos.
- **Evaluación del desempeño:** Los requerimientos de la descripción de un puesto brindarán criterios para evaluar el desempeño del estudiante que lo realiza.

El diseño de puestos es un derivado del análisis de los mismos, se interesa en la estructura a fin de mejorar la eficiencia de la empresa juvenil y la satisfacción de los estudiantes en los puestos a cubrir, ya sea como participante del personal administrativo de la Junior Empresa o como participante en los proyectos de asesoría o consultoría.

- **Administración de honorarios:** para determinar el nivel de retribución por el desempeño del puesto, el valor relativo es uno de los factores importantes, el valor es determinado dependiendo del grado de responsabilidad, habilidades y esfuerzo requerido.

Cada Estudiante que forme parte de la Empresa Junior, tendrá una remuneración básica de \$ 240.00 dólares americanos mensuales, tal como se contempla en el Art. 75 del CONESUP (Consejo Nacional de Educación Superior).

3.12.1. Proceso de Selección

La administración del proceso de selección de la empresa Junior dependerá de una serie de requisitos que deberán cumplir los estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas.

Los estudiantes interesados deberán participar en el proceso que incluyen pruebas psicológicas, psicotécnicas y entrevistas. La participación de los estudiantes es prioritaria, ya que ellos son los ejecutores de los diversos proyectos que se van a llevar a cabo teniendo la respectiva asesoría de los profesores guías.

Figura 7. Proceso de Selección



FUENTE: *Elaboración Propia*

El reclutamiento se dará en el interior de la facultad de Ciencias Económicas para cubrir con las vacantes que deseen formar parte de diversos proyectos.

La convocatoria se realizará a nivel general y dentro de los métodos que emplearemos para el reclutamiento interno dentro de la facultad tenemos:

- Periódicos internos; mediante boletines y publicaciones mensuales.
- Publicidad de posiciones vacantes.
- Intervención del personal administrativo de la junior empresa por cada salón de clases,
- Ayuda de profesores comunicando a los estudiantes y levantando el interés de cada uno de ellos en ser partícipes de estos proyectos,
- Apoyo y respaldo de los Directores de Cada Carrera, quiénes también darán a conocer a los estudiantes de este nuevo proyecto día a día,
- Referencias de los estudiantes; Nuestra empresa dará incentivos como capacitaciones, seminarios, por emplear candidatos que fueron referidos por otros estudiantes.
- Referencia de las habilidades requeridas; información o datos referente a las habilidades del candidato.

El reclutamiento y selección de personal es un aspecto muy importante en la Gerencia de Recursos Humanos ya que a través de esta función se encontrará a los estudiantes idóneos y calificados para el cumplimiento de los objetivos empresariales.

Mediante el reclutamiento se encontrarán estudiantes calificados y los se los encaminará para que trabajen con nuestra empresa juvenil, durante este proceso se informará a los solicitantes respecto a las actitudes requeridas para desempeñar el puesto y las oportunidades profesionales que la empresa juvenil puede ofrecer a sus estudiantes. El proceso de

reclutamiento se inicia con la búsqueda y termina cuando se reciben las solicitudes de los estudiantes.

Además, el reclutamiento en el interior de la facultad nos generará las siguientes ventajas:

- Menor costo, donde se aprovechará la inversión realizada en reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo de estudiantes actuales.
- Buena imagen de la empresa juvenil, resultará atractivo y servirá como factor motivante del estudiante dentro de la facultad.
- Beneficia el clima de la empresa juvenil, las promociones servirán para recompensar a los estudiantes por su desempeño anterior si es que ya han trabajado en algún proyecto.

6.12.1.1 Proceso de Ejecución de Pruebas

Los estudiantes que cumplan los requisitos anteriormente mencionados, pasaran a la siguiente etapa que consisten en la elaboración de pruebas psicológicas, profesionales y psicotécnicas. Estas pruebas serán tomadas por un miembro asignado de la asamblea.

Las pruebas se realizaran en coordinación con un Director de Carrera o la Coordinadora Académica de la Facultad de Ciencias Económica.

❖ **Pruebas Psicológicas**

Las pruebas psicológicas son una herramienta fundamental en el proceso de selección para elegir a los estudiantes que conformaran la empresa junior, en las pruebas psicológicas se evalúan la compatibilidad entre los aspirantes y los requerimientos de los cargos de las empresas junior.

- Las pruebas psicológicas no tendrán límite de tiempo, la ejecución de las pruebas deben realizarse de manera sincera y clara.
- Las pruebas psicológicas serán realizadas en grupos máximo de cinco personas para asegurar la transparencia y concentración de los participantes.
- El tiempo de duración de las pruebas será supervisado por un miembro de la asamblea quién velará por el orden y la armonía del proceso.

Para medir los diferentes tipos de personalidad se han tomado como referencia el test de Rosemberg y el test de temperamento de Guilford que miden los aspectos del carácter y personalidad. Se Han incorporado el test de inteligencia. El test de coeficiente inteligente no será mayor a 20 minutos.

❖ **Pruebas Psicotécnicas**

Las pruebas psicotécnicas⁴² establecerán el perfil de conocimiento que posee el aspirante, las pruebas psicotécnicas serán supervisadas por un

⁴² Las Pruebas de los Test Psicológicos y Psicotécnicos, se encuentran en la parte de Anexos. Sírvase a leer Anexo Pág. 247 – 271.

miembro de la asamblea y será tomada el mismo día que las pruebas psicológicas

En las pruebas psicotécnicas se establecerá una ponderación mínima a cumplirse para que los aspirantes continúen en el siguiente proceso de selección.

La Coordinadora Académica deberá supervisar y aceptar las pruebas adjuntadas, la asamblea general tiene la potestad de sugerir la incorporación de nuevas pruebas o la exclusión de alguna si lo considerase necesario.

6.12.1.2 Proceso de Selección de Los Gerentes de Áreas

- ***Requisitos***

Los estudiantes que formen parte de las diversas aéreas, deberán reunir las diferentes condiciones:

- Estudiantes que se encuentren cursando los niveles desde sexto a octavo semestre.
- Estudiantes con un rendimiento académico global mayor a 8.
- Estudiantes que se encuentren actualmente matriculados; en el caso de haberse retirado, que no haya transcurrido más de un semestre fuera de la universidad.
- Estudiantes que tenga un dominio del 50% de ingles tanto escrito como oral.

- Estudiantes que mantenga pro actividad en sus clases, desarrollen debates, opiniones, etc.
- Estudiantes que en sus materias principales hayan desarrollado un proyecto acorde a su carrera.
- El estudiante debe obtener la recomendación del Director de la carrera.
- Debe presentar dos recomendaciones por escrito de dos docentes de la carrera.
- Aprobar las pruebas de proceso de selección.
- Presentar por escrito la solicitud para participar en el proceso de selección al Decano de la Facultad.

❖ **Perfiles de los Gerentes de la Empresa Junior**

Los gerentes de la empresa Junior deberán tener un perfil establecido por la institución, la elección de cada miembro deberá cumplir con la compatibilidad del requerimiento del cargo y las pruebas detalladas anteriormente.

❖ ***Perfil: Gerente General***

- Estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas que estén cursando entre sexto a octavo semestre.
- Estudiantes que hayan realizado proyecto o planeación estratégica.
- Estudiantes con disponibilidad inmediata y horario accesible.
- Presidir la junta de la empresa Juvenil y establecer el orden del día en los puntos a tratarse; velando que todas las áreas exponga sus inquietudes con equidad.

- Revisar y analizar los reportes entregados por cada una de las unidades de apoyo y llevar el control de cumplimiento de cada una de las áreas.
- Negociar los proyectos con los diferentes Directivos de las empresas.
- Asignar las funciones y responsabilidades del personal a cargo
- Fomentar el trabajo en equipo, estableciendo un ambiente laboral cómodo, equitativo y justo.
- Responsable de elegir el resto de los miembros de su equipo, realizando la respectiva inducción, explicación del cargo.
- Establecer políticas y acuerdos sobre los proyectos a ejecutarse.
- Designar todas las posiciones gerenciales dentro de la empresa juvenil.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes de las demás áreas.
- Coordinar con la Gerencia Administrativa – Financiera para asegurar que los registros y sus análisis se están llevando correctamente.
- Crear y mantener buenas relaciones con los gerentes de las otras áreas, estudiantes, profesores guías, clientes, y personal administrativo de la Facultad y Universidad en general para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Lograr que todos como parte de la empresa juvenil se sientan bien y satisfechos profesionalmente.

❖ **Perfil: Gerente Administrativo y Financiero**

El propósito de la Gerencia Administrativa y Financiera es organizar el manejo administrativo y financiero de todas las unidades de la Empresa Juvenil y facilitar el trabajo de investigación, para responder al mandato de la misión de nuestra empresa, de las políticas y metas trazadas.

Los Requisitos serán los siguientes:

- Estudiantes que hayan cumplido con los requisitos mencionados anteriormente.
- Estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas que se encuentren cursando desde sexto a octavo semestre
- Estudiantes que tenga la habilidad de trabajar bajo presión.
- Estudiantes que tenga la capacidad de realizar reportes y entregarlos en el tiempo señalado.
- Estudiantes que contacten y coordinen reuniones con las empresas
- Estudiantes que planifiquen las fechas que se van a llevar las negociaciones de los proyectos.

El Estudiante que tendrá el Cargo de Gerente Administrativo – Financiero, deberá de tener en cuenta lo siguiente:

Todos los procedimientos diseñados para el manejo administrativo y financiero deberán lograr la mayor transparencia, eficiencia y agilidad en las operaciones de las distintas unidades y proyectos de la empresa juvenil.

Todas las operaciones de la Gerencia Administrativa y Financiera deberán manejarse dentro de un Sistema de Información Gerencial que permita saber con exactitud los estados financieros de todas las unidades y proyectos que se están ejecutando, la cantidad de recursos que están empleando, las limitaciones humanas, físicas, presupuestarias, administrativas, la ubicación de los estudiantes, tales como los que pertenecen a la Junta Directiva y los que trabajan en proyectos de consultoría por un periodo establecido y entre otras informaciones.

Los activos, es la responsabilidad de la Gestión administrativa y financiera y la atención de todos los bienes duraderos y no duraderos (los activos) de la Empresa Juvenil, asegurando el disfrute de la estructura para las futuras generaciones.

La parte administrativa, llevará el control y la preparación de las actas y las circulares internas, después de una reunión con toda la Directiva, es necesario que todo lo que se ha discutido sea adecuadamente transcrito a partir de estos tipos de documento.

La Gerencia Administrativa – Financiera, contará con cuatro unidades de apoyo:

1. Servicios Administrativos
2. Contabilidad
3. Negocios
4. Planificación Administrativa y Financiera

❖ **Perfil: Gerente De Marketing**

Esta Gerencia estará encargada de las funciones de marketing de la Empresa Juvenil y es fundamental que tanto el personal de marketing como los otros departamentos, estén enfocados en objetivos y metas comunes.

Entre los requisitos tenemos:

- Estudiantes que hayan logrado cumplir con los requisitos mencionados.
- Estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas que se encuentren cursando de Sexto a Octavo Semestre
- Realizar los reportes y requerimientos del Gerente General.
- Capacidad de realizar investigaciones de mercado.
- Implementar nuevos servicios de acuerdo a las diferentes necesidades de los clientes y mercado.
- Crear sistemas de estrategias de negocios dentro de la empresa.
- Controlar y coordinar la publicidad de la Empresa Junior
- Contactar a un auspiciante, donante o medios para la difusión de la Empresa Junior.
- Analizar los impactos de las estrategias de marketing y los cambios en el mercado.
- Supervisar las ventas de la Empresa Junior y los contratos adquiridos por consultorías.

La Gerencia de marketing, debe dar soporte en diferentes aspectos como son:

- Publicidad, debe coordinar los esfuerzos publicitarios.

- Promoción de servicios, como son folletos, catálogos y otros materiales promocionales y fundamentales para dar a conocer a nuestra Empresa Juvenil.
- Exposiciones dentro y fuera de la Universidad que son de carácter informativo.
- Investigación de mercado que nos ayudará a la recopilación e interpretación de datos referentes al mercado en cuestión.
- Planeación de marketing nos servirá de base para la planeación de servicios de consultoría.
- Desarrollo y planeación de servicios. Esta función de mercadeo es primordial porque es la que origina nuevos servicios que serán incorporados a la carpeta actual y aumentara las posibilidades de próximos proyectos a futuro.
- Desarrollo de mercado, mediante esta práctica el marketing detecta nuevos mercados, donde los servicios, pueden ser comercializados.
- Definir bien a la competencia (EMPRESA JUVENIL ESPOL). Es posible que con ello se incluya a empresas que también ofrecen productos alternativos o de sustitución. Conocerlos, también significa informarse sobre su actuación y adoptar propuestas similares de interés.

Esta Gerencia llevará un proceso de planeación para ofrecer los servicios y contará con pasos fundamentales que son los siguientes:

- Análisis de la situación. En éste, deberá estudiar las características del mercado, el costo de ventas, la competencia, la mezcla promocional, los factores políticos que puedan afectar a la

Empresa Juvenil, además de cualquier otra variable que pueda afectar los pronósticos de ventas de proyectos de consultoría.

- Fijar metas y objetivos.
- Determinar el potencial del mercado, donde se definirá el máximo de ventas posible en el mercado estudiado.
- Pronóstico de ventas, se tomará en cuenta el potencial del mercado y nuestra participación para estimar las posibles ventas de los proyectos.
- Seleccionar estrategias. Mediante este proceso se escogerán las tácticas y estrategias necesarias para obtener los resultados esperados.
- Desarrollar actividades.
- Presupuestar.
- Crear el plan. Es cuando finalmente la Gerencia de Marketing, elaborará el documento detallado del plan de ventas.
- Controlar el plan. Esta última fase es la más importante, porque de ella depende el éxito de los esfuerzos realizados en la planificación y durante el control se puede determinar posibles fallas en los procedimientos y tomar las medidas a lugar para corregirlas.

❖ ***Perfil: Gerente De Recursos Humanos***

Dentro de los Requisitos tenemos:

- Estudiantes que hayan pasado la primera etapa del proceso de selección.
- Estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas que se encuentren cursando de Sexto a Octavo semestre.
- Plantear políticas y estrategias de administración de recursos humanos.

- Realizar el proceso de selección.
- Contractar al personal de las diferentes áreas.
- Realizar la inducción al nuevo personal
- Supervisar el cumplimiento del reglamento
- Velar por la seguridad y comodidad laboral de los miembros de la empresa
- Gestionar capacitaciones y congresos para los directivos de la empresa junior.
- Evaluar funciones y desempeños de los miembros actuales de la empresa.
- Administrar los horarios y remuneraciones de los funcionarios.

La Gerencia de Recursos Humanos estará encargada de desarrollar y administrar las políticas, programas, procedimientos que provea la estructura empresarial, eficiente, estudiantes capaces, oportunidad de progreso, satisfacción en el trabajo en equipo y seguridad de todos los estudiantes. A su vez, se encargará de los cinco temas más importantes en la Gerencia de Recursos Humanos tales como:

- a.** Planificación de los Recursos Humanos
- b.** Análisis y Diseño del Trabajo
- c.** Reclutamiento y Selección
- d.** Evaluación y Revisión del Desempeño
- e.** Administración de Honorarios

Todos estos puntos están estrechamente ligados, como funciones básicas en la gerencia de recursos humanos, es importante la planificación de los recursos para el cumplimiento de los objetivos empresariales y de las metas de la empresa juvenil, el análisis y diseño de puestos nos permitirá conocer las tareas y actividades de todos los puestos dentro de la empresa, esto servirá como referencia a otras funciones de la gerencia de recursos humanos como el reclutamiento y selección, capacitación,

evaluación del desempeño y administración de honorarios. El reclutamiento y selección nos permitirá escoger, evaluar a los estudiantes idóneos para el cumplimiento de los objetivos empresariales. La evaluación y revisión del desempeño les permitirá evaluar en dos aspectos: tanto al estudiante para ver su desempeño y para la empresa evaluar que tan bien se ha realizado la selección y como se encuentra el puesto. En cuanto a la administración de honorarios, esto representará un factor importante para motivar a los estudiantes.

❖ **Perfil: Gerente De Proyectos**

Dentro de los Requisitos tenemos los siguientes:

- Estudiantes que hayan logrado cumplir con los requisitos mencionados.
- Estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas que se encuentren cursando de Sexto a Octavo Semestre.
- Capacidad administrativa para organizar, dirigir y controlar los recursos de la Empresa Junior.
- Dirigir de manera efectiva y óptima los recursos humanos, financieros y físicos para el desarrollo de los proyectos que realice la empresa.
- Capacidad de gestionar, formular, evaluar, programar, ejecutar y controlar los proyectos, manejando con habilidad las técnicas financieras y conocimientos económicos.
- Administrar y supervisar las fases y estructuras de los diferentes proyectos.
- Analizar y manejar los riesgos del proyecto y los diferentes indicadores de viabilidad.

- Coordinar y supervisar al resto del personal que participa en la elaboración de los proyectos de la empresa.

La gerencia de proyectos ofrecerá a los sectores público y privado un servicio idóneo de gerencia que garantizará la calidad en la ejecución de los proyectos y la entrega oportuna de los resultados esperados. Esta línea de servicios contribuye a que las entidades dirijan sus mayores esfuerzos a la planeación y diseño de políticas propias de su función social.

La gerencia de proyectos contará con 3 fases que son negociación, planeación y ejecución, y liquidación.

A. Negociación

Determinará la viabilidad para la suscripción de convenios a través de un adecuado proceso de identificación, revisión y análisis de las necesidades y requisitos de los Clientes y de los proyectos a ejecutar.

B. Planeación y Ejecución

Definirá o ajustará los planes operativos que permiten la ejecución de los proyectos de un convenio para realizar (ejecutar, aplicar) actividades coordinadas y concertadas de todos quienes intervendrán en el proceso con el fin de entregar oportunamente los proyectos objetos del convenio.

C. Liquidación

Efectúa el balance y cierre del cumplimiento de los compromisos adquiridos en la ejecución de un convenio de Gerencia de Proyectos, mediante un proceso de revisión integral de las obligaciones adquiridas por las partes, de acuerdo con los compromisos pactados con el cliente.

❖ **Perfil: Gerente De Operaciones**

Entre los Requisitos tenemos los siguientes:

- Estudiantes que hayan logrado cumplir con los requisitos mencionados.
- Estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas que se encuentren cursando de Sexto a Octavo Semestre.
- Supervisar la ejecución de los proyectos y el cumplimiento de las tareas asignadas a los estudiantes participantes del proyecto.
- Distribuir el número de estudiantes que formará parte del desarrollo del proyecto.
- Manejar los espacios físicos, los equipos, herramientas tecnológicas que se utilizaran para llevar a cabo la elaboración del proyecto.
- Reducir tiempo en la elaboración y ejecución de los proyectos
- Velar por la calidad de los servicios de la empresa junior; en la consolidación de contratos y el desarrollo de las fases de los proyectos.
- Garantizar que la entrega de los proyectos sea en el tiempo y en las condiciones establecidas.
- Supervisar el cumplimiento de las obligaciones de RRHH, en los procesos de selección, contratación, inducción del personal.

La Gerencia de operaciones tendrá la responsabilidad de cinco importantes áreas de decisiones: proceso, capacidad, inventario, fuerza de trabajo y calidad.

1. **Proceso.** Las decisiones de esta categoría determinarán el proceso físico o instalación que se utiliza para llevar a cabo los

proyectos. Las decisiones incluirán el tipo de equipo y tecnología, el flujo de proceso, la distribución entre estudiantes, así como todos los demás aspectos de las instalaciones físicas o de servicios.

2. **Capacidad.** Determinará no sólo el tamaño de las instalaciones sino también el número apropiado de estudiantes en la función de operaciones. Se ajustarán los niveles de estudiantes para satisfacer las necesidades de la demanda del mercado y el deseo de mantener una fuerza de trabajo estable. A corto plazo, la capacidad disponible deberá asignarse a tareas específicas y puestos de operaciones mediante la programación de estudiantes, del equipo y de las instalaciones.

3. **Inventarios.** Determinarán lo que se debe ordenar, qué tanto pedir y cuándo solicitarlo. Los sistemas de control de inventarios se utilizan para administrar los materiales ya sean estos equipos o suministros de oficina desde su compra, a su vez, se administrará el flujo de los materiales dentro de la empresa.

4. **Fuerza de trabajo.** Las decisiones sobre la fuerza de trabajo incluirán la selección, contratación, despido, capacitación, supervisión y compensación. Estas decisiones serán tomadas por el gerente de operaciones, con frecuencia con la asistencia de la gerencia de recursos humanos. Administrar la fuerza de trabajo de manera productiva y humana, será una tarea clave para la función de la operación de nuestra empresa junior.

5. **Calidad.** La función de operaciones es casi siempre responsable de la calidad de los bienes y servicios producidos. La calidad es una importante responsabilidad de operaciones que requerirá del apoyo total de la empresa junior. Las decisiones sobre calidad deberán asegurar que la calidad se mantenga en los diversos proyectos en todas las etapas de las operaciones: se deben establecer estándares, diseñar equipo, capacitar estudiantes e inspeccionar el producto los proyectos para obtener un resultado de calidad.

❖ **Perfil: Gerente De Calidad**

Dentro de los Requisitos tenemos los siguientes:

- Estudiantes que hayan logrado cumplir con los requisitos mencionados.
- Estudiantes de la facultad de Ciencias Económicas que se encuentren cursando de Sexto a Octavo Semestre.
- Capacidad de conducir e influenciar a los estudiantes para el fiel cumplimiento de las metas propuestas.
- Implementar sistemas que optimice los recursos de la empresa.
- Capacidad de síntesis, objetividad y agilidad para la toma de decisiones dentro de la empresa Junior.
- Trabajar en conjunto con la gerencia de operaciones y proyectos para el cumplimiento de los objetivos de la Empresa Junior.
- Desarrollar, implementar y evaluar la calidad total en cada área dentro de la Empresa Junior.
- Implementar modelos de control para la evaluación de calidad en la empresas

- Evaluar los proyectos realizados y hacer análisis de calidad del mismo.
- Incorporar recursos necesarios para el mejoramiento de calidad de la Empresa Junior que permita entregar excelentes productos a sus clientes a bajos costos.

La Gerencia de Calidad será la provisión de técnicas y herramientas para mejorar la calidad de todo el sistema, con el propósito de que de manera continua se considere los valores, la participación y aceptación de los estudiantes, y se promoverá la innovación y la creatividad.

Al contar con el área de Calidad, nuestra empresa juvenil constituirá una caja de herramientas útiles para mejorar el desempeño y asegurar la eficiencia y calidad en los proyectos que se realicen.

A su vez, esta área se encargará de la eficiencia y la mejora continua, eliminando paulatinamente las fallas, reprocesos, quejas, tiempos de producción y todo aquello que entorpezca la realización de los proyectos que se lleven a cabo.

❖ ***Perfil: Coordinador De La Empresa Junior***

- Actualmente se encuentre siendo docente de la Facultad de Ciencias Económicas.
- Se encuentre ejerciendo la cátedra en materias como: Contabilidad, Marketing, Finanzas, Proyectos, Planeación Estratégica, Gestión de Calidad, Emprendimiento o materias afines.

- Profesores que hayan dirigido proyectos similares dentro de la universidad.
- Supervisar el proceso de selección de los estudiantes que conformarán la empresa juvenil.
- Velar por el cumplimiento de los estatutos.
- Ser el nexo entre la asamblea y la junta directiva.
- Evaluar las funciones y desempeños de los gerentes de cada área y del gerente general.
- Amplia capacidad de decisión sobre las negociaciones con los clientes.
- Asesorar a los clientes internos y externos.
- Garantizar el desarrollo de los proyectos de acuerdo a las exigencias de los clientes.

❖ **PERFIL: PROFESORES GUÍAS**

- Profesores que se encuentren ejerciendo actualmente cátedra en la Facultad de Ciencias Económicas
- Profesores principales que impartan materias como: Planeación Estratégica, Desarrollo de Emprendedores, contabilidad, Administración Financiera, Marketing Estratégico, Formulación y Evaluación de Proyectos, Gestión de Personal, Administración de Procesos.
- Que tengan ejerciendo la docencia mayor a dos años en la Facultad.
- Docentes que hayan desarrollado o dirigido proyectos de emprendimiento para la facultad.

- Docentes que no se encuentren actualmente ejerciendo algún cargo a nivel administrativo dentro de la facultad como Directores de Carrera, Coordinadores de aéreas, entre otros.
- Docentes con formación académica en diplomados, maestrías, o estuviese cursando educación de cuarto nivel.

3.13. Constitución Legal de la Empresa

En cuanto a la estructuración y a la creación como tal de una empresa junior, se debe tomar en cuenta una serie de procedimientos para poder comenzar el funcionamiento legal de la empresa:

- Se constituye la Asociación mediante un Acta de Fundación en la que se hace constar que un grupo de personas acuerdan voluntariamente unirse para servir un fin determinado y lícito según los Estatutos.
- Estas personas naturales son los integrantes fundadores que nombrarán a una Comisión Gestora y aprobarán los Estatutos de la Asociación.
- Se entienden determinados los fines de la Asociación cuando no exista duda respecto a las actividades que, efectivamente, se propone desarrollar, según se deduzca de los Estatutos y de las cláusulas del Acta Fundacional.

Los estatutos, además de las condiciones lícitas que establezcan, deberán regular los siguientes extremos:

- Denominación, que no podrá ser idéntica a la de otras asociaciones ya registradas ni tan semejante que pueda inducir a confusiones.
- Fines determinados que se propone.
- Domicilio principal y, en su caso, otros locales de la Asociación.
- Ámbito territorial de acción previsto para la actividad.
- Órganos directivos y forma de administración.
- Procedimiento de admisión y pérdida de la cualidad de socio.
- Derechos y deberes de los mismos.
- Patrimonio fundacional, recursos económicos previstos y límites del presupuesto anual.
- Aplicación que haya de darse al patrimonio social en caso de disolución.

3.13.1. Reglamento Interno de La Empresa Junior Dentro de La Facultad de Ciencias Económicas de La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

TITULO I:

De la denominación, fines, domicilio social y ámbito.

ARTÍCULO 1º:

Al amparo de lo dispuesto en la Constitución ecuatoriana, por el que se regula la inscripción registral de Asociaciones juveniles, y bajo la denominación de Asociación Juvenil de Estudiantes de la Facultad, se constituye una asociación sin ánimo de lucro y apolítica cuyo régimen de funcionamiento se acomodará a lo establecido en la citada ley,

disposiciones complementarias, cualquier otra que la revoque, y en particular por los presentes estatutos.

Se respetará la ideología política, sindical y religiosa de todos los asociados, aunque no se permitirán actividades de esta índole en el seno de la asociación.

ARTÍCULO 2º:

Son fines de la Empresa Junior:

- a) Posibilitar a los futuros profesionales, actualmente estudiantes, la puesta en práctica de los conocimientos teóricos adquiridos durante sus estudios universitarios, además de complementar la formación recibida en éstos.
- b) Contribuir a estrechar los lazos de amistad, cultura, económicos y de compensación entre los estudiantes del país y el resto del mundo. Para el cumplimiento de los fines descritos, la asociación organizará reuniones, charlas, conferencias, actividades culturales, cursos de formación y en general cualquier actividad que contribuya a los mismos.

ARTÍCULO 3º:

Su domicilio social se fija en la Facultad de Ciencias Económicas, en el Campus de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, en la ciudad de Guayaquil en la República del Ecuador. La Junta Directiva podrá trasladarlo a cualquier otro lugar del campus, previo cumplimiento de las disposiciones legales pertinentes.

ARTÍCULO 4º:

El ámbito territorial de la asociación será el territorio autonómico de la región de la ciudad donde estará situado.

ARTÍCULO 5º

La asociación, como sujeto de derecho y para el cumplimiento de los fines especificados, tiene responsabilidad jurídica propia e independiente y titularidad de derecho y obligaciones para toda clase de actos y contratos permitidos por la legislación.

TITULO II:

Órganos Directivos y forma de administración.

ARTÍCULO 6º:

Serán órganos de gobierno de la asociación, la Asamblea General y la Junta Directiva.

ARTÍCULO 7º:

LA ASAMBLEA GENERAL

Es el órgano supremo, compuesta por todos los miembros de la Empresa Juvenil y adicionalmente con la participación del Decano, Director del Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE), Directores de Carrera, Coordinadora Académica, Coordinador General de la Empresa Juvenil o un representante de los mismos. Se reunirá con carácter ordinario una vez al mes, durante todo el año, se presentará el estado de cuentas y presupuestos para su aprobación, así como la memoria anual redactada por la Junta Directiva una vez que concluya su período. Además se

procederá, si correspondiera, a la elección de los cargos de la Junta Directiva. En sesión extraordinaria se reunirá siempre que sea convocada por el Presidente, a petición de la Junta Directiva, o mediante un escrito dirigido al Presidente y firmado por al menos el 30% de los asociados, solicitando la convocatoria de la Asamblea General Extraordinaria, con indicación de los temas a tratar y sus antecedentes.

En todos los casos, han de ser citados todos los miembros con quince días de antelación, con expresión de lugar, fecha, y hora de la reunión, así como el orden del día a seguir.

La Asamblea General, precisará para constituirse legalmente en primera convocatoria de la mitad de los asociados como mínimo. De no existir "quórum", se convocará en segunda media hora más tarde, quedando válidamente constituida con cualquiera que sea el número de los asistentes.

La Asamblea General será presidida por el Presidente, y en su defecto por el Vicepresidente o por el miembro de la Junta Directiva de mayor edad, por este orden y debiendo estos justificar su ausencia. Los acuerdos adoptados por la Asamblea General serán vinculados por todos los miembros, incluso por los ausentes. La Junta Directiva será responsable ante la Asamblea General de llevar a cabo los acuerdos tomados en la misma.

ARTÍCULO 8º:

SON ATRIBUCIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL

- a) Aprobar los estados de cuentas del ejercicio anterior.
- b) Aprobar el presupuesto anual.

- c) Fijar las cuotas, a propuesta de la Junta Directiva.
- d) Velar por el perfecto cumplimiento de los fines y objetivos de la asociación.
- e) Controlar la recta actuación de los miembros de la Junta Directiva en el cumplimiento de su cargo.
- f) Nombrar los cargos de la Junta Directiva, administradores y representantes de la Asociación.
- g) Modificar los estatutos.
- h) Disolver la asociación.
- i) Nombrar a los Integrantes de Honor.
- j) Y en definitiva todos los asuntos que, por su importancia, requieran ser tratados por la Asamblea General.

En el caso de Asamblea General Extraordinaria, ésta será competente para los nombramientos de las Juntas Directivas, administradores y representantes, modificaciones estatutarias, acuerdos de federación y disolución de la asociación.

Los acuerdos de la Asamblea deberán ser tomados por mayoría simple de los miembros, salvo la disolución de la Asociación y modificaciones estatutarias, que lo serán por lo dispuesto en los artículos 23 y 24 de estos estatutos.

ARTÍCULO 9º:

LA JUNTA DIRECTIVA

Estará compuesta por un presidente, al menos un vicepresidente, un secretario, un tesorero y vocales, en número superior o igual a tres y no mayor de nueve, elegidos en Asamblea General.

El Presidente convocará y presidirá las sesiones, tanto de la Asamblea General como en Junta Directiva, y velará por el cumplimiento de los acuerdos que se tomen en las mismas. Representará legalmente a la asociación, autorizará y conformará las actas, certificaciones y demás documentos que por ley esté obligado. Además resolverá por si mismo toda cuestión que, por su urgencia, sea necesaria para el mejor cumplimiento de sus fines, viéndose obligado a convocar inmediatamente a la Junta Directiva para la ratificación, en su caso, del mencionado acuerdo urgente. Tiene la facultad de proponer a la junta directiva el nombramiento y/o sucesión de algún miembro de la misma, (será la junta directiva la encargada de admitir mediante votación dicha proposición). El Vicepresidente tendrá las mismas atribuciones del Presidente cuando le sustituya por causa de enfermedad, ausencia o vacante. Así mismo, podrá realizar cuantas gestiones le fueran encomendadas por el Presidente o la Junta Directiva.

El Secretario llevará la custodia del archivo y documentos de la asociación; redactará y firmará con el Presidente las actas de las reuniones así como la memoria anual; dará cumplimiento de los acuerdos de la Junta Directiva y la Asamblea General; extenderá y ordenará las convocatorias; y, en general, girará bajo su dirección el funcionamiento administrativo y régimen interno de la asociación.

El Tesorero tendrá a su cargo los fondos de la entidad, siendo responsable de los mismos; llevará los libros de contabilidad y los talonarios o libretas de cuentas corrientes a la vista, preparará el estado de cuentas y presupuesto anual; rendirá cuentas a la Junta Directiva y a la Asamblea General de la marcha económica de la asociación. Así mismo, intervendrá con su firma todos los documentos de cobro y pago conforme del Presidente. Ordenará el cobro de los integrantes y de modo general, se encargará del funcionamiento económico de la asociación.

Cada uno de los vocales podrá encargarse de los cometidos que le asigne la Junta Directiva. Con la aprobación de la Junta Directiva, y para el mejor desempeño de su función, podrán solicitar la colaboración gratuita de otros miembros de la asociación.

ARTÍCULO 10º

La Junta Directiva tiene como atribuciones la realización y gestión de todas aquellas situaciones que conduzcan al cumplimiento de los fines establecidos, así como llevar a la práctica las resoluciones estatutarias de la Asamblea General y sus propios acuerdos, siendo responsable de sus atribuciones y de la confianza que se le ha dado ante la Asamblea General. Así mismo, la Junta Directiva podrá convocar a los integrantes en asamblea, cuando la índole o importancia de los asuntos lo requiera.

ARTÍCULO 11º

Las decisiones, actos, normas, o disposiciones adoptadas por la Junta Directiva tendrán en todo caso, carácter decisorio y ejecutivo. Los acuerdos se tomarán por mayoría simple de votos, decidiendo en caso de empate el voto de calidad del Presidente.

ARTÍCULO 12º

Todos los cargos directivos serán honoríficos, no teniendo por tanto remuneración económica alguna.

ARTÍCULO 13º

La Junta se renovará anualmente, desarrollándose para ello un Reglamento que se ajustará a las más elementales normas democráticas de sufragio directo y secreto. Las personas competentes para la

realización de la convocatoria podrán decidir libremente la fecha, previo acuerdo con la mayoría de los miembros del órgano competente. Los miembros de la Junta Directiva podrán ser reelegidos mientras no pierdan su condición de integrantes.

ARTÍCULO 14º

La Junta Directiva se reunirá al menos una vez al mes durante el periodo lectivo y siempre que lo convoque el Presidente o lo soliciten cuatro de sus componentes por escrito dirigido al mismo.

TITULO III:

Integrantes

ARTICULO 15º

Podrán tener la condición de integrantes únicamente los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y alumnos que cursen estudios de quinto al octavo ciclo. En cualquier caso, los integrantes habrán de tener edad comprendida entre los dieciocho y los veinticinco sin cumplir.

ARTICULO 16º

La admisión de integrantes corresponde a la Junta Directiva, de acuerdo con los requisitos exigidos por los presentes estatutos. La Junta Directiva será la encargada de proponer a la Asamblea General el nombramiento de los Integrantes de Honor.

ARTICULO 17º

SON DERECHOS DE LOS INTEGRANTES DE HONOR

El ser convocados a todas las Asambleas Generales o Extraordinarias que se celebren, teniendo en éstas voz pero no voto.

ARTICULO 18º

SON DERECHOS DE LOS INTEGRANTES

- a) Tomar parte con voz y voto en las Asambleas Generales.
- b) Ser elegido miembro de los Órganos de Gobierno de la asociación.
- c) Disponer de los servicios y realizar las actividades que la asociación les facilite con derecho preferente.
- d) Exponer a la Junta Directiva cuantas quejas y sugerencias crean necesarias para la buena marcha de la asociación.
- e) Solicitar y recibir información sobre la marcha de la asociación.
- f) Fiscalizar las cuentas.
- g) Cuales otros les atribuya la Asamblea General y, en general, intervenir en el desarrollo y cumplimiento de los fines de la asociación.

ARTICULO 19º

SON DEBERES DE LOS INTEGRANTES

- a) Cumplir los Estatutos, Reglamentos internos, normas y acuerdos de la Asamblea General y de la Junta Directiva, en el ámbito de su competencia.
- b) Colaborar en el desarrollo de las actividades de la asociación, prestándole la asistencia posible.
- c) Procurar la más estrecha unión entre los integrantes.

ARTICULO 20º

SE PERDERÁ LA CONDICIÓN DE INTEGRANTE

- a) Por baja voluntaria comunicada al Presidente
- b) Por acuerdo de la Junta Directiva
- c) Por incumplimiento reiterado de los acuerdos adoptados por la Asamblea General o la Junta Directiva.
- d) Por causa de conducta que vaya en contra de los intereses de la empresa junior, apreciada por la Junta Directiva o por una sexta parte de los miembros de la empresa y comunicada a la Junta Directiva. Esta decisión no será efectiva hasta que sea aprobada por la Asamblea General.
- e) Al finalizar los estudios referidos en el artículo 15 de estos estatutos.

TITULO IV:

Recursos económicos y límite del presupuesto anual:

ARTICULO 21º

Los recursos económicos de la entidad se constituirán por bienes muebles o inmuebles, subvenciones públicas, actividades, donativos y subvenciones que reciba de personas y organismos privados, herencias o legados con que pueda ser favorecida.

ARTICULO 22º

En el momento de su creación la asociación carece de patrimonio.

ARTICULO 23º

El límite del presupuesto anual será siempre en relación con el número de asociados y se fija en el momento de la constitución. Cualquier

incremento de su cuantía requerirá la aprobación de la Asamblea General y el permiso de la Autoridad Competente.

