

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Workshop para implementar nuevas herramientas de Emprendimiento e Innovación en
estudiantes de la USFQ

Betty Micaela Gallardo Paredes

Publicidad

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito para la obtención del título de
Publicidad

Mayo 2024

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Workshop para implementar nuevas herramientas de Emprendimiento e Innovación en
estudiantes de la USFQ

Betty Micaela Gallardo Paredes

M.Sc. Juan Pablo Gallegos Campos, Coordinador Carrera de Publicidad USFQ

Mayo 2024

© DERECHOS DE AUTOR

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

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

Nombres y apellidos: Betty Micaela Gallardo Paredes

Código: 00213538

Cédula de identidad: 1725037400

Lugar y fecha: Quito, 16 de Mayo de 2024

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

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

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project - in whole or in part - should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

El siguiente proyecto integrador tiene como objetivo potenciar el networking y aprendizaje en temas de Emprendimiento e Innovación en los estudiantes de la USFQ, con la finalidad de que conozcan a profundidad las herramientas necesarias y fundamentales para llevar a cabo un emprendimiento, por medio de la exploración conocimientos, especialmente en base a la teoría del Value Proposition Canvas. De esta manera, nace “Empower Up”, un Workshop para brindar el conocimiento que necesitan los estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito al momento de emprender. Se identificó que los ámbitos en los que los estudiantes suelen sentir más faltantes de conocimiento al momento de emprender, nace desde como tienen que conquistar a una persona para que elija su producto y no el de otro emprendimiento. Por esta razón el Workshop aborda de manera estructural este aspecto importante, brindando conocimiento de Value Proposition canvas que se centra en todas las fases de un emprendimiento y sirve como una guía para que los emprendimientos en general tomen en cuenta aspectos de Target.

Palabras clave: Emprendimiento e Innovación, Networking, Aprendizaje, Conocimiento, Value Proposition Canvas, Herramientas, Target.

ABSTRACT

The following integrative project aims to enhance networking and learning in Entrepreneurship and Innovation topics among USFQ students, with the purpose of providing them with an in-depth understanding of the necessary and fundamental tools for entrepreneurship through knowledge exploration, particularly based on the theory of the Value Proposition Canvas. Thus, "Empower Up" is born, a Workshop to provide students of the Universidad San Francisco de Quito with the knowledge they need when embarking on entrepreneurship. It was identified that students often feel lacking in knowledge in areas related to how to persuade someone to choose their product over another entrepreneurial venture. For this reason, the Workshop structurally addresses this important aspect by providing knowledge of the Value Proposition Canvas, which focuses on all phases of entrepreneurship and serves as a guide for ventures to consider Target aspects.

Keywords: Entrepreneurship and Innovation, Networking, Learning, Knowledge, Value Proposition Canvas, Tools, Target.

TABLA DE CONTENIDO

Capítulo 1.....	10
1.1 Introducción.....	10
1.2 identificación del Problema.....	11
1.3 Justificación.....	12
1.4 Objetivos de la investigación.....	13
1.4.1 Objetivo General.....	13
1.5 Viabilidad del Proyecto.....	14
Capítulo 2.....	15
2.1 Emprendimiento Estudiantil.....	15
2.2 Riesgos de un Emprendedor.....	16
2.2.1 Riesgos del entorno.....	17
2.2.2 Riesgos generados en la empresa.....	17
2.3 Ambientes Colaborativos e Interactivos de Aprendizaje.....	18
2.3.1 Talleres y Workshops.....	18
2.4 Estrategias Publicitarias de Impacto.....	18
2.4.1 Publicidad de Contenido –Estrategia Inbound Marketing.....	19
2.4.2 Estrategia Push.....	20
2.5 Metodologías de Aprendizaje en el Emprendimiento.....	20
2.5.1 Diseño de Pensamiento (Design Thinking).....	21
2.6 Club de Innovación USFQ.....	22
2.7 Benchmarking.....	23
2.7.1 Benchmarking Local.....	23
2.7.1.1 Universidad de las Américas UDLA.....	24
2.7.1.2 Cámara de Comercio de Quito.....	24
2.7.2 Benchmarking Global.....	25
2.7.2.1 Google for Startups.....	25
2.7.2.2 Universidad de Stanford.....	25
2.7.2.3 Massachusetts Institute of Technology (MIT).....	25
2.7.2.4 Y Combinator.....	26

2.7.3 Conclusiones y aprendizaje.....	26
Capítulo 3.....	27
3.1 Investigación Estratégica.....	27
3.2 Enfoque Cualitativo.....	27
3.3 Enfoque Cuantitativo.....	28
3.4 Diseño de investigación.....	29
3.5 Recopilación de Datos.....	29
3.5.1 investigación por entrevistas.....	29
3.5.2 investigación por encuestas.....	29
3.6 Conclusiones de investigación.....	37
3.7 Brief Creativo.....	38
3.7.1 Problema.....	38
3.7.2 Target.....	38
3.7.3 Insights.....	38
3.7.4 Solución.....	38
Capítulo 4.....	39
4.1 La Esencia de Empower Up.....	39
4.2 Identidad Visual.....	39
4.2.1 Cromática.....	40
4.2.2 Tipografías.....	40
4.2.3 Posteos.....	41
4.3 Workshop.....	42
4.4 Resultados.....	42
4.5 Conclusión y Recomendaciones.....	43
Figura 1.....	22
Figura 2.....	22
Figura 3.....	23
Figura 4.....	23
Figura 5.....	23
Figura 6.....	24
Figura 7.....	25

Figura 8.....	25
Figura 9.....	25
Figura 10.....	25
Figura 11.....	25
Figura 12.....	33
Figura 13.....	33
Figura 14.....	34
Figura 15.....	34
Figura 16.....	35
Figura 17.....	35
Figura 18.....	36
Figura 19.....	36
Figura 20.....	37
Figura 21.....	40
Figura 22.....	40
Figura 23.....	41
Figura 24.....	42
Figura 25.....	42

1. CAPÍTULO 1

1.1 Introducción

El emprendimiento es una de los pilares fundamentales que tiene la Universidad San Francisco de Quito, el mismo que forma parte de las artes liberales y de las vidas de cada uno de los estudiantes de la Universidad, y es que si tienes un emprendimiento puedes ver desarrollados todos tus conocimientos adquiridos en la Universidad reflejados en él. "Un emprendimiento es un negocio iniciado y desarrollado de manera independiente. El proyecto puede estar a cargo de una o más personas que se consideran emprendedores." De Azkue (2023b).

El emprendimiento cuenta con una serie de retos a los cuales te enfrentas desde el día en el que decides crearlo, por ejemplo en mi caso como experiencia propia tuve que desarrollar mi emprendimiento como un proyecto de vida a corto plazo, sin saber a las cosas que tenía que enfrentarme y saber para el desarrollo del mismo, dentro del tema de emprender se deben saber muchas ramas que a nuestra corta edad no sabemos qué debemos hacerlas desde el día, por ejemplo una de las cosas más importantes es el tema legal, dentro de esta rama hay miles de cosas que uno como emprendedor debe informarse, si en este caso quiere llevar a su emprendimiento a otro nivel.

