

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior

Compilador: Mónica Elizabeth Armijos Santos, Mgtr.



**EL EMPRENDIMIENTO: REFLEXIONES
DESDE LA EDUCACIÓN SUPERIOR.**

COMPILADOR:

Mónica Elizabeth Armijos Santos, Mgtr.

2018

TÍTULO

EL EMPRENDIMIENTO: REFLEXIONES DESDE LA EDUCACIÓN SUPERIOR.

COMPILADOR:

Mónica Elizabeth Armijos Santos, Mgtr.

AUTORES:

Andrea Daniela Albán Navarro, Mgtr.
Jennifer Lisbeth Mieles Loor, Mgtr.
Romina Burgos Bazán, Srta.
Valeria Barrionuevo Intriago, Srta.
Clarisa Solange Zamora Boza, Mgs.
Luis Alberto Lozano Chaguay, Mgs.
Roxana Elizabeth Fiallos Narváez, Mgs.
María Fernanda Espinoza García, Ing.
Karina Solange Escobar Torres, Srta.
Mónica Armijos Santos, Mgs.

AÑO

2018

EDICIÓN

Mgtr. Nadia Aurora González Rodríguez - Departamento de Publicaciones
Ph.D. Alejandra Mercedes Colina Vargas- Coedición
Universidad ECOTEC

ISBN

978-9942-960-38-2

NO. PÁGINAS

92

LUGAR DE EDICIÓN

Samborondón - Ecuador

DISEÑO DE CARÁTULA

Ing. Annabell Esperanza Aguilar Muñoz - Departamento de Relaciones Públicas y Marketing. Universidad ECOTEC

NOTA EDITORIAL: Los artículos que conforman los capítulos del presente libro formaron parte del III CONGRESO CIENTÍFICO INTERNACIONAL "Sociedad del conocimiento: Retos y Perspectivas" celebrado en la Universidad ECOTEC. El compilador de esta obra tuvo la responsabilidad de seleccionar las mejores investigaciones científicas, de acuerdo a la línea temática correspondiente, tomando en consideración el impacto y relevancia de la información, en virtud de la difusión del conocimiento.

CONTENIDO

DATOS DEL COMPILADOR	5
PRESENTACIÓN.....	6
CAPÍTULO I. EL EMPRENDIMIENTO: SEMILLA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE UNA NACIÓN.	8
Autoras:	8
Andrea Daniela Albán Navarro, Mgtr.	8
Jennifer Lisbeth Mieles Loor, Mgtr.	8
Romina Burgos Bazán, Srta.	8
Valeria Barrionuevo Intriago, Srta.	8
INTRODUCCIÓN	8
1.1 Metodología.....	21
1.2 Materiales	22
1.3 Métodos	22
CONCLUSIONES	23
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	24
CAPÍTULO II. LA PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO: EL CASO DE UNIVERSIDAD ECOTEC.....	27
Autora:	27
Clarisa Solange Zamora Boza, Mgtr.	27
INTRODUCCIÓN	27
2.1 Metodología.....	31
2.2. Variables encuestadas.....	33
2.3 Resultados.....	34
CONCLUSIONES	38
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
CAPÍTULO III. FACTORES QUE ESTIMULAN LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS.....	43
Autores:	43
Luis Alberto Lozano Chaguay, Mgtr.	43
Roxana Elizabeth Fiallos Narváez, Mgtr.	43
María Fernanda Espinoza García, Ing.....	43
Karina Solange Escobar Torres, Srta.	43
INTRODUCCIÓN	43
3.1 DESARROLLO	44

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

3.2 Revisión de literatura.....	45
3.2 Metodología.....	50
3.4 Resultados y discusión	52
3.5 Discusión.....	58
CONCLUSIONES	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
CAPÍTULO IV. EL EMPRENDIMIENTO Y EDUCACIÓN	64
 Autora:	64
 Mónica Elizabeth Armijos Santos, Mgtr.	64
INTRODUCCIÓN	64
4.1 DESARROLLO	65
CONCLUSIONES	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87

DATOS DEL COMPILADOR

Mónica Elizabeth Armijos Santos

Auditora en Control y Gestión de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (2005). Magíster en Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil (2012). Docente a Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Tecnológica ECOTEC, Ecuador. Se ha desarrollado en el campo de la Auditoría Externa como Semisenior de Auditoría en la firma de Auditoría BDO Stern Cía. Ltda., así como Analista de Auditoría Interna en la empresa de medicina Prepagada Ecuasanitas S.A. durante 6 años. Experiencia como Auditora financiera independiente y como docente en otras universidades aproximadamente de 8 años.

PRESENTACIÓN

Una de las inquietudes que se hacen en primera instancia al desarrollar la temática del emprendimiento y de todos aquellos temas que se relacionan de forma directa con el mismo, se centra en la necesidad de adquirir conocimientos para llevar a cabo un emprendimiento exitoso, que sea sostenible y sustentable en el tiempo.

Actualmente y a pesar de que se ha escrito mucho al respecto, los emprendimientos no encuentran una solución para que se colabore en su desarrollo; sin embargo, es definitivo la determinación de características negativas que se han encontrado como estandarizados en aquellos negocios que se han diluido en el tiempo, debido a desconocimiento en temas de control, calidad, finanzas y legal. Estos temas y entre otros más, pudieran ser aplicados de formas básicas, que ayudarían a que este sector económico cada vez más explotado, despegue hacia otros mercados y tenga un verdadero impacto.

En el primer capítulo se analiza al emprendimiento como un elemento del desarrollo económico y al mismo tiempo identificar la forma en que influye como estrategia para un país, contrastando los emprendimientos sociales locales con aquellos aplicados en otros países de América Latina y concluir las razones sobre las cuales se constituye en una herramienta fundamental para la economía del país.

El segundo capítulo continúa con un estudio respecto a la percepción de los estudiantes de la Universidad ECOTEC y el emprendimiento. Para dicho estudio, se utilizó la encuesta PEUL de medición del potencial emprendedor en estudiantes universitarios y los principales resultados se centran en relación a la existencia de una alta tendencia de los estudiantes y autoconfianza de sus capacidades para desarrollar este tipo de negocios.

En el tercer capítulo se realiza una investigación que describe los factores internos y externos del entorno universitario, los mismos que influyen positivamente en el desarrollo de una actitud emprendedora en los estudiantes universitarios. Se

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

consideraron variables como: condiciones políticas y legales, infraestructura universitaria, planes de estudio y actividades exclusivas de emprendimiento.

Como cuarto capítulo se presenta una investigación del estado del arte respecto a los aportes teóricos sobre emprendimiento, con la finalidad de analizar las características que tiene un emprendedor, el espíritu del emprendedor en el orden social, así cómo la influencia de la educación puede favorecer a que los individuos tengan actitudes emprendedoras y el rol que el Estado desempeña en ese sentido.

Esta compilación recoge los 4 mejores artículos científicos relacionados con el Emprendimiento y la Educación Superior, presentados como ponencias en el marco del III Congreso Científico: Sociedad del Conocimiento: Retos y Perspectivas, los cuales sintetizan de manera clara los elementos y actores del acontecer local que desarrollan emprendimientos y la forma en cómo la Educación Superior ha contribuido a este desenvolvimiento.

La compiladora.

CAPÍTULO I. EL EMPRENDIMIENTO: SEMILLA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE UNA NACIÓN.

Autoras:

Andrea Daniela Albán Navarro, Mgtr.

Docente de la Facultad de Ciencias Administración, Finanzas e Informática
Universidad Técnica de Babahoyo
aalban@utb.edu.ec

Jennifer Lisbeth Mieles Loor, Mgtr.

Docente de la Facultad de Ciencias Administración, Finanzas e Informática
Universidad Técnica de Babahoyo
jennymiloor2@hotmail.es

Romina Burgos Bazán, Srta.

Estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo
rominaburgosbazan0801@gmail.com

Valeria Barrionuevo Intriago, Srta.

Estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo
vale012098@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento puede considerarse como una verdadera travesía, debido a que se convierte en un camino en donde en su recorrido existe una gran posibilidad de fracaso, pero a su vez al obtener éxito, siendo un factor del incremento en la economía de un país. Muchos países con economías reconocidas por su estabilidad, constituyen un gran apoyo a la innovación y a la creación de Startup, pero la creación de un hábitat emprendedor requiere de recursos y tiempo.

(Morelos, 2018) “Startup es una gran empresa en su etapa temprana; a diferencia de una Pyme, la Startup se basa en un negocio que puede escalar más rápido y fácilmente, haciendo uso de tecnologías digitales”. Los Startup son el principal tipo de emprendimiento en Israel debido a su pequeña población y territorio. Durante décadas

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

atrás Israel ha atravesado potentes problemas, lo cual ha dado como resultado una población que siempre cuestiona y defiende sus derechos y existencia.

Factores externos condicionantes

El inicio del emprendimiento en los seres humanos suele ser condicionado por factores externos tales como el contexto socio-cultural, político, económico, familiar, educativo y tecnológico. Desarrollar y potenciar el espíritu empresarial es de gran importancia para el desarrollo de una sociedad y en consecuencia de su economía debido a que son las habilidades, capacidades o/y cualidades que se posee para poner en marcha o hacer realidad una oportunidad de negocio.

- El contexto socio-cultural: Existe gran aceptación de parte de la población ecuatoriana a arriesgarse a emprender, pero algunas situaciones ocasionan que dichos emprendimientos sean difíciles para mantener en funcionamiento.
- El contexto político y económico: En el Ecuador es necesario acentuar que en los últimos años se trabaja arduamente para cultivar una cultura emprendedora a través de múltiples programas tales como Emprende Ecuador en Quito y en Guayaquil, así como el aporte de la Corporación Financiera Nacional.
- El contexto educativo: En este factor se reconoce la fortaleza en la educación de tercer nivel, educación continua y la calidad de la formación empresarial; en cuanto a educación en emprendimiento en la educación básica ha mejorado la evaluación en relación al año anterior. Infraestructura comercial y profesional. En este factor sobresalen el acceso a consultores, proveedores, servicios profesionales en general; del mismo modo el acceso a servicios bancarios. Sin embargo, la limitante de acceso continúa siendo el costo de estos servicios. (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2017)
- Contexto financiero: La mejora en este factor, aun cuando se mantiene por debajo de la media de la escala, se debe principalmente a una mejor evaluación respecto a la disponibilidad de subvenciones del estado, así como a formas no tradicionales

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

de financiamiento tales como inversores ángeles y capital de riesgo. Destaca y su comportamiento ha sido relativamente estable en el tiempo, el financiamiento de emprendedores vía familia, amigos y otras fuentes privadas. El componente peor evaluado de este factor es el relativo a la bolsa de valores como medio de financiamiento para empresas nuevas. (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2017)

Los inversores ángeles y capital de riesgo (inversionistas de riesgo) implantan diferentes formas de financiamiento por lo tanto a continuación se establece según la Banca Fácil, sitio web educativo creado por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile la definición y diferencia que existe entre ambos. Respecto a las Inversiones (BANCA FÁCIL (Superintendencia Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile), s.f.) manifiesta lo siguiente: “Se llama inversionistas ángeles a personas o entidades con experiencia en los negocios que están interesadas en promover la iniciativa empresarial y participar en un buen negocio.” Dicho tipo de inversionista no solo aportan o promueven económicamente, sino que además aportan con su experiencia y conocimientos como guía y consejero.

Así también manifiesta que la diferencia con los inversionistas de riesgo está en que los "ángeles" utilizan fondos propios y no de terceros, para concretar estas inversiones. Además, normalmente llegan a las empresas en las que invierten a través de contactos directos. Adicionalmente, su decisión de participar se define por los planes de negocio de las nacientes empresas.

En el Ecuador existen facilidades que incentivan la inversión extranjera de la forma que tanto como los residentes y extranjeros gozan de los mismos derechos en lo referente a la inversión. Lo que no es muy habitual en Estados cercanos.

Al contrario de algunos de sus vecinos sudamericanos, Ecuador tiene una política bastante relajada sobre la inversión extranjera. En Ecuador, inversores locales e extranjeros tienen los mismos derechos; los dos tienen las mismas oportunidades en casi todos los sectores y mercados, mientras que beneficios y capital pueden ser repatriados sin restricciones. (Angel Investment Network, s.f.)

