

DOI: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i5.316>

La motivación para el emprendimiento y la innovación en alumnos universitarios: Caso Universidad Técnica de Manabí

Motivation for entrepreneurship and innovation in university students: Case of the Technical University of Manabí

Motivação para o empreendedorismo e inovação em estudantes universitários: Caso da Universidade Técnica de Manabí

Flor María Calero-Guevara ¹

flor.calero@uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-1213-6250>

Rubén Darío Mero-Mero ²

ruben.mero@uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-4139-6385>

Mónica Alexandra Franco-Chávez ³

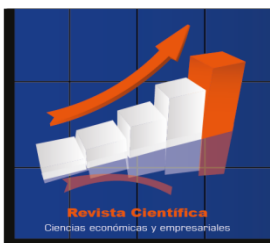
monica.franco@uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-3207-5675>

Correspondencia: flor.calero@uleam.edu.ec

* **Recepción:** 15/10/ 2020 * **Aceptación:** 11/11/ 2020 * **Publicación:** 09/12/ 2020

1. Master en Administración de Empresas, Doctora en Ciencias Administrativas, Especialista en Diseño Curricular por Competencias, Contador Público, Ingeniera Comercial, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.
2. Diploma Superior en Economía del Ecuador y del Mundo, Diploma Superior en Economía Internacional, Diploma Superior en Gestión Empresarial Internacional, Magister en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior, Ingeniero Comercial, Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.
3. Especialista Superior en Derecho Procesal, Diploma Superior en Investigación del Derecho Civil, Especialista en Derecho Civil Comparado, Magister en Derecho Civil y Procesal Civil, Abogado de los Juzgados y Tribunales de la República, Licenciado en Ciencias Sociales y Políticas, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.



Resumen

En el trabajo investigativo se analizó el grado de motivación que tienen los alumnos de la Universidad Técnica de Manabí para realizar emprendimiento e innovación, sus aspiraciones, las oportunidades que ven en el mercado, el aprendizaje que deben desarrollar en sus carreras para que los direccionen hacia una vida económicamente activa donde cada uno es su patrono y no dependen de los negocios/empresas ya establecidas para el sustento de sus hogares. La presente es una investigación de campo, bibliográfica-documental, se define como exploratoria-descriptiva, recolecta datos cuantitativos a través de una encuesta aplicada a estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí. El diseño es no experimental debido a que los datos de interés se obtuvieron en forma directa de la realidad. Dentro de los factores más relevantes que fueron analizados se encuentran las oportunidades, iniciativa, beneficios y aprendizaje que los alumnos deben conocer para pensar en emprender un negocio, que sea innovador por un bien nuevo, por un servicio nuevo o, por un servicio post venta que haga la diferencia del resto de negocios. Cabe indicar que los alumnos que se interesan por este emprendimiento e innovación y que indicaron respuestas de más del 75% que podrían tener cualidades para ser emprendedor, nos motivan a mantener una línea de docencia que ayude a plasmar sus aspiraciones para con ello ser un referente como universidad del soporte técnico, del enfoque económico y en definitiva del progreso que tiene la provincia y el país, puesto que como todos hemos observado las Pymes son el mayor soporte a nivel regional por los ingresos y fuentes de trabajo que poseen, principalmente, los países en América Latina.

Palabras clave: Innovación; emprendimiento; dinámica empresarial.

Abstract

In the research work, the degree of motivation of the students of the Technical University of Manabí to undertake entrepreneurship and innovation, their aspirations, the opportunities they see in the market, the learning they must develop in their careers to direct them towards an economically active life where everyone is their employer and do not depend on the businesses / companies already established for the sustenance of their homes. This is a field research, bibliographic-documentary, defined as exploratory-descriptive, collects quantitative data through a survey applied to students of the Technical University of Manabí. The design is non-experimental because

the data of interest were obtained directly from reality. Among the most relevant factors that were analyzed are the opportunities, initiative, benefits and learning that students should know to think about starting a business, that is innovative for a new good, for a new service or, for an after sales service Make a difference from other businesses. It should be noted that students who are interested in this entrepreneurship and innovation and who indicated responses of more than 75% that could have qualities to be an entrepreneur, motivate us to maintain a teaching line that helps to shape their aspirations to thereby be a reference as a university of technical support, of the economic approach and, in short, of the progress that the province and the country have, since as we have all observed, SMEs are the largest support at the regional level due to the income and sources of work they have, mainly, the countries in Latin America.

Keywords: Innovation; entrepreneurship; business dynamics.

Resumo

O trabalho investigativo analisou o grau de motivação que os alunos da Universidade Técnica de Manabí têm para realizar o empreendedorismo e a inovação, suas aspirações, as oportunidades que enxergam no mercado, os aprendizados que devem desenvolver em suas carreiras para que sejam direcionados. uma vida economicamente ativa onde cada um é seu empregador e não depende dos negócios / empresas já constituídos para o sustento de seus lares. Trata-se de uma pesquisa de campo, bibliográfico-documental, definida como exploratório-descritiva, coleta dados quantitativos por meio de uma survey aplicada a alunos da Universidade Técnica de Manabí. O projeto é não experimental porque os dados de interesse foram obtidos diretamente da realidade. Entre os fatores mais relevantes que foram analisados estão as oportunidades, iniciativa, benefícios e aprendizagens que os alunos devem saber para pensar em começar um negócio, que seja inovador para um novo bem, para um novo serviço ou, para um serviço pós-venda isso faz a diferença em relação a outras empresas. Refira-se que os alunos que se interessam por este empreendedorismo e inovação e que indicaram respostas superiores a 75% que poderiam ter qualidades para ser empreendedor, nos motivam a manter uma linha de ensino que ajude a moldar as suas aspirações para ser uma referência como uma universidade de apoio técnico, da vertente económica e em última análise do progresso que a província e o país têm, visto que, como todos observamos, as



PMEs são o maior apoio a nível regional pelos rendimentos e fontes de trabalho que têm, principalmente, países da América Latina.

