

DISEÑO DE UN ÁREA DE DESARROLLO E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS COMERCIALIZABLES EN EL OBSERVATORIO DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD DE OTAVALO

**DESIGN OF AN AREA OF MARKETABLE PRODUCTS AND SERVICES
DEVELOPMENT AND INNOVATION AT THE OBSERVATORY OF
BUSINESS SCIENCES OF THE UNIVERSITY OF OTAVALO**

Recibido: 25/11/2021 – Aceptado: 14/03/2022

Núñez Naranjo Santiago

Msc. Doctorante de la Universidad de Santiago de Compostela, España

Docente Tiempo Completo del Área de Ciencias Empresariales,
Universidad de Otavalo - Ecuador

snunez@uotavalo.edu.ec.
<https://orcid.org/0000-0002-0173-9611>

De la Torre Altamirano Soledad

Msc. Doctorante de la Universidad del Litoral, Argentina

Docente Tiempo Completo del Área de Ciencias Empresariales.
Universidad de Otavalo - Ecuador

mdelatorre@uotavalo.edu.ec.
<https://orcid.org/0000-0002-8374-3453>

Vásquez Andrade Jhonny Fernando

Mba. Magíster del Programa de Administración de Empresas de la
Universidad de Otavalo, Ecuador.

Analista de Inventario, Bodega y Adquisiciones de la Universidad de
Otavalo – Ecuador.

jvasquez@uotavalo.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-0282-9870>

Como citar este artículo:

Núñez, S., De la Torre, S. & Vásquez, J. (2022). Diseño de un área de desarrollo e innovación de productos y servicios comercializables en el observatorio de ciencias empresariales de la universidad de Otavalo. *Visión Empresarial* (12), 60-74. <https://doi.org/10.32645/13906852.1182>

Resumen

El objetivo de este trabajo es crear un Área de Desarrollo e Innovación de Productos y Servicios Comercializables adscrita al Observatorio de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo (OBCE) que permita apoyar la gestión emprendedora de las microempresas ecuatorianas de la zona norte. La propuesta tiene aceptación por parte de emprendedores y estudiantes encuestados, quienes reconocen requerir el asesoramiento en las etapas de creación, ejecución e implementación de proyectos de negocios. La muestra fue de 17 emprendedores y 93 estudiantes. El trabajo presenta un análisis de los distintos centros de emprendimiento que existen en otras Instituciones de Educación Superior, tanto públicas como privadas, así como un análisis de la coherencia de la propuesta con cuerpos normativos ecuatorianos como el vigente Plan Nacional de Desarrollo y la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. Como resultado, se presenta el direccionamiento estratégico del órgano propuesto, su estructura funcional, su modelo de gestión y su viabilidad financiera. Como conclusión del trabajo destaca que al no existir una incubadora de negocios funcional para la zona norte ecuatoriana, la presente propuesta es vital para el desarrollo de productos y servicios innovadores.

Palabras clave: emprendimiento, incubación, innovación, desarrollo, Observatorio de Ciencias Empresariales.

Abstract

The objective of this paperwork is to create an Area of Development and Innovation of Marketable Products and Services attached to the Observatory of Business Sciences of the University of Otavalo (OBCE) which allows to support the entrepreneurial management of Ecuadorian micro-enterprises in the northern zone. The proposal is accepted by entrepreneurs and students surveyed, who acknowledge requiring advice in the stages of creation, execution and implementation of business projects. The sample consisted of 17 entrepreneurs and 93 students. The work presents an analysis of the different entrepreneurship centers that exist in other Higher Education Institutions, both public and private, as well as an analysis of the coherence of the proposal with Ecuadorian normative bodies such as the current National Development Plan and the Organic Law of Entrepreneurship and Innovation. As a result, the strategic direction of the proposed body, its functional structure, its management model and its financial viability are presented. As a conclusion of the work, it stands out that since there is no functional business incubator for the northern Ecuadorian zone, this proposal is vital for the development of innovative products and services.

Keywords: entrepreneurship, incubation, innovation, development, Business Sciences Observatory.