El ejercicio social comenzará el 1 de Enero finalizando el 31 de Diciembre.

TITULO V:

Modificación de los Estatutos; Disolución de la Asociación.

ARTICULO 24º

Para la modificación de los presentes Estatutos será preciso el acuerdo de la Asamblea General convocada con carácter extraordinario para tal fin y por la mayoría de dos tercios de votantes.

ARTICULO 26º

La empresa podrá disolverse

- a) Por disposición legal.
- b) Por sentencia judicial firme.
- c) Por acuerdo de los dos tercios de los componentes de la Asamblea General, expresa y debidamente convocada para ello con carácter extraordinario.

ARTICULO 27º

Disuelta la empresa, los bienes que hayan quedado, una vez hecha la liquidación de todas las deudas, deberán ser entregados a la facultad correspondiente como donación o a una O.N.G. que decida la comisión liquidadora.

3.14. Remuneración

Las remuneraciones estarán situadas de acuerdo a la escala de sueldo:

❖ Gerentes de áreas

Los Gerentes de Áreas no recibirán una remuneración económica sino que será retribuido por capacitaciones o congresos que colaboren al desarrollo profesional de las carreras, estas capacitaciones estarán acorde con las funciones desempeñadas de cada gerente y por el nivel de desempeño realizado en cada proyecto.

❖ Coordinador de la empresa Junior

El coordinador de la empresa Junior que ejercerá sus funciones como planificador en la consolidación de la empresa junior, recibirá una remuneración de acuerdo a las horas prestadas en la ejecución de los proyectos que se desarrollen, el costo por hora estará estabilizado en \$ 12.00 dólares americanos, que no se extienda más de 5 horas semanales.

❖ Profesores Guías

La remuneración de los profesores guías se designará un valor de \$ 12.00 dólares por hora prestada en cada proyecto.

En el caso que el profesor guía o cualquier docente de la universidad que presente un proyecto para ser desarrollado por la empresa de Junior, el valor de la asesoría que se cobre debe ser establecido por la Asamblea.

❖ **Estudiantes Participantes de cada Proyecto**

Cada Estudiante que forme parte de un Proyecto dentro de la Empresa Junior, tendrá una remuneración básica de \$ 240.00 dólares americanos mensuales, tal como se contempla en el Art. 75 del CONESUP (Consejo Nacional de Educación Superior).

***Nota:** En el caso de negociaciones por cualquiera de las partes deberán dirigirse al máximo organismo que es la Asamblea General.*

3.15. Estructura Organizativa

3.15.1. Principios

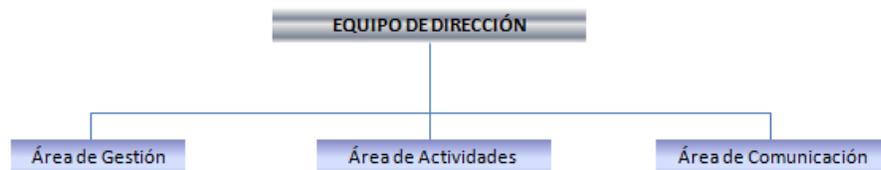
En definitiva, para gestionar una entidad juvenil es necesario tener claro desde el principio que se va a contar con una organización que hay que gestionar y que con ello las personas implicadas estén en condiciones de lograr una mejor consecución de los fines para los que se unen.

Para poder definir la estructura organizativa de la entidad juvenil se han de contemplar tres principios fundamentales:

A) Especialización Como habitualmente una entidad juvenil no tiene una única línea de actuación, es necesario establecer compartimentos en los que se obtenga mayor eficacia y eficiencia y, por lo tanto, se mejoren los resultados para el conjunto de la organización. Algunos de los criterios de especialización más comunes son:

- **Por funciones** Consiste en “departamentar” las actividades, de tal manera que cada departamento tiene un conjunto de tareas y obligaciones que no son similares. Sería el caso de establecer área de gestión, área de actividades, área de comunicación, etc. con la ventaja de facilitar la especialización del personal.

Figura 8. Organización Funcional

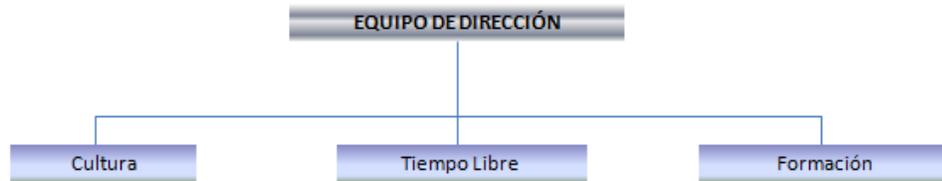


FUENTE:<http://cms.ual.es/idc/groups/public/@vic/@vestudiantes/documents/documento/documento14664.pdf>

ELABORACIÓN: *Manual de Gestión de Entidades Juveniles*

- **Por servicios** Al aumentar la actividad de la entidad, y si se está organizado por funciones, suele darse el salto a este tipo de organización. También se suele emplear cuando se tienen claramente diferenciadas los ámbitos de actuación. A modo de ejemplo, podría hablarse de área (comisión o vocalía) de formación, de tiempo libre, de solidaridad, de creatividad, etc. La ventaja de este tipo de organización es que se fomenta la innovación al potenciar equipos de trabajo asociados al servicio. La responsabilidad no está en el máximo órgano de dirección, sino que puede quedar en el/la responsable del área, que tiene que luego dar cuentas a aquél.

Figura 9. Estructura Organizativa por Servicios

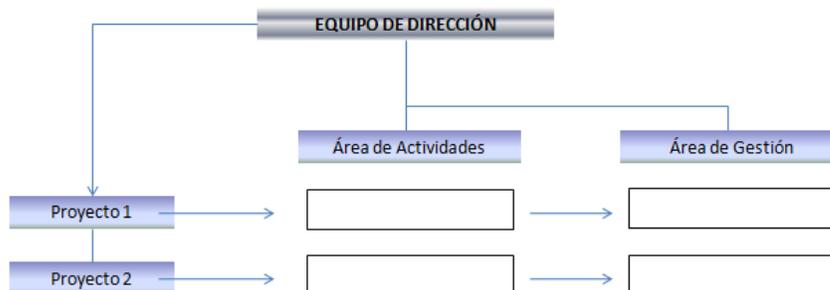


FUENTE:<http://cms.ual.es/idc/groups/public/@vic/@vestudiantes/documents/documento/documento14664.pdf>

ELABORACIÓN: Manual de Gestión de Entidades Juveniles

- **Por combinación (matricial).** Supone la combinación de los criterios anteriores. En todo caso es muy habitual cuando se trabaja sobre la base de proyectos, de manera que se crean equipos a medida de cada uno combinando criterios funcionales y de servicio. Se busca agilidad, comunicación fluida, flexibilidad en la utilización de los recursos y buenos resultados.

Figura 10. Organización Matricial



FUENTE:<http://cms.ual.es/idc/groups/public/@vic/@vestudiantes/documents/documento/documento14664.pdf>

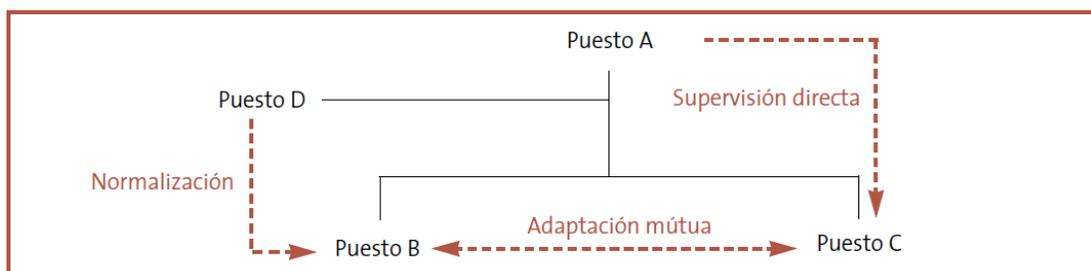
ELABORACIÓN: Manual de Gestión de Entidades Juveniles

B) Coordinación La división del trabajo en la organización generará la necesidad de mecanismos de puesta en común o de control para que la organización funcione adecuadamente bajo una única administración.

B1) Se planteará desde tres niveles:

- **Coordinación de puestos de trabajo:** Coordinación informal o adaptación mutua entre todos los estudiantes miembros. Es una forma habitual en todas las empresas juveniles muy pequeñas que resuelven todo hablando entre los miembros.
- **Supervisión directa:** Un profesor guía se responsabiliza de los trabajos que se lleven a cabo, dándoles instrucciones y controlando sus acciones. A medida que las entidad juvenil se complejice. Esta supervisión puede ser en mayor o menor grado.
- **Coordinación a través de normas.** La coordinación se obtiene antes de que el trabajo se realice. Todas las personas que trabajen en los proyectos deben pertenecer a la Facultad de Ciencias Económicas.

Figura 11. Mecanismos de Coordinación



FUENTE:<http://cms.ual.es/idc/groups/public/@vic/@vestudiantes/documents/documento/documento14664.pdf>

ELABORACIÓN: Manual de Gestión de Entidades Juveniles

B2) Coordinación de unidades organizativas (áreas, secciones, vocalías, etc.). Para ello se utilizarán instrumentos como:

- **Los sistemas de planificación y control**, que permitirán definir los objetivos de cada unidad y los de la organización, de manera que los primeros tienen que contribuir a lograr los segundos. Con este instrumento, todas las unidades saben cuáles son los objetivos del resto y cómo se relacionarán para lograr los objetivos locales.
- **Los grupos de trabajo**, que permitirán la puesta en común y la coordinación informal. Evidentemente estarán formados por personas de distintas áreas.
- **Directivos integradores**, que tendrán capacidad de coordinar a distintas unidades.

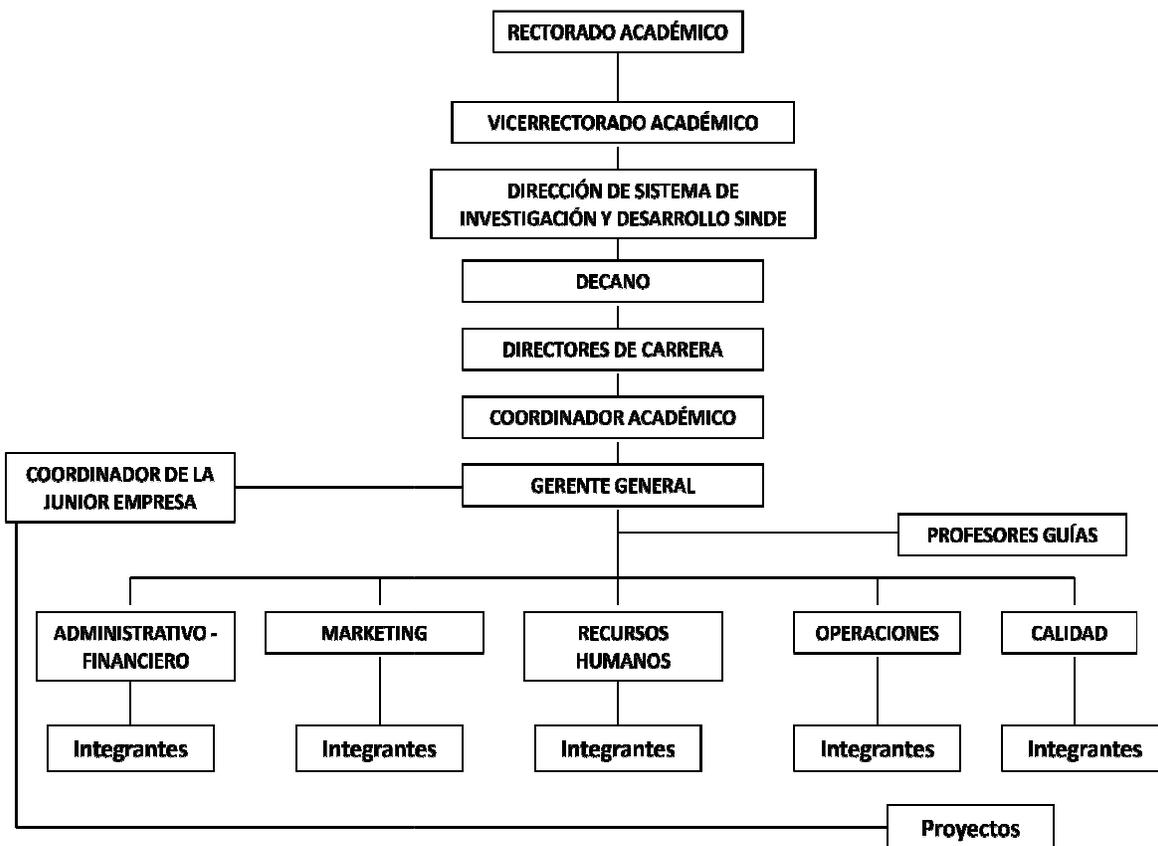
3.16. Organigrama Estructural de la Empresa

El organigrama es la representación gráfica de cómo se agrupan las posiciones individuales (puestos de trabajo) y la manera en que los grupos resultantes (áreas o unidades organizativas) se relacionan entre sí: estructura de gestión y jerarquía de autoridad.

Algunas de las características más destacadas en el organigrama son:

- Representa la realidad de la entidad en un momento determinado.
- Debe evolucionar al mismo tiempo que evoluciona la organización.
- Representa fidedignamente las relaciones internas de la entidad y su jerarquización.
- Debe incluir a todos los puestos de trabajo, sean de personal voluntario o contratado.

- Sirve de referencia para los miembros de la entidad y para ajenas.
- Representa el sistema y el método de dirección y gestión establecido.



FUENTE: Elaboración Propia

Para ello, la organización tendrá un organigrama tipo vertical o integrador donde todos los miembros contribuirán a los objetivos comunes y la manera de integrarlos es la jerarquía de autoridad - cada unidad organizativa se someterá a algún tipo de autoridad que controlará el cumplimiento de sus objetivos.

CAPITULO 4

4. SERVICIOS A OFRECER POR LA EMPRESA JUNIOR

Los buenos productos y programas de marketing empiezan con un conocimiento a fondo de las necesidades y deseos de los clientes. Las empresas necesitan información acerca de sus competidores, distribuidores y otras fuerzas del mercado. Actualmente se puede generar información en grandes cantidades, a veces se recibe demasiada información, es común que no se tenga la información de tipo correcto, pese al volumen se sigue sin obtener lo que se quiere. Las empresas deben diseñar sistemas de información de marketing eficaces que proporcionen a los directores la información correcta.

Según los requerimientos del mercado, el enfoque estaría en brindar el servicio que reúna la información y permita visualizar nuevas áreas de oportunidad, sin importar cuál sea la necesidad del negocio o empresa; se adapta los servicios a la rama o industria a la que pertenezca.

El buen manejo de la información crea una ventaja competitiva.

4.1. Investigación de Mercados

La investigación de mercados tiene que ver con la recopilación sistemática y objetiva, el análisis y la evaluación de información sobre aspectos específicos de los problemas de mercadotecnia para ayudar a la administración a la hora de tomar decisiones importantes. La investigación de mercados no es un fin; es un medio para alcanzar un fin: Mejorar la toma de decisiones.

Se ofrecerían inicialmente técnicas grupales como:

- **Grupos Focales:** la más clásica de las metodologías cualitativas, el grupo focal es una técnica de indagación dirigida, en el cual, un grupo de participantes recorre bajo la conducción de un moderador, una guía de indagación. Técnica muy efectiva para obtener en poco tiempo información concreta sobre un tema dado. Trabajarán con grupos focales de hasta 3 horas de duración.
- **Talleres:** Sesiones de trabajo basadas en técnicas proyectivas y creativas, que se realizarán en un marco distendido y espacio adecuado a tal fin. Es un abordaje menos estructurado que el focus group, sosteniéndose en la creación de los participantes y la mediación del moderador. Es una técnica particularmente efectiva en la búsqueda de insights (puntos de vista).
- **Cross Groups:** Trabajarán con dos “grupos espejo” en paralelo, los cuales son abordados a partir de la observación recíproca y el mutuo análisis. Por ejemplo: madres e hijos, esposos y esposas, productores y consumidores, etc.
- **Undercover Groups:** Introducirán un “espía” en cada grupo, quien trabajará coordinando con el moderador introduciendo temas y conceptos que “se desvían” del curso declarado de la investigación.

Área cuantitativa

PAPI: Paper and Pencil Interviewing (entrevistas con lápiz y papel): una de las metodologías de abordaje cuantitativo más tradicionales, apta para ser desplegada en diversos escenarios.

CAPI: Computer-Aided Personal Interviewing (Entrevistas personales asistidas por computador): Las entrevistas son administradas a través de un software específicamente diseñado, validando inmediatamente los resultados.

CATI: Computer-Aided Telephone Interviewing (Entrevistas telefónicas asistidas por computador): Desde un call-center de última generación basado en tecnologías VOIP, se realizan entrevistas telefónicas, administradas a través de un software específico.

Central Location: Entrevistas personales que se realizan en una ubicación determinada.

Social Network Analysis: La visualización de redes sociales permite entender las dinámicas de la comunidad de consumidores, elementos clave para campañas de marketing viral.

4.2. Planeación Estratégica para Pymes

La Pequeña y Mediana Empresa PYME, tiene una importancia muy grande en el desarrollo de los países.

Ofrecerán la disponibilidad de una revista electrónica de publicación periódica, vínculos de interés, artículos para Pymes y libros de administración para pequeña y mediana empresa. Los servicios se proporcionarían por Internet para negocios y administración para Pymes, según el análisis de las necesidades de este sector.

Finalmente, crearan una red de contactos, mediante la cual podrán buscar el servicio o producto que necesite el cliente. Este proceso sería de

retroalimentación continua, ya que los clientes podrán también ofrecer sus servicios a través de esta iniciativa.

Los Planes Estratégicos suelen ser implementados mediante los aportes de las Consultorías de Estrategia. Para esto brindaran asesorías en la estructuración de:

- Visión
- Misión
- Objetivos generales y específicos
- Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

4.3. Diseño y Formulación de Proyectos

Brindaran el análisis y estructuración de proyectos con la finalidad de estudiar la viabilidad y puesta en funcionamiento de un proyecto. El contenido de este servicio sería:

1. El Estudio Inicial O Perfil

Que se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la opinión que da la experiencia. En términos monetarios solo presenta estimaciones globales de las inversiones, costos o ingresos, sin entrar en detalles. Aquí se busca determinar si existe alguna razón que justifique el abandono de una idea antes de que se destinen los recursos.

2. Estudio De Investigación O Prefactibilidad

Se basa principalmente en información de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación las principales variables técnicas, de mercadeo, de producción, financieras y administrativas.

3. Estudio final o de factibilidad

Se elabora sobre la base de los antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de fuentes primarias de información.

❖ Alcance del estudio de los proyectos

En términos generales son cinco los estudios particulares que se realizarían en el servicio de la evaluación del proyecto:

1. Viabilidad comercial o del mercado

Indicará si el mercado es o no sensible al bien o servicio producido por el proyecto y la aceptabilidad que tendría por su consumo o uso. Estudia los fenómenos de oferta y demanda, las características del mercado, definido este como un espacio social, virtual, flexible y dinámico, conformado por la organización como tal, por sus usuarios reales y potenciales y por los competidores teniendo en cuenta el ciclo de vida de los productos o servicios.

2. Viabilidad técnica

Estudia las posibilidades materiales, físicas, químicas de producir el bien o servicio que espera generarse del proyecto. Involucra los costos directos e indirectos de fabricación del producto o de prestación del servicio.

3. Viabilidad de la plataforma jurídica

Contempla dos ámbitos el externo, que muestran las regulaciones jurídicas existentes que hacen o no viable la puesta en marcha del proyecto y las de carácter interno, que remiten a revisar los procedimientos, el análisis de información para identificar el tipo de servicios que la empresa está obligada a prestar, de acuerdo con la filosofía Institucional (misión, visión y valores corporativos).

4. Viabilidad de la gestión

Se refiere a la capacidad administrativa para emprenderlo. Define las condiciones mínimas que se hacen necesarias para emprender el proyecto tanto en lo funcional, como en lo estructural. Por lo tanto define el organigrama, manuales de funciones y procedimientos, estrategias operativas y cronograma del proyecto.

5. Viabilidad financiera

Estima la rentabilidad de la inversión. Para ello se determinan los recursos financieros (fijos y corrientes), los ingresos estimados, los costos operacionales, las fuentes de Financiamiento, así como un cronograma de la inversión.

4.4. Diseñar y Estructurar El Desarrollo Humano

El servicio estaría ligado a diseñar la estructura de la empresa en función de utilizar los recursos con tanta eficacia como sea posible, donde y cuando se necesiten, a fin de alcanzar las metas propuestas en la planeación estratégica. Además se estructurará:

- Diseño de Cargos Laborales
- Diseño y análisis de la estructura organizacional de la empresa
- Evaluación del desempeño laboral dentro de la empresa.
- Diseño de plan motivacional de la empresa.
- Cumplimiento de políticas laborales.
- Diseño de condiciones de trabajo (Ergonomía).

La idea de este servicio es brindar el soporte necesario para que la empresa opere en el rango impuesto por la ley, así como pueda generar productividad por medio de estrategias organizacionales.

4.5. Asesoría Contable

En los servicios contables incluirán:

- Diseño de manuales contables,
- Elaboración de catálogos de cuentas,
- Análisis de procesos de registro y sistemas transaccionales ,
- Revisión de modelos de negocios contable-financieros ,
- Reconstrucción de cuentas y saldos,
- Implementación de aplicaciones contable financieras.

4.6. Perfil del Consumidor

Las Pymes en Ecuador poseen un enorme potencial para generar producción, empleo e ingresos. Con los estudios concluimos que si el sector recibiera el suficiente apoyo de las instituciones oficiales y de las organizaciones de asistencia técnica internacional, tendrían muchas condiciones para constituirse en motor del desarrollo y tener mayor participación de producir para el mercado local e internacional.

4.6.1. Análisis del Consumidor

El consumidor sigue siendo una PYME que no tenga formalmente estructurada un área específica, como por ejemplo, administrativa, recursos humanos, financiera, lo que sucede en la mayoría de las Pymes y Empresas familiares.

Orientaran el producto en función de lo que contestaron los clientes potenciales.

Es importante recalcar, que las PYMES que tengan un millón de dólares o más en activos están obligadas, por la Superintendencia de Compañías, a manejar auditorías externas. Por esta razón, el producto se hace interesante y necesario.

El potencial cliente para este nuevo servicio será:

- Empresas que tengan contabilidad en proceso manual.
- Empresas que no estén organizadas administrativamente.

- Empresas que tengan problemas de control.
- Empresas que requieran recursos del sector financiero para ampliar sus negocios.
- Empresas que no manejen adecuadamente la ley laboral.
- Empresas que no conozcan o sepan de técnicas de desarrollo humano.
- Clientes que necesiten un crédito para ampliar su negocio, o necesiten capital de trabajo para el normal funcionamiento del mismo.
- Empresas que desean mejorar su eficiencia estratégica y operativa.
- Interesados en conocer la situación financiera actual de su empresa para poder tomar decisiones, sea de crecimiento, o de diversificación de riesgos, o inclusive de estrategias para otorgar crédito a sus clientes.

4.6.2. Segmentación del Mercado: Perfil del Consumidor

Como ya se mencionó, se van a dirigir y orientar los servicios al segmento de las PYMES.

❖ Tamaño del Mercado Potencial

Al evaluar la encuesta, se obtuvo que el 92% de la muestra tomada demostrar alto interés en los servicios de asesoría por lo que se considera que por lo menos el 10% de lo que se factura promedio mensualmente, será lo que se facture de este servicio.

La rentabilidad del servicio está dada por la estructura de costos operativos y comerciales, que se asemejan a los otros servicios que ofrece las empresas competidoras.

4.7. Posicionamiento

❖ Estrategia de Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento de la empresa es aliarse con otras empresas o gremios, con gran alcance y renombre, que permitan presentar la nueva línea de negocios, como un servicio indispensable en toda empresa, según el caso lo amerite. Es importante que existan diferencias claves entre el producto y el de sus competidores, para lograr que ocupe un lugar distintivo en la mente de los clientes.

Los tipos de posicionamiento existentes son:

- Posicionamiento basado en las características del producto
- Posicionamiento en base a Precio y Calidad
- Posicionamiento con respecto al uso y beneficios que reporta el producto
- Posicionamiento por el estilo de vida
- Posicionamiento en relación a la competencia

Se ha elegido el posicionamiento, orientado a las características del producto y al uso y beneficios que reporta el mismo. Por esta razón, se busca captar al cliente explotando las ventajas que brindan los atributos del servicio específico.

❖ Estrategias de Diferenciación

La estrategia de diferenciación de la compañía está enfocada en la metodología de trabajo con valor agregado. Se buscará el cumplimiento de objetivos, previamente planteados, sin importar la cantidad de visitas que se la haga al cliente por cada proyecto contratado. Es decir, para la empresa lo importante es que se cumplan con las actividades establecidas para el correcto desempeño de la asesoría. La organización y la metodología de nuestra empresa la diferenciarán de sus competidores.

Figura 13. Mapas Perceptuales y de Posicionamiento

ATRIBUTOS	IMPORTANCIA	PORCENTAJE
A. AYUDA AL MEJOR MANEJO DE LA EMPRESA	1	67%
B. PRECIO	3	6%
C. ES NECESARIO	4	4%
D. DISMINUYE COSTOS	2	23%

CAPITULO 5

5. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERA

5.1. Financiamiento

Basado en el análisis de este proyecto y buscando las fuentes de financiamiento para llevarlo a cabo, se han considerado alguna de las siguientes opciones:

- ***Proveedores***

A través de la obtención de un crédito comercial, por ejemplo, se puede conseguir que un proveedor les conceda algún activo como muebles, equipos o suministros de oficina, etc. y les permita pagarlo en cuotas mensuales en lugar de tener que realizar un único pago en efectivo.

- ***Canjes o Trueque con Otras Empresas***

Intercambiar un servicio por otro, por ejemplo, pagar anuncios o publicidad con los servicios de consultoría, o brindar los servicios a los trabajadores de una empresa, brindando seminarios o capacitaciones, a cambio de que nos provea de insumos o mercaderías.

- ***Buscar un Socio***

Buscar una persona que quiera invertir en la empresa y, a la vez, trabajar en sinergia en el crecimiento de la misma.

- ***Apoyo Económico de La Facultad***

La Facultad a través del Decanato y la Dirección de carreras de la Facultad de Ciencias Económicas pueden financiar la Implementación de la empresa junior.

El financiamiento de la Empresa Junior se basará en un plan estratégico que les permita obtener la cantidad de ingresos suficientes de cada una de las fuentes mencionadas anteriormente según su factibilidad.

5.2. Inversión Inicial

La inversión de éste proyecto comprende la cantidad de dinero, la cual, se debe de tener para poder comenzar el negocio, además de los costos asociados a la constitución de la empresa y por último el capital de trabajo. A continuación se muestra el cuadro que comprende el valor de la inversión inicial necesaria:

INVERSION INICIAL				
DETALLE	UNIDADES	VALOR	TOTAL	ESTUDIO DE PROCEDENCIA
ADECUACIONES	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	TECNICO
TERRENO	0	\$ -	\$ -	TECNICO
SILLAS	12	\$ 45.00	\$ 540.00	TECNICO
ESCRITORIOS	6	\$ 250.00	\$ 1,500.00	TECNICO
TELEFONOS	5	\$ 30.00	\$ 150.00	TECNICO
COMPUTADORAS	5	\$ 600.00	\$ 3,000.00	TECNICO
REDES	1	\$ 150.00	\$ 150.00	TECNICO
IMPRESORAS	3	\$ 180.00	\$ 540.00	TECNICO
AIRE ACONDICIONADO	1	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	TECNICO
SUMINISTROS DE OFICINA	1	\$ 200.00	\$ 200.00	TECNICO
PUBLICIDAD	1	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	PLAN DE MARKETING
COSTOS DE PUESTA EN MARCHA	1	\$ 800.00	\$ 800.00	ORGANIZACIONAL
PATENTE	1	\$ 50.00	\$ 50.00	ORGANIZACIONAL
PLANEACION DE PROCESOS	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	ORGANIZACIONAL
IMPREVISTOS	1	\$ 500.00	\$ 500.00	
CAPITAL DE TRABAJO	1		\$ 7,974.00	ECONOMICO
LINEAS DE TELEFONO	2	\$ 65.00	\$ 130.00	TECNICO y org
SOFTWARE CONTABLE	1	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	
TOTAL			\$ 26,334	

Al realizar todos los estudios anteriores (de mercado, técnico, organizacional) obtenemos toda la información necesaria para poder obtener el valor de nuestra inversión. En nuestro caso ese valor asciende a \$26,334

5.3. Presupuesto de Ingresos

Los ingresos se basan básicamente a la comercialización de los servicios a ofrecer. Como ya se expresó en capítulos anteriores estos servicios

están destinados a PYMES y con las cantidades obtenidas del estudio de mercado se puede obtener el presupuesto de ingreso del primer año:

ASESORIA	SEMESTRE			
	0	1	2	TOTAL
INVESTIGACION DE MERCADO		2	3	5
PLANEACION ESTRATEGICA		2	3	5
DISEÑO Y FORMULACION DE PROYECTOS		2	3	5
DESARROLLO HUMANO		2	3	5
ASESORIA CONTABLE y TRIBUTARIA		2	3	5
SIMPLIFICACION DE PROCESOS		2	3	5

A continuación se detallan los precios (también obtenidos de la apreciación del mercado y de los clientes), los cuales, se venderán los servicios:

	PVP APROXIMADO		INGRESO
	-	+ APROXIMADO	
\$ 800	\$ 2,500	\$ 8,250	
\$ 500	\$ 1,500	\$ 5,000	
\$ 300	\$ 2,500	\$ 7,000	
\$ 300	\$ 1,500	\$ 4,500	
\$ 300	\$ 1,500	\$ 4,500	
\$ 500	\$ 2,000	\$ 6,250	
			\$ 35,500

Obteniendo así el siguiente cuadro de ingresos totales para el periodo del año 1 al 5.

	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
ASESORIAS	\$ 35,500	\$ 35,500	\$ 40,825	\$ 46,949	\$ 53,991	
TOTAL INGRESOS	\$ 35,500	\$ 35,500	\$ 40,825	\$ 46,949	\$ 53,991	

5.4. Presupuesto de Gastos

Los gastos relacionados a la operación del proyecto fueron estudiados y sacados de forma mensual para poder obtener un valor más puntual para luego presentarlos de manera anual. Como podrán ver en el cuadro adjunto, los valores de gastos son los típicos relacionados a la operación de una oficina, y el de mayor ponderación son los que se pagan al alumnado.

TIPO DE GASTO	DESCRIPCION	MENSUAL	ESTUDIO DE PROCEDENCIA
SERVICIOS BASICOS	ELECTRICIDAD	60.00	TECNICO
SERVICIOS BASICOS	TELEFONO	80.00	TECNICO
SERVICIOS BASICOS	INTERNET	45.00	TECNICO
SERVICIOS BASICOS	AGUA	15.00	TECNICO
GASTO DE VENTAS	MOVILIZACION	150.00	MERCADO
OTROS GASTOS	OTROS	100.00	
GASTO ADMINISTRATIVO	ASISTENTES GENERALES	1,920.00	
HONORARIOS	SERVICIOS PROFESIONALES DE DOCENTES	288.00	
SUMA DE EGRESOS		2,658.00	

5.5. Tasa de Descuento Mínima Atractiva de Retorno (TMAR)

Uno de las cosas más importantes del análisis de un estudio económico es la tasa a la que se debería de llevar al presente los flujos de efectivo supuestos futuros. En otras palabras cuanto sería mi tasa mínima atractiva de retorno. Normalmente esta tasa siempre tiene que ser mayor que la tasa que ofrece la banca. En nuestro caso nuestra TMAR es de 20,91%.

Re	20.91%	DONDE:
B	1.39	Rf= TASA LIBRE DE RIESGO
Rf	3.40%	Rm= RENDIMIENTO DE MERCADO
Rm	16.00%	B= Beta del sector
Rpais	6%	Rpais= Riesgo Pais

Esta sería la tasa siempre y cuando se efectúe el desembolso del 100% del total de la inversión.

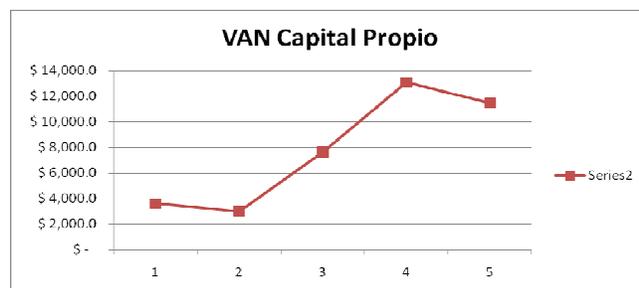
5.6. Flujos

Al ya presentar todos las principales partes que conforman el flujo, se procede a efectuarlo. A continuación se presentan dos escenarios, uno donde se muestra el flujo con toda la inversión con capital propio y otro con apalancamiento.

5.6.1. Flujo con recursos Propios

FLUJO SIN DEUDA	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 35,500.0	\$ 35,500.0	\$ 40,825.0	\$ 46,948.8	\$ 53,991.1	
EGRESOS	\$ (31,896.0)	\$ (32,533.9)	\$ (33,184.6)	\$ (33,848.3)	\$ (34,525.3)	
MARGEN	\$ 3,604.0	\$ 2,966.1	\$ 7,640.4	\$ 13,100.5	\$ 19,465.8	
DEPRECIACIONES	\$ (1,396.0)	\$ (1,396.0)	\$ (1,396.0)	\$ (1,396.0)	\$ (1,396.0)	
GASTOS FINANCIEROS						
UAI	\$ 2,208.0	\$ 1,570.1	\$ 6,244.4	\$ 11,704.5	\$ 18,069.8	
INVERSION INICIAL	\$ (26,334.0)					
DEPRECIACIONES		\$ 1,396.0	\$ 1,396.0	\$ 1,396.0	\$ 1,396.0	\$ 1,396.0
AMORTIZACION DE CAPITAL						
CAPITAL DE TRABAJO						\$ (7,974.0)
FLUJO DE CAJA	\$ (26,334.0)	\$ 3,604.0	\$ 2,966.1	\$ 7,640.4	\$ 13,100.5	\$ 11,491.8
VAN	(\$ 6,427.36)					
TIR	11%					
TDESCUENTO	20.91%					
PAYBACK	4					

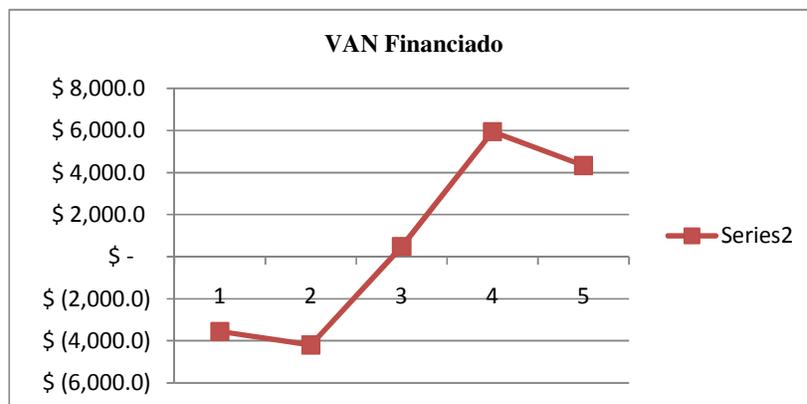
A continuación se presenta la evolución del VAN con recursos propios a través del tiempo.



5.6.2. Flujo Apalancado

Como es de suponerse con apalancamiento el valor del VAN es mayor al que solo se efectúa con recursos propios. A continuación se muestra el flujo, la ponderación de deuda y capital propio, la tasa de deuda, así como también la tabla de amortización.

FLUJO CON DEUDA							
PORCENTAJE DE DEUDA	100%						
TASA DE DEUDA	11.20%						
		AÑO					
		0	1	2	3	4	5
INGRESOS		\$ 35,500.0	\$ 35,500.0	\$ 40,825.0	\$ 46,948.8	\$ 53,991.1	
EGRESOS		\$ (31,896.0)	\$ (32,533.9)	\$ (33,184.6)	\$ (33,848.3)	\$ (34,525.3)	
MARGEN		\$ 3,604.0	\$ 2,966.1	\$ 7,640.4	\$ 13,100.5	\$ 19,465.8	
DEPRECIACIONES		\$ (1,396.0)	\$ (1,396.0)	\$ (1,396.0)	\$ (1,396.0)	\$ (1,396.0)	
GASTOS FINANCIEROS		\$ (2,949.4)	\$ (2,477.7)	\$ (1,953.2)	\$ (1,369.9)	\$ (721.3)	
UAI		\$ (741.4)	\$ (907.6)	\$ 4,291.2	\$ 10,334.6	\$ 17,348.5	
INVERSION INICIAL	\$ -						
DEPRECIACIONES		\$ 1,396.0	\$ 1,396.0	\$ 1,396.0	\$ 1,396.0	\$ 1,396.0	
AMORTIZACION DE CAPITAL		\$ (4,212)	\$ (4,683)	\$ (5,208)	\$ (5,791)	\$ (6,440)	
CAPITAL DE TRABAJO						\$ (7,974.0)	
FLUJO DE CAJA	\$ -	\$ (3,557.1)	\$ (4,195.0)	\$ 479.3	\$ 5,939.4	\$ 4,330.7	
VAN	\$ 719.80						
TIR	12%						
TDESCUENTO	8.40%						
PAYBACK	5						
CUADRO DE DEUDA		0	1	2	3	4	5
SALDO INICIAL	\$ 26,334	\$ 22,122	\$ 17,439	\$ 12,231	\$ 6,440	\$ 0	
INTERES		\$ 2,949	\$ 2,478	\$ 1,953	\$ 1,370	\$ 721	
AMORTIZACION		\$ 4,212	\$ 4,683	\$ 5,208	\$ 5,791	\$ 6,440	
PAGO		\$ 7,161	\$ 7,161	\$ 7,161	\$ 7,161	\$ 7,161	



5.7. Impacto de la Inversión

5.7.1. Beneficios para Los Estudiantes

A través de la implementación de la Empresas Juvenil se desea que los estudiantes desarrollen habilidades emprendedoras. Esto tiene que ver con promover la creación de un futuro propio, la posibilidad de ser protagonista de esa creación, de las decisiones que se toman, de los caminos que se eligen y de las oportunidades que se presentan.

