

MOTIVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO, EXTENSIÓN QUEVEDO

MOTIVATION AND ENTREPRENEURSHIP IN THE STUDENTS OF THE TECHNICAL UNIVERSITY OF BABAHOYO EXTENSION IN QUEVEDO

<https://doi.org/10.5281/zenodo.3594164>

AUTORES: Sandra Daza Suarez^{1*}

Luis Andrade Alcivar²

Tylor Palma Sosa³

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: sdaza@utb.edu.ec

Fecha de recepción: 10/09/2019

Fecha de aceptación: 07/10/2019

RESUMEN:

El emprendimiento es entendido de carácter amplio como el desarrollo de una idea o negocio dirigido principalmente al ámbito empresarial, es hoy sin duda un fenómeno de gran interés para la comunidad en general y especialmente si éste es desarrollado de forma innovadora. Las ciudades más competitivas y las economías más desarrolladas se distinguen por contar con un tejido productivo que tiene su origen en un emprendimiento que podemos llamar inteligente, ya que está basado en uso innovador del conocimiento, creatividad y de tecnología avanzada, para el desarrollo del nuevo producto y su inserción al mercado nacional e internacional. Por lo que se puede observar la importancia de la búsqueda de innovaciones. Con la implementación de la presente propuesta metodológica,

^{1*} MSc.Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo.
sdaza@utb.edu.ec

MSc.Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo.

²leandrade@utb.edu.ec

MSc.Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo.

³E-mail:sdaza@utb.edu.ec

un estudiante se convertiría en un experto y alcanzaría altos niveles de conocimiento en lo que respecta al mundo empresarial. Es muy importante entender que la presente investigación se debe concebir acá como una herramienta que permite facilitar procesos enfocados hacia un bien social; además, es esencial no olvidar que el asunto de diseño y creación de esta metodología, estuvo determinado y transversalizado de inicio a fin bajo las situaciones propias de un ambiente de enseñanza, cargado de estrategias pedagógicas que permitieran encaminar al emprendedor hacía un acercamiento general, previo a la realización de los planes de negocios, logrando que en el instante de enfrentarse al contexto empresarial, el profesional tenga unas bases frente al entendimiento de este campo, procurando siempre que su primera experiencia sea amena y enriquecedora.

PALABRAS CLAVE: Competitividad, creatividad, emprendimiento, Innovación, Universidad.

ABSTRACT:

Entrepreneurship is broadly understood as the development of an idea or business aimed primarily at business, today is without a doubt a phenomenon of great interest for the community in general and especially if it is developed from innovative way. The most competitive cities and the most developed economies are distinguished by have a productive fabric that has its origin in a venture that we can call smart, because it is based on innovative use of knowledge, creativity and of advanced technology, for the development of the new product and its insertion into National and international market. So you can see the importance of search for innovations. With the implementation of this proposal methodological, a student would become an expert and reach high levels of knowledge regarding the business world. It is very important to understand that This research should be conceived here as a tool that allows facilitate processes focused on a social good; In addition, it is essential not to forget that the issue of design and creation of this methodology, was determined and mainstreamed from start to finish under the situations of a teaching environment, full of pedagogical strategies that allowed the entrepreneur to make a general approach, prior to the realization of business plans, achieving that in the moment of confronting the business context, the professional has a foundation against to the understanding of this field, always ensuring that your first

experience is pleasant and enriching. Keywords: Entrepreneurship, Innovation, creativity, competitiveness, University.

KEYWORDS: Competitiveness, creativity, entrepreneurship, Innovation, University.

INTRODUCCIÓN

El ser emprendedor está presente en todas las acciones humanas (Ludwing von Mises); al mencionar emprendimiento se presentan ideas como innovación, creatividad, liderazgo, empresa, en decisiva lo imaginan como un asunto dinámico de formación y desarrollo de empresas, ya sea porque el emprendedor está atento a circunstancias que existen en situaciones inciertas o porque genera tambaleos en los mercados a través de la introducción de innovaciones (Shumpeter), quien manifiesta también que además de las desplazamientos técnicos y experiencia, el ejercicio de la percepción y estrategia es de particular importancia debido a la indecisión inherente al proceso de desarrollo. (Alviar)

En la experiencia es factible que entrambos modos de emprendimiento co-existan en un individuo o una sociedad para beneficiar el adelanto; no está liado al número de empresas establecidas sino a la facultad de crecer y de crear riqueza, está orientado al crecimiento, al encaje de tres puntos básicos: mercado, personas y recursos.