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Ecuador líder en emprendimientos sociales

Para lograr contrastar los emprendimientos sociales del Ecuador, a continuación, se encuentra adjunta una tabla explicativa donde se muestra los países latinos que han desarrollado ideas de negocio y los proyectos más destacables y con mayor impacto.

Tabla 1: Proyectos sociales en distintos países.

Argentina	<ul style="list-style-type: none">• Fuente energética y educación energética en contexto: dos ejes para la mejora de la calidad de vida con uso de energías renovables.• Educación para la conservación del medio ambiente y el uso de energías renovables (Edumaye)
Bolivia	<ul style="list-style-type: none">• Introducción de la perspectiva de género en la producción artesanal en el chaco boliviano.• Por las mujeres empoderadas y libres del patriarcado. Centro Juana Azurduy.
Brasil	<ul style="list-style-type: none">• Proyecto de incentivo para en emprendimiento social por medio de la cocina de colaboración.
Chile	<ul style="list-style-type: none">• Programa emprendo. Desarrollo y fomento del emprendimiento.
Colombia	<ul style="list-style-type: none">• Corporación vida: un caso de emprendimiento social en Colombia• Emprendimiento social para la inclusión de mujeres en condiciones de vulnerabilidad: experiencia fundación creaciones niquelina.• Emprendimiento social en la placita de Flores, ciudad de Medellín.
Costa rica	<ul style="list-style-type: none">• Emprendimiento social en Costa Rica: plantando cultura.
Cuba	<ul style="list-style-type: none">• Proyecto de desarrollo integral "santo ángel por dentro".• Emprendimiento de dinamización socio-cultural en cuba: el patio de Peligrín.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Ecuador	<ul style="list-style-type: none"> • Inclusión y emprendimiento en la localidad Salinas de la provincia de Guaranda: experiencia del grupo salinas. • Valor agregado del café como un emprendimiento para el desarrollo rural: un caso de estudio del sur del Ecuador. • Emprendimiento social en Ecuador: experiencia Maquita. • Emprendimiento social para la recuperación de la producción agrícola de patatas nativas de los Andes del Ecuador: caso Kiwa Chips. • Hogar de Cristo: ayudar hace bien.
El Salvador	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento social para el apoyo a la creación de nuevas empresas: experiencia consultora social y tecnológica Insert.
España	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento social de entidades del tercer sector. Proyecto de emprendimiento social: cooperativa de mujeres libres SCA. • Centros especiales de empleo de iniciativa social en Almería: inclusión a través del emprendimiento.
Guatemala	<ul style="list-style-type: none"> • Byoearth. Salud y desarrollo a través de la lombricultura.
Honduras	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento social para los más pequeños: fe y esperanza para los niños de Honduras.
México	<ul style="list-style-type: none"> • ¡Échale! A tu casa: caso de emprendimiento social en México. • Emprendedurismo en México: una necesidad económica y social.
Nicaragua	<ul style="list-style-type: none"> • Materialización del empoderamiento económico de las mujeres rurales: experiencia de emprendimiento social de la fundación entre mujeres (fem) en Estelí. • Experiencia innovadora y emprendimiento de educación en el programa universidad en el campo.
Panamá	<ul style="list-style-type: none"> • Star: un programa para que la ciencia no tenga distinción de sexo.
Paraguay	<ul style="list-style-type: none"> • Formación en TIC para estudiantes de colegios técnicos. • Territorios posibles: el bañado sur Tacumbú en clave de la ciudad de Asunción, Paraguay.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Perú	<ul style="list-style-type: none">• Revalorando la identidad cultural, mediante la inclusión comunitaria, como promoción para el desarrollo económico y socio cultural: distrito de magdalena de cao (Ascope, Libertad).
Portugal	<ul style="list-style-type: none">• Diagnóstico de inmigrantes e integración en guarda, Portugal: objetivos, problemas y soluciones.
República dominicana	<ul style="list-style-type: none">• Emprendimiento social en República Dominicana: comercio justo .segunda generación.
Uruguay	<ul style="list-style-type: none">• Sinergia creadora de valor agregado: 3 vectores.
Venezuela	<ul style="list-style-type: none">• Emprendimiento social con enfoque de género: madres emprendedoras.

Fuente: Experiencias de emprendimiento social Iberoamericano (Uribe, 2017)

Ecuador es un país que se destaca por su constante participación en emprendimientos sociales, enfatizado en la búsqueda de mejorar la calidad de vida y atender a la población más vulnerable; por otro lado, se puede enfatizar que la mayoría de sus proyectos se mantienen en funcionamiento.

El estado ecuatoriano es considerado como el país más emprendedor de América Latina. Así lo señala el estudio Global Entrepreneurship Monitor GEM Ecuador 2017, alcanza una actividad emprendedora temprana TEA de 31.8% inferior a la obtenida en 2016 de 33,6%y conocido por ser uno de los termómetros del emprendimiento.

La tasa de cierre de negocios no ha variado respecto al 2016, pero sigue siendo más baja que lo registrado en el periodo 2012-2015. El 99% de los emprendimientos nacientes, el 60% de los negocios nuevos y el 51.5% de los negocios establecidos no generan empleo; pero existe aún muchas falencias por corregir, para ello es necesario que toda la sociedad se involucre (estado, leyes, consumidores, inversionistas, banca, entre otros).

¿Se nace o se hace?

De acuerdo con el Diccionario Real Academia Española, emprender es “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.” Se relaciona directamente a la dificultad, por lo tanto, una persona que decida iniciar es necesario que posea o desarrolle aptitudes, actitudes, cualidades y habilidades debido al arduo trabajo que representa el emprendimiento.

Hay autores que consideran que todo se hace, que nada es innato, que todo se puede aprender; otros, en cambio, consideran imposible modificar algunas características innatas de las personas, que se resumen básicamente en aquella vieja frase que afirma: “lo que natura no da Salamanca no presta”. Esta corriente de opinión que tiene la mayor cantidad de adherentes sostiene que ser emprendedor no es una cuestión de conocimientos sino de actitud y de carácter. (Poncio, 2010)

El emprendedor se puede identificar desde muy temprana edad, pero a lo largo de los años también puede desarrollar habilidades que le permita emprender.

Tipos de emprendedores

El emprendimiento puede ser clasificado según los tipos de emprendedores condicionado por la actividad o mercado a la que se dirigen a continuación según Kirberg se establecen así:

- Emprendedor empresarial tradicional. Aquel que entra en un mercado de producción de bienes, que ya existen y se comercializan actualmente, sin embargo, cree que por características intrínsecas puede superar a sus competidores, bien, por haber agregado ciertas mejoras o cambios a los objetos producidos, o por ciertas ventajas inherentes a su empresa, puede dar una mejor distribución o atención a clientes, que sus competidores no han podido realizar (Kirberg, 2014).

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Es uno de los más conocidos o aplicados en América Latina debido a que la mayoría de los emprendimientos se encargan de dar un valor agregado a productos o servicios ya existentes.

- Emprendedor innovador: Cuentan con un producto innovador que permite crear un mercado nuevo o sustituir otro ya existente (Kirberg, 2014).

De gran aporte al desarrollo de una nación. Utilizado por países como Israel donde crean startups constantes.

- Emprendedor comercial: Es quien vende los productos que terceros le colocan. Agrega poco o nulo valor al objeto vendido, sin embargo, si lo hace con la atención y servicios (Kirberg, 2014).

Se podría considerar como ejemplo a las franquicias.

- Emprendedor de servicios: A diferencia del anterior, se basa principalmente en los aportes que su personal pueda dar, aunque también venden artículos de terceros, su negocio está en la venta de aquellas habilidades que puedan poner a disposición de su clientela. En términos generales, es el más común de los emprendimientos, por ser bajo el capital inicial requerido y existir pocas barreras de entrada (Kirberg, 2014).
- Emprendedor tecnológico: Es aquella actividad que se basa en las nuevas tecnologías, y va desde crear apps, o adicionales, para móviles como Blackberry, Apple o Android, principalmente o para servicios, como Facebook, Twitter, etc. También, está dentro de esta categoría toda iniciativa que pretenda obtener una remuneración por la creación de contenidos, redes sociales o servicios en Internet, bien de forma directa, comercio electrónico, o indirecta, publicidad. (Kirberg, 2014)

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

- Emprendedor profesional: Es parecido al emprendedor de servicios, pero su público es mucho menor, ya que es especializado. Comercializan conocimientos específicos, y normalmente lo representan los asesores empresariales, los centros de apoyo para pymes, los coach, los centros de capacitación y los outsourcing profesionales: soportes web, diseños, medicina preventiva empresarial, etc. (Kirberg, 2014)

Manifestaciones del emprendimiento

El emprendedor es conocido como un líder comprometido con la sociedad y con las necesidades que en ella se presente, es el único responsable del progreso de su idea, entonces el emprendimiento se puede asociar con aquella actitud y aptitud de la persona que se permite tomar nuevos retos.

Como resultados alcanzados tenemos la existencia de tres tipos de emprendimientos con mayor influencia en la economía de un país que son; las empresas con ideas exclusivas que generan grandes y constantes réditos conocidas como franquicias, empresas conformadas por miembros de una misma familia y empresas que se enfocan en el ámbito social.

Conocer la definición de espíritu empresarial es de gran relevancia para llegar a una mejor comprensión de la temática tratada. A continuación, una definición según Toledano:

Durante mucho tiempo, el espíritu empresarial, la iniciativa emprendedora o el emprendimiento se han identificado con las nuevas empresas y las PYMEs. No obstante, en la actualidad, podríamos referirnos a todo ello en cualquier otro contexto, y aplicarlo a iniciativas, empresas y organizaciones de todo tipo, en todas las etapas que integran su ciclo de vida y entornos muy diversos (Toledano, 2008).

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Se consideran también emprendimientos a tales negocios o empresas como: la empresa familiar, las franquicias e incluso las empresas sociales.

- Empresa familiar: La empresa es uno de los componentes de la macroeconomía y la familia forma parte de la microeconomía, por lo tanto, es un aporte de gran magnitud a la economía de cualquier país.

Aspectos positivos que ofrecen este tipo de organizaciones, y que han llevado a muchas empresas familiares a ocupar posiciones de liderazgo durante mucho tiempo. En definitiva, y por lo que aquí interesa, conviene destacar que la empresa familiar se entiende como una vía más a través de la cual pueden nacer nuevos empresarios, en este caso, a partir del mecanismo de la sucesión.

- Franquicias: Es uno de los instrumentos que ha llevado al auge el emprendimiento. Su modelo de negocio consiste en la comercialización de bienes y servicios y le permite a otra persona utilizar su marca a cambio de una retribución.
- Empresas sociales: Se caracterizan por ser empresas o proyectos que buscan más que un beneficio económico, un beneficio social.

Emprendimiento en el Ecuador

Ecuador es uno de los países con mayor participación en el emprendimiento a nivel de Latinoamérica según el estudio Global Entrepreneurship Monitor GEM Ecuador 2013, donde 1 de cada 3 ecuatorianos deciden emprender o ya han empezado un negocio. Es necesario recalcar que existe un gran porcentaje que incursionan en el emprendimiento por necesidad debido a que buscan una fuente de ingresos para subsistir.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es una fuente muy importante y de gran relevancia debido a que es un proyecto de carácter internacional que trata múltiples temáticas acerca del emprendimiento; en el Ecuador la institución encargada de

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

realizar los reportes es Graduate School of Management de la ESPOL siendo uno de los proyectos académicos más trascendentes del país.