Palavras-chave: Inovação; empreendedorismo; dinâmica de negócios

Introducción

Las universidades del país han realizado un consenso respecto al aporte que ellas representan para que sus alumnos pasen a ser entes productivos en el país, por ello trabajan en el cambio de mentalidad en los alumnos, principalmente en el aspecto de los objetivos una vez que concluyan su carrera. Es notorio que ya no se fundamenta el estudio para conseguir empleo sino, el estudio servirá para tener el conocimiento que permita desarrollar fuentes de trabajo para quien estudia porque tendrá criterios de cómo realizar emprendimientos, basados en la innovación de bienes, servicios y/o servicio post venta.

En este sentido hemos visto como en el segundo semestre del año 2019, el gobierno central a través de la vicepresidencia de la república, ha incentivado ferias de emprendimiento a nivel nacional, con la finalidad que las personas muestren sus productos al público y que los bancos públicos y privados puedan hacer negocio con ellos para un crecimiento basado en la producción.

Considerando el criterio de Global Entrepreneurship Monitor (GEM , 2017), que recogió la siguiente información de 2,060 personas en edad adulta y 37 expertos nacionales, manifestó como resultado:

1. En el 2017, alrededor de 3 millones de adultos empezaron el proceso de puesta en marcha de un negocio (emprendimiento naciente) o poseían uno con menos de 42 meses de antigüedad (emprendimiento nuevo), lo que representa el 29.6% de la población entre 18 y 64 años, siendo la tasa de Actividad emprendedora temprana más alta de la región por sexto año consecutivo, seguido por Perú y Chile.
2. Persisten las dificultades para que un emprendimiento supere la barrera de los 3 meses de operación; los problemas de financiamiento y falta de rentabilidad fueron las principales razones de discontinuación.

3. Según la muestra levantada, el emprendedor ecuatoriano tiene en promedio 36 años, con un negocio orientado al consumidor, 11 años de escolaridad y el 48.8% proviene de hogares con un ingreso mensual entre \$375 y \$750.
4. El 33.4% tiene un empleo adicional a su negocio y el 50.2% es auto empleado.

A partir de este criterio, se consideró necesario analizar la opinión de los alumnos que estando en semestres superiores en la Universidad Técnica de Manabí, puedan darnos su criterio acerca de lo que podría ser la innovación o las iniciativas que ellos tengan respecto al desarrollo de actividades económicas. El trabajo es escaso más aún cuando se ve a la empresa privada con reservas en la inversión por las medidas económicas que afectan a la toma de decisiones.

En este sentido, el problema específico al que debemos encontrar solución sería la desaparición de manera apresurada de las MiPYMES, analizando sus causas para que, a través de la academia, se pueda orientar a una mejor forma de emprender los negocios que planifican los alumnos desde el aula de clase.

Siendo este artículo parte del proyecto de investigación sobre emprendimiento, el objetivo general de la investigación es: diagnosticar los factores que inciden las actividades de innovación en los estudiantes emprendedores de la Universidad Técnica de Manabí.

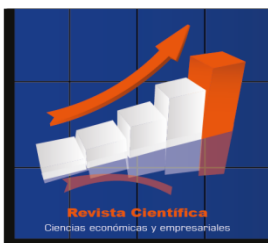
Desarrollo

Innovación

Cuando hablamos de innovación es meritorio mencionar a Peter Drucker (2004), quien no está de acuerdo con el criterio de la “Personalidad emprendedora” puesto que él considera que “hay emprendedores exitosos que tienen en común no es un cierto tipo de personalidad, sino un compromiso con la práctica sistemática de la innovación” (p.3).

Para Drucker (2004), afirma que:

La innovación es la función específica del emprendimiento, ya sea en una empresa existente, en una institución de servicio público o en un nuevo negocio comenzado por un individuo solitario en la cocina de su casa. Es el medio a través del cual el emprendedor crea nuevos recursos generadores de riqueza o dota a los recursos existentes de mayor potencial para crearla. (p.3)



Para realizar un análisis de lo que Drucker afirma, se coincide con él, en el aspecto que no importa el tamaño de la empresa para afirmar que hay un emprendimiento, sino que esta afirmación es a un cierto tipo de actividad donde su centro sea la innovación, para cambiar algo de forma intencional que motive el crecimiento económico de la empresa.