Como jóvenes estudiantes tienen derecho a desarrollar todo su potencial, ponerlo a prueba, vivir los desafíos que aparecerán en el medio, generar cambios positivos en cada una de sus vidas, definir aquellas habilidades y competencias que mejor los caracterizan y los hacen únicos.

En esa creación de ser ellos mismos, es que se transformarán en emprendedores, en hacedor de los propios proyectos, en hombres y mujeres de bien que colaborarán en la formación de una sociedad próspera para todos.

El desafío como Jóvenes Emprendedores es ayudar en esta creación, aportar desde la educación, desde la posibilidad de acercarse a herramientas que les permitan conocerse y descubrirse en el crecimiento. No es trabajando solos que se logra esto, es en conjunto entre compañeros, la comunidad educativa y empresarial que compartan sus experiencias en este proceso.

Por eso al implementar una Empresa Junior dentro de la Facultad de Ciencias Económicas, se está invitando a todos los estudiantes a crear su futuro, además será una experiencia de gran valor porque:

- Les ayudará a conocer más sus intereses y capacidades.
- Aprenderán a trabajar con responsabilidad y conocer el papel que juegan el respeto, la honestidad y la tenacidad en el trabajo en equipo.
- Aprenderán la importancia que tiene tomar decisiones correctamente, y como evaluar los riesgos y los desafíos que ellas implican.
- Tendrán más elementos para la toma de decisiones vocacionales y recibirán reconocimientos por sus logros.
- Enriquecerán su currículum vitae: las organizaciones y las empresas del medio cada día le dan más valor a la experiencia adquirida en los programas de Jóvenes Emprendedores.
- Obtendrán una constancia de participación al finalizar cada proyecto.

Cada estudiante tiene la oportunidad de recibir una formación extra y aprender aspectos muy importantes como la convivencia con alumnos de otras carreras y para su futuro profesional, se destacan:

- ✓ Experiencia,
- ✓ Desarrollo del espíritu emprendedor,
- ✓ Organización en el trabajo en equipo,
- ✓ Aprendizaje de distintos conocimientos relacionados no sólo con su carrera,
- ✓ Dirección,
- ✓ Organización, planificación y control,
- ✓ Conocimientos prácticos empresariales que le permitirán integrarse mejor y con más rapidez en su futura empresa.

En definitiva que cada miembro que haya formado parte de la Empresa Juvenil se encuentre mejor preparado al mercado laboral.

5.7.2. Desarrollo Académico

5.7.2.1 Educación en Emprendimiento

Se sostiene que la educación en emprendimiento influye en el comportamiento emprendedor de los estudiantes⁴³. Alineados con este pensamiento, en la última década, algunas universidades de América Latina han tomado la iniciativa de incluir en sus carreras, cursos de emprendimiento y otras actividades tendientes a desarrollar el espíritu emprendedor en sus estudiantes; tal es el caso de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la Universidad ESPOLE en Ecuador y la Universidad ICESI en Colombia.

5.7.2.2 Habilidades y Características de Los Emprendedores

Lo que diferencia a los emprendedores de las otras personas es que los emprendedores crean organizaciones⁴⁴. En una investigación realizada a estudiantes de post-grado de la Universidad de Arizona encontraron una evidencia fuerte que apoya la hipótesis de que la educación en emprendimiento contribuye a la habilidad de tomar riesgos, la creación de nuevos negocios y la tendencia a ser generadores de sus propios empleos⁴⁵. Por su parte, se menciona que el comportamiento emprendedor se basa en: toma de riesgos moderados, actividad energética e innovadora, responsabilidad individual, conocimiento de los

⁴³ Kolvereid y Moen (1967).

⁴⁴ Gartner (1989).

⁴⁵ Charney y Libecap (2003).

resultados de decisiones, anticipación de posibilidades futuras y habilidades organizacionales⁴⁶.

Se encontró que la identificación de oportunidades, el ambiente innovador y la capacidad de manejar retos inesperados están positivamente correlacionados con la intención emprendedora⁴⁷. Por otro lado, el trabajo de Ronstadt enfatiza la importancia de establecer redes de contacto para el emprendedor exitoso⁴⁸. Adicionalmente, un verdadero emprendedor es aquella persona que puede organizar a otros y utilizar el conocimiento y experiencia necesaria para comenzar un negocio⁴⁹.

Para resumir las diferentes opiniones sobre habilidades y características de los emprendedores, se identifica algunos rasgos comunes en las definiciones de emprendimiento de varios autores⁵⁰; estos rasgos son: identificación de oportunidades; creatividad e innovación en el desarrollo de la oportunidad, consecución y asignación de recursos, participación en el diseño e implementación de la oportunidad, riesgos de recursos financieros, tiempo y prestigio personal, inversión de dinero, tiempo, conocimiento y energía, búsqueda de recompensas, creación de riqueza y generación de empleo y actuación con libertad e independencia.

Sumando a las habilidades y rasgos descritos, De Noble (1999) encontró que los estudiantes que siguieron cursos de emprendimiento tienen niveles significativamente superiores de eficacia personal en emprendimiento ESE (entrepreneurial self-efficacy-Autoeficacia

⁴⁶ Shane (2002).

⁴⁷ De Noble (1999).

⁴⁸ (Ronstadt, 1985).

⁴⁹ Garavan y O'Conneide (1994).

⁵⁰ Varela (2001).

Empresarial) comprados con los estudiantes que no han seguido cursos de emprendimiento de los estudiantes de administración y psicología.

Actualmente, las mejores ideas de negocios las están desarrollando los jóvenes, ellos están en esa búsqueda de como iniciar un negocio. Muchos jóvenes emprendedores empezaron sus negocios desde cero y hoy son los millonarios de la industria ,ellos sentaron las bases y el camino para otros grandes emprendedores y son los capitanes de la industria, cuando hay una idea , hay talento, hay perseverancia , dedicación y trabajo, tarde o temprano esa idea de negocios la van a cristalizar, no importa si la idea es la menos considerada en el mercado si hay quien compre los productos o servicios que se tengan en mente para montar el negocio, es un buen inicio.

Los negocios para jóvenes emprendedores están en todas partes solo hay que concentrarse en la idea que se tenga ya sea en el área de servicios, en el área tecnológica, en el área de producción e innovación o el área de la informática, la oportunidad está donde otros solo ven crisis.

Los negocios para jóvenes se basan en el concepto de que cada idea llegara a producir alguna riqueza, esta idea debe desarrollarse en el contexto de beneficio mutuo, si esa idea se llegara a cristalizar, no solamente debe beneficiar al gestor o gestora, sino que también debe servir de beneficio al entorno y a la sociedad a la cual afectaría ese emprendimiento. En los últimos años a pesar de la crisis económica mundial, se han desarrollado nuevos negocios para jóvenes emprendedores y esto se debe a que los jóvenes han visto que en medio de la crisis hay también oportunidades y es ahí donde los jóvenes empresarios estamos apuntando a no dejarnos contagiar por la crisis, ser muy objetivos y buscar nuevos emprendimientos que generen riqueza duradera para todos.

5.7.2.3 Técnicas de Enseñanza de Emprendimiento

Tradicionalmente el sistema educativo ha inhibido las características emprendedoras innatas en las personas ya que estos sistemas convencionales promueven la obediencia sin cuestionamiento, la reproducción de hechos y las búsquedas de empleo una vez terminados los estudios. Adicionalmente, estos autores consideran que las técnicas de enseñanza convencionales están orientadas hacia el contenido, el profesor es considerado como el experto de la materia, el rol del estudiante es pasivo y se centra en recibir información⁵¹.

Se afirma que las actividades de enseñanza en emprendimiento juegan un papel importante en el desarrollo del espíritu emprendedor. Estas actividades ayudan a los estudiantes a tomar conciencia de sus capacidades y valores en emprendimiento⁵². Existe un consenso entre los diferentes investigadores con respecto a la metodología que se debe usar para enseñar emprendimiento⁵³. La mayoría asevera que se debe cambiar la metodología tradicional de enseñanza y evaluación por una metodología menos convencional como métodos de enseñanza basados en la experiencia (experiential-based teaching and evaluation methods), sugieren que los instructores de emprendimiento deben actuar como facilitadores del proceso de enseñanza; esto implica el uso de ejercicios como juego de roles, simulaciones y situaciones en las que el participante debe tomar un rol activo⁵⁴. Además, se considera que otras actividades fuera del aula de clase como por ejemplo la participación en una sociedad

⁵¹ Van der Kuip & Verheul (2004).

⁵² Verzat y sus colegas (2002).

⁵³ (Van der Kuip & Verheull, 2004).

⁵⁴ (Gibb, 2004). Garavan y O'Conneide (1994).

estudiantil constituyen experiencias de entrenamiento para los estudiantes⁵⁵.

La enseñanza orientada a la acción (action-oriented) incluye acuerdos de enseñanza – aprendizaje que se basan en experiencias reales y se estructuran de manera didáctica. Las herramientas de este método de enseñanza-aprendizaje incluyen simulaciones, casos de estudio, elaboración de planes de negocio, trabajos en grupo, prácticas profesionales, proyectos, etc⁵⁶. Se puede resumir que la enseñanza en emprendimiento orientada a la acción conlleva a la experiencia en el desempeño de tareas relacionadas con el emprendimiento. Esta experiencia es una fuente importante en el desarrollo de la eficacia personal⁵⁷. Además, proponen que el uso de entrenamiento en el trabajo, simulaciones de trabajo y prácticas laborales entre otras, son herramientas usadas para modificar la eficacia personal en un individuo⁵⁸.

Se plantea la posibilidad de crear instituciones dentro de las universidades con el fin de proponer efectivamente a la demanda de una sociedad empresarial en la que los jóvenes tengan la oportunidad de aprender-haciendo⁵⁹. Así mismo, se mencionan que para mantener a los estudiantes interesados en aprender emprendimiento se debe establecer un nexo cercano entre la teoría y la práctica en el mundo real, a través del desarrollo de organizaciones estudiantiles que provean oportunidades donde los estudiantes obtengan experiencia de trabajo⁶⁰. La empresa juvenil cae dentro de esta definición ya que proporciona a los estudiantes

⁵⁵ (Verzat et al., 2002).

⁵⁶ (Koch, 2003).

⁵⁷ (Bandura, 1986).

⁵⁸ Gist y Mitchell (1992).

⁵⁹ Gibb (2004).

⁶⁰ Robinson y Haynes (1991).

la oportunidad de vivir situaciones cotidianas relacionadas al manejo de una empresa real. Es por esto que se considera a la empresa juvenil como un ambiente propicio para desarrollar el espíritu emprendedor a través de la práctica y por consiguiente se propone una metodología para evaluar la influencia de las empresas juveniles en el desarrollo del espíritu emprendedor de sus participantes.

5.7.2.4 Propósito de La Investigación

Como se expuso anteriormente, muchos autores coinciden en que los métodos tradicionales de enseñanza no son suficientes para desarrollar el espíritu emprendedor de los estudiantes. Se requiere de actividades experimentales para llevar a cabo con éxito un programa de desarrollo de emprendedores.

El hecho de participar activamente en una empresa juvenil tanto en la parte administrativa como en los diferentes proyectos de consultoría representa una experiencia de aprendizaje excepcional para los estudiantes involucrados, quienes además de poner en práctica los conocimientos adquiridos en sus programas de estudios, están expuestos a una serie de eventos donde desarrollarán su espíritu emprendedor. Se cree por lo tanto que ser miembro y colaborador de una empresa juvenil afectará positivamente la ESE (entrepreneurial self-efficacy) de los estudiantes.

Por esta razón, el objetivo de este estudio es proponer una metodología para analizar el cambio en la eficacia personal en emprendimiento de los estudiantes que se involucren en la administración y el desarrollo de proyectos de una empresa juvenil.

Actualmente, en la Universidad Católica se visualiza al emprendimiento como una competencia liberadora y potenciadora de los seres humanos. Al incluirlo como eje transversal de la propuesta curricular se espera desarrollar en los estudiantes, habilidades y destrezas que les permitan convertirse en promotores permanentes de soluciones innovadoras para los problemas de su entorno.

“Aprender a emprender será aprender a adoptar una actitud proactiva frente a la vida, dirigida hacia el logro de una visión personal trascendente, apoyada en el aprendizaje continuo y la generación de nuevas ideas, y siendo responsable de sus propias acciones y decisiones en un ambiente diverso y multicultural”.

Se reconoce que todo esto no es tarea fácil, pero se ha decidido aceptar el reto porque se cree en la construcción colaborativa de una humanidad próspera, digna, libre y plena. Se confía en que no se está solo para lograr éste propósito. Los educadores que conforman la Comunidad Educativa son una de las principales fortalezas: docentes conscientes de su misión formadora, y comprometidos con su propia formación continua para entregar lo mejor de sí mismos cuando de ayudar a otros a aprender se trata. Se valora también la mano amiga de programas, seminarios que realiza la facultad y que ayudan a mejorar las capacidades.

Al poner en práctica este proyecto, se quiere tener como objetivo a mediano plazo motivar el emprendimiento, innovación e iniciativa empresarial en todas las disciplinas de las distintas carreras que actualmente se ofrecen y que se ofrecerán en el futuro. Se desea también fortalecer los procesos de incubación empresarial para ayudar a los estudiantes a transformar sus sueños en realidades.

Estudiando el Modelo de Motivación Empresarial claramente se distinguen dos grandes bloques:

1. La persona emprendedora (habilidades, metas, entorno) y
2. La empresa (planificación y ejecución).

Figura 14. Modelo de Motivación Empresarial



FUENTE: <http://200.35.167.66/noticias/CREA-UVG.pdf>

ELABORACIÓN: Centro de Recursos para Emprendedores en Acción (CREA)

Los estudiantes, que participan en la empresa juvenil intervienen en dos tipos de actividades: las actividades de gestión de la empresa y las de realización de los proyectos de consultoría. Se considera que podría haber una diferencia en las habilidades desarrolladas por los estudiantes que intervienen en estos dos tipos de actividades. Por lo tanto, al realizar las evaluaciones se clasificará en dos grupos donde el grupo 1 está compuesto por los estudiantes que realizan actividades de gestión de la empresa y el grupo 2 está formado por estudiantes que se involucran directamente con los proyectos. Con esta división, se analizará los resultados por separado y se identificará alguna diferencia si existiere.

Los cuestionarios serán aplicados a los estudiantes en el momento en el que ingresen a la empresa juvenil y luego de 5 meses de haber trabajado en el caso de los estudiantes que participen en el área administrativa. Para los estudiantes que participen en el área de producción, los cuestionarios serán aplicados en los momentos inicial y final del proyecto en el que participen.

5.7.2.5 Procedimiento para Evaluar Ese (Entrepreneurial Self-Efficacy) en La Empresa Juvenil de La Facultad de Ciencias Económicas

La Eficacia Personal en Emprendimiento se mide a través de cuatro variables numéricas que van en una escala de 0 a 100. Estas variables son: **Innovación, Toma de Riesgos Moderados, Formación de Redes de Contacto e Identificación de Oportunidades**. Los valores de cada una de estas variables se los obtiene de la suma de los puntajes de los 10 niveles que se califican de 0 a 10.

La variable de la Junior Empresa tomará valores de 1 y 0 siendo 1 un estudiante que ha participado en la Empresa Juvenil y 0 un estudiante que no ha participado en la en dicha empresa.

La variable curso se definirá de manera similar, siendo 1 un estudiante que ha cursado la materia de Emprendimiento e Innovación Tecnológica y 0 un estudiante que no la ha cursado.

La variable Otros se la utilizará para diferenciar a los alumnos que no han participado en la Empresa Juvenil ni han cursado la materia de

Emprendimiento, Innovación Tecnológica con 1 y 0 los estudiantes que sí han participado en al menos una de estas dos actividades⁶¹.

5.7.3. Implicaciones

El mecanismo de medición planteado en este trabajo de investigación permitirá evaluar el grado de contribución de una empresa juvenil al desarrollo de las características emprendedoras de sus miembros. Este mecanismo puede complementarse con otras investigaciones que se están haciendo sobre el tema para poder tener un marco de evaluación más sólido acerca de las empresas juveniles⁶², donde se está investigando el desarrollo del espíritu emprendedor en los miembros de las empresas juveniles de JADE y el trabajo de investigación que presenta como caso de estudio la influencia de 4 empresas juveniles alemanas en la educación formal en emprendimiento⁶³.

En el caso de ser positiva esta contribución, se impulsará el desarrollo de la Empresa Juvenil dentro de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, ya que mejoraría la naturaleza emprendedora de los estudiantes de la Facultad. Además representa un nexo bastante fuerte con el sector empresarial ya que a través del desarrollo de proyectos a empresas públicas y privadas se fortalece el vínculo de la UCSG con la comunidad. Este vínculo representa una relación ganar-ganar ya que al mismo tiempo que las empresas se benefician por la transferencia de conocimientos, los

⁶¹ Sírvase a Leer Encuesta de Escala de Eficacia Personal en Emprendimiento, Pág. 272 - 274

⁶² Renaud Redien Collot (comunicación personal, Enero, 2005).

⁶³ (Letmathe & Uebe-Emden, 2005).

estudiantes se benefician con el hecho de poner en práctica sus conocimientos y adquirir experiencia laboral.

El hecho de participar en una empresa juvenil puede considerarse como una herramienta de enseñanza de emprendimiento basada en la experiencia, ya que los miembros de la empresa están expuestos a diferentes situaciones reales como desarrollo de propuestas, negociación con los clientes, elaboración de proyectos, etc. Por consiguiente, se considera a la empresa juvenil como un ambiente propicio que contribuye al desarrollo del espíritu emprendedor de sus miembros. Además, dado que la experiencia es la mayor fuente que contribuye al aumento de la eficacia personal, se considera que los estudiantes miembros de la empresa juvenil desarrollarán su eficacia personal en diferentes habilidades de emprendimiento.

5.7.4. Beneficio para La Facultad

La Facultad tendrá un servicio más que ofrecer a sus estudiantes para que adquieran experiencias, miren de cerca los procesos de un negocio, aprendan a percibir los fenómenos empresariales con criterio técnico. Además, motivará a futuros estudiantes a optar por estudiar una carrera dentro de la Facultad de Ciencias Económicas, porque mejorará la calidad académica de los egresados debido a la implementación de la Empresa Junior, lo cual, los diferenciará de las demás facultades dentro de la universidad y tendremos la oportunidad de atender las solicitudes del sector externo, elaborar propuestas y ejecutar proyectos utilizando de manera eficiente los recursos humanos y físicos de la universidad.

Por consiguiente, la Empresa Junior colaborará con difundir la buena imagen institucional de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, realizando la creatividad, innovación y cultura empresarial de sus estudiantes. Además será

la Transmisión de conocimientos a otras universidades. Bajo este esquema, la Universidad queda como creadora e impulsadora de este tipo de actividades, ya que seremos la segunda empresa junior en el Ecuador.

Entre algunos de los beneficios que la Empresa Juvenil le dará a la Facultad se encuentran:

- Impulsar el desarrollo de cada una de las carreras,
- Mejorar el perfil del egresado, brindando oportunidades a los estudiantes para aplicar los conocimientos adquiridos, con fines de desarrollar el espíritu crítico, analítico y emprendedor.
- Mejorar la actitud de sus estudiantes hacia el trabajo,
- Formar un ánimo emprendedor en los Universitarios,
- Detectar y promover las vocaciones empresariales,
- Fomentar una rápida inserción laboral para los participantes, por ser una fuente de aprendizaje práctico y experiencia pre-profesional,
- Complementar la educación profesional de los estudiantes,
- Vincular al sector productivo con el sector educativo,
- Formar recursos humanos altamente capacitados, y
- Gestar una cultura empresarial.

CONCLUSIONES

- ✓ Al crear una Empresa Juvenil dentro de la Facultad de Ciencias Económicas, se trabajará por la formación educativa del estudiante, orientado a la consecución de competencias generales para cada uno de ellos y competencias específicas de cada carrera. Lo importante es buscar dominio de las herramientas de aprendizaje que a la acumulación de contenidos de cada materia.
- ✓ Ésta idea convertirá a la Universidad en una especie de momento propedéutico que servirá para preparar las fases subsiguientes del aprendizaje y desarrollo profesional, implicará, además, un mayor desempeño en la comunidad universitaria ya que pondrán en práctica lo aprendido de cada materia para el desempeño de una profesión en sus años universitarios.
- ✓ Cada estudiante puede formar parte del equipo de ésta Empresa Juvenil, sólo se necesita que tengan ganas de hacer algo diferente, de aprender, de conocer a gente nueva con espíritu emprendedor y de tener una formación más completa que le permita salir al mercado laboral más preparado, ya que se espera, que cada uno de los miembros que formen parte de este proyecto tengan la oportunidad de estrechar vínculos laborales con empresas nacionales e internacionales.
- ✓ Además, se desea proveer a los estudiantes experiencias y aprendizaje gratuito, habilidades emprendedoras, financieras y de negocios a través de innovadoras experiencias educativas y en el mundo real. Ofrecerles un programa con métodos interesantes y

atractivos para obtener experiencias reales y desarrollar habilidades básicas para los negocios.

- ✓ Hoy en día, se debe de considerar que cada vez más jóvenes deciden emprender un nuevo reto profesional y optan por la creación de una empresa como su proyecto de vida. Algunos lo hacen por salirle al paso al desempleo o por la poca remuneración que les ofrecen, pero la principal motivación para iniciar un nuevo negocio son programas de emprendimiento que los ayuden a desarrollar sus habilidades, potencial, para que sean empresarios motivados y con miras de seguir creciendo hacia un futuro de oportunidades creadas por ellos mismos.

- ✓ Al trabajar con estudiantes de las diversas carreras que están establecidas en la facultad, se sabe que la eficiencia de los trabajos en equipo es mayor y se elimina la multiplicación de los procesos individuales innecesarios. Quizás lo más importante de los equipos es el desarrollo del espíritu de camaradería, donde se desarrolla el sentido de pertenencia, y donde las comunicaciones se potencian y cada miembro del equipo se siente parte de una misión mayor, más importante.

- ✓ Lo que se busca es que los estudiantes de la facultad participen en diferentes áreas donde tengan la oportunidad de experimentar el ambiente empresarial: trabajar en equipo, negociar propuestas, establecer contactos, tomar decisiones, experimentar el éxito o fracaso y sobre todo desarrollar sus habilidades profesionales y una vez participando en desarrollo de trabajos de consultoría, tendrán la oportunidad de aplicar en los proyectos lo aprendido en las aulas, palpando directamente los problemas reales existentes, experimentando diferentes tipos de situaciones como solución de

problemas, comunicación oral con el cliente, planificación y organización de proyectos.

- ✓ En base a todo el trabajo desarrollado a lo largo de este proyecto se ha podido llegar a la conclusión de que como la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil tiene la importancia del liderazgo y emprendimiento muy claro en sus programas y visión a futuro, sus estudiantes tienen una visión más amplia para ser empresarios y crear sus propias empresas para el bienestar propio, familiar, empresarial, para así, lograr el desarrollo económico del país.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se necesitará la ayuda de los Directores de Cada Carrera, Profesores, Coordinación Académica, y demás miembros Directivos de la Facultad y Universidad, que mediante las entrevistas realizadas a lo largo de éste proyecto, han estado de acuerdo que se lleve a cabo y que la idea no se quede plasmada dentro de un Proyecto de Tesis, se necesita que se le dé vida a este proyecto y que con la ayuda de estudiantes capaces y emprendedores, se haga una realidad de hecho.

- ✓ Hoy en día, la comunidad universitaria debe de estar más motivada para ser empresarios, por lo cual, se debe de trabajar en la realización profesional del estudiante, el mejoramiento de los ingresos, poner en práctica los conocimientos adquiridos, los lazos familiares y la contribución a la sociedad. No se puede seguir trabajando con los mismos esquemas de pensamiento del pasado si queremos desarrollo social y económico en un escenario más alentador y con mayor participación de aquellos que marcarán la pauta para los cambios del futuro, por ésta razón, hay que poner al estudiante en contacto con el área práctica para que tengan más experiencias y puedan fortalecer conocimientos fuera del salón de clases.

- ✓ Además, al crear incubadoras de empresas para desarrollar lazos con programas de entrenamiento y comercio permitirá ayudar a los estudiantes de la Universidad a crear su propia empresa y que ésta sea exitosa y auto sustentable.

- ✓ Cada Egresado de la Carrera de Administración de Empresas, está conscientes y seguro que es una buena idea y seguramente hay muchos centros educativos que piensan hacer lo mismo y lo que nos diferencia es la ejecución. El lograr reunir los recursos necesarios, el lograr llegar al mercado objetivo, el buscar la innovación constante y el estar convencidos. Uno vive la experiencia con actitud, entusiasmo y compromiso. Hay que esforzarse para consolidar la Empresa Juvenil y dar a conocer un abanico de servicios a la comunidad, hay que pensar desde afuera hacia adentro de la empresa, el punto de vista de los futuros clientes. Asegurar la consistencia y maximizar la sinergia de todo lo que se haga, porque la idea es atractiva e interesante.

- ✓ Para finalizar este trabajo, se considera que es importante mencionar que el hacer una Asociación de Jóvenes Emprendedores, llamada también Empresa Juvenil que brinde a la sociedad proyectos de consultoría o elaboración de Proyectos, contribuirá a desarrollar las habilidades de los estudiantes para crear empresas. Este proyecto será de gran ayuda para los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, ya que de esta forma se verán involucrados con el área de emprendedores que hace falta en este país para crear nuevos empleos.

BIBLIOGRAFÍA

- Chell, E. & Allman, K. (2003). "Mapping the Motivations and Intentions of Technology Orientated Entrepreneurs", *R&D Management*, Vol. 33, No. 2, pp. 117-134.
- Cox, L., S. Mueller, & S. Moss. (2002) "The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Self-Efficacy." *International Journal of Entrepreneurship Education* 1(1): 229-245.
- Manual de Gestión de Entidades Juveniles, Consejo de la Juventud de España, Madrid-España, <http://www.cje.org>
- Semilleros e Incubadoras de Empresas. Aspectos Controvertidos. El Proyecto Génesis De La Universidad De Sao Paulo, por José Ramón Chaves García.
- Guía de Estudios Superiores de Madrid – Directorio Junior Empresas, Publicación realizada con la colaboración de la Fundación Universidad-Empresa, Abril-2001.
- Jornadas "Creación de Empresas Tecnológicas desde la Universidad: Spin-Off académico". Universidad de Alicante, 05 de Junio del 2002.
- Empresa Junior Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP); 2003.

- European Confederation of Junior Enterprises, JADE. (2005),
<http://www.jadenet.org/about/>, 05/05/05
- Federación de Empresas Juveniles del Estado de Sao Paulo, FEJESP. (2005) Retrieved May 5, 2005.
http://www.fejesp.org.br/movimento/historico_movimento_empresa_juniores.html
- Dirección E - Promoción de la competitividad de las PYME, Organización JUNIOR - Institut der Deutschen Wirtschaft Köln, Alemania, Septiembre-2005.
- Rodríguez, D. & Lasio, V. (2005) "La Empresa Juvenil como Mecanismo para el Desarrollo del Espíritu Emprendedor en Estudiantes de Pre-Grado: Una propuesta para Evaluar su Contribución". Artículo presentado en CIELA 2005 Conference, Cali, Colombia.
- Red Universia, Investigación sobre La spin-off en Iberoamérica: hacia una Economía Globalizada, Directorio de Empresas Junior; 2006.
- Izquierdo, E. – Lasio, V. – Caicedo, G (CO-AUTORES), (2006) Design and Implementation of an Innovate Entrepreneurship Course: Looking for Perfection or the Right Drive? Del 23 al 26 de agosto, en la 16th Association of European Economics Education Conference, realizada en Ghent, Belgium.

- Izquierdo, E. – Caicedo, G. – Chiluiza, K. (2006), Lessons Learned From an Innovative Approach on an Introductory Entrepreneurship Course: The Case of Espol, en IntEnt (Internationalizing Entrepreneurship Education) 2006 celebrada del 19 al 12 de Julio en la Ciudad de Sao Paulo en Brasil.
- Organización Internacional del Trabajo, Emprendimiento Juvenil en América Latina y El Caribe, Elaborado por Luís González, Coordinador Técnico del Proyecto PREJAL, Julio-2007.
- Manual de Empresas Juveniles, DESEM, Jóvenes Emprendedores, Montevideo –Uruguay (2007). <http://www.desem.org.uy>
- Rodríguez, M.D. – Lasio, V. (2007), Educación Formal y Empresa Juvenil: Contraste de Dos Enfoques para Desarrollar el Espíritu Emprendedor, en el congreso LACCEI (Consortium of Latin America and Caribbean Engineering), realizado en la Universidad Valle del Bravo en Tampico del 27 de mayo al 1 de Junio del 2007.
- Centro de Recursos para Emprendedores en Acción (CREA), La Gestión de la Calidad Educativa, Agosto 2007.
- Latin American and Caribbean Journal of Engineering Education, Vol. 1(2), 2007
- Escuela Juvenil ESPOL (EJE), Global Report August 2008.
- La Empresa Juvenil De La Espol: Resultados De Emprendedores, Miembros de la EJE, 2008.

- Izquierdo, E.(2008), Competing Models of Entrepreneurial Intentions: The Influence of Entrepreneurial Self-efficacy and Attitudes, en IntEnt (Internationalizing Entrepreneurship Education) 2008 celebrada del 17 al 20 de Julio en Oxford, Ohio, USA.
- Reglamento de Implementación Curricular de La Práctica Profesional Y Pasantías Estudiantil, Universidad Católica de Santiago De Guayaquil, 2009.
- Rozell, E.J., Scroggings, W.A., Amoros, J.E., Arteaga, M.E., & Schlemm, M.M. (2009). Entrepreneurship in specific cultural contexts: The role of training and development for entrepreneur-culture fit.
- EmprenJove el proyecto que te ayuda a montar tu empresa, Diario La Razón.es, España, publicado el 03/06/2009.
- Confederación Española de Junior Empresas (CEJE), 2010.
- Casos de Creación de Empresas. Genetrix: emprendiendo desde dentro. Revista Madrid, Por Javier Gómez García.

ANEXOS

FOCUS GROUP

Para la investigación de mercado por el método del *Focus Group* o *Grupo de Enfoque* se tomó como tema principal las Prácticas Pre-Profesionales que realizan los estudiantes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en diferentes empresas del país, ya sean estas públicas o privadas, con el fin de desarrollar sus habilidades y destrezas adquiridas en sus años de estudios.

Con la aplicación del Focus Group, se pretende recabar información de primera mano, en este caso, a través de las opiniones y percepciones de estudiantes universitarios que ponen en marcha medidas de desarrollo o que tienen un papel importante dentro de la UCSG.

A su vez, se espera lograr la interacción de la dinámica del grupo, es decir la idea de que la respuesta de varios estudiantes sea capaz de convertirse en estímulo para otros, con lo que se genera un intercambio de respuestas con mejores resultados que si los estudiantes del mismo grupo hubieran hecho su contribución de forma independiente.

La actividad se llevó a cabo el 14 de Noviembre del presente año con un grupo de estudiantes universitarios de las diferentes carreras de la universidad como son: Administración de Empresas, Contaduría Pública, Economía y Gestión Empresarial Internacional Trilingüe, concentrado en grupos de jóvenes de ambos sexos y de diferentes semestres de las carreras mencionadas y entre una edad promedio de 18 a 23 años.

Se realizó la labor de reclutamiento en la Facultad de Ciencias Económicas, en el Aula 705 de la carrera de Gestión Empresarial Internacional Trilingüe, se tomó en cuenta la participación de estudiantes universitarios que no habían participado antes de un estudio focal y que no tenían afinidad directa o indirecta con empresas de investigación de mercados ni con temas relacionados a la categoría estudiada.

GUÍA DE PREGUNTAS PARA EL DESARROLLO DEL FOCUS GROUP:

- ¿Cuál es la importancia que tiene la práctica pre-profesional como estudiantes universitarios? ¿Por qué?
- ¿Quién de ustedes ha tenido la oportunidad de haber realizado una práctica laboral? ¿En qué área estuvieron?

- ¿Creen ustedes que la práctica pre-profesional puede satisfacer las expectativas de cada estudiante para un futuro profesional?

- ¿Qué otras materias deberían de implementarse en la malla curricular de cada carrera?

- ¿Creen que la práctica pre-profesional debe de ser remunerada? ¿Por qué?

- ¿Están de acuerdo que la Facultad de Ciencias Económicas los vincula a las empresas en el momento de realizar la práctica pre-profesional? ¿Por qué?

- ¿Les gustaría trabajar en proyectos de asesoría o desarrollo de proyectos para las distintas empresas públicas y privadas que tenemos en nuestro país dentro de la universidad y que esto colabore como una práctica profesional?

- ¿En qué tipo de proyectos les gustaría trabajar?

- ¿Están en total acuerdo que para trabajar en dichos proyectos de consultoría e investigación, necesitan de la asesoría de un profesor guía que los ayude en dichos proyectos?

- ¿Cuál sería el perfil de profesores que ustedes creen que deben de trabajar en estos proyectos?

- ¿Al realizar este tipo de proyectos cuál es el beneficio y oportunidad de crecimiento que les dejaría como estudiantes?

- ¿Creen que al trabajar en conjunto con otros estudiantes de diferentes carreras sería una ventaja o desventaja para ustedes? ¿Por qué?
- ¿Qué mensaje les darían a los directores de las diferentes carreras con respecto al tema de elaborar proyectos de consultoría para las diversas empresas del país?

DISEÑO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

ENCUESTA

FECHA:

EDAD:

CARRERA QUE ESTUDIA:

SEMESTRE:

Buenos días/tardes somos Estudiantes Egresadas de la Carrera de Administración de Empresas, actualmente estamos realizando una encuesta sobre un nuevo método de Practicas Pre-Profesionales, que es parte de nuestro tema de tesis. ¿Podría usted ayudarnos respondiendo las siguientes preguntas?

1. ¿Ha tenido la oportunidad de realizar algún tipo de prácticas en una empresa?

Sí

No

Nota: Si la respuesta es Sí ¿a qué se dedica la empresa en la que usted realizó dicha práctica?

2. ¿Seleccione el departamento en el que fue ubicado para llevar a cabo su práctica?

Recursos Humanos	<input type="checkbox"/>	Marketing	<input type="checkbox"/>	Calidad	<input type="checkbox"/>
Operaciones	<input type="checkbox"/>	Finanzas	<input type="checkbox"/>	Administrativo	<input type="checkbox"/>
Logística	<input type="checkbox"/>	Contabilidad	<input type="checkbox"/>	Ventas	<input type="checkbox"/>
Servicio al Cliente	<input type="checkbox"/>	Auditoría	<input type="checkbox"/>	Proyectos	<input type="checkbox"/>
Planeación	<input type="checkbox"/>	Compras	<input type="checkbox"/>	Sistemas IT	<input type="checkbox"/>
Relaciones Públicas	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:	<input type="text"/>

3. ¿Por Cuánto tiempo realizó la práctica en dicha empresa?

1 mes

3 meses

6 meses

1 año

Más de 1 año

4. ¿Seleccione alguna de las actividades o responsabilidades que tenía dentro de la empresa como pasante?

Papelera de Oficina

Secretaría / Asistente

Recepción

Finanzas

Contabilidad

Auditoría

Traducción de Documentos

Estudio de Mercado

Otras

Especifique:

5. ¿Utilizaron todos los conocimientos adquiridos dentro de la universidad en dicha práctica?

Si No

En el caso de contestar **SÍ**, indiquenos que materias empleó con mayor frecuencia.

En el caso de contestar **No**, indiquenos ¿qué conocimientos adquirió en el transcurso de dicha práctica?

6. ¿Recibieron algún tipo de beneficio o remuneración por la práctica que realizaron?

Si No

En el caso de contestar **SÍ**, indiquenos que fue lo que recibió.

7. ¿Cree usted que la práctica pre-profesional puede satisfacer las expectativas de cada estudiante para un futuro profesional?

Si No

Cualquiera que sea su respuesta, por favor indiquenos el por qué.

8. Si tuviera la oportunidad de reemplazar la práctica Pre-Profesional, trabajando en proyectos de asesoría o desarrollo de proyectos para las distintas empresas públicas y privadas dentro de la universidad y con ayuda de profesores guías ¿estaría de acuerdo?

Si No

Cualquiera que sea su respuesta, por favor indiquenos el por qué.

9. ¿En qué tipo de proyectos le gustaría trabajar?

Investigación de Mercado	<input type="checkbox"/>		
Planeación Estratégica para PYMES	<input type="checkbox"/>	Diseño y Formulación de Proyectos	<input type="checkbox"/>
Diseño y Estructura del Talento Humano	<input type="checkbox"/>	Asesoría Contable	<input type="checkbox"/>
Simplificación de Procesos	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

Especifique: _____

10. ¿Cree usted que al trabajar en conjunto con otros estudiantes de diferentes carreras de la Facultad de Ciencias Económicas, sería una ventaja o desventaja para usted?

Ventaja Desventaja

Cualquiera que sea su respuesta, por favor indiquenos el por qué.