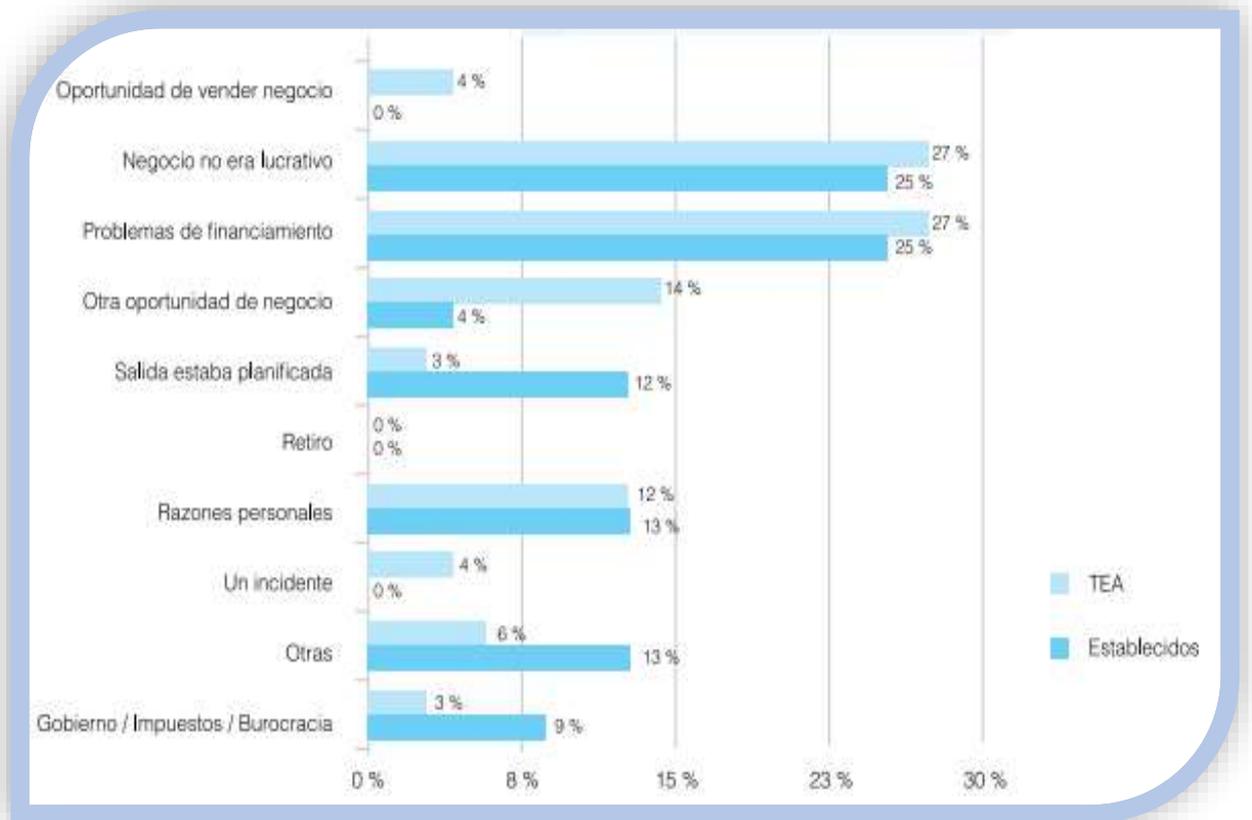
En el 2017, alrededor de 3 millones de adultos empezaron el proceso de puesta en marcha de un negocio (emprendimiento naciente) o poseían uno con menos de 42 meses de antigüedad (emprendimiento nuevo), lo que representa el 29.6% de la población entre 18 y 64 años, siendo ésta la TEA2 más alta de la región por sexto año consecutivo, seguido por Perú y Chile, pese a que ha decrecido gradualmente hasta 6 puntos porcentuales desde el 2013. 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. (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2017)

En 2017 Ecuador mantiene la TEA más alta entre los países de América Latina y el Caribe, siempre por encima de la media regional y de las economías de eficiencia. Sin embargo, la TEA Ecuador ha venido declinando gradualmente de 36% en 2013 hasta 29.6% en 2017. (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2017)

Para lograr obtener mayor comprensión es imprescindible conocer el significado de la TEA, según Econopimedia la define así “La Tasa de Actividad Emprendedora o TEA es aquella que mide todas las iniciativas emprendedoras de menos de tres años y medio que existen en el mercado. Recoge, principalmente, las características de la dinámica emprendedora en un país.” (ECONOPIMEDIA, s.f.)

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Gráfico 1. Motivos para cierre de emprendimientos.



Fuente: (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2017)

Según el gráfico se puede evidenciar que los principales factores para el cierre de emprendimientos establecidos y los nacientes, son aquellos que tienen de apertura un tiempo no mayor a 3 años, además se ha considerado que el negocio no es lucrativo y por problemas de financiamiento, otros que cuentan con menor proporcionalidad, tenemos, los que buscan otra oportunidad de negocio, los que cierran por razones personales y salida planificada.

Fuentes de financiamiento en Ecuador.

Para obtener préstamos en el Ecuador para un negocio o emprendimiento se puede evidenciar diferentes lugares, ya sea por medio del sector público o por entidades

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

privadas, las cuales en la actualidad ofertan prestamos que oscilan desde \$500 a \$2.000 y en negocios de gran escala existen desde \$50.000 hasta \$25 millones.

Existen varias entidades que otorgan microcréditos, a continuación, se mencionarán algunas de ellas y sus respectivos montos:

- BanEcuador: Ofrece créditos que va desde \$500 hasta un total de 150 Remuneración Mensual Unificada (RMU), esto es, \$57.900.” (Mora, 2018). Otro de los programas que posee tiene afinidad con los emprendedores es el “Banco del Pueblo” con un monto de hasta \$15.000. Según Mora la tasa de interés oscila entre el 9,76% al 11%.
- Corporación Financiera Nacional (CFN): Por medio del “Fondo Nacional de Garantías (FNG) da créditos para emprendedores hasta \$100.000. No hay una cantidad mínima establecida. La persona puede solicitar desde cualquier monto” (Mora, 2018).
- Esta alternativa de crédito funciona con Banco del Pacífico, Banco General Rumiñahui, Banco Amazonas, Banco Comercial de Manabí, Banco Procredit, Banco Finca, Cooperativa de Ahorro y Crédito Alianza del Valle, Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía, Del Bank y el Banco del Litoral (Mora, 2018).

Son algunas de las múltiples entidades que financian emprendimientos en el territorio ecuatoriano.

Factores de éxito en el emprendimiento.

Todos los emprendedores desean fervientemente tener éxito en sus negocios, pero para ello es importante plantear cuál es el inicio, cómo será el camino y hacia dónde desea llegar. Existe un término popular en el mundo del emprendimiento conocido como modelo de negocio. A continuación, se detalla la definición.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Un modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio que te permitirá definir con claridad qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos. Es una herramienta de análisis que te permitirá saber quién eres, cómo lo haces, a qué coste, con qué medios y qué fuentes de ingresos vas a tener. (Emprendedores, 2017)

Existen diversos modelos de negocio entre los que son de mayor frecuencia se encuentra según Alfonso Prim, los siguientes:

- Modelo de negocio de cola larga.
- Cebo y anzuelo o de los productos atados.
- Plataformas multilaterales.
- Gratis como modelo de negocio disruptivo.
- Modelo de negocio de afiliación.
- Modelo de negocio de franquicia o licencia.
- Modelo de negocio de suscripción (Alfonso Prim, s.f.).

1.1 Metodología

La metodología utilizada en el desarrollo del presente trabajo ha sido documental - descriptiva, en lo que concierne a la metodología documental ayuda a elaborar un marco teórico conceptual para formar ideas sobre el objeto de estudio a través de procedimientos documentales, todo esto se ha desarrollado con el ánimo de aumentar el grado de certeza de la información recopilada para sustentarla y reúne las condiciones de fiabilidad y objetividad de los resultados.

Solo el proceso de investigación documental puede hacer un análisis de la información escrita sobre un determinado contenido, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posiciones o estado actual del conocimiento respecto al tema que se está investigando.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

La investigación descriptiva nos permite conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta, este tipo de investigación no se limita a la recolección de datos, para poder describir la realidad de las situaciones, no consiste únicamente en acumular y procesar datos sino examinar las características del tema a investigar y obtener resultados significativos.

1.2 Materiales

Los materiales que se han utilizado en el presente trabajo son: computadoras, internet (informes, páginas web y bibliotecas virtuales).

1.3 Métodos

Según los datos estadísticos de la encuesta del informe GEM Ecuador 2017, “recogió información de 2,060 personas en edad adulta y 37 expertos nacionales, lo que permitió identificar y analizar las características de la actividad emprendedora en el país”. (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2017). Por lo tanto, permite obtener información actualizada y puntual acerca de la temática.

Gráfico 2: Muestra de la población.



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior se puede evidenciar que, en el año 2017 según el informe, existe 3 millones de personas adultas que han decidido emprender un nuevo negocio o ya han iniciado.

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

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

antigüedad (emprendimiento nuevo), lo que representa el 29.6% de la población entre 18 y 64 años. (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2017)

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. Además, el 33.4% tiene un empleo adicional a su negocio y el 50.2% es auto empleado. (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2017)

CONCLUSIONES

El presente trabajo muestra un análisis documental el cual tuvo como objetivo identificar el aporte del emprendimiento para el desarrollo económico de una nación a través de la creación de diversos tipos de emprendimientos, se logró determinar que estos aportan a la economía de un país por medio de la generación de nuevos empleos, además ayuda a cubrir las necesidades básicas de quien lo crea como una manera de subsistencia, ya que existen emprendedores por necesidad y oportunidad.

Además, se determinó que Ecuador ocupa el primer lugar de generación de emprendimientos a nivel de Latinoamérica, porque a pesar que no disponen del capital suficiente, dichos emprendimientos cuentan con el soporte financiero de Instituciones públicas y privadas, y el resto de emprendedores utilizan sus propios recursos.

Al hablar de financiamiento, muchas personas desconocen sobre los mecanismos del mismo y los beneficios que generan créditos con bajas tasas de interés que ofertan las entidades financieras; pero existen quienes no se inclinan a esta opción debido a el procedimiento para acceder a dichos préstamos, porque son muy rigurosos y extensos papeleos generando que muchos emprendedores desistan en la ejecución de sus negocios.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Por otro lado, pudimos evidenciar que Ecuador a pesar de ser el país pionero en emprendimiento a nivel de Latinoamérica, cuenta con un gran índice de deserción de los mismos, puesto a múltiples factores entre uno de ellos es debido a la no realización de estudios previos a su ejecución, por ende, al hacerlo de manera empírica el negocio tiene una elevada probabilidad de fracasar. Otras de sus causas es la falta de conocimientos correspondiente y necesarios para llevar un control y registro de las finanzas de los negocios, el no tener estos instrumentos con datos correctos o faltantes, genera un malestar en los emprendedores al no poder contar con información confiable que le permita conocer la situación financiera actual, y creando la constante sospecha de si el negocio está siendo rentable o no.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alfonso Prim. (s.f.). *innokavi*. Obtenido de innokavi: <https://innokabi.com/mi-modelo-de-negocio-el-de-siempre/>

Andrés, J. V. (8 de enero de 2015). SIETE REGLAS PARA EMPRENDER. (UniMOOC, Entrevistador)

Angel Investment Network. (s.f.). *Angel Investment Network*. Obtenido de Angel Investment Network: <https://www.angelesinversionistas.com/ecuador-angeles-inversores>

BANCA FÁCIL (Superintendencia Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile). (s.f.). *Banca Fácil*. Obtenido de Banca Fácil: <http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=3000000000000061&idCategoria=9>

Diccionario Real Academia Española. (s.f.). Diccionario Real Academia Española.

ECONOPIMEDIA. (s.f.). *ECONOPIMEDIA*. Obtenido de ECONOPIMEDIA: <http://economipedia.com/definiciones/tasa-actividad-emprendedora.html>

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

El Exportador: revista para la internacionalización. (6 de Noviembre de 2017). *El Exportador: revista para la internacionalización*. Obtenido de El Exportador: revista para la internacionalización: <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/invertir/REP2017765005.html#>

Emprendedores. (27 de marzo de 2017). *Emprendedores*. Obtenido de Emprendedores: <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/que-significa-modelo-de-negocio>

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2017). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor (GEM): <http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2017). *Global Entrepreneurship Monitor Global*.

Iglesias, E. (19 de abril de 2018). *Apertura: negocios*. Obtenido de Apertura: negocios: <https://www.apertura.com/emprendedores/Los-secretos-de-la-Startup-Nation-el-ecosistema-emprendedor-de-Israel-desde-adentro-20180419-0001.html>

Kirberg, A. S. (2014). *Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión*. Ecoe Ediciones.

Meguias, J. (30 de abril de 2013). *JavierMeguias.com*. Obtenido de JavierMeguias.com: <https://javiermegias.com/blog/2013/04/emprendedores-salvar-mundo-ecosistema/>

Mora, B. Z. (03 de julio de 2018). Créditos para emprendedores y Pymes en Ecuador. *EL UNIVERSO*.