En base a lo mencionado al principio de esta introducción es el emprendimiento como pilar fundamental de los estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito, y es que al caminar por la Universidad siempre vas a encontrarte por lo menos con un estudiante que esté vendiendo comida u otra cosa, a partir de esto se puede deducir que

los dragones en su mayoría cuentan con un emprendimiento mientras están cursando su carreras, es por eso que en base a este tema del emprendimiento, también me lleva a preguntarme: Después de graduarse, ¿qué decisiones toman los estudiantes que tienen un emprendimiento? ¿Deciden conservarlo y llevarlo a otro nivel o lo abandonan para dedicarse a trabajar en una empresa?

Por lo general, un emprendimiento es visto de dos maneras diferentes, que este se lo crea por necesidad o por otro lado que este sea un proyecto de vida que se desea desarrollarlo desde el momento, y es que esto depende de los objetivos de cada persona, pero para llevarlo a cualquiera de los dos caminos se necesitan saber muy de a fondo muchas herramientas, y es por eso que como proyecto de mi tesis deseo crear este espacio de conocimiento para emprendedores de la Universidad San Francisco de Quito, un Workshop que contara con una serie de dinámicas a cargo de una mentora, esta mentora será Carolina Berrazueta, profesora de Emprendimiento de la Universidad San Francisco de Quito, como argumento a esta decisión a mi criterio, que mejor una persona que estuvo en nuestros zapatos algún día y se preguntaba lo mismo que nos preguntamos a esta edad, y en estos momentos lleva con éxito su empresa que empezó como un pequeño emprendimiento.

1.2 Identificación del Problema

A pesar de que la USFQ, a través de los recursos que brinda a sus estudiantes como lo son las clases de Artes Liberales, han logrado impactar positivamente en cada uno de los estudiantes e inculcar la creatividad en ellos, existe un vacío en el conocimiento de herramientas que se necesitan para llevar a cabo un emprendimiento. El principal reto que enfrenta el área de emprendimiento es que los estudiantes desarrollan su emprendimiento

mientras estudian, pero cuando están a puertas del mundo laboral, es decir en su último semestre se enfrentan a una pregunta principal que es: ¿Me dedico a mi emprendimiento o trabajo en una empresa donde pueda trabajar con la profesión de la que me gradué? A partir de esta pregunta, se crea una cierta confusión en cada estudiante que tiene su emprendimiento.

1.3 Justificación

El siguiente proyecto de titulación tiene como objetivo potenciar los emprendimientos de cada uno de los estudiantes que están en crecimiento al proporcionarles herramientas y oportunidades para conocer más a fondo el mundo de los negocios, mediante la experimentación de conocimientos de temas principales como Liderazgo y Marketing seguido de otras herramientas importantes. A la vez también, se sabe que este proyecto no solo beneficia a los estudiantes en su emprendimiento, sino también visualiza distintas oportunidades que se pueden presentar en su camino. Al involucrar a los estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito, un Workshop que cuenta con contenido de valor, se logra que lleven su conocimiento de emprendimiento a otro nivel, para que a futuro ese emprendimiento no se quede como un pequeño proyecto, sino que se transforme en una marca de alto nivel.

De esta manera este proyecto unió al área de Emprendimiento (que forma parte del School of Business), USFQ Alumni, y al club de emprendimiento, que con esto se logra proporcionar una solución a este problema que beneficia al público objetivo, que en este caso son los estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito.

1.4 Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivo General

Fortalecer los conocimientos y habilidades de los estudiantes emprendedores de la Universidad San Francisco, mediante la creación de ambientes interactivos y colaborativos que promuevan el intercambio de ideas.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Explorar y comprender el contexto que tienen los estudiantes emprendedores de la USFQ, centrándose en identificar barreras de conocimiento y habilidades clave.
- Seleccionar a una mentora de la USFQ, con experiencia y conocimientos especializados en áreas relevantes que los estudiantes necesitan.
- Proporcionar a los estudiantes herramientas prácticas y recursos útiles que les permitan aplicar los conocimientos adquiridos en sus propios proyectos emprendedores o en iniciativas futuras.
- Determinar la estrategia publicitaria para convocar a los estudiantes emprendedores de la USFQ y motivarlos a asistir a las sesiones interactivas y colaborativas.

1.4.3 Preguntas de Investigación

- ¿Cómo la creación de ambientes interactivos y colaborativos pueden fortalecer los conocimientos y habilidades de los estudiantes emprendedores?
-

- ¿De qué manera podemos explorar y comprender las barreras de conocimiento y habilidades que tienen los estudiantes emprendedores de la USFQ?
- ¿Cómo podemos seleccionar a un grupo de mentores especializados, graduados de la USFQ, en las áreas que los estudiantes emprendedores necesitan?
- ¿Qué tipo de herramientas y recursos son útiles y prácticas para los estudiantes emprendedores de la USFQ?
- ¿Cuál es la mejor estrategia publicitaria para convocar a estudiantes emprendedores de la USFQ a participar en los talleres?

1.4 Viabilidad del Proyecto

Este proyecto surge como respuesta al gran reto que enfrentan los graduados de la USFQ que tienen emprendimientos al momento de graduarse, sin saber si continuar con sus proyectos o buscar empleo en una empresa relacionada con su área de estudio. Para abordar esta situación, se propone la creación de un workshop impartido por mentores graduados de la USFQ, quienes ofrecerán orientación y consejos basados en su propia experiencia emprendedora y profesional.

La integración de Artes Liberales es esencial para el desarrollo de este proyecto, ya que proporciona una perspectiva que fortalece el enfoque hacia el emprendimiento y la toma de decisiones profesionales. El apoyo entre distintos departamentos de la USFQ, incluyendo el Club de Innovación, el Área de Emprendimiento, permite aprovechar las habilidades y recursos disponibles en cada área para ofrecer un workshop completo y efectivo.

La universidad cuenta con los recursos necesarios para respaldar esta iniciativa, incluyendo instalaciones adecuadas para la realización del workshop y la disposición para colaborar en la organización de eventos relacionados con el emprendimiento. Además, el apoyo del Club de Innovación, garantiza la participación de mentores calificados y la promoción del evento entre la comunidad universitaria.

El desarrollo del workshop en presencial, asegura su accesibilidad y viabilidad económica, mientras que la divulgación y promoción se llevarán a cabo a través de los canales de comunicación de la USFQ, aprovechando el alcance de las redes sociales y otras plataformas digitales.

En conjunto, este proyecto busca proporcionar a los graduados de la USFQ las herramientas y la orientación necesarias para tomar decisiones informadas sobre el futuro de sus emprendimientos y carreras profesionales.

2. CAPITULO 2

2.1 Emprendimiento Estudiantil

Uno de los pilares fundamentales que tenemos los estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito, es que somos creativos y emprendedores, por lo que la mayoría de dragones desde sus inicios en la Universidad toman este camino del emprendimiento. Dentro de este campo del emprendimiento podemos verlo entre varias ramas, entre una de ellas está el Emprendimiento Estudiantil, el mismo que se enlaza mucho a la parte del emprendimiento en jóvenes, tiene como definición que Según "El emprendimiento joven hace referencia a la actitud y aptitud para llevar a cabo un proyecto a través de ideas y oportunidades, afrontando las adversidades. El término se usa, sobre todo, en economía,

campo que define emprendimiento como una iniciativa que asume un riesgo económico con la finalidad de aprovechar una oportunidad del mercado”. (De Noticias Colegio de la Upb, 2020). Una de las características principales de todo emprendedor es su capacidad para identificar oportunidades donde la mayoría de las personas no las perciben. Estas oportunidades pueden estar acompañadas de algunos riesgos, pero también ofrecen la posibilidad de cosechar grandes beneficios en el futuro. Enfrentar estos riesgos requiere que cada emprendedor aplique diversas herramientas, ya sea en el ámbito financiero, estratégico u otros, para superar los obstáculos y alcanzar el éxito.