Para López, Montes y Vázquez (2007), “la innovación constituye un proceso de destrucción creadora, cuyo resultado es el desarrollo económico y empresarial” Para ellos la innovación tiene que ver con la tradición, es decir que se basa en algo ya creado al que se le mejora, con la intervención de personas, equipos físicos y conocimiento; aquí se podría hablar de un mejoramiento continuo, donde se observan los procesos actuales para tener de referencia para hacer cambios en uno o varios pasos del proceso productivo y que el producto final sea mejor situado en el mercado. Su criterio general es que: “Para sobrevivir las empresas tienen que ser flexibles, tienen que adaptarse a los cambios del mercado y tienen que evolucionar constantemente, mejorando su competencia esencial o núcleo competitivo. Esta evolución no es otra cosa que la Innovación”. López et al (2007)

Ante estos dos criterios sobre innovación coinciden los autores en que la innovación no se concibe como un producto nuevo necesariamente, sino que constituye una mejora a un producto que ya se encuentra en el mercado, esto nos indica que en toda empresa debe mantenerse el criterio de innovación para que pueda estar mejor situada en el mercado.

Emprendimiento

Para Formichella (2004)

“El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto, que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación”

Para el autor Bueno (2000), “emprender es la función del empresario, con la cual crea, normalmente, una empresa como unidad económica para producir bienes y servicios, crear renta y lograr un beneficio por dicho desempeño y riesgo asumido” (p. 17). Si bien ese concepto es

bastante completo, el autor indica el que la Real Academia de la Lengua “poner en marcha un proyecto, especialmente dificultoso o empezar una obra, acción o actividad”

Entonces coinciden los tres conceptos respecto a que es el desarrollo de un proyecto, donde principalmente entra en juego el actuar del ser humano que elabora un producto o servicio, el aspecto social entendiéndose como el medio en el que se desarrolla, económico, la rentabilidad y que sea de característica innovadora, es decir no puede entrar a ser uno más del mercado.

Dinámica Empresarial

Un término de mucha importancia en el emprendimiento es la Dinámica Empresarial, para Levy (2015) es “el conjunto de conceptos y herramientas que los cuales las empresas apuntan hacia la viabilidad o a la vulnerabilidad. No hay premios consuelo. Y esta dinámica empresarial siempre requiere cambios estratégicos, gerenciales y culturales, aptitudinales y actitudinales, racionales y emocionales, individuales y grupales”.

Para Cepeda y Carrión (2018) la dinámica empresarial encierra varios temas como las capacidades dinámicas, capacidades operativas, el cambio estratégico, rendimiento empresarial, en definitiva, una estructura de conocimiento más desarrollada para aplicarla en diversos escenarios, por tanto, no sólo se puede mantener con un solo producto, sino que la innovación puede ser, incluso, hasta modificar totalmente el producto primario con el que se conoció en el mercado (p. 3-29).

Recapitulando estos dos conceptos observamos que la dinámica empresarial se la considera como para la gran empresa, sin embargo, en las Mipyme es utilizable porque no se puede quedar en el simple producto “estrella” y pensar que sólo eso se puede hacer, sino que en la medida que la sociedad se vuelve más exigente, podemos participar en un mercado conocido o nuevo con productos innovadores. Lo básico en el emprendimiento es que se trata de un proyecto no precisamente se debe constituir como una empresa, sino que una persona puede emprender un negocio a título personal si las condiciones son las más óptimas.

Metodología

La presente es una investigación de campo, bibliográfica-documental, se define como exploratoria-descriptiva, recolecta datos cuantitativos a través de una encuesta aplicada a estudiantes de la



Universidad Técnica de Manabí. El diseño es no experimental debido a que los datos de interés se obtuvieron en forma directa de la realidad.

El cuestionario se elaboró mediante el juicio de Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez (2008), para realizar el proceso de diseño y validación del instrumento se realizaron dos fases: una revisión lógica, para seleccionar los ítems del cuestionario piloto, y una revisión empírica, para analizar la aplicación del cuestionario y así depurar y consolidar el cuestionario final.

El cuestionario final se dividió en 3 grandes categorías con sus respectivas secciones:

Categoría 1- Aspectos de carácter personal (37 ítems): Liderazgo, motivación al logro, capacidad de asumir riesgos, confianza, organización, responsabilidad, e integración a redes sociales con acceso a información y conocimiento (contactos)

Categoría 2- Aspectos de carácter social (26 ítems): Tolerancia, cooperación/ayuda, coherencia/compromiso, conciencia social, y convivencia/respeto al bien público.

Categoría 3- Aspectos de carácter innovador (33 ítems): Creatividad, identificar oportunidades (problemas), iniciativa, capacidad de generar ideas, capacidad de cambio, capacidad para aprender y evolucionar y tolerancia al fracaso.

El cuestionario estaba formado por 96 afirmaciones que se miden con la escala de Likert los niveles de medición fueron los siguientes: 1 (muy en desacuerdo), 2 (en desacuerdo), 3 (indiferente), 4 (de acuerdo) y 5 (muy de acuerdo).

La muestra está formada por estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí. El número total de encuestados asciende a 383. El proceso de recolección de datos se hizo dentro de los predios universitarios en 27 unidades académicas. Los datos fueron analizados mediante SPSS.