Introducción

Entre 2019 y 2020, la tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) en Ecuador fue de 36.2%, representando un aproximado de 3.6 millones de personas entre 18 y 64 años que iniciaron un negocio, pero que aún no han pagado sueldos por más de 3 meses seguidos o que a su vez han pagado por más de 3, pero no en más de 42 meses seguidos. (Lasio, Amaya, Zambrano, & Ordoñana, 2020, p. 18). En Ecuador, no solo se presenta una tasa alta en la actividad emprendedora temprana con respecto a otros países de la región (Chile 23%, Guatemala 23% y Brasil 22%), sino también una alta tasa de cierre de negocios, que asciende al 8.3%, la más alta de la región, debido fundamentalmente a una falta de rentabilidad del negocio y al escaso apalancamiento financiero para su sostenibilidad (Lasio, Amaya, Zambrano, & Ordoñana, 2020, p. 20). La supervivencia y sostenibilidad de los emprendimientos ecuatorianos en el mediano y largo plazo se erige como la problemática a atender.

“La integración cuatripartita entre universidad, gobierno, comunidad y empresas del entorno es fundamental para construir escenarios cooperantes” (Salinas, 2012, p. 134) que fomenten la cultura emprendedora y fortalezcan los pilares de los distintos emprendimientos por medio del apoyo, seguimiento y asesoramiento continuo al menos en los primeros años de vida. De ahí que uno de los principales retos de las universidades ecuatorianas es promover una cultura emprendedora desde sus tres áreas sustantivas: académica, vinculación con la sociedad e investigación, con el fin de dar respuesta a la sostenibilidad de los negocios y alternativas a la ciudadanía en torno a la innovación de productos y servicios para su comercialización a nivel nacional e internacional. Según Kuratko (2005) el fomento de la cultura emprendedora en la educación superior se ha organizado principalmente en torno a dos tipos de instrumentos: programas de enseñanza y formación emprendedora; y programas de fomento y apoyo a la creación de empresas.

Las universidades, a través de sus facultades y carreras empresariales, adquieren el desafío de conseguir desarrollar programas curriculares con componentes de emprendimiento e innovación que generen habilidades administrativas y gerenciales de los estudiantes en apoyo de la sociedad (Urbano y Toledano, 2008) y así cumplir con el primer instrumento. Sin embargo, se ha hecho difícil generar programas de fomento y apoyo para la creación y seguimiento de nuevos negocios que además contengan un alto componente de innovación, más aún cuando en las universidades no se cuenta con un órgano coordinador sobre la materia. Ante dicha problemática, el Área de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo se ha planteado en 2020 crear un lugar físico y virtual de apoyo a los emprendimientos ecuatorianos, con especial énfasis en los de la zona norte, con miras en la generación de procesos innovadores que permita a la universidad tener un mayor acercamiento con las empresas de la localidad, en los diferentes sectores productivos. En este contexto, el propósito de este documento es presentar el diseño del Área de Desarrollo e Innovación de Productos y Servicios Comercializables en el Observatorio de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo (OBCE).

La propuesta considera presentar un análisis diagnóstico del proceso de innovación

e incubación de negocios desde la Universidad de Otavalo, así como un modelo de gestión, una estructura funcional relacionada con la del OBCE, y un presupuesto para su sostenibilidad financiera. En términos generales, la propuesta busca definir un diseño actual que permita satisfacer las necesidades de los emprendedores de la zona norte ecuatoriana desde un enfoque técnico.

Materiales Y Métodos

La metodología se orienta hacia 2 partes. En primera instancia, hacia un diagnóstico situacional del emprendimiento en la zona norte del Ecuador desde la universidad ecuatoriana, el cual está compuesto a su vez de 2 partes. La primera, por un análisis de los cuerpos normativos relacionados con el fomento del emprendimiento en Ecuador como el Plan Nacional de Desarrollo (Toda una Vida) y la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. La segunda parte, por una revisión documental, con enfoque cualitativo, de los distintos centros de emprendimientos relevantes en Ecuador y América Latina, lo que permite identificar los factores que influyen de forma positiva o negativa en el crecimiento de los negocios y emprendimientos

En segunda instancia, se presentan los resultados con base a un levantamiento empírico de información. A partir de los datos levantados, se diseña la propuesta de un Área de Desarrollo e Innovación de Productos y Servicios Comercializables que funja como un centro de emprendimiento e incubadora de negocios para la Universidad de Otavalo, el cual esté orientado a responder a dos tipos de beneficiarios: estudiantes y actores del ecosistema emprendedor local que necesitan un asesoramiento y capacitación para emprender un nuevo negocio o dar consecución a su idea.