Morelos, E. (22 de agosto de 2018). Qué es una startup. (R. Dorantes, Entrevistador)

Oficina Económica y Comercial de España en Tel Aviv. (2017). *INFORME ECONÓMICO Y SOCIAL ISRAEL*.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Poncio, D. (2010). *Animarse a emprender*. Eduvim - Editorial Universitaria Villa María.

Toledano, D. U. (2008). *Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas*. Editorial UOC.

Uribe, J. d. (2017). *EXPERIENCIAS DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN IBEROAMÉRICA*. Editorial Universidad de Almería.

CAPÍTULO II. LA PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO: EL CASO DE UNIVERSIDAD ECOTEC.

Autora:

Clarisa Solange Zamora Boza, Mgtr.

Docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Tecnológica ECOTEC
szamora@ecotec.edu.ec

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento, dentro de sus múltiples acepciones, se considera como búsqueda de generación de valor, a través de la creación o expansión de una actividad económica, por medio de la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados (Ahmad y Seymour, 2008). Es un tema importante de estudio por sus contribuciones a la generación de empleo, innovación y crecimiento económico.

Debido a la complejidad de este fenómeno, se utiliza como una herramienta de análisis el paso previo a la ejecución del acto; es decir, la intención de emprender, esto con el objetivo de explicar qué factores afectan a la actitud, la disposición y posteriormente el comportamiento.

La mayoría de los estudios al respecto utilizan como población objetivo a estudiantes universitarios. Para ello, son consultados a través de encuestas sobre sus características personales y sobre su grado de aceptación a realizar actividades de creación de empresas. Se han identificado varias determinantes de la intención de emprender, entre ellos: la actitud, la autoeficacia (capacidad de cumplir objetivos), la creatividad, la preferencia por el riesgo, la necesidad de independencia, realización personal, entre otros.

El presente estudio pretende recabar información sobre la percepción de los estudiantes universitarios hacia el emprendimiento utilizando como muestra los estudiantes de la Universidad ECOTEC de Ecuador. Para la obtención de la

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

información se usó la encuesta PEUL de medición del potencial emprendedor en estudiantes universitarios que fue respondida por 308 estudiantes de 4 facultades.

Los principales resultados apuntan a que hay una alta predisposición al emprendimiento por parte de los estudiantes, una importante autoconfianza en sus capacidades personales y una significativa necesidad de realización personal que puede ser cubierta a partir de las actividades empresariales.

La intención de emprender

Los primeros trabajos más reconocidos sobre el estudio de intenciones son los de Shapero y Sokol (1982) y Ajzen (1991). En el Modelo del Evento Emprendedor de los dos primeros autores las intenciones emprendedoras subyacen de las percepciones acerca del deseo y la factibilidad y de la propensión a actuar. La deseabilidad percibida es el grado de atracción hacia el comportamiento mientras que la factibilidad percibida es el grado en el cual las personas consideran ejecutable el comportamiento.

Para Shapero (1975, 1982), el evento emprendedor como la creación de una empresa, se lleva a cabo dentro de un proceso dinámico donde se juntan factores situacionales que impactan en mayor o menor grado al individuo dependiendo de sus percepciones y valores, los cuales están determinados por su herencia social y cultural y su experiencia previa (Elfving, Brännback y Carsrud, 2009).

Por su parte, Ajzen (1991) desarrolló una teoría de comportamiento planeado que vincula las actitudes, las normas sociales y el control comportamental percibido, todos ellos antecedentes motivacionales, con las intenciones que a su vez determinan las acciones. Las actitudes constituyen la predisposición positiva o negativa hacia determinado comportamiento, las normas sociales refieren la presión social percibida por el individuo para ejecutar una acción y el control comportamental percibido refiere la percepción de facilidad o dificultad para llevar a cabo un comportamiento (Pasin, et al., 2013).

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

La teoría del comportamiento planeado ha sido útil para explicar las intenciones emprendedoras de individuos en varios países (Borges, et al., 2014). Si bien las actitudes y el control comportamental percibido definen claramente las intenciones, las normas sociales en algunos casos no son relevantes para explicarlas (Krueger, et al., 2000; Liñán, et al., 2011), mientras que en trabajos como el de Kolvareid y Isaksen (2006) se determina una relación positiva entre las normas sociales y las intenciones de emprender.

Los modelos de rol que pueden ser familiares, colegas, amigos, compañeros de clase y mentores, dedicados al emprendimiento, se consideran factores que pueden influir en la percepción sobre el deseo de emprender y pueden motivar al individuo (Shapero y Sokol, 1982). Esta característica social sobre ser emprendedor a través de las experiencias de personas cercanas también influye en la percepción sobre la factibilidad de lograrlo (Linán, 2006).

Por otra parte, la percepción de la factibilidad para iniciar un emprendimiento puede considerar la disposición de recursos financieros y de recursos humanos, particularmente la disposición de personas que puedan trabajar con el individuo y que le provean recursos, soporte moral, trabajo, habilidades necesarias y que compartan el riesgo, además de la educación (Shapero y Sokol, 1982).

La experiencia también constituye un elemento para determinar la autoeficacia (Liñán, 2006). Grundstén (2004) considera que la percepción sobre la factibilidad emprender está determinada por factores “racionales” como las expectativas financieras, la percepción de oportunidades, disponibilidad de financiamiento, disponibilidad de capital social, acceso al mercado, disponibilidad de tecnología y de recursos humanos. Otros modelos de análisis como el de Luthje (2003) integran tanto aspectos de la personalidad del individuo: propensión al riesgo y locus de control, como factores del entorno: barreras y apoyos al emprendimiento percibidos por los individuos. Bakotic y Kruzic (2010) añaden a la educación como variable de apoyo del entorno que puede influenciar las intenciones y actitudes emprendedoras.

En un estudio aplicado a estudiantes universitarios, Zampetakis, Gotsi, Andriopoulos y Moustakis (2011) encuentran que aquellos que se perciben a sí mismos como

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

creativos son quienes presentan mayor intencionalidad hacia el emprendimiento. Para el desarrollo de este rasgo característico, el papel de las familias resulta un elemento importante, mientras que, de acuerdo con el estudio, no existen efectos del aporte de la educación universitaria en el desarrollo de la creatividad en los estudiantes.

Las habilidades de liderazgo, como indicadores de capital social cognitivo están fuertemente relacionadas con las intenciones de emprender (Henley, Contreras, Espinosa, Barbosa, 2017). Asimismo, dos dimensiones relacionadas con la inteligencia emocional, la regulación y la utilización de emociones, afectan positivamente a la autoeficacia emprendedora (Mortana, Ripolla, Carvalhob y Bernal, 2014).

En Ecuador, Izquierdo (2013) desarrolló un estudio entre estudiantes de tres universidades del país utilizando como base el modelo del evento emprendedor de Shapero, la Teoría del comportamiento planeado de Ajzen y la Teoría de evaluación cognitiva (Ajzen, 1991; Ryan and Deci, 2000; Shapero, 1982). Los resultados del estudio, realizado a través de un modelo de ecuaciones estructurales, indican que las motivaciones intrínsecas tienen una influencia indirecta positiva en las intenciones emprendedoras a través de las actitudes hacia el trabajo (variable latente) y por otra parte, las motivaciones extrínsecas tienen un impacto positivo en el incremento de la percepción de eficacia propia (variable latente) de los estudiantes universitarios y a su vez en el incremento de sus intenciones de crear una empresa.

Lasio, et al. (2009) desarrollaron un estudio de intenciones emprendedoras entre estudiantes de carreras técnicas, ingenierías y de economía de una universidad politécnica pública en Ecuador y de una universidad belga. Este estudio consta de dos partes: en la primera se determina quienes tienen intenciones de emprender y relacionan esta variable con las condiciones demográficas (edad, género, carrera), modelos de rol, estatus laboral y condición socioeconómica de los estudiantes; en la segunda parte se separa aquellos que tienen aspiraciones de crear una empresa con quienes quieren ser autoempleados (consultores, profesionales independientes, etc.) y se analizan las mismas variables en ambos grupos.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Los resultados demostraron que el 77% de los encuestados ecuatorianos tenía intención de empezar su propio negocio o ser autoempleados en algún punto de sus vidas. El 61% fueron hombres y el 91% se encontraba entre los 16 y 25 años. De los estudiantes ecuatorianos con intenciones emprendedoras, el 13.95% fueron estudiantes de economía y el 86.05% de ingeniería; el 30% se encontraban activos en el mercado de trabajo. Asimismo, el 34% tenían madres autoempleadas o con negocios propios y el 51% tenían padres autoempleados o con negocios propios. En este estudio se comprobó tanto la relación positiva de modelos de rol (padres y madres emprendedores), como la influencia negativa del nivel socioeconómico en las intenciones de emprender y, de igual manera, la independencia que existe entre estas y las carreras que estaban siguiendo los estudiantes.

2.1 Metodología

Con el fin de obtener evidencia empírica acerca de la predisposición de los estudiantes hacia el emprendimiento se realizó una encuesta utilizando el cuestionario PEUL (2016) elaborado y validado por profesores investigadores de América Latina y Europa que integran la red internacional de emprendimiento e innovación AFIDE, este instrumento permite medir las características personales y el deseo o intención de los estudiantes encuestados por autoemplearse o crear una empresa. El PEUL ha sido aplicado en más de 55 universidades en 25 países.

Muestra

La muestra para este estudio comprendió 308 estudiantes de la Universidad ECOTEC, esta es una universidad ecuatoriana privada ubicada en el cantón Samborondón de la provincia del Guayas. La encuesta se llevó a cabo durante el periodo académico extraordinario Intensivo 1 – 2018, el nivel de confianza del estudio es del 95% y el 5% de margen de error. Las observaciones fueron seleccionadas aleatoriamente dentro de cada estrato, como se detalla continuación.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Tabla 1. Resultados de encuestas a estudiantes de la Universidad ECOTEC.

FACULTAD	POBLACIÓN ESTUDIANTIL	DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL	MUESTRA ESTRATIFICADA
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales	910	57%	177
Facultad de Derecho y Gobernabilidad	242	15%	47
Facultad de Marketing y Comunicación	221	14%	43
Facultad de Ingeniería en Sistemas	153	10%	30
Facultad de Turismo y Hotelería	57	4%	11
TOTAL	1583	100%	308

Fuente: Elaboración propia.

Instrumento

La toma de la encuesta PEUL se realizó a través de dispositivos electrónicos como celulares y computadoras ingresando a la página <http://peul.jssm.es/>. La contestación del formulario tomó entre 25 a 30 minutos. El cuestionario contiene, en una primera parte, los datos sociodemográficos de los estudiantes, como edad, sexo, lugar de residencia, carrera universitaria, experiencia como empleado, experiencia como autoempleado, duración del empleo, profesión y ocupación del padre y de la madre. La segunda parte contiene 165 preguntas sobre la percepción que tiene el encuestado sobre varios aspectos relacionados al emprendimiento y a sus características personales. De todas las preguntas, 162 son evaluadas en escala de Likert de 5 puntos: completamente de acuerdo = 5, de acuerdo = 4, ni acuerdo ni desacuerdo = 3, en desacuerdo = 2 y completamente en desacuerdo = 1.

2.2. Variables encuestadas

Las variables consultadas dentro del cuestionario fueron incluidas considerando diversos estudios en emprendimiento (apartado 1). A continuación, se presenta la conceptualización de cada una.

- Intención de emprender: grado de aceptación y disposición para crear una empresa.
- Creatividad: grado de percepción sobre la capacidad de imaginación y generación de nuevas ideas.
- Control percibido: grado de percepción sobre la capacidad para crear una empresa y manejar los procesos.
- Liderazgo: grado de percepción sobre la capacidad de manejar grupos de personas y de conducirlos a un determinado resultado.
- Locus de control interno: grado de percepción del control que tiene el individuo sobre los hechos que lo afectan.
- Inteligencia emocional: grado de percepción sobre el control de las emociones.
- Independencia: grado de percepción sobre el deseo de ser su propio jefe y ser independiente económicamente.
- Riesgo: grado de percepción sobre la preferencia hacia actividades desconocidas y arriesgadas aun cuando se pueda fracasar.
- Optimismo: grado de percepción sobre si es una persona que ve el lado bueno de las situaciones y que piensa que todo saldrá bien.
- Normas sociales: grado de percepción sobre cómo la sociedad (familiares, amigos, país) valora crear una empresa.
- Realismo: grado de percepción sobre la capacidad de valorar todos los aspectos de una situación.
- Redes de contacto: grado de percepción del individuo sobre si cuenta con amigos o conocidos de diferentes lugares y campos profesionales.
- Deseabilidad percibida: Grado de percepción sobre la atracción hacia crear una empresa y las ventajas de ser emprendedor.