2.2 Riesgos de un Emprendedor

Los riesgos son una parte integral de cualquier proyecto emprendido por una persona, y es que para emprender necesitas arriesgar muchas cosas desde tu dinero y demás, para llegar al objetivo que es el éxito en tu marca. Al riesgo dentro de un emprendimiento según Deloitte & Touche e IMEF definen el riesgo como el “impacto y la probabilidad de que una amenaza pueda afectar adversamente la capacidad de una organización en lograr sus estrategias y objetivos de negocio”(Universidad de EAFIT, 2015, p. 18)

2.2.1 Riesgos del Entorno

El entorno comprende elementos como el país donde está ubicada la empresa, su naturaleza, la región, la ciudad, además del sector, la industria y las condiciones económicas, políticas, sociales y culturales.

- Riesgos de la naturaleza (terremotos, maremotos, deslizamientos, erupción volcánica, etc.)

- Riesgo país
- Riesgo cultural
- Riesgo económico
- Riesgo político
- Riesgo social
- Riesgo tecnológico

2.2.2 Riesgos Generados en la Empresa

Dentro de la empresa se pueden presentar una serie de riesgos que pueden afectar los procesos, el mercado, los recursos humanos, físicos, tecnológicos, financieros y organizacionales, así como a los clientes y hasta la imagen de la misma.

- Riesgo reputacional
- Riesgo puro
- Riesgo especulativo
- Riesgo estratégico
- Riesgo operativo
- Riesgo físico
- Riesgo ambiental
- Riesgo legal

2.3 Ambientes Colaborativos e Interactivos de Aprendizaje

Uno de los objetivos de este proyecto es organizar un evento que cuente con algunos parámetros y pueda brindar un ambiente colaborativo e interactivo de aprendizaje, para cumplir con esto es necesaria la creación de un Workshop.

2.3.1 Talleres y Workshops

”Un workshop es un evento de formación o taller práctico en el que un grupo de profesionales o los empleados de una empresa se reúnen para aprender nuevas habilidades o adquirir conocimientos”.(Admin_Centrodenegocioszaragoza, 2022). En este caso, el evento se trata de un taller diseñado específicamente para estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito que estén comprometidos con el emprendimiento, ya sea que tengan una meta en mente o estén desarrollando un proyecto empresarial. El propósito principal es proporcionarles herramientas necesarias a través de dinámicas dirigidas por exalumnos de USFQ que hayan emprendido con éxito, con el fin de enriquecer su conocimiento y perspectiva empresarial. Al participar en el taller, los estudiantes podrán adquirir experiencia práctica y obtener una nueva visión del mundo de los negocios.

Además, este taller también tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes en proceso de emprendimiento consejos prácticos. Buscamos ofrecerles una guía sobre qué pasos seguir mientras se acercan al mundo laboral y a su graduación.

2.4 Estrategias Publicitarias de Impacto

Una de las características clave de una estrategia publicitaria impactante es su capacidad para captar la atención del público objetivo de manera creativa y memorable

En este proyecto en particular, el objetivo es que los conocimientos impartidos a los estudiantes se graben en sus mentes mediante el uso de herramientas de aprendizaje y metodologías innovadoras por parte de los mentores a cargo del taller. Este taller es especialmente impactante ya que cuenta con mentores que no solo poseen experiencia relevante, sino que también pueden identificarse con los estudiantes al haber pasado por experiencias similares, como por ejemplo, un ex alumno de la USFQ que ahora actúa como mentor de un estudiante de la misma universidad. Dentro de este campo de las estrategias existen varias que se pueden aplicar dentro de una empresa, en nuestro caso al ser un proyecto nuevo esta basado solo en 2 estrategias fundamentales que a continuación se las desglosa:

2.4.1 Publicidad de Contenido - Estrategia Inbound Marketing

''El Inbound Marketing se traduce literalmente como mercadotecnia interna y es más conocido como marketing de atracción. Constituye un conjunto de técnicas que nos permiten llegar a nuestros clientes, definidos en esta metodología como buyer persona, de forma no intrusiva. Es una estrategia que atrae al cliente con contenido útil, relevante y de valor''(Fuente, 2023).

Para garantizar el éxito de este proyecto, se hace hincapié en una estrategia de comunicación vital, especialmente a través de las redes sociales del Club de Innovación de la USFQ. En este contexto, es esencial considerar el tipo de contenido que se comparte. Se propone una estrategia centrada en la creación de contenido de valor, donde la idea que se quiere promover no esté explícitamente expuesta. El objetivo es atraer la atención de los estudiantes hacia el evento sin parecer demasiado insistente.

El contenido a compartir abordará temas relevantes para emprendedores, ofreciendo consejos prácticos y elementos con los que los estudiantes puedan sentirse identificados. Se utilizarán diferentes formatos, como publicaciones regulares y reels, que se programarán para ser compartidos durante una semana consecutiva. Al finalizar esta semana de contenido, se realizará el lanzamiento oficial de la publicación que incluirá toda la información necesaria sobre el evento.

Esta estrategia busca crear interés gradual y sutil en el evento, aprovechando la identificación de los estudiantes con el contenido compartido y generando expectativas positivas para la publicación final.

2.4.2 Estrategia Push

”La estrategia Push es una estrategia de impulso, en ella el objetivo es llevar el producto o el servicio hasta los clientes, para que lo conozcan y sean conscientes de él. A través de este sistema se ubica en el cliente, la conciencia de compra y se utiliza en gran medida el inbound marketing. Las estrategias Push buscan llamar la atención de los clientes, suelen ser más intrusivas y usan incentivos o descuentos para conseguir las ventas”(Talent, 2023).

La característica principal de esta estrategia radica en su enfoque en proyectos desconocidos, como es el caso de este evento, que se está realizando por primera vez. Para que la idea sea atractiva para el público objetivo, se requiere una estrategia sólida de venta. Además, se busca que el público conozca este nuevo producto, en este caso, el evento. Para implementar esta estrategia de manera efectiva, es necesario ofrecer incentivos que despierten el interés del público. En este sentido, se pueden utilizar recursos como clases de emprendimiento y la colaboración de

profesores para promocionar el evento y fomentar su participación como parte del plan de estudios. Esto garantizará que los estudiantes estén informados sobre el evento y lo vean como una oportunidad valiosa para su desarrollo.

2.5 Metodologías de Aprendizaje en el emprendimiento

Las metodologías de aprendizaje son técnicas utilizadas para facilitar y optimizar el proceso de adquirir conocimientos por parte de los estudiantes. Estas metodologías proporcionan una estructura y guía, permitiendo diseñar experiencias de aprendizaje efectivas y adaptadas a las necesidades y características de los estudiantes.

2.5.1 Diseño de Pensamiento (Design Thinking)

''El Design Thinking es una metodología orientada a la generación de soluciones a partir de un reto. Se divide en cinco fases: Empatía, Definición, Ideación, Prototipado y Validación. Una vez terminado el proceso, puedes volver a cualquier de las fases desde la que empezar una nueva iteración''(Design Thinking España, 2023). Una de las metodologías más reconocidas en el ámbito del emprendimiento es el Design Thinking. Es esencial comprender que esta metodología se centra en el usuario para abordar problemas y generar soluciones innovadoras, lo cual constituye uno de los pilares fundamentales que los estudiantes adquieren durante este evento. La capacidad para resolver problemas es una habilidad crucial para cualquier emprendedor, ya que enfrentan constantemente desafíos tanto internos como externos. Por lo tanto, es crucial destacar este tema durante el evento y resaltar su importancia en el proceso emprendedor.