Las facultades donde se realizó la encuesta fueron: Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría, Economía, Bibliotecología y Ciencias de la Información, Psicología Clínica, Secretariado Ejecutivo, Trabajo Social, Ingeniería de Sistemas Informáticos, Ingeniería Civil, Ingeniería Eléctrica, Ingeniería Industrial, Ingeniería Mecánica, Ingeniería Química, Enfermería, Laboratorio Clínico, Medicina, Nutrición y Dietética, Optometría, Medicina Veterinaria, Contabilidad Computarizada; Educación Física, Deportes y Recreación; Educación General Básica, Educación Parvularia, Física y Matemáticas, Idiomas, Psicología Educativa, Química y Biología, y, Química y Biología.

Resultados

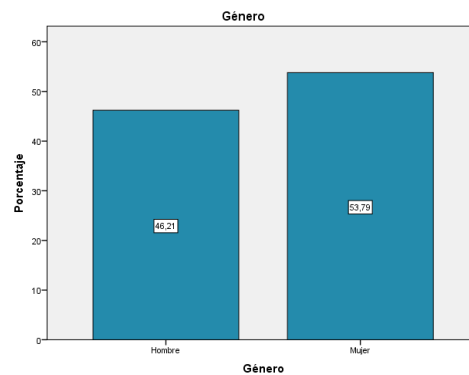
Para el análisis de los resultados se consideró el segmento que corresponde a Innovación, sin embargo, como primer punto es importante conocer cómo estuvo repartida la presencia de los estudiantes respecto a su género.

Tabla 1: Género de los encuestados

		Frec.	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	177	46,2	46,2	46,2
	Mujer	206	53,8	53,8	100,0
Total		383	100,0	100,0	

Fuente: Estudiantes de 27 Unidades Académicas de la UTM

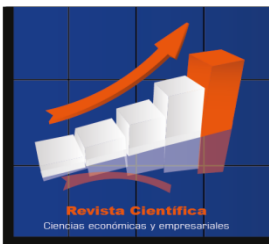
Figura 1: Género de los encuestados



En este primer concepto observamos que es mayor el porcentaje de alumnas que aceptaron realizar la encuesta y que mostraron interés cuando se les habló de emprendimiento. De los estudiantes encuestados 177 fueron hombres que representa 46,21% y 206 fueron mujeres que representa el 53,79% del total de la muestra.

Tabla 2: Pregunta 64: Consigo hacer las cosas de manera imaginativa y diferente a como lo hacen las otras personas

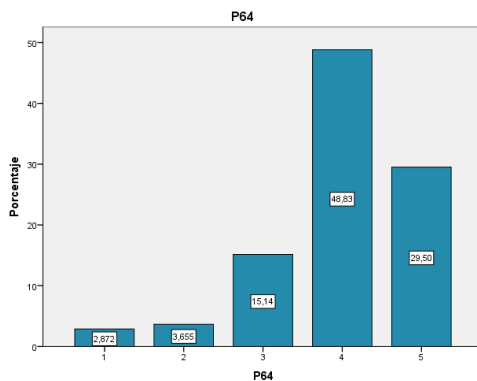
	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	11	2,9
En desacuerdo	14	3,7



Indiferente	58	15,1
De acuerdo	187	48,8
Muy de acuerdo	113	29,5
Total	383	100,0

Fuente: Estudiantes de 27 Unidades Académicas de la UTM

Figura 2: Iniciativa



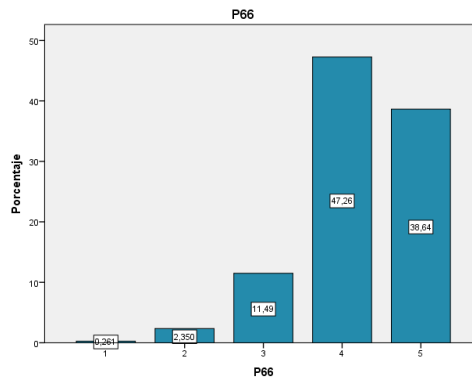
Los dos porcentajes mayores de las respuestas, esto es el 48,8% más el 29,5%, indican que los alumnos tienen imaginación para hacer las cosas de forma diferente y con buenos resultados, respecto a lo realizado por otras personas.

Tabla 3: Pregunta 66: Me emociona crear mis propias oportunidades de crecimiento personal

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	0,3
En desacuerdo	9	2,3
Indiferente	44	11,5
De acuerdo	181	47,3
Muy de acuerdo	148	38,6
Total	383	100

Fuente: Estudiantes de 27 Unidades Académicas de la UTM

Figura 3: Oportunidades



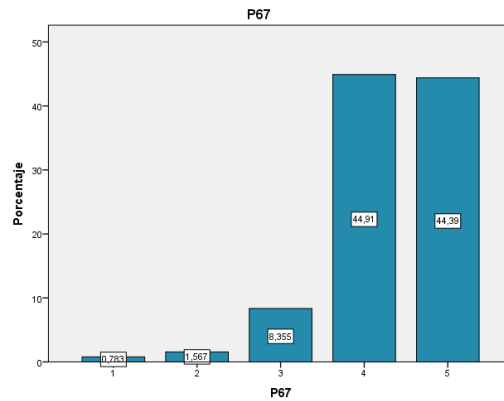
En la pregunta 66 observamos que las respuestas de acuerdo y muy de acuerdo son los porcentajes mayores, entre los dos suman el 85,9%, lo que afirman los alumnos es que ellos sí son forjadores de su crecimiento personal, es decir se orientan a sus propias oportunidades de crecimiento.

