

**Modelo comunicacional para potenciar el
crecimiento personal y profesional durante un
emprendimiento**

**Communicational model to enhance personal and
professional growth during an entrepreneurship**

Irene Hidalgo-Ibarra

Universidad Tecnológica ECOTEC - Ecuador
ihidalgo@est.ecotec.edu.ec

Miguel León-Román

Universidad Tecnológica ECOTEC - Ecuador
migleon@est.ecotec.edu.ec

Odalis Sempertegui-Vera

Universidad Tecnológica ECOTEC - Ecuador
osempertegui@est.ecotec.edu.ec

Yeimer Prieto-López

Unidad Educativa Bilingüe Torremar | Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES)
Universidad Tecnológica ECOTEC - Ecuador
yprieto@torremar.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.937

RESUMEN

El desarrollo de emprendimientos en la actualidad se ha visto reflejado, sobretodo posterior a la pandemia. Ecuador, considerando que alrededor del 30% de su población posee un negocio nuevo, es uno de los países con mayor tasa de emprendimiento de la región latinoamericana, ya sea motivados por la necesidad u oportunidad. Al mismo tiempo, se observa el deseo constante por parte de cada emprendedor, de un crecimiento personal y profesional, producto del desarrollo de estos proyectos, es decir que, para las personas que llevan a cabo un negocio, no solo se trata de la búsqueda de un éxito a nivel laboral que les rinda financieramente, sino también, un encuentro consigo mismo para sentirse eficiente y satisfecho con el trabajo realizado día a día en el transcurso de poner en marcha estos negocios.

Es por esta razón, que mediante esta investigación se plantea un Modelo Comunicacional que sirva para estos nuevos emprendedores, como guía a seguir para potenciar habilidades, aumentar la productividad y mejorar la capacidad analítica y crítica que los lleve a una toma de decisión más segura y confiable, donde en conjunto, nuestro objetivo será analizar el crecimiento personal y profesional del emprendedor actual promoviendo el surgimiento y consolidación de nuevos emprendimientos.

Esta exploración se ha desenvuelto en un ambiente empírico, motivo por el cual, se desarrolló con un enfoque cualitativo donde se adoptó el método científico histórico-lógico y el analítico-sintético, utilizando la investigación teórica de casos de emprendedores, para el análisis de casos reales y su surgimiento, además de, la técnica de encuestas, las cuales tomaron protagonismo para observar la evolución del desarrollo personal y profesional durante el tiempo y realizar un análisis que permita crear nuestra propuesta teórica.

Palabras clave: análisis; crecimiento personal; crecimiento profesional; emprendimiento, potenciar

Cómo citar este artículo:

APA:

Hidalgo-Ibarra, I., León-Román, M., Sempertegui-Vera, O., & Prieto-López, Y., (2021). Modelo comunicacional para potenciar el crecimiento personal y profesional durante un emprendimiento. 593 Digital Publisher CEIT, 6(6-1), 590-604. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.937>

Descargar para Mendeley y Zotero

ABSTRACT

The development of ventures today has been reflected, especially after the pandemic. Ecuador, considering that around 30% of its population owns a new business, is one of the countries with the highest rate of entrepreneurship in the Latin American region, whether motivated by need or opportunity. At the same time, there is a constant desire on the part of each entrepreneur, for personal and professional growth, as a result of the development of these projects, that is, for the people who carry out a business, it is not only about the search of a success at the work level that pays them financially, but also, a meeting with oneself to feel efficient and satisfied with the work carried out day by day in the course of starting these businesses.

It is for this reason that through this research a communicational model is proposed that serves these new entrepreneurs, as a guide to follow to enhance skills, increase productivity and improve analytical and critical capacity that leads them to a safer and more reliable decision-making, where together, our objective will be to analyze the personal and professional growth of the current entrepreneur promoting the emergence and consolidation of new ventures.

This exploration has taken place in an empirical environment, which is why it was developed with a qualitative approach where we brought together through a discussion, experts on this topic such as: successful entrepreneurs, being they, through experience, a compass for the novices and university students, interested in training who wish to establish their new businesses.

Complementing this, the historical-logical and analytical-synthetic scientific method was adopted, using research from secondary sources and surveys, to observe the evolution over time and carry out an analysis that allows us to create our theoretical proposal.

Key words: analysis; personal growth; professional growth; entrepreneurship; enhance

Introducción

El desarrollo personal y profesional de cada persona, será el primer punto por tratar dentro de esta investigación, temas que requieren de un análisis relacionado al autoconocimiento, autoestima y autoeficacia, características que permiten un bienestar integral, haciendo referencia a la persona, su familia, trabajo y vida social. En el camino de todo ser humano, el objetivo siempre será conseguir la excelencia para llegar a ser líderes, es por esto que desde que se inicia un proyecto, la palabra “éxito” es la que se encuentra de manera constante en la mente del emprendedor, porque es evidente notar que solo aquellos que lo logran, pueden obtener puestos importantes y trascendentales.

Analizar y determinar los factores más importantes que influyen para el crecimiento personal y profesional en las personas cuando llevan a cabo un emprendimiento será nuestro objetivo. Entre ellas encontraremos al potencial humano, que es esa voz interior que necesita ser escuchada, el conocimiento, ya sea empírico o aprendido y, también la autoestima, que será el empuje para avanzar en cada etapa.

El desarrollo personal se da de manera individual y grupal, el ser humano requiere de interacción para mejorar habilidades y desarrollar nuevas destrezas que complementarán conocimientos aprendidos. Estas relaciones interpersonales, son las que harán crecer un modelo de negocio, y a través de ellos, se permitirá un crecimiento, una retro inspección, donde se conocerán un poco más, tomarán mejores decisiones y tendrán una mejor comunicación con los equipos de trabajo.

Por otra parte, será importante desarrollar esta investigación, para evidenciar el crecimiento profesional importante que se crea en un emprendedor durante este proceso. Muchos de estos casos empiezan simplemente con una idea que parece innovadora, sin

experiencia alguna del manejo de marcas, productos o servicios. Otros por su parte, utilizan su aprendizaje o el conocimiento empírico de alguien cercano; sin embargo, es importante destacar que solo aquellos que realmente lo desean y perseveran son los que van a notar este desarrollo, tienen que pasar por varios retos y dificultades que los harán tomar grandes decisiones, uno de los más frecuentes en el camino de emprender.