Dentro de esta metodología, los estudiantes también adquieren habilidades para comprender las necesidades y deseos de sus clientes. A través de la empatía y la observación, aprenden a conectarse con las experiencias y perspectivas de los usuarios. Este enfoque se relaciona directamente con la generación de ideas creativas para abordar esas necesidades de manera efectiva. Es decir, se les enseña a no solo identificar las demandas del mercado, sino también a entender profundamente las motivaciones y aspiraciones de sus potenciales clientes para crear soluciones innovadoras y significativas.

2.6 Club de Innovación de la USFQ

El Club de Innovación de la USFQ, es una organización estudiantil compuesta por más de 120 estudiantes de diversas disciplinas que se enfoca en impulsar el talento de sus miembros acercando e involucrando proyectos de alto impacto nacional e internacional. Somos el espacio donde preparamos a los líderes del futuro que convertirán Latinoamérica en una potencia basada en tecnología, emprendimiento e innovación. Los pueden encontrar en sus redes sociales como @innovacionusfq en Instagram y en LinkedIn Club Innovación USFQ. El Club de innovación realiza de 4 a 5 eventos por semestre, cada uno con temas de negocios, emprendimiento e innovación.



Figura 1.- Instagram



Figura 2.-



Figura 3

Figura 4

Figura 5

Figura 6

2.7 Benchmarking

”El *benchmarking* se define como la acción de medir productos, servicios y procesos, comparando los resultados con otras empresas conocidas por ser líderes en uno o más aspectos de sus operaciones” (Bello, 2021). El benchmarking en este proyecto se hace con el objetivo de impulsar la innovación al inspirar nuevas ideas y enfoques. Al observar las prácticas exitosas de otras universidades en este caso o empresas que realicen este tipo de eventos, se pueden generar ideas para desarrollar de mejor manera.

2.7.1 Benchmarking Local

El Benchmarking local se centra en analizar las iniciativas emprendidas por otras instituciones, especialmente universidades, en el ámbito del emprendimiento. Dado que este evento se llevará a cabo en la Universidad San Francisco de Quito, es crucial examinar los tipos de eventos que otras universidades han organizado con el objetivo de enriquecer el conocimiento de sus estudiantes en esta área. Esto proporcionará información valiosa sobre las prácticas exitosas y las tendencias emergentes en el ámbito

del emprendimiento educativo, permitiendo así mejorar la planificación y ejecución del evento en la USFQ. Es importante recalcar que los elementos principales a analizar en cada una de las competencias, es que eventos han realizado en los últimos meses, en base a qué metodologías y cómo lo comunican.

2.7.1.1 Universidad de las Americas (UDLA)

- **Negocios & Proyectos 2023-10 ACTIVIDAD LÚDICA DEL CLUB DE EMPRENDIMIENTO** (Actividad acerca de cómo crear tu marca personal. Esta actividad estará enfocada en la gestión del talento humano en tiempos de crisis)
- **CONCURSO DE EMPRENDIMIENTO ACBSP ANUAL** (El concurso busca a los mejores emprendimientos para ayudarles en su desarrollo, en esta edición su enfoque debe ser inclusión y diversidad) **Negocios & Proyectos 2023-20**
- **ENFRENTANDO EL FRACASO** (aprenderás cómo sobrellevar y transformar el fracaso en oportunidades de crecimiento).



Figura 7



Figura 8

2.7.1.2 Cámara de Comercio de Quito

La Cámara de Comercio de Quito ofrece workshops y programas de emprendimiento para apoyar a emprendedores locales a través de su Centro de Desarrollo

Empresarial. Estos programas incluyen capacitaciones, asesorías y eventos de networking para emprendedores.



Figura 9



Figura 10



Figura 11

2.7.2 Benchmarking Global

2.7.2.1 Google for Startups

Google ofrece una serie de workshops y programas de capacitación para emprendedores a través de su iniciativa Google for Startups. Estos workshops cubren una variedad de temas, desde desarrollo de productos hasta estrategias de marketing digital.

2.7.2.2 Universidad de Stanford

La Universidad de Stanford en California es conocida por su enfoque en el emprendimiento. Ofrece una variedad de workshops y programas de capacitación en emprendimiento a través de su Centro de Emprendimiento e Innovación.

2.7.2.3 Massachusetts Institute of Technology (MIT)

El MIT ofrece workshops y programas de emprendimiento a través de su iniciativa MIT Innovation Initiative. Estos programas están diseñados para ayudar a los estudiantes a desarrollar habilidades empresariales y lanzar sus propios negocios.

2.7.2.4 Y Combinator

Y Combinator es una aceleradora de startups que ofrece workshops y programas de capacitación para emprendedores. Sus programas están diseñados para ayudar a las startups a crecer y escalar sus negocios.

2.7.3 Conclusiones y aprendizaje

El benchmarking tanto a nivel local como global revela referencias que cuentan con metodologías de aprendizaje, como los workshops. Sin embargo, el análisis del benchmarking local se ve limitado debido a que la mayoría de las universidades carecen

27

de un club de emprendimiento y no tienen registros de haber realizado workshops. Por otro lado, el benchmarking global ofrece una amplia gama de entidades que se dedican a realizar este tipo de talleres con el fin de fortalecer los negocios de los usuarios.

En el análisis de cada referencia, se destaca principalmente su capacidad para comunicar sus talleres y eventos, así como la facilidad de acceso a la información. Se observa que la mayoría de las instituciones locales proporcionan información muy general, lo que dificulta su visibilidad y accesibilidad para los estudiantes interesados en el emprendimiento.

En resumen, se identifica la necesidad de mejorar la redacción del texto para expresar con mayor claridad las limitaciones del benchmarking local y la importancia de la comunicación efectiva en la promoción de eventos emprendedores.

3. CAPÍTULO 3

3.1 Investigación Estratégica

Esta investigación se centra en los desafíos que enfrentan los estudiantes de la Universidad San Francisco al emprender. Es crucial comprender y analizar las debilidades individuales de los estudiantes para poder orientarlos de manera efectiva y proporcionarles las herramientas necesarias para convertir la experiencia en un proceso de aprendizaje enriquecedor. Esta comprensión ayudará a guiar a los estudiantes y facilitarles el camino para llevar sus ideas de emprendimiento al siguiente nivel, transformándolas en marcas exitosas en el futuro. Es importante destacar que la metodología de investigación de este proyecto será principalmente cualitativa. A través de la recopilación y análisis de información, se identificará el problema principal que enfrentan los estudiantes al emprender.

3.2 Enfoque Cualitativo

El enfoque cualitativo se seleccionó con el objetivo de obtener información detallada sobre los desafíos, pensamientos, necesidades y percepciones de los estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito en relación con el emprendimiento. Es fundamental tener en cuenta que esta tesis es un Proyecto Integrador de Publicidad con Artes Liberales. Se llevaron a cabo tres entrevistas diferentes:

La primera entrevista se realizó con Pablo Carrera, coordinador y profesor de Emprendimiento de la USFQ, con el fin de comprender sus perspectivas sobre las herramientas necesarias para que los estudiantes puedan emprender y adentrarse en el mundo de los negocios.