Tabla 4: Pregunta 67: Creo que es importante buscar continuamente nuevas maneras de hacer las cosas

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	3	,8
En desacuerdo	6	1,6
Indiferente	32	8,4
De acuerdo	172	44,9
Muy de acuerdo	170	44,4
Total	383	100,0

Fuente: Estudiantes de 27 Unidades Académicas de la UTM

Figura 4: Aprendizaje



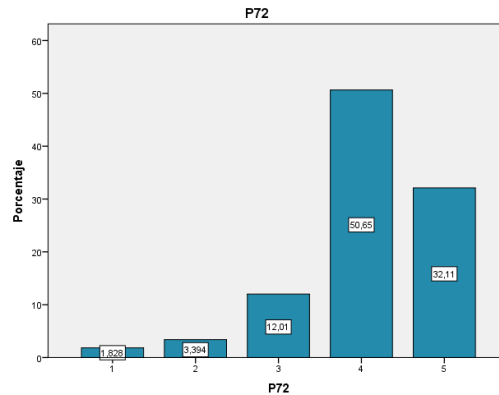
En la pregunta 67 observamos que el porcentaje de acuerdo y muy de acuerdo suman 89,3%, es decir los alumnos infieren que es importante el aprendizaje para establecer nuevas formas de hacer las cosas.

Tabla 5: Pregunta 72: Mi habilidad para tratar con la gente me ha permitido crear muchas de mis oportunidades

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	7	1,8
En desacuerdo	13	3,4
Indiferente	46	12,0
De acuerdo	194	50,7
Muy de acuerdo	123	32,1
Total	383	100,0

Fuente: Estudiantes de 27 Unidades Académicas de la UTM

Figura 5: Oportunidades



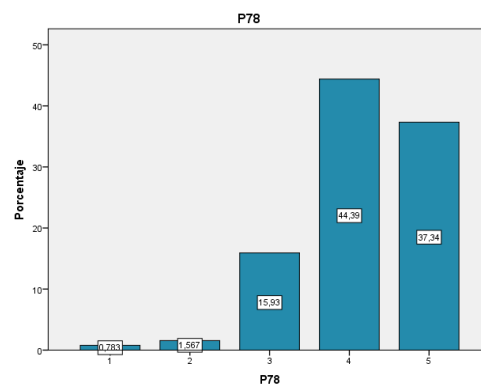
En la pregunta 72 ratificamos con el 82,8% de las dos respuestas más altas, que los alumnos sí están conscientes que se debe tener habilidad para tratar a la gente y lograr que aparezcan oportunidades de negocios que les mejoren su presupuesto y actividades que realizan.

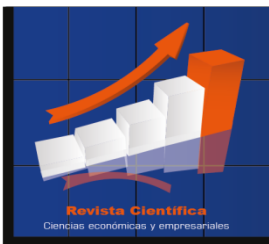
Tabla 6: Pregunta 78: Soy capaz de formular sugerencias para mejorar los proyectos en los que participo

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	3	,8
En desacuerdo	6	1,6
Indiferente	61	15,9
De acuerdo	170	44,4
Muy de acuerdo	143	37,3
Total	383	100,0

Fuente: Estudiantes de 27 Unidades Académicas de la UTM

Figura 6: Iniciativa





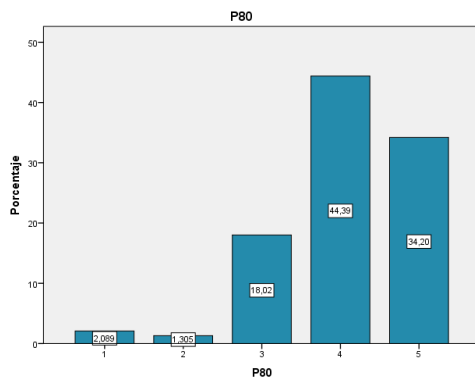
En la pregunta 78 aunque en porcentaje menor que las anteriores, las dos preguntas de mayor porcentaje suman 81,7% considera que puede formular sugerencias para mejorar los proyectos en los que participa, pero hay un porcentaje del 15,9% de personas indiferentes, es decir que no todos tienen la cultura de participación en un equipo de trabajo.

Tabla 7: Pregunta 80: Estoy pensando siempre en nuevas ideas

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	8	2,1
En desacuerdo	5	1,3
Indiferente	69	18,0
De acuerdo	170	44,4
Muy de acuerdo	131	34,2
Total	383	100,0

Fuente: Estudiantes de 27 Unidades Académicas de la UTM

Figura 7: Iniciativa



El 78,6% de los alumnos consideran que tienen iniciativa, por lo que puede ser más fácil lograr pensar en un emprendimiento, porque esa agilidad mental para nuevas ideas es precisamente lo que motiva a lograr emprendimientos duraderos en el tiempo.