El trabajo de campo ha incluido, por una parte, una encuesta a emprendedores de diferentes sectores comerciales, localizados en la zona norte del Ecuador. Se obtuvo una muestra de 17 emprendedores que han generado negocios y se han mantenido en 36 meses. Por otra parte, se ha incluido también una encuesta a estudiantes y graduados de las carreras del área de Ciencias Administrativas de la Universidad de Otavalo. El instrumento ha sido aplicado a 93 estudiantes de las carreras de Comercio Exterior, Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría, matriculados en el período abril - agosto 2021. Del total de respuestas, 48 han sido del género femenino y 45 del género masculino. Los estudiantes encuestados están entre los 17 a 21 años de edad con estudios de pregrado (80) y de posgrado (13). Los instrumentos fueron validados por criterio de expertos. Las 2 encuestas en su conjunto permiten establecer las falencias existentes en los negocios y las necesidades a satisfacer para poder incursionar en un emprendimiento. De igual forma, la encuesta permite determinar si existe interés de la sociedad de ser asesorados por la universidad sobre la puesta en marcha sus proyectos, y la incorporación del factor de innovación en sus productos y servicios. Los resultados esperados son de carácter cuantitativo ya que la investigación "se dedica a recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas" (Domínguez, 2006), en este caso la investigación se

enfoca en determinar las oportunidades de emprender de los estudiantes y las necesidades de los emprendedores de la zona; así como también la cuantificación de información en cuanto al ecosistema local de influencia de la universidad.

Resultados Y Discusión

1. Análisis del emprendimiento desde la universidad ecuatoriana

Las universidades juegan un papel fundamental en las actividades de emprendimiento e innovación, y es que las Instituciones de Educación Superior (IES) no están llamadas solamente a educar a través de su eje académico sobre la materia, sino también al fortalecimiento de las habilidades gerenciales y prácticas de los estudiantes y la sociedad, a través de la investigación y la vinculación. “La educación y la formación superior deberían contribuir a impulsar el espíritu empresarial, fomentando una actitud favorable y una mayor sensibilización hacia la profesión de empresario, lo cual repercute en un mayor número de empresas” (Comisión Europea, 2003, p. 15). Es así como, la formación integral sobre una cultura emprendedora dentro de las IES se presenta alrededor de dos enfoques. El primero, como una alternativa de desarrollo profesional ante la falta de empleo; y el segundo, como la visibilización de los estudiantes ante las empresas del sector como actores necesarios y estratégicos para su actividad comercial o productiva.

El diseño del Área de Desarrollo e Innovación de Productos y Servicios Comercializables pretende responder “a las discusiones relacionadas con políticas educativas que ven a las universidades cada vez más como los llamados “motores” de crecimiento económico reconociendo que el impacto económico de las universidades es dependiente, al menos en parte, sobre el éxito de los emprendimientos empresariales afiliados a la universidad (Hayter, 2018, p. 1041). Por lo que es primordial el acercamiento con los emprendimientos desarrollados en los diversos sectores del territorio por medio de asesorías, acuerdos, convenios y talleres o seminarios de capacitación que coadyuven a mejorar las perspectivas de empleo para sus estudiantes.

En la Provincia de Imbabura una de las características del sector es que las personas tienen un alto espíritu emprendedor, sin embargo, no poseen los conocimientos técnicos para llevar adelante sus ideas; por lo cual los proyectos permanecen sin ponerlos en marcha o no se desarrollan los procesos convenientes que permitan enfrentar el mercado. La creación del Área de Desarrollo e Innovación de Productos y Servicios Comercializables permitirá a la Universidad de Otavalo brindar asesoría y apoyo a los emprendedores con la finalidad de promover, articular y difundir las actividades de emprendimiento, identificar las distintas fases de incubación de negocios y clasificar a los emprendimientos y gestionar los procesos adecuados que requiere el emprendedor.

La propuesta tiene una relación con la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación y a su vez con el Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 (Toda una Vida), que en su eje N° 2 - Economía al servicio de la sociedad, en su objetivo 5 expresa: “impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria” (SENPLADES, 2017, p. 80); es decir que el Estado ecuatoriano promueve bajo este objetivo la generación de trabajo y empleo para los ecuatorianos, a través créditos, así mismo se menciona que la vinculación del sector educativo y académico es fundamental, ya que se requiere investigación e innovación para el desarrollo de los procesos de producción; además se incluye mecanismos de protección de la propiedad intelectual que garantiza e incentiva la innovación en el mercado ecuatoriano; estas acciones van de la mano con la reactivación económica de la industria nacional y de un potencial marco de alianzas público-privadas. (SENPLADES, 2017, p. 80).