PRUEBAS PSICOLÓGICAS Y PSICOTÉCNICAS

PRUEBAS PSICOLÓGICAS
Y
PSICOTÉCNICAS

TEST DEL CARÁCTER

1. **Estás ante unas personas que no conoces muy bien, explicando cosas de las que entiendes mucho, tú...**
 - Procuras que esas personas sigan tus argumentos sin que se pierdan.
 - Sigues tu explicación sin preocuparte si te entienden o no.
2. **¿Manejas a voluntad tu tono de voz?**
 - Sí.
 - No, no me fijo en ello.
3. **¿Disfrutas si otras personas te atienden con mucho esmero o se muestran muy interesadas y pendientes de ti?**
 - Sí.
 - No.
4. **En una discusión cuyo tema central se pierde porque la otra parte te acusa de cosas ocurridas en el pasado, ¿reaccionas de la misma forma o prefieres mantenerte en el asunto central que se estaba tratando?**
 - Suelo reaccionar acusando de cosas ocurridas en el pasado también o defendiéndome de las acusaciones.
 - Prefiero seguir discutiendo el asunto central y olvidarme de lo demás.
5. **Has hecho un viaje con alguien, y ésta persona está contándolo. ¿Le corriges si ves que miente o exagera algún punto del viaje?**
 - Sí.
 - No.
6. **Has hecho un viaje con alguien, y ésta persona está contándolo. ¿Le corriges si ves que miente o exagera algún punto del viaje?**
 - Sí
 - No

7. Estás en un grupo de tres y empiezan a hablar de algo que no te interesa para nada. ¿Muestras interés y haces preguntas aunque no te importe nada en absoluto?

- Sí.
- No.

8. ¿Te gusta hablar de una forma original y diferente?

- Sí.
- No.

9. ¿Crees que algunas personas pueden evitar discutir contigo, porque terminas con argumentos lógicos, pero fuera del sentido común e imposibles de debatir?

- Sí.
- No.

10. ¿Te das cuenta cuándo no tienes razón y lo reconoces?

- Sí.
- No.

11. ¿Te gusta convencer en las discusiones a base de tus propios argumentos?

- Sí.
- No.

12. Cuando hablas, ¿Te dejas llevar por tus sentimientos o prefieres comentar las cosas tal y como son?

- Me dejo llevar por mis sentimientos.
- Procuero centrarme en los aspectos más realistas.

13. Estás en una reunión y te dicen los nombres de los presentes. Mientras te los dicen, uno de los nombres es muy raro y no lo has entendido bien. ¿Pides que te lo repita?

Sí.

No.

VALORACIÓN:

- ❖ **Más de 11 puntos: DIPLOMÁTICO:** Eres un auténtico modelo de diplomacia. Tanto en tus relaciones como en tus conversaciones brillan la sutileza, el tacto, el buen gusto, la cortesía y otras tantas cualidades positivas. En prácticamente ningún caso operarás con brusquedad, ni aún teniendo toda la razón de tu parte.

Para convencer utilizas sobre todo tu habilidad, que tan desarrollada tienes. En el fondo sabes que convencer a alguien mostrando una oposición frontal no vale la pena y que la única discusión que se gana es la discusión que se evita. Esta actitud tiene como contrapartida que los demás te muestren una gran deferencia y te tengan en gran estima como persona juiciosa y con tacto.

- ❖ **De 6 a 11 puntos: TERMINO MEDIO:** Tu actitud normal es la de intentar lograr el término medio entre la claridad absoluta y las formas, las buenas maneras. Esta actitud se aplica tanto a nivel de conversación como a nivel de relación con terceras personas.

De ninguna forma te falta el carácter ni la capacidad de persuasión, pero a menudo prefieres reservarlos, sacarlos a la luz, cuando realmente es importante hacerlo. Esta actitud tiene como consecuencia que ocasionalmente dejes pasar comentarios incorrectos y observaciones con las que no coincides sin hacer hincapié en ello. En caso de necesitar convencer a una persona de algo siempre escucharás con la máxima atención los argumentos de ésta antes de empezar a contarle tus ideas y puntos de vista.

- ❖ **Menos de 6 puntos: CARÁCTER FUERTE:** Consideras que lo más importante en las relaciones es la sinceridad, y eso te lleva frecuentemente a llamar a las cosas por su nombre. A menudo esta disposición de ánimo te hace caer en la falta de

diplomacia, porque además de la sinceridad que demuestras tener no te asustan ni las discusiones ni las confrontaciones, llegado el momento.

Es muy posible que consideres que demostrar sutileza y tacto en las relaciones, lo que habitualmente se conoce como diplomacia, sea una demostración de falta de carácter. En todo caso no sólo eres una persona clara que se muestra diáfano, sin miedos, sino que ese derecho a ser claro también se lo concedes a las demás personas.

FUENTE: <http://www.psicoadictiva.com/tests/test5.htm>

TEST DE IMPULSOS

Califica cada una de las frases que aparecen a continuación con las siguientes numeraciones:

- 1: Sí, esto me pasa casi siempre.
- 2: De vez en cuando esto me pasa. Algunas veces soy así o acostumbro a actuar así.
- 3: No, no soy así. Casi nunca pienso o me pasa esto.

	1	2	3
1. Tengo tendencia a ser frío y calculador.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Muchas veces digo que sí cuando quiero decir no.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Cuando me equivoco, normalmente, me siento muy mal.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Suelo hablar muy deprisa, hay veces que no me entienden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Tengo tendencia a iniciar cualquier actividad para dejarla en poco tiempo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Normalmente no expreso mis sentimientos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Tengo tendencia a pasar vergüenza por los demás.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Me considero una persona detallista, que cuido de las pequeñas cosas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Siempre tengo muchas cosas para hacer y casi nunca llego a todo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Me cuesta trabajo expresarme.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Es muy difícil que pida ayuda.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Hago míos los problemas de los demás.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Suelo ser exigente conmigo mismo y con los demás.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Tengo tendencia a dejar a medias alguna cosa (libro o trabajo) para empezar una nueva.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Confío muy poco en mí mismo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Nunca me quejo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. Me cuesta tomar decisiones en grupo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. Mis cosas personales acostumbran a estar bien ordenadas y en su sitio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Me comprometo a hacer demasiadas cosas.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
20. Acostumbro a dejar muchas cosas sin acabar.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
21. Me siento molesto cuando alguien me expresa sus sentimientos.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
22. Confío más en los demás que en mí mismo.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
23. Si no tengo todos los datos me cuesta mucho tomar decisiones.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
24. Me cuesta estar tranquilo sentado.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
25. A veces me doy cuenta que me pongo objetivos imposibles.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
26. Tengo fama de duro y cerebral.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
27. Sonrío aunque no tenga ganas.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
28. Soy amante del orden y la puntualidad.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
29. Acostumbro a llegar tarde a los sitios.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
30. Vivo más de fantasías que de realidades.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
31. No me gustan normalmente el arte y la pintura.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
32. Me comprometo a hacer cosas que no quiero.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
33. No me perdono a mí mismo el hecho de equivocarme.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
34. Me molesta mucho tener que esperar.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
35. No confío en mí mismo.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
36. No me considero una persona soñadora.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
37. Ayudo en muchas ocasiones sin tener ganas.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
38. Tengo mucho cuidado de mi aspecto personal.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
39. Conduzco o camino deprisa.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
40. Tengo fama de ser muy inconstante.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
41. Controllo muy bien las emociones difíciles.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
42. Me preocupo mucho cuando no caigo bien a alguien.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
43. Tengo fama de ser una persona bien organizada y ordenada.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

44. Me gustaría tener más tiempo.



45. A veces me dicen que no me entiende.



46. Soy una persona que siempre cumple su palabra aunque esté equivocada.



47. Me considero una persona tímida.



48. Comprendo que a veces soy demasiado escrupuloso al exigirme hacerlo todo bien.



49. Me considero una persona nerviosa.



50. Me cuesta trabajo que entiendan lo que quiero decir.



VALORACIÓN:

❖ FUERTE Y AUTOCONTROLADO

Son personas que controlan sus emociones de una forma exagerada, llegando a ser inexpresivos para las mismas. Los demás le ven como alguien frío y calculador, aunque en ocasiones eso sólo es así en apariencia ya que lo que intentan es auto-controlarse en todo momento. Se consideran totalmente autosuficientes y no necesitan que nadie les ayude o les de consejos en su vida. Generalmente tampoco se quejan cuando están pasando por un mal momento, incluso cuando están enfermos físicamente o sufren dolor. Otra característica de estas personas es la falta de interés por todo lo relacionado con el arte o la pintura y no son nada soñadores, siempre tienen los pies en la tierra.

❖ COMPLACIENTE

Personas amables y generosas, que cuentan con la confianza de quienes les rodean. Nunca se negarán en hacer un favor a un amigo, aunque en numerosas ocasiones lo hagan por no saber decir que no a las peticiones de los demás. En realidad son personas tímidas y que hacen todo lo posible por caer bien, pues no soportan el desprecio. Necesitan sentirse amados y valorados para superar su falta de autoestima, pero esto muchas veces es un arma de doble filo, pues

acaban haciendo tantas cosas para complacer que se olvidan de sus propios deseos y necesidades.

❖ EXIGENTE

Consideran que el perfeccionismo es una virtud, son exigentes en todo lo que hacen y no soportan equivocarse. A menudo creen que nunca hay suficiente tiempo para hacer las cosas como es debido y esto puede llegar a deprimirles. También tienden a pensar que su forma de actuar es la mejor y pueden mostrarse críticos hacia otros que tengan un punto de vista diferente. Les gusta ser tan eficientes, que si les falta información sobre una tarea que deben emprender les cuesta mucho llegar a tomar una decisión, pues les parece que no lo tienen todo controlado y que el proyecto acabará fallando a causa de algún imprevisto. Son buenos amigos a causa de su intrínseco sentido del juego limpio y de la justicia.

❖ INQUIETO

Son personas llenas de energía, que les gusta vivir el momento, sin pensar en el mañana. No saben estar quietas y quieren hacer siempre muchas cosas a la vez, por lo que en numerosas ocasiones las dejan sin acabar. Son, por tanto, muy inconstantes, con lo que hacen y con lo que sienten, ya que fácilmente pueden encapricharse de nuevas sensaciones, todo lo quieren hacer y probar. Es vital que se relajen, ya que querer ir tan deprisa en todo implica que están huyendo de las cosas y tal vez de los compromisos.

❖ SOÑADOR

El soñador está lleno de buenas intenciones, con una gran comprensión hacia los demás, su ideal sería llegar a hacer un mundo mejor. No es extraño que se propongan objetivos inalcanzables y esto les puede llevar a deprimirse. En numerosas ocasiones no terminan lo que habían empezado por la falta de confianza en el posible éxito de dicha empresa o en ellos mismos. Tienen fama de ser inconstantes. Son muy sensibles, por lo que quizás se sientan ofendidos por cualquier comentario cuando en realidad no se pretendía hacerlo.

FUENTE: <http://www.psicoadactiva.com/tests/soluc1.htm>

TEST DE ROSENBERG

Este test mide tu nivel de auto-aceptación y auto-concepto.

La forma en que te valoras no siempre coincide con la imagen que das, pero es decisiva para tu salud mental.

	Sí	No
1. Siento que soy una persona digna, al menos tanto como las demás.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Estoy convencido de que tengo cualidades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de gente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Tengo una actitud positiva hacia mí mismo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. En general, estoy satisfecho conmigo mismo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. En general, me inclino a pensar que soy un fracasado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Me gustaría poder sentir más respeto por mí mismo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. A menudo creo que no soy una buena persona.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

VALORACIÓN:

❖ Menos de 0 puntos:

Tu auto-concepto no es muy positivo, deberías quererte un poco más y confiar en tus posibilidades ya que tienes un nivel de autoestima bastante bajo, lo cual te hace creer que los demás son mejores que tu.

❖ Entre 0 y 5 puntos:

Te encuentras dentro de la normalidad. El concepto que posees de ti mismo es correcto y se acerca mucho a la imagen que das a los demás.

❖ Más de 5 puntos:

Tienes un alto concepto de ti mismo, te aceptas perfectamente con todas tus virtudes y defectos, no crees que los demás tengan mejores capacidades que las tuyas, ni mucho menos.

FUENTE: <http://www.psicoadactiva.com/tests/soluc11.htm>

TEST DE COCIENTE INTELECTUAL

El siguiente test pretende medir el Cociente Intelectual (CI) personal. **El resultado final será meramente orientativo**, ya que para obtener una puntuación exacta del CI es preciso realizar varios tests complejos y diferentes entre sí y hacer la media entre todos ellos. La puntuación de este test sólo es fiable cuando se realiza por primera vez. No se pueden utilizar calculadoras, diccionarios ni cualquier otro tipo ayuda excepto lápiz y papel para realizar anotaciones.

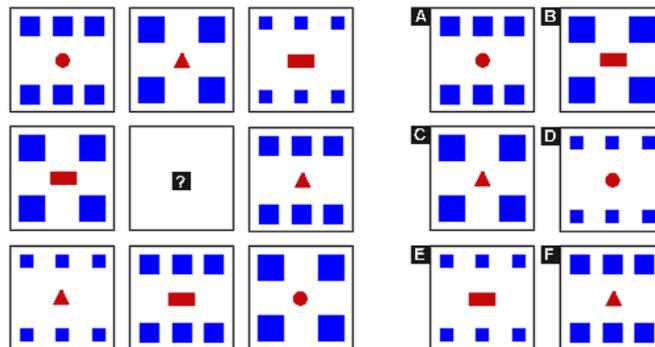
Este test consta de 40 preguntas. Las contestadas erróneamente no restan puntos. La rapidez con que consigas responder es importante ya que dispones de 30 minutos para finalizar que empezarán a contar cuando pulses el botón comenzar. Al acabar tu tiempo, se te mostrará un aviso y se calculará automáticamente tu puntuación en base a las preguntas contestadas. Si una pregunta te cuesta mucho de resolver te recomendamos seguir con la siguiente.

1. Rellena la palabra que falta en el hueco

CUERPO - POCO - COSA

HOJA - - BONSAI

2. ¿Qué figura de la derecha encaja en el cuadrado que está libre en la izquierda?



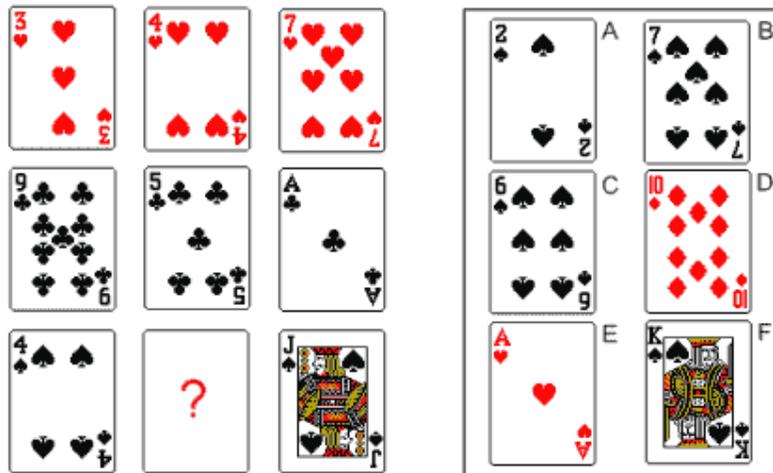
Solución:

3. ¿Cuál de las siguientes palabras no encaja con las restantes?

A. LEÓN	D. PUMA
B. GUEPARDO	E. LOBO
C. TIGRE	F. LEOPARDO

Solución:

4. ¿Cuál es la carta que de la derecha que encaja en la fila inferior de la izquierda?



Solución:

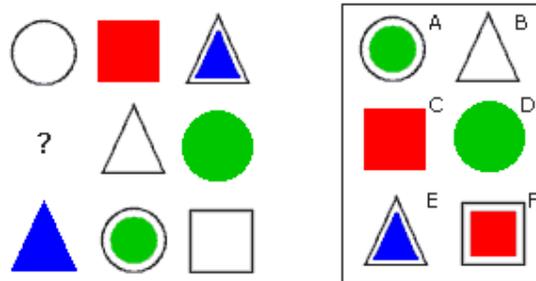
5. Indica las letras con la que acaba la palabra de la izquierda y empieza la de la derecha

COR - - JA

6. Indica el número que falta en la siguiente serie numérica

2 - 1 - 4 - - 6 - 5

7. Busca entre las seis figuras de la derecha cuál es la que falta en el conjunto de la izquierda



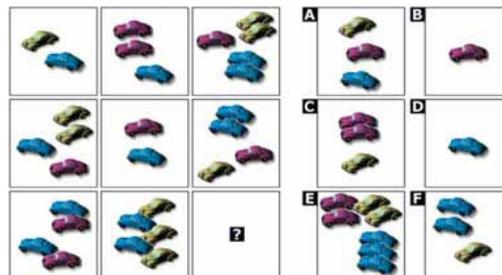
Solución:

8. Rellena la palabra que falta en el hueco

PASTEL - TORTA - BOFETADA

BOTE - - ATRAPO

9. Busca entre los seis grupos de automóviles de la derecha el correcto y márcalo



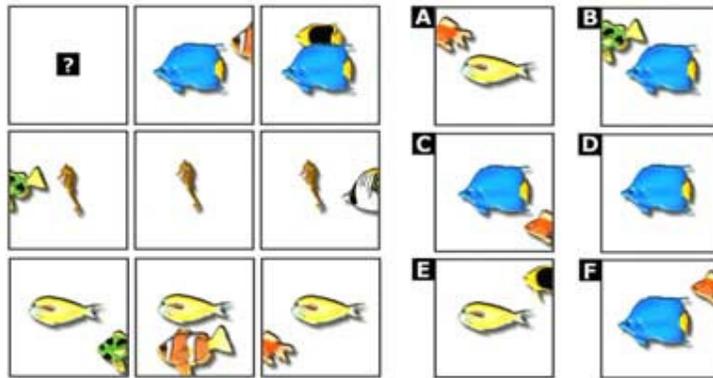
Solución:

10. Encuentra un sinónimo o palabra afín como muestra el ejemplo

SILLA - ASIENTO - SILLÓN

BURRO - - JUMENTO

11. Busca entre los seis grupos de peces de la derecha el correcto y márcalo



Solución:

12. Completa la siguiente serie numérica

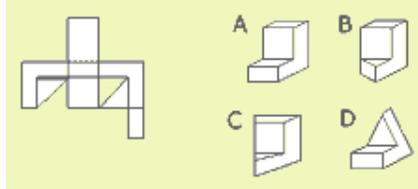
5 - 3 - 6 - 4 - 7 -

13. ¿Cuál es la solución de la última operación? (Cada símbolo representa una cifra entre 0 y 9)

$$\begin{aligned}
 \blacksquare + \star &= \blacksquare \blacksquare \\
 \star + \blacksquare &= \bullet \\
 \blacksquare \bullet - \star &= ?
 \end{aligned}$$

Solución:

14. ¿Qué figura encaja con el modelo de la izquierda?



Solución:

15. Rellena los huecos con las letras y números que faltan

C	<input type="text"/>	I	M	E	G
2	6	5	7	3	<input type="text"/>

16. ¿Qué número falta en la siguiente serie?

2 - 3 - - 9 - 17

17. Indica las letras con que acaba la primera palabra y empieza la segunda

V MARSE

18. Añade las letras necesarias para que puedas formar 5 palabras completas

C
AR
HAZ
ENG
MONT

19. Completa la siguiente serie numérica

6 - 11 - 18 - 27 -

20. ¿Cuál de los siguientes animales no encaja con las demás?

A. ALUGIA	D. NISEC
B. OBLACA	E. LOMPAA
C. TREIUB	F. OTPA

Solución:

21. Añade las letras necesarias para que puedas formar 5 palabras completas

M

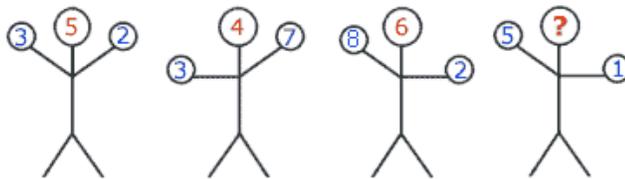
S

B

BOT

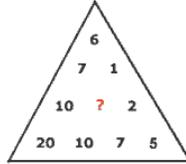
PA

22. ¿Qué número falta en la última figura?



Solución:

23. ¿Qué número falta en el centro de la pirámide?



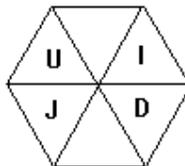
Solución:

24. ¿Qué es más duro?

- A. UGAA
- B. LEPPA
- C. RADPIE
- D. LEG
- E. ROARB

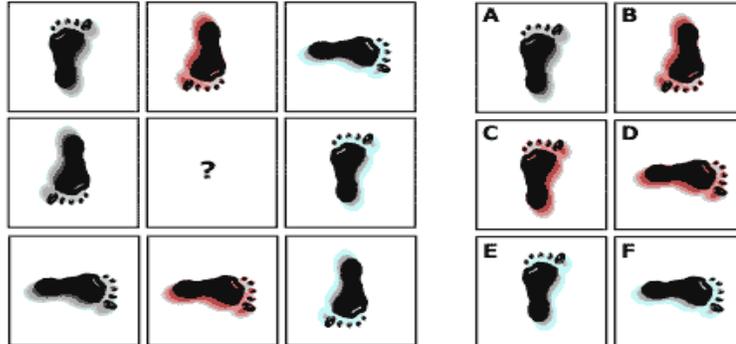
Solución:

25. ¿Qué letras faltan?



Solución:

26. Marca la figura correcta que falta para rellenar el hueco



Solución:

27. ¿Qué número falta en el centro?

31 (8) 22

212 4

28. Indica las letras con que acaba la primera palabra y empieza la segunda

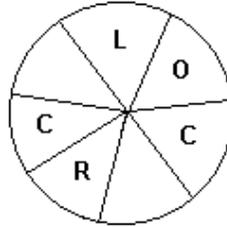
CAMI CO

29. Señala la palabra que no encaja con las restantes

- A. SIERRA
- B. BROCHA
- C. MARTILLO
- D. CLAVO
- E. SARGENTA

Solución:

30. ¿Qué letras faltan?

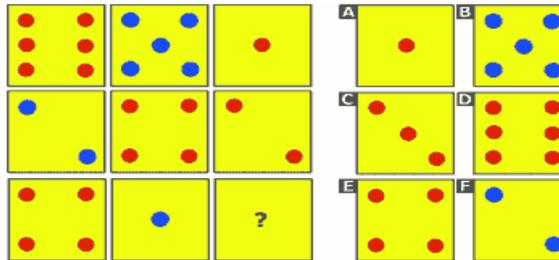


Solución:

31. Encuentra un sinónimo o palabra afín para las palabras escritas

PARED - - TABIQUE

32. Indica cuál de las seis figuras de la derecha es la que falta en la fila inferior de la izquierda



Solución:

33. Indica el número que falta en la casa de la derecha



Solución:

34. Indica el número que falta para completar la serie

$$12 - (11) - 34$$

$$25 - \boxed{} - 53$$

35. Rellena las letras que faltan en la siguiente tabla

E	J	<input type="text"/>	L
E	<input type="text"/>	B	A

36. Añade las letras necesarias para que puedas formar 6 palabras completas

T

M

D

C

TR

OZ

37. Escribe las letras y/o números que faltan en la tabla

2	C	<input type="text"/>	<input type="text"/>	12
B	4	E	9	L

38. Indica las letras con que acaba la primera palabra y empieza la segunda

PAN - - ARIO

39. Marca la palabra que no encaja con las restantes

A. EVALCL

B. ORAS

C. RTIGARMAA

D. CISUF

E. QIUDAERO

Solución:

40. Escribe los dos números que faltan

3 - 11 - - - 323

Cociente: Nivel

RESPUESTAS:

1. Siguiendo el ejemplo superior, si de *CUERPO* extraemos la última sílaba: PO y de *COSA* sacamos la primera: CO, queda la palabra *POCO*. Por tanto la solución de la palabra inferior siguiendo la misma norma es **JABON**.

2. La figura que falta completar es la **D**. En todas las filas aparecen las tres figuras centrales en rojo: círculo, triángulo y rectángulo. Además los cuadrados que están encima y debajo de las mismas en color azul, siempre son de tres tamaños diferentes.

3. La palabra que no encaja es **LOBO**, ya que es un carnívoro pero no un felino como los demás.

4. En cada fila la carta de la derecha corresponde a la suma de las dos cartas de su izquierda. Por tanto la solución de la última fila es la **B**: $4 + 7 = 11$, que en la baraja de cartas correspondería a la J de picas (B).

5. **TINA** es lo que falta por rellenar en el hueco, formando así las palabras **CORTINA** y **TINAJA**. Aunque también consideramos válida la respuesta **TE** que forma las palabras **CORTE** y **TEJA**.

6. En la serie numérica primero se resta 1 y luego se suman 3, alternativamente: 2 (-1), 1 (+3), 4 (-1), **3** (+3), 6 (-1), 5. El número que falta es **3**.

7. Cada una de las figuras (círculo, cuadrado, triángulo) aparece en tres variantes: en blanco, todo de un color y con un reborde blanco. La que falta en la serie es la **F**.

8. Si buscamos un sinónimo para las dos palabras BOTE y ATRAPO (como en el ejemplo anterior), éste es **CAZO**.

9. En cada fila hay tres coches color fucsia, tres amarillos y cuatro azules. Por tanto en la fila inferior falta completar un coche fucsia, o sea la **B**.

10. **ASNO** o **POLLINO**, las dos son válidas.

11. En cada fila el pez central permanece inmóvil, mientras que el otro se va desplazando progresivamente de izquierda a derecha. La solución es la **B**.

12. En la serie numérica primero se resta 2 y luego se suman 3, alternativamente: 5 (-2), 3 (+3), 6 (-2), 4 (+3), 7 (-2), **5**. El número que falta es **5**.

13. Sabemos que la suma de dos números de una sola cifra es siempre inferior a 20, por lo tanto, a partir de la primera operación, podemos deducir que el valor del cuadrado azul es 1. De aquí, deducimos que estrella + 1 = círculo a partir de la segunda operación, o lo que es lo mismo, círculo - estrella = 1. Si aplicamos esto en la última operación, tendremos que al realizar la resta de círculo - estrella el resultado es 1 y se mantiene el cuadrado a la izquierda que vale 1 también, luego el resultado buscado es 11.

14. Si imaginamos la figura de la izquierda como si estuviera hecha de cartón y la plegáramos correctamente, aparecería lo correspondiente a la figura **A**.
15. La cifra multiplicada por 2 menos 1 corresponde a la posición en el abecedario de la letra que va asociada a ella. La solución es **K** y **4**.
16. Se multiplica cada número por 2 y se resta 1. El que falta en la serie es el **5**.
17. **ASO**: VASO y ASOMARSE. También consideramos válida la respuesta **A** que forma las palabras **VA** y **AMARSE**.
18. **AÑA**: caña, araña, hazaña, engaña, montaña.
19. En la serie numérica las cifras son el cuadrado de 2 - 3 - 4 - 5 y 6, sumándole 2. El número que falta es el **38**.
20. La solución es la **B**. El águila, buitre, cisne, paloma y pato son aves, el *caballo* no.
21. **ELLA**: mella, sella, bella, botella, paella.
22. El número de los brazos levantados se suma y los de los brazos horizontales se resta. El resultado se muestra en la cabeza, que en el caso del último hombrecillo es el **4**.
23. Cada número es la diferencia del número situado abajo a la izquierda menos el número abajo a la derecha. La solución por tanto es **3**.
24. Lo que es más duro es la **C**, o sea la *pedra*. Los demás son agua, papel, gel, barro.
25. Leyendo las letras de la figura en sentido contrario a las agujas del reloj, formaremos la palabra **DIBUJO**.
26. En cada columna aparecen tres huellas de pie de un color y en tres posiciones distintas: hacia arriba, hacia abajo y hacia la derecha. La huella que falta es la que corresponde a la **C**.
27. Si $31(8)22$ es $3 + 1 + 2 + 2 = 8$. Entonces $212(9)4$, que es $2 + 1 + 2 + 4$. (También se acepta como solución **207** si hacemos $a-b-1=c$; o sea $212 - 4 - 1 = 207$).
28. **SA** son las letras que faltan, formando así las palabras **CAMISA** y **SACO**. También aceptamos como válida la respuesta **LO**, que forma el nombre propio **CAMILO** y la palabra **LOCO**.
29. la **B** (brocha) no encaja, ya que las demás son herramientas de carpintero y la brocha es propia de un pintor.
30. Si leemos las letras en el sentido de las agujas del reloj, veremos escrita la palabra **CIRCULO** (También se acepta **COLOCAR**).

31. PARED - **MURO** - TABIQUE. (También se acepta **TAPIA** y **MURALLA**).
32. Los puntos azules de los dados se restan y los rojos se suman. La solución es la **C**.
33. Los números de las ventanas se multiplican y el de la puerta se suma. El resultado aparece en el círculo superior. En el caso de la casa de la derecha éste es **14**.
34. El número central equivale a la mitad de la diferencia de los dos números de ambos lados: $34 - 12 = 22$; $22/2 = 11$. $53 - 25 = 28$; $28/2 = 14$.
35. Si leemos en sentido opuesto a las agujas del reloj, formaremos la palabra **EMBALAJE**.
36. **ONO**: tono, mono, dono, cono, trono, ozono.
37. La distancia entre las letras va aumentando cada vez en una unidad más que la anterior, mientras que los números se incrementan en 2 y 3 unidades alternativamente. Las soluciones son **7** y **H**.
38. **TALON**: PANTALON y TALONARIO.
39. La **D** es la que no encaja, pues es *ficus*. Las demás son clavel, rosa, margarita, orquídea.
40. Cada número es el resultado de multiplicar por 3 el anterior y luego sumarle 2: $3(x3 + 2)$, $11(x3 + 2)$, **35** $(x3 + 2)$, **107** $(x3 + 2)$, 323

FUENTE: <http://www.psicoadactiva.com/tests/soluci.htm>

ESCALA DE EFICACIA PERSONAL EN EMPRENDIMIENTO

No. de matrícula: _____

Carrera: _____ Nivel:

INTRODUCCIÓN

Esta encuesta se centra en desarrollar actividades para mejorar los niveles de emprendimiento en la Facultad. Una de estas actividades es la promoción de la Empresa Juvenil de la Universidad Católica, organización formada por estudiantes cuyo objetivo es brindar servicios de consultoría a empresas públicas y privadas.

Con el fin de evaluar el impacto que tiene la Empresa Juvenil en sus miembros se ha diseñado esta encuesta para medir el grado de eficacia personal en 4 atributos de emprendimiento. Para el éxito de este estudio es MUY IMPORTANTE que usted conteste con toda sinceridad a los enunciados que se mencionan a continuación. Antes de cada bloque se colocará la definición del atributo en estudio.

ENCUESTA

Por favor piense en los siguientes enunciados y considere las siguientes declaraciones. Para cada una, califique el grado de confianza que usted cree tener para llevar a cabo las acciones indicadas en los ítems del 1 al 10, encerrando con un círculo sobre la escala de 0 a 10 siendo 0 "Sin confianza" y 10 "Completa confianza". **Por favor, no deje de contestar ninguno de los ítems.**

¿Qué es innovación?

Innovación tiene que ver con el camino a través del cual se da una transferencia de conocimiento que termina en el desarrollo de un proceso, un producto o un servicio que incorpora elementos nuevos y agrega valor al mercado o a la sociedad en general (Formichella, 2004).

En lo relacionado a innovar, yo soy capaz de realizar con eficacia por lo menos el:

- 10% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 20% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 30% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 40% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 50% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 60% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 70% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 80% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 90% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 100% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

¿Qué es tomar riesgos calculados?

Se refiere a la predisposición de asumir situaciones con cierto grado de incertidumbre en el afán de realizar una tarea o proyecto.

Es decir, la persona acepta realizar una actividad específica aun cuando sabe que existe una probabilidad de fracaso al intentar llevar adelante la tarea o proyecto.

En lo relacionado a tomar riesgos calculados, yo soy capaz de realizar con eficacia por lo menos el:

- 10% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 20% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 30% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 40% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 50% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 60% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 70% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 80% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 90% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 100% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

¿Qué es la habilidad para formar redes de contacto?

Es la capacidad del individuo para establecer nexos personales, profesionales, laborales o de negocios con personas de diversas áreas afines al negocio que se desea iniciar. Estos nexos podrían servir de apoyo en los diferentes aspectos de inicio y desarrollo del negocio.

En lo relacionado a formar redes de contacto, yo soy capaz de realizar con eficacia por lo menos el:

- 10% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 20% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 30% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 40% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 50% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 60% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 70% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 80% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 90% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- 100% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

¿Qué es identificar oportunidades?

Se refiere a la habilidad de buscar y reconocer necesidades insatisfechas o problemas no resueltos en el mercado que podrían ser cubiertas o resueltas con de la introducción de un nuevo producto o servicio.

En lo relacionado a identificar oportunidades, yo soy capaz de realizar con eficacia por lo menos el:

- 10% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
 - 20% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
 - 30% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
 - 40% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
 - 50% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
 - 60% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
 - 70% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
 - 80% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
 - 90% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
 - 100% de las tareas necesarias 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
-



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE INGENIERÍA EN MECÁNICA Y CIENCIAS DE LA PRODUCCIÓN
EMPRESA JUVENIL DE LA ESPOL



HISTÓRICO DE PROYECTOS DE LA EMPRESA JUVENIL DE LA ESPOL



Empresa Juvenil de la Espol



Empresa Juvenil de la ESPOL, Anímate a tener tu experiencia laboral al mismo tiempo que estudias!

Fecha: 06/08/2008

Email: eje@espol.edu.ec

Anímate a tener tu experiencia laboral al mismo tiempo que estudias!!!!

Quienes formamos parte de la Empresa Juvenil de la ESPOL (EJE) nos dirigimos a ustedes para saludarlos e invitarlos a formar parte de este grupo multidisciplinario de jóvenes emprendedores quienes dirigen una empresa junior.

La EJE brinda servicios de Consultoría industrial y ejecución de proyectos, todas las actividades son realizadas por estudiantes politécnicos, los cuales estamos capacitados para brindar servicios en diferentes ramas de acción de nuestras respectivas carreras.

Todos nuestros servicios tienen la garantía que solo la ESPOL puede brindar, ya que todas las actividades son dirigidas por profesores politécnicos expertos en el área de ejecución de cada proyecto.

Nuestra empresa se encuentra en su sexto año de actividades y durante este tiempo hemos ejecutado proyectos con excelentes resultados en diversas empresas nacionales y multinacionales como Holcim Ecuador S.A., Unilever Andina Ecuador S.A., OceanFish S.A., Dole Ecuador, Comuna de San Rafael, entre otras.

Contáctanos o visítanos para mayor información, estamos esperando por gente emprendedora como TÚ....disfruta tu experiencia laboral sin salir de la ESPOL.

EJE - Empresa Juvenil de la Espol
Campus Gustavo Galindo ESPOL,
Km. 30.5 vía Perimetral
Facultad de Ingeniería Mecánica
y Ciencias de la Producción
Teléfonos: 2269388
E-mail eje@espol.edu.ec
Unidad: ADMIN

EL UNIVERSO

DOMINGO | 18 de abril del 2004 | Guayaquil, Ecuador

Empresa junior bajo el mando de jóvenes ideas

Iliana Salguero | Redactora

Empresa Juvenil es el espacio que les permite a estudiantes de la Espol combinar sus conocimientos académicos con la práctica laboral, quienes crearon una compañía en la que cada miembro es responsable de las decisiones que tome para su funcionamiento.

Ser estudiante no es impedimento para dirigir una empresa. Esa es la premisa de un grupo de jóvenes de la carrera de Ingeniería y Administración de la Producción Industrial de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Espol), quienes integran la Empresa Juvenil de la Espol (EJE).

El proyecto surgió como una propuesta académica para motivar a los jóvenes a crear estrategias para el funcionamiento de la compañía. La empresa junior es una asociación integrada exclusivamente por alumnos universitarios, cuyo fin es llevar a la práctica los conocimientos teóricos que adquirieron en los años de estudio, siguiendo las pautas del libro *A empresa junior*, del autor brasileño Franco de Matos.

Siete chicos son responsables de las áreas laborales: Francisco García es el gerente general; Galo Mendoza está a cargo del área de promoción y ventas; Mariuxi Carrillo, de recursos humanos; Lorena Pérez, de finanzas; Carlos Cevallos, de proyectos, Denisse Cajas, de operaciones y Evelyn Machuca, de gestión de calidad.

La empresa funciona desde mayo del 2003 y ofrece variedad de servicios como: análisis y optimización de procesos administrativos y productivos, estudio de los desechos del medio ambiente, elaboración de planes educacionales, entre otros.

Dependiendo de las necesidades del proyecto, se genera trabajo a jóvenes de otras carreras, dice Francisco García, de 24 años. Su primer trabajo lo obtuvieron por medio de la promoción interna – que se llevó a cabo en empresas a las que la facultad presta

servicios y a través de la difusión de los practicantes—. En el proyecto trabajaron seis alumnos de la carrera, quienes tuvieron a su cargo el diseño de la racionalización de los recursos humanos y materiales de la firma Unilever, que duró mes y medio.

Denise Cajas, de 22 años, participó como gerente de operaciones. Refiere que hubo dos fases: la primera fue el muestreo de datos sobre las condiciones físicas en que se encontraba el lugar, y la segunda abarcó el análisis de estos datos para pasar a la etapa de reestructuración del uso de los recursos.

“Fue una experiencia provechosa porque uno se relaciona con el sector laboral y se amplían las oportunidades”. Roxana Aguirre, de 23 años, alumna de Ingeniería Industrial, tuvo a su cargo el análisis de los procesos.