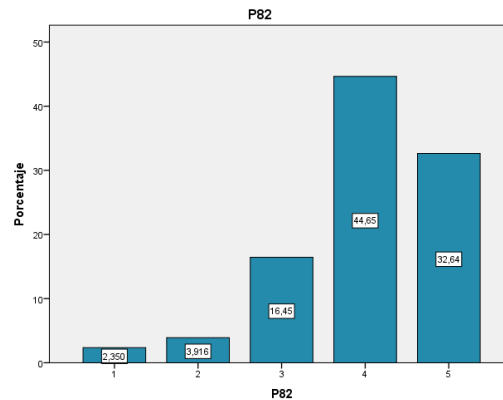
Tabla 8: Pregunta 82: Busco herramientas y recursos para conseguir mejores resultados, aunque nadie me lo haya pedido

	Frecuencia	Porcentaje
--	------------	------------

Muy en desacuerdo	9	2,3
En desacuerdo	15	3,9
Indiferente	63	16,4
De acuerdo	171	44,6
Muy de acuerdo	125	32,6
Total	383	100,0

Fuente: Estudiantes de 27 Unidades Académicas de la UTM

Figura 8: Iniciativa



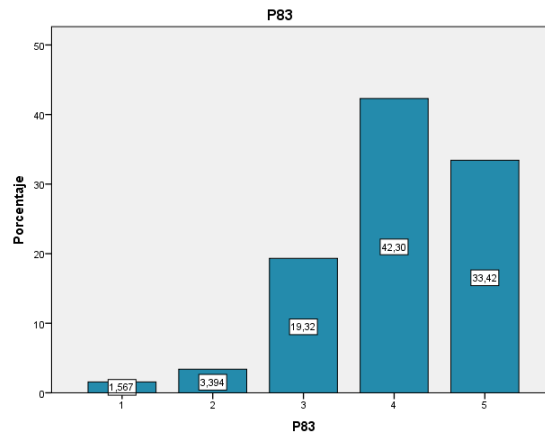
La iniciativa es una de las mayores capacidades que puede tener una persona, puesto que, le permitirá en diferentes aspectos conseguir mejores oportunidades, tanto de nuevos negocios que le elevarán su nivel económico, como también en favor de la comunidad en la que se desenvuelve. El 77,2% se considera tener iniciativa, esto es positivo porque con esos resultados aspiramos a incentivar muchos emprendimientos.

Tabla 9: Pregunta 83: Disfruto encontrando nuevas soluciones a los problemas que nadie ha resuelto todavía

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	6	1,6
En desacuerdo	13	3,4
Indiferente	74	19,3
De acuerdo	162	42,3
Muy de acuerdo	128	33,4
Total	383	100,0

Fuente: Estudiantes de 27 Unidades Académicas de la UTM

Figura 9: Oportunidad



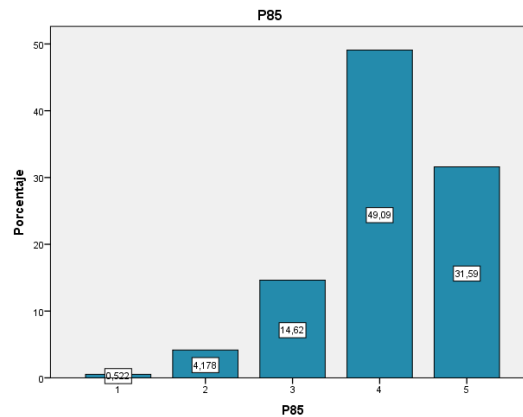
En la pregunta 83 se observa que el 75,7% de los alumnos creen en las oportunidades a que pueden tener buscando nuevas soluciones a los problemas, es decir, no se quedan con una simple respuesta o solución a los problemas, sino que ellos buscan oportunidad de hacer lo que nadie todavía a resuelto.

Tabla 10: Pregunta 85: Estoy dispuesto/a asumir cambios temporalmente con tal de obtener posibles beneficios a largo plazo

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	2	,5
En desacuerdo	16	4,2
Indiferente	56	14,6
De acuerdo	188	49,1
Muy de acuerdo	121	31,6
Total	383	100,0

Fuente: Estudiantes de 27 Unidades Académicas de la UTM

Figura 10: Beneficios



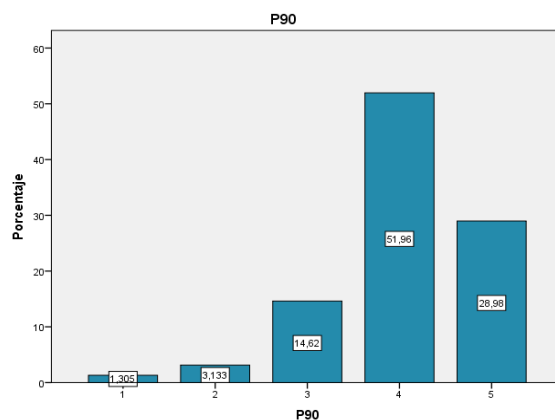
La pregunta 85 es la que nos indica en un porcentaje del 49,1% que el alumno puede aceptar cambios en su vida, para motivar beneficios a largo plazo, si bien el emprendimiento lleva consigo una incertidumbre, también puede dar grandes beneficios, por lo que los alumnos si están de acuerdo en correr esos riesgos y eso es bueno.