2.3 Resultados

El coeficiente de confiabilidad de alfa de Cronbach alcanzó un 0,98. De acuerdo con el criterio de George y Mallery (2003: 231) el coeficiente obtenido indica una alta fiabilidad de la encuesta.

Tabla 2. Alfa de Cronbach.

FACTOR	ALFA CRONBACH	NÚMERO DE ELEMENTOS
Instrumento	0,98	162

Fuente: Elaboración propia.

La información demográfica fue analizada usando recuentos de frecuencia y porcentaje simple a través del programa estadístico SPSS. La tabla 3 muestra que la mayor cantidad de estudiantes encuestados fue de sexo masculino (51.6%), así mismo, la mayoría (86,3%) tiene menos de 25 años y solo una quinta parte es o ha estado autoempleado.

Tabla 3. Características de la muestra.

		Frecuencia	Porcentaje
Sexo	Hombre	159	51,6
	Mujer	149	48,4
Edad	Menos de 20 Años	135	43,8
	Entre 20 a 24	131	42,5
	25 años o más	42	13,6
Autoempleado	No	245	79,5
	Sí	63	20,5

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 4 muestra las medias de las respuestas obtenidas para representar cada variable, así como la desviación estándar. Considerando la escala de Likert que va desde 1 (completamente en desacuerdo) a 5 (completamente de acuerdo), los

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

resultados se muestran homogéneos, con respuestas valoradas arriba de 4, siendo los casos atípicos las variables Control Percibido y Normas sociales que muestran una media de 3,86 y 3,95 respectivamente.

Tabla 4. Percepción de los estudiantes.

Variables	Media	Desviación Estándar
Intención de emprender	4,41	0,86
Optimismo	4,61	0,69
Deseabilidad percibida	4,57	0,73
Independencia	4,50	0,82
Realismo	4,45	0,73
Locus de Control Interno	4,38	0,75
Creatividad	4,32	0,76
Riesgo	4,28	0,76
Inteligencia emocional	4,23	0,76
Redes de contacto	4,06	1,02
Liderazgo	4,04	0,80
Normas Sociales	3,95	0,71
Control Percibido	3,86	0,90

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis del 95% de nivel de confianza.

Los datos recabados de las encuestas indican que la mayoría de los estudiantes de todas las facultades respondieron estar de acuerdo y muy de acuerdo con crear una empresa, sin embargo, los que reflejan una proporción más alta de aceptación para la alternativa de convertirse en emprendedores son los de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y los que menos la prefieren son los de la facultad de Sistemas (tabla 5).

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Tabla 5. Nivel de Intención emprendedora por facultades.

		Facultad				Total
		Ciencias Económicas y Empresariales	Marketing, Turismo y Comunicación	Derecho	Sistemas	
Intención Emprendedora	Completamente en desacuerdo	0	0	1	0	1
	En desacuerdo	4	1	3	3	11
	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	11	6	8	7	32
	De acuerdo	42	13	9	11	75
	Completamente de acuerdo	117	31	26	9	183
Total		174	51	47	30	302*
Estudiantes que respondieron De acuerdo y Muy de acuerdo		91%	86%	74%	67%	

Fuente: Elaboración propia. * No se encontraron 6 datos.

En la sección de consulta a los estudiantes sobre su percepción acerca de las razones para crear una empresa, la mayor parte de las respuestas estuvieron de acuerdo y completamente de acuerdo. No obstante, las opciones “por tener un poder y prestigio social” y “como último recurso, porque no tengo más opciones” fueron las alternativas menos preferidas (tabla 6).

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Tabla 6. Razones para crear una empresa.

Variables	Media	Desviación Estándar
Por tener mayor independencia	4,46	0,832
Por conseguir éxito personal	4,42	0,867
Por un sentimiento de realización personal	4,39	0,890
Por tener una seguridad laboral	4,34	0,886
Por tener novedades y cambios en la vida	4,33	0,873
Por evitar un trabajo rutinario	4,23	0,969
Por tener mayor libertad en el trabajo	4,23	0,990
Por obtener placer y gratificación lúdica	4,05	1,039
Por tener un poder y prestigio social	3,55	1,222
Como último recurso, porque no tengo más opciones	2,68	1,516

Fuente: Elaboración propia. * Analizado al 95% de nivel de confianza.

En promedio, los estudiantes valorizan la mayoría de los factores consultados como altamente importantes para crear una empresa. Los factores menos puntuados son la tradición empresarial de la familia y los recursos financieros ajenos (tabla 7).

Tabla 7. Percepción de los estudiantes sobre recursos importantes para crear una empresa

Variables	Media	Desviación Estándar
Confianza en las propias capacidades	4,56	0,823
Tener iniciativa	4,55	0,832
Capacidad de captar y aprovechar oportunidades	4,52	0,840
Capacidad de esfuerzo en conseguir objetivos	4,52	0,788
Ser creativo	4,48	0,852
Capacidad de asumir riesgos	4,46	0,859
Poseer capacidad de previsión	4,40	0,831
Tener intuición	4,35	0,903
Formación académica	4,19	1,062
Recursos financieros propios	4,12	1,036
Experiencia laboral	4,06	1,089
La familia: que sea empresaria	3,70	1,214
Recursos financieros ajenos	3,26	1,228

Fuente: Elaboración propia. * Analizado al 95% de nivel de confianza.

Adicionalmente a la alta percepción de intención emprendedora, los estudiantes manifiestan tener una mayor predisposición a crear una empresa propia que a trabajar en una privada o pública (tabla 8).

Tabla 8. Preferencia laboral de los estudiantes

Variables	Media	Desviación Estándar
Autoemplearme (Crear mi propia empresa)	4,42	0,950
Trabajar en una empresa privada	3,87	1,202
Trabajar en una empresa pública	3,05	1,316

Fuente: Elaboración propia. * Analizado al 95% de nivel de confianza.

CONCLUSIONES

Los estudiantes universitarios encuestados presentan una alta predisposición al emprendimiento, particularmente, se observa el patrón de que son aquellos que desarrollan carreras empresariales los que mayormente prefieren emprender, tal como ya se ha observado en estudios anteriores (Gelaidan y Abdullateef, 2017).

Los estudiantes se perciben a sí mismos como capaces de iniciar actividades empresariales y están dispuestos a llevarlas a cabo. Su disposición radica en factores como la realización personal, independencia, éxito y seguridad laboral. Les atrae en primera instancia crear una empresa antes que trabajar en ella, confían en sí mismos y son arriesgados.

Si bien la formación académica como recurso necesario para crear una empresa fue altamente valorada por los estudiantes, no la consideran más importante que otros factores relacionados con la actitud, la motivación y las habilidades propias.

En este sentido, el papel de las universidades se debería replantar a proveer a los estudiantes de herramientas para que desarrollen capacidades, habilidades, técnicas y características personales que les permitan generar ideas, reponerse de los fracasos

empresariales y aprovechar de manera exitosa las oportunidades que el entorno les pueda ofrecer.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Achchuthan, S. & Balasundaram, N. (2012). Entrepreneurial motivation and self employment intention: case study on management undergraduates of university of Jaffna, C.N. Wickramasinghe & W.M. madururupperuma (Eds) University of Kellaniya, SriLanka, 77-90.

Acs Z., Audretsch, D., Braunerhjelm, P. & Carlsson, B. (2005). Growth and Entrepreneurship : An Empirical Assessment. Discussion Paper Series, Center for Economic Policy Research, n° 5409.

Afide (2018). Investigación: Evaluación y Desarrollo del Potencial Emprendedor de los Universitarios. Recuperado de <http://www.asociacionafide.com/datos-peul-investigacion/>.

Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50:179–211.

Arteaga, M. E. y Lasio, V. (2011). Educación en emprendimiento en la universidad ecuatoriana: Estado y oportunidades de mejora. ESPOL, ESPAE.

Audretsch, D. and Keilbach, M., 2004. Entrepreneurship and Regional Growth: An Evolutionary Interpretation. *Journal of Evolutionary Economics*, 14(5), 605–616.

Bakotic, D. & Kruzic, D. (2010). Students's perceptions and intentions towards Entrepreneurship: The empirical findings from Croatia. *The Business Review Cambridge*, 14(2), 209-215.

Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.

- Borges, F., Costa Dias, S., de Almeida, J. y Pinheiro, M. T. (2014). From Entrepreneurial Intention To Action: Cross-Countries Empirical Evidences. *European Scientific Journal*, 1.
- Cueva, S., Albornoz, V. y Avellán, L. (2007). Ecuador – Binding Constraints to Growth, s.l.: Corporación de Estudios para el Desarrollo CORDES.
- Elfving, J., Brännback, M. & Carsrud, A. (2009). Toward A Contextual Model of Entrepreneurial Intentions. En: *Understanding the Entrepreneurial Mind* s.l.: A.L. Carsrud, M. Brännback (eds.).
- Gelaidan, H. & Abdullateef, A. (2017). Entrepreneurial intentions of business students in Malaysia: The role of self-confidence, educational and relation support. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 24 Issue: 1, pp.54-67, <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2016-0078>
- George, D. y Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: A Simple Guide and Reference. 11.0 Update (4.^a ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Grundstén, H. (2004). Entrepreneurial Intentions and the Entrepreneurial Environment: A Study of Technology-Based New Venture Creation, Espoo, Finlandia: Doctoral Dissertation, Helsinki University of Technology, Department of Industrial Engineering and Management.
- Guaipatin, C. & Schwartz, L. (2014). Ecuador: Análisis del Sistema Nacional de Innovación. IADB.
- Henley, A., Contreras, F., Espinosa, J. y Barbosa, D. (2017). Entrepreneurial intentions of Colombian business students: Planned behaviour, leadership skills and social capital", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 23 Issue: 6, pp.1017-1032, <https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2017-0031>

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2013. Análisis del Anuario Estadístico.
- Izquierdo, E., 2013. Entrepreneurial Intentions among University Students: Motivations and entrepreneurial exposure as drivers of intentions. s.l., Business Association of Latin American Studies (BALAS) Conference.
- Kantis, H., Federico, J. y Ibarra, S. (2015). Condiciones Sistémicas Para el Emprendimiento Dinámico, s.l.: Asociación Civil Red Pymes Mercosur.
- Kelley, D., Singer, S. & Herrington, M. (2016). Global Entrepreneurship Monitor: Global Report 2015/16.
- Kolvereid, L. & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21, 866-885.
- Krueger, N. F., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15 (5/6), 411–432.
- Krueger, N. F. & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(3), 91–104.
- Lasio, V., Deschoolmeester, D. y Arteaga, E. (2009). Entrepreneurial Intentions of Undergraduates at ESPOL in Ecuador. ESPOL, ESPAE.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C. y Rueda-Cantucho, J. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218.
- Liñán, F. & Chen, Y. (2006). Testing the Entrepreneurial Intention Model on a Two-Country Sample. Working Papers 0607, Departament Empresa, Universitat Autònoma de Barcelona.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

- Luthje, C. & Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33 (2), 135-147.
- Martínez, J. (2011). Analysis of the influence of self-efficacy on entrepreneurial intentions. *Prospect*, 9, 14-21.
- Medina, P., Bolívar, A. & Lemes, A. I. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUESSS. *Revista de Estudios Empresariales*. Segunda época., 63 - 80.
- Mortana, R., Ripolla, P., Carvalhob, C. y Bernal, C. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Journal of Work and Organizational Psychology*. Vol. 30 (2014) 97-104.
- Pasin, C., Mariano, S. y Feder, V. (2013). Entrepreneurial Intention in Brazil: The Challenge in Using International Measurement. *Alcance Journal*, 20(4), 447-459.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. Kent, C., Sexton, D., Vesper, K. (eds.) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ. Prentice-Hall, Inc, 72 – 90.
- Westhead, P. & Cowling, M. (1995). Employment Change in Independent Owner Managed High Technology Firms in Great Britain. *Small Business Economics*, 7(2), 111-140.
- Zampetakis, L., Gotsi, M., Andriopoulos, C. y Moustakis, V. (2011). Creativity and entrepreneurial intention in young people. *Entrepreneurship and Innovation*, Vol 12, No 3, 2011, pp 189–199 doi: 10.5367/ije.2011.0037

**CAPÍTULO III. FACTORES QUE ESTIMULAN LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE
LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS**

Autores:

Luis Alberto Lozano Chaguay, Mgtr.