Los estudiantes colaboran con la compañía de forma voluntaria y se financian por autogestión (buscan proyectos que paguen los servicios) y contactos con universidades extranjeras (para asesoría o colaboración).

Para ser un buen empresario

* Se debe contar con un espíritu emprendedor, capaz de generar ideas creativas que aporten al crecimiento de la empresa.

* Tener disponibilidad de tiempo y conocimiento de organización y manejo de los recursos de la empresa.

*Incentivar el proceso de autogestión en la búsqueda de nuevos proyectos. Estos deben servir para financiar los gastos de la compañía y abrir plazas de trabajo.



¿QUIÉNES SOMOS?

Noviembre, 2008



Empresa Juvenil de la Espol

"Conocimiento a su servicio"

2

Empresa Juvenil de la Espol

- ❖ Somos una empresa consultora que pertenece a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- ❖ Una empresa constituida por docentes y estudiantes de la ESPOL que ofrece sus servicios al sector empresarial ecuatoriano en todas las áreas relacionadas a la formación dada en la ESPOL.



MISIÓN

Ofrecer consultorías en todas las áreas de competencia de la ESPOL para satisfacer los requerimientos de alto conocimiento e infraestructura especializada de nuestros clientes basándonos en el cumplimiento oportuno de las obligaciones adquiridas.



VISIÓN

Lograr una organización que involucre a los estudiantes de todas las unidades de la ESPOL, y conseguir que la empresa tenga una imagen de alcance y renombre nacional en el año 2010.



Valores

- ❖ *Confidencialidad*
- ❖ *Compromiso*
- ❖ *Calidad*



Objetivo

Mejorar la competitividad de las empresas.

AGREGANDO VALOR A SUS PROCESOS

OPTIMIZANDO LA UTILIZACIÓN DE SUS RECURSOS

INCORPORANDO SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN



NUESTRO EQUIPO

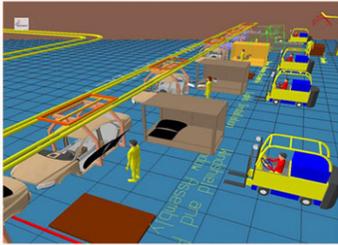


NUESTROS SERVICIOS

The slide features a collage of images related to logistics and services, including a person holding a sign that says "Carrier" and a truck. The EJE logo is in the top right corner.



Algunos de nuestros servicios



APPLIED SIMULATION

Algunos de nuestros servicios



PROJECTS



NUESTRA EXPERIENCIA

Algunos de nuestros clientes



- DOLE**
- Diagnóstico de la cadena de valor
- Evaluación de riesgo para la seguridad y salud ocupacional



- UNILEVER**
- Mejoramiento y racioanalización de los recursos en el área de packing.



- TIA**
- Desarrollo de un herramienta (Software) para la distribución del personal de la bodega principal.



Algunos de nuestros clientes



TECNOPLAST DEL ECUADOR S.A.
-Análisis de la gestión de bodega de producto terminado.



EXPALSA - DIAMASA
-Elaboración de las herramientas de análisis estadístico para el control de las características bromatológicas y de calidad.



HIDALPLAST CIA. Ltda.
-Análisis del proceso de flujo de información.



Algunos de nuestros clientes



HOLCIM ECUADOR
-Elaboración del manual de operaciones de las bodegas de repuestos



OCEANFISH
-Desarrollo y análisis de producto.



Proyectos de apoyo a la comunidad.



COMUNA BARCELONA
-Mejoramiento del proceso de producción de la paja toquilla
-Capacitación del personal de la comuna.



COMUNA SAN RAFAEL
-Análisis y mejora de los procesos de extracción de piedrillas ornamentales impulsando el desarrollo sostenible de la actividad minera de la comuna.



ESCUELAS RURALES
-Diseño e implementación de un sistema productivo de derivados de soya.



GRACIAS





FODA DE LA EMPRESA JUNIOR DE LA ESPOL

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes son entusiastas y muy fácilmente se adaptan al objetivo de EJE. • La empresa privada reconoce el prestigio de la ESPOL. • Han adquirido experiencia a través de los años en cuántos a proyectos de consultoría. • Cuentan con la ayuda y aval académico de excelentes profesores que son capaces de realizar proyectos de consultoría para grandes empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • El cambio frecuente de funcionarios causa cambios de estructuración y de alguna información entre estudiantes. • Algunos profesores de la ESPOL prefieren trabajar por su cuenta en lugar de colaborar con EJE

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes están preparados como profesionales que respondan a las necesidades del mundo competitivo. • Impulsan el espíritu de emprendimiento de los estudiantes. • Fomenta la participación de los empresarios en la ejecución de proyectos en las diversas empresas del sector público y privado. • No Existe otra empresa Junior en el Ecuador que ofrezca servicios educativos, asesoría, capacitación y consultorías al sector empresarial tanto público como privado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hay empresas consultoras nacionales y extranjeras reconocidas en el Ecuador.



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE INGENIERÍA EN MECÁNICA Y CIENCIAS DE LA PRODUCCIÓN
EMPRESA JUVENIL DE LA ESPOL**



❖ **ASPECTOS POR MEJORAR**

La Empresa Juvenil de la Espol (EJE) debido a su misma naturaleza de la organización por ser administrada en su gran mayoría por estudiantes y muchos de ellos culminan sus estudios lo que origina una alta rotación de estudiantes y una debilidad de la EJE. Por lo se debe poner en marcha la aplicación de estrategias para que este factor no afecte a la continuidad de los proyectos y se mantenga la uniformidad en las actividades.

❖ **DISCUSIÓN**

Es importante considerar que los estudiantes que participan en actividades de emprendimiento adquieren habilidades profesionales en cuanto a la toma de decisiones y en aprender a negociar propuestas.

Los profesores guías, son fundamentales para el desarrollo de los proyectos puesto que estos son los expertos en el área y su asesoría debe ir de la mano con el involucramiento de los estudiantes, debido a que éstos no poseen experiencias que a veces se requiere.

❖ **PUBLICACIONES**

Los miembros del EJE, y los profesores que trabajan con ellos han hecho el esfuerzo de publicar en diferentes medios de comunicación como los periódicos locales (El Universo y El Expreso), revistas locales (FOCUS), conferencias y una revista electrónica.

1. "Junior Empresa a disposición de las ideas jóvenes". Artículo publicado en El Universo el 18 de abril de 2004.
2. "La junior empresa como un mecanismo para el desarrollo del espíritu emprendedor en los alumnos: una propuesta para evaluar su contribución", 4^a Conferencia Latinoamericana de Investigación Empresarial, Cali-Colombia, 26-28 de octubre de 2005.
3. "La Empresa Junior ESPOL: resultados de la consultoría de proyectos en 2004-2006" ESPOL Ciencia, 14 a 15 noviembre del 2006.
4. "La Empresa Junior ESPOL: Una oportunidad para crecer". Artículo publicado en Focus, en septiembre de 2007.
5. "La educación formal y Júnior Empresa: dos formas de desarrollar el espíritu empresarial", 5. Latinoamericana y del Caribe de la Conferencia de Ingeniería y Tecnología (LACCEI), Tampico-México, mayo 9 a junio 1, 2007, y de América Latina y el Caribe Journal of Engineering Education Vol. 1. N^o 2 del 2007.
6. "La tecnología al servicio de la Comunidad: fábrica de leche de soya en las Malvinas" Artículo publicado en Focus, en septiembre de 2008.



PROYECTO “MEJORAMIENTO Y RACIONALIZACIÓN DE LOS RECURSOS DEL ÁREA DE PACKING UNILEVER S.A.”

- **Empresa:** Unilever S.A.
- **Fecha de Inicio:** Octubre del 2003
- **Duración:** 4 semanas
- **Costo:** US\$ 3,200.00 más IVA.
- **Equipo de trabajo:**

Cargos	Número de personas	Nombres
		Ing. ABAD BARCIA
Levantadores de Información	6	Danny Miguel Meléndez Rubio Denise Cristina Cajas Arenas Valery Andrea Arias Freire Roxana Catherine Aguirre Andrés Francisco Gutiérrez Calos Manuel Young Cruz

- **Síntesis del proyecto:**

El objetivo fue evaluar la utilización de recursos en el área de envasado de detergente y de esta manera ver las oportunidades para reducir recursos: activos, personal, etc.

Se realizó un estudio de tiempos y movimientos, y simulación del proceso, con lo cual se generaron propuestas para mejorar la utilización de personal y de las máquinas.

Este estudio le sirvió a ellos para sustentar una inversión de dinero y reconfigurar su parque de máquinas en un proyecto posterior costo-beneficio



PROYECTO “PAJA TOQUILLA”

- **Lugar:** Comuna Barcelona, Península de Santa Elena
- **Fase 1: Análisis situacional y estudio de costos referentes a la elaboración de paja toquilla.**
- **Equipo de Trabajo:**

Cargos	Número de personas	Nombres
Director	1	ING. RODRIGUEZ ING. BUESTAN
	1	
Analistas	3	Gladis Quirola Molina Andrea a Maldonado Carlos Cevallos

- **Fase 2: Mejora en la Productividad de la Paja Toquilla.**

Cargos	Número de personas	Nombres
Director	1	
	1	
Analistas	4	Adriana Herbozo Edmundo Guadalupe Juan Pablo Padilla Fabrizzio Tapia

- **Fecha de Inicio:** Diciembre del 2004
- **Duración:**
- **Costo:**
- **Síntesis del Proyecto:**

La Primera Fase de este proyecto consta en definir todos aquellos procesos que actualmente se llevan a cabo para la elaboración de la Paja Toquilla así como también los costos en los que se incurre directa o indirectamente para la realización de dicha actividad.



La segunda fase del proyecto consta de dos partes bien diferenciadas, la mejora de procesos y el estudio de mercados.

Para mejorar el proceso se realizará un levantamiento de información más profundo y se analizará las operaciones utilizando herramientas de la calidad, luego se plantearán diferentes alternativas de solución que serán implantadas y evaluadas para seleccionar las que mayor incidencia positiva tengan en el proceso. También se realizará una investigación del mercado que permita encontrar mejores oportunidades de comercialización para la paja toquilla, así como de los derivados del proceso; y además, identificar y determinar productos que sean factibles de producir y comercializar.

El estudio de mercados consta a su vez de una serie de actividades que se encaminan a determinar las características de la oferta y la demanda de la paja toquilla para establecer las especificaciones del producto. Igualmente para los productos secundarios que se puedan obtener y de esta manera mejorar su participación en el mercado.



PROYECTO “MEJORAMIENTO DE GESTIÓN Y PRODUCCIÓN DE LA COMUNA SAN RAFAEL DE LA PENÍNSULA DE SANTA ELENA”

- **Lugar:** Comuna San Rafael, Península de Santa Elena
- **Fecha de Inicio:** Marzo 2006
- **Duración:** 1 mes
- **Costo:** \$ 1.200,00
- **Equipo de Trabajo:**

Cargos	Número de personas	Nombres
Director	1	ING. RODRIGUEZ
Analistas	2	Cristina Cruz Fernando Mendoza

- **Síntesis del Proyecto:**

Este proyecto realizado por la EJE tuvo como objetivo principal integrar la información técnica a un proceso de reflexión de la práctica productiva de la comuna San Rafael, para la implementación de acciones innovadoras y mejoras en los procesos productivos y de comercialización, que tenga impacto en sus ingresos. Para esto se realizarán las siguientes actividades:

- Establecer un diagnóstico de los procesos de producción de la comuna San Rafael
- Analizar las potencialidades de mercado para las posibles aplicaciones de los materiales producidos en la comuna San Rafael
- Aplicar mejoras en los procesos productivos de la comuna San Rafael
- Capacitar a los comuneros de San Rafael en habilidades emprendedoras



PROYECTO “ELABORACIÓN DEL MANUAL DE OPERACIONES DE LAS BODEGAS DE REPUESTOS DE HOLCIM ECUADOR.”

- **Empresa:** Holcim Ecuador
- **Fecha de Inicio:** Febrero 2005
- **Duración:** 9 semanas
- **Costo:** \$17,323.67 + IVA
- **Equipo de trabajo:**

Cargos	Número de personas	Nombres
Director	1	Ing. Jorge Abad
Analistas	15	Michelle Gregori Pérez Benitez Daniel Marcelo Pólit Arguello José Miguel Villao Tomalá Xavier Alberto Alarcón Salas Davis Daniel Enriquez Arias Fernando Stalin Anchundia Valencia Robert Jaramillo Cáliz Fabrizzio Domingo Tapia Zavala Jorge Jacinto Cedeño Estrada Luis Kléver Mendoza Tomalá Angeles Natalia Pontón Tomaselli Angel Vinicio Valencia Ramos Jorge Vinueza Jorge Luis Amaya Rivas María Carrillo Villamar

- **Síntesis del proyecto:**

Para la elaboración del manual de operaciones para la bodega de repuesto, se prosiguió a realizar las siguientes actividades:

1. Levantamiento de Información.

Se realizaron reuniones y entrevistas con el personal de la Bodega con el propósito de introducir el proyecto y recopilar la información.

2. Documentación de Información.

Se documentaron los procedimientos levantados en campo de acuerdo a las especificaciones de la Norma ISO 9000-2000 y los requerimientos de la empresa.



3. Verificación y Auditoría de Procedimientos.

Una vez documentado los procesos se procedió a verificar la información obtenida de los procedimientos a través de una auditoría con el fin de confirmar que la información documentada se cumpla.

Con esta información verificada se elaboró el Manual de Operaciones a entregar a la empresa para su Validación.

Estas tres etapas se realizaron en forma consecutiva en las Bodegas de Cerro Blanco, San Eduardo y Pifo, en el respectivo orden.

4. Validación por parte de la Empresa.

Una vez culminado el levantamiento, documentación y verificación de los procesos y procedimientos de las bodegas antes mencionadas se procedió a entregar un borrador del Manual de Operaciones a la empresa para su revisión y aprobación.



PROYECTO “DESARROLLO Y ANÁLISIS DE PRODUCTO PARA LA EMPRESA OCEANFISH.”

- **Empresa:** Oceanfish
- **Fecha de Inicio:** Marzo 2005
- **Duración:** 8 semanas
- **Costo:** \$3935.00 + IVA
- **Equipo del proyecto:**

Cargo	Número de personas	Nombres
Director	1	ING. FABIOLA CORNERJO
Consultor	1	ING. GRACE VASQUEZ
Asistente	1	
Desarrolladores	4	Héctor Hugo Cotez Bonnard Jaime Arturo Bernal Chacón Juan Carlos Carrasco Aguaguño Verónica Graciela de la Paz Castro

- **Síntesis del proyecto:**

Consistió en desarrollar tres variedades de salsas, realizar la formulación y los análisis de estabilidad para cada una de ellas. Este proyecto se dividió en tres etapas:

1.- Determinación de los tipos de salsas y selección de las materias primas

En esta etapa se determinó los tipos de salsa a desarrollar con la participación de los especialistas de la empresa y del grupo consultor, además se seleccionó las materias primas y se evaluó a los distintos proveedores en cuanto a aditivos, especies y materiales orgánicos que se requiera para el desarrollo del producto.



2.- Desarrollo y análisis del producto

Se determinó el procedimiento óptimo para la formulación de las salsas. Para esto se hicieron pruebas de laboratorio y degustación para mejorar científicamente la mezcla y que el producto resultante satisfaga las necesidades del cliente en cuanto a congelación, descongelación, cocción y estabilidad del producto.

3.- Entrega de las formulas y los análisis

Basados en los resultados obtenidos de las etapas anteriores y de acuerdo a los objetivos planteados, se presentó las respectivas fórmulas de las salsas y su análisis de estabilidad en donde se plantearon recomendaciones para la implementación en planta.



PROYECTO “DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE LA NORMA DE SEGURIDAD INDUSTRIAL Y SALUD OCUPACIONAL - OHSAS 18000 - PARA LA BODEGA MATRIZ DE ALMACENES TÍA.”

- **Empresa:** Almacenes Tía
- **Fecha de Inicio:**
- **Duración:** 1 año
- **Costo:** \$17,761.95 + IVA
- **Equipo del proyecto:** ING. RODRIGUEZ
- **Síntesis del proyecto:**

Consiste en desarrollar e implementar la norma de seguridad industrial y salud ocupacional Ohsas 1800, para facilitar la implementación se dividió todo el proceso en diecisiete (17) elementos o subprogramas que son los siguientes:

- 1.- Política
- 2.- Evaluación de riesgos
- 3.- Legislación
- 4.- Objetivos y metas
- 5.- Programa de administración
- 6.- Estructura y responsabilidad.
- 7.- Capacitación
- 8.- Comunicación
- 9.- Documentación
- 10.- Control de documentos
- 11.- Control operacional
- 12.- Planes de emergencia
- 13.- Monitoreo
- 14.- Accidentes/incidentes no conformidades
- 15.- Registros
- 16.- Auditorias
- 17.- Revisión



PROYECTO “HERRAMIENTA DE ANÁLISIS ESTADÍSTICOS PARA EL CONTROL DE LAS CARACTERÍSTICAS BROMATOLÓGICAS Y DE CALIDAD DE LA COMPAÑÍA EXPALSA-DIAMASA”

- **Empresa:** Expalsa-Diamasa S.A.
- **Fecha de Inicio:**
- **Duración:** 10 semanas
- **Costo:** \$2.673,77 + IVA
- **Equipo del proyecto:**

Cargo	Número de personas	Nombres
Profesor Director	1	Ing. Marcos Buestán
Diseñadores	2	Ernesto Novillo Alex Dahik

- **Síntesis del proyecto:**
Consiste en un diseño de una herramienta estadística en Excel para el control bromatológico y de calidad de los productos de la empresa, para ello se dividió el proyecto en etapas:

1.-Recolecte de información y desarrollo del programa.- en esta etapa se determinó el alcance del programa en conjunto con el personal responsable de Expalsa-Diamasa en donde se procedió posteriormente al desarrollo del programa, el cual se está ejecutando en oficinas de la Empresa Juvenil de la ESPOL.

2.-Pruebas e implementación.- donde se ejecutará el programa en las instalaciones de la empresa y de ser necesario se harán las correcciones que el caso amerite, siempre con el compromiso que el programa corra sin errores de ningún tipo.

3.- Capacitación del personal.- en esta etapa final se capacitara acerca del uso de la herramienta generada así como su funcionamiento y parámetros de cambio.



PROYECTO DOLE PRIMERA FASE: DIAGNÓSTICO DE LA CADENA DE VALOR

- **Empresa:** DOLE
- **Fecha de Inicio:** Marzo 2006
- **Duración:** 4 meses
- **Costo:** \$7.831,98 dólares americanos + IVA.
- **Equipo del proyecto:**

Cargo	Número de personas	Nombres
Profesor	2	Ing. Marcos Buestán Ing. Denise Rodríguez Ing. Sofía López
Analistas	3	Adriana Herbozo Gabriela Parra Jefferson Sánchez

- **Síntesis del proyecto:**

El proyecto de análisis situacional realizado en DOLE consistió como primer punto en un levantamiento de información de los diferentes procesos de la Cadena de Valor de la Empresa. Es decir, se recolectó información cualitativa y cuantitativa de los diferentes procesos primarios como son Planificación, Corte y Distribución. Luego esta información fue analizada para finalmente plantear problemas críticos y soluciones a estos problemas.

La metodología que se utilizó para el estudio de los problemas fue la metodología Seis Sigma que se basa en los pasos DMAIC (Definición, Medición, Análisis, Mejora y Control). Dado que el objetivo del proyecto es el de analizar la situación actual de la compañía DOLE S.A. y proponer cursos de acción para mejorar los problemas encontrados, se realizaron todos los pasos del punto de Definición que es donde se plantean los proyectos de mejora que serán realizados en la segunda fase del proyecto..

Para este proyecto los análisis se realizaron con la ayuda de las diferentes herramientas de calidad, como son: Diagramas de Ishikawa, Diagramas de Pareto, Diagramas de Dispersión, Regresión Lineal, Gráficas de Control, entre otras para cada parte crítica del proceso analizada.



PROYECTO DOLE SEGUNDA FASE

- **Empresa:** DOLE
 - **Fecha de Inicio:** Septiembre del 2006
 - **Duración:** 5 meses
 - **Costo:** 16.701 + IVA
- ASIGNACIÓN DE CUPOS:**
- **Equipo del Proyecto**

Cargo	Número de personas	Nombres
Profesor	2	Ing. Marcos Buestán Ing. Denise Rodríguez
Analistas	4	Carla Baca Gabriela Parra Xavier Carmona César Rodríguez

- **Síntesis del proyecto:**

El proceso de asignación de cupos es uno de los procesos primarios de UBESA. En el primer proyecto, de diagnóstico situacional, se detectaron algunas oportunidades de mejora de las cuales nació el presente proyecto que tiene como objetivo principal la disminución de la variación de asignación de cupos a zonas.

Este proyecto fue desarrollado bajo la Metodología Seis Sigma que consiste en 5 bien definidas que son: Definición, Medición, Análisis, Mejora y Control. Para ello se planteó el siguiente objetivo: se utilizan herramientas estadísticas para determinar las causas principales que contribuyen al problema planteado y posteriormente en la etapa de Mejora se plantean las posibles soluciones al problema.



CENTROS DE ACOPIO

Cargo	Número de personas	Nombres
Profesor	2	Ing. Marcos Buestán Ing. Sofía López
Analistas	1	César Rodríguez

Este estudio trabajo considera el análisis de la red de distribución de productos de Dole considerando la existencia de centros de acopio para el caso de banano de aprovechamiento en las zonas Ríos y Guayas; además de la consolidación de pedidos de producto regular y orgánico en la zona Sur.

En particular, se desarrollaron modelos estratégicos de programación entera mixta para identificar el número ideal de centros de acopio, su localización óptima, capacidad y el flujo de producto a través de los mismos con el objetivo de minimizar el lead time desde la finca hasta el puerto. Analizamos también la factibilidad de entrega de productos directamente al puerto de embarque en full-truckloads.

En la segunda parte del trabajo se concentró en la reducción específica del tiempo de proceso en los centros de acopio en Ríos y Guayas. Para este estudio se desarrolló un modelo de simulación del sistema en estado estable para identificar las componentes que generan la congestión. Una vez identificadas estas causas se plantearon estrategias para la reducción de la longitud de la línea de servicio.



PROYECTO “DOLE SEGURIDAD INDUSTRIAL”

- **Empresa:** DOLE
- **Fecha de Inicio:** Diciembre 2006
- **Duración:** 1 meses
- **Costo:** \$ 2.402,84 dólares americanos + IVA.
- **Equipo del proyecto:**

Cargo	Número de personas	Nombres
Profesor	1	Ing. Mario Moya Reyes
Analistas	4	Lisette Pereira Gabriela Salazar Ana Romero Dick Aguilar

El objetivo de esta Proyecto es estimar y valorar la magnitud de aquellos riesgos existentes en la Empresa y que no hayan podido evitarse, para la seguridad y salud de los trabajadores en el trabajo, y proponer las medidas de control necesarias para eliminar o reducir el riesgo, todo ello a fin de que la Empresa esté en condiciones de tomar decisiones apropiadas sobre la necesidad de adoptar nuevas medidas y planificar adecuadamente la actividad preventiva.

La misma se realiza con carácter general e inicial, teniendo en cuenta la naturaleza de la actividad y de acuerdo a lo establecido en el Decreto Ejecutivo 2393 “Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medioambiente de trabajo”, en su Artículo 11.- Obligaciones de los Empleadores, y el reglamento de administración de riesgos del IESS. Que establece la obligación de los Empleadores a instruir sobre los riesgos de los diferentes puestos de trabajo y la forma y métodos para prevenirlos, al personal que ingresa a laborar en la Empresa.

La presente evaluación de riesgos aporta con la información de partida que la Empresa debe analizar para definir sus necesidades, establecer la planificación de la actuación preventiva y adoptar las medidas complementarias que estime oportunas para una mayor eficacia en materia de prevención y protección.



PROYECTO “CAMPUS ESPOL-DAULE”

- **Lugar:** Colegio Galo Plaza Lasso, Daule
- **Fecha de Inicio:** Marzo 17 de 2008
- **Duración:** 7 semanas
- **Costo:** US\$ 0,00
- **Estado:** Culminado (16/05/08)
- **Contacto:** Ing. Haydee Torres 093112991; Ing. Ericka Peñafiel 097835141
- **Equipo de Trabajo:**

Cargos	Número de personas	Nombres
Director	1	Ing. Marcos Tapia
Desarrolladores	4	Carlos Gonzales Jaime Macías A. Néstor Avendaño Paolo Zambrano

▪ Síntesis del Proyecto:

El objetivo general del proyecto fue volver operativa la planta de lácteos del colegio Galo Plaza L.

SITUACIÓN:

- Desconocimiento de qué productos introducir al mercado
- Inexistencia de herramientas para controlar la producción.
- Inexistencia de una estructura Organizacional.

TAREAS:

- Determinar los productos a producir, elaborar el plan de producción y diseñar la estructura organizacional de la planta.

ACTIVIDADES:

- Determinación del punto de equilibrio de la planta de lácteos
- Determinación de los productos a producir (INVESTIGACIÓN DE MERCADO)

RESULTADOS:

- Informe de Investigación de mercado
- Entrega de una Herramienta digital (en EXCEL) para programar, controlar y registrar la producción diaria de la planta
- Implantación de la estructura organizacional (PERFILES DE CARGO Y FUNCIONES)



PROYECTO “VACA MECÁNICA” (FASE 1)

- **Lugar:** Malvinas-Mapasingue: Escuela fiscal #10: Fe y Alegría
- **Fecha de Inicio:** Marzo 17 de 2008 (Inicio de la gestión: Septiembre de 2007)
- **Duración:** 7 semanas
- **Costo:** US\$ 0,00
- **Estado:** Culminado (16/05/08)
- **Contactos:** Padre Vargas 093075155 (Malvinas); Hna. Narcisa 097868892 (Mapasingue)
- **Equipo de Trabajo:**

Cargos	Número de personas	Nombres
Profesor Director	1	Ing. Marcos Tapia
Estudiantes Desarrolladores	6	Martha Aguilera Mabel Vélez Stephanie Guerrero Fabricio Yépez Juan Asanza César Rodríguez

- **Síntesis del Proyecto:**

El objetivo general del proyecto fue diseñar e implementar un sistema productivo de derivados de Soya.

SITUACIÓN:

- Pobre calidad de la leche producida.
- infraestructura inadecuada de la planta
- Desconocimiento del proceso adecuado de manipuleo de alimentos.

TAREA:

- Mejorar la calidad de la leche tanto en sabor como en apariencia



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE INGENIERÍA EN MECÁNICA Y CIENCIAS DE LA PRODUCCIÓN
EMPRESA JUVENIL DE LA ESPOL**



ACTIVIDADES:

- Desarrollo de la formulación de la leche de soya
- Desarrollo de subproductos a partir del rechazo
- Mejoramiento de la línea de proceso
- Implantación de las Buenas prácticas de manufactura (BPM)

RESULTADOS:

- Obtención de leche de mejor calidad y sabor para una venta futura
- Auto sustentabilidad de la microempresa
- Generación de plazas de trabajo para los moradores del sector de Mapasingue.



PROYECTO “ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DEL ÁREA DE BODEGAS DE PRODUCTO TERMINADO: TECNOPLAST DEL ECUADOR CIA. LTDA.”

- **Lugar:** TECNOPLAST del Ecuador CIA. Ltda.
- **Fecha de Inicio:** Junio 9 de 2008
- **Duración:** 4 semanas
- **Costo:** US\$ 412.52 + I.V.A.
- **Estado:** En ejecución (95%)
- **Contacto:** Ing. Mariuxi Córdova 042-893600 EXT.: 120
- **Equipo de Trabajo:**

Cargos	Número de personas	Nombres
Profesor Director	1	MSc. Sofía López I.
Levantadores de información	5	Andrea Ordoñez Carolina Carrasco Gisella Cepeda Giusseppe Samaniego John Alcocer

▪ **Síntesis del Proyecto:**

El objetivo general de este proyecto es analizar la situación actual del área de bodegas de producto terminado de la compañía TECNOPLAST y proponer cursos de acción para mejorar los problemas encontrados.

SITUACIÓN:

- Ineficiencias en los procesos de almacenamiento y despacho de producto.
- Desconocimiento de oportunidades de mejora.

TAREA:

- Identificar causas potenciales de problemas en el área de bodegas y
- Proponer soluciones factibles a los mismos.



ACTIVIDADES:

- Recopilar datos sobre el stock, el almacenamiento y preparación de pedidos.
- Realizar un examen crítico a la información y jerarquizar los problemas
- Elaborar un informe y presentación de resultados

RESULTADOS:

- Identificación de causas de problemas.
- Propuestas de iniciativas de mejora y proyectos a desarrollarse.



PROYECTO “ANÁLISIS DEL PROCESO DE FLUJO DE INFORMACIÓN: HIDALPLAST CIA. LTDA.”

- **Lugar:** HIDALPLAST CIA. Ltda.
- **Fecha de Inicio:** Junio 22 de 2008
- **Duración:** 4 semanas
- **Costo:** US\$ 1205,67 + I.V.A.
- **Estado:** En ejecución (5%)
- **Contacto:** Sr. Christian Rivadeneira 096-015308
- **Equipo de Trabajo:**

Cargos	Número de personas	Nombres
Profesor Director	1	MSc. Sofía López I.
Profesor Especialista	1	Ing. Marcos Tapia
Estudiante Analista	1	Leandro Barbosa

▪ **Síntesis del Proyecto:**

El objetivo general de este proyecto es volver eficiente el proceso de obtención de toda la información relevante relacionada a: materia prima, producto en proceso, y producto terminado.

SITUACIÓN:

- Errores en el proceso de flujo de información interna de la firma
- Inexistencia de indicadores de rendimiento (KPIs)

TAREA:

- Volver eficiente el proceso de flujo de información entre el personal de planta y el personal administrativo de la compañía.

ACTIVIDADES:

- Evaluación de formatos de registros
- Elaboración de fichas técnicas de productos
- Levantamiento de información asociada a los indicadores de producción.

RESULTADOS:

- Determinación de datos a ser capturados.
- Análisis y monitoreo de los indicadores de rendimiento principales (KPIs) en el proceso de producción.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE INGENIERÍA EN MECÁNICA Y CIENCIAS DE LA PRODUCCIÓN
EMPRESA JUVENIL DE LA ESPOL



PROFESORES-→ ESPECIALIZACIÓN.

Ing. Mario Moya Reyes
SEGURIDAD OCUPACIONAL E HIGIENE INDUSTRIAL

Ing. Denise Rodriguez
MEJORA DE PROCESOS PRODUCTIVOS

Ing. Marcos Buestán
SIMULACIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS.

Ing. Sofía López
INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA

Ing. Jorge Abad
LOGÍSTICA

Campus

Destacado Roberto Novas, Gerente de la Empresa Juvenil de la Esmeralda

“Somos una empresa junior responsable”

En el mes de septiembre del 2003, la Facultad Politécnica del Libertad fundó su Empresa Juvenil (EJ) dirigida por estudiantes que trabajan en proyectos para compañías e instituciones independientes a la entidad académica.

Roberto Novas, egresado de cuarto año de Ingeniería Industrial, es su gerente general, el tercer desde que se creó la empresa.

¿Cómo tubo elegido gerente general del EJ?
Se presentaron tres candidatos para el cargo, entre ellos tallé. Mi elección se basó en muchos académicos, salieron sesionados y niveles de emprendimiento.

¿Cuándo se realizó la elección?
Mi nombramiento definitivo se realizó el miércoles 23 de marzo, pero desde hace un mes ya venía trabajando con el exigente Francisco Carrón en

Actualmente ofrecemos servicios vinculados con la Ingeniería Industrial en las áreas de: Ingeniería y Seguridad Operacionales y Logística, Producción, Calidad y Desarrollo de Proyectos.

¿Por qué los servicios están vinculados con esta área de la Ingeniería?
Porque la empresa ofrece y presta servicios en el área de Ingeniería y Administración de

la Producción Industrial, pero la idea a mediano y largo plazo es cubrir todos los servicios que el Eje puede ofrecer en capacidad de dar sin embargo, ya hemos ejecutado un proyecto de Ingeniería en Alimentos con una compañía posquera de Ibarra.



X PRESENTE

¿Cómo que influye en la gente el branding de la selección de fútbol?



Pedro Pablo Durán Domínguez, 40, de 21 años, estudia en la Facultad de Derecho de la Universidad Católica

“No influye en nada, al contrario ayuda el branding del país. La gente se preocupa a primer momento en cómo juega la selección y cuando se pronuncia por la afición del Gobierno. Solo invierten el fanatismo”.

“Como que es un incentivo para el país, salir mucho por los ratings por que tenemos que mejorar nosotros al fútbol, así como aligna el ver cómo al seleccionados se quedar bien a los escuadras”.



Gaudia Castro, 25 años, estudiante de Administración de Empresas en la U. Guayaquil



Lidiana Jarrín, 23 años, estudiante de Derecho de la Universidad Católica

“La verdad hubo una gran emoción cuando se vio que la selección ganó. Todo fue mucha alegría a un país que se encuentra tan abanicado por la situación del Gobierno. Nos hace sentir orgullosos de Ecuador”.



→ **¿Qué es una Empresa Juvenil?**

Es una empresa conformada por estudiantes que por las actividades que realiza constituye un puente entre la teoría y la práctica.

→ **Propósito**

Fortalecer la formación profesional de los estudiantes.
Atender la demanda de servicios de consultoría.
Promover el desarrollo del espíritu emprendedor.

→ **¿Qué hace la empresa?**

Organiza, planea y prepara ofertas de servicios de asesoría, consultoría y elaboración de proyectos en general.

Algunos Proyectos Realizados

TIA: Herramienta para la distribución de personal

HOLCIM ECUADOR: Inventario

OCEANFISH: Desarrollo de una salsa para pescado

DOLE: Simulación de entrada y salida de contenedores. Proyecto de Diagnóstico Seis Sigma para disminuir la variación en cupos. Ubicación de Centros de Acopio.



Servicios Profesionales



Empresa Juvenil de la Espol

CONTACTOS: eje@espol.edu.ec

Teléfono: 2269388

Las grandes firmas los requieren para asesorarlos

La Empresa Juvenil de la Espol (EJE) ofrece asesoría en las áreas de gestión, tecnología, producción, entre otras.

Redacción Guayaquil / Ecuador



El diseño de páginas web, software para el control de inventarios, programas para establecer patrones de tiempo en la producción industrial, son proyectos que desarrolló la empresa Juvenil de la Espol (EJE) desde el 2003.

Para Guido Caicedo, director asociado de la Centro de Emprendedores de la Espol,

EJE ofrece dos oportunidades fundamentales a los alumnos. La primera está relacionada con la vivencia con el mundo empresarial. "Se trabaja en situaciones reales con problemas complejos".

José Sánchez / LÍDERES

Los alumnos Heydi Quintana, Diana Hoyos, Ricardo Paz, Roxana Aveiga y Solange Jaramillo lideran el proyecto

La segunda, dice Caicedo, son los servicios que se presta a la comunidad, empresa pública o privada. "Los alumnos, a su vez, cuentan con asesoría de profesionales de la Espol y conocimientos frescos".

Según información de EJE, en total se han desarrollado 21 consultorías a empresas como Unilever, Tía, Dole, Plásticos Ecuatorianos, Sebioca, entre otras. También se concretaron capacitaciones para actividades productivas en las comunas San Rafael y Barcelona (Santa Elena).

La estudiante Solange Jaramillo es gerente de Relaciones Comerciales de la firma estudiantil. Cuenta que EJE está formado por un directorio donde participan representantes de la Espol. Entre ellos Francisco Andrade, decano de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Ciencias de la

Producción (Simcp). El catedrático Marcos Tapia, desde el inicio de EJE, ofrece asesoría constante a los estudiantes.

En la empresa existen las áreas administrativa y operativa. En la primera, los estudiantes cumplen funciones por un año. Se encargan de las áreas administrativa, comercial o financiera. En el área operativa, los alumnos desarrollan los proyectos de consultoría. "Si necesitamos crear software seleccionamos estudiantes de tecnología. En las consultorías de negocios se incluye alumnos de ingeniería comercial o carreras afines", anota Jaramillo.

En el área administrativa trabajan siete alumnos en las gerencias general, de proyectos, producción, calidad, comercial, finanzas y talento humano. En el área operativa, varía de acuerdo a las consultorías.

La estudiante Diana Hoyos es la gerente general de EJE. Cuenta que han realizado cinco proyectos comunitarios, en algunos casos, con el apoyo de entidades sociales. Tal es el caso de la implementación de dos plantas para elaborar leche de soya en el área marginal conocida como Las Malvinas, en el sur de Guayaquil.

En ese emprendimiento el Club Rotario de Guayaquil ayudó a conseguir maquinaria para elaborar el producto. Los alumnos de la Espol, a su vez, dieron capacitaciones para optimizar el proceso productivo, asesoría administrativa y de comercialización. Para Hoyos, otro beneficio de EJE es que crea una red de contactos para impulsar proyectos sociales.

Los proyectos

En Santa Elena. Los estudiantes que trabajan en EJE realizaron capacitaciones en la comuna Barcelona. Se asesoró para mejorar el proceso de secado de la paja toquilla.

En la bananera DOLE. Se efectuó un diagnóstico situacional. Se buscaba reducir las variaciones en los procesos de distribución de cupos.

OTROS

Lunes, 01 de octubre de 2007

www.eadeconsulting.com

¿Qué es una Junior Empresa?

Una Junior Empresa es una asociación de estudiantes sin ánimo de lucro formada y dirigida por universitarios o estudiantes de escuelas técnicas. Su objetivo prioritario es complementar la formación práctica de los estudiantes, contactando con el mundo empresarial y profesional antes de concluir sus estudios.

¿Qué funciones, objetivos o tareas desempeña una Junior Empresa? ¿Y EADE-Consulting J.E.?