Las motivaciones son las que transportan hacia el emprendimiento: reconocimiento, independencia, aprendizaje y roles (MacMillan) cabe recalcar que en el interior de la independencia se visualiza factores como: el temor inminente a la pérdida de empleo o sustento. En el año 2002, con el fin de mejorar el Sistema de Desarrollo de Empresas de Ecuador y con el auspicio de la banca privada se ejecutaron varios proyectos.

La sociedad en general y la empresa en particular plantean a las universidades nuevos retos en la formación de capital humano. Buscan profesionales que tengan una fuerte adaptación al cambio, con habilidades y actitudes para emprender nuevos esquemas en el ámbito profesional. Adicionalmente, se requiere una transformación de la universidad en sí misma, que forme, en lugar de operadores en la sociedad industrial, a impulsores y ejecutores en la sociedad del conocimiento.

Un estudio de (Kantis) indica que emprendedores de base universitaria fundan empresas con perfiles de negocio más innovadores, en sectores intensivos de tecnología utilizando como una parte clave para el inicio de sus empresas la formación de equipos de trabajo, las

redes de contacto especialmente con proveedores, clientes, compañeros en la universidad y de trabajos previos. La forma de resolver problemas, el negociar, la identificación de oportunidades, el acceso a los recursos económicos lo adquieren de su propia experiencia laboral que la gran mayoría de ellos adquieren previamente.

Sin embargo, hay un vacío en las investigaciones en relación a las características internas de la universidad y su influencia sobre el número de empresas creadas (Shane) por lo que es relevante entender los antecedentes y motivadores de los ex alumnos que han creado empresas así como entender que aspectos inhiben el proceso de iniciar un negocio y llegar a ser emprendedores. El rol de las universidades en alentar el emprendimiento a los estudiantes y a los ex alumnos todavía requiere mucho análisis sistemático, principalmente a lo relacionado a cambios en el tiempo (Hsu).

Comprender los factores que promueven o detienen el nacimiento de nuevas empresas es importante para los esfuerzos de desarrollo económico regional ya que la dinámica de los procesos de creación de empresas varía dependiendo del contexto institucional y del nivel de desarrollo económico (Acs). Las condiciones de empleo – inestabilidad, precariedad, insatisfacción salarial – pueden empujar a los individuos a iniciar su propio negocio, siendo el deseo de desempeñar una actividad independiente la fuente más importante de creación de nuevas firmas. En un contexto económico como el actual en donde se tienen elevadas tasas de desempleo, desplazamiento de las expectativas hacia trabajos menor calificados y de menores ingresos crea incentivos para que los alumnos universitarios se involucren en actividades empresariales. Si ellos evalúan que el mercado no ofrece empleos acordes a su formación universitaria, y que desempeñándose por cuenta propia obtendrán un retorno superior al esperado bajo la relación de dependencia, se verán inducidos a pensar en la creación de una empresa propia como opción de carrera (Henrekson y Rosenberg).

Es muy relevante reconocer que las empresas no se inician por casualidad, y que la actividad emprendedora puede ser caracterizada como una forma de comportamiento planificado. La forma de entender las características y la naturaleza del fenómeno emprendedor y sus implicaciones para los individuos, la sociedad y el desarrollo económico, se ha constituido en una de las partes fundamentales de la investigación sobre creación de empresas. Como consecuencia, se analiza la influencia de las percepciones y creencias individuales en la decisión de crear empresa. Las bases teóricas de estos trabajos