Docente de la Facultad de Ciencias Administración, Finanzas e Informática de la
Universidad Técnica de Babahoyo
llozano@utb.edu.ec

Roxana Elizabeth Fiallos Narváez, Mgtr.

Docente de la Facultad de Ciencias Administración, Finanzas e Informática de la
Universidad Técnica de Babahoyo
rfiallos@utb.edu.ec

María Fernanda Espinoza García, Ing.

Ingeniera Comercial de la Universidad Técnica de Babahoyo
mariferespinoza1984@gmail.com

Karina Solange Escobar Torres, Srta.

Estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo
karinaet_13@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

La universidad enfrenta un desafío muy complejo hoy en día, el cual gira entorno a la pertinencia con la que esta actúa desde su oferta académica. Esto implica considerar tendencias y un análisis profundo de las necesidades del contexto, el cual puede influenciar directa o indirectamente en la misma. Cada vez es mayor el esfuerzo de las instituciones de educación superior por formar jóvenes emprendedores que contribuyan significativamente al desarrollo de sus contextos y del país.

Este afán de integrar procesos orientados a una formación en emprendimiento, exige que se revisen las ofertas académicas o se desarrollen estrategias que fomenten una cultura de emprendimiento en la universidad.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

El objetivo de este estudio se basa en la determinación clara de los factores del contexto universitario que promueven el desarrollo de una actitud emprendedora en los estudiantes universitarios. Para lograr este propósito se llevó a cabo una investigación descriptiva de estos factores, para lo cual se utilizó un cuestionario dirigido a 200 estudiantes, de las 4 Facultades o Unidades Académicas que tiene la Universidad Técnica de Babahoyo, estableciendo un criterio uniforme del 25% de participantes por cada Facultad.

Entre los principales resultados obtenidos, se precisa que, dentro de los factores externos, el 75% de los estudiantes tienen la percepción de que la política de gobierno respalda las iniciativas emprendedoras, mediante la financiación de propuestas de emprendimiento. De igual manera dentro de las condiciones legales externas, se determinó que del 40% de estudiantes que ven positivamente la norma de educación superior, el 17,50% de los estudiantes pertenecen a carreras donde se aplican procesos normados de titulación basados en el desarrollo de propuestas de emprendimiento.

Como resultado del estudio de factores internos de la universidad, el 85% de los estudiantes tienen la percepción de que la infraestructura universitaria promueve las iniciativas emprendedoras y el 83% de los estudiantes han participado en actividades o procesos de emprendimiento, como ferias y concursos internos e internacionales de emprendimiento. Adicionalmente los estudiantes de una de las Facultades donde existe asignaturas exclusivas del área de emprendimiento, se ven motivados a generar propuestas de negocios.

3.1 DESARROLLO

Emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique. En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro; Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios; Say (1800) - citado por Drucker (1989) - lo clasifica como un

“buen administrador”. En cambio, para el académico, **emprender** es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos (Alcaraz, 2011, p. 2).

La presente investigación se basa en describir los factores tanto internos como externos del contexto universitario, que impulsan el desarrollo de una actitud emprendedora en los estudiantes.

3.2 Revisión de literatura

Emprendimiento

Como disciplina formal, el emprendimiento surgió en la década de los setentas (Mason y Harvey, 2013). Sin embargo, de acuerdo con Gunter (2012), todos los mercados fueron creados, operados, y a veces destruidos por emprendedores, quienes, de acuerdo con este autor, son individuos que en un ambiente de incertidumbre, reconocen oportunidades que la mayoría no ve y crean empresas que brindan beneficios al explotar esas oportunidades (González & et al, 2015).

El emprendimiento es un término muy utilizado en la actualidad a nivel global, buscando fomentar en los individuos una *visión* diferente que les permita determinar oportunidades, no solo de crear nuevas empresas, sino también de ser proactivos e incorporar un mayor dinamismo a la solución de problemas o logro de objetivos personales y/o sociales.

La *visión emprendedora* se considera muy relevante en todos los ámbitos de la sociedad, es especialmente significativa entre los jóvenes, caracterizado por su creatividad, innovación, espíritu emprendedor y aventurero, menor temor al riesgo y mayor sensibilidad hacia los cambios tecnológicos, lo que los hacen mayores candidatos a llevar a cabo este tipo de proyectos (Hernández y Arano, 2015, p. 33).

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Entendemos el emprendimiento como la creación de ideas, empresas y patentes así como todo el proceso de su gestación, incluso en aquellos casos en los que no se alcanza su puesta en práctica, habiendo sido señalado por diversos autores como uno de los componentes clave para el crecimiento y desarrollo social y económico (Agarwal, Audretsch & Sarkar, 2007; Baumol, 2004; Baumol & Strom, 2007; Jiménez Palmero, et al., 2012; Zacharakis, Bygrave & Shepherd, 2000) (Luis, Palmero, y Escolar, 2015, p. 224).

El emprendedor

El término *entrepreneur* apareció por primera vez a los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. El aporte de este autor es relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y posteriormente el concepto del perfil del emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía (Castillo, 1999). (López y Chaves, 2009, p. 14).

El *emprendedor* es considerado como una persona que posee la suficiente determinación y capacidad para realizar un proyecto, además cuenta con habilidades que le permiten organizar sus ideas, definir sus objetivos, asumir responsabilidades, y sobretodo mostrarse perseverante ante nuevos retos y no temerle al fracaso (Holguín & Valencia, 2015, p. 8).

Espíritu emprendedor

El concepto de *espíritu emprendedor* es amplio y no necesariamente se centra en la tarea de crear una empresa, sino que implica también estar en un proceso de buscar y descubrir nuevas oportunidades de negocio. La idea de crear una empresa encaja en cualquiera de las visiones económicas del emprendedor, aunque ni el hecho de crear una empresa nos hace emprendedores, ni todo emprendedor tiene porqué crear una empresa. Más parece que ser emprendedor implica una manera de pensar, unas creencias, es un estado de la mente, un conjunto de comportamientos

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

caracterizados por innovación, flexibilidad y creatividad. Cada acción de emprender es el final de un proceso y el inicio de otro, aunque la acción de emprender más obvia es la creación de una nueva empresa (Espíritu, 2011, p. 40).

El *espíritu emprendedor* es considerado el principal factor que mueve a las personas a desarrollar ideas altamente creativas para aprovechar oportunidades en el contexto; y, es importante destacar que no existe una edad fija o definida para adoptar esta postura emprendedora.

Se ha visto que el crecimiento del emprendimiento entre personas menores de 30 años ha generado cambios en la dinámica global de desarrollo y creación de empresas y, a su vez, la forma como se percibe la importancia de la iniciativa en la sociedad (Kuratko, Ireland, Covin y Hornsby, 2005). En este contexto, se ha resaltado la importancia de estimular a los jóvenes hacia la actividad emprendedora, pues son ellos los futuros empresarios y como tal está ligado el crecimiento futuro de las regiones (Mejía, Arias, y Echeverri, 2017, p. 70).

El espíritu emprendedor es un sueño de reto, desarrollo e independencia inmerso en el fondo de todos los seres humanos; es un proceso humano que tiene su propio desarrollo en cada persona que decide asimilarlo y hacerlo su guía, su motor, su fuerza impulsadora (Varela, 2001, p. 8).

Desde una perspectiva de formación académica, podríamos decir que el *espíritu emprendedor* se desarrolla bajo conocimientos y habilidades técnicas para emprender. “El fomento del espíritu emprendedor promueve el auto empleo como una alternativa de carrera al tiempo que proporciona a los alumnos habilidades y conocimientos requeridos para la creación de empresas” (Mollo, 2008, p. 11).

El espíritu emprendedor y la educación son temas importantes que están relacionados entre sí, pero no deberían solamente atarse al desarrollo de competencias y actitudes

para la generación de empresas, más bien se debería lograr la motivación en las personas para que puedan cumplir sus sueños y metas, sin importar lo difícil que estas parezcan. Así pues, se debe buscar que los individuos estén predispuestos a generar prácticas emprendedoras, además de influir en las acciones emprendedoras (Osorio y Pereira, 2011). (Novillo, Sarmiento, y Espinoza, 2017, p. 37).

Actitud emprendedora

El *espíritu emprendedor*, está compuesto por una serie de características o valores que se desarrollan en los individuos y generan una actitud para emprender. “La actitud emprendedora puede definirse como una conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla” (Quintero, 2007).

Casi todas las definiciones del concepto de actitud, tal como ha sido elaborado por la psicología social, tienen en común el caracterizarla como una tendencia a la acción adquirida en el ambiente en que se vive y derivada de experiencias personales y de factores especiales a veces muy complejos (Mollo , 2008, p. 12).

Los estudios que mayores citas académicas han tenido con respecto a la actitud emprendedora son los de Ajzen (1991), que da origen a la teoría del comportamiento planeado en la cual señala que la conducta se encuentra prescrita por sus intenciones, que son un factor motivacional, pero estas intenciones de creación de empresas se encuentran supeditadas por la actitud, normas subjetivas y control percibido comportamental (Mora, 2011, p. 73).

Universidad y emprendimiento

La universidad ha tenido un impacto positivo para el desarrollo del ser humano desde diversos ángulos, impactando áreas que van desde el desarrollo científico y

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

tecnológico, hasta aspectos como la consolidación de valores en la sociedad. Asimismo, entre sus múltiples roles, la universidad es la principal fuente de capital humano especializado. Sin embargo, en palabras de Soto (2012), la universidad, además de formar personas que ocuparán empleos establecidos, debe formar a quienes buscan investigar, innovar, crear y emprender sus propios proyectos para transformarlos en nuevas fuentes de empleo, innovando procesos, productos o servicios que resuelven problemas o necesidades de la sociedad (González & et al, 2015, p. 3).

En consecuencia, la educación asume de forma intencional, a través de su incorporación en el currículum académico, la pretensión de facilitar la incorporación de conocimientos explícitos que pueden proporcionar competencias y destrezas o habilidades útiles relacionadas con la creación de empresas a los alumnos. Siendo por lo tanto el currículum el instrumento idóneo para la adquisición de competencias relacionadas con la creación de empresas. (Luis, Palmero, y Escolar, 2015, p. 225).

La universidad emprendedora es definida como una institución de educación superior con significativas particularidades, la cual se encuentra vinculada con el entorno y responde de manera proactiva a las necesidades del mercado, sin dejar de lado sus valores académicos ni su misión tradicional como entidad educativa que trabaja con el conocimiento (Chamorro, Ceballos y Hernández, 2012) (Mejía, Arias, y Echeverri, 2017, p. 70).

Cada vez son más las investigaciones y esfuerzos de las instituciones de educación superior por adaptarse desde una óptica del emprendimiento, para dar respuesta de manera pertinente al contexto social. “La relación entre educación y emprendimiento evidencia nuevas posibilidades de investigación empírica que complementen los desarrollos teóricos. Abre nuevos rumbos de investigación en el campo del emprendimiento y de los modelos educativos para los emprendedores”. (Osorio y Pereira, 2011, p. 31)

La tarea de incorporar una cultura emprendedora en la universidad no resulta tarea sencilla pues ello implica todo un desafío que representa rediseñar el modelo educativo existente, sus objetivos y estrategias para sentar las bases educativas y formativas que fomenten la mentalidad empresarial de los alumnos, considerando en esto la intervención de otros agentes de cambio y nuevos roles que le permitirían cumplir el reto impuesto por la sociedad que le demanda mayor participación en el proceso del desarrollo económico y social del país, a lo anterior se le debe sumar la predisposición existente para asumirla por parte de sus miembros y en especial por parte de quienes la dirigen. (Hernández y Arano, 2015, p. 33).