Una Junior Empresa tiene como objetivo principal ofrecerles a sus miembros experiencia y fomentar su espíritu emprendedor. Esto resulta una ventaja cuando se entra a formar parte del mercado laboral. EADE-Consulting interactúa y se relaciona con la comunidad empresarial de Castellón y la universitaria.

Toda junior empresa pertenece a la universidad, en la que está ubicada y de la que recibe apoyo. No obstante, las junior empresas forman parte de las distintas federaciones regionales y éstas, a su vez, en la Confederación Nacional de Junior Empresas (CEJE), que forma parte de la Confederación Europea de Junior Empresas (JADE).

La función principal de una junior empresa es formar a sus miembros a través de la práctica. Práctica que, en ocasiones, no se adquiere en la carrera y es fundamental en el mercado de trabajo.

Entre los proyectos que EADE-Consulting J.E. lleva a cabo, destaca la organización de cursos de formación así como conferencias y seminarios para el público universitario y empresarial de la provincia de Castellón, los cuales gozan de gran prestigio y renombre.

EADE-Consulting J.E. mantiene relaciones profesionales con importantes empresas del entorno, tanto públicas como privadas; lo que favorece las relaciones personales de los miembros con dichas empresas.

¿Quién puede entrar?

Cualquier estudiante de la Universitat Jaume I con ganas de aprender y formarse como profesional y persona puede formar parte de EADE-Consulting J.E., independientemente de la carrera que curse.

¿Se obtiene algo a cambio por el trabajo realizado?

Sí, pero se trata de una remuneración en especie ya que los socios reciben una formación extra y se aprenden aspectos muy importantes para el futuro personal, como por ejemplo la convivencia, y para tu futuro profesional. Entre estos destacamos:

- Experiencia
- Desarrollo del espíritu emprendedor
- Organización en el trabajo en equipo
- Aprendizaje de distintos conocimientos relacionados no sólo con tu carrera
- Dirección
- Organización, planificación y control
- Conocimientos prácticos empresariales que te permitirán integrarte mejor y con más rapidez en tu futura empresa

En definitiva, el objetivo de EADE-Consulting J.E. es que sus miembros salgan mejor preparados al mercado laboral.

¿Cuántas horas hay que dedicarle a la Junior Empresa?

No existen horarios dentro de una Junior Empresa; nos fijamos unos objetivos y cada uno se distribuye el tiempo de forma que llegue a conseguir las expectativas previstas. Cada uno se compromete en la medida de lo posible.

¿Tenéis trabajo de verdad?

Sí, aquí hay mucho trabajo del cual uno puede aprender un sin fin de valores. Trabajo de todo tipo y de todos los ámbitos, desde crear y actualizar paginas web, diseñar carteles y trípticos, pasando por la organización y planificación de eventos y el asesoramiento e inversión en Bolsa También se aprende sobre la dirección y administración de una asociación real y sobre la gestión de proyectos internacionales.

¿Cómo puede salir adelante una empresa sin ánimo de lucro?

En primer lugar, somos una asociación estudiantil estructurada como una empresa y como tal obtenemos beneficios económicos para continuar con nuestra labor. Sin embargo, estos beneficios no se distribuyen entre los miembros de la Junior Empresa, sino que se reinvierten en la misma para seguir creciendo y mejorar su funcionamiento.

También son muy importantes las subvenciones para asociaciones, proyectos y viajes que solicitamos para desarrollar nuestra actividad.

Recibimos este tipo de ayudas de la UJI y las administraciones de Castellón.

¿Tenéis sitio para un estudiante como yo?

Aquí hay sitio para cualquier estudiante que tenga ganas de hacer algo diferente, de aprender, de conocer a gente nueva con espíritu emprendedor y de tener una formación más completa que le permita salir al mercado laboral más preparado.

¿Por qué necesita EADE-Consulting J.E. gente de mi titulación?

EADE-Consulting J.E. está formada por 7 departamentos distintos, desde el Departamento Jurídico hasta el de Informática pasando por el de Traducción y el de Finanzas. EADE-Consulting J.E. trabaja como una empresa en el mercado laboral y necesita gente de diversas titulaciones para los diversos departamentos que la forman. Actualmente, la mayoría de las empresas, incluida EADE-Consulting J.E., buscan distintos puntos de vista que poner en común para alcanzar sus objetivos de la forma más eficaz: la variedad de puntos de vista crea riqueza y aumenta el valor humano en las empresas.

¿Me va a servir de algo el estar trabajando para EADE-Consulting J.E.?

La finalidad de la Junior Empresa es ofrecer experiencia y aprendizaje gratuito. De este modo, todos sus miembros son más competitivos cuando salen al mercado laboral.

A muchos de nuestros miembros les han buscado personalmente para importantes puestos de trabajo en empresas nacionales e internacionales.

¿Se puede contar con EADE-Consulting J.E. como experiencia laboral?

Por supuesto que sí. EADE-Consulting J.E. es una empresa y proporciona experiencia a sus miembros. Además, formamos parte de una de las mejores junior empresas a escala europea y nacional. Esto significa que todo el entorno empresarial al que pertenecemos, o sea, la Universidad, Comunidad Valenciana, España y UE nos conoce y nos tiene en consideración.

¿Qué es de la gente que ha pasado por EADE-Consulting J.E.?

Los miembros que han pasado por EADE-Consulting J.E. se convierten en EADUS si así lo desean; es decir, pasan a ser personas que han

dejado activamente la Junior Empresa pero que siempre se puede acudir a ellos para cualquier consulta.

Son personas muy respetadas en la organización porque han sido los “profesores” de la gente que ha entrado recientemente a formar parte de la asociación; gente que, con su trabajo, la mantiene a flote y la hace crecer.

Cada año algunos de los EADUS pasan a ser por petición de la Junta Directiva entrante Consejeros Delegados; es decir, personas que por su involucración y cargos han destacado en la asociación y a los que se les pide opinión en asuntos que así lo requieren.

¿Cómo son las otras Junior Empresas?

Todas tienen una filosofía parecida pero las hay de magisterio, informática, matemáticas, ciencias políticas, biblioteconomía y documentación, etc. No sólo se ciñen a carreras vinculadas al mundo de la empresa.

¿Qué se hace en un Congreso?

Los congresos son reuniones a las que asisten más de 200 junior empresarios de toda España y Europa con los que se intercambian todo tipo de conocimientos. Durante los congresos se dan cita los workshops y conferencias impartidos por importantes empresas que sirven para completar tu formación. También se celebran las Asambleas Generales, en las cuales se toman importantes decisiones. La Confederación Nacional organiza estas Asambleas en las que cada junior empresario representa a su Junior Empresa.

“La Junior Empresa da a los universitarios la experiencia que pueden conseguir en uno o dos años de trabajo remunerado”

Daniel Delgado, Presidente Confederación Española de Junior Empresa

Emprendedor Universitario. ¿Qué es una Junior Empresa?



Daniel Delgado. La Junior Empresa parte de ser una asociación juvenil para desde la universidad aplicar los conocimientos de una forma práctica. Todas las Junior Empresa están constituidas legalmente como una asociación juvenil dentro del registro de asociaciones de su región y la condición de ser Junior Empresa te la da pertenecer a la confederación. De hecho, esa es la diferencia con otro tipo de asociación, la Junior Empresa tiene

marca registrada porque para serlo hay que cumplir algunos requisitos como ser universitario y hacer proyectos no solo externos sino también internos, que contribuyan positivamente en la comunidad universitaria. Además el trabajo no es remunerado, no se trabaja por dinero sino por formación.

E.U. ¿Esa es la filosofía, conseguir formación más cercana al mundo empresarial?

D.D. La idea es formarse y contribuir a la formación de la comunidad universitaria. La finalidad es que apliques todo lo que aprendes en la universidad y que vayas preparándote para el mundo laboral de una manera práctica y más efectiva. De hecho se nota mucho quien ha pasado por la Junior Empresa.

E.U. ¿En qué sentido se nota quién ha pasado por una Junior Empresa a la hora de encontrar un trabajo o apostar por el autoempleo?

D.D. El que viene de la Junior Empresa tiene otro ritmo de trabajo, viene ya sobre aviso, tiene más capacidad para trabajar en equipo y alcanza un nivel mayor de responsabilidad. Lo que puede conseguir una persona al terminar la carrera en uno o dos años de trabajo remunerado, el que ha pertenecido a una Junior Empresa ya lo lleva de experiencia.

E.U. ¿Hay Junior Empresa en todos los sectores de actividad o predominan en algunos en concreto?

D.D. A nivel europeo la mayoría de las Junior Empresa son de economía, aunque con proyectos variadísimos. En España somos la segunda confederación más grande de Europa y la más heterogénea. Tenemos empresas de publicidad, de informática, de economía, de gestión de suelos, de ingeniería química,... Aunque lo que más abunda son las de economía y después la informática.

E.U. Los últimos datos hablaban de 35 Junior Empresa en España, ¿cómo está la situación ahora en 2008?

D.D. La Junior Empresa es muy cíclica, tiene una estructura que se parece lo más posible a la empresa comercial con presidente, vicepresidente, directores de departamento,... Es muy cíclico porque cuando yo me voy tiene que venir otra persona nueva. Eso está muy bien pero también contribuye a que el número varíe de unos años a otro. Ahora hay 32, pero tenemos seis aspirantes, por lo que el año que viene podemos ser 38. Hay un núcleo fuerte que lleva como CEJE veinte años funcionando de manera continuada.

E.U. Entonces la filosofía de la Junior Empresa se parece mucho a lo que se intenta potenciar desde las administraciones en fomento del espíritu emprendedor y en mejorar las conexiones entre Universidad y empresa.

D.D. Esto es eso. Yo lo oigo todos los días por la tele y pienso, conocerán la Junior Empresa. Porque fomentar el espíritu emprendedor es la idea de la Junior Empresa. Sin embargo, es la pescadilla que se muerde la cola porque las empresas y las instituciones no apoyan este movimiento lo

que deberían, según mi opinión, pero luego las empresas que lo han probado dicen que es lo mejor y muy positivo.

E.U. ¿En qué momento está el movimiento Junior Empresa en España?

D.D. La confederación lleva al mismo nivel muchos años. No hay un boom repentino en los últimos años. Hubo un boom a principios de los noventa pero ahora no es una época de especial crecimiento. El movimiento se mantiene pero no está habiendo un crecimiento especial.

E.U. El Congreso Mundial de Junior Empresa se celebra este año en Oporto (Portugal) el próximo mes de julio, ¿cómo va a ser?

D.D. La confederación europea es la más grande, luego hay una confederación brasileña, y en Asia, África y Estados Unidos está empezando el movimiento. El origen de todo estuvo en Francia. La idea de la Word Conference en Oporto es juntarse todos porque el movimiento está creciendo muchísimo a nivel mundial. Es una forma de pensar y de ver la vida que consigue crear lazos muy importantes entre los participantes. El congreso tendrá una capacidad para 300 personas con 14 países europeos y además representaciones de todo el mundo. Y luego salen muchos proyectos a nivel internacional. Hay Junior Empresas españolas que colaboran con otras de Brasil y con junior de otros países europeos. Por ejemplo, la Junior de Segovia, Alfil Comunicación tiene un proyecto con una Junior francesa. El objetivo es conocerse y que además salgan proyectos e iniciativas comunes.

**Más información: CEJE
Jorge Francés**

DIRECTORIO DE EMPRESAS JÚNIOR EN BRASIL

Son muchas las empresas júnior que se extienden por el vasto territorio brasileño.

Entre aquellas tenemos:

CITi (Centro Integrado de Tecnología de la Información)



Creada en 1995 por la Universidad Federal de Pernambuco. Tercera empresa júnior de esta universidad y primera en tecnologías de la información del Estado de Pernambuco.

La empresa está constituida por alumnos de graduación del Centro de Informática de la universidad. Presta servicios y desarrolla proyectos en el área de Tecnologías de la Información bajo la supervisión de profesores y profesionales especializados.

ITA Júnior

Empresa júnior multidisciplinar que desde 1992 presta servicios de consultoría tecnológica y estratégica, realizando proyectos en las áreas de Ingeniería e Informática.



Nutri Jr.



Creada por alumnos del curso de Nutrición de la Universidad Federal de Santa Catarina hace 10 años. Suministra consultoría a restaurantes, panaderías, escuelas, guarderías y hoteles.

Empresa Júnior de la Fundação Getulio Vargas

Es la empresa pionera de América Latina. Nace en 1988 en Sao Paulo.

Hoy es una empresa júnior de administración pero que también cuenta entre sus miembros con alumnos de las escuelas de Economía y Derecho.



Ação Júnior



Empresa júnior multidisciplinar del Centro Socio-Económico de la Universidad Federal de Santa Catarina.

Sus actividades comenzaron en 1990 y a lo largo de estos 15 años ha prestado consultoría a los más diversos clientes.

Opção Consultoria

Fundada por la Universidad Federal Fluminense en 1998. Durante estos 7 años de vida ha actuado en el área administrativa y financiera y realizado análisis de coste y financiación, análisis de mercado y sectorial, análisis de viabilidad económica, plan de marketing, plan de negocios, etc.



En la actualidad a nivel mundial la empresa Junior brinda la posibilidad de contar con servicios de consultoría especializada de alta calidad a un precio asequible, lo que permite ganar una buena imagen institucional, realizando la creatividad, innovación, cultura empresarial y emprendedora de sus estudiantes universitarios.

Emprendedor ¿se nace o se hace?

| Inés Arribillaga | 23.Julio.01 |

La última década se ha visto caracterizada por el aumento masivo de lo que se denomina la "**cultura emprendedora**", una nueva manera de pensar lo que antes se denominaba "self made man": aquel que 'se hacía a sí mismo' creando su propia empresa o negocio.

El trabajo por cuenta propia se convirtió en la alternativa privilegiada para grandes sectores de la población que ha perdido el empleo en relación de dependencia y debe instrumentar ahora su propia fuente de trabajo.

Empleo y trabajo. Dos formas diferentes de encarar la vida laboral.

Sin embargo, **la actitud y la aptitud emprendedora predominan como valor.**

También quienes trabajan en relación de dependencia se les pide que sean emprendedores, es decir, que puedan crear valor en su actividad dentro de una empresa, apelando a su creatividad, iniciativa y capacidad de respuesta frente a los cambios.

¿Qué significa ser emprendedor/a?

Básicamente, un emprendedor es alguien capaz de desenvolverse autónomamente y en forma eficiente en lo que hace. En esto se incluye:

- Alguien que cree en sí mismo, que se tiene confianza.
- Alguien que cree en sus ideas y que es capaz de llevarlas a cabo, de encontrar la manera de materializar sus sueños.
- Alguien que se enamora de lo que hace y es capaz de enfrentar obstáculos y riesgos para lograr lo que quiere.
- Alguien que aprende de sus errores, que no se inmoviliza o abandona cuando se equivoca o fracasa, que intenta salir adelante pese a las dificultades que encuentra.
- Una persona que tiene optimismo, que adopta una actitud positiva frente a la vida.
- Que prefiere hacer y crear, en lugar de quejarse o desalentarse.
- Que no le echa la culpa a los otros o al contexto sino que piensa: ¿en qué me equivoqué? ¿para qué me sirve el error?
- Es alguien que tiene entusiasmo, mucha energía y fortaleza. Y, ojo, esto no significa ser un iluso o un necio que no evalúa la realidad y sus posibilidades. Implica ser muy perseverante pero no obstinado, seguir adelante aunque todo indique que por ahí no es.

- Por lo tanto es capaz de correr riesgos... riesgos, no peligros mortales. Porque los evalúa, los estudia y, entonces, esos riesgos son calculados. Pero sabe que puede perder.
- También sabe lo que no sabe. Puede darse cuenta qué cosa le falta aprender y, entonces, se capacita, sale a buscar lo que necesita. Por lo tanto, sólo tiene la soberbia de estar dispuesto a aprender. Esto hace que sea muy curioso/a, que investigue, que le interesen los temas que se relacionan con su actividad. Busca permanentemente, nunca se da por satisfecho/a.
- Tiene miedo, pero el miedo no lo paraliza. El miedo le sirve para cuidarse y cuidar lo que hace. Es un valiente con iniciativas, pero no un suicida.
- Algo más: conoce el negocio o la actividad en que está, y si no conoce, está dispuesto a conocerla al dedillo, a ser un experto en ella.
- Tiene capacidad para resolver problemas porque no se ahoga en un vaso de agua y, si no puede resolverlo, busca ayuda.
- Por último, para no cansarlos, tolera la incertidumbre porque puede arriesgarse a algo sin saber cómo le irá exactamente y por supuesto, la incertidumbre de lo que vendrá, de lo que puede suceder, tanto en el área de su trabajo como en la vida toda. No exige certezas o seguridades para hacer algo, porque sabe que nada cuenta con certificado de seguridad.
- Todo esto significa que es alguien que cuenta con una dosis alta de autonomía e independencia.

Una persona así, ¿nace así?

Sí y no. Las dos cosas. Por un lado, hay una actitud básica de curiosidad, de inquietud interna que no todos tienen. Pero también es cierto que estas cualidades se desarrollan y potencian con las ganas de aprender y hacer algo distinto a lo que se hacía hasta un determinado momento o circunstancia de la vida. Creo que se puede ejercitar la actitud emprendedora como se ejercita un músculo y que todo esto se va aprendiendo en el hacer mismo.

Muchas personas son conscientes de que pueden aprender a trabajar de otra manera, a modificar sus propios esquemas mentales y hasta a desarrollar atributos que creían inexistentes en ellas. Se pueden hacer cursos de capacitación, leer material, buscar libros sobre lo que es de interés, asistir a conferencias, conocer gente que estimula con sus ideas, acercarse a fuentes de información sobre temas de la especialidad. Incluso buscar ayuda profesional para conocerse mejor e incrementar sus posibilidades de cambio.

Hay mucho camino para recorrer y, quizás, lo más importante sea el desafío de lo nuevo.

Pero es cierto también que no todo es un camino de rosas. Muchas personas quedan paralizadas frente a la avalancha de transformaciones en todos los frentes: cambios del empleo, o la pérdida del mismo, las oscilaciones económicas o el desbarranque económico, modificaciones en la estructura familiar, inseguridad social, etc, etc.

Y, entonces, sienten que han perdido todos los referentes conocidos, las seguridades a las que estaban acostumbrados y claman por estabilidad y certezas. Se resisten a los cambios. Se resisten a modificar sus patrones de conducta y comenzar de nuevo. Quieren hacer algo, pero que alguien les diga qué. Quieren que les aseguren éxitos y confianza pero nadie puede dárselos. Quieren rutinas y tranquilidad. Y nada más lejos en este momento de lo que está sucediendo. Entonces pueden caer en el desaliento y el enojo, el resentimiento porque les sacaron el piso sobre el que estaban parados.

Sólo podemos decirles que empiecen por mirar a su alrededor, por reconocer el mundo en que estamos. Que comiencen de a poco a conectarse con otras cosas, que aprendan a mirar otras posibilidades, que de a poco irán aprendiendo otros pasos, otros caminos posibles para sí mismas e incluso a reconocer cualidades o recursos no contabilizados hasta ahora.

Creo que las mujeres estamos en mejores condiciones ahora de desarrollar capacidades ocultas o desconocidas si nos animamos a salir de los estereotipos y empezamos a apoyarnos sobre nuestros propios pies. He visto muchos casos donde ocurrió esto y siempre me sorprende de la capacidad de aprendizaje que tenemos.

Se dice que el cambio se ha transformado en lo permanente, que han caído todas las certidumbres, que convivimos con la inestabilidad y la sorpresa. Para mal o para bien, no lo sabemos, el mundo ya no nos ofrece seguridades absolutas. El "aprender a emprender" como a veces se dice, es una de las formas de adecuarnos a todo esto.

Les deseo entonces que el cambio tenga una oportunidad en sus vidas.

EMPRESAS JUVENILES

El programa "Empresas Juveniles" se implementa desde el nacimiento de nuestra organización en el Uruguay y es un claro ejemplo de nuestra metodología de "aprender haciendo". Está orientado a alumnos de entre 15 y 17 años, provenientes de Centros Educativos Públicos, Privados e Instituciones de diversa índole. En este programa, un grupo de hasta 30 jóvenes formarán una Empresa que deberán crear, administrar y liquidar en un ejercicio económico con una duración de 22 semanas. Para ello, reciben material didáctico de DESEM-Jóvenes Emprendedores y la ayuda de expertos voluntarios durante el programa.

Los objetivos del programa son:

Lograr que los jóvenes **conozcan** de manera práctica los principios básicos de la operación de una empresa: sus fines y condiciones de creación, los tipos de actividades que realizan en ella, sus recursos y las obligaciones que tiene.

Comprender las relaciones de una empresa privada con los demás elementos de una economía de mercado.

Valorar las actitudes que caracterizan al espíritu emprendedor: iniciativa, búsqueda de superación, creatividad y disposición para el trabajo en equipo.

Los Empresarios Juveniles no se encuentran solos en este desafío pues están acompañados por distintos agentes que hacen posible que la experiencia sea exitosa. Entre estos agentes se encuentran los Consejeros Senior, miembros de la comunidad empresarial local, quienes transmiten su experiencia práctica a las Empresas Juveniles, los Consejeros Junior y Universitarios, jóvenes que han pasado por la experiencia en años anteriores y que estudian carreras relacionadas a las ciencias empresariales y, finalmente, los Coordinadores Institucionales, funcionarios de los Centros Educativos, cuya función es la de ser nexos entre DESEM-Jóvenes Emprendedores y la Empresa Juvenil.

Además, cada Empresa, está supervisada por un Auditor, experto en el programa, que velará por el correcto funcionamiento de la Empresa Juvenil.

Algunos de los motivos que han implicado durante los últimos años, que importantes empresarios se hayan vinculado al programa Empresas Juveniles como Consejeros Voluntarios son:

- apoyar a la comunidad
- contribuir al desarrollo de la cultura e imagen empresarial
- visualizar la empresa en la sociedad

- identificar potenciales empresarios
- desarrollar e identificar habilidades personales
- integrar una organización líder en más de 100 países en el desarrollo e implementación de programas educativos.

Los jóvenes también participan de eventos de intercambio durante el desarrollo del programa en los cuales conocerán a todos los Empresarios Juveniles del país.

Estos eventos son:

- **Jornada de Lanzamiento:** Es un encuentro al principio del programa de asistencia obligatoria para las Empresas Juveniles de Montevideo, en la que se dará la bienvenida a los Empresarios Juveniles y se explicará el funcionamiento del programa. Las Empresas del Interior, recibirán la visita del Auditor durante la primera semana del programa, quien los capacitará en los mismos temas tratados en la Reunión Inicial.
- **Jornada de Intercambio de Empresarios Juveniles:** En esta instancia cada Empresa Juvenil se presentará a las demás y dará a conocer su producto o servicio elegido, de una manera divertida y creativa. También será una instancia de capacitación para cada una de las áreas de la empresa en la que todos los Empresarios Juveniles podrán participar.
- **Expo-Feria:** Es una instancia opcional en la que la Empresa Juvenil exhibirá y venderá su producto o servicio poniendo en práctica su creatividad y originalidad. Este emprendimiento será organizado por DESEM Jóvenes Emprendedores en Montevideo el 30 y/o 31 de Julio (fecha y lugar a confirmar).
- **Ceremonia de Graduación de los Empresarios Juveniles:** Todas las Empresas Juveniles que cumplen con los requisitos del programa se dan cita junto con sus Consejeros, Coordinadores Institucionales, todas las personas y empresas que apoyaron al programa y a la organización, para reconocer el esfuerzo y la dedicación de los participantes. En este elegante encuentro, los Empresarios Juveniles reciben un certificado que los acredita como graduados del Programa Empresa Juveniles. También se hace entrega de reconocimientos a las empresas y empresarios que se hayan destacado en el año. El criterio para dichos reconocimientos se puede analizar aquí.

Las experiencias que proporciona el Programa Empresas Juveniles apoyan también la formación integral de los jóvenes en diversos aspectos. Sobresalen por su importancia los siguientes:

- En el conocimiento y la confianza del joven en sí mismo, especialmente en lo que refiere a sus intereses y capacidades.

- En su sentido de responsabilidad al actuar en un grupo y el conocimiento del papel que desempeñan valores como el respeto, la tenacidad y la responsabilidad, en la actividad grupal.
- En las habilidades y actitudes requeridas para participar de manera productiva y gratificante en las actividades grupales.
- En el desarrollo de las capacidades de liderazgo.
- En el desarrollo de habilidades del pensamiento como la solución de problemas, la evaluación de opiniones y resultados, la creatividad, la planeación y la toma de decisiones.
- En la realización de actividades de investigación destinadas a apoyar procesos de toma de decisiones.
- En la toma de decisiones vocacionales y motivación para continuar los estudios.
- Quienes se gradúan del programa reciben además ciertos beneficios:
- Adquieren una experiencia práctica de trabajo en equipo, toma de decisiones y responsabilidad empresarial.
- Enriquecen su currículum vitae: las organizaciones y las empresas de nuestro medio cada día dan más valor a la experiencia adquirida en los programas de DESEM-Jóvenes Emprendedores.
- Como egresados de nuestros programas pueden concursar por becas en Universidades privadas: DESEM-Jóvenes Emprendedores tiene convenios con las Universidades privadas uruguayas a través de los cuales muchos de nuestros egresados ya estudian en ellas.
- Como graduados del programa Empresas Juveniles pueden participar en otros programas gratuitos de DESEM-Jóvenes Emprendedores en los próximos años.

EL MUNDO JUVENIL ORGANIZADO*

Bertha Mendez Padilla
Renan Perez Sanchez
Daniel Hernando López Fernandez

1. Introducción
2. Las organizaciones juveniles: Una aproximación al mundo organizado
 - 2.1. Tribus urbanas
 - 2.2. grupo Juvenil
 - 2.3. Organizaciones Juveniles
 - 2.4. Organizaciones Juveniles en proceso de institucionalización
3. El papel de las organizaciones juveniles para el establecimiento de identidades juveniles

INTRODUCCIÓN.

La aproximación al mundo juvenil en la ciudad de El Alto tiene diferentes vertientes de análisis, una de éstas es la del mundo juvenil organizado, donde las organizaciones juveniles juegan un papel importante para que los jóvenes pueden construir, fortalecer y reconstruir identidades colectivas.

El presente trabajo es una parte de las principales tendencias encontradas en la investigación que lleva por nombre “El proceso de reconstrucción de identidades colectivas en organizaciones juveniles de la ciudad de El Alto”. Donde podemos apreciar que lo afectivo es uno de los criterios centrales para que puedan conformarse organizaciones juveniles.

LAS ORGANIZACIONES JUVENILES: UNA APROXIMACIÓN AL MUNDO ORGANIZADO.

Para poder establecer las diferencias entre las organizaciones juveniles y de manera metodológica, se estableció las siguientes distinciones:

- Tribu juvenil
- Grupo juvenil
- Organización juvenil
- Organización juvenil en proceso de institucionalización

* Trabajo de investigación desarrollado bajo el auspicio del PIB (Programa de investigación Estratégica en Bolivia) Investigadores: Ana Bertha Méndez, Renan Pérez Sánchez (Investigadores PIEB) y Daniel Hernando López Fernández (Investigador externo – CIDEA)

Las organizaciones juveniles, tienen diferentes denominativos debido a su amplitud de características, por lo cual es normal confundirlas entre sí. Estos denominativos son: grupos juveniles, y organizaciones juveniles, entre ambas hay diferencias muy sustanciales que las desarrollaremos a continuación. No obstante como parte de la investigación se ha visto por necesario, diferenciarlas aun más, implementando dos nuevas categorías a nuestro objeto de estudio, estas son “tribus juveniles” como la etapa inicial de organización y “el proceso de institucionalización” como la manera más estructurada y organizada de las organizaciones juveniles. De manera creciente y con relación al tipo de organización y estructura, estas se sitúan de la siguiente manera: tribu, grupo, organización y el proceso de institucionalización.

TRIBU JUVENIL (categoría implementada por varias investigaciones en el contexto latinoamericano)

Aparece como la forma de organización inicial, es un espacio donde la necesidad afectiva entre los miembros es mayor, su permanencia en el tiempo es efímera, y su forma de organización es incipiente y escasa. El mayor componente al interior de las tribus urbanas es lo “afectivo”, como la necesidad de encontrarse y reconocerse en el “otro”, la necesidad del contacto físico, de recibir calor y de dar calor es necesaria. (Maffesoli, 1990:45) Es a este nivel en el que la conformación de identidades da un primer paso, por consiguiente podemos afirmar que lo afectivo juega un papel muy importante, para que las identidades en su múltiple variabilidad empiecen a desarrollarse. La tribu, también aparece como el lugar de refugio donde los jóvenes se sienten seguros, según Molina⁶⁴ una tribu urbana, se construye con la ocupación de un espacio, en donde se reconstruyen identidades, estas tribus nacen principalmente como una respuesta social y simbólica, frente a la excesiva racionalidad burocrática de la vida actual, el aislamiento individualista a los que son sometidos en las ciudades y a la frialdad de una sociedad extremadamente competitiva. Zarsuri⁶⁵ plantea lo mismo con relación a la aparición de las tribus urbanas, las cuales se crean principalmente como expresiones de subjetividad, compuestas estas por fuertes lazos de solidaridad interna que es lo que los une y genera lealtad. En su interior se agrupan principalmente aquellos que se identifican con una determinada característica (luk, ropa, peinado, gustos musicales, maneras de hablar y pensar), la tribu funciona como un mecanismo de identificación entre semejantes, que se expresan a través de prácticas sociales y culturales. También estas tribus son un producto de resistencia, ante una sociedad globalizada en donde prima todo en función del existo personal, de aquí la construcción de nuevas subjetividades o formas de pensar y ver la realidad, el reivindicarse y recomponer el tejido de solidaridades y los modos de vida desbastados por la modernización. Tomando la

⁶⁴ Molina, Juan Carlos, Juventud y tribus urbanas, Centro de investigación y difusión poblacional de Achupallas, Última década, Septiembre, numero 13, viña del mar, Chile 2000.

⁶⁵ Zarsuri, Cortes Raúl, Notas de una aproximación teórica a nuevas culturas juveniles: Las tribus urbanas, Centro de investigación y difusión poblacional de Achupallas, Última década, Septiembre, numero 13, viña del mar, Chile 2000.

lectura de Silva⁶⁶ podemos señalar que una tribu urbana será ese lugar en el cual los jóvenes pueden encontrar y encontrarse junto a otros para la construcción de una identidad colectiva, será en estas tribus en donde se puede ver claramente los procesos de desindividualización de las personas quienes aceptan un papel al interior del grupo, le permiten pensar, vestir de una forma determinada y actuar según al resto del grupo, lo individual se construye por el yo colectivo. Al interior de las tribus se encuentran respuestas provisorias a sus necesidades existenciales y afectivas, cuyo único sentido principal u objetivo de la tribu es el diferenciarse de los demás.

Las problemáticas de investigación referidas a ¿por qué se conforman organizaciones juveniles? Tiene una respuesta con tendencias a establecer que la mayor parte de estas organizaciones tienen un fuerte componente afectivo⁶⁷ como inicio y fundamento de su razón de existir, es decir que gran parte de las organizaciones juveniles ven en lo afectivo como aquello que los cohesionan: compañerismo, amistad, sentirse reconocidos y escuchados, etc.

GRUPO JUVENIL (categoría implementada en investigaciones como similar a organización juvenil)

Esta categoría está situada entre la tribu juvenil y la organización juvenil, incluso pudiéramos considerarla como similar a la tribu, sin embargo la diferencia que existe entre la primera y esta es su grado de organización, donde el grupo juvenil aparece con una estructura que posee funciones y responsabilidades, esta estructura puede tener un carácter formal o informal, es decir que las responsabilidades asignadas pueden tener duración en el tiempo y pueden ser jerárquicas. La permanencia en el tiempo al igual que las “tribus” juveniles puede ser efímera, sin embargo pueden tener un tiempo de vida más prolongado, con intervalos de tiempo para desarrollar sus actividades; La composición cambiante de sus integrantes está presente, sin embargo ya se tiene un núcleo de integrantes que empiezan a cohesionar al grupo; La necesidad de contacto físico y de afecto es primordial para poder implementar valores compartidos, estos valores están muy enraizados en lo afectivo como la amistad y la solidaridad para desarrollar actividades.

ORGANIZACIÓN JUVENIL

Las organizaciones juveniles están organizados en torno a un determinado objetivo (pueden presentar un incipiente o un alto grado de organización)

⁶⁶ Silva, Juan Claudio, Juventud y tribus urbanas: en busca de la identidad, Centro de Investigación y difusión poblacional de Achupallas viña de Mar, Chile, Última década, septiembre, número 17, 2002.

⁶⁷ Se implementó una boleta de encuesta a 240 organizaciones juveniles de las cuales el ... estableció que su razón de existir estaba vinculado con lo afectivo como punto de inicio y fortalecimiento al interior.

desarrollan una serie de actividades, tanto internas como externas, su organización puede ser tradicional (en base a jerarquías, tiempo de pertenencia u otro elemento que pueda diferenciarlos internamente: fuerza, capacidad, formación, experiencia de vida) o de otro estilo (democrática, tecnocrática, comunitaria, etc); el carácter efímero sigue siendo un factor crucial para su permanencia en el tiempo, sin embargo las organizaciones juveniles presentan cierta estabilidad para permanecer en el tiempo y, dependen de factores externos como internos, entre los factores internos están la descomposición de la organización debido a el abandono de sus integrantes por factores sociales, cumplir un rol social en la sociedad (Margulis: 2000) y entre los factores externos el más crucial, es el económico. Estas organizaciones buscan tener un cierto tipo de repercusión en la sociedad, la misma puede ser positiva o negativa, estas organizaciones construyen, fortalecen o reconstruyen identidades que les permite proyectarse en la sociedad; La necesidad afectiva y emocional que tienen sus integrantes va a la par con la necesidad de realizar sus objetivos, por lo cual la organización juvenil va perdiendo el carácter subjetivo que tenía como punto de inicio. Lo emocional y afectivo empieza a tener pugnas con lo racional donde la razón de ser de la organización juvenil ya no es albergar en su interior a personas carentes de afecto, y necesidades afectivas, sino que la razón de ser de la organización juvenil ahora empieza a girar entorno a objetivos.

PROCESO DE INSTITUCIONALIZACION (El paso a la ONG)

Está delimitada como una ultima etapa en la que la organización juvenil, tiende a perder su carácter subjetivo (amistad, valores, creencias y prácticas) para implementar características mas objetivas. Este proceso de institucionalización con estructuras más complejas, establecen relaciones entre sus integrantes que se presentan como contractuales; La jerarquización entre sus integrantes delimitan las maneras de actuar; Así mismo las organizaciones juveniles que antes presentaban una cara juvenil e informal, ahora presentan una cara “formal”, jurídica y legal (adquisición de personería jurídica) a la sociedad de lo que son y de lo que hacen. Las características que les eran propias a las tribus, a los grupos e incluso seguían presentes en las mismas organizaciones juveniles referidas a la comunidad emocional (Maffesoli: 1990) tienden a desaparecer. Lo efímero vinculado a la corta permanencia en el tiempo, ya no es un problema ya que hay una tendencia a permanecer en el tiempo, e incluso presenta proyecciones de mayor permanencia; La composición cambiante de sus integrantes, adquiere ahora un carácter de continuidad y permanencia donde los jóvenes que antes transitaban entre organizaciones juveniles – carácter nómada del joven – ahora tienden a permanecer, asentándose y consolidando identidades colectivas, incluso la moratoria social⁶⁸ a la que antes estaban sujetos ahora tiene un carácter de

⁶⁸ Categoría social expuesta por Mario Margulis que delimitaba al joven a partir del rol que cumplía dentro de la sociedad. Donde un joven perdía su cualidad de joven (sin importar la edad) si es que asumía responsabilidades sociales (matrimonio, trabajo, etc.)

proyecto de vida⁶⁹; La inscripción local de sus actividades ya no tiene la limitante espacial, ya que se extienden y amplían su radio de acción; La ausencia de organización y la estructura cambiante en estas organizaciones que atraviesan el proceso de institucionalización tiene la otra cara de formalidad y estructuración jerárquica donde la legalidad importa mucho para darse a conocer a nivel, local, nacional, e incluso extranjero. La necesidad de contacto físico ya no es una finalidad en si y pasa a segundo e incluso a un tercer plano, lo primordial son los objetivos trazados; El compartimiento de valores que se daba a partir de la necesidad de estar juntos ahora tiene un carácter más formal, y este compartimiento de valores se presenta como “reglamentos internos” y “estatutos” que delimitan el tipo de relaciones que se establecen entre sus integrantes.

El proceso de institucionalización por el cual atraviesan algunas organizaciones juveniles ha sido necesaria de incluir debido a que algunas organizaciones juveniles que en antaño, desarrollaban actividades juveniles, en la actualidad han elaborado estrategias de sobrevivencia, elaborando proyectos y desarrollando iniciativas que extiende su anterior campo de acción.

Es necesario aclarar que no toda organización juvenil atraviesa por estas diferentes etapas, por lo cual ingresar a generalizaciones resultaría equivoco y muy pretencioso. Hay organizaciones juveniles que pueden desaparecer estando en un tercera etapa (organización juvenil), otras organizaciones pueden permanecer como grupos y otras pueden tener un carácter institucional sin la necesidad de haber pasado por las etapas anteriores.