se encuentran en el modelo del “evento emprendedor” de (Shapero), así como en la teoría general sobre el comportamiento planificado de (Ajzen); ambas aportaciones proveen un sustento para explicar la generación de intenciones emprendedoras como una función de la deseabilidad y la viabilidad percibida en la creación de empresas (Kueger y Brazeal). El inicio de una nueva empresa es siempre una idea de negocio que involucra el objetivo y la forma de la nueva empresa. La idea de negocio debe estar basada en la oportunidad contenida en el entorno y que el nuevo empresario quiere satisfacer a través de la creación de una empresa. El conocimiento es el principal estado de alerta al descubrimiento de oportunidades, el empresario no sabe previamente de la oportunidad que actúa, el estado de alerta del empresario lleva a algo que no se imaginaba, es decir al descubrimiento de una nueva forma de hacer las cosas. Cada empresario organiza las experiencias del pasado en un conjunto de información que, en cualquier espacio de tiempo, determina su acervo de conocimientos. Los emprendedores son personas que manejan el estado de alerta como el vehículo para crear y explotar oportunidades en su beneficio, sobre la base del instinto y el conocimiento existente, el empresario hace algunas decisiones y espera sus consecuencias. Cuando los resultados estén disponibles, comienza repitiendo sólo las opciones que han obtenido mejores resultados de acuerdo a sus objetivos iniciales. Las razones porque una persona puede descubrir una oportunidad antes de otra es la de tener una mejor información, las cuales puede obtenerse de experiencias de la propia vida, experiencias en otros negocios o en empleos anteriores, las redes sociales, los procesos de búsqueda de información y que sea capaz de dar un uso eficiente a esa información lo cual está relacionada a las características de personalidad como son la capacidad analítica, la inteligencia y las habilidades cognitivas de los emprendedores. Las oportunidades se presentan de cambios en el medioambiente en el cual opera el emprendedor, esos cambios crean un desequilibrio el cual el emprendedor puede explotar. En la fase inicial de los proyectos de emprendimiento, el capital humano del emprendedor se expresa en su educación, experiencia y habilidades y constituye la más importante dotación inicial de recursos. En la escuela de negocios, a menudo existe un alto grado de control en el aula y la dependencia de "autoridad" y la validación de "expertos". En contraste, en el caso de una posición empresarial, el individuo debe desarrollar un nuevo estilo de aprendizaje en aspectos de habilidades de negociación, pensamiento creativo, valores y exposición a

experiencias innovadoras y de emprendimiento que influyen de forma activa en el proceso de aprendizaje. En cuanto al contexto educativo en general, la investigación empírica ha demostrado que tanto la presencia de programas de educación empresarial como una imagen positiva de los creadores de riesgo dentro de las instituciones educativas son los incentivos para que los estudiantes elijan una profesión que involucre el emprendimiento (Fayolle). Los estudios realizados referentes al emprendimiento, han demostrado la existencia de factores importantes que intervienen en su desarrollo, además de la formación. Por ello deben ser tomados en cuenta para controlar su efecto. Estos factores los hemos agrupado en características socio demográficas, diferencias cognitivas y rasgos psicológicos. La investigación cognitiva ofrece múltiples mecanismos desde una perspectiva teórica como empírica de cómo nosotros podemos aprender a ver oportunidades y contribuir más ampliamente a la detección de habilidades y capacidades a lo largo del proceso de las intenciones emprendedoras. Las estructuras de red y capital social influyen tanto en la decisión de iniciar y hacer crecer un negocio, así como en su supervivencia y éxito. El emprendimiento se está convirtiendo en una importante fuente de empleo para las mujeres en la mayoría de los países, sin embargo, el nivel de participación femenina en la actividad empresarial sigue siendo significativamente menor que la de los hombres, por lo cual es importante comprender los diferentes factores como la edad, ingresos, situación laboral, financiamiento, educación y variables psicológicas que están asociados a la creación y crecimiento de los negocios desde la perspectiva femenina y sus diferencias con respecto a los hombres.

Adicionalmente, a las universidades les cabe también un rol de apoyo directo a los nuevos proyectos a través de incubadoras de negocios, el cual debe ser fortalecido y ampliado. Esta instancia debiera ser entendida como un sistema amplio de servicios empresariales (legales, administrativos, de computación entre otros), de manera de facilitar efectivamente la puesta en marcha de una empresa. Diferentes investigadores han demostrado cómo las universidades impulsan el derrame de conocimientos reclutando y atrayendo talento al territorio, transfiriendo tecnología a través de relaciones locales, formando graduados y proporcionando una plataforma para que las empresas, los individuos y los organismos públicos puedan interactuar.