La segunda entrevista fue dirigida a Ximena Ferro, profesora de Publicidad de la USFQ, quien proporcionó información desde su perspectiva publicitaria y crítica sobre la campaña que se está llevando a cabo en este proyecto. Su aporte permite tener una visión de la importancia de una buena campaña de comunicación, así como consejos que podrían ser útiles para los estudiantes. También se analizó la información que se impartirá durante el evento.

Por último, se realizó una entrevista a Gabriel Bermeo, profesor de Emprendimiento de la USFQ, quien aportó su perspectiva sobre las necesidades de los alumnos como emprendedores y proporcionó información relevante sobre herramientas de innovación y emprendimiento fundamentales para la construcción de una marca por parte de un estudiante.

3.3 Enfoque Cuantitativo

El enfoque cuantitativo se seleccionó con la finalidad de obtener datos que refieren percepciones identificadas en las diferentes entrevistas realizadas. Este enfoque tiene como objetivo brindar una visión más general y cuantificable de la magnitud del problema encontrado. De esta manera, se realizó una encuesta con preguntas cerradas dirigidas a estudiantes de la USFQ. Los datos recolectados en esta encuesta fueron fundamentales para identificar patrones comunes y tendencias sobre el problema y así proporcionar una justificación que respalde el contenido de el proyecto. Para este estudio, se realizó una encuesta con preguntas cerradas; el diseño de la encuesta constaba de 10 preguntas: preguntas de percepciones, preguntas sobre desafíos de estudiantes que emprenden, y preguntas sobre necesidades.

3.4 Diseño de Investigación

Ambos enfoques metodológicos fueron seleccionados debido a que se complementan mutuamente para obtener una comprensión profunda del problema identificado. La información recopilada sobre las necesidades y desafíos de los estudiantes emprendedores, obtenida a través de la perspectiva de Pablo Carrera, Profesor de Emprendimiento de la USFQ en la entrevista cualitativa, junto con los datos estadísticos obtenidos en la encuesta, permitieron descubrir hallazgos de gran importancia. Estos hallazgos son fundamentales para elaborar una estrategia de herramientas a ser implementadas durante el taller, la cual debe ser creativa, estratégica y justificada. La muestra del enfoque cualitativo fue seleccionada con el objetivo de obtener, por un lado, la opinión de primera mano de alguien que posea un profundo conocimiento sobre el tema del emprendimiento y que tenga contacto directo con estudiantes emprendedores, además de pertenecer a la universidad. Por otro lado, el criterio de selección más relevante para llevar a cabo las entrevistas en el departamento de Emprendimiento fue contar con una persona que posea un alto conocimiento sobre las teorías que se deben aplicar en un emprendimiento innovador. Es por ello que se eligió a Gabriel Bermeo, profesor de emprendimiento, para abordar los temas de Innovación y Emprendimiento. Para el área de Publicidad, se seleccionó a Ximena Ferro, profesora de la carrera, debido a su conocimiento valioso e importante sobre el manejo de su área. Ambos son profesionales que aportan un alto valor en sus respectivos campos.

3.5 Recopilación de datos

3.5.1 Investigación por entrevistas

Se llevaron a cabo tres entrevistas dirigidas a individuos que cumplían con criterios

específicos. Para cada entrevista se buscó a personas que cumplieran con los siguientes requisitos: la primera persona debía ser profesor de emprendimiento e innovación en la USFQ, la segunda persona debía tener un conocimiento detallado sobre temas de Publicidad e Investigación de Mercados, y la tercera persona debía ser Coordinador del área de emprendimiento y tener un profundo conocimiento de las teorías relacionadas con dicho tema. En base a estos criterios, las personas entrevistadas fueron:

- Ximena Ferro, profesora de la carrera de Publicidad de la USFQ.
- Gabriel Bermeo, profesor de Emprendimiento de la USFQ
- Pablo Carrera, coordinador y profesor de Emprendimiento de la USFQ

De este modo se generaron preguntas para cada entrevistado.

Ximena Ferro, profesora de la carrera de Publicidad en la USFQ, cuenta con varios años en la USFQ entre siendo estudiante y profesora. Ella se encarga de impartir diversas clases dentro de la carrera de Publicidad, una de ellas Campañas Publicitarias.

En primer lugar, Ximena comparte su perspectiva sobre los estudiantes que emprenden mientras estudian, basándose en experiencias observadas. Opina que muchos estudiantes que emprenden mientras cursan sus estudios no pueden dedicarse completamente a sus clases debido a las preocupaciones relacionadas con su emprendimiento. Argumenta que estos estudiantes tienen toda una vida por delante para emprender, por lo que sugiere que adquieran experiencia laboral previa en empresas para comprender su funcionamiento antes de iniciar un emprendimiento propio. Destaca la importancia de comprender aspectos legales como la facturación y otros temas relevantes en el ámbito empresarial. También menciona los riesgos que enfrentan los emprendedores, especialmente en un mercado ecuatoriano desafiante, donde la situación

económica ha hecho que los consumidores sean más reticentes a pagar el precio real de los productos.

Además, Ximena comparte algunas experiencias que ha observado en estudiantes de la Carrera de Publicidad, donde menciona que estos "rompen el mercado" al cobrar por su trabajo con un valor que no es proporcional a lo que normalmente cuesta. Explica que esto se debe a que los estudiantes no tienen las mismas responsabilidades financieras que una empresa establecida, ya que aún dependen económicamente de sus padres. En resumen, destaca que es importante considerar estos factores al tomar decisiones relacionadas con el emprendimiento y el mercado laboral.

Gabriel Bermeo, profesor de Emprendimiento y experto en Innovación, quien mediante una entrevista nos recomienda el camino que se debe seguir para que este proyecto sea interesante y llame la atención de los estudiantes, destaca la importancia de considerar diversas teorías en un taller de emprendimiento e innovación.

Entre ellas, resalta la relevancia de la teoría del Value Proposition Canvas. Esta teoría se centra en comprender a fondo las necesidades y deseos del cliente para diseñar un producto o servicio con una propuesta de valor diferenciada y atractiva. Según Gabriel, el éxito de un emprendimiento radica en gran medida en el producto ofrecido, pero también subraya la importancia del desarrollo continuo del mismo y la implementación de estrategias efectivas para su crecimiento en el mercado. En conclusión, Gabriel enfatiza que el Value Proposition Canvas es una herramienta valiosa que ayuda a los emprendedores a comprender mejor a sus clientes y a construir una propuesta de valor sólida para su negocio.

Pablo Carrera, profesor y coordinador de emprendimiento en la USFQ, comparte su perspectiva sobre la importancia de crear ambientes interactivos y colaborativos para

beneficiar a los estudiantes. Destaca que estos ambientes fomentan la creatividad, las relaciones humanas y la generación de ideas innovadoras para resolver problemas. Además, resalta el papel crucial de la interactividad digital en el entorno actual, ya que activa los sentidos y promueve un ambiente propicio para el desarrollo de ideas y la innovación. Carrera enfatiza que la combinación de ambas características resulta en un entorno estimulante que impulsa la generación de nuevas ideas y proyectos.