3.2 Metodología

El tipo de estudio que se llevó a cabo fue de tipo descriptivo con enfoque transversal, ya que los datos obtenidos se levantaron en un solo momento de tiempo. “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Mollo , 2008, p. 6).

El siguiente estudio describe los factores *externos e internos* del contexto universitario, que estimulan el desarrollo de una *actitud emprendedora* en los estudiantes. Para este efecto dentro de los factores externos se consideraron las *condiciones políticas y legales*, como variables del macroentorno universitario objeto de análisis. Paralelamente dentro de los factores internos se consideró la *infraestructura universitaria, los planes de estudio y acciones específicas* vinculadas netamente a emprendimiento.

Se aplicó una encuesta a los participantes, la misma que está orientada a obtener información de las variables de estudio antes mencionadas.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Participantes

En la investigación se levantó información a 200 estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo. Estos estudiantes pertenecen a las diferentes Facultades o Unidades Académicas que tiene la Universidad.

Es importante señalar que en la Provincia de Los Ríos Existen tres Universidades, de las cuales dos son públicas y una privada. La Universidad Técnica de Babahoyo es la más antigua de todas y se encuentra ubicada en la Capital de dicha Provincia.

Tabla 1: Participantes.

DETALLE DE ESTUDIANTES PARTICIPANTES POR FACULTAD			
UNIVERSIDAD	FACULTAD	CARRERAS	ESTUDIANTES
Universidad Técnica de Babahoyo	Facultad de Administración, Finanzas e Informática (F.A.F.I.)	Ingeniería en sistemas. Ingeniería Comercial (Licenciatura en comercio). Ingeniería en Contabilidad y auditoría (Licenciatura en contabilidad y auditoría).	50
	Facultad de Ciencias de la Salud (F.C.S.)	Enfermería. Obstetricia. Optometría. Terapia respiratoria. Laboratorio clínico. Nutrición y dietética.	50
	Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación (F.C.J.S-E.)	Pedagogía de la actividad física y deporte. Pedagogía de las ciencias experimentales "informática".	50

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

	Educación inicial. Educación Básica. Turismo. Psicología clínica. Comunicación social.	
Facultad de Ciencias Agrícolas (F.A.C.I.A.G.)	Ingeniería agronómica. Ingeniería agropecuaria. Medicina veterinaria y zootecnia.	50

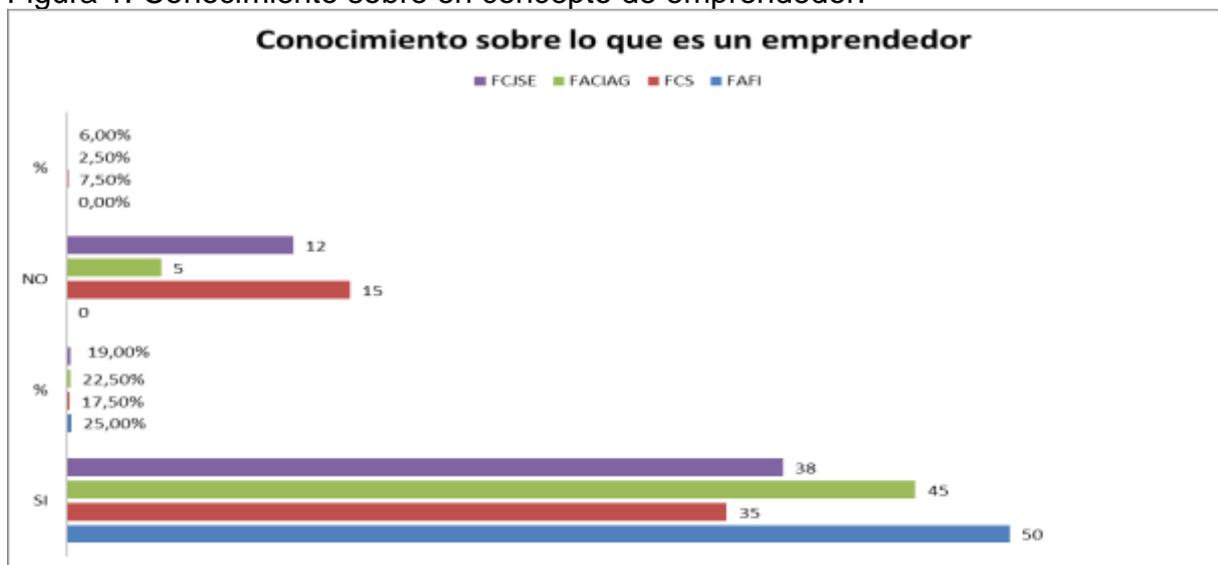
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el campo.

3.4 Resultados y discusión

De la totalidad de estudiantes participantes en este estudio, el 65% son mujeres y el 35% son hombres. Se estructuró la muestra en base al 25% de estudiantes por cada una de las 4 Facultades o Unidades Académicas que tiene la Universidad.

Al indagar inicialmente el conocimiento que tienen los estudiantes, respecto a lo qué es un emprendedor, los resultados fueron los siguientes:

Figura 1: Conocimiento sobre en concepto de emprendedor.

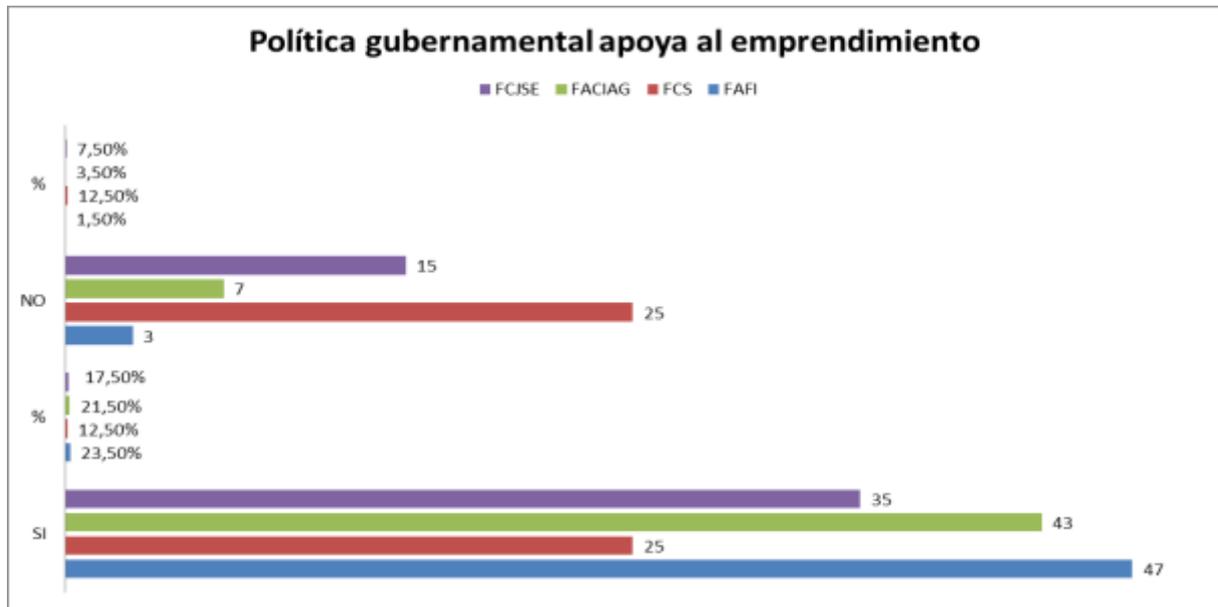


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el campo.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Se observa que el 84% de los estudiantes tienen un claro conocimiento de lo que es un emprendedor, mientras que el 16% desconoce dicho concepto. Es importante resaltar que, entre las 4 Facultades o Unidades Académicas comparadas, el 100% de los estudiantes de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, que participaron en el estudio, conocen y describen el concepto de emprendedor.

Figura 2: Política de gobierno apoya iniciativas emprendedoras.

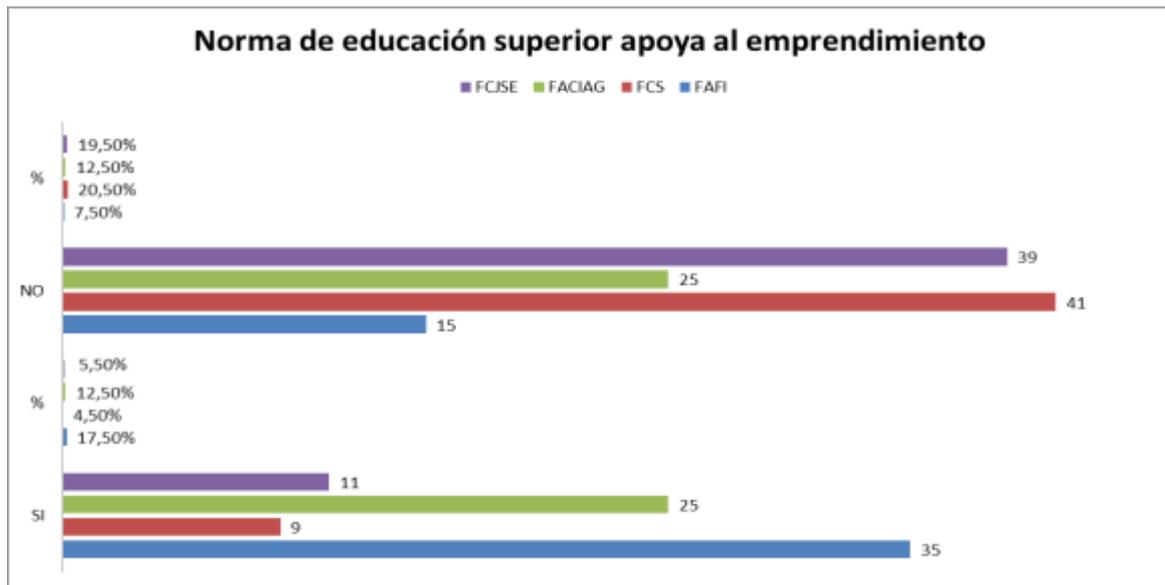


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el campo.

Se observa que el 75% de los estudiantes tienen la percepción de que la política de gobierno respalda las iniciativas emprendedoras, mientras que el 25% considera que no hay respaldo. Es importante resaltar que nuevamente entre las 4 Facultades o Unidades Académicas comparadas, el 23,50% de los estudiantes de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, que participaron en el estudio, consideran que el gobierno si respalda al emprendimiento.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Figura 3: Normativa de educación superior apoya iniciativas emprendedoras.

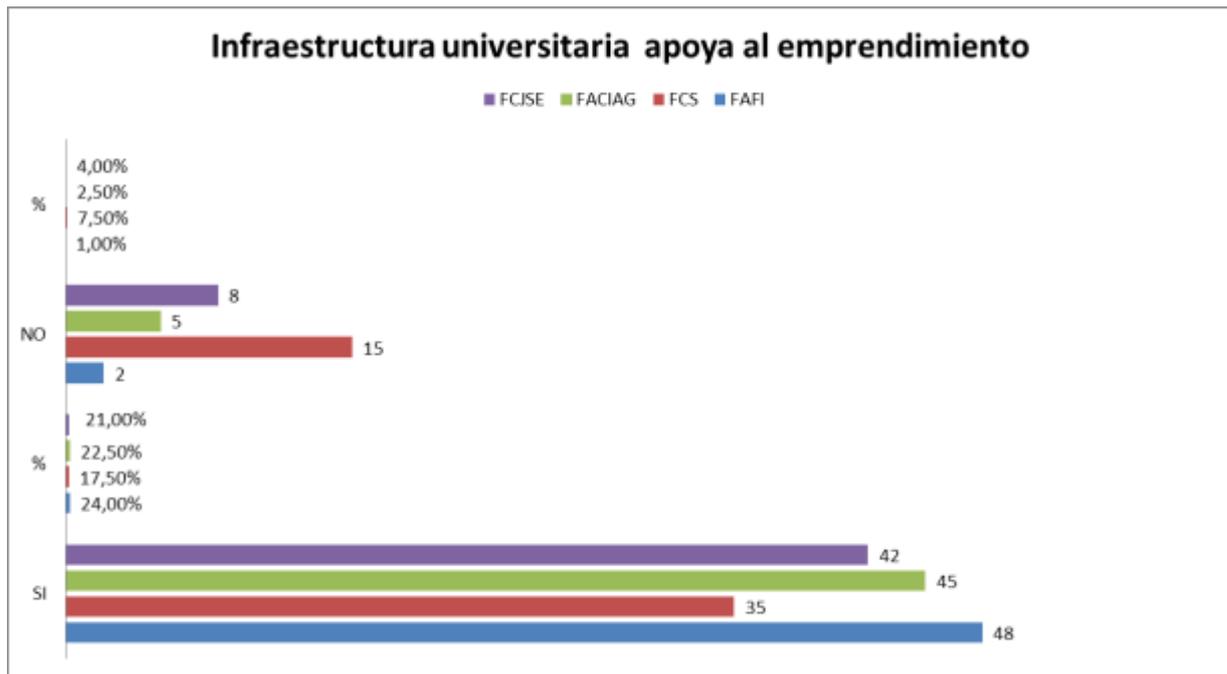


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el campo.