La creación de empresas alrededor de las universidades es un reflejo del comportamiento institucional en donde se tienen normas y reglas que apoyan esta actividad, por lo cual entendiendo lo que los ex alumnos emprendedores piensan y creen, en la universidad se puede tener más conocimientos de cómo lograr una mejor eficiencia en el fomento al emprendimiento al crear condiciones de apoyo dentro de la universidad.

METODOLOGÍA

La parte inicial para la ejecución o creación de una nueva empresa es siempre una idea de negocio basada en la identificación de una oportunidad empresarial que implica una orientación hacia una necesidad latente o presente en el mercado y que el nuevo empresario desea satisfacer a través de la creación de una empresa.

La decisión de crear empresa empieza a gestarse cuando los individuos perciben que la creación de empresas es una opción creíble, y esto requiere que sea una alternativa ocupacional viable tanto como deseable (1. Shapero) .

En la visión de varios autores. (Shapero y Sokol, Bird y Krueger y Carsrud) la creación de empresas es un proceso planeado y por lo tanto un comportamiento intencionado, por lo cual las intenciones son el mejor predictor del comportamiento. Esto significa que las actitudes y creencias predicen intenciones y éstas a su vez predicen comportamientos y en consecuencia, las intenciones sirven como un mediador o catalizador para la acción.

Inicialmente la palabra emprendimiento fue utilizada para referirse a los aventureros como Colón que venían al Nuevo Mundo sin saber con certeza que esperar, él mantuvo su obsesión de la existencia de una ruta más corta a las Indias y no se rindió a las continuas negativas de diversos reyes en Europa, hasta que encontró alguien que lo apoyara, al que convenció de la existencia de esta oportunidad y de que él era el hombre para llevarla a cabo, esta actitud es la que caracteriza al emprendedor, una actitud hacia la incertidumbre. Su origen hace referencia al término francés *entrepreneur* (pionero).

Esta investigación inició con el reconocimiento de estudiantes de nuestra Extensión Universitaria, ganadores del concurso de emprendimiento “HULT PRICE”. Como campo de investigación, y los planteamientos del emprendedor. También se incentivan a los estudiantes a la participación de proyectos de emprendimiento como: IDEAS UTB, Donde se los orienta a plasmar sus ideas de negocio para que puedan crear su pequeña microempresa, definiéndolos a través de sus carreras, ejemplo a los estudiantes de la carrera

de comunicación social se los incentivan para que creen su radio Online o páginas de asesorías, plasmado en todas las áreas.

Después se contactó a nueve estudiantes emprendedores uno de ellos ha creado sus propia microempresas, del cual ya genera ganancias. Para realizar con ellos un estudio cualitativo y descriptivo que permitiera conocer las características presentes en un emprendedor. Para ello se diseñó una encuesta con respuestas abiertas y cerradas, a setenta estudiantes, en la cual se les indagaba sobre la percepción que ellos tienen acerca de las características que debe tener el emprendedor, para luego desglosar cada una de estas dimensiones. Una vez diligenciada la encuesta a setenta estudiantes, los datos fueron recopilados y tabulados, se sistematizaron las respuestas recolectadas, se analizó la información obtenida y las variables más significativas que el estudio revelaba, para finalmente presentar los resultados en este artículo.

ILUSTRACIÓN: OPORTUNIDAD Y MERCADO



RESULTADOS

La investigación privilegia cualquier acción que involucre claramente la necesidad de crear, diseñar o presentar algún tipo de propuesta de asesoría o consultoría. En el primer caso, prueba la claridad con la que los llamados asesores condensan en sus aportes las obligaciones que las organizaciones plasman y requieren a través de dicho ejercicio, el cual

se convierte para esta, en expresiones o referencias con cargo a las cuestionamientos hechas por el grupo o particular asesorado. En el segundo, contempla la capacidad y condición que tiene el consultor para superar el estado de expresión o contestación para pasar hacia un papel más de corresponsal, de cierta forma involucrada con la causa que hizo posible que la organización lo hiciera parte de su ejercicio de auscultación. Por su parte (Gutiérrez) aprecia: “En este proceso de desarrollar competencias laborales, el papel de la formación para el trabajo y la educación superior es fundamental para la enseñanza de competencias laborales específicas, tales como el conocimiento sobre el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones o el bilingüismo”.