En Ecuador el tema del emprendimiento y la innovación ha venido tomando relevancia en los últimos años al punto que el año 2020 se emitió: la “Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación”, que da un papel protagónico al Estado y sus instituciones en el apoyo y la creación de centros de emprendimientos, donde su mayor objetivo es que los micro emprendedores logren un desarrollo sostenido.

La innovación es “un proceso clave de las empresas pues permite la creación de ventajas competitivas gracias a la introducción de productos y servicios nuevos o mejorados al mercado, y respalda su eficiencia productiva y organizacional gracias a la introducción o mejora de los procesos de producción y entrega” (Medellín, 2013, p. 21); dicho en otras palabras en la actualidad no es suficiente la creación de nuevos productos u ofertar servicios de calidad, es fundamental también el desarrollo de estrategias que en mediano y largo plazo reflejen una ventaja competitiva que sea difícil de imitar para la competencia y que ésta sea su mayor fortaleza y le permita alcanzar los objetivos planteados.

Con base en el literal 2. Art. 3 de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación que define a la innovación como: “el proceso creativo mediante el cual se genera un nuevo producto, diseño, proceso, servicio, método u organización, o añade valor a los existentes” (Asamblea Nacional, 2020, p. 4), podemos argumentar que, la innovación transforma al conocimiento y lo refleja en la creación de nuevos productos o servicios, explota una idea exitosa para el incremento de la producción y la competitividad de la organización

1.1 Tipos de Innovación

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico distingue 4 tipos de innovación según su ámbito de acción:

Tabla 1

Tipos de innovación y sus características

Innovación de producto	Introducción de un bien o servicio nuevo o significativamente mejorado en sus características o usos.
Innovación de proceso	Implementación de un método de producción o distribución nuevo, o significativamente mejorado.
Innovación de marketing	Implementación de un nuevo método de marketing que conlleve cambios significativos en el diseño del producto o el packaging, la colocación, las promociones o el precio.
Innovación organizativa	Implementación de un nuevo método organizativo en las prácticas de negocio de la empresa, en la organización del área de trabajo o en las relaciones externas.

Fuente: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

Elaborado por: Los autores

A partir de estos tipos de innovación, se propone llevar a cabo en el Área de Desarrollo e Innovación de Productos y Servicios Comercializables el proceso de incubación de negocios, para dar soporte y crecimiento a proyectos emprendedores a través de asesoría técnica, financiera, legal y administrativa, sin embargo, no basta con tener una idea de negocio es importante estructurarla y planificar su proyección y sostenibilidad; en este sentido una incubadora de negocios evalúa la viabilidad técnica, financiera y de mercado de un proyecto nuevo o brinda ayuda para añadir valor a un producto o servicio existente en el mercado. Se pretende incluir todas las etapas de la incubación: captación, pre-incubación, incubación y pos-incubación.

Análisis de centros de emprendimiento e incubadoras de negocios

Según estudio The University Business Incubator (UBI) conocido como Global World Rankings of Business Incubators and Accelerators 2019-2020, realizado alrededor de 364 incubadoras y aceleradoras de negocios a nivel mundial se establece el top 20 de incubadoras de negocios de universidades en el mundo; dentro de las cuales destacan en América: en sexto lugar “Incuba UC” de la Universidad de Concepción en Chile, en séptimo lugar “Incubadora Campus Nova” de la Pontificia Universidad Javeriana Cali en Colombia, en el puesto 13 “Red de Incubadoras” de la Universidad del Valle en México y en el puesto 16 “Supera Parque de Innovación y Tecnología” de la Universidad de São Paulo en Brasil (Meyer, 2019, p. 11).

Tabla 2.

Modelos de Gestión Incubadoras Internacionales

INCUBA UC - CHILE N°6	CAMPUS NOVA - COLOMBIA N°7	RED DE INCUBADORAS MÉXICO N°13	SUPERA – BRASIL N° 16
<u>Asesoría y apoyo al emprendimiento temprano y avanzado</u> <u>Innovación tecnológica</u> Redes de apoyo y Financiamiento Internacionalización Asesoría	Orientación a emprendimientos de estudiantes y jóvenes Ideación y Ejecución Etapas de <u>Ideación</u> <u>Prototipo y validación</u> <u>Crecimiento y Consolidación</u> Etapas de ejecución <u>Premomentum</u> <u>Salto Base</u> <u>Momentum</u> Asesoría	<u>Impulso al Emprendimiento especialmente mujeres</u> Cultura Empresarial Plan de Negocios y seguimiento Procesos: <u>Diagnóstico</u> <u>Pre incubación</u> <u>Incubación</u> <u>Post incubación</u> Consultoría	Hacer de la innovación y el emprendimiento una práctica constante en la Universidad. Espacios de innovación Redes interinstitucionales y espacios para crecer <u>Parque tecnológico</u> Incubadora y Aceleradora Proyecto de Cooperación Centro de Modernización Empresarial Centro de Investigación y Desarrollo Internacionalización