Tabla 11: Pregunta 90: Me esfuerzo en aprovechar mis errores integrándolos en un proceso de aprendizaje

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	5	1,3
En desacuerdo	12	3,1
Indiferente	56	14,6
De acuerdo	199	52,0
Muy de acuerdo	111	29,0
Total	383	100,0

Fuente: Estudiantes de 27 Unidades Académicas de la UTM

Figura 11: Aprendizaje



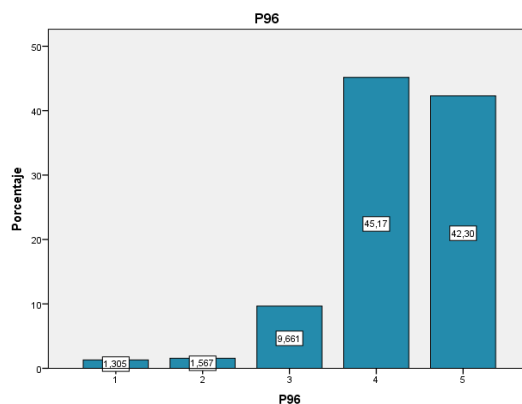
Los alumnos están de acuerdo en un 52% uno de los porcentajes unitarios más altos, a ellos les motiva el aprender, mucho más cuanto el docente da muestra de querer apoyar en emprendimientos, cuando motiva la innovación y sobre todo la investigación para que se pueda aprender mucho más.

Tabla 12: Pregunta 96: Pienso que se pueden extraer oportunidades de los problemas o situaciones difíciles

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	5	1,3
En desacuerdo	6	1,6
Indiferente	37	9,7
De acuerdo	173	45,2
Muy de acuerdo	162	42,3
Total	383	100,0

Fuente: Estudiantes de 27 Unidades Académicas de la UTM

Figura 12: Oportunidades



Respecto a oportunidades el porcentaje de acuerdo y muy de acuerdo llegan al 87,5%, es decir que ya se ha comprendido el sentido que no todos los problemas son lo más grave que puede pasar, sino que de las situaciones difíciles es que nosotros podemos obtener oportunidades de crecimiento.

Conclusiones

La información que se ha analizado indica que en su mayoría los estudiantes están motivados a la innovación y emprendimiento.

Las preguntas analizadas demuestran que hay iniciativa por parte de los estudiantes universitarios para hacer cosas nuevas, buscan oportunidades de negocios y de crear algo que no encuentran en el mercado, o si hay, no con los mismos resultados que se podría esperar.

Las oportunidades de aprendizaje y de negocios es lo que consideran como lo más importante para el futuro de su vida.

Como todos los que tienen negocios, ellos consideran que el beneficio económico es importante.

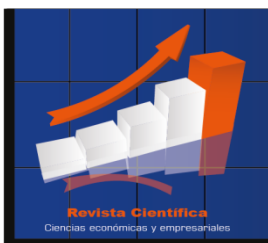
Discusión

Como lo indica Drucker (2004) el espíritu emprendedor no es lo más importante, sino un compromiso con la práctica sistemática de la innovación, por lo que, la preparación que adoptemos para el emprendimiento, es importante, es decir, el conocimiento, la práctica, la evaluación del producto, esos son factores determinantes para que podamos hacer un emprendimiento que permanezca en el tiempo.

Cuando hablamos de un emprendimiento no podemos decir únicamente que lo forma un producto nuevo, sino que los cambios que podamos realizar a un producto ya existente, que pueda satisfacer mejor las necesidades de las personas y pueda darnos mayor rentabilidad, es ya un indicador de innovación, porque se está mejorando su utilización.

Para un emprendimiento no precisamente debe ser una persona natural quien lo realice, también las empresas pueden hacerlo, de hecho, lo hacen, a partir del mejoramiento de sus productos y/o la creación de nuevos que puedan revolucionar el mercado.

El 07 de enero de 2020 la Asamblea Nacional aprobó la Ley de Emprendimiento e Innovación por unanimidad, estando dicha norma a la espera del veto total o parcial o allanamiento por parte del



Ejecutivo. Esta Ley tiene como objetivo incentivar y fomentar la creación, desarrollo, crecimiento y expansión de los proyectos de emprendimiento a nivel nacional y el ámbito de la misma se circunscribe en el sector privado, institucional o particular.

Entre sus principales objetivos se encuentran crear un marco interinstitucional que fomente y desarrolle el emprendimiento con principios normativos que sienten las bases para una política de estado y un marco jurídico e institucional que promueva el desarrollo del emprendimiento a nivel nacional; establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y de emprendimiento; crear vínculos del sistema educativo en todos sus niveles y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias laborales, ciudadanas y empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimientos.

Los principios que persigue esta Ley es la formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente. Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social; reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del derecho de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad y apoyo a procesos de emprendimientos sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y de integración regional.

En lo que respecta a los principios del emprendimiento e innovación productiva se fundamentan en la presunción de buena fe, solidaridad, celeridad, interconexión. A nivel de estructura prevé dos figuras para el registro de proyectos de emprendimientos: la actividad emprendedora unipersonal y la actividad emprendedora multi-personal. En la primera figura solo prevé los proyectos de emprendimientos en los cuales exista únicamente un socio, sin importar la cantidad de empleados o el monto de facturación anual del proyecto; y, el segundo son todos los proyectos en los que participen varias personas ya sea con capital, especie o conocimiento y que puedan considerarse socios en el proyecto, sin importar la cantidad de empleados o el monto de facturación anual del proyecto.