Los líderes empresariales deben ampliar competencias que les permitan alcanzar los objetivos de competitividad y productividad que requieren nuestras organizaciones. Entre dichas competencias, son muy importantes las siguientes: desarrollar un pensamiento estratégico, táctico operativo; mejorar, innovar y optimizar los procesos de la organización, identificar y optimizar los procesos de negocio de la organización; elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales, detectar procedencias para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.

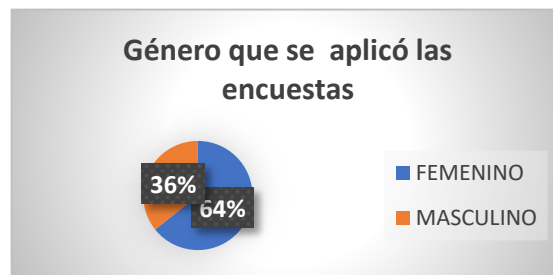
La tarea del asesor, consiste en acompañar con su experiencia y trayectoria las alternativas, dificultades u oportunidades que se presenta interna y externamente a la organización, quien reconoce tras su talante, que al contar con su conducción, la empresa puede tomar el camino correcto, o por lo menos ponerlo en discusión. Este, tiene como carta de presentación un recorrido profesional que lo hace visible ante cualquiera que requiera sus servicios lo que se traduce en toda una ilustración sobre las cualidades que tiene como asesor para la empresa que requiere de sus servicios. En tal sentido complementa (CARDONA) . Aquí es apreciable el hecho de que un administrador, y por lo tanto un director y gerente, puede provenir de cualquier área del conocimiento, simplemente hay que observar las distribuciones. Es válido afirmar que en las empresas se viven momentos creativos e investigativos que bien pueden constituirse como tópicos de asesoría y consultoría. No obstante, lo complejo del entorno para matizarlo y edificarlo como tal, por cuanto en las empresas la elaboración metodológica no hace parte del interés rutinario y el personal adscrito a ellas, tiene como premisa ser lo más productivo y aplicado a las necesidades de las empresas, panacea en la que no hay espacio para deducciones o

evaluaciones de lo que se hace, a no ser que aparezcan dificultades o los llamados de atención.

La asesoría es ilustrada como la emisión de conceptos (aseveraciones y consideraciones) que emite un par experto ante necesidades muy puntuales que aparecen en las empresas. Normalmente, se acude a ellas cuando esta última reconoce que con el apoyo de la asesoría podría obtener algún tipo de mejora. A diferencia de la consultoría, en donde la asesoría sería una especie de emisión de juicios que emergería frente a las necesidades consultadas, pero sobre las que el investigador se interese.

Tabla # 1 Género.

VARIABLES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
FEMENINO	45	64%
MASCULINO	25	36%
TOTAL	70	100%



Fuente sistematizada a setenta estudiantes de la universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo.

Elaborado por: MSc. Sandra Karina Daza Suárez, MSc. Luis Andrade Alcívar, MSc. Tiytor Palma Sosa.

Se determina que la mayoría de los estudiantes encuestados son de género femenino y muchos emprendimientos exitosos han sido empleados por mujeres emprendedoras, por lo que existe una gran posibilidad de cumplir con los objetivos.

1.- ¿Sabe Ud. como iniciar un proyecto de emprendimiento?

Tabla # 2 Inicio de emprendimiento.

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	5	7%
NO	65	93%
TOTAL	70	100%



Fuente sistematizada a setenta estudiantes de la universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo.