En cuanto a la identificación y comprensión de las barreras de conocimiento y habilidades que enfrentan los estudiantes emprendedores en la USFQ, Carrera sugiere utilizar metodologías que simplifiquen lo complejo y lo hagan más comprensible. Destaca la importancia de la comunicación clara y de utilizar ejemplos visuales y naturales para facilitar el entendimiento.

En relación a la selección de mentores especializados para apoyar a los estudiantes emprendedores, Pablo establece criterios clave. En primer lugar, destaca la importancia del conocimiento sobre metodologías y herramientas tecnológicas y no tecnológicas relevantes para los emprendimientos actuales. Además, resalta la experiencia previa en el ámbito emprendedor, que permitirá a los mentores ofrecer una visión más amplia y práctica del negocio. Por último, menciona la importancia de la pasión y la empatía del mentor, ya que esto contribuye a su compromiso y capacidad para ayudar y guiar a los estudiantes hacia el éxito en sus emprendimientos.

3.5.2 Investigación por encuestas

Se realizó una encuesta con 10 preguntas que se dividieron en 4 temáticas principales: necesidades, desafíos y herramientas que tienen los emprendedores de la USFQ, con el objetivo de entender si esto sería útil, el contenido que sería valioso impartir

durante el taller, y el formato más adecuado para el producto final. 40 Se obtuvieron 101 respuestas en total, a continuación, las preguntas y los resultados de cada una:

¿Qué tipo de actividades interactivas y colaborativas consideras que podrían fortalecer tus habilidades emprendedoras mientras estudias en la USFQ?

101 respuestas



Gráfico 12.- Se puede observar que el 50,5% de los estudiantes encuestados optan por actividades que se enfoquen en talleres prácticos donde se simulan situaciones empresariales reales.

¿Cuáles crees que son las principales barreras en términos de conocimientos y habilidades que enfrentan los estudiantes emprendedores de la USFQ al intentar iniciar un negocio?

101 respuestas



Gráfico 13.- Se puede observar que el 42,6% de los estudiantes encuestados opinan que una de las principales barreras que enfrentan los estudiantes emprendedores de la USFQ, es la inseguridad para tomar riesgos y enfrentar la incertidumbre del mercado.

¿Qué incentivos adicionales crees que podrían motivar a los estudiantes a participar activamente en actividades relacionadas con el emprendimiento en la USFQ?

100 respuestas

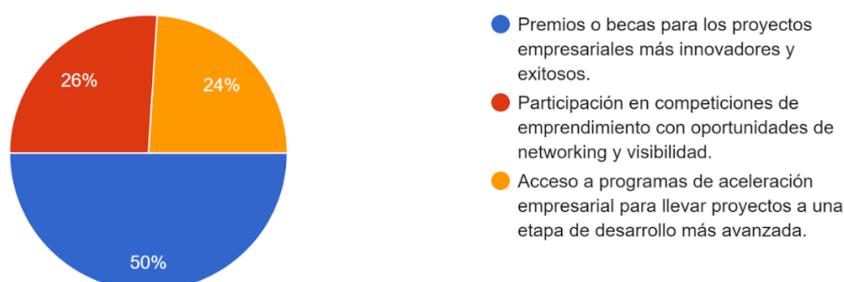


Gráfico 14.- Se puede observar que el 50% de los estudiantes encuestados opinan que una de las motivaciones que podría dar la USFQ a sus estudiantes emprendedores, son premios o becas para los proyectos empresariales más innovadores y exitosos.

¿Crees que es posible para los estudiantes graduados de la USFQ iniciar un negocio mientras trabajan en una empresa?

101 respuestas

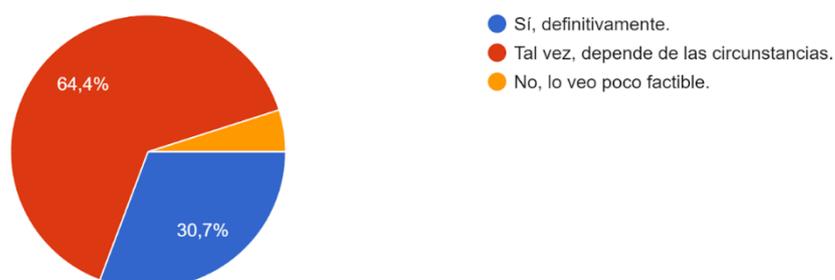


Gráfico 15.- Se puede observar que el 64,4% de los estudiantes encuestados opinan que un estudiante puede emprender y trabajar, depende de las circunstancias que este se encuentre.

¿Cómo crees que la USFQ podría apoyar a los graduados que deseen emprender mientras trabajan en una empresa?

101 respuestas

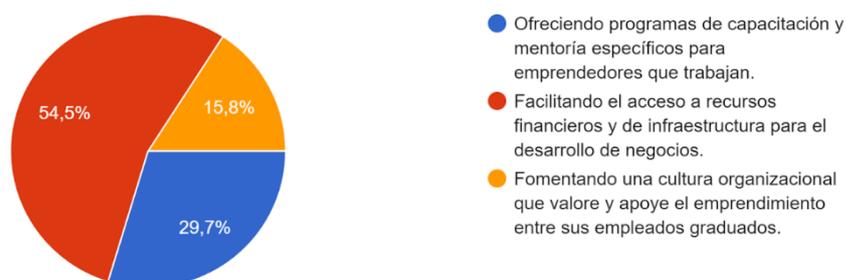


Gráfico 16.- Se puede observar que el 54,5% de los estudiantes encuestados opinan que la USFQ podría apoyar a los graduados que deseen emprender mientras trabajan, facilitando el acceso a los recursos financieros y de infraestructura para el desarrollo de negocios.

¿Qué estrategias consideras más efectivas para equilibrar tus responsabilidades laborales con el desarrollo de tu propio negocio después de graduarte?

101 respuestas

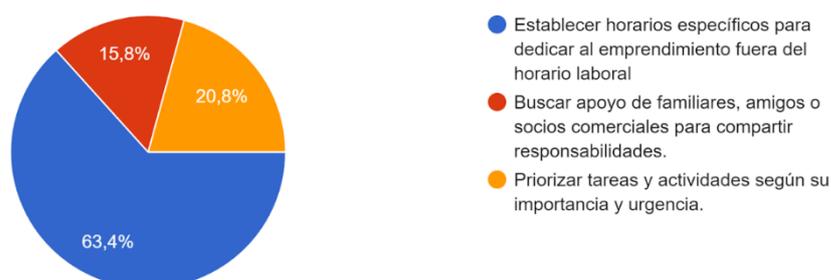


Gráfico 17.- Se puede observar que el 63,4% de los estudiantes encuestados opinan que una de las estrategias más efectivas para equilibrar las responsabilidades tanto con el

trabajo como en el emprendimiento, es el establecer horarios específicos para dedicar al emprendimiento fuera del horario laboral.

¿Qué desafíos crees que podrías enfrentar al intentar emprender mientras trabajas en una empresa después de graduarte de la USFQ?