Estos niveles no invalidarán la categorización del emprendedor como miembro de la economía popular o solidaria o de las ramas artesanales, se busca establecer un registro único simplificado

que dotará de vida jurídica a la actividad emprendedora. El proceso único simplificado para la creación de emprendimientos establecerá un registro legal de la actividad emprendedora que le permitirá acceder a los beneficios que establece la ley. El trámite no podrá tardar más de cinco días hábiles y la duración será de cinco años improrrogables, después de este tiempo se deberá registrar bajo la figura legal propuesta por la superintendencia de compañías: compañía limitada o sociedad anónima.

El proyecto considera la enseñanza obligatoria para todos los establecimientos públicos o privados que ofrezcan educación formal en los niveles de educación básica, secundaria y de tercer nivel. La mallas curriculares de educación secundaria y de tercer nivel deben incorporar objetivos, competencias, contenidos y criterios de evaluación de la formación orientados al desarrollo y afianzamiento del espíritu emprendedor e innovador, transmitir en todos los niveles escolares actitudes favorables al emprendimiento, la innovación, la creatividad y a desarrollar competencia para la creación de empresas, el fomento de igualdad de oportunidades, del respeto al emprendedor o al empresario, así como a la ética empresarial. Las cátedras de emprendimiento deben transmitirse a los estudiantes de todos los niveles de educación basada en habilidades en el desarrollo personal, así como con responsabilidad ambiental y social, toma de decisiones, cálculo de riesgos, liderazgo, creatividad, resolución de conflictos y demás necesarias para formar al ser emprendedor. Cabe señalar que el proyecto de Ley contempla como opción de titulación, sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa de desarrollo de planes de negocios, de conformidad con los principios que establece la Ley de emprendimientos, en reemplazo de los trabajos de titulación, dependiendo de la carrera.

Del breve análisis del proyecto de Ley de Emprendimiento e innovación se establece que en atención a la necesidad del desarrollo de los emprendimientos y en la búsqueda de fomentar, incentivar y normar esta actividad, la función legislativa busca a través de esta Ley establecer los mecanismos necesarios para que no sólo existan incentivos, sino que además se den soluciones rápidas y eficaces al momento de emprender, generando seguridad al momento de hacerlo, así como creando desde todos los niveles de educación a niños y jóvenes con cultura de emprendimiento para que sean generadores de fuentes de trabajo y fuente de oportunidades.

Referencias

1. Bueno, E. (2013). El Capital Intelectual como sistema generador de emprendimiento e innovación. *Economía Industrial*, 18.
2. Cepeda, G., & Barbosa, Á. (2018). La Dinámica Empresarial: capacidades dinámicas y operativas en una teoría de la competitividad. *RevistaEconomiaIndustrial*, 3-29.
3. Drucker, P. (2004). *La Disciplina de la Innovación*. Boston: Harvard Business School.
4. Formichella, M. (2004). EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACIÓN, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL. *Chacra Experimental Integrada*, 3.
5. Levy, A. (12 de 01 de 2020). SlideShare. Obtenido de <https://es.slideshare.net/albertolevy77/dinamica-empresarial-53743382>
6. López, N., Montes, J., & Vázquez, C. (2007). *Cómo gestionar la innovación en las pymes*. Madrid, España: Netbiblo. Recuperado el 12 de 01 de 2020, de https://books.google.com.ec/books?id=oGJTfQh6QHUC&dq=innovaci%C3%B3n+empresarial+2017&hl=es&source=gbs_navlinks_s
7. Padilla, M., Lascano, L., & Jimenez, W. (2018). La dinámica empresarial y el emprendimiento, factores determinantes para el desarrollo del ciclo de vida de las pymes. *Revista Publicando*, 5(15), 311. Recuperado el 12 de 01 de 2020
8. Espol 2017
9. <https://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>

References

1. Well, E. (2013). Intellectual Capital as a generator system for entrepreneurship and innovation. *Industrial Economics*, 18.
2. Cepeda, G., & Barbosa, Á. (2018). Business Dynamics: dynamic and operational capabilities in a theory of competitiveness. *RevistaEconomiaIndustrial*, 3-29.
3. Drucker, P. (2004). *The Discipline of Innovation*. Boston: Harvard Business School.

4. Formichella, M. (2004). THE CONCEPT OF ENTREPRENEURSHIP AND ITS RELATION TO EDUCATION, EMPLOYMENT AND LOCAL DEVELOPMENT. Integrated Experimental Farm, 3.
5. Levy, A. (January 12, 2020). SlideShare. Obtained from <https://es.slideshare.net/albertolevy77/dinamica-empresarial-53743382>
6. López, N., Montes, J., & Vázquez, C. (2007). How to manage innovation in SMEs. Madrid, Spain: Netbiblo. Retrieved 01/12/2020, from https://books.google.com.ec/books?id=oGJTfQh6QHUC&dq=innovaci%C3%B3n+empresarial+2017&hl=es&source=gbs_navlinks_s
7. Padilla, M., Lascano, L., & Jimenez, W. (2018). Business dynamics and entrepreneurship, determining factors for the development of the life cycle of SMEs. Publishing Magazine, 5 (15), 311. Retrieved on 01.12.2020
8. Espol 2017
9. <https://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).