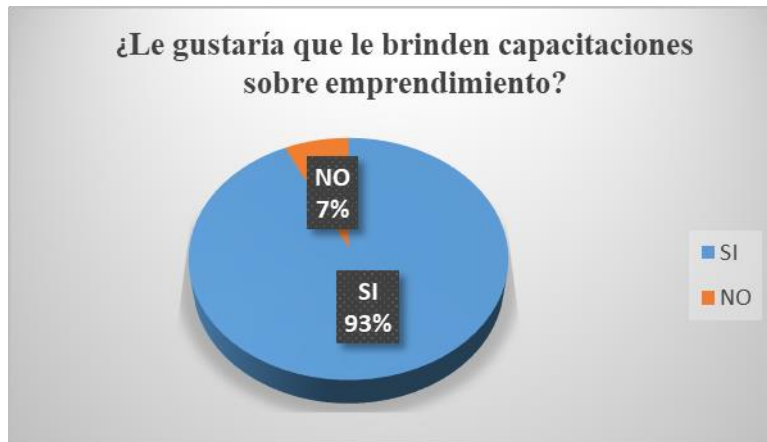
Elaborado por: MSc. Sandra Karina Daza Suárez, MSc. Luis Andrade Alcívar, MSc. Tylor Palma Sosa.

La mayor parte de los estudiantes encuestados no saben cómo iniciar un proyecto de emprendimiento, en primera instancia por la escasas de capacitaciones y motivación e iniciativa por parte de los docentes.

2.- ¿Le gustaría que le brinden capacitaciones sobre emprendimiento?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	65	93%

NO	5	7%
TOTAL	70	100%



Fuente sistematizada a setenta estudiantes de la universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo.

Elaborado por: MSc. Sandra Karina Daza Suárez, MSc. Luis Andrade Alcívar, MSc. Tiyolor Palma Sosa.

Los estudiantes encuestados manifestaron en un 93% si desean recibir capacitaciones sobre emprendimiento, para mejorar sus capacidades y habilidades al momento de emprender algún proyecto.

3.- ¿Cuenta con algún tipo de negocio en su vivienda?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	8	11%
NO	62	89%
TOTAL	70	100%



4.- ¿Le gustaría pertenecer a un proyecto de emprendimiento para mejorar el desarrollo de su economía?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	68	97%
NO	2	3%
TOTAL	70	100%



Fuente sistematizada a setenta estudiantes de la universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo.

Elaborado por: MSc. Sandra Karina Daza Suárez, MSc. Luis Andrade Alcívar, MSc. Tylor Palma Sosa.

Se determinó que la mayoría de los estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo, si les gustaría pertenecer a un proyecto de emprendimiento para mejorar el desarrollo de su economía.

5.- Si su proyecto de emprendimiento ganador fuera el servicio de Catering. ¿Cuál de estos servicios más utilizaría?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
DESAYUNOS	15	22%
ALMUERZOS	10	14%
DEAYUNOS Y ALMUERZOS	45	64%
TOTAL	70	100%



Fuente sistematizada a setenta estudiantes de la universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo.

Elaborado por: MSc. Sandra Karina Daza Suárez, MSc. Luis Andrade Alcívar, MSc. Tylor Palma Sosa.

Según el resultado del proyecto ganador de Catering, la mayoría de los estudiantes manifestaron que harían desayunos y almuerzos.

DISCUSIÓN

La construcción de conocimiento en los temas de Emprendimiento e Innovación y creación de micro empresas, conociendo lo ya investigado y los trascendentales logros en el fortalecimiento de estos temas, es importante recapacitar hacia donde están dirigidas las indagaciones como lo es hacia un área de estudio para el desarrollo socioeconómico y personal tanto de individuos como de sociedades y países. Se trata de presentar en torno general variables relacionadas con el Emprendimiento y la Innovación tratando de dar a comprender los efectos que estas han tenido en cada país y de cada sector donde se quiera fomentar actividades de emprendimiento. El artículo Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial escrito por (Cueva) da a conocer las variables específicas del entorno que influyen en el emprendimiento: acceso financiero, políticas gubernamentales, programas gubernamentales de apoyo, educación y capacitación, transferencia de investigación y desarrollo, infraestructura legal y comercial, apertura del mercado interno, acceso a la infraestructura física y las normas socioculturales. Se reconoce también que en las literaturas encontradas de innovación y emprendimiento que en los últimos años se ha evidenciado una preocupación creciente por parte de los investigadores, por diseñar indicadores de creación de nuevas empresas que permitan comparar válidamente la actividad emprendedora de varios países, así como entender los principales determinantes de la decisión de lanzar nuevos proyectos empresariales (Chanes M. M) En cuanto a las políticas hay que reconocer que se está progresando y puede que haya más incentivos para que los estudiantes se motiven a desarrollar los proyectos de emprendimiento.