Otros elementos presentes en los cuatro tipos de organizaciones juveniles son los que detallamos a continuación:

COMUNIDAD EMOCIONAL.	ORGANIZACION Y ESTRUCTURA	IDENTIDADES	RELACIONES: VINCULOS Y REDES.
Relacionado a los rasgos afectivos: <ul style="list-style-type: none"> • Amistad, compañerismo y solidaridad • Motivación de pertenencia. • Relaciones afectivas, • Necesidades emocionales 	Vinculado a las formas en las que se organizan, al tipo de liderazgos presentes en su interior, a las actividades, a los criterios para aceptar nuevos integrantes, y a la reglamentación de sus relaciones (estatutos y reglamentos internos).	Referida a los elementos a partir de los cuales se han conformado identidades: el espacio donde se desenvuelven, la afinidad por características presentes en su interior, y el tipo de actividades y objetivos.	Se implementaron preguntas relacionadas a los otros como organizaciones similares y a las organizaciones de la sociedad civil y organizaciones del estado.

⁶⁹ Álvarez Marcela CONFERENCIA ABIERTA “La construcción de la identidad, fallas en la consolidación del sentimiento de si mismo: la identidad negativa”

Una vez establecida las principales características de cada uno de estos tipos de organizaciones hemos visto por conveniente elaborar una tipología de organizaciones juveniles a partir de la variable temporal. De esta estableció la siguiente relación:

ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA	TIPOLOGÍA DE ORGANIZACIONES JUVENILES	VARIABLE TEMPORAL
Tribus juveniles	Organizaciones en proceso de desarrollo	0 a 1 año de vida
Grupos juveniles		
Organizaciones Juveniles	Organizaciones en proceso de consolidación	1 a 2 años de vida
Organizaciones Juveniles en proceso de institucionalización	Organizaciones consolidadas	Más a 2 años de vida

La organización en proceso de desarrollo, abarca a lo que hemos denominado “tribu” y “grupo” juvenil que presenta, como variable temporal de 0 a 1 año de vida. Las organizaciones en proceso de consolidación presentan como variable temporal de 1 a 2 años de vida y son a las que denominamos organizaciones juveniles. Y las organizaciones consolidadas son las que tienen más de 2 años de vida están son aquellas a las que hemos denominado “organizaciones juveniles en proceso de institucionalización.

3. EL PAPEL DE LAS ORGANIZACIONES JUVENILES PARA EL ESTABLECIMIENTO DE LAS IDENTIDADES JUVENILES.

Se ha podido constatar que las organizaciones juveniles juegan un papel importante en la construcción, fortalecimiento, y reconstrucción de identidades en los jóvenes. Estos espacios aparecen como refugios, donde los jóvenes tienden a proyectarse a la sociedad a partir de actividades culturales (en mayor grado), formativas y políticas.

La gran presencia de organizaciones juveniles en la ciudad de El Alto, responden al contexto político social en la cual se desenvuelve esta ciudad, es decir que los últimos acontecimientos (febrero negro y octubre rojo del 2003) han determinado la necesidad de los jóvenes de organizarse. Podemos hacer una comparación con la investigación de Yuri Torrez⁷⁰, que establece que de cada 10 jóvenes solo 3 consideran importante pertenecer a una organización y de estos 3 solo 1 forma parte de una organización juvenil, cabe recalcar que es necesario distinguir entre lo que es una organización social de una organización juvenil.

El 65% las personas encuestadas consideran que es el compañerismo es el lazo afectivo más importante al interior de las organizaciones juveniles, y el 19 % considera que es la solidaridad. Ambos elementos nos remiten a establecer que el

⁷⁰ TORREZ, Yuri. Los jóvenes en Democracia. La cultura política de la juventud cochabambina, La Paz: PIEB, 2003

80% de las personas encuestadas establecen que el compañerismo y la solidaridad son esenciales para que las organizaciones juveniles puedan mantenerse y desarrollar actividades. El compañerismo como necesidad de estar con el otro se ve fortalecido por la aura estética que es el compartimiento de valores donde la solidaridad como valor presente, permite congregarse a los jóvenes en sus organizaciones. Ahora bien este dato también, nos aproxima a establecer que la necesidad afectiva es importante para la conformación de las identidades que en un inicio tendrán un carácter netamente emocional.

En base a nuestra tipología de organizaciones juveniles se tiene que tanto en las organizaciones juveniles en proceso de desarrollo y en organizaciones juveniles en proceso de consolidación la necesidad afectiva como elemento inicial para poder conformar una organización es fundamental, y en las organizaciones consolidadas este elemento de lo “afectivo” sigue presente aunque tiende a ir disminuyendo.

Ahora bien, del total de las organizaciones juveniles el 30% están inmersas en el tercer tipo de nuestra tipología, es decir que del total de las organizaciones juveniles alrededor del 70% son consideradas como organizaciones juveniles consolidadas, este hecho nos permite reflexionar desde diferentes puntos de vista:

1. La fuerte presencia de organizaciones juveniles se debe al factor externo, es decir que la presencia de ONG's en la ciudad de El Alto hacen que tenga su repercusión en la presencia de organizaciones juveniles.
2. Las diferentes organizaciones juveniles han elaborado estrategias para permanecer en el tiempo.
3. El carácter nómada de los jóvenes tiende a tener un equilibrio, para poder establecerse en organizaciones juveniles donde permanecen por periodos de tiempo más largos.

Los jóvenes al igual que los mayores, están condicionados por factores externos que les remiten a organizarse y agruparse en espacios donde pueden fortalecerse y proyectarse hacia la sociedad, es decir que, aquellos aspectos de carácter externo (problemas sociales, demandas y movilizaciones) condicionan en mucho, para que los jóvenes tiendan a agruparse.

Por otro lado, se han hecho duras críticas a la presencia de ONG's en la ciudad de El Alto, se ha cuestionado, ¿Cuál es el papel de éstas en el desarrollo de la ciudad de El Alto?, sin embargo sin ingresar a debates y cuestionamientos, podemos apreciar que hay una fuerte presencia de organizaciones juveniles en las ONG's por lo cual, las mismas coadyuvan a que los jóvenes puedan encontrar espacios donde puedan agruparse, organizarse, construir, reconstruir y fortalecer identidades.

COORDINADORA Bertha Méndez Padilla abertha_mendez@yahoo.es

INVESTIGADOR Renan Pérez Sánchez renanperezsa@yahoo.es

INVESTIGADOR Daniel Hernando López Fernández dhernando21@yahoo.es

ANÁLISIS DE LA NUEVA LEY DE PASANTÍAS 26427

Profesionales de recursos humanos de distintas empresas afirman que dejarán de contratar pasantes.

LosRecursosHumanos.com

La nueva ley de pasantías ha generado una merma en la contratación de nuevos pasantes en lo que va de 2009, por el costo elevado del pasante, la disminución de la carga horaria de trabajo de éste, entre otros puntos que las empresas consideran que hacen inviables la contratación y que se detallan más adelante en '**Cambios más relevantes**'.

Algunas industrias como el turismo, se han visto especialmente afectadas por esta normativa, ya que se nutren de pasantes para trabajar y en muchos casos están cambiando las pasantías por contratos temporales.

El 22 de noviembre de 2008 fueron modificados las normativas sobre pasantías Ley 25.165, Decreto 340/92, Decreto 340/93, Decreto 93/95 y sus normas reglamentarias y complementarias y el art. 7 del decreto 787/2000, estableciéndose un nuevo sistema a través de la **Ley 26.427** que fue promulgada el 18 de diciembre de 2008.

En la misma se crea un Sistema de Pasantías Educativas para alumnos nivel Superior, estudiantes de Centros de Formación Profesional y de Educación permanente de Jóvenes y Adultos, mayores de 18 años a desarrollarse en empresas y organismos públicos o empresas privadas con personería jurídica excepto empresas de servicios eventuales.

Quejas por la nueva ley

La nueva ley no fue consensuada con las cámaras empresarias y las instituciones educativas. Las empresas se consideran perjudicadas y consideran que deberán prescindir de todos los pasantes porque este régimen no es conveniente en absoluto. Algunos afirman que la figura de pasante irá desapareciendo con el tiempo. En la actualidad **las empresas están cambiando los pasantes por empleados temporales.**

Cabe destacar que los jóvenes son en todos los países quienes engrosan mayormente las filas del desempleo, ya que las empresas prefieren trabajadores con experiencia el mercado laboral y cultura del trabajo.

Si a esto sumamos las restricciones de horarios que tienen aquellos jóvenes que estudian en la Universidad, el sistema de 6 horas corridas sin mayores obligaciones que la remuneración, funcionaba casi sin problemas, con aciertos y errores.

Quejas por la anterior ley

Mayormente provenían de pasantes en vistas al fraude laboral cometido por algunas empresas. Los pasantes no realizaban tareas relacionadas con sus

estudios, y en algunos casos eran obligados a trabajar durante jornadas de hasta 10 y 12 hs, cuando la normativa fijaba en 6 horas (máxima) por día de trabajo.

¿Cómo define PASANTÍA la nueva Ley 26.427?

La pasantía educativa es definida como el “conjunto de actividades formativas que realicen los estudiantes en empresas y organismos públicos o empresas privadas con personería jurídica, sustantivamente relacionada con la propuesta curricular de los estudios cursados en unidades educativas, que se reconoce como experiencia de alto valor pedagógico, sin carácter obligatorio”. (Art. 2—Ley 26.427)

¿Cuáles son sus objetivos?

Entre los objetivos se mencionan **la valoración del trabajo como elemento indispensable y dignificador para la vida, desde una concepción cultural y no meramente utilitaria, la incorporación de saberes, habilidades y actitudes vinculados a situaciones reales del mundo del trabajo, el aumento del conocimiento y manejo de tecnologías vigentes** y se declara que esos objetivos apuntarán a generar mecanismos fluidos de conexión entre la producción y la educación, a los efectos de interactuar recíprocamente entre los objetivos de los contenidos educativos y los procesos tecnológicos y productivos (artículos 3° y 4°).

Cambios más relevantes:

1. **REGISTRO Y CONTROL.** La institución u organismo educativo debe conservar los originales de los convenios y notificar a la autoridad educativa jurisdiccional dentro de los cinco días hábiles posteriores a la firma del convenio. También debe llevar un registro de los acuerdos individuales y un legajo por cada pasante. Para el logro de los objetivos educativos, **la institución educativa debe asignar el docente guía que junto al tutor que debe designar la empresa elaborarán en forma conjunta un plan de trabajo** que determinará el proceso educativo del estudiante en el desarrollo de la pasantía (Ley 26427, artículo 17) Por otra parte, los docentes guías y los tutores tienen a su cargo el control y la evaluación del plan de pasantía. A ese efecto elaborarán informes periódicos que serán incorporados al legajo del acuerdo individual. Finalizada la pasantía, en el plazo de treinta días corridos los tutores designados deben remitir a la autoridad educativa un informe con la evaluación del desempeño del pasante (Ley citada, artículo 18). Las empresas y organismos deben llevar un registro interno de los convenios y acuerdos suscriptos cuyos originales deben conservar por un plazo de cinco años posteriores a la finalización de su vigencia, y comunicarlos a los organismos de seguridad social y tributarios (Ley citada, artículo 11) El alta del pasante se informa en el Registro de altas y bajas en materia de Seguridad Social (artículo 2° de la Resolución General AFIP 1899, texto ordenado por Resolución General AFIP 2016). La ley encomienda al Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social el control del cumplimiento de la norma en las empresas y organismos, para que no se alteren sus objetivos. En caso de incumplimiento por la empresa, de alguno de los requisitos que tipifican la pasantía, ésta se considerará

como contrato de trabajo por tiempo indeterminado y registrarán las sanciones e indemnizaciones que corresponden a la relación laboral no registrada. Además, en caso de duda, se entenderá que la relación habida entre el alumno y la empresa u organismo es de naturaleza laboral (Ley 26427, artículo 19).

2. **CARGA HORARIA:** La carga horaria se reduce en relación a **20 horas semanales como máximo y por un plazo que tendrá un mínimo de dos meses y un máximo de 12**, pudiéndose renovar hasta seis meses adicionales previa firma de un nuevo acuerdo individual con el pasante (art. 13). Así, la Ley 25165 establecía una actividad semanal de hasta cinco días con jornadas de hasta seis horas de labor (artículo 11, modificado por Decreto 487/2000) El Decreto 340/92 disponía una actividad diaria mínima de dos horas y una máxima de ocho horas (artículo 9º del Anexo I) En el contrato de pasantía de formación profesional la duración de la jornada del pasante se fijó en seis horas, salvo autorización fundada de la autoridad de aplicación (Decreto 1227/01, artículo 7º). La Ley 25165 establecía un plazo mínimo de dos meses y uno máximo de cuatro años (artículo 11, modificado por Decreto 487/2000) y el Decreto 340/92 establecía un plazo máximo de cuatro años (artículo 9º del Anexo I) En cambio, la duración del contrato de pasantía de formación profesional estaba más acotada, su plazo mínimo se fijó en tres meses y el máximo en dos años (Decreto 1227/01, artículo 3º).

3. **ASIGNACION ESTIMULO, BENEFICIOS Y LICENCIAS:** Los pasantes reciben una **suma de dinero** en carácter no remunerativo en calidad de asignación estímulo, **que se calculara sobre el salario básico de convenio colectivo aplicable a la empresa que será proporcional a la carga horaria de la pasantía**. En caso de no haber convenio se aplicara el salario mínimo, vital y móvil en forma proporcional a la carga horaria de la pasantía (art 15);

Deberán percibir todos los beneficios regulares y licencias que se acuerden al personal, según se acuerde en la reglamentación (artículo 15 HOJA N° 2 de la Ley 26427) Esas licencias deberían hacerse constar en el convenio de pasantías y en el acuerdo individual de pasantías (Ley 26427, artículos 6º y 9º inciso h) pues afectan al régimen de asistencia.

4. **OBRA SOCIAL:** Es obligación de la empresa otorgarle al pasante una **cobertura de salud cuyas prestaciones serán las previstas por la ley 23660 (Ley de Obras Sociales)**

Salvo el régimen de pasantía de formación profesional regulado por la ley 25013, las normas anteriores no disponían esta cobertura. El Decreto 1227/01 dispuso que el "empleador" debía otorgar al pasante una cobertura de salud cuyas prestaciones serían las previstas en el Programa Médico Obligatorio (artículo 8º) La ley reitera que las empresas

deben incorporar a los pasantes al ámbito de la Ley 24557 de riesgos del trabajo (Ley 26427, artículo 14) El Decreto 491/97 había incorporado al régimen de esa ley a los pasantes referidos en el Decreto 340/92, solución que es extensiva a todas las pasantías.

ART: El régimen de la cobertura médica de emergencias y los compromisos derivados de la Ley 24557, de Riesgos del Trabajo, estarán a cargo de la empresa u organización.

5. **CERTIFICACION:** Las partes firmantes extenderán al finalizar la pasantía un **certificado de pasantía educativa** donde conste la duración y las actividades desarrolladas, pudiéndose extender a los docentes guías y tutores indicando la cantidad de pasantes a cargo y el tiempo de dedicación (artículo 18).

6. **EDAD MÍNIMA.** La edad mínima se eleva a **dieciocho años**. Las normas anteriores omitían el requisito (Ley 25165, aunque este régimen estaba destinado a estudiantes universitarios o de educación superior) o establecían una edad menor (Decreto 340/92, artículo 10, que para ingresar a la pasantía fijaba la edad mínima de 16 años cumplidos en el año calendario) A su vez, el Decreto 1227/01, reglamentario del artículo 2º de la Ley 25013 que la nueva ley deroga, determinó que el contrato de pasantía de formación profesional es el celebrado entre un empleador privado y un estudiante de 15 a 26 años que se encontrara desocupado.

7. **ACUERDO INDIVIDUAL.** La relación jurídica que genera la pasantía es triangular, pues el pasante celebrará un acuerdo individual con los firmantes del convenio mencionado. Es evidente que **la pasantía establece una relación jurídica entre el pasante y la empresa**. Por otra parte, el pasante tiene su relación jurídica con el organismo educativo en su condición de estudiante.

El Decreto 340/92 dispuso que la situación de pasantía no generara relación jurídica alguna con el organismo público o privado y/o la empresa donde efectuare su práctica educativa.

A su vez, la Ley 25165 había establecido que la situación de pasantía no generaría ningún tipo de relación jurídica entre el pasante y el organismo o empresa en la que prestara servicios (artículo 9º) Con una perspectiva superadora de este errado enfoque, la nueva ley dispone que los estudiantes seleccionados para realizar las pasantías deberán suscribir un acuerdo individual con los firmantes del convenio, conforme a las pautas de éste. En el acuerdo, además de la identificación de las partes y de los tutores y docentes guías que éstos asignaren, deberá constar los derechos y obligaciones de las partes, el plan de pasantía educativa, la duración, horarios y sede de realización de la pasantía educativa, el monto, fecha y lugar de pago de la asignación estímulo; la enumeración

de las tareas asignadas al pasante; el régimen de asistencia y licencias por examen, enfermedad y accidente para el pasante y el régimen de la propiedad intelectual de las creaciones e innovaciones que resultaren de la actividad del pasante (Ley 24627, artículos 8º y 9º). Los contratos de pasantías vigentes deberán adecuarse a la presente ley en el plazo de 180 días, excepto sobre la duración, los cuales se cumplirán hasta su finalización del plazo originariamente suscripto, no pudiendo ser renovados ni prorrogados.

Se derogan entonces, las anteriores regulaciones de las pasantías (el Decreto 340/92, la Ley 25165, el artículo 2º de la Ley 25013, el Decreto 93/95 y sus normas reglamentarias y complementarias) Las pasantías vigentes al tiempo de la promulgación de la ley (quedó promulgada de hecho el 18/12/ 08) deberán adecuarse a sus normas en el plazo de 180 días, con excepción de la duración de la pasantía, que se cumplirá hasta la finalización del plazo originario, sin que pueda ser prorrogado ni renovado (artículos 22 y 23).

Requisitos para firmar los convenios (art. 6):

1. Denominación, domicilio y personería de las partes.
2. Objetivos pedagógicos de las pasantías educativas en relación con los estudios entre los cuales se convocará a los postulantes.
3. Derechos y obligaciones de las entidades receptoras de los pasantes y de las instituciones u organismos educativos.
4. Características y duración de las pasantías educativas propuestas.
5. Régimen de asistencia y licencias por examen, enfermedad y accidente para los pasantes.
6. Régimen de propiedad intelectual de las creaciones e innovaciones que resulten de la actividad del pasante.
7. Régimen de la cobertura medica de emergencias a cargo de la empresa u organización y entidad que atenderá los compromisos derivados de la Ley 24557, de Riesgos del Trabajo.
8. Planes de capacitación tutorial que resulten necesarios.
9. Plazo de vigencia del convenio y condiciones de revisión, caducidad o prorroga.
10. Nómina de personas autorizadas por las partes firmantes a suscribir acuerdos individuales de pasantías educativas.

Empresa y Estado se disputan al pasante

La inserción laboral empieza desde la universidad, debido al requisito de realizar pasantías. Los estudiantes aplican en los sectores público y privado, según la carrera que cursan.

Redacción Quito /

Lunes 1 de Marzo del 2010



Mario Egas / LÍDERES

Efraín Figueroa, coordinador de extensión de la Facultad de Economía de la Universidad Católica, con dos alumnas pasantes.

Gabriela Saa ingresó a Metropolitan Touring para hacer una pasantía cuando tenía 16 años. Cursaba el último año de bachillerato en el Colegio Alemán (Quito) y cumplió la pasantía como un requisito para obtener su título.

Desde entonces, su vinculación con la firma es total. No solo culminó su práctica laboral, sino que ahora ella selecciona a los pasantes como directora de Recursos Humanos y Administración. Para Saa es vital contar con pasantes, porque cuando estos terminan sus prácticas son la primera opción de contratación en caso de haber una vacante. Esta firma tiene hoy 15 pasantes en todas las áreas.

En el proceso de las pasantías las universidades son protagonistas. Según el artículo 64 de la Ley de Educación Superior, los estudiantes antes de registrar en el Ministerio o colegio profesional su título, deberán acreditar servicios a la comunidad y prácticas o pasantías pre profesionales en campos de su carrera. La Facultad de Economía de la Universidad Católica cumple la disposición. Su reglamento exige a los estudiantes cumplir con 240 horas de prácticas para graduarse. Según Efraín Figueroa, coordinador de extensión y tutor de las prácticas, durante la pasantía los alumnos elaboran un estudio económico de la empresa. "Así aplican lo aprendido".

Alrededor de 50 alumnos de esta Facultad realizan pasantías semestralmente. En el último semestre de 2009, el 51% de pasantes se ubicó en el sector público. La Universidad Israel pide a sus estudiantes realizar prácticas laborales de dos meses, a medio tiempo. Mario Mejía, Coordinador de pasantías, afirma que unos 400 alumnos de la entidad realizan prácticas cada semestre.

En Cuenca, la Universidad del Azuay (UDA) promueve la firma de pasantías de sus estudiantes con entidades públicas como el Banco Central del Ecuador, el Servicio de Rentas Internas, municipios, entre otras. Hace lo mismo con el sector privado a través de las cámaras de producción y el sector comercial.

Según estadísticas de la UDA, alrededor del 70% de alumnos de Administración de Empresas realiza pasantías en el Estado. En cambio, en la facultad de Diseño, el 80% practica en el sector privado.

Para Mónica Rodas, especialista en temas organizacionales, las pasantías son claves. En estos procesos las compañías obtienen talento nuevo y jóvenes con buena actitud ante el trabajo y ante nuevos retos. La única desventaja que Rodas advierte puede ser el mal manejo de información por parte del estudiante. Silvia Villota, alumna de la Universidad Católica de Quito, aprovechó su pasantía de tres meses en el área operativa de la administradora de fondos y fideicomisos mercantiles Fiducia. Desde diciembre pasado, ella es parte de la nómina.

Otra empresa que contrata pasantes es la firma de muebles Colineal, en Cuenca. Según Valeria Hurtado, Jefa de Recursos Humanos, con las pasantías se da el beneficio mutuo de 'ganar-ganar'. "Los universitarios aportan nuevos conocimientos a la firma y ganan experiencia".

TIPS PARA LA EMPRESA

Capacitación. La entidad que acoge al pasante debe asegurarse de darle un entrenamiento previo a la labor que vaya a realizar. Lo aconsejable es que el estudiante realice actividades que involucren sus estudios.

Motivación. Alentar a un estudiante lo lleva a realizar de forma más eficiente las tareas asignadas. Además, se debe dar importancia a la participación laboral del pasante, ya que puede aportar con ideas nuevas.

Evaluación. Cuando haya transcurrido al menos un mes de la vinculación del pasante, es recomendable que la empresa evalúe el trabajo hecho por el estudiante. El objetivo es ayudarlo a mejorar su desempeño para que logre el éxito profesional.

Empresas, universidades y coexistencia

Arturo Castillo / Profesor de técnicas psicorrelajantes

Quito, 1 de marzo del 2010

Hoy más que nunca, la conexión entre la universidad y la sociedad es un imperativo, al punto de que los diversos foros sobre educación a nivel internacional enfatizan en esa alianza, como un instrumento de desarrollo social.

Hablan de flexibilizar los procesos académicos formales, de reconocer sin reservas la validez de la experiencia personal en cualquier campo ocupacional, de modo que los programas educativos promuevan la educación continua.

Los postulados de la Unesco para la educación del siglo XXI van en esa línea. Promueven la democratización de la educación y el libre acceso al conocimiento.

En este contexto, algunas universidades ecuatorianas están empeñadas en establecer convenios con empresas que estén dispuestas a acoger a estudiantes que están en pleno proceso formativo, que necesitan poner en práctica el bagaje teórico que reciben en las aulas.

Sin embargo, debe replantearse la figura de la pasantía, desgastada por falta de aportes novedosos. En muchos casos, la empresa no toma muy en serio al neófito, acogiéndole solo para salir del paso; mientras que el pasante siente que está jugando a trabajar, que simplemente está llenando un requisito académico.

**LA FIGURA DEL PASANTE
ESTÁ DESGASTADA Y
NECESITA REPLANTEARSE**

Olvida que se está entrenando y que de la seriedad con que se tome el entrenamiento funcionará en el hecho mismo del trabajo, puesto que el entrenamiento es mucho más que la simulación de la realidad.

Simular que se pilotea una aeronave es un hecho absolutamente serio; de ello dependerá la vida y la seguridad de miles de personas. De la calidad y seriedad del entrenamiento dependerá el destino de un club deportivo, la armonía que alcance un grupo orquestal, etc.

También está presente el lado formativo del entorno laboral. Puede que la empresa disponga que el pasante realice tareas anodinas, sin

aparentemente considerar su real potencial. Pero si el aprendiz no trabaja en la paciencia, la humildad, no estará listo para otros retos.

La pasantía es a la vez un 'coaching', con miras a que, quizás, el estudiante se quede en la compañía. En este sentido, los convenios entre los centros de educación y las empresas constituyen una forma de captación de talentos, que deberán ser celosamente pulidos, como una manera de encauzar, cuando menos en parte, el potencial de las nuevas generaciones.

De otra parte, no hay que perder de vista la responsabilidad social de entidades educativas y empresas, llamadas a construir un país que ofrezca oportunidades de desarrollo humano y profesional en un marco de equidad.



Reclutamiento del CAPITAL INTELLECTUAL

una gestión estratégica para las empresas

Según la Organización Internacional de Trabajo (OIT) se prevé que para este año -si América Latina cumple las previsiones de crecimiento económico a un 4.1 por ciento- habrá un ligero descenso de la tasa de desempleo urbano regional a un 8.2 por ciento, lo que será un panorama alentador para las oportunidades laborales.

A decir de María Andrea Serrano, Gerente de Selección de Pricewaterhouse Coopers, frecuentemente los asesores o responsables de recursos humanos se encuentran con un problema que les resulta común. Aparece un candidato muy bueno, proactivo, responsable y dinámico pero sus competencias no se adaptan a los requerimientos que en ese momento se está intentando cubrir.

De ahí que "la tendencia actual es buscar gente con actitud positiva, ganadora, con ganas de crecer, que pueda relacionarse y sea firme en tomar decisiones. Pero también con una estabilidad emocional que sea complementada a su potencial para hacer carrera, con estudios en lenguas, maestrías o diplomados que sean afines al cargo que la compañía necesita", sostiene.

Buscar nuevos empleados requiere muchas veces segmentar el mercado al que se desea llegar, y transmitir a los futuros colaboradores la seriedad, transparencia y políticas que maneja una determinada compañía, lo que llevará a la institución a utilizar diferentes canales de reclutamiento como: bases de datos, publicaciones en la prensa, portales de empleo, referencias personales y redes sociales.

Antes de contratar a un aspirante las organizaciones deben tomar en cuenta los periodos de escasez y sobreoferta de personal, a fin de calificar a los mejores candidatos existentes en el nicho.

Así mismo, dentro del proceso de selección la participación de los gerentes en la decisión final es un punto esencial.

Según el estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), durante el periodo de enero a diciembre de 2009 se dio una elevación de las oportunidades laborales a 7.9

puntos, lo que significó que el aparato productivo respondió a las necesidades de empleos fijos citando un porcentaje de 4.99 por ciento, en comparación a la cifra del 2008 que se registró en 4.59 por ciento.

Si bien es cierto incluir en las corporaciones talentos jóvenes que aporten con acciones enfocadas a nuevas ideas, creatividad, agilidad y dinamismo que potencialicen el crecimiento laboral en una entidad organizacional es importante; la experiencia también es un factor clave. Según Daría Rodríguez, Consultora de Deloitte & Touche, mostrar al posible empleador lo que se ha logrado y donde reside la experiencia es fundamental.

"Los títulos dependen de la posición a la que está aplicando, pero también importa la experiencia, porque eso garantiza que como tengo un conocimiento amplio no cometeré errores y será una persona proactiva y diestra", señala.

Desarrollar las fortalezas

En un mundo globalizado, donde existe el crecimiento de nuevas tecnologías para lograr un mayor y mejor desempeño empresarial, la capacitación y el desarrollo de habilidades de los funcionarios potencializará el desarrollo profesional en las empresas.

Por ello, las compañías necesitan descubrir qué se necesita mejorar y qué competencias requieren ser pulidas en los colaboradores, a fin de orientar a partir de las fortalezas.

"Siempre es importante ir refrescando, capacitando, monitoreando el grado de desarrollo de los funcionarios e irlos potencializando en las áreas que se están quedando", sostiene Serrano.

La gestión del talento humano desde siempre ha sido una de las formas más eficaces de obtener aspirantes para un puesto laboral.

Esta herramienta -bastante utilizada por consultores, empleadores y departamentos de recursos humanos de las empresas- busca encontrar postulantes idóneos en el mercado laboral; lo que no siempre es una tarea fácil.

Muchas compañías durante la búsqueda de un posible candidato solicitan los servicios de una consultora que, previo al proceso de selección, analizan aspectos importantes como: qué está buscando la organización, tamaño de la misma, si es nacional, multinacional, entre otros puntos. Dependiendo de ello, los perfiles variarán.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

REGLAMENTO DE IMPLEMENTACIÓN CURRICULAR DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL Y
PASANTÍAS ESTUDIANTILES

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES

Art. 1.- El modelo Curricular por Procesos, Saberes Subjetivante y Competencias Culturalmente Productivas, tiene como uno de sus principios la integración de la docencia, la profesión y la investigación expresado en la constitución de los siguientes ejes básicos:

- La educación en el trabajo
- La comprensión de los problemas de la ciencia y la realidad
- La aplicación y reconstrucción de los Métodos del trabajo profesional para la transformación de la realidad.

En este sentido, el currículo por competencias plantea la integración de la teoría y la práctica, expresada en la comprensión de la realidad que deviene de las disciplinas científicas que sustentan al currículo de la carrera, y la transformación de las problemáticas de los actores, sectores y escenarios de intervención profesional, a través de los Modelos de Actuación Profesional, cuya lógica debe ser retroalimentada en la dialógica entre la ciencia y la dinámica de los actores y factores que interactúan en los escenarios de la profesión.

Esta estrategia metodológica centrada en el proceso de formación profesional del alumno crea oportunidades para:

- Un saber y saber hacer en lo concerniente a las teorías, metodologías y tecnologías sociales y específicas de la profesión.
- Un ser, saber comunicarse y administrar sus Modos de Actuación, como consecuencia de la integración de las competencias en el ámbito del ejercicio profesional.



Al respecto la ley de Educación Superior plantea en el Art. 72, que la práctica pre-profesional, es un eje transversal del currículo. (1)

Art. 2.- La currícula de los institutos superiores se basará en seis (6) ejes transversales, y su naturaleza y operatividad serán parcialmente abiertas. Los ejes propuestos cubrirán la totalidad de las materias que se impartan. Estos ejes son:

1. Asignaturas de formación humana.
2. Asignaturas de formación básica.
3. Asignaturas de formación profesional.
4. Asignaturas optativas.
5. Servicio Comunitario
6. Seminario de Graduación o Titulación

En la currícula se determinarán los requisitos de conocimiento previo o simultáneo para cada una de las asignaturas correspondientes al programa, si fuera el caso.

Por tanto, la transversalidad del eje de la práctica profesional, nos llama a la reflexión y nos exige convertir el currículo en un espacio colectivo de integración del componente de docencia, profesión, e investigación, como una modalidad que debe estar integrada en cada una de las asignaturas, áreas y niveles de la malla y fundamentalmente en aquellas que pertenecen al área del ejercicio profesional, que constituye el área integradora de la carrera y que dan cuenta del método de la profesión.

Sin embargo, una coherente estructuración de la malla curricular nos demanda una exigencia de coordinación, conectividad y complementariedad de carácter sistémico entre las áreas y asignaturas, para desarrollar un proceso de las prácticas y pasantías que permitan una eficiente y pertinente integración de las mismas en cuanto a su ubicación, carácter, nivel, objetivos, contenidos, formas de evaluación, modalidad de tiempo y forma.

Los paradigmas y teorías del conocimiento contemporáneos sostienen, que es imposible aspirar a formular en forma metodológica y sistemática un proyecto educativo, sin plantear la necesidad insoslayable de comprensión de la lógica de que, sin acción no hay conocimiento y de que no hay acción sin conocimiento, si pretendemos movernos en la racionalidad de la investigación y por tanto de la ciencia, característica intrínseca de la Educación Superior. En tal sentido, lo más conveniente para el desarrollo eficiente del Modelo Curricular por procesos, saberes y competencias, es que las prácticas estén distribuidas a lo largo de toda la carrera.

Art. 3.- DEFINICION DE PRÁCTICAS PROFESIONALES Y ACTIVIDADES DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD.- Deberá entenderse por práctica pre-profesional, al proceso de formación teórico-práctico de las competencias y desarrollo de la personalidad de los futuros egresados, en escenarios laborales reales y concretos, vinculados a instituciones y organismos públicos y privados del sector productivo, social, de servicios y científico, trabajado desde un modelo y programación curricular ordenado, sistemático y gradual que favorezca la integración entre la problemática de la realidad objeto de la profesión, los métodos de intervención profesional y los conocimientos disciplinares y tecnológicos necesarios, para dar respuesta a las demandas sociales que dan origen y sentido a la carrera.

Por ello es fundamental, que la carrera conciba y constituya a las prácticas pre-profesionales como un sistema vincular que de cuenta de su función integradora, de tal forma que su definición, su diseño, ejecución, monitoreo y evaluación, constituya un componente fundamental de la estructuración del área y de las asignaturas de integración de la carrera. Es decir, no pueden ser consideradas simples requisitos para obtener la titulación, concebidas por el estudiante como añadiduras curriculares, sin ningún sentido académico, ni coordinación alguna; como tampoco pueden ser concebidas, como prácticas que se ubican solamente al final del proceso de formación debido, a sus niveles de complejidad, ya que estaríamos fragmentando y comprometiendo la optimización del conocimiento estudiantil de las teorías y métodos de la ciencia y la profesión, y del aprendizaje de la resolución de los problemas de la realidad en contextos reales y graduales.

CAPÍTULO II

DEL CARÁCTER Y TIPOS DE PRÁCTICA PRE-PROFESIONALES Y SOCIALES O DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD

Art. 4.- El currículo por procesos, saberes y competencias exige la integración entre la docencia, la investigación y la profesión en cada una de las asignaturas de la malla curricular. A su vez, es fundamental que cada ciclo desarrolle un nivel de conexión y complementariedad entre las cátedras, de tal forma que todas tributen al objeto y a las competencias que deben ser ejecutadas y evaluadas en esta unidad curricular.

Art. 5.- La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil admite y requiere para el cumplimiento de su misión y visión, el apoyo de la *Cátedra Integradora*, que es aquella que responde a la dinámica del área de la profesión, se despliega a lo largo de toda la carrera (1 cátedra por ciclo) y cuyo objeto de estudio es el método profesional y los modelos de actuación e intervención en función de las áreas, sectores, actores o procesos de la carrera ha definido.

De esta caracterización se desprende que, se debe viabilizar la integración en todas las Cátedras de procesos pedagógicos, prácticas reales o simuladas, que permitan que los estudiantes puedan tener procesos de aprendizaje significativo de los contenidos curriculares de cada asignatura. Este ejercicio de la praxis, está concentrado en el período de tiempo en que se aborda la temática que ha sido seleccionada para la integración y que surge del planteamiento de una educación superior basada en problemas de la ciencia y la profesión.

Es fundamental que estas cátedras que promueven las prácticas concentradas, tengan niveles de coordinación de ciclo, de tal forma que su ejercicio sea complementario y tribute al objeto y a las competencias definidas en esta unidad curricular.

La UCSG, plantea los siguientes créditos obligatorios para:

Práctica	Créditos	Horas por Crédito
Práctica Pre-Profesionales	22	16
Vinculación con la Colectividad	2	32

Hacer comentario de este artículo.

Por otro lado, las cátedras de integración, que pertenecen al área de la profesión, deben estructurarse bajo la propuesta de educación en el trabajo, ya que, el dominio del método y de los modelos de actuación y/o intervención profesional, debe gestarse desde una praxis altamente integradora y significativa, a la luz de los problemas y situaciones profesionales a las que se verá enfrentado el futuro profesional.

El objeto de estudio y actuación de la práctica pre-profesional y las pasantías de cada ciclo y nivel, deberá contar con una matriz que sustente su proceso metodológico, en los Campos de Actuación y el Área de la Profesión. Es justamente de esta reflexión, que se configura los tipos y el carácter de la práctica pre-profesional.

Las asignaturas del área de la profesión (cátedra integradora) deberán tener las siguientes especificaciones:

- 3 créditos para el contenido de la asignatura
- 2 créditos, para el trabajo de planificación y retroalimentación de la práctica del estudiante.

Art. 6.- En la aplicación y sujeción al art. 78 de Reglamento de Institutos Superiores de la Ley Orgánica de Educación Superior (2).

En función de esta concepción, el carácter de la práctica responderá a los tres niveles de la Formación Profesional y en el caso de algunas carreras a un nivel más que corresponde a la pasantía laboral, como requisito previo a la graduación.

Art.7.- Se considerará tres niveles de la formación profesional, cuales son los siguientes:

- a) **El Nivel Básico**, que constituye el espacio metodológico para conocer las situaciones profesionales y/o problemáticas que enfrenta la profesión en cuanto a sus escenarios, dinámicas, actores, tecnología, destrezas y habilidades; los problemas disciplinares, así como las interacciones que se evidencian en el sector de desarrollo que da origen a la carrera. Esta práctica es instrumental, de observación y caracterización de la realidad profesional, por tanto su modalidad puede ser:

Concentrada, esto es una práctica continua en un tiempo específico no mayor a 15 días, destinadas a trabajar la lógica de las disciplinas (convertidas en asignaturas) del nivel básico de la profesión, y que tributan a la formación general del futuro profesional a través de manejo de técnicas, instrumentos, procesos, procedimientos.

Concentrada y rotativa, a partir de la aplicación de la observación y caracterización de situaciones, hechos y contextos, actores, procesos, técnicas e instrumentos asumidos por y en el método profesional, ya que, son el objeto de las asignaturas integradoras del área curricular de la profesión.