Fuente: Páginas web de las Universidades y Centros de Emprendimiento

Elaborado por: Los autores

En lo que respecta a nivel nacional es importante establecer que en el Ecuador existen 52 Universidades de Educación Superior y de éstas solo 13 instituciones se encuentran certificadas por la SENESCYT como Universidades que cuentan con un centro de emprendimientos o incubadora de negocios; las cuales actúan como agentes de innovación que acompañan y asesoran presencialmente en el proceso de desarrollo y avance de un proyecto. De estas instituciones para beneficio de la investigación se consideran cuatro las cuales serán tomadas como base para la propuesta.

Tabla 3

Modelos de Gestión Incubadoras Nacionales

PRENDHO – UTPL LOJA	PROGRAMA INCUBADORA UPS	I3LAB ESPOL	INNOPOLIS YACHAY
Innovar, incubar y acelerar (todos) Fomenta iniciativas innovadoras Mentoría y formación Prototipado de productos Programa potenciar el emprendimiento creativo o cultural Red investigación y de contactos <u>Agente de innovación</u> <u>Internacionalización</u>	Promover emprendimientos estudiantes y profesionales Fomento a la creatividad Mentoría y Gestión del cambio Prototipado y diseño de productos Incubadora cultural - industrias creativas – apoyo y fortalecimiento de las capacidades a gestores culturales y creativos <u>Agente de innovación</u> <u>Internacionalización</u>	Fomenta la creación de empresas, transferencia de tecnología e innovación en estudiantes. Ecosistemas de innovación Asesoría , Entrenamiento y Capacitación <u>Impulsa y desarrolla la cultura emprendedora</u> Prototipado y desarrollo de técnicas – 3D Red de contacto y apoyo <u>Agente de innovación</u> <u>Internacionalización</u>	Fomenta una cultura emprendedora - etapas de pre-incubación, incubación y post-incubación Servicios especializados Prototipado y Fabricación digital Programa de telecomunicaciones avanzadas Convenios para obtener capital semilla <u>Agente de innovación</u> <u>Internacionalización</u>

Fuente: Páginas web de las Universidades y Centros de Emprendimiento

Elaborado por: Los autores

3. MODELO DE GESTIÓN PARA LA INCUBADORA DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD DE OTAVALO

En el plan estratégico de desarrollo institucional (PEDI) 2021-2025 de la Universidad de Otavalo, se establece en el eje de investigación e innovación el objetivo estratégico “motivar, incentivar y desarrollar la investigación e innovación en docentes y estudiantes” (Planificación, 2021, p. 18); como una de las actividades necesarias para el cumplimiento de este objetivo estratégico se propone la creación de un centro de emprendimientos o incubadora de negocios. En el año 2021, se genera las políticas y directrices de innovación con la finalidad de “contribuir -a partir de la investigación, vinculación con la sociedad y docencia al desarrollo de procesos sostenibles y nuevos paradigmas de innovación, emprendimiento y transferencia de conocimientos con impactos sociales, culturales, económicos y académicos” (p. 6).

Además, este instrumento considera los objetivos del sistema de innovación y líneas de acción de la Universidad estableciendo el objetivo a3: Generar procesos de incubación de emprendimientos cuyas líneas de acción son: apoyar a la sostenibilidad de emprendimientos locales a través de procesos de incubación y brindar asesoría y acompañamiento en las diferentes etapas de la puesta en marcha de emprendimientos, incluyendo aspectos técnicos, legales y de propiedad intelectual (Planificación, 2021, p. 8).

En este contexto, se analiza la posibilidad de implementar un centro de emprendimientos o incubadora de negocios como una unidad administrativa adscrita al OBCE en el que se transversalice la academia, la investigación y la vinculación, por medio de proyectos de apoyo al sector emprendedor ecuatoriano. El área objeto de estudio permitirá impulsar la idea de negocio o emprendimiento, a través del desarrollo de habilidades, conocimientos y capacidades que fomenten el espíritu y la cultura emprendedora principalmente en estudiantes y egresados de la Universidad de Otavalo y en emprendedores del mercado local, quienes en la encuesta realizada han demostrado en un 90% y 98% requerir los servicios (12 de 17 emprendedores y 92 de 93 estudiantes).