101 respuestas

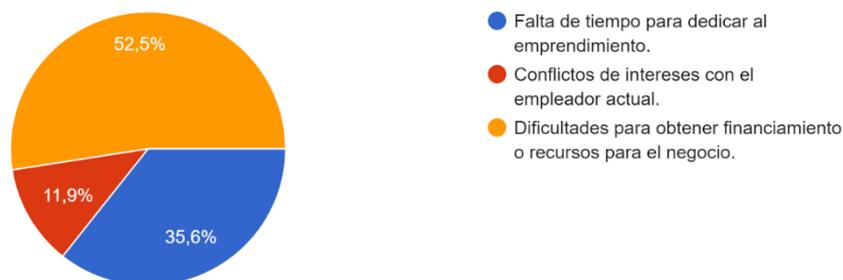


Gráfico 18.- Se puede observar que el 52,5% de los estudiantes encuestados opinan que uno de los desafíos que podrían enfrentar los estudiantes que emprenden mientras trabajan en una empresa después de graduarse de la USFQ, es que tienen que enfrentar dificultades para obtener financiamiento o recursos para el negocio.

¿Cómo crees que el hecho de emprender mientras trabajas en una empresa podría beneficiarte en términos de desarrollo profesional y personal?

100 respuestas

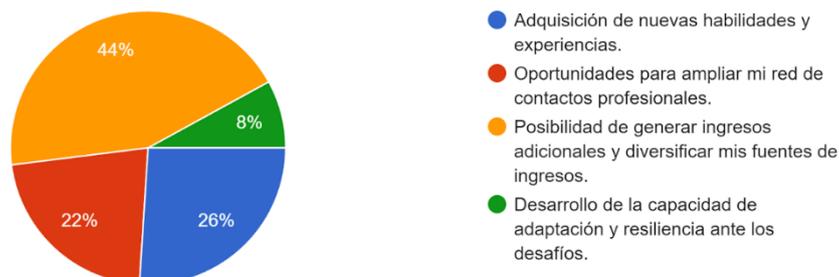


Gráfico 19.- Se puede observar que el 44% de los estudiantes encuestados opinan que el beneficio de trabajar en una empresa mientras se emprende, es que se tiene la posibilidad de generar ingresos adicionales y diversificar las fuentes de ingresos.

¿Cuál crees que es el impacto potencial de fomentar el emprendimiento entre los graduados de la USFQ que trabajan en empresas existentes?

101 respuestas

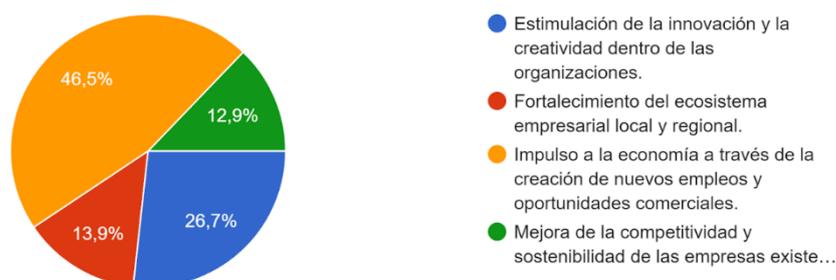


Gráfico 20.- Se puede observar que el 46,5% de los estudiantes encuestados opinan que el impacto que genera la USFQ en el tema de emprendimiento en sus estudiantes, es que en un futuro los dragones impulsan a la economía a través de la creación de nuevos empleos y oportunidades comerciales.

3.6 Conclusiones de investigación

Con base a la investigación realizada se logró determinar que existe un problema de enfrentar riesgos cuando un estudiante toma la decisión de emprender mientras estudia, o cuando se gradúa y trabaja a la vez en una empresa. A su vez, pudimos identificar que, a pesar de que cuentan con algunos conocimientos del tema, es muy difícil para ellos tomar decisiones que implican algunos parámetros, consideran que el fortalecimiento de herramientas y motivaciones que de la USFQ a sus estudiantes, en un futuro podrán lograr diversificar y realizar las dos cosas a la vez, trabajar en una empresa y emprender.

3.7 Brief Creativo

3.7.1 Problema

A pesar de que la USFQ brinda algunas clases de colegio general como emprendimiento y demás, los estudiantes tienen un faltante de conocimientos y habilidades que forman parte de lo que es tomar la decisión de tener un emprendimiento. Los estudiantes pueden tener un emprendimiento, pero muchas veces su proyecto se queda en la idea y no la ejecutan de una buena manera y con estrategia.

3.7.2 Target:

- Estudiantes de la USFQ de entre 18 y 25 años, involucrados en emprendimiento o en proyectos para emprender, que busquen herramientas para implementar sus ideas o mejorar sus negocios a partir de sus productos.

Mensaje Clave:

Comienza desde la raíz, generando tu propuesta de valor.

3.7.3 Insights

“Me siento indeciso en si creer en mi negocio o en el de alguien más”

3.7.4 Solución

¿Qué? Ofrecer una experiencia única a los estudiantes emprendedores de la USFQ, proporcionándoles las herramientas necesarias para impactar a través de propuestas de valor en sus emprendimientos. Solo así podrán lograr un equilibrio exitoso entre su emprendimiento y el trabajo en una empresa.

¿Cómo? Empower UP es un taller que ofrece valiosa información sobre la teoría del Value Proposition Canvas. Este taller se enfoca en el diseño de productos con

propuestas de valor, abordando temas clave como investigación de mercado y comprensión del cliente. Con este conocimiento, los estudiantes obtendrán una visión más clara para sus emprendimientos y estarán mejor preparados para enfrentar los desafíos que conlleva emprender.

4. CAPÍTULO 4

4.1 La Esencia de Empower Up

Conscientes del perfil predominante de nuestra audiencia, principalmente jóvenes entre 18 y 25 años, fue esencial planificar y desarrollar una identidad de marca que se alinea estratégicamente con este público objetivo. La esencia de Empower Up se basa en la idea de ofrecer un enfoque elegante, serio y amigable, manteniendo al mismo tiempo un lenguaje formal e informativo.

Tras el análisis comparativo realizado de las universidades que cuentan con Workshops similares, identificamos que ninguna de ellas ofrece el tipo de contenido que planeamos proporcionar en Empower Up. Esta disparidad nos ha llevado a concebir una propuesta de valor única: brindar información de calidad a los jóvenes a través de un evento con formato de taller o workshop.

4.2 Identidad Visual

Para reflejar el objetivo de nuestra campaña de hacer crecer los emprendimientos dentro de la USFQ y conectar con nuestra audiencia, hemos creado un logo con un formato de Workshop. Se seleccionó un símbolo de flechas y estadísticas para representar el concepto de crecimiento. El logo consta tanto del logotipo como del isotipo, siendo

este último el símbolo de crecimiento. También incluye un eslogan y el nombre "Empower Up", el cual hace alusión a empoderar a los emprendimientos de la USFQ.



Figura 21.- Logo Empower Up

4.2.1 Cromática

La cromática que se utilizó en las piezas creativas y mantienen la identidad de Empower Up son los colores del logo, es decir tanto del fondo como del gráfico de crecimiento. La cromática es principalmente una combinación de colores oscuros, y vivos. La idea es transmitir a través de esos colores confianza y a la vez llame la atención de nuestra audiencia.