Esta autorrealización que siempre se busca en el área laboral, trae con ello, un desafío que ciertamente todos los emprendedores deberán pasar. Luego de la puesta en marcha, mantener el proyecto a flote y adaptarse a los cambios, creará esa diferenciación. En los casos de esta investigación, se hablará de personas que quebraron y empezaron de nuevo, jóvenes exitosos en su primer intento, adultos mayores que recrearon ideas clásicas, entre otros. Y, dicho desarrollo profesional, incluirá el reconocimiento de debilidades y mejoras en ellas, exploración de nuevos métodos de trabajo que se alinean a cada emprendedor, aceptación de sugerencias, inserción en medios digitales, incluso, aunque exista resistencia, y muchos más.

Emprender es una actividad que necesita de mucho tiempo, estabilidad emocional, inversión y búsqueda de recursos, profesionalismo, actualizaciones constantes y lo más importante, relacionarse con personas que compartan y deseen esa misma meta. Por lo cual, en esta exploración, daremos a conocer que, aunque una persona no reúna estas características, pero está dispuesto a adoptarlas, obtendrá el crecimiento personal y profesional en el avance del proyecto y podrá tener la plena seguridad que le ayudará a lograr el éxito deseado.

La alta competitividad que existe y se requiere en la actualidad en el ámbito empresarial, ha hecho que el término “emprender” sea uno de los más conocidos por disputar el puesto entre los mejores y más destacados, cuando de innovar y sacar un

negocio adelante se trata. En conjunto, se ha demostrado que existe una relación inminente entre un emprendedor y el desarrollo de sus destrezas, ya que a través de los múltiples trabajos que se realizan desde este lugar, se mejoran características como la comunicación interpersonal, el trabajo bajo presión, la toma de decisiones, la adaptación al cambio, el razonamiento crítico y, conectados entre sí, pueden lograr un emprendedor integral con la habilidad de anticiparse a las situaciones que se presenten.

Sabiendo esto, ¿Cuáles son los factores que impiden el crecimiento personal y profesional durante un emprendimiento? Muchos emprendedores podrán pensar que dependiendo del éxito o fracaso que resulte su negocio, se determinará el alto, medio o nulo desarrollo de habilidades, otros creerán que es debido a la resistencia al cambio, a la ausencia de procesos que generen orden en una empresa o simplemente por una mala planificación financiera, lo cual explicaría este impedimento y se entendería que todo ser humano requiere de ello para sentirse motivado. Es por esta razón, que mediante el estudio de casos de expertos como instrumento de análisis, se encontrará la respuesta a este problema que se plantean los emprendedores actuales.

Cabe destacar que, el estudio de la problemática de esta investigación es elaborada por el importante impacto social que produce y motiva a cada una de las personas. Es de amplio conocimiento el significado y éxito de tantos casos nacionales como internacionales cuando de emprendimientos se habla, pero también, se acredita grandes fracasos a los representantes de estas marcas sin conocer sus razones inherentes, por lo tanto, es una gran responsabilidad y además, una necesidad explicar a esa misma sociedad que espera una respuesta, el por qué, explicar lo que está sucediendo en pleno 2021, y todos los factores que tornan imposible el desarrollo de sus destrezas en este ámbito. Logrando que estos resultados y la actualización pertinente del tema, se encuentren al alcance de todos, se estará mitigando los componentes, fabricantes

de incertidumbre en los emprendedores, y de manera simultánea, se motivará e incitará a la elaboración de más planes, proyectos y, más personas con ambiciones y seguridad al momento de lanzar su idea al mercado.

Revisión de la Literatura

Emprendimientos y su evolución

Los emprendimientos son aquellos proyectos o nuevas ideas de negocio que requieren de características como ingenio, superación, iniciativa, liderazgo y ambición por parte de un emprendedor para poder alcanzar un objetivo. (García, 2016). Esta persona será la encargada de dirigir su pequeña empresa inicialmente, hasta convertirla en el mejor de las opciones, en una empresa multinacional, como es el caso de Ikea, Apple, Inditex (Zara), entre otras. Es importante destacar que todas esas cabezas, son ejemplo de lo que se conoce como emprendedor, ya que muchos empezaron con una visión clara, ya sea desde su garaje, con financiamiento propio (bajo) o con un pequeño préstamo bancario para establecer sus bases, administrarlas de manera correcta y ser lo que son en la actualidad.

Sin embargo, hasta el día de hoy sigue siendo un enigma el origen exacto de los emprendimientos, aunque, hablando desde una perspectiva primitiva, es claro que desde los inicios de la humanidad han existido emprendedores motivados por la necesidad, ahí está el caso de descubrimientos como el fuego, la rueda, la luz, entre otros. Pero, si lo relacionamos con la economía, Cantillon (1755) fue el primero en colocar la función y el término “emprendedor” en este campo, definiéndolo como un individuo que asume el riesgo de comprar un producto a un precio determinado y de venderlo a un precio incierto, además, argumentó que los emprendedores estaban directamente involucrados en el equilibrio de la oferta y la demanda. (J, Cherukara, & Manalel, 2011). Lo que quiere decir que, aunque no con mucha certeza, fue en este momento que nació la oferta de nuevas invenciones, considerando las necesidades del cliente (demanda).

En el mismo libro “Evolution of Entrepreneurship theories through different schools of thought”, (J, Cherukara, & Manalel, 2011), estos mismos autores, luego de un análisis a investigaciones realizadas por economistas entre los años 1880 y 1940, acertaron al darle un significado más atinado a los emprendimientos, al relacionarlos con el juicio necesario para la toma de decisiones frente a escenarios desconocidos, lo que realmente permite el desarrollo de los proyectos, porque este análisis y cada decisión o riesgo a tomar, será determinante para el crecimiento de un negocio.

Y es que, cuando se habla de emprendimientos, (Alean Pico, Del Río Cortina, Simancas Trujillo, & Rodríguez Arias, 2017) indican que existen varios enfoques para tratarlos, los mismos que se detallan a continuación:

- Económico: motor de crecimiento de una nación; propician el cambio, la rivalidad y la competencia, lo cual se refleja en el desarrollo de una sociedad.
- Psicológico: aumento en sus capacidades cognitivas, permitiéndole potenciar actividades que este desarrolla.
- Institucional: que reglamentan la sociedad, y puede ser vista desde factores institucionales que condicionan el emprendimiento.
- Desarrollo humano: se concibe el desarrollo como aquella disponibilidad que tienen los individuos en disfrutar de sus libertades. (Pág. 115-116)

Se podría decir que luego del económico, el enfoque psicológico es el más común, ya que ese es el objetivo principal de todo ser humano, llegar al crecimiento personal y profesional, ser productivos y eficientes, sobre todo cuando existen oportunidades para ser explotadas a través del desarrollo de un emprendimiento; no obstante, es verdad que existen sesgos, limitaciones, que aunque de manera inconsciente influyen y pueden dificultar lo antes mencionado, este es el caso del ámbito cultural, porque una

persona con formación académica promedio generalmente opta por permanecer en aquella zona de confort que le resulta “bien”, “tranquilo”, sin preocupaciones, ni riesgos que asumir, por otra parte, los que necesitan sobrevivir (llevándolo a extremos), personas con menor formación académica, en búsqueda de superación, que están tratando de lograr esa inclusión social que les resulta necesaria, serán mucho más propensos a querer arriesgar, a buscar diferentes formas de escalar, porque en su percepción saben que no hay mucho que puedan perder, y sí, mucho que ganar, lo que define su determinación por generar nuevas ideas de negocio y buscar rápidamente inversionistas, financiamientos u otros.

Crecimiento personal

El desarrollo del personal es un tema generosamente difundido y conocido en el ámbito laboral en todas las organizaciones, es una ronda hacia el éxito dentro de ello se puede encontrar un factor concluyente para el logro de los objetivos laborales y personal propuestos. De este modo podemos decir que es el afán de superación que motiva avanzar hacia adelante, o aquello que la persona puede hacer más allá de su propia persona y en ello se tiene que trazar metas y objetivos para sí lograr un gran progreso y crecer. La persona que busca y trabaja por su desarrollo personal tiende a equilibrar aspectos de la vida como lo: personal, profesional y dentro de ello se puede encontrar la relación con los demás y por ello lo hace por las cosas que quiere, no espera a últimas horas para que pueda hacer algo lo hace hoy y ahora, es una persona proactiva.

Se tiene conocimiento que para obtener resultados se necesita una actitud positiva y de mucho esfuerzo para que las cosas te pueden salir bien. La madurez del ser humano se presenta como un proceso secuencial se da por las experiencias vividas que ha tenido esta persona donde se contendrá elementos de aprendizaje que aplicará tanto en lo personal, lo profesional de una organización marcando su calidad de vida.

Para que el proceso antes mencionado, sea resistente y duradero se necesita del

desarrollo del personal movida desde el punto de vista de nosotros mismos tomar conciencia real, en cuanto a aceptación de cambios que se darán a partir de vivencias y de aquí se guiarán a los comportamientos que se aplicaran en la empresa en cualquier herramienta que se use para definir acerca del desarrollo del personal es sumamente importante en este caso la mejor sin duda es la que se aplique cada individuo y la haga uso para su éxito, el desarrollo del personal lo define como un proceso mediante el cual las personas intentamos llegar a desarrollar todas nuestras potencialidades o fortalezas y alcanzar nuestros objetivos, deseos, inquietudes, anhelos, etc., movidos por un interés de superación, así como por la necesidad de dar un sentido a la vida.

Desarrollo personal es una práctica de acción individual y grupal, a través de la cual los dependientes que informan en ella desenvuelven y mejoran habilidades y destrezas para la comunicación directa e indirecta, las relaciones de comunicación de dos o más personas y la toma de decisiones. Este permite que la persona conozca y aprenda más, no sólo de sí mismo, sino también de sus colegas de grupo con el propósito de progresar y ser más humano. El desarrollo personal también es lograr que la persona sea un ser más cumplido e íntegro. Cuando alcanza esta persistencia emocional, entonces la persona podrá gozar de un mayor suerte personal y laboral; podrá mejorar su potencial, excelencia, responsabilidad, autoestima y creatividad en su ambiente de trabajo.

El desarrollo del personal es un conjunto de experiencia organizadas de aprendizaje (intencionadas y con propósito), proporcionadas por la organización dentro de un periodo específico para ofrecer la oportunidad de mejorar el desempeño o el crecimiento humano, en cuanto a estrategias de desarrollo laboral manifiesta que existe tres orientaciones de desarrollo que forma la base de los planteamientos de aprendizaje son: 1) educación y entrenamiento formadas ;2) tutoría por directivo superior, miembros de staff o colegas , y 3) reforzamiento de las capacidades relacionales(interpersonales).

El desarrollo personal se entiende como

adquisición de la personalidad que se cuenta a la ganancia de etapas tempranas de la niñez, la ventaja de los conflictos que estas etapas sobrellevan, como la ansiedad, culpa, envidia y logro de la gratitud, lograr el equilibrio con el mundo y estimular la capacidad de gozar de las cosas y llevar relaciones gratificantes de amor con los otros. El Desarrollo Personal y Profesional es el “proceso que, mediante el conocimiento de sí mismo, conduce a una optimización de las potencialidades y a un aumento de las capacidades, orientado a un objetivo deseado”.

Si tenemos un buen crecimiento personal, nos sentiremos en perenne aprendizaje, siendo capaces de aprender de aquello que vamos recibiendo y sabiendo que tenemos los recursos para ir mejorando y salir reforzados de las distintas situaciones que se puedan llegar a presentar durante el asunto del desarrollo del crecimiento profesional, platicar de crecimiento personal es hablar de apoyarnos a nosotros mismos. Es decir, empezar por el propio yo y descubrirnos a nosotros mismos y potenciar nuestras capacidades de forma consecuente. Todas las personas podemos tender nuestras destrezas, capacidades y competitividades para superar nuestras restricciones, agrandar nuestros horizontes y mejorar nuestra suerte. No obstante, en algunas ocasiones nuestras costumbres, modelos de conducta o creencias absurdas se convierten en un muro para nuestro progreso e incluso llegan a causar molestias.

Sin embargo, el Crecimiento Personal no se causa de un día a otro, es la consecuencia de un proceso de nociones que nos permite adelantar paso a paso para lograr la mejor adaptación de nosotros mismos. Los cambios en la conducta deben estar protegidos por una inversión interior más profunda a nivel de personalidad, lo cual representa que hay un esfuerzo sensato por mejorar cada día. Efectivamente, las exploraciones realizadas del área del Crecimiento Personal han concluido que existen algunas características primordiales en las cuales debemos echarle más ganas para lograr un cambio positivo e imborrable como lo es la responsabilidad con el progreso, la iniciación a las nuevas rutinas, La constancia para alcanzar

nuestro propósito.

Crecimiento profesional

Al hablar del crecimiento profesional, automáticamente se piensa que es 100% necesario estudiar y obtener títulos de tercer, cuarto nivel o superiores, como garantías para situarse en muy buen puesto de trabajo, e incluso con muchos beneficios adicionales para llegar a tener libertad financiera, y se puede decir que en la mayoría de casos es así, aunque brinda otros favores y lo más destacado de ese tema, siempre ha sido y será, lo difícil que es llegar a lograr ese crecimiento anhelado, porque si se ponen a pensar, existen muchos familiares o amigos con título que no se encuentran ejerciendo su profesión o no llegan a tener la estabilidad que en su mente les fue prometido; pero... ¿A qué se debe esto?. Para responderlo se debe partir de su definición, el crecimiento profesional es todo el proceso formativo que adquiere una persona en el transcurso de su vida para volverse más competente y de esa manera poder insertarse con mayor facilidad en diferentes mercados de la profesionalización.

Entonces si es así, ¿Qué pasa con aquellos profesionales que no se encuentran ejerciendo? ¿Es posible que de igual manera alcancen el crecimiento profesional? Son preguntas difíciles de responder, lo que sí es claro, es que siempre dependerá del objetivo que cada persona se haya planteado. Es por esa razón, que algunas personas utilizan los objetivos SMART, sí, aquel que dice que es necesario plantearse metas específicas, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo determinado, para mantenerse enfocados y trabajar con todas las energías hasta lograrlo.

En el caso de los entornos laborales no es muy distinto, el objetivo principal es contar con empleados mucho más preparados y capacitados, a través de un esfuerzo focalizado, lo que, a su vez brindará más alcance y será de duración más larga que la de la propia formación inicial. “El desarrollo debe ser una opción empresarial estratégica si la organización quiere sobrevivir en

un entorno global y cada vez más competitivo”. (Fernández Losa, 2002) Y por supuesto, ya que los empresarios entienden que dependiendo de cómo se siente el trabajador es que responderán en los cargos asignados; el mundo está cambiando de manera rápida, entonces por falta de motivación, las personas centran sus esfuerzos en el trabajo exacto para el que se fue contratado, dejando de ser productivos y rezagando cuestiones relacionadas a una planificación profesional, lo que no considera las consecuencias negativas propias y hacia la empresa que esto trae.

Según Sergio Madero Gómez, en su artículo de revista “Relevant factors of professional development and compensations for worker’s career”, manifiesta que Silverman (2006) dio a conocer las que podrían ser las actividades más relevantes para incrementar ese crecimiento profesional, como construir relaciones fuertes entre los mismos empleados y entre el binomio jefe–colaborador, desarrollar el potencial individual, promover la colaboración y el trabajo en equipo y conectar a todos hacia la misma dirección. (Madero Gómez, 2010)

Cuando se habla de la primera actividad, se hace referencia a lo importante que es la estrechez del empleado y su jefe, ya que con el apoyo y la fraternidad de estos pares se obtiene mayores resultados, confianza para poder hablar, sugerir ideas y una mejor energía en el espacio de trabajo, que este último, aunque lo crean o no, es muy significativo. A todos les ha pasado en algún momento que no tienen ganas de ir a trabajar y en incontables ocasiones se debe a ese malestar en el lugar que debería ser como un “segundo hogar” donde deberías querer llegar y dar lo mejor de ti, entonces, si se construye una relación laboral correcta podrán contribuir al desarrollo del objetivo que se busca y de igual manera sucede con la acción de promover la colaboración y el trabajo en equipo, además de mejorar el ambiente de trabajo, será más fácil si todos trabajan hacia la misma dirección.

Por otra parte, desarrollar el potencial individual es otro factor totalmente necesario, se requiere de compromiso y autoexigencia

para primero, poder conocerse, es decir, saber cuáles son las destrezas de una persona, las áreas en que debe mejorar y tener la capacidad de reconocer cuando es necesario pedir ayuda; y segundo, aspirar a más en todo momento, los empleados pueden fijarse una pequeña meta, de manera propia, cada uno puede definir en cuánto tiempo termina su trabajo, cuántos ingresos de información por hora realiza, cuántas ventas cierra en el día y así, según el trabajo que realicen, lo que dependerá únicamente de cada persona.

Por último, es importante tener en cuenta que los estudios, independientemente del nivel alcanzado, serán de gran ayuda, las bases adquiridas brindarán el apoyo necesario siendo la guía inicial, utilizando los conceptos básicos imprescindibles para incorporarse al mundo laboral de manera exitosa, sin embargo, se debe entender que no siempre será una regla este alcance del desarrollo deseado únicamente debido a ello, por tal razón, es necesario contar con una segunda opción, que para este tema serán, la experiencia laboral y la formación continua; donde gracias a ellas se aprenderá en la acción, lo que en la teoría no se alcanza a asimilar, adquiriendo diferentes destrezas y habilidades del entorno; y, a su vez, con el complemento de las capacitaciones siendo actualizadas y constantes, se podrá instruir en ámbitos como: optimización de tiempo, liderazgo, herramientas para simplificar y hacer eficiente un trabajo, inteligencia emocional, entre otros. (Miranda Padilla, Hernández de la Rosa, & Hernández Luque, 2015)

Metodología utilizada

“La metodología de la Investigación Científica es aquella ciencia que provee al investigador de una serie de conceptos, principios y leyes que le permiten encauzar de un modo eficiente y tendiente a la excelencia el proceso de la investigación científica”. (Cortés Cortés & Iglesias León, 2004). El presente artículo científico tiene como principal objetivo la creación de un modelo comunicacional, está basada en un enfoque cualitativo, con el fin de conocer opiniones y experiencias de diferentes

personas para poder realizar la propuesta teórica planteada, que servirá como guía para futuros emprendedores.

Entre los métodos usados se encuentra el método histórico-lógico, el cual sirvió para determinar de manera clara, cual ha sido la evolución tanto del crecimiento personal, profesional y los emprendimientos desde sus inicios hasta la actualidad; la sistematización teórica, que brindó la oportunidad de obtener un acercamiento a la realidad de las variables, de forma científica; el analítico-sintético, que permitió un estudio individual de cada tema, para luego a través de la síntesis, juntarlas y lograr una sola idea; y por último, las técnicas como encuestas, dirigidas a los estudiantes universitarios para conocer su percepción en cuanto al tema, sus preguntas frecuentes, deseos, entre otros; y, la investigación a través de evidencias de casos de emprendimientos, lo que será más beneficioso para el desarrollo del modelo comunicacional y potenciar el crecimiento personal y profesional durante un emprendimiento.

Análisis de los resultados

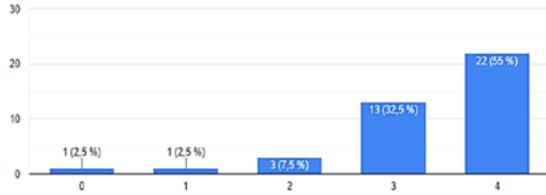
Encuesta a 40 estudiantes de la Universidad ECOTEC

La encuesta realizada a estudiantes de la Universidad Ecotec, dio respuesta a las tres variables de investigación, evidenciando alto porcentaje de jóvenes interesados por desarrollar emprendimientos con varias interrogantes sobre: capital, riesgo, éxito, crecimiento, entre otros. El crecimiento personal, por su parte, con más del 60% de respuesta positiva, es percibida como aquel progreso que puede concebirse durante emprendimientos, cuando se da la existencia de problemáticas que requieran de accionares como solución a los obstáculos que se presenten y, por último, el crecimiento profesional, con una respuesta casi unánime, muestra que es de suma importancia la toma riesgos y decisiones en el proceso de emprender, porque a través de ellas, se logrará victorias y en el caso de fracasos, se podrá aprender de aquel error, aumentando la capacidad de respuesta en

una próxima ocasión que sea necesario.

Pregunta 1

¿Cuál es tu grado interés por emprender?
40 respuestas



Pregunta 2

¿Cuáles son las preguntas más frecuentes al momento de emprender?
40 respuestas

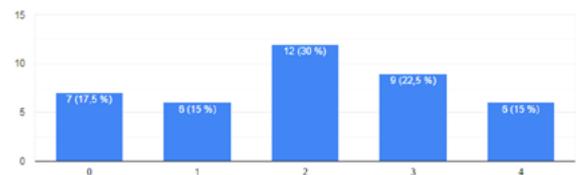
Cómo influye el producto en el mercado, donde se debe enfocar el producto
Cual es el producto mas consumible en la actualidad ?
DE DONDE SACO LA CAPITAL O CUANDO VERE LA GANANCIA
que vas a emprender
si va a funcionar, si tiene acogida.
Que podría emprender
¿Cómo empleo? ¿Qué podría emprender?
De donde sacar el capital, que emprendimiento empezar
cual seria el producto perfecto para iniciar

De los 40 encuestados universitarios de ECOTEC, 35 están con mucho interés de emprender, 3 están indecisos o no tan convencidos, mientras que, 2 no se encuentran interesados en lo absoluto. Para nuestra investigación será muy favorable desarrollar el modelo comunicacional en mención, debido a que existe público que necesitaría de esta guía.

En el análisis de la pregunta 2, se puede denotar que generalmente, al desear poner en marcha un emprendimiento, las preguntas frecuentes giran en torno a temas financieros y de estrategias de marketing. Evidenciando así que, el crecimiento personal y profesional no es parte de los intereses principales, sin embargo, es el objetivo inconsciente de cada persona.

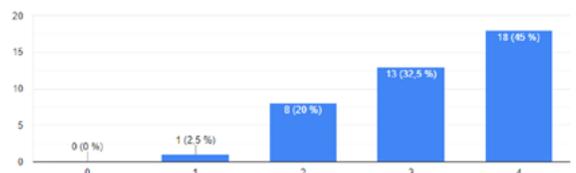
Pregunta 3

¿Crees que es indispensable estudios académicos de tercer nivel o superiores para poder emprender?
40 respuestas



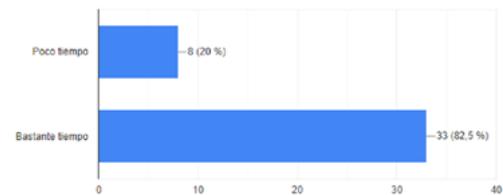
Pregunta 4

¿Qué tan importante es realizar cursos/seminarios para el éxito de un emprendimiento?
40 respuestas



Pregunta 5

¿Cuánto tiempo piensas que toma poner en marcha un nuevo negocio?
40 respuestas



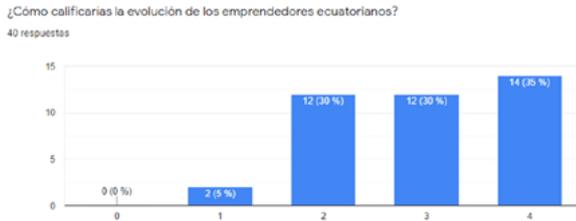
En la pregunta 3, los encuestados manifiestan una respuesta interesante, ya que a pesar de encontrarse estudiando para obtener títulos de tercer nivel, no existió una respuesta unánime hacia estar muy de acuerdo, es así que, el 30% lo cree indistinto, 37.5% estarían de acuerdo y el 32.5% muy en desacuerdo. Información que sigue siendo prueba de viabilidad para la propuesta de investigación, ya que con título o sin título, se llevarían a cabo proyectos de negocio.

En esta pregunta, se puede decir que las respuestas son las deseadas, esperando que, al ser universitarios, requieran de constantes capacitaciones, como potenciador para el crecimiento profesional, que es una de las variables de investigación.

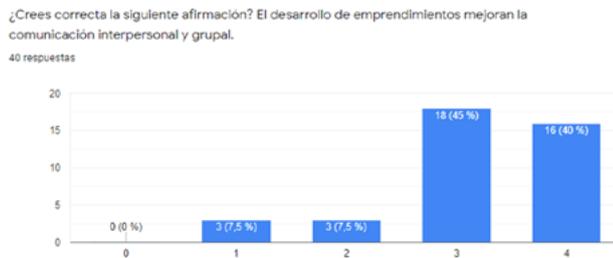
En la pregunta 5, más del 80% de los encuestados de Ecotec, consideran que poner

en marcha un nuevo negocio, toma bastante tiempo, premisa que sirve para dar mayor plus al modelo comunicacional creado, puesto que la guía planteada podrá optimizar tiempos para disminuirlos.

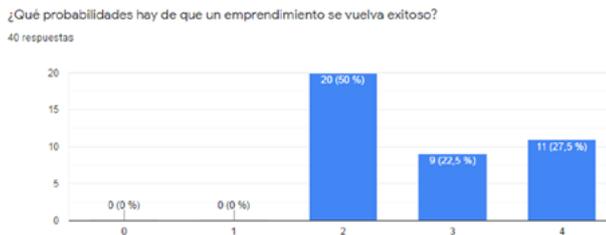
Pregunta 6



Pregunta 7



Pregunta 8



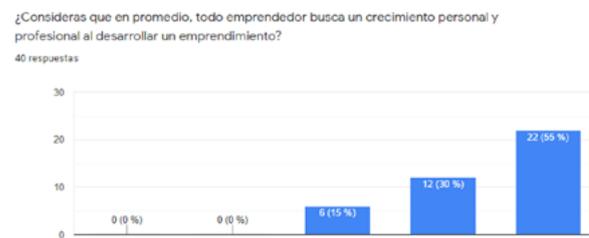
En la pregunta 6, es importante destacar que se observa una buena percepción frente a los emprendimientos inicios hasta el momento, motivo por el cual, la opción de desarrollar un negocio se encuentra en la mente de más del 65% de estudiantes encuestados, como una opción viable.

Al analizar la pregunta 7, los encuestados dejaron en claro que, en su gran mayoría, con un 85% de aceptación, consideran que llevando a cabo un emprendimiento de cualquier tipo que sea este, se mejorará la comunicación interpersonal y grupal, lo que, a su vez, para

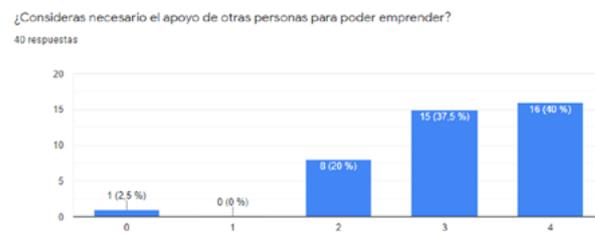
nuestro proyecto, aumentará la probabilidad de crecimiento personal, producto de los nuevos negocios.

En la pregunta 8, los 40 estudiantes universitarios de Ecotec, muestran coherencia en relación a las preguntas anteriores, ya que, si observan grata evolución de los emprendimientos, así mismo, manifiestan bastante probabilidad de éxito de los emprendimientos desarrollados con un 50% de aprobación, por lo cual estarían interesados en la propuesta de esta investigación.

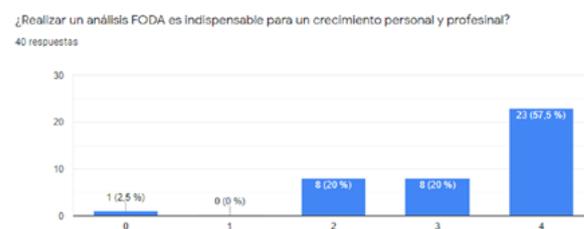
Pregunta 9



Pregunta 10



Pregunta 11



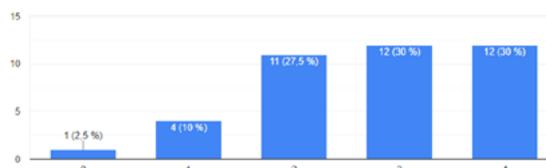
En la respuesta 9, el 85% de la población entrevistada, que equivale a 34 estudiantes de los 40, revelan que durante el desarrollo un emprendimiento, uno de los principales propósitos es el crecimiento personal y profesional, información favorable para la continuidad del modelo comunicacional.

En la décima pregunta, el 77.5% de los encuestados cree necesario el apoyo de otras personas para poder emprender, sirviendo de gran utilidad la propuesta teórica de esta investigación.

En la pregunta 11, más de la mitad de los estudiantes encuestados con el 77.5%, consideran pertinente realizar un análisis situacional FODA, lo que es bien recibido para la investigación realizada, debido a que los interesados en emprender están requiriendo guías pensadas para las ejecuciones y toma de decisiones.

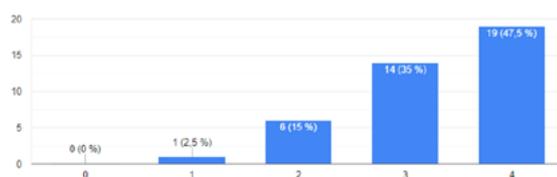
Pregunta 12

¿Crees cierto que mientras más errores en el desarrollo del proyecto, mayor crecimiento personal?
40 respuestas



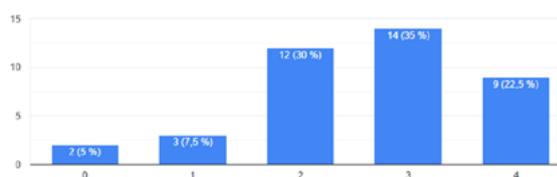
Pregunta 13

¿Crees que siendo optimista estarás ayudando a tu crecimiento personal y tendrás mejores resultados?
40 respuestas



Pregunta 14

¿Crees que el desarrollo de un emprendimiento es factor suficiente para asegurar el crecimiento profesional?
40 respuestas



En la pregunta 12, existe mayor inclinación hacia el crecimiento personal con el 60% de respuesta positivas, cuando en el transcurso del desarrollo del negocio, se presentan diferentes situaciones que desencadenan errores, los cuales permiten que

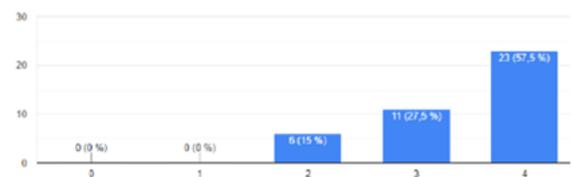
en base a cada una de esas experiencias, se pueda aumentar la capacidad de respuesta ante futuros inconvenientes.

En la pregunta 13, el 2.5% de los encuestados, está en desacuerdo, el 15% cree que es indistinto el optimismo para potenciar el crecimiento personal, y el 82.5% está muy de acuerdo, lo que es propicio para la teoría planteada en la investigación.

En la pregunta 14, hubo respuestas dispersas en base a los emprendimientos como factor válido y suficiente para confirmar el crecimiento profesional, es así que, el 12.5% está muy en desacuerdo, el 30% está medianamente de acuerdo y el 57.5% está muy de acuerdo, dejando así con grandes posibilidades de crecimiento a quienes se deciden por emprender que es una de nuestras teorías.

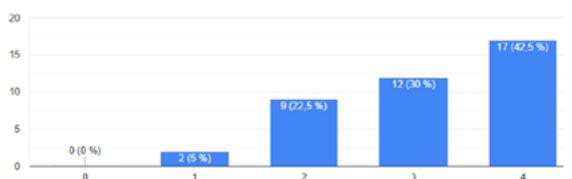
Pregunta 15

¿Es necesario el apoyo de herramientas de trabajo tecnológicas para un mejor desarrollo profesional?
40 respuestas



Pregunta 16

¿Es totalmente necesario un servicio de asesoría para direccionar el emprendimiento?
40 respuestas



Pregunta 17

Siendo tu propio jefe, ¿Es necesario establecer horarios de trabajo para un crecimiento profesional?
40 respuestas

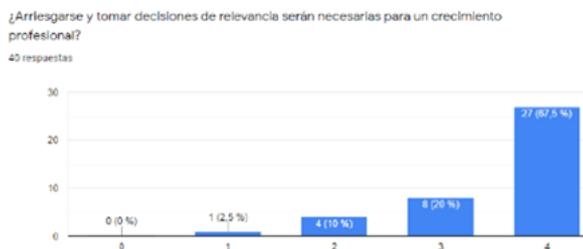


En la pregunta 15, la respuesta de los encuestados se inclina con el 85% de aceptación hacia el apoyo de herramientas tecnológicas como ayuda o soporte para los trabajos a realizar, como potenciador del desarrollo profesional, propósito del tema de investigación.

En el caso de la pregunta 16, la mayoría de los estudiantes universitarios, con el 72.5% considera que es necesario un servicio de asesoría, lo que sigue resultando viable para el trabajo de investigación, ya que justamente para eso sería solicitada la guía propuesta.

En la pregunta 17, los 40 estudiantes de Ecotec encuestados, consideran que, aunque se es jefe del proyecto, es importante establecerse horarios de trabajo para poder asegurar el desarrollo del crecimiento profesional, otra de las teorías planteadas por nuestro modelo comunicacional.

Pregunta 18



En la última pregunta de esta encuesta, queda evidenciado con el 87,5% de aceptación de los estudiantes encuestados, que las situaciones de riesgo que obligan a tomar decisiones relevantes dentro de las etapas del negocio son caminos para lograr el crecimiento profesional, de tal manera que, la propuesta teórica de la investigación se alinea a las consideraciones de los futuros emprendedores.

Evidencias de casos de emprendedores

Entre los casos investigados, se destacaron 6, los cuales se detallan a continuación:

Javier Gil Llorens.- Representante de una exitosa empresa durante 30 años, merecedor de premios, se fue a la banca rota, tras crisis

económica, manifestó que el trabajo realizado internamente, su formación, motivación, capacitación y experiencia, resultaron ser más sólidas que lo trabajado y estudiado del mercado, por tal razón, se convirtió en una marca personal, desarrollándose como mental personal trainer, además de conferencista, profesor y escritor, evidenciando que de todo lo malo que pueda estar pasando, si tenemos la actitud correcta, surgirá todo lo bueno, que en este caso permitió aún mayor crecimiento de su yo como persona y profesional. (Gil Lloréns, 2018)

Arelance SL.- Consultora tecnológica dedicada a servicios de asesoría, para la que no se necesitó de gran inversión, sino del personal capacitado, lo que su representante, Pablo Díaz, cuenta como error en algún momento, ya que durante mucho tiempo, se centró en temas financieros o comerciales, desatendiendo a este equipo contratado, para lo cual recomienda rodearse de los mejores profesionales y preocuparse a tiempo por cada uno de ellos, por otra parte, contar con un plan de negocio como guía, pero adaptarse a las situaciones que se presenten y salirse del plan si se lo requiere y por último, buscar asesoramiento previo y no tener miedo a dar el primer paso. (CEM; Cámara Málaga, 2017)

Fatal1ty.- Es el seudónimo de Johnathan Wendell, un jugador de videojuegos, quien tomó como profesión este tipo de juegos digitales practicando 8 horas al día, incluso escabullándose entre eventos para practicar con un compañero de entrenamiento, aspirando a ser una marca personal, y además, convertirse en un referente para el desarrollo de diferentes marcas. Él fue el primer jugador en firmar un contrato con una compañía para vender equipos con su logo en ellos, solo por creer en él, reconocer las nuevas oportunidades del mercado y aprovecharlas. (Business Week, 2009)

Facebook.- Red social creada por Mark Zukelberg, quien encontró en primera instancia la necesidad sin satisfacer, de poder contactarse con sus compañeros en su campus, inició esta empresa como simple medio de comunicación,

utilizando sus conocimientos, hasta expandirse y vender los datos de usuarios a empresas, y años más tarde, comercializar anuncios dentro su plataforma. Entonces, lo que puede observar claramente un emprendedor es que, la unión de las habilidades que tengamos más una necesidad sin explotar, sin satisfacer, son una puerta segura al éxito. (Calzada & Gandarias, 2012)

Balanceados Calderón.- Juan José Calderón, presidente ecuatoriano de esta empresa del sector agrícola, narra que inició con un pequeño capital pero con el apoyo de su familia, una red de contactos del mismo sector y su experiencia en esa área. Manifiesta que se debe analizar la situación y si es necesario realizar adaptaciones, hacerlas; es su caso, ya que iniciaron con la venta de materia prima para elaboración de balanceado, pero, luego se dieron cuenta que el verdadero negocio era la producción de la misma, entonces empezaron de manera artesanal, ya que no contaban con suficiente liquidez para la adquisición de maquinarias, sin embargo, poco tiempo después, implementaron máquinas usadas, que triplicaron la producción y al mismo tiempo, se convirtieron en fuente de empleo para muchas personas. Por otra parte, incluir dentro del modelo de gestión, alianzas estratégicas fue otra de sus buenas decisiones para llegar a más segmentos. (Izquierdo, 2017)

Mebicol.- Es una empresa de servicios de mantenimiento preventivo y correctivo de equipo biomédico, que nació durante la formación académica de estudiantes universitarios, justo en la materia de emprendimiento. Se iniciaron con fondos propios hasta luego obtener financiamiento externo y constituir correctamente su negocio. Este grupo de estudiantes, creadores de esta compañía, consideran que lo más importante para lograr el éxito, ha sido una buena convivencia con el equipo de trabajo, no olvidar sus raíces y no permitir que los miedos impidan el avance de su proyecto. Además de, mantener buena calidad, para ser referidos entre otros clientes. (Pantoja, 2007)

Propuesta

Modelo Comunicacional para potenciar el crecimiento personal y profesional durante un emprendimiento. Un modelo de este tipo, comunicacional, trabaja de tal manera que, contribuye con fortalezas a todo el proceso empresarial, permitiendo así, la posibilidad de reconocer la fase de evolución que el proyecto tenga y conocer el comportamiento de los emisores y/o receptores quienes se encuentran enfocados en lograr las metas establecidas. (Estrada Mejía & Restrepo de Ocampo, 2010).

En cualquier ámbito, los modelos comunicativos son aquellos que, mediante iniciativas en sus contenidos, permiten desarrollar la participación y aprendizaje que, en este caso, los emprendedores podrán tener a su alcance, para un mayor control, y seguridad sobre los temas que le resultan de interés. (Zanfrillo & Artola, 2019)

El modelo de esta investigación utiliza la simplificación de aquella información obtenida en la investigación a través de las técnicas utilizadas con el objetivo de comprender de manera fácil y clara lo desarrollado en ella. En este caso, se establecen inputs para elaborar la guía estandarizada que se adapte a todos los emprendedores; con una concentración enfocada en aumentar las probabilidades de efectividad al momento de poner en práctica lo elaborado; y, compartiendo una explicación funcional y entendible para todos los interesados.



Conclusiones

Se ratifica la elaboración del modelo comunicacional como guía para aquellas personas que desean lanzar un nuevo producto o servicio al mercado, considerando que uno de

sus principales objetivos es obtener crecimiento personal, es decir, desarrollo de aptitudes y mejoras en actitud y, por otra parte, crecimiento profesional que, mediante la experiencia y capacitaciones constantes durante la ejecución del mismo, será posible lograrlo.

Las encuestas realizadas a los 40 estudiantes de la Universidad Ecotec, facilitaron el contacto directo para tener de primera mano información que corroboró la necesidad de creación del modelo comunicacional para futuros emprendedores, asimismo, se obtuvo el detalle de sus preguntas frecuentes, las que, en conjunto con el tema de esta investigación, complementaron la revisión de los casos de emprendedores.

Según el análisis de los casos de emprendedores del mundo, se sugieren aportaciones tanto del ámbito personal como profesional, de los cuales se pueden destacar los siguientes:

- Buena actitud en el desarrollo del proyecto
- Comunicarse y preocuparse por el equipo de trabajo
- Ser constantes y dedicados
- Mantenerse enfocado
- Adaptarse a los cambios que surjan
- Capacitarse constantemente
- Utilizar las habilidades innatas
- Actualizarse con las tecnologías de la información
- Observar y aprovechar las oportunidades
- Arriesgarse y tomar decisiones

Finalmente, manteniendo presente cada uno de ellos, más las situaciones del diario vivir en los procesos de poner en marcha un

emprendimiento, es la vía mediante la cual se logrará potenciar el crecimiento personal y profesional de todo emprendedor y, hasta cierto punto, colaborará con el éxito del proyecto.

Referencias bibliográficas

- Alean Pico, A., Del Río Cortina, J., Simancas Trujillo, R., & Rodríguez Arias, C. (2017). *Enterpreunership as a Strategy for Human and Social Development? Dialnet*, 107-123.
- Business Week. (2009). *Casos de exito de emprendedores*. México: McGraw-Hill Professional.
- Calzada, J., & Gandarias, M. (2012). Juventud y emprendimiento. Una oportunidad en tiempos de crisis. *Injuve*, 109,110,115.
- CEM; Cámara Málaga. (2017). *55 Historias de emprendedores: De la idea inicial al proyecto final*. Málaga: CEM.
- Cortés Cortés, M., & Iglesias León, M. (2004). Generalidades sobre Metodología de la Investigación. *Universidad Autónoma del Carmen*, 8.
- Estrada Mejía , S., & Restrepo de Ocampo, L. (abril de 2010). *Redalyc.org*. Obtenido de MODELO DE COMUNICACIÓN PARA ORGANIZACIONES CAMBIANTES: <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917316013.pdf>
- Fernández Losa, N. (2002). *El desarrollo profesional de los trabajadores como ventaja competitiva de las empresas*. Obtenido de Cuadernos de gestion: <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/214.pdf>
- García, L. C. (2016). *Emprendimiento digital: estudio de caso con universitarios de comunicación*. Huehuetoca: UAEM UAP .
- Gil Lloréns, J. (2018). *Cómo Ser Tu Mejor Yo: Descubre Cómo Ser Tu Mejor Versión (con Motivación y Confianza)*. Independently Published.
- Izquierdo, E. (2017). *Emprendedores senior reporte*

especial de Ecuador 2013-2016. Guayaquil: ESPAE.

J, Cherukara, J., & Manalel, J. (2011). *Evolution of Entrepreneurship theories through different schools*. India: Ahmedabad.

Madero Gómez, S. (2010). Relevant factors of professional development and compensations for worker's career. *Scielo*, 111-112.

Miranda Padilla , A., Hernández de la Rosa, M., & Hernández Luque, E. (2015). El desarrollo profesional: una categoría necesaria al hablar de calidad de la formación y la introducción de resultados. *Redalyc*, 114.

Pantoja, O. (2007). *Mentalidad Emprendedora - Un proyecto de vida*. Colombia: Dinero S.A.

Zanfrillo, A., & Artola, M. (2019). *Redalyc*. Obtenido de CARACTERIZACIÓN DE MODELOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN ORGANIZACIONES DEL TERCER SECTOR: <https://www.redalyc.org/journal/3579/357959548011/html/>