3.1 Direccionamiento Estratégico del Área de Desarrollo e Innovación de Productos y Servicios Comercializables

Objetivo

Asesorar en la elaboración y ejecución de proyectos para fomentar el crecimiento empresarial en la zona norte del país.

Objetivos Estratégicos

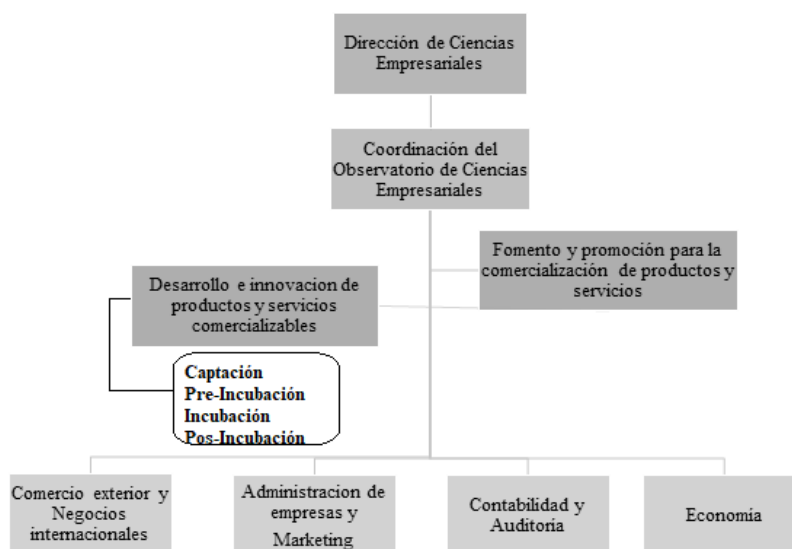
- Apoyar la creación y consolidación de empresas ayudándolas a superar barreras técnicas, gerenciales y de mercado.
- Brindar los medios necesarios para favorecer el proceso de financiamiento público o privado en los emprendimientos nuevos o consolidados.

- Desarrollar las etapas del proceso administrativo acorde a los requerimientos de los emprendimientos.

Estrategias

- Captación de ideas y formulación de planes de negocios como trabajo de grado en estudiantes de la Universidad de Otavalo y grupos de interés.
- Desarrollar los estudios económicos para el acceso al financiamiento del proyecto.
- Asesoría y acompañamiento integral en el desarrollo de las actividades comerciales, financieras y administrativas de los emprendimientos

3.2 Estructura funcional del Área de Desarrollo e Innovación de Productos y Servicios Comercializables en el Observatorio de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo



Elaborado por: los autores

Para la determinación del modelo de gestión del Área de Desarrollo e Innovación de Productos y Servicios Comercializables en el OBCE, se ha generado la matriz CANVAS en la misma que se identifican los siguientes aspectos:

Tabla 4

Modelo CANVAS del Área de Desarrollo e Innovación de Productos y Servicios Comercializables

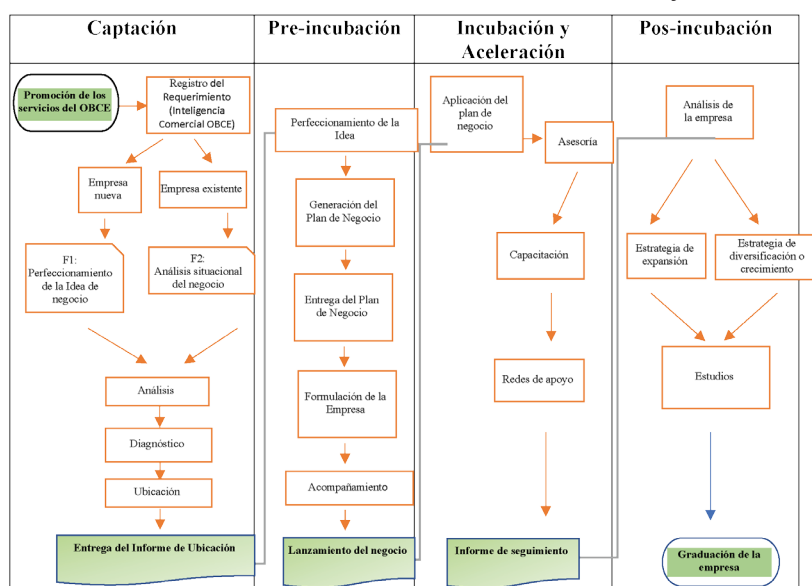
<p>Socios Clave</p> <p>Los estudiantes que quieran emprender. Los emprendedores que busquen desarrollar una idea de negocio. Los GAD's locales y otras empresas públicas de fomento del desarrollo económico. Las Ong's o inversionistas privados</p>	<p>Actividades Clave</p> <p>Tasa de ingreso de clientes Coeficiente de rentabilidad a partir de los servicios pagados. Asesoría y Acompañamiento</p> <p>Recursos Clave</p> <p>Docentes Asistente Administrativa Estudiantes Infraestructura Equipos Informáticos Mobiliario Plataforma Virtual y software</p>	<p>Propuesta de Valor</p> <p>Crear negocios e innovar productos para aportar al desarrollo económico a través del emprendimiento apoyado en la incubadora de negocios.</p>	<p>Relaciones Cliente</p> <p>Cliente-Universidad - Centro</p> <p>Canales</p> <p>Difusión de los servicios del centro e incubadora de negocios página de la Universidad y del Observatorio. Promoción con los negocios existentes. Prensa local. Flyers</p>	<p>Segmentos Clientes</p> <p>Se direcciona a los estudiantes de la Universidad de Otavalo especialmente del Área de Ciencias Empresariales y de la Maestría en Administración de Empresas y el público interesado en desarrollar una idea de negocio en el territorio de influencia de la Universidad formando parte de una incubadora</p>
<p>Estructura de costes</p> <p>Los costos corresponden al pago del personal administrativo considerado, así como los gastos de publicidad. Los servicios que generan ingresos considerarán un porcentaje de pago para el coordinador correspondiente.</p>		<p>Flujo de Ingresos</p> <p>Los ingresos del centro de emprendimiento e incubadora de negocios se generan principalmente por parte de la Universidad como presupuesto institucional aprobado para el proyecto y en segundo lugar por el pago de los servicios prestados a los estudiantes y público interesado. En tal sentido el centro generará diversos servicios, y programas de fomento y apoyo.</p>		

Elaborado por: Los autores

Se propone 4 procesos que interactúen de forma sistemática, lógica y secuencial dentro del órgano investigativo y de servicio, para lo cual, se desarrolla el correspondiente flujo de procesos:

Figura 2

Flujo de Procesos del Área de Desarrollo e Innovación de Productos y Servicios Comercializables



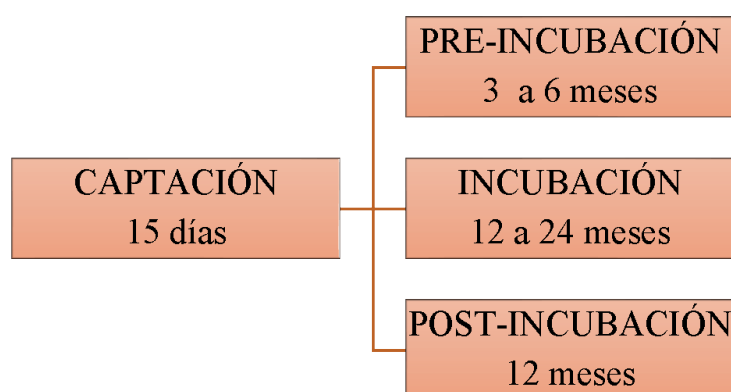
Fuente: Manual de Procesos y Procedimientos de Gestión Administrativa del OBCE

Elaborado por: Los autores

El proceso inicial de captación permite determinar la potencialidad de los proyectos de emprendimiento o idea de negocio y puede durar 15 días. El proceso de pre-incubación recibe e incorpora los proyectos aceptados para seguimiento y puede tomar de 3 a 6 meses. La etapa de incubación o aceleración considera dos procesos que pueden durar de 12 a 24 meses y el proceso de pos-incubación que tiene un tiempo máximo de duración de 12 meses (ver ilustración 3)

Figura 3

Período de duración de los emprendimientos por proceso



Elaborado por: Los autores

3.3. Viabilidad financiera

Es importante mencionar que la Universidad de Otavalo cuenta con la infraestructura física adecuada para la implementación del área objeto de estudio, que estará ubicada en el bloque N° 4 y tendrá el siguiente presupuesto anual, el cual incluye la contratación de una persona que trabaje en las áreas funcionales del Observatorio de Ciencias Empresariales y en apoyo del Coordinador General.

Tabla 5

Presupuesto anual del Área de Desarrollo e Innovación de Productos y Servicios Comercializables

<u>RUBRO</u>	<u>PRESUPUESTO</u>
MOBILIARIO	1.000
ADAPTACIÓN INFRAESTRUCTURA	1.000
SUELDOS (1 persona)	5.400
EQUIPOS INFORMÁTICOS	1.500
PUBLICIDAD GENERAL	800
TRÁMITES EN GENERAL	500
TOTAL	10.200

Elaborado por: Los autores

Conclusiones

A partir del trabajo presentado se puede concluir que la universidad ecuatoriana y las facultades de ciencias empresariales están inmersas en el desafío de ofrecer alternativas prácticas a la sociedad en torno al fomento de la cultura y la actividad emprendedora e innovadora. Ante lo cual, la Universidad de Otavalo presenta una propuesta válida de creación de un Área de Desarrollo e Innovación de Productos y Servicios Comercializables adscrita al Observatorio de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo (OBCE), la cual desarrolle principalmente procesos de captación de negocios, pre-incubación, incubación y aceleración y pos-incubación.

Se ha evidenciado que el éxito de un área de fomento a emprendimientos, negocios, productos y servicios comercializables en la zona norte depende transversalmente de una sinergia entre los tres actores clave como son universidad, empresas y sociedad. Esto se suma a la participación activa del gobierno nacional y de los gobiernos locales que fomentan la investigación y el desarrollo de nuevas ideas de negocio a través de las normativas, regulaciones, y planes vigentes que en el caso ecuatoriano son idóneas para poner en marcha la propuesta desarrollada.

12 de los 17 empresarios encuestados han indicado que no han recibido algún tipo de capacitación para la administración de su negocio dentro de los últimos 6 meses, lo que se hace necesario para poder mejorar sus procesos. De igual forma, los estudiantes encuestados indican la falta de recursos económicos y una limitada oferta de fuentes de financiamiento lo que dificulta el desarrollo de su idea de negocio y la puesta en marcha de la empresa, con 91 respuestas afirmativas los estudiantes están de acuerdo en recibir una asesoría por parte de la Universidad de Otavalo y que implemente un área de apoyo a sus ideas de negocio y fomenta una cultura emprendedora con base el modelo CANVAS. Las siguientes investigaciones subsecuentes sobre el tema se las puede enfocar en el diseño, aplicación y evaluación de una metodología para identificar productos y servicios comercializables a través del desarrollo y acompañamiento para su comercialización eficaz.

Referencias Bibliográficas

- Asamblea Nacional. (2020, Febrero 21). Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. REGISTRO OFICIAL, Suplemento 151 de 28-feb.-2020. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Comisión Europea. (2003). El espíritu empresarial en Europa. Bruselas: Libro Verde.
- Domínguez, Y. (24 de Octubre de 2006). El análisis de información y las investigaciones cuantitativas y cualitativas. Revista Cubana de Salud Pública.
- Hayter, C. A. (2018). Conceptualizing academic entrepreneurship ecosystems: a review, analysis and extension of the literature. J. Technol Transf Nro. 43, 1039-1082.
- Kuratko, D. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. Recuperado el 10 de octubre de 2021 de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>

- Lasio, V; Amaya, A; Zambrano, J; Ordoñana, X. (2020, Octubre 20). Global Entrepreneurship Monitor ECUADOR 2019-2020. ESPAE Escuela de Negocios de la ESPOL - ISSN No. 13903047, 1-65.
- Medellín, E. (2013). Construir la innovación. Gestión de tecnología en la empresa (Vol. I). México: Siglo XXI.
- Meyer, H. (2019, Noviembre). UBI Global World Rankings of Business Incubators and Accelerators 2019-2020. The University Business Incubator , 1-26.
- Núñez, S. De la Torre, S. Valdospinos A. (2021). Proceso de gestión administrativa: caso observatorio de ciencias empresariales de la universidad de Otavalo. RES NON VERBA REVISTA CIENTÍFICA, 11(2), 84–102. <https://doi.org/10.21855/resnonverba.v11i2.554>.
- Planificación, D. d. (2021). Plan Estratégico de Desarrollo Institucional 2021-2025. Universidad de Otavalo, Planificación, Otavalo.
- Salinas, F. (Agosto de 2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa(75), 129-151.
- SENPLADES. (2017, Septiembre 22). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 - Toda una Vida. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Urbano, D. y Toledano. N. (2008). Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas. Barcelona, ES: Editorial UOC, p. 1-20.