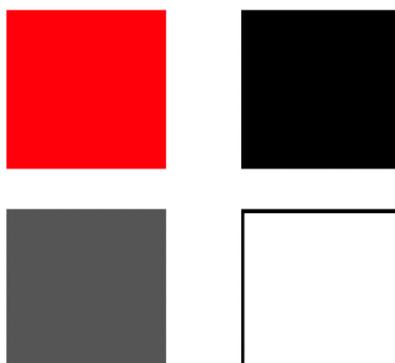


Figura 22.- Paleta de colores

Se utilizó un patrón para complementar la identidad visual de Empower Up. Este patrón hace referencia a una textura que da elegancia al diseño de las piezas. Este patrón representa la atención al detalle que caracteriza al Workshop

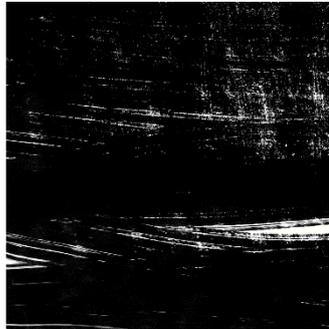


Gráfico 23.- Patrón

4.2.2 Tipografías

Para lograr un enfoque amigable, elegante, dinámico, único y cercano hemos elegido 2 tipografías con muchos contrastes, entre ellas que son las siguientes: Open Sans para el logotipo, Open Sans para los títulos, y Glacial Indifference para los textos (párrafos) Estas tipografías son sólidas y contrastan con el logotipo, lo que genera una estética definida, diferente y única para la marca.

4.2.3 Posteos

Como parte de nuestra estrategia de comunicación para esta campaña, nos enfocamos en la difusión de contenido a través de redes sociales como Instagram. Aquí, publicamos una variedad de contenido, incluyendo reels y carruseles, que brindaban información sobre el evento.

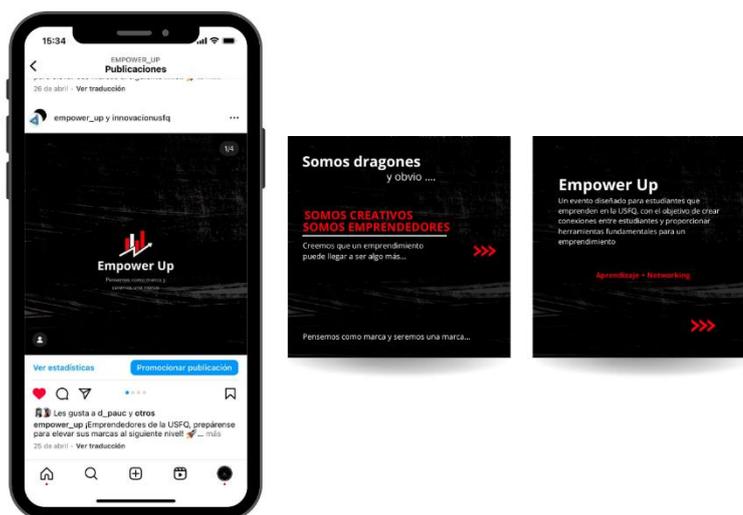


Grafico 24.- Posteo de Instagram tipo Carrusel



Grafico 25.- Reels

4.3 Workshop

Empower Up es un evento diseñado específicamente para estudiantes emprendedores de la USFQ. Su principal objetivo es proporcionarles las herramientas necesarias para el crecimiento de sus marcas. El evento se llevó a cabo el 10 de mayo de 2024, con un total de 28 emprendimientos inscritos, de los cuales 19 asistieron. El

desarrollo del evento contó con el apoyo y acompañamiento de Carolina Berrazueta, profesora de emprendimiento en la USFQ. Durante el workshop, se impartieron conocimientos sobre la teoría del Value Proposition Canvas, brindando así a los participantes una base sólida para el desarrollo y fortalecimiento de sus proyectos empresariales.

4.4 Resultados (kpIs)

Se creó una página de Instagram, la cual obtuvo un total de 51 seguidores

- Reels Instagram:

Reel 1: 16,300 reproducciones, 262 likes y 18 guardados

Reel 2: 4,923 reproducciones, 105 likes y 3 guardados

Reel 3: 5,242 reproducciones, 60 likes y 4 guardados

- Carrusel: 14 likes y 1 guardado

4.5 Conclusión y recomendaciones

Luego de evaluar el impacto del evento Empower Up, diseñado para los emprendedores de la USFQ con el objetivo de impulsar el crecimiento de sus marcas, se pueden extraer algunas conclusiones importantes.

En primer lugar, se evidenció la necesidad y el interés de los estudiantes emprendedores por obtener herramientas y recursos que les permitan desarrollar y fortalecer sus proyectos empresariales. El evento logró reunir a un total de 19 emprendedores, de los 28 inscritos, lo que indica una respuesta positiva por parte de la comunidad estudiantil.

El apoyo y acompañamiento de Carolina Berrazueta, profesora de emprendimiento en la USFQ, fue fundamental para el éxito del evento. Su experiencia y conocimientos contribuyeron a enriquecer el contenido del workshop, especialmente en lo referente a la teoría del Value Proposition Canvas, proporcionando a los participantes una base sólida para la formulación de propuestas de valor efectivas.

En este sentido, se recomienda que el Club de Innovación de la USFQ explore la posibilidad de establecer alianzas estratégicas para promover el crecimiento de los emprendedores de la USFQ y fomentar una mayor integración entre los estudiantes.

Por otra parte, se reconoce el potencial de la Publicidad y el Club de Innovación como aliados en la comunicación y la promoción de eventos dirigidos a la comunidad estudiantil. La colaboración con estos departamentos podría enriquecer la estrategia de comunicación de futuros eventos y fortalecer el sentido de pertenencia de los estudiantes a la comunidad universitaria.

En resumen, el evento Empower Up demostró ser una iniciativa valiosa y necesaria para los emprendedores de la USFQ, proporcionando un espacio de aprendizaje y networking que contribuyó al desarrollo y crecimiento de sus marcas. Para futuras ediciones, se sugiere seguir fortaleciendo el contenido del evento, explorar nuevas formas de promoción y colaboración, y continuar apoyando el espíritu emprendedor de la comunidad estudiantil.

Bibliografía

- De Azkue, I. (2023b, febrero 17). *Emprendimiento - Concepto, importancia y características*. Concepto. <https://concepto.de/emprendimiento/>
- CAPITULO 2
- De Noticias Colegio de la Upb, A. (2020, 29 octubre). *Emprendimiento y la importancia de promoverlo en los menores*. *Colegio de la UPB*. <https://www.upb.edu.co/es/colegio/emprendimiento-importancia-de-promoverlo-en-menores>
- Universidad de EAFIT. (2015). *Riesgos del Emprendedor* (Versión 1, marzo de 2015). Rubi Consuelo Mejía Quijano (Ed.), *Riesgos del Emprendedor* (pp. 18).
- Admin_Centrodenegocioszaragoza. (2022, 12 abril). *Workshop: ¿Qué es y cómo organizarlo?* *ABN Centro de Negocios*. <https://centrodenegocioszaragoza.es/organizacion-workshop/>
- Fuente, O. (2023, 15 febrero). *Inbound Marketing: Definición, Ejemplos y Estrategia en 8 pasos*. *Thinking For Innovation*. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-inbound-marketing/>
- Talent, I. D. (2023, 17 agosto). *Estrategia Push y Pull: qué son y cuándo aplicarlas*. ISDI Digital Talent. <https://www.isdi.education/es/blog/estrategias-push-pull-que-son#:~:text=La%20estrategia%20Push%20es%20una,gran%20medida%20el%20inbound%20marketing.>

- Design Thinking España. (2023, 13 septiembre). *Descubre la metodología Design Thinking de forma clara y sencilla.* <https://xn--designthinkingespaad4b.com/>
- Bello, E. (2021, 1 noviembre). *Benchmarking: qué es y cómo aplicarlo en tu industria.* Thinking For Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/benchmarking-que-es-marketing-estrategico/>