Simulada, cuando se desarrolla en laboratorios, o dentro del aula, trabajando con metodologías de casos u otras que permitan al estudiante trabajar en ambientes de trabajo recreados por el docente.

Esta práctica debe desarrollarse durante los ciclos que corresponden al nivel Básico, con una intensidad de dos créditos (32 horas).

- b) **El Nivel Básico Específico**, que constituye el espacio metodológico de conocimiento del Método de Intervención y/o de Actuación Profesional, así como los Modos de Actuación del Profesional-Investigador y sus estrategias de trabajo en función de las demandas del sector. El método de investigación adecuado para el nivel y carácter de la práctica, es el de la investigación-acción participativa.

Estas prácticas deben ser gestadas y acompañadas por la cátedra integradora y su modalidad puede ser concentrada parcial (períodos superiores a los 15 días) o frecuente (distribuidas a lo largo de todo el semestre), dependiendo de la demanda y las condiciones que presentan los organismos e instituciones del sector productivo, de servicio o social de vinculación con la profesión y estará destinada al desarrollo de competencias profesionales en función de una de las etapas del método de la profesión y/o a la aplicación de un Modelo de Actuación o Intervención profesional acorde con los diversos campos de actuación de la profesión.

También puede ser Simulada, cuando se desarrolla en laboratorios, dentro del aula, trabajando con metodologías de casos, investigación u otras que permitan al estudiante trabajar en ambientes de trabajo recreados por el docente. Esta práctica debe expresar un nivel de vinculación del estudiante con los sectores de desarrollo de la profesión, a través de proyectos que atiendan las demandas de los mismos.

Por el carácter progresivo, de correspondencia y complementariedad de este modelo de prácticas, la modalidad del nivel básico, así como las competencias adquiridas por el estudiante, deben ser incorporadas en la propuesta del básico específico, sea en las asignaturas que responden a la lógica disciplinar, como en las de la profesión.

Esta práctica debe desarrollarse durante los ciclos que corresponden al nivel Básico Específico, con una intensidad de 8 créditos (128 horas).

- c) **Nivel de Profesionalización**, que constituye el espacio metodológico de integración de las competencias aprehendidas por el estudiante, que parte del reconocimiento del objeto de transformación y del objeto de actuación de la profesión, para luego insertar al estudiante en la investigación-acción de problemáticas y de actores específicos, cuyo conocimiento teórico-práctico lo habilita en la toma de decisiones en cuanto a la selección y aplicación de los Modelos de Intervención que definen el Modo de Actuación del profesional.

Al nivel de profesionalización, le corresponde la **estancia práctica** (práctica laboral de no menos de 3 horas diarias), en la que el estudiante se inserta en proyectos específicos relacionadas con los Modelos de Intervención, para ejecutarlos en los campos, áreas, sectores, situaciones, procesos y productos que surgen de las demandas de los organismos e instituciones del sector de desarrollo de la profesión.

En esta modalidad de práctica el estudiante, por lo general, se integra al equipo de trabajo. Cuando existe el ciclo o semestre, se divide en varias estancias por las que rotan los subgrupos de estudiantes creados al efecto, y se denomina "Rotación".

Esta práctica debe desarrollarse durante los ciclos que corresponden al nivel de Profesionalización, con una intensidad de 12 créditos (192 horas), las mismas que deberán integrar a las prácticas posteriores al egreso de los estudiantes y/o aquellas que se realizaban durante la elaboración de su trabajo de titulación..

CAPITULO III

OBJETIVOS, CARÁCTER Y MODALIDAD DE LAS PRÁCTICAS Y PASANTÍAS POR NIVELES

Art. 8.- Los objetivos de las prácticas Pre-Profesionales, en términos generales son los siguientes:

- Poner en práctica las competencias profesionales en contextos de trabajo simulados y reales.
- La aprehensión y asimilación de conocimientos en entornos y prácticas organizacionales complejas.
- La integración de equipos interdisciplinarios y el aprendizaje de la interacción profesional y comunicativa en grupos cooperativos.
- El desarrollo de la capacidad emprendedora en la formulación, gestión y evaluación de proyectos e iniciativas en el campo profesional.
- La profundización de la información necesaria para la detección, formulación y solución de los problemas de la profesión, aplicando procesos de investigación.
- Desarrollar oportunidades para la toma de decisiones y resolución de problemas en los diferentes campos de desarrollo profesional, en condiciones normales y de incertidumbre.

Art. 9.- El carácter y la modalidad de las prácticas pre-profesionales por niveles, se establecen en los cuadros que a continuación se precisan:

CARÁCTER Y MODALIDAD DE LAS PRÁCTICAS Y PASANTÍAS POR NIVELES NIVEL BÁSICO

Nivel	Carácter	Objetivo	Modalidad	Competencias a Desarrollar	Perfil del docente y/o supervisor
Básico (2 créditos)	Instrumental, de observación y caracterización de la realidad profesional. Pueden ser simuladas o en espacios profesionales reales	Desarrollar un espacio metodológico para conocer las situaciones profesionales y/o problemáticas que enfrenta la profesión en cuanto a sus escenarios, dinámicas, actores, tecnología, destrezas y habilidades básicas	Concentrada , esto es una práctica continua destinada a trabajar la lógica de las disciplinas básicas de la profesión (asignaturas) a través de manejo de técnicas, instrumentos, procesos, procedimientos. Concentrada y rotativa , a partir de la aplicación de la observación y caracterización de situaciones, hechos y contextos, actores, procesos, técnicas e instrumentos asumidos por y en el método de la profesión Simulada a partir de estudios de casos y otras metodologías desarrolladas por el docente en ambientes de trabajo recreados	Técnico-metodológica: Aplicar las principales técnicas e instrumentos necesarios de las disciplinas básicas de la profesión. Discriminar los procedimientos y procesos esenciales de las disciplinas básicas de la profesión. Socio-organizativa Adaptación al mundo universitario y a la metodología de trabajo de la profesión. Desarrollo de procedimientos, hábitos y actitudes para la modalidad de estudio de la profesión.	<ul style="list-style-type: none"> • Dominio del método de la profesión • Conocimiento de métodos y técnicas de investigación acción • Capacidad de integración de su cátedra con el objeto del ciclo y de la profesión • Capacitación en currículo por competencias. Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Diseño didáctico de la experiencia de práctica, articulando conocimientos, investigación y situaciones profesionales simuladas o reales. • Acompañamiento en el diseño y resolución de problemas de la disciplina que se imparte. • Aplicación y seguimiento de las técnicas e instrumentos. • Desarrollo de un formato de sistematización de experiencia práctica • Aplicación de un modelo de investigación-acción en el aula.

NIVEL BÁSICO ESPECÍFICO

Nivel	Carácter	Objetivo	Modalidad	Competencias	Perfil del Docente y/o supervisor
Básico Específico (8 créditos)	Aplicación de una de las etapas del método de la profesión y/o de un Modelo de Actuación o Intervención	Desarrollar un espacio metodológico de conocimiento del Método de Intervención y/o de Actuación Profesional, así como los Modos de Actuación del	Estas prácticas deben ser gestadas y acompañadas por la cátedra integradora y su modalidad puede ser concentrada parcial o frecuente (distribuidas a lo largo	Técnico-metodológica Por lo menos 2 de las siguientes competencias: <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación del método de la profesión, 	<ul style="list-style-type: none"> • Dominio del método de la profesión • Conocimiento de métodos y técnicas de investigación científica • Capacidad de integración de su cátedra con el objeto del ciclo y de la profesión

	<p>profesional acorde con los diversos campos de actuación de la profesión.</p>	<p>Profesional-Investigador y sus estrategias de trabajo en función de las demandas del sector</p>	<p>de todo el semestre), dependiendo de la demanda y las condiciones que presentan los organismos e instituciones del sector productivo, de servicio o social de vinculación con la profesión</p> <p>Simulada, cuando se desarrolla en laboratorios, dentro del aula, trabajando con metodologías de casos, investigación u otras que permitan al estudiante trabajar en ambientes de trabajo recreados por el docente.</p> <p>Esta práctica debe expresar un nivel de vinculación del estudiante con los sectores de desarrollo de la profesión, a través de proyectos que atiendan las demandas de los mismos.</p>	<p>eligiendo procedimientos en función de la complejidad y variabilidad de los contextos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las situaciones profesionales y capacidad para identificar, plantear y proponer alternativas de solución a los problemas, bajo orientación y acompañamiento • Aplicación de la planificación y procedimientos de monitoreo y evaluación en tareas y proyectos concretos. • Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas, bajo orientación y supervisión • Desarrollar y aplicar las habilidades de investigación, en el análisis y solución de los problemas. • Aplicación del modelo de sistematización de prácticas. <p>Socio-organizativa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de adaptación e intervención en equipos de trabajo • Desarrollo de habilidades de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación en currículo por competencias. <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de un programa de prácticas. • Desarrollo del proceso de selección de los sectores de prácticas y la realización de acuerdos. • Acompañamiento en la planificación, ejecución y evaluación semanal (o en los períodos de tiempo necesarios) de la práctica estudiantil. • Análisis de las situaciones profesionales a la luz del método de la profesión. • Desarrollo del modelo de sistematización de prácticas • Coordinación de las asignaturas del ciclo, con las necesidades del modelo de prácticas. • Aplicación de un modelo de investigación-acción en el aula.
--	---	--	--	---	--

NIVEL DE PROFESIONALIZACIÓN

Nivel	Carácter	Objetivo	Modalidad	Competencias	Perfil del Docente y/o supervisor
Profesionalización 12 créditos	Integración de competencias aprehendidas en escenarios de alto nivel de integralidad e impacto socio-profesional	Insertar al estudiante en la investigación-acción de problemáticas y de actores específicos, cuyo conocimiento teórico-práctico lo habilita en la toma de decisiones y en la selección y aplicación	Estancia práctica (práctica laboral de no menos de 3 horas diarias), en la que el estudiante se inserta en proyectos específicos relacionadas con los Modelos de Intervención, para ejecutarlos en los	Técnico-metodológico Por lo menos 3 de las siguientes competencias: <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación independiente de los Modelos de Actuación e Intervención profesional a situaciones y 	<ul style="list-style-type: none"> • Práctica profesional especializada en las áreas o sectores de supervisión. • Dominio de la metodología de enseñanza en problemas y Aprendizaje autónomo. • Preferiblemente el docente debe estar integrado a la acción

		<p>de los Modelos de Intervención que definen el Modo de Actuación del profesional</p>	<p>campos, áreas, sectores, situaciones, procesos y productos que surgen de las demandas de los organismos e instituciones del sector de desarrollo de la profesión</p>	<p>problemas que se presentan en la práctica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transferir adecuadamente las experiencias y procedimientos adquiridos en la Formación Profesional, en la identificación, planteamiento y solución de los problemas que se le presentan. • Aplicación y selección independiente de los procesos y procedimientos del método de la profesión, a las tareas concretas que demanda la práctica • Desarrollar y aplicar las habilidades de investigación, en el análisis y solución de los problemas. • Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas de manera independiente • Capacidad de emprendimiento para la formulación y gestión de proyectos profesionales que aporten al desarrollo social. • Aplicación del Modelo de Sistematización de prácticas estableciendo un encuadre teórico-metodológico. <p>Socio-organizativa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo en medios y contextos laborales. • Capacidad para motivar y generar sinergias de alineamientos en proyectos específicos. • Desarrollo de habilidades de comunicación y mediación de conflictos 	<p>profesional donde se desarrolla esta modalidad de práctica preprofesional.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de un programa de prácticas. • Desarrollo del proceso de selección de los sectores de prácticas y la realización de acuerdos. • Realizar seguimiento a los convenios o acuerdos de práctica. • Supervisar en terreno el desempeño de los y las estudiantes. • Acompañamiento en la planificación y evaluación semanal (o en los períodos de tiempo necesarios) de la práctica estudiantil. • Análisis de las situaciones profesionales a la luz del método de la profesión y del encuadre teórico necesario. • Desarrollar el modelo de sistematización de prácticas. • Coordinación de las asignaturas del ciclo, con las necesidades del modelo de prácticas que favorece la integración del conocimiento. • Aplicación de un modelo de investigación-acción en el aula.
--	--	--	---	---	--

				<ul style="list-style-type: none"> • Identificación con la misión y la planificación de la institución. • Capacidad de coordinación de tareas y proyectos. • Capacidad de organización y de propuestas socio-administrativas. • Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas. • Capacidad para tomar decisiones y actuar en situaciones variables e inciertas. • Desarrollo de la crítica y la autocrítica. • Compromiso ético y ciudadano, valorando y respetando la diversidad y la multiculturalidad. • Desarrollar actitudes hacia la búsqueda del mejoramiento continuo y la excelencia profesional • Reconocer las fortalezas y debilidades de su formación personal, teórica y técnica profesional y desarrollar la capacidad de aprender y actualizarse permanentemente. 	
--	--	--	--	--	--

CAPITULO IV

LA SUPERVISIÓN DE LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES Y SUS MODALIADES

Art. 10.- Los supervisores de las prácticas son los docentes de las asignaturas del Área de Integración Curricular, que realiza la Acción Pedagógica y Académica de orientar y guiar el proceso de integración teórico-práctico de la Formación Profesional, conduciendo la dinámica de implementación de los Modelos de Actuación Profesional en sus aspectos teóricos, metodológicos y técnicos, así como en el desarrollo de la personalidad del estudiante, configurando la estrategia de vinculación carrera con el medio externo.

Art. 11.- Los supervisores de práctica, deberán garantizar que en cada una de las modalidades de práctica por ciclo y por nivel, se realicen las siguientes dinámicas y procesos:

- g) **Inserción:** Teórico-práctica, que oriente el proceso de enseñanza aprendizaje hacia la ubicación y selección de los contenidos necesarios para comprender la realidad emergente y estructural en la que está o estará inmerso el estudiante, desarrollando la dinámica del conocimiento en la acción
- h) **Diagnóstico:** Como proceso de investigación de las múltiples dimensiones del objeto de la acción pre-profesional, identificando, jerarquizando y relacionando en profundidad la complejidad de la problemática que va a ser abordada, especificando el Modelo de Actuación Profesional y los recursos.
- i) **Planificación:** Como estrategia dinámica y compleja, que apunta a relacionar el campo problemático con los procesos metodológicos, superando la racionalidad instrumental, ya que centra su operatividad en los objetivos y en la creación de escenarios de participación en un contexto de reconocimiento de la capacidad de los actores de incluirse en los procesos de elaboración y toma de decisiones para la ejecución y evaluación de los proyectos propuestos.
- j) **Ejecución:** Como proceso donde se integran todas las etapas anteriores y posteriores de la práctica, todas las dimensiones del estudiante y de los procesos de aprendizaje (y sus distintos componentes) y todos los espacios que son parte de la Universidad como fuera de ella.
- k) **Evaluación:** Como proceso dinámico que acompaña los aprendizajes y experiencias vividas, a partir de los ejes teóricos, metodológicos y técnico-instrumentales, encaminados a la validación, reconstrucción y retroalimentación de los problemas, objetivos, contenidos, contextos, y propuestas de todo tipo.
- l) **Sistematización:** Como proceso dinámico de construcción y reconstrucción del conocimiento de la realidad social y de sus actores, a partir de la articulación entre los ejes teóricos, metodológicos y técnico-instrumentales, propios de los modelos de actuación profesional y los contextos de participación de los actores en la elaboración de alternativas de modificación y transformación de las distintas problemáticas.

Art.12.- La Modalidad de la Supervisión de prácticas se fundamenta en la concepción pedagógica del proceso de enseñanza-aprendizaje, por tanto se expresará en las siguientes dinámicas curriculares:

- a) Tutoría individual, grupal y general de los procesos de formación estipulados en el programa, así como del desarrollo de las competencias y modos de actuación de los estudiantes.
- b) Supervisión en la práctica, con la finalidad de modelar los modos de actuación en la realidad concreta que presentan los sectores de práctica
- c) Coordinación sistemática con los profesionales de las organizaciones e instituciones que integran las áreas de práctica, para evaluar los modos de actuación y garantizar el cumplimiento del perfil de los estudiantes en la gestión de la práctica pre-profesional.

Art.13.- A más de las funciones específicas que demanda cada nivel, los docentes y/o supervisores de práctica deberán cumplir lo siguiente:

- Elaborar, seleccionar, programar, sistematizar y evaluar los Programas Académicos de Práctica Pre-Profesional.
- Investigar los nuevos escenarios y contextos de la realidad y de las organizaciones e instituciones seleccionadas para la práctica, orientando a los estudiantes en la aplicación y reconfiguración de los Modelos de Actuación Profesional.
- Orientar, acompañar y retroalimentar a los estudiantes en los procesos de inserción, diagnóstico, planificación, ejecución y evaluación y sistematización de la práctica, utilizando el bagaje teórico, metodológico y técnico de las ciencias y disciplinas de la profesión, para responder a las realidades específicas de los sectores, así como a los objetivos de la formación profesional.
- Coordinar con el apoyo de la Comisión Académica de la Carrera, el proceso de Vinculación con los aliados estratégicos, mediante convenios, cartas de compromiso, acuerdos etc., estableciendo procesos de corresponsabilidad y de aporte científico-metodológico a las diversas problemáticas que planteen las organizaciones e instituciones de cada área de actuación, supervisando que la práctica se convierta en un verdadero espacio para el aprendizaje estudiantil.
- Evaluar y proponer cambios en la programación del área académica de la profesión, estableciendo la coordinación permanente entre los ciclos y niveles.

Todos los supervisores de prácticas deberán presentar un programa con las características del modelo adjunto y llevar el control de supervisión que deberá ser presentado en el control de cátedra cada 15 días.

Los supervisores de práctica que tengan una carga horaria superior a las 20 horas mensuales, deberán realizar un distributivo de su carga horaria, estableciendo un 25% para el apoyo del mejoramiento del currículo, y la elaboración de un sistema de prácticas de la carrera, toda vez que son los docentes que de mejor manera pueden dar cuenta de la vinculación con el medio externo y por tanto su aporte es invaluable.

CAPÍTULO V

DE LOS ESTUDIANTES EN PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES, DE LA EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PRÁCTICAS, Y DE LA SELECCIÓN DE LOS SECTORES DE PRÁCTICA

Art. 14.- Los deberes y derechos de los estudiantes, con relación a las asignaturas del Área de Integración en donde se ubican las prácticas Pre-Profesionales, están en concordancia con el Reglamento de Estudiantes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. En este sentido son sus obligaciones:

- Cumplir con las demandas académicas y pedagógicas del proceso de enseñanza-aprendizaje de las asignaturas del Área.
- Cumplir con el horario que cada carrera establezca, en cuanto a los tiempos necesarios contenidos en la planificación de las asignaturas y sectores de prácticas pre-profesionales.
- Presentar un informe parcial y otro final por cada ciclo, conforme a las características y requerimientos teóricos, metodológicos y técnicos estipulados por los profesores-supervisores de cada asignatura y nivel de formación profesional.
- Presentar al término de cada Nivel de Formación Profesional, una Sistematización Teórico-práctica, cuyas especificaciones académicas pueden ser trabajadas en coordinación con otras áreas y asignaturas y sustentada de acuerdo a la demanda de los Supervisores.
- Designar un representante estudiantil por cada ciclo, para que asista a las reuniones de coordinación de Área o Nivel, cuando estas lo requieran.
- Evaluar las asignaturas y el Sistema de Práctica, conforme a los Modelos presentados por los distintos estamentos académicos específicos de la Carrera o generales de la Universidad.

Art. 15.- La calificación de la práctica, se ceñirá de manera general al Reglamento de Calificaciones vigente en la Universidad y el SIU abrirá un casillero para su asentamiento.

Por la estructura curricular, la distribución de la nota parcial y final se realizará de la siguiente manera:

Para el Nivel Básico:

- Práctica: 50% que se calificará tomando en cuenta las siguientes especificaciones:
 - Cumplimiento de responsabilidades asignadas
 - Desarrollo de las competencias del perfil profesional estipuladas por el currículo para cada ciclo y nivel
 - Proactividad, iniciativa e innovación en la gestión asignada
- Gestión en el aula: 25% de la calificación como resultado de los trabajos y exposiciones semanales o quincenales que la planificación de las asignaturas así lo requieran. Para ello se deben crear (en caso de que no existan) espacios de supervisión donde estudiantes y docentes puedan intercambiar los aprendizajes y retroalimentar la práctica.
- Informe Parcial o Final: 25% de la calificación. Puede ser un reporte escrito de la práctica desarrollada.

Para los Niveles Básico Específico y de Profesionalización:

Se mantienen las mismas categorías y porcentajes de calificación, pero el Informe Parcial o Final debe ser el resultado de la Sistematización de la práctica desarrollada, el cual será sustentado por el estudiante frente a un Tribunal conformado tanto por docentes y autoridades de la carrera y Universidad, como por profesionales de las instituciones en las que se vinculó el estudiante durante su práctica.

Todas las calificaciones deberán ser sobre 10 y potenciadas conforme a los porcentajes estipulados por el presente documento. Aportarán a la calificación de la práctica:

- Docente o supervisor encargado de la práctica,
- Jefe inmediato superior o responsable de la práctica por parte de la institución/organización (en caso de que la práctica se dé al interior de una entidad pública o privada).

Además, el propio estudiante se autoevaluará y aportará con criterios y argumentos a la calificación que de él hagan el supervisor universitario y el responsable de la institución.

La calificación de las prácticas puede ser individual y grupal, y entrar en proceso de recuperación mediante una planificación de tareas específicas y de horarios especiales concertados con el supervisor y las áreas y sectores de actuación.

Art. 16.- Dado los objetivos de formación de las prácticas pasantías, la selección de las áreas y sectores de actuación es fundamental, ya que, sus escenarios y contextos deben propiciar dinámicas y procesos pedagógicos altamente participativos que aporten al desarrollo de las capacidades y habilidades estudiantiles, como a la modificación y transformación de las problemáticas de los actores sociales que interactúan en ellos.

Las prácticas pre-profesionales deberán en la medida de sus configuraciones permitir:

- Inclusión de la investigación en el proceso de resolución de problemas socio-culturales, económicos y políticos de la realidad, a través de la realización de los Proyectos IDIS (Investigación, Desarrollo e Impacto Social)
- Gestión de Modelos de Actuación Profesional que fortalezcan las estructuras de participación y empoderamiento ciudadano en la línea del Diseño e implementación de Proyectos y Programas de Desarrollo Social.
- Aplicación de los Métodos y Modelos de Actuación profesional, generando conciencia de los Paradigmas que lo sustentan y de los procesos metodológicos para su reconfiguración y/o reconstrucción.
- Construir modelos de investigación en las modalidades cualitativa y cuantitativa discriminando su utilización y/o mixtura de acuerdo a la realidad de los actores sociales.
- Gestión de tecnologías acordes con la problemática de la realidad de los actores con los que se va a trabajar

Es fundamental además normar, conforme a las dinámicas de la carrera:

- Carga horaria semanal de la práctica de los estudiantes.
- Funciones y responsabilidades estudiantiles generales y específicas (por nivel y carácter de la práctica)
- Competencias a desarrollar a través de las prácticas según niveles

DISPOSICIONES GENERALES

DISPOSICIÓN GENERAL PRIMERA.-

La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil buscará fortalecer y reforzar todos los procesos de vinculación con Organismos e Instituciones del sector Social tanto nacional como foráneo, mediante la implementación de Convenios de Cooperación Interinstitucional, que contendrán las pautas particulares para el funcionamiento del Programa de Pasantías.-

Todo Convenio deberá contemplar los siguientes aspectos:

- a) Denominación, domicilio, estatutos institucionales y demás requisitos de ley
- b) Objetivos académicos y docentes
- c) Modalidad de supervisión, seguimiento y evaluación
- d) Características y condiciones de las pasantías sociales: funciones estudiantes o actividades a realizar, rotación, duración, lugar.
- e) Procedimiento de selección y conformación del equipo interdisciplinario
- f) Perfil de competencias.

DISPOSICIÓN GENERAL SEGUNDA.-

Entendiéndose por Pasantía Social o Actividades de Vinculación con la Colectividad, a la modalidad ético-pedagógica, de extensión orgánica del sistema educativo que establece la vinculación entre las competencias teórico-metodológicas y el desempeño profesional con los programas públicos y/o privados de atención integral e interdisciplinar, de cooperación para el desarrollo humano y social.

Coordinación por Carrera (Comisión Académica/Área de Prácticas).-

La finalidad de estas pasantías tiene que ver con la educación en el trabajo y la participación ciudadana de los futuros profesionales, conforme al Art.64 de la Ley de Educación Superior:

Art.64.- De conformidad con los lineamientos generales definidos por el CONESUP y las normas que cada institución expida al efecto, los estudiantes, antes de registrar en el respectivo ministerio o colegio profesional su título, deberán acreditar servicios a la comunidad y prácticas o pasantías pre profesionales en los campos de su especialidad.

Estas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones del Estado, relacionadas con la respectiva especialidad, las que otorgarán las debidas facilidades.

Propósito:

Sensibilización frente a la problemática de pobreza y exclusión de grupos y sectores vulnerables mediante la incorporación de los estudiantes en proyectos específicos y multidisciplinarios de cooperación para el desarrollo social, poniendo en práctica las competencias profesionales en contextos y situaciones reales.

Procesos:

Los procesos que deberán desarrollarse para la implementación del Modelo de Pasantías Sociales o Actividades de Vinculación con la Colectividad. son los siguientes:

Proceso Académico:

- Planificación de Pasantías en función de competencias profesionales
- Capacitación de docentes-supervisores de pasantías
- Selección y capacitación de pasantes en actuación de equipos interdisciplinarios
- Inventario de metodologías y modelos de actuación profesional e integración pedagógica
- Metodología de Implementación de las Pasantías Sociales
- Metodología de seguimiento y monitoreo
- Evaluación de Pasantías

Proceso Administrativo:

- Aplicación del Plan de Vinculación interna y con socios estratégicos
- Selección de Instituciones, proyectos y programas en función de los objetivos de la Plataforma de Cooperación Universitaria para el Desarrollo Social.
- Registro y control de cupos de pasantes de acuerdo a los proyectos
- Registro y Control de asistencia de los pasantes
- Registro y Control de los Informes y Sistematización de las Pasantías
- Elaboración del presupuesto y control de recursos
- Captación de recursos nacionales e internacionales para continuidad de proyectos

Procesos de Interacción:

- Desarrollo de la Plataforma de Cooperación al interior de la Universidad.
- Vinculación interinstitucional con universidades y con organismos e instituciones del Sector Social a nivel Nacional
- Vinculación interinstitucional con universidades y organismos de cooperación internacional para el desarrollo social.

Plan de Acción

1. Desarrollo del Plan Anual de vinculación de cada Facultad y de la Universidad.

2. Identificación de demandas Teóricas, Metodología y de Tecnologías Sociales de cada uno de los proyectos propuestos por organismos e instituciones sociales.
3. Elaboración del Modelo de Pasantías Sociales o de Actividades de Vinculación con la Colectividad.
4. Elaboración regulaciones y normativas de las pasantías sociales
5. Constitución de la Plataforma Universitaria de Pasantías Sociales o de Actividades de Vinculación con la Colectividad, supervisada por la Comisión Académica de la Universidad, que coordine los proyectos y programas de organismos e instituciones, las carreras y sistemas de la universidad.
6. Diagnóstico académico y pedagógico de las carreras intervinientes, relacionando las demandas de escenarios, organismos e instituciones sociales, con el Modelo el Curricular por Competencias.
7. Definición de modelos de Actuación Profesional por carreras y áreas de intervención, de acuerdo a los proyectos y programas a coordinarse y ejecutarse.
8. Socialización, capacitación a las carreras de la Universidad, sobre el Modelo de Pasantías Sociales.
9. Selección de Proyectos en función del Modelo de Pasantías Sociales
10. Selección de los pasantes por carreras
11. Aplicación del Modelo de Pasantías
12. Monitoreo y Evaluación del Modelo

Marcos Institucionales para las Pasantías Sociales

- Organismos e instituciones públicas y privadas de bienestar social y desarrollo humano.
- Asociaciones, sectores gremiales y profesionales con proyectos de investigación y/o cooperación social.
- Empresas privadas, sectores productivos y de servicios, consultoras y estudios profesionales con proyectos de bienestar social y desarrollo humano.
- Organizaciones no gubernamentales con proyectos sociales de atención a sujetos vulnerables.
- Universidades nacionales y extranjeras con plataformas o proyectos de cooperación para el desarrollo social.

Supervisión:

Por ser estas pasantías de carácter académico, se validan como parte de los créditos requeridos para la obtención de la titulación de los estudiantes. Por tanto, deberán ser supervisadas bajo un régimen de organización y control de la Carrera, durante el lapso en que se desarrollen.

Las pasantías sociales deberán orientarse en dos sentidos:

- La integración y aplicación de competencias profesionales en programas y proyectos de desarrollo humano y social, que integren el concurso de varias profesiones
- La adquisición de conocimiento acerca de la problemática social del país, y de la estructura organización y funcionamiento de la políticas públicas y privadas, para el desarrollo humano y social.

Las actividades que realice el pasante, deberán ser acordadas y definidas con antelación en acuerdo con la institución u organización beneficiada, en programas detallados elaborados por el coordinador del área académica de la profesión. Esta programación deberá ser aprobada por la Comisión Académica de cada carrera.

Régimen de Pasantías:

Las pasantías sociales podrán ser obligatorias y/o electivas, conforme al criterio académico y formativo de la carrera y deberá corresponder a 2 créditos, de 32 horas cada uno es decir 160 horas.

Estructura Organizativa para las Pasantías Sociales:

Para la organización y funcionamiento, el programa de pasantías sociales se integra al de las pasantías laborales y deberá contar con la siguiente organización:

- Coordinación Central de la Comisión Académica de la Universidad.
- Coordinación de Pasantías por Facultad.
- Coordinación por Carrera (Comisión Académica/Área de Prácticas)

El Consejo Universitario de la universidad Católica de Santiago de Guayaquil, en su uso de las atribuciones y competencias establecidas en el Art. 14, literal d de su Estatuto, dando cumplimiento a lo resuelto en las sesiones ordinarias de fecha de de 2009 y de De 2009 aprueba el siguiente

REGLAMENTO DE IMPLEMENTACIÓN CURRICULAR DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL Y PASANTÍAS ESTUDIANTILES.

Notas:

- (1) **Art.72.- CURRÍCULA:** La currícula de los programas ofertados por las instituciones del Sistema Nacional de Educación Superior que tienen programas académicos correspondientes a la formación regida por este Reglamento se someten a la nomenclatura y perfil académico establecidos en el clasificador de la UNESCO.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

NOMINA DE Tutores de Proyectos de Graduación
CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

#	TÍTULO	CAATEDRÁTICO	TELÉFONO			CELULAR	EMAIL
			DOMICILIO	OFICINA	ext.		
1	Economista	Avila Chiriboga Franklin Alejandro	6-806823	2-516043 - 2-516046		97834011	franklin_avila@evia-avila.com.ec
2	Ingeniero	Aviles Murillo German Jose	6-006429	2-104080	235	9866-114	germanaviles@hotmail.com
3	Ingeniero	Bacsalupo Barquet Johan Eduardo	2-214980	2-682531	142	99421734	ecoderming@damiso.com
4	Ingeniera	Baños Mora Patricia Denisse	6-008702	6-007570		94398639	pbanoes@hotmail.com
5	Ingeniero	Bustamante Chan Jorge Luis	2-682525			93192804	jbustame@brf@epo1.edu
6	Ingeniera	Bustamante Chan Maria Monceratt	2-992029			93199548	monseratt_bustamante76@hotmail.com
7	Economista	Carrillo Manlay Venustiano	2-870465	8728466		97515360	venustianoc@hatimail.com
8	Ingeniero	Cevallos Velasco Juan Pablo	2-998522	2-683531	108	93451375	juan_pablo_cevallos@yahoo.com
9	Economista	Chavez Garcia Ipek Alirredo Gonzalo	2-892795		1767	93043833	jack_chavez@ucsq.edu.ec
10	Economista	Christiansen Zevallos Jerry	2-886431			99519343	christiansenjerry@hotmail.com
11	Ingeniera	Diaz Christiansen Sulten	2-471344	2-388738		86240100	31899dc75@yahoo.com
12	Ingeniero	Genoa Villac Lenin Oswaldo	2-983017			85222076	lenin.goveas@gmail.com
13	Ingeniera	Guaman Segovia Maria Auxiliadora	2-388674	200804	1627		mguzman@ucsq.edu.ec
14	Ingeniera	Hurtado Cervillos Gabriela Elirabeth	2-43732	2-963626		99615953	gabry_hurtado77@hotmail.com
15	Ingeniero	Kalli Barmesio Jorge Elias	2-388126			94251882	kalli@ucsq.edu.ec
16	Ingeniero	Mingem Mosquera Jacinto Humberto	2-080843			099897660	humbertoamingem@hotmail.com
17	Ingeniero	Miranda Lopez Jorge Luis Danilo	2-361719			91327900	mirandalopezjorge@yahoo.com
18	CPA	Paredes Paredes Carlos Alberto	2-423657	2-636084	102	93682172	carlos.paredes@salante.com.ec
19	Ingeniera	Reyes De Luca Maria Antonia	2-333128	1-681350	235	94504400	myreyes@compie.org.ec
20	Ingeniera	Robles Guzmán Irene Cecilia				99519343	irenebiele@hotmail.com
21	Ingeniera	Roman Bermesio Cynthia Elizabeth	2-415208	2-560521	301	84228598	cynthiaroman_18@hotmail.com
22	Ingeniero	Rugel Vega Nelson Alberto	2-211304			97834173	nelsonruge@hotmail.com
23	Psicólogo	Sapia Ubillus Alex Miguel	2-347246			95746746	inf8em88@yahoo.es



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

PROPÓSITO

Integrar nuestras competencias y saberes con los sectores productivos, políticos, sociales, culturales y académicos a través de mesas de diálogo en donde concertaremos estrategias, proyectos y actividades para la gestión responsable del conocimiento, con miras a solucionar los problemas que afectan a la sociedad ecuatoriana.

INTEGRADO POR

- Facultades con sus respectivas Carreras y Modalidades
- Institutos y Centros de Investigación, Educación Continua y Prestación de Servicios
- Sistema de Posgrado
- Fundación Santiago de Guayaquil
- UCSG Radio y Televisión



ÁREAS DEL PORTAFOLIO

- Educación continua
- Investigación
- Prestación de servicios
- Pasantías y prácticas estudiantiles
- Inserción laboral (Bolsa de trabajo)

FORMULARIOS A ENTREGAR

- Portafolio de servicios
- Actualización de datos de contacto

La documentación deberá ser entregada en una carpeta (físico y digital).

CRONOGRAMA

Las Facultades deberán entregar la información respectiva el **16 de julio de 2010** en el Vicerrectorado Académico de la UCSG.

Vicerrectorado Académico



REPORTAJE

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas



Carrera de Administración de Empresas realizó con éxito

I Feria Expo - Negocios & Emprendimiento

El talento, la imaginación y la dedicación de cada uno de los alumnos de octavo semestre de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil fueron puestos a prueba durante la I Feria Expo - Negocios & Emprendimiento, que preparó la institución el 12 de febrero del presente año.

Alrededor de veinte proyectos de distintas áreas, como: turismo, alimentos, decoración y servicios se presentaron durante todo el día en las instalaciones de la Facultad, lugar donde pudieron llegar padres de familia, maestros, compañeros y autoridades del plantel, quienes apreciaron las acciones que los estudiantes realizaban para convertirse en fuentes generadoras de trabajo para la sociedad.

Los trabajos participantes fueron desarrollados a lo largo del semestre dentro de la materia Desarrollo de Emprendedores, cátedra dictada por el Ingeniero Comercial Edgar Jiménez, responsable de guiar a los jóvenes durante la realización de su plan de negocios, bajo la dirección del M.Sc. Hugo Fernández, Director de la Carrera.

Las ideas fueron sustentadas mediante encuestas, entrevistas y un exhaustivo estudio de mercado, lo que le será útil en caso de que deseen presentar su proyecto a la Corporación Financiera Nacional (CFN).

"Los planes están realizados en base al formato de la CFN, para que los estudiantes puedan acceder a un crédito y así poner en marcha su negocio. Esa es la intención de la Carrera de Administración de Empresas, que los chicos no solo aspiren a ser empleados de empresas, sino a tener sus propios negocios", afirmó Jiménez,

quien agregó que la calificación obtenida durante esta feria corresponderá a su nota final de examen.

Y ese es precisamente el anhelo de Sheila Arias y Rosendo León, creadores de Helzodofruti, una idea que contempla la preparación, distribución y posterior venta de helados naturales que podrán ser comercializados en dos versiones: envases plásticos para el consumo masivo y decorados dentro de frutas para hoteles y restaurantes.

"Si nos sale el préstamo pondremos en marcha nuestro negocio; ya tenemos el terreno para empezar a trabajar", comentó Arias.

Como ella, Lorena Rivas propone el expendio de Debiolin, un detergente biodegradable para las amas de casa; Diana Rivera y Delia Peralta planean incursionar en la venta de miel de abeja 100% natural -especialmente para diabéticos-; mientras que Priscilla Moreno y Gisella Escudero aseguran que un manjar de habas podría revolucionar el mercado al satisfacer las necesidades proteicas de los niños por medio de un dulce.

Paralelamente, en el auditorio de la Facultad se efectuaron charlas a cargo de autoridades de la institución y miembros de la Cámara de Industrias de Guayaquil, quienes además de ofrecer directrices para ser jóvenes emprendedores pusieron a disposición de los estudiantes un portal de pasantías para adquirir experiencia profesional, y un programa de ayuda económica para que cristalicen el proyecto.

Desde ahora, se espera que año a año los alumnos de octavo semestre de la carrera participen de esta feria que se espera se convierta en un referente de investigación, emprendimiento y éxito.



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL