

Diseño de una metodología para la evaluación de planes de negocios: Un enfoque aplicado a instituciones de educación superior

Design of a methodology for the evaluation of business plans: An approach applied to higher education institutions

Aideé Estefanía Gómez Moreno¹  
Liliana Elizabeth González Vargas¹  
Patricio Renán Alvarado Romero¹  
Jimmy Jerry Alvarado Romero¹  
Jhonny Alfredo Alban Alcívar¹  

¹ Unidad Educativa Particular Bilingüe Principito & Marcel Laniado de Wind, Avenida Pajonal, Machala, Ecuador

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historial del artículo

Recibido el 27 de noviembre de 2024
Aceptado el 08 de enero de 2025
Publicado el 22 de enero de 2025

ARTICLE INFO

Article history

Received November 27, 2024
Accepted January 8, 2025
Published January 22, 2025

CÍTESE

Gómez Moreno, A. E., González Vargas, L. E., Alvarado Romero, P. R., Alvarado Romero, J. J., & Alban Alcívar, J. A. (2025). Diseño de una metodología para la evaluación de planes de negocios: Un enfoque aplicado a instituciones de educación superior. SAGA: Revista Científica Multidisciplinar, 2(1), 55-73. <https://revistasaga.org/index.php/saga/article/view/32>

RESUMEN

El artículo científico "Diseño de una metodología para la evaluación de planes de negocios: Un enfoque aplicado a instituciones de educación superior" aborda la carencia de herramientas estandarizadas para evaluar planes de negocios en estudiantes de educación superior. La investigación se centró en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala, con una muestra de 200 estudiantes entre 18 y 30 años, predominantemente mujeres (69.5%). Se utilizó un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), aplicando encuestas y entrevistas para recolectar información sobre conocimientos, experiencias y necesidades en torno a los planes de negocios. Los resultados revelaron que más del 50% de los estudiantes desconocen cómo elaborar o evaluar dichos planes, lo que limita su capacidad para emprender. El estudio desarrolló una metodología que incluye indicadores clave como análisis de mercado, viabilidad financiera y estructura organizacional. Esta herramienta permite una evaluación sistemática y objetiva, promoviendo el emprendimiento estudiantil. Las conclusiones evidencian la necesidad de capacitar a docentes y estudiantes en gestión empresarial, destacando que la metodología propuesta mejora significativamente la calidad y viabilidad de los proyectos, impulsando la formación de futuros emprendedores.

PALABRAS CLAVE

Diseño, metodología, evaluación, planes de negocios, educación superior

ABSTRACT

The scientific article "Design of a methodology for the evaluation of business plans: An approach applied to higher education institutions" addresses the lack of standardized tools to evaluate business plans in higher education students. The research focused on students from the Faculty of Business Sciences of the Technical University of Machala, with a sample of 200 students between 18 and 30 years old, predominantly women (69.5%). A mixed approach (qualitative and quantitative) was used, applying surveys and interviews to collect information on knowledge, experiences and needs around business plans. The results revealed that more than 50% of students do not know how to prepare or evaluate these plans, which limits their ability to undertake. The study developed a methodology that includes key indicators such as market analysis, financial viability and organizational structure. This tool allows a systematic and objective evaluation, promoting student entrepreneurship. The conclusions show the need to train teachers and students in business management, highlighting that the proposed methodology significantly improves the quality and viability of the projects, promoting the training of future entrepreneurs.

KEYWORDS

Design, methodology, evaluation, business plans, higher education

INTRODUCCIÓN

La evaluación efectiva de los planes de negocios en el ámbito de la educación superior es fundamental para fomentar la capacidad emprendedora de los estudiantes. Este proceso no solo ayuda a identificar oportunidades de mejora, sino que también actúa como un puente entre la teoría académica y la práctica empresarial. Según Olivares y Rodríguez (2018), el diseño de evidencias de aprendizaje es clave para desarrollar competencias prácticas y creativas, elementos esenciales para que los estudiantes logren materializar sus ideas de negocio.

A pesar de los avances en metodologías de enseñanza, aún persiste una brecha significativa en la evaluación de planes de negocios que limite su impacto. Vega y Guerrero (2020) destacan que el análisis de los planes de negocio y su integración con estrategias como el marketing es un área poco explorada, lo que sugiere la necesidad de un enfoque unificado que permita optimizar estos procesos. Esto es especialmente relevante en instituciones de educación superior, donde los estudiantes enfrentan una problemática para alinear sus proyectos con estándares prácticos y metodológicos claros.

En el ámbito de la planificación estratégica, los aportes de Stettinius et al. (2015) proporcionan una guía completa sobre cómo diseñar e implementar planes de negocios. Sin embargo, estos enfoques suelen carecer de adaptaciones específicas para contextos educativos. La investigación de Agila, Vizueta y Tello (2018) enfatiza la importancia de los planes de negocio como herramientas para el desarrollo empresarial, pero señala que su éxito depende en gran medida de la capacidad de evaluar adecuadamente su viabilidad y sostenibilidad.

En este contexto, surge la pregunta de investigación: ¿cómo diseñar una metodología efectiva para la evaluación de planes de negocios en instituciones de educación superior? Esta interrogante refleja la necesidad de establecer un marco que no solo evalúe la viabilidad técnica y financiera de los proyectos, sino que también promueva competencias críticas como el pensamiento estratégico y la innovación. Ruiz (2011) recomienda que una evaluación integral debe considerar aspectos como la sostenibilidad, el impacto en el mercado y la capacidad de ejecución.

La presente investigación propone un enfoque metodológico que integra la teoría y la práctica, basándose en análisis previos y en la retroalimentación de los actores involucrados. Tal como lo indican Olivares y Rodríguez (2018), la transposición de metodologías como el design thinking a entornos educativos puede transformar la manera en que los estudiantes desarrollan y evalúan sus proyectos. Este enfoque permitirá no solo fortalecer las competencias de los estudiantes, sino también garantizar que sus planes de negocios sean viables y relevantes en un entorno dinámico.

El diseño de esta metodología también responde a la necesidad de superar las problemáticas actuales en la evaluación de planes de negocios. Como se menciona en el estudio de Vega y Guerrero (2020), la falta de un marco unificado limita el potencial de los emprendedores en formación. Por ello, este trabajo busca cerrar esta brecha mediante la construcción de un sistema que facilite el análisis crítico y promueva la toma de decisiones fundamentadas.

Por otra parte, esta investigación se sitúa en la intersección de la educación y el emprendimiento, con el objetivo de diseñar una metodología innovadora y práctica. Al combinar la teoría existente con enfoques pedagógicos avanzados, se espera contribuir significativamente al desarrollo de competencias emprendedoras en estudiantes de educación superior, fortaleciendo así su capacidad para enfrentar los retos del mercado actual.

METODOLOGÍA Y MATERIALES

La investigación incluyó a 200 estudiantes de la Universidad Técnica de Machala, específicamente de la Facultad de Ciencias Empresariales. Los criterios de elegibilidad consideraron a estudiantes matriculados en las carreras de Economía, Administración, Marketing, Hotelería y Turismo, y Comercio Internacional. La muestra se distribuyó equitativamente entre secciones diurnas, vespertinas y nocturnas, seleccionando participantes de ambos géneros, con un rango de edad de 18 a 30 años. El grupo presentó diversidad socioeconómica, reflejando el entorno social de la provincia de El Oro. Los participantes fueron considerados idóneos debido a su implicación en actividades relacionadas con planes de negocio y emprendimiento.

El muestreo utilizado fue probabilístico estratificado, asegurando una representación proporcional de las diferentes secciones académicas y carreras. Se definió un tamaño de muestra de 200 estudiantes, calculado con base en la población total de estudiantes activos en la facultad, asegurando un margen de error aceptable del 5%. La recolección de datos se realizó en un contexto educativo, utilizando aulas y espacios universitarios, lo que favoreció la disposición y accesibilidad de los participantes. Este método permitió obtener datos representativos y reducir posibles sesgos al garantizar la inclusión de distintos grupos dentro de la población objetivo.

Para la recolección de datos se emplearon encuestas estructuradas, diseñadas para evaluar el conocimiento y la percepción de los estudiantes sobre planes de negocio y metodologías de evaluación. Las encuestas incluían preguntas cerradas y escalas tipo Likert, garantizando la claridad y simplicidad en las respuestas. Además, se realizaron entrevistas a profundidad con docentes especializados en emprendimiento, recopilando perspectivas cualitativas. Para mejorar la calidad de la medición, se pilotearon las herramientas con un grupo reducido antes de su aplicación masiva. Los instrumentos mostraron una alta confiabilidad y validez, evaluada mediante pruebas estadísticas preliminares.

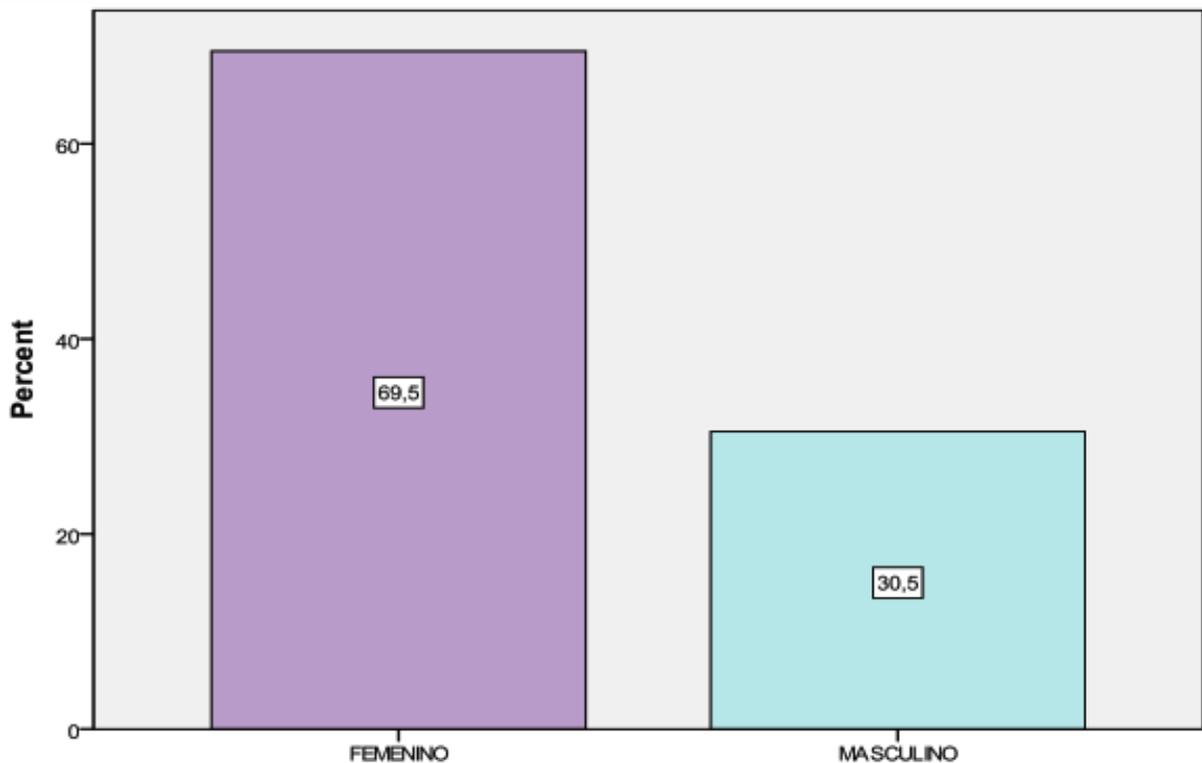
El estudio adoptó un diseño no experimental, descriptivo y transversal. Este enfoque permitió analizar las variables en su contexto natural, sin manipularlas, y se centró en describir la relación entre el conocimiento, las actitudes y las prácticas de los estudiantes sobre la evaluación de planes de negocios. El uso de métodos cualitativos y cuantitativos garantizó un análisis integral, proporcionando una visión más completa del problema. Asimismo, la metodología descriptiva permitió identificar los obstáculos y necesidades específicas de los participantes, constituyendo la base para el diseño de una propuesta metodológica efectiva.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Encuestas a estudiantes

Según encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala, se recopilaron datos relevantes sobre sus conocimientos y percepciones respecto a los planes de negocios. Los resultados fueron analizados utilizando el programa IBM SPSS Statistics, lo que permitió tabular y graficar la información de manera precisa. Este análisis reveló que el 64.5% de los estudiantes se consideran muy emprendedores, mientras que el 53% conoce qué es un plan de negocios, aunque solo un 8% afirmó poseer un alto nivel de conocimiento al respecto.

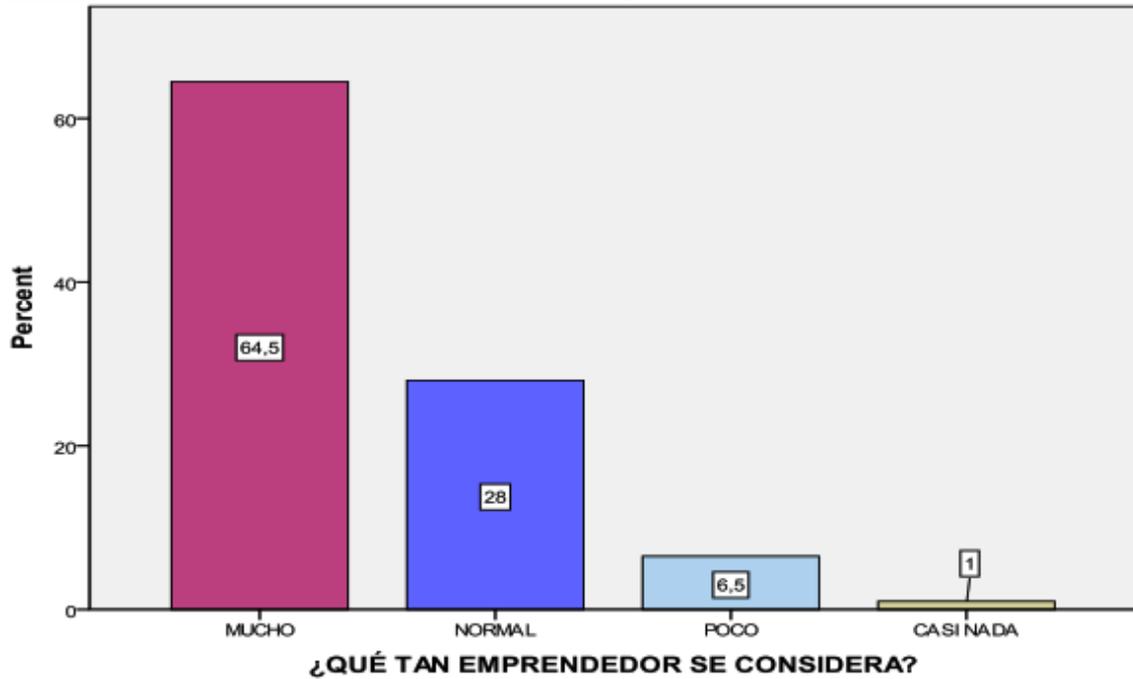
Gráfico 1. Género de los estudiantes encuestados.



Fuente: Autores (2025)

De los 200 estudiantes encuestados, el 69,5% (139 estudiantes) correspondió al género femenino, mientras que el 30,5% restante (61 estudiantes) fue masculino. Estos datos reflejan una mayor participación de mujeres en la muestra seleccionada, destacando su representación predominante dentro del ámbito académico analizado en esta investigación.

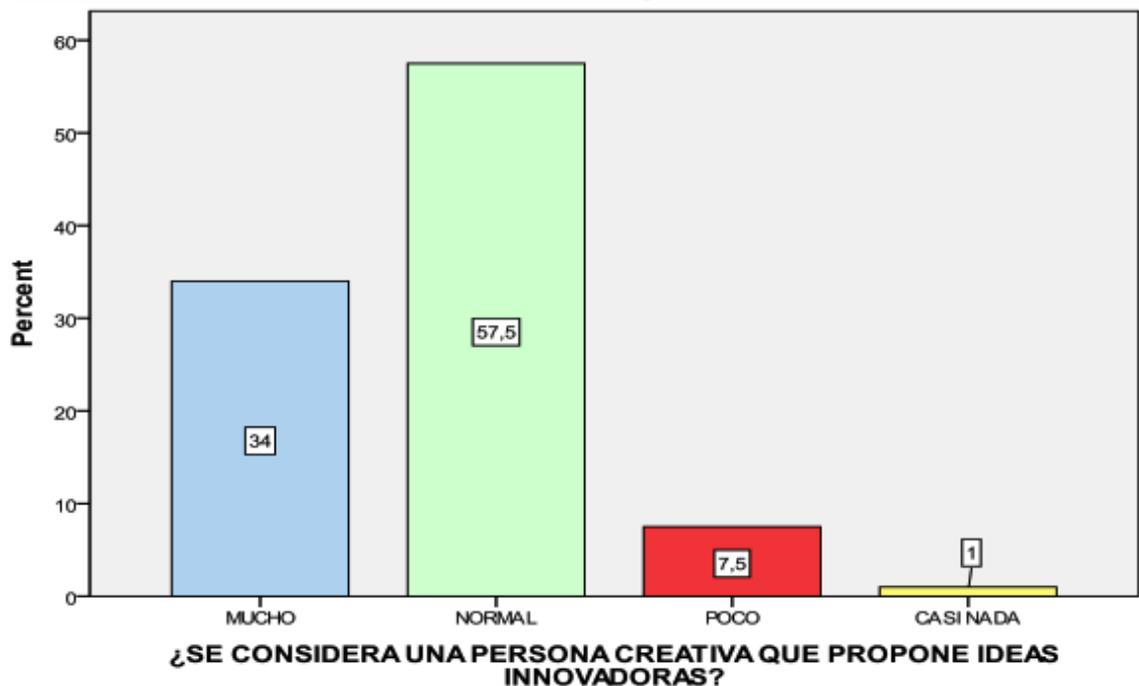
Gráfico 2. Pregunta 1



Fuente: Autores (2025)

En el gráfico 2, la encuesta aplicada a 200 estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la UTMACH reveló que el 64,5% se considera muy emprendedor y el 28% indica tener un nivel de emprendimiento moderado. En conjunto, el 92,5% de los participantes se identifica como emprendedor en distintos grados.

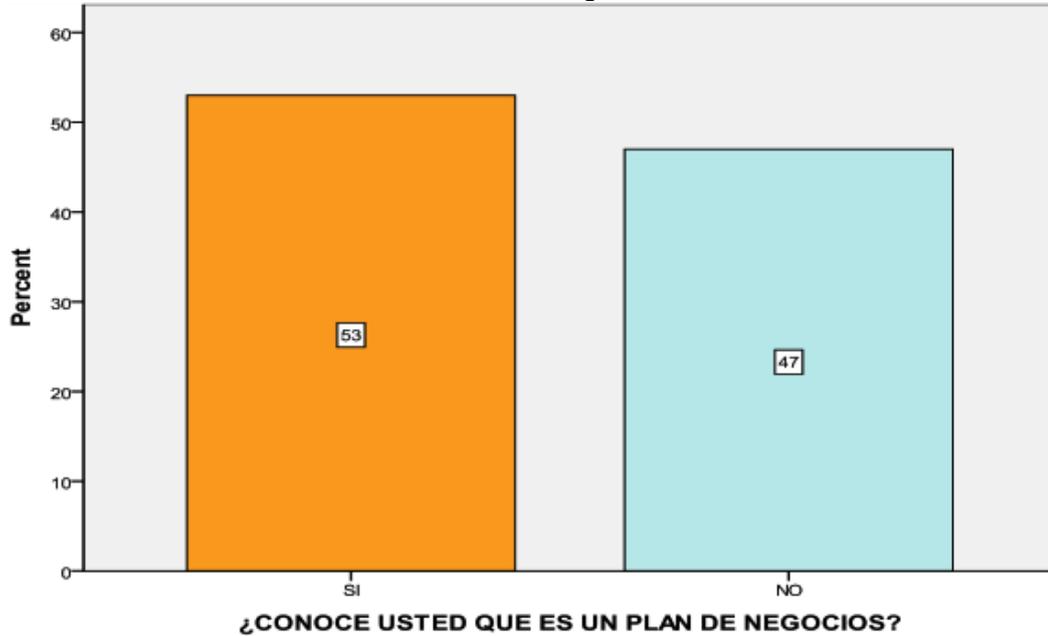
Gráfico 3. Pregunta



Fuente: Autores (2025)

En el gráfico 3, de los 200 encuestados, el 57,5% afirmó poseer una creatividad moderada para generar ideas, mientras que el 34% se considera altamente creativo al desarrollar propuestas innovadoras relacionadas con planes o ideas de negocios.

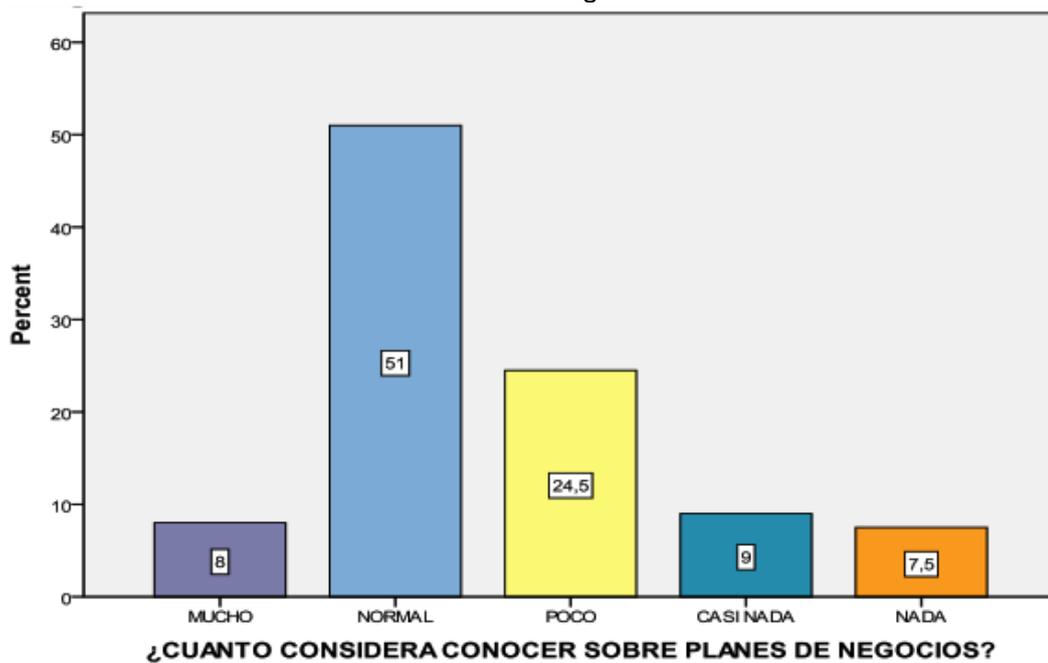
Gráfico 4. Pregunta 3



Fuente: Autores (2025)

En el gráfico 4, según los resultados, el 53% de los estudiantes conoce o ha escuchado sobre los planes de negocios, mientras que el 47% no tiene información al respecto. Muchos indicaron que, aunque reconocen su importancia, desconocen su función específica en el emprendimiento.

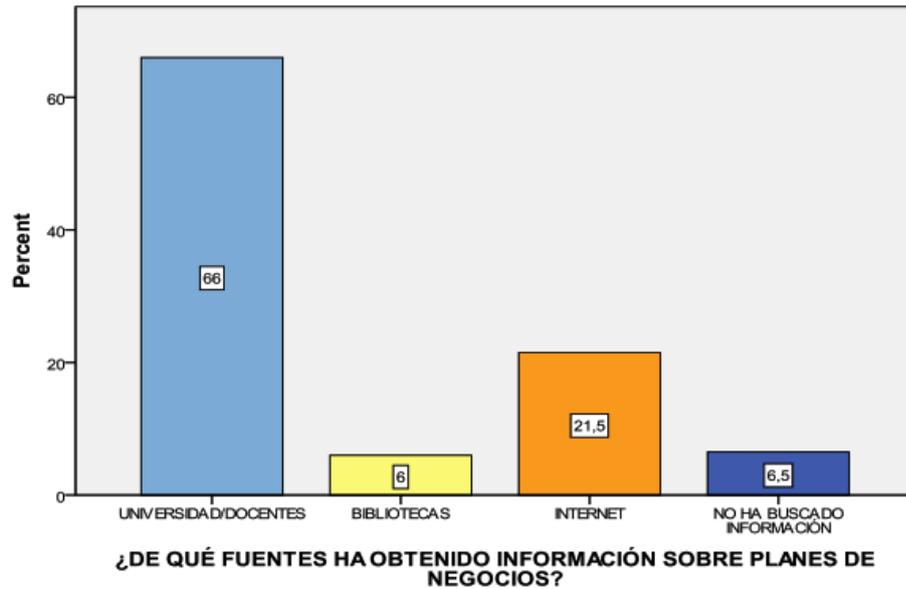
Gráfico 5. Pregunta 4



Fuente: Autores (2025)

En el gráfico 5, una vez realizada la pregunta si conocían o no lo que era un plan de negocios se buscó conocer cuál era el nivel de conocimiento a lo cual un 51% de los encuestados respondieron saber lo normal, seguido de eso un 24,5% expresó saber poco, sumando los niveles “casi nada” y “nada” nos dan un 16,5%, solo un 8% de los encuestados respondió saber mucho de planes de negocios.

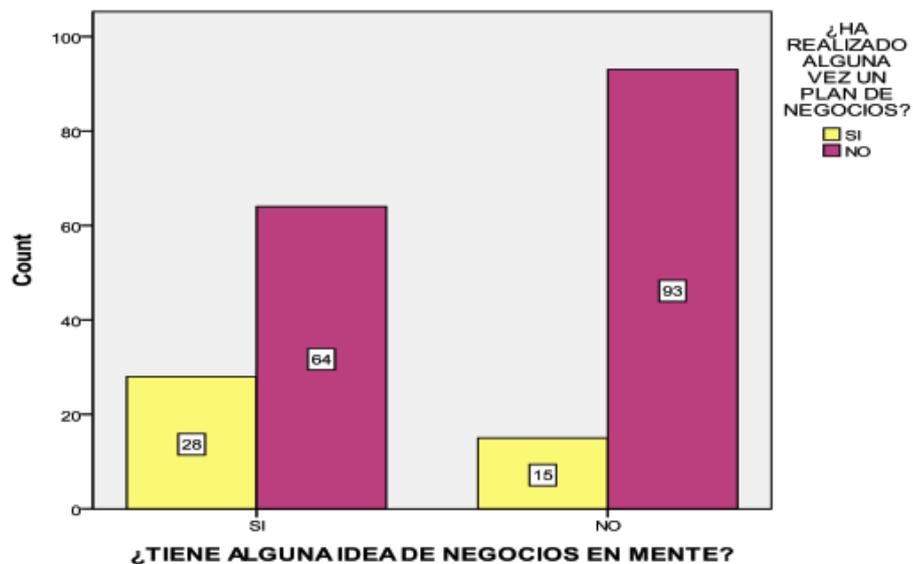
Gráfico 6. Pregunta 5



Fuente: Autores (2025)

En el gráfico 6, las encuestas revelaron que el 66% de los estudiantes obtiene información sobre planes de negocios principalmente de la Universidad y sus docentes. En segundo lugar, el 21,5% mencionó el internet como fuente de consulta para este tipo de contenidos.

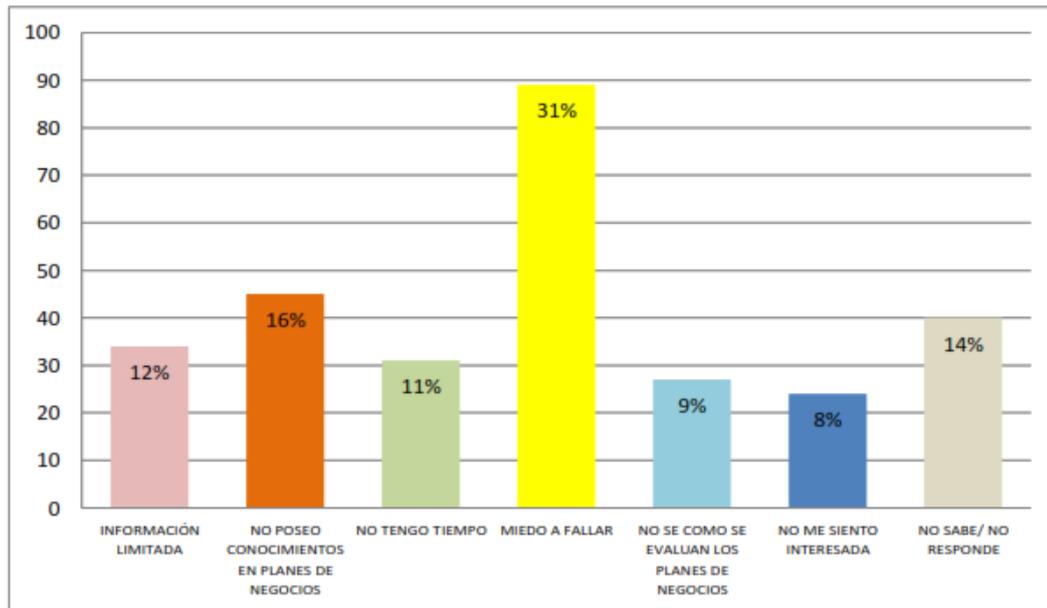
Gráfico 7. Pregunta 6 y 7



Fuente: Autores (2025)

En el gráfico 7, El cruce de información muestra que 28 estudiantes tienen ideas de negocio y han elaborado planes, mientras 64 poseen ideas, pero no los han realizado. Además, 15 han desarrollado planes sin tener ideas claras, y 93 carecen de ambos elementos.

Gráfico 8. Pregunta 8

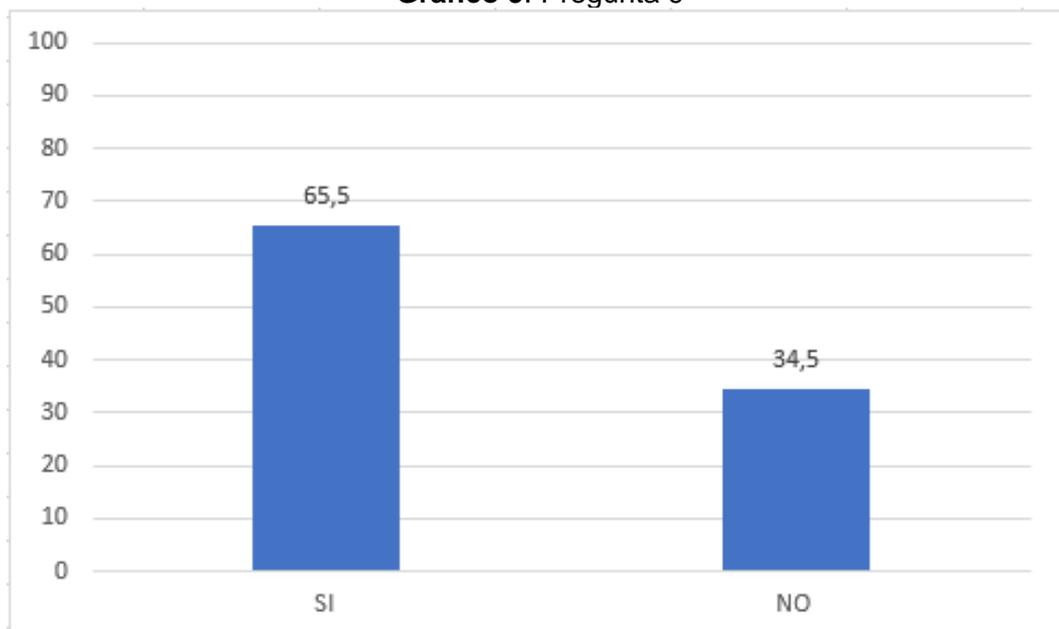


¿QUÉ LE HA IMPEDIDO REALIZAR ANTES UN PLAN DE NEGOCIOS?

Fuente: Autores (2025)

De las respuestas obtenidas, el 31% de los estudiantes señaló el miedo a fallar como la principal razón para no realizar planes de negocio, seguido por la falta de conocimientos al respecto, con un 16%, destacando estas barreras como las más significativas.

Gráfico 9. Pregunta 9

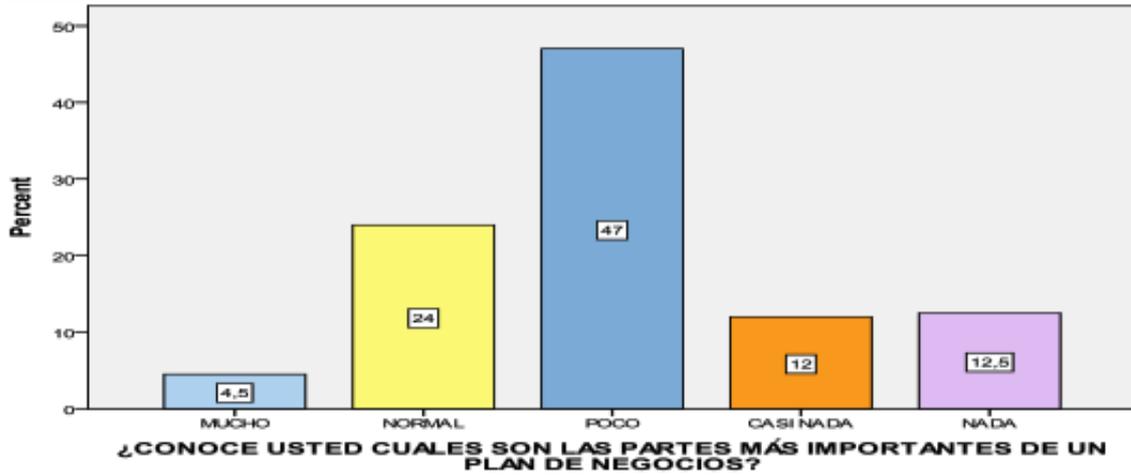


¿CONOCE USTED QUE PARTES CONFORMAN A UN PLAN DE NEGOCIOS?

Fuente: Autores (2025)

En el gráfico 9, el 65.5% de los encuestados conoce las partes de un plan de negocios, reflejando un buen nivel de formación empresarial. Sin embargo, el 34.5% desconoce esta información, evidenciando la necesidad de estrategias educativas para cerrar esta brecha.

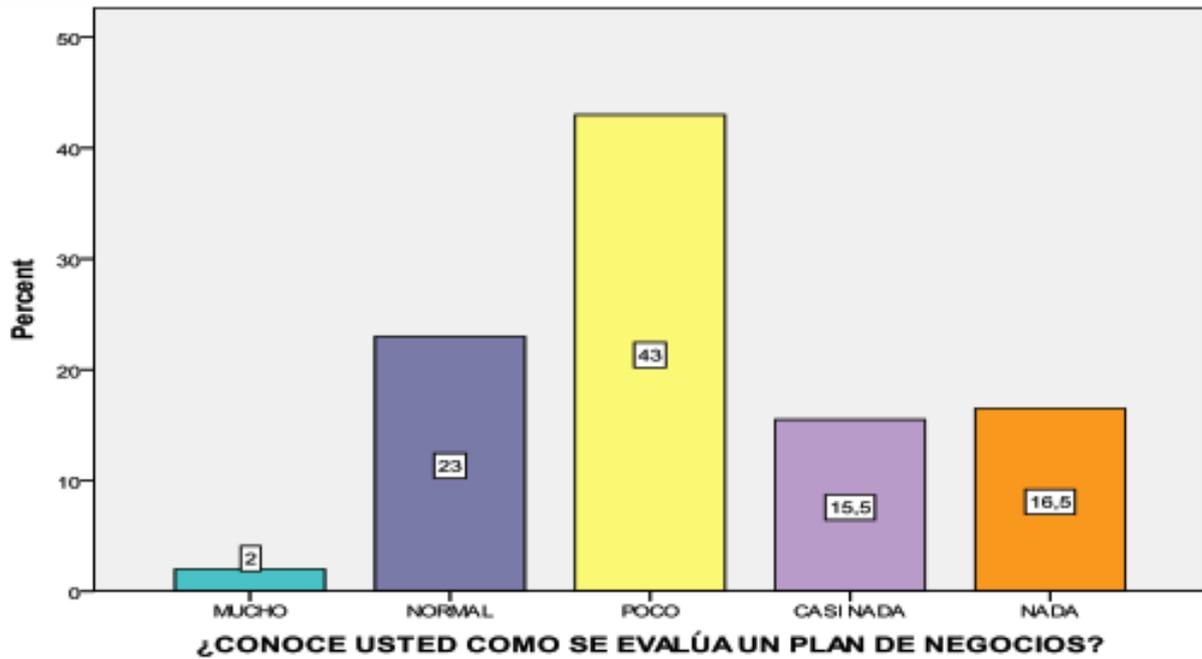
Gráfico 10. Pregunta 10



Fuente: Autores (2025)

En el gráfico 10, de 200 estudiantes encuestados, el 47% conoce poco sobre las partes esenciales de un plan de negocios. El 24% posee un conocimiento "normal", evidenciando que muchos estudiantes solo comprenden el concepto, sin entender su propósito práctico.

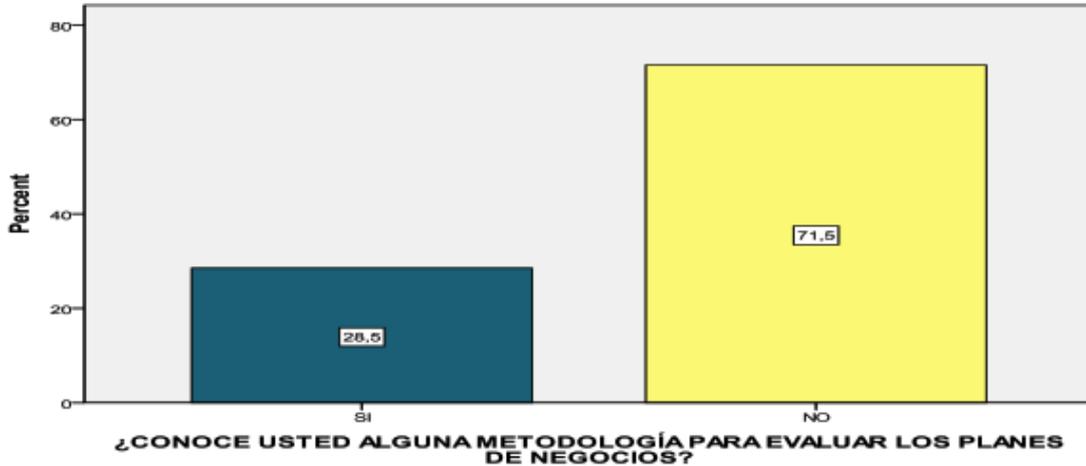
Gráfico 11. Pregunta 11



Fuente: Autores (2025)

En el gráfico 11, de 200 estudiantes, el 43% (83 jóvenes) indica saber poco sobre la evaluación de planes de negocios. Además, un 32% combina los parámetros "casi nada" y "nada", evidenciando un desconocimiento total o parcial sobre este proceso.

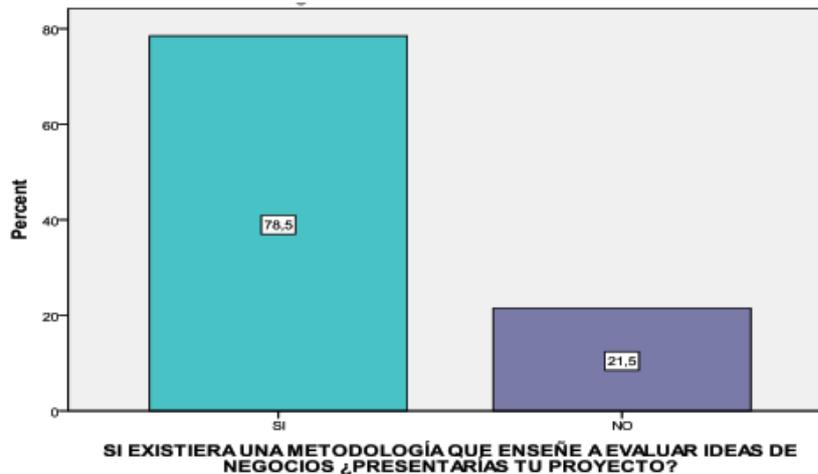
Gráfico 12. Pregunta 12



Fuente: Autores (2025)

En el gráfico 12, con base en la encuesta realizada, se observa que el 71.5% de los estudiantes no conocen las metodologías existentes para evaluar planes de negocios, lo que evidencia la importancia de fortalecer su formación en herramientas de análisis empresarial.

Gráfico 13. Pregunta 13



Fuente: Autores (2025)

En el gráfico 13, el 78.5% de los estudiantes de la UTMACH – FCE consideran necesario la existencia de una metodología para evaluar planes de negocios. Según expresan, esta herramienta les brindaría mayor tranquilidad al presentar sus ideas, al ofrecerles una guía clara de autoevaluación para perfeccionar sus propuestas empresariales.

Encuestas realizadas a maestros

Las encuestas realizadas a los docentes, orientadas a obtener información sobre planes de negocios y sus opiniones sobre una metodología para evaluarlos, arrojaron resultados clave que reflejan perspectivas relevantes para desarrollar herramientas prácticas de evaluación empresarial.

Tabla 1. Pregunta 1. ¿Se considera usted una persona emprendedora?

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	13	65,0
Poco	7	35,0
Total	20	100

Fuente: Autores (2025)

Tabla 2. Pregunta 2. ¿Se ha capacitado en el tema de emprendimiento?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	16	80,0
No	4	20,0
Total	20	100

Fuente: Autores (2025)

Tabla 3. Pregunta 3. ¿Cuánto se ha capacitado en el tema de emprendimiento?

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	6	30,0
Poco	13	65,0
Nada	1	5,0
Total	20	100

Fuente: Autores (2025)

Tabla 4. Pregunta 4. ¿Cuántas horas duró la capacitación?

	Frecuencia	Porcentaje
8 horas	2	10,0
10 horas	3	15,0
20 horas	10	50,0
30 horas	1	5,00
40 horas	2	10,0
No se ha capacitado	2	10,0
Total	20	100

Fuente: Autores (2025)

Las preguntas sobre emprendimiento revelaron que el 65% de los docentes son emprendedores y el 80% han recibido capacitación en este ámbito. Sin embargo, el 65% admite tener conocimientos limitados, lo cual podría deberse a que la mayoría de las capacitaciones realizadas no superaron las 20 horas (50%). Estos datos evidencian una relación entre la duración de las capacitaciones y la percepción de conocimiento insuficiente, subrayando la necesidad de programas formativos más extensos y profundos para mejorar sus competencias en emprendimiento.

Tabla 5. Pregunta 5. ¿Sabe usted cual es la metodología que se utiliza en la facultad para evaluar planes de negocios?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	4	20,0
No	16	80,0
Total	20	100

Fuente: Autores (2025)

Tabla 6. Pregunta 6. ¿Conoce usted algún formato de plan de negocios que sea usado por los estudiantes o docentes?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	25,0
No	15	75,0
Total	20	100

Fuente: Autores (2025)

Tabla 7. Pregunta 7. ¿Cómo considera usted una metodología de evaluación de Planes de negocios para los proyectos de los estudiantes?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	16	80,0
Importante	4	20,0
Total	20	100

Fuente: Autores (2025)

Tabla 8. Pregunta 8. ¿Cree usted que el desconocimiento de planes de negocios ha causado que no se cree un sistema de evaluación de ideas de negocios?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	18	90,0
No	2	10,0
Total	20	100

Fuente: Autores (2025)

De las preguntas realizadas sobre planes de negocios y metodologías para su evaluación, se obtuvieron los siguientes resultados: el 80% de los docentes indicó desconocer metodologías utilizadas en la facultad para evaluar planes de negocios, y el 75% afirmó no conocer un formato estandarizado que sirva de guía para estudiantes y profesores. Además, el 80% consideró fundamental contar con una metodología que oriente y facilite la evaluación, destacando su relevancia en todas las áreas de la facultad. Finalmente, el 90% señaló que la falta de conocimientos específicos en planes de negocios y su evaluación ha impedido el desarrollo previo de un sistema de evaluación adecuado.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos destacan la necesidad crítica de desarrollar una metodología estándar para evaluar los planes de negocios en la Universidad Técnica de Machala. Como plantean Mendoza Bazantes, Estrada Miño y Tanqueño Colcha (2021), los planes de negocios deben estructurarse con componentes claros que permitan analizar su viabilidad técnica, financiera y estratégica. En el estudio revisado, se evidencia que la falta de conocimiento sobre estos componentes afecta la capacidad de los estudiantes para elaborar proyectos sólidos, lo que resalta la importancia de la formación especializada para evitar inconsistencias en los modelos y mejorar la calidad de las propuestas.

En línea con Cristancho Triana et al. (2021), el componente financiero y legal es esencial en la evaluación de planes de negocios. Los resultados sugieren que los estudiantes necesitan orientación específica en estos aspectos, ya que las encuestas reflejan un desconocimiento significativo sobre su impacto en la viabilidad de los proyectos. Además, la incorporación de estrategias legales robustas y análisis financieros detallados no solo garantizaría la sostenibilidad de los negocios propuestos, sino que también fortalecería la confianza de posibles inversionistas, incentivando así el emprendimiento en la comunidad universitaria.

La investigación de Welsh Hatting (2023) refuerza la importancia de herramientas analíticas, como el análisis PESTEL y FODA, para identificar oportunidades y riesgos en el entorno empresarial. Sin embargo, los resultados obtenidos en la UTMACH revelan que pocos estudiantes utilizan estas herramientas, lo que limita su capacidad para identificar y mitigar riesgos. Este hallazgo resalta la necesidad de incluir formación específica sobre métodos de análisis estratégico en los programas académicos, garantizando que los planes presentados sean competitivos y estén alineados con las tendencias del mercado.

Por otro lado, la falta de conocimiento y miedo al fracaso, como se refleja en el alto porcentaje de estudiantes que no han elaborado un plan de negocios, es coherente con las observaciones de Díaz Rodríguez (2022). Según este autor, la ausencia de guías claras y la carencia de apoyo técnico contribuyen al desinterés en el desarrollo de proyectos empresariales. Para contrarrestar esto, es fundamental implementar estrategias de capacitación y tutorías que motiven a los estudiantes a participar activamente en la formulación de planes viables y sostenibles.

Asimismo, los hallazgos de Zhingre Orellana et al. (2020) subrayan que un análisis exhaustivo del mercado y la competencia es esencial para garantizar el éxito de un plan de negocios. No obstante, el informe muestra que la mayoría de los estudiantes de la UTMACH no realiza este análisis de manera adecuada. Esto resalta la necesidad de fortalecer el currículo con contenido orientado al estudio de mercado y técnicas de segmentación. De esta manera, se contribuiría no solo a la mejora de los planes elaborados, sino también al desarrollo del espíritu emprendedor en la región.

PROPUESTA

La propuesta presentada tiene como objetivo implementar una metodología que permita evaluar los planes de negocios de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH), esta iniciativa busca beneficiar tanto a los estudiantes como a la universidad, proporcionando herramientas que promuevan el emprendimiento y mejoren la calidad de los proyectos empresariales. La metodología evaluativa permite identificar puntos clave en los planes, otorgándoles puntuaciones para garantizar un análisis integral de su viabilidad técnica, financiera y comercial.

Como antecedente, la UTMACH, en su misión de formar profesionales competentes y emprendedores, ha identificado una necesidad clave: la falta de una metodología estandarizada que facilite la evaluación de planes de negocios. Actualmente, muchos estudiantes enfrentan dificultades para estructurar y evaluar sus propuestas debido al desconocimiento de los elementos esenciales de un plan. Esto no solo limita su potencial emprendedor, sino que también reduce la posibilidad de que sus proyectos se transformen en empresas sostenibles. Esta propuesta busca abordar estas limitaciones, proporcionando una solución práctica y efectiva que beneficie tanto a docentes como a estudiantes.

El principal objetivo es implementar un esquema de evaluación estructurado que brinde un formato claro y comprensible para estudiantes y docentes. Este esquema, basado en siete secciones clave, permitirá analizar aspectos como datos generales, propuestas de negocio, análisis de mercado, producción, recursos humanos y análisis financiero. Cada sección incluirá ítems específicos con un puntaje asignado, lo que facilitará una evaluación

transparente y objetiva. El proyecto, respaldado por estudios de campo y encuestas, cuenta con el apoyo de docentes y estudiantes, quienes reconocen su relevancia en el desarrollo del emprendimiento dentro de la universidad.

Desde una perspectiva justificativa, la propuesta busca fortalecer la formación de los estudiantes al proporcionarles herramientas para estructurar y presentar sus ideas de manera profesional. Además, fomenta la capacitación docente en temas de evaluación de proyectos empresariales, asegurando que estén preparados para guiar a los estudiantes en este proceso. Esta metodología no solo contribuirá al desarrollo académico de la UTMACH, sino que también impulsará la innovación y el emprendimiento en la región, beneficiando a la comunidad local y al entorno empresarial.

La metodología está diseñada con un enfoque práctico y detallado, evaluando aspectos esenciales de un plan de negocios. Incluye elementos como la definición del producto o servicio, análisis del entorno empresarial, estrategias de mercado y evaluación financiera. Cada ítem será puntuado, con un total de 100 puntos posibles, permitiendo un análisis integral de las fortalezas y debilidades de cada propuesta. Este enfoque asegura que los estudiantes no solo comprendan cómo estructurar un plan, sino también cómo presentar proyectos atractivos para posibles inversores.

El análisis de factibilidad del proyecto indica que su implementación es viable, considerando los recursos disponibles y el interés expresado por los beneficiarios. Además, la metodología propuesta se alinea con los objetivos académicos y estratégicos de la UTMACH, destacando su compromiso con la formación de profesionales emprendedores. Este respaldo institucional, junto con la participación activa de docentes y estudiantes, garantiza el éxito del proyecto a largo plazo.

La propuesta también enfatiza la necesidad de establecer vínculos entre la universidad y el sector empresarial, creando oportunidades para que los estudiantes presenten sus proyectos a organizaciones de financiamiento y potenciales socios estratégicos. Esto no solo fortalecerá el ecosistema emprendedor dentro de la universidad, sino que también posicionará a la UTMACH como una institución líder en la promoción del emprendimiento.

La metodología diseñada para evaluar los planes de negocios se organiza en siete secciones, cada una integrada por diversos ítems que detallan claramente cómo deben completarse y qué información se requiere en cada caso. Además, a cada ítem se le asigna un valor específico, y al final de cada sección se calcula un puntaje total, permitiendo así una evaluación integral y estructurada. Cada sección está compuesta de la siguiente manera:

Tabla 9. Estructura de la Metodología para Evaluar Planes de Negocios

Sección	Nombre	Ítems	Puntaje
1	Datos Generales	<ul style="list-style-type: none"> - Título del Plan de Negocio - Experiencia previa en el negocio propuesto - Identificación del(los) emprendedor(es) - Lugar de implementación del negocio (datos geográficos) - Sector económico al que pertenece el negocio - Objetivos - Monto de la inversión requerida - Identificación si el plan de negocios ha sido evaluado 	5 puntos
2	Resumen Ejecutivo	<ul style="list-style-type: none"> - Resumen Ejecutivo 	1 punto
3	La Propuesta de Negocio	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de la empresa - La idea 	10 puntos

		<ul style="list-style-type: none"> - Problema o necesidad a satisfacer - Misión - Visión - Objetivos - Propuesta de valor al cliente - Enfoque comercial - Fuente de ventaja competitiva - Aspecto innovador de la propuesta 	
4	Análisis del Mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del entorno empresarial - Análisis del mercado potencial - Segmentación del mercado - Mercado y cliente objetivo - Ventaja competitiva del negocio - Análisis de la competencia - Competencia actual - Competidores potenciales - Productos sustitutos - Barreras de entrada - Análisis de proveedores - Plan de Marketing - Análisis DAFO - Producto - Precio - Distribución - Publicidad y promoción - Presupuesto y cronograma de acciones de marketing 	28 puntos
5	Estudio Técnico de Producción	<ul style="list-style-type: none"> - Definición del producto o servicio - Infraestructura y equipamiento - Proceso productivo - Capacidad de producción - Cálculo de materiales y mano de obra - Plan de desarrollo de recursos humanos 	9 puntos
6	Estructura Organizacional y Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> - Aspectos legales - Figura legal - Licencias y permisos - Obligaciones tributarias - Evaluación del equipo de trabajo actual - Estructura organizacional - Definición de puestos - Manual de funciones - Análisis FODA 	4 puntos
7	Análisis Financiero	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis financiero - Estructura de costos - Cálculo de costos - Determinación del precio de venta - Inversiones - Inversión fija - Inversión diferida - Capital de trabajo inicial - Presupuestos de ingresos y egresos - Presupuesto de ventas - Costos de producción - Costos de administración - Costos de comercialización - Flujo de caja - Estado de resultados - Análisis de rentabilidad - Retorno de la inversión - Análisis de ratios financieros y punto de equilibrio - Plan de financiamiento 	43 puntos
TOTAL			100 puntos

Fuente: Autores (2025)

CONCLUSIONES

La investigación tiene como objetivo desarrollar una metodología para evaluar los planes de negocios presentados por estudiantes de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH), basándose en un formato estructurado que permitiera analizar su viabilidad técnica y financiera. Este sistema estaría automatizado por un software desarrollado por una ingeniera en sistemas de la universidad, lo que convierte al proyecto en un esfuerzo multidisciplinario. Se identificó el emprendimiento como un pilar esencial en la formación estudiantil, al evidenciar que los alumnos tienen ideas innovadoras, pero carecen de preparación técnica para plasmarlas en proyectos viables. Así, la investigación buscó proporcionar herramientas prácticas que impulsen el emprendimiento desde las aulas hacia la realidad.

El análisis revela que los estudiantes, aunque emprendedores, enfrentan inseguridades y desconocimiento sobre cómo elaborar y evaluar planes de negocios, lo que limita sus posibilidades de convertir sus ideas en empresas sostenibles. Encuestas y observaciones indicaron que la mayoría desconoce la importancia de los planes de negocios y carece de una guía para estructurarlos correctamente. Asimismo, los docentes señalaron insuficiente capacitación en temas específicos de planes de negocios, dependiendo en gran medida de investigaciones autodidactas. Esta situación destaca la necesidad de formación continua para docentes y estudiantes, así como de iniciativas institucionales que fortalezcan el desarrollo emprendedor en la universidad.

Como recomendación, se propone fomentar el emprendimiento en las aulas más allá de los requisitos académicos, involucrando a estudiantes con organismos de financiamiento y promoviendo la implementación de sus ideas. Además, se enfatiza la capacitación constante de los docentes, asegurando que estén preparados para guiar y apoyar a los estudiantes en la elaboración y evaluación de sus proyectos. Este enfoque contribuiría al desarrollo personal y profesional de los estudiantes, al tiempo que posicionaría a la UTMACH como un referente en la formación de emprendedores que impacten positivamente en el mercado y la sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agila, M. V., Vizueta, S. E., & Tello, G. E. (2018). La elaboración de un plan de negocios como alternativa para el desarrollo empresarial. *Revista Espacios*, 39(50), 3-5. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p01.pdf>
- Cristancho Triana, G. J., Ninco Hernández, F. A., Cancino Gómez, Y. A., Alfonso Orjuela, L. C., & Ochoa Daza, P. E. (2021). Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. *Suma de Negocios*, 12(26), 41-51. doi:<https://doi.org/10.14349/sumneg/2021.v12.n26.a5>
- Díaz Rodríguez, E. L. (2022). *Plan de negocios de la empresa Porkhato*. [Tesis de grado, Universidad de San Buenaventura]: Repositorio Universidad de San Buenaventura. Obtenido de <http://repositorio.unisabaneta.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/546>
- Mendoza Bazantes, C. C., Estrada Miño, E. E., & Tanqueño Colcha, O. P. (2021). Plan de negocios para la cooperativa industrial de calzado para fortalecer su imagen corporativa. *Revista Enfoques*, 5(18), 122-137. doi:<https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v5i18.112>

- Olivares, G., & Rodríguez, M. (2018). Desarrollo de competencias de pensamiento creativo y práctico para iniciar un plan de negocio: diseño de evidencias de aprendizaje. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 9(17), 1-25. doi:<https://doi.org/10.23913/ride.v9i17.383>
- Ruiz, C. J. (2011). *Formulación y evaluación de planes de negocio*. Ediciones de la U.
- Stettinius, W., Wood, D. R., & Colley Jr, J. L. (2015). Plan de negocio. Cómo diseñarlo e implementarlo: Todos los pasos desde el diseño a la puesta en marcha y revisión. *Profit Editorial*.
- Vega, T., & Guerrero, L. A. (2020). Plan de negocios y plan de marketing en las micro, pequeñas y medianas empresas: análisis bibliométrico. *Revista Espacios*, 41(45), 247-260. doi:<https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n45p20>
- Welsh Hatting, S. S. (2023). *Plan de negocios para la Fundación Almar*. [Tesis de pregrado, Universidad de Chile]: Repositorio Universidad de Chile. doi:<https://doi.org/10.58011/rbsz-7g17>
- Zhingre Orellana, S. O., Erazo Álvarez, J. C., Narváez Zurita, I., & Moreno Narváez, V. P. (2020). Plan de negocios para evaluar la viabilidad en el sector microempresarial de repuestos de vehículos. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 370–396. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7439116>

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERESES

El autor declara no tener conflictos de intereses.

DERECHOS DE AUTOR

Gómez Moreno, A. E., González Vargas, L. E., Alvarado Romero, P. R., Alvarado Romero, J. J., & Alban Alcívar, J. A. (2025)



Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo la licencia Creative Commons de Atribución No Comercial 4.0, que permite su uso sin restricciones, su distribución y reproducción por cualquier medio, siempre que no se haga con fines comerciales y el trabajo original sea fielmente citado.

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la revista.