CONCLUSIONES

El Emprendimiento e Innovación y creación de microempresas en el campo de la investigación científica y la generación del conocimiento ha tenido mucha importancia y evolución en muchos países del mundo, Latino América y a nivel nacional. En la era de la globalización el tema de Emprendimiento e Innovación es considerado emergente y complejo, su instrucción en el campo del conocimiento, ya que requiere de una visión interdisciplinaria y contextualizada, que se logra reforzar desde la investigación. Sin embargo, también es importante intensificar este importante trabajo, buscando mejorar los

niveles cuantitativos y cualitativos de la investigación en emprendimiento e innovación, ya que a través de estas variables se puede encontrar soporte real y significativo que se han generado en torno al tema. Investigadores, entidades de educación superior, sector privado, gobiernos locales, regionales y gobierno nacional, deben trabajar no sólo en la generación de una cultura que privilegie el emprendimiento como opción de vida y herramienta de desarrollo, sino como un área de construcción de conocimiento que permita el desarrollo de instrumentos que redunden en beneficios a los nuevos empresarios de la sociedad (Matiz). En Ecuador la innovación en las empresas aún tiene camino por recorrer, según especialistas consultados. Sin embargo, existen compañías que sobresalen por la investigación y el desarrollo de nuevos productos de manera constante (Espinoza).

Con la elaboración de proyectos de emprendimiento se fomentará la creación de nuevas empresas, que darán la oportunidad de desarrollo en el campo económico del sector donde se ejecute los proyectos, esto implica una orientación hacia una necesidad latente en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acs, Desai y Klapper,. 2008.

Ajzen. 1991.

Alviar, R. M. (2011). *En: ALMAMATER. No. 596*, . Universidad de Antioquia, s.v. pp. 12 - 13.: Ser competitivo es disponer de un sistema educativo de excelencia académica., s.f.

Brum, F y Moleri, J. *Las TIC, innovación y conocimiento:*. Barcelona: estrategias políticas públicas y buenas prácticas. IV Encuentro Iberoamericano sobre Objetivos del Milenio de las Naciones Unidas y las TIC. Secretaria General de Iberoamérica. Ministerio d, 2010.

CARDONA, F. *Cardona*, . (2010, p26):.

Chanes M. M. 2011.

Cueva. 2007.

Díaz et al., 2005. (*Shapero, 1985; Thornton, . 1999; Amorós, 2011; Sánchez & Gutiérrez, 2011*).

Espinoza, 2015. s.f.

Fayolle, Gailly y Lassen-Clerc,. 2006.

Gutiérrez. (2010, p25).

Henrekson y Rosenberg. 2000.

Hsu, Roberts y Easley,. 2007.

Jeffrey Timmons. s.f.

Julien, Bruyat -. (*2000 citado por Matiz, 2009*). . s.f.

Kantis, Ishida y Komori. 2002.

Kueger y Brazeal. 1994.

Ludwing von Mises. s.f.

MacMillan, Scheinberg y. s.f.

Matiz, F. G. 2013.

Sciences Citation Index. s.f.

Shane. 2004.

Shane & Venkataraman. 2000; Díaz et al., 2005; Matiz, 2009), .

Shapero. 1984.

Shapero y Sokol, 1982, 1989 Bird y 1993 Krueger y Carsrud. s.f.

Shapero, 1984. *Krueger, Brazeal*,. 1994.

Stevenson & Jarillo. Díaz et al, 2005), 1990; Bygrave & Hofer, 1991; .

Stevenson & Jarillo, 1990. s.f.