Se observa que el 40% de los estudiantes tienen la percepción de que las normas de educación superior vigentes estimulan las iniciativas emprendedoras, mientras que el 60% considera que no hay dicho estímulo. Es importante resaltar que del 40% de estudiantes que ven positivamente la norma de educación superior, el 17,50% de los estudiantes de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, hacen que esta Facultad sea donde mayormente existe esa percepción positiva de la norma vigente. Dentro de este análisis se considera que esto surge como resultado de que únicamente en la Facultad antes mencionada, se aplica la metodología de titulación denominada "Proyecto de emprendimiento".

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Figura 4: Infraestructura universitaria apoya al emprendimiento.



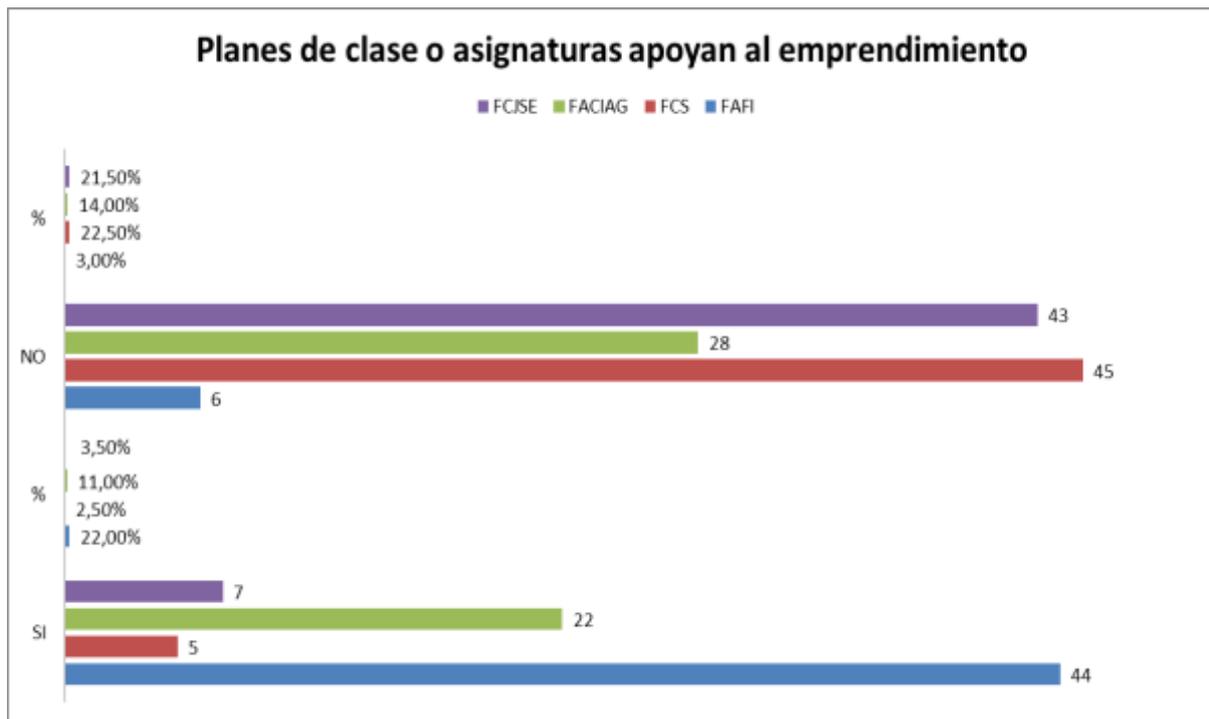
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el campo.

Se observa que el 85% de los estudiantes tienen la percepción de que la infraestructura universitaria promueve las iniciativas emprendedoras, mientras que el 15% considera que no se promueve dichas iniciativas. Es importante resaltar que las 4 Facultades o Unidades Académicas comparadas, tienen un promedio del 21,25% de estudiantes que ven positivamente el nivel de infraestructura universitaria. Sin embargo, la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, es donde mayormente sus estudiantes tienen dicha percepción positiva.

Para complementar este análisis, se manifiesta que la Universidad Técnica de Babahoyo, cuenta con una infraestructura física denominada "Centro de emprendimiento y producción"; además cuenta con una infraestructura de talento humano compuesta por 20 docentes que coordinan las actividades de emprendimiento en cada una de las Facultades. El 50% de la infraestructura docente asignada a emprendimiento, actualmente se encuentra certificada en emprendimiento e innovación. Considerando así estas las razones por la que los estudiantes ven positivamente el nivel de infraestructura universitaria con respecto a favorecer las iniciativas emprendedoras.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Figura 5: Planes de clases o asignaturas apoyan al emprendimiento.

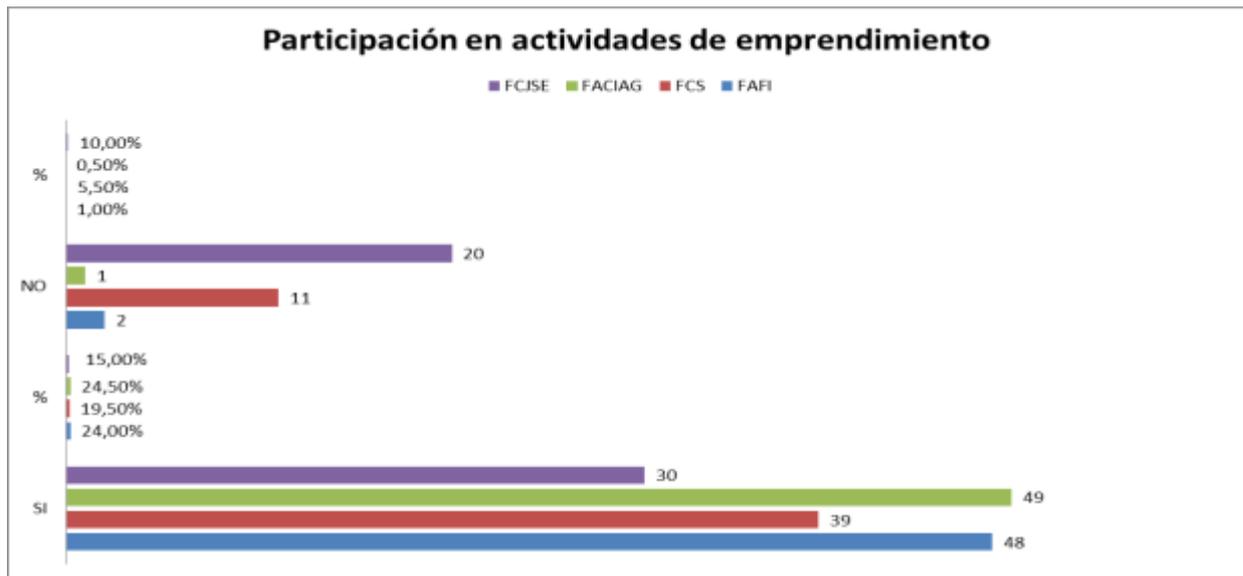


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el campo.

Se observa que el 39% de los estudiantes tienen la percepción de que los planes de clases o asignaturas promueven las iniciativas emprendedoras, mientras que el 61% considera que no se promueve dichas iniciativas. Es importante resaltar que del 39% de estudiantes que ven positivamente los planes de clases o asignaturas, el 22,00% de los estudiantes de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, hacen que esta Facultad sea donde mayormente existe esa percepción positiva de la formación universitaria. Dentro de este análisis se considera que esto surge como resultado de que únicamente en la Facultad antes mencionada, se involucran asignaturas específicas de emprendimiento.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Figura 6: Participación estudiantil en actividades de emprendimiento.



Fuente: Elaboración propia de los datos obtenidos en el campo.

Se observa que el 83% de los estudiantes han participado en actividades o procesos de emprendimiento, mientras que el 17% considera que no lo ha hecho. Es importante resaltar que las 4 Facultades o Unidades Académicas comparadas, la Facultad de Ciencias Agrícola y la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, es donde mayormente sus estudiantes han participado en procesos de emprendimiento.

Para complementar este análisis, se manifiesta que la Universidad Técnica de Babahoyo, cuenta con una infraestructura física denominada "Centro de emprendimiento y producción", desde donde se articula acciones con el Vicerrectorado de Investigación y Postgrado, para que los estudiantes participen en ferias internas de cada Facultad y en una feria Institucional. También mediante esta articulación los estudiantes participan en concursos internos de la Universidad, como el concurso IDEAS que se ejecuta desde el año 2017. Los estudiantes también participan en concursos globales como el caso de HULT PRIZE y de programas de emprendimiento como ECUADOR EMPRESARIO. Considerando así estas las razones por la que los estudiantes ven positivamente el nivel de infraestructura universitaria con respecto a fomentar las iniciativas emprendedoras en dichos eventos.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Tabla 2: Participación estudiantil por Facultad en el Concurso de Emprendimiento e Innovación Social IDEAS UTB.

FACULTAD / UNIDAD ACADÉMICA	CONCURSO IDEAS 2017	CONCURSO IDEAS 2018	VARIACIÓN	%
F.A.F.I.	37	46	9	24,32%
F.C.J.S.E.	44	66	22	50,00%
F.C.S	25	21	-4	- 16,00%
F.A.C.I.A.G.	6	7	1	16,67%
TOTAL	112	140	28	25%

Fuente: Elaboración propia a partir del Centro de emprendimiento y producción U.T.B.

Mediante el detalle de participación estudiantil en el Concurso de Emprendimiento e Innovación Social IDEAS UTB, se puede evidenciar al contrastar el año 2017 con el año 2018, que existió un incremento del 25% de participación de estudiantes en dicho concurso. Claramente se pone de manifiesto que al existir una infraestructura que promueva actividades exclusivas de emprendimiento, los estudiantes se sienten motivados a participar.

3.5 Discusión

En cuanto a la política pública del gobierno como respaldo al emprendimiento universitario, se observa que el 75% de los estudiantes tienen la percepción de que la política de gobierno respalda las iniciativas emprendedoras, mientras que el 25% considera que no hay respaldo. Este estudio es coincidente con el desarrollado por (Campos, 2015, p. 60), donde el 86% de los encuestados ve interesante a la posibilidad de respaldo de ciertas entidades mientras que el 10% poco necesario para la misma, dejando al 4% como nada necesario.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

En relación a la infraestructura universitaria, se observa que el 85% de los estudiantes tienen la percepción de que la infraestructura universitaria promueve las iniciativas emprendedoras. Varias entidades educativas disponen de un Centro de Investigación y Desarrollo para el Emprendimiento, que es el punto de referencia desde el cual se implementan las actividades académicas en la temática de emprendimiento. Esto implica que desde el centro se generan los programas de emprendimiento no solo para facultades como la de Administración de Empresas, sino también para otras facultades. (Rovayo, 2009, p. 100).

En relación a la formación emprendedora de los estudiantes, se observa que el 39% de los estudiantes tienen la percepción de que los planes de clases o asignaturas promueven las iniciativas emprendedoras, mientras que el 61% considera que no se promueve dichas iniciativas. Contrariamente se ve cómo impacta positivamente el que existan asignaturas exclusivas de emprendimiento en una de las Facultades objeto de estudio, lo que se acentúa con lo establecido por Charney & Libecap (2000) sostienen que los planes de estudio de las distintas universidades y las características propias de cada institución educativa y de sus alumnos pueden incidir en las opciones de salida laboral evaluadas por sus graduados. Por lo tanto, puede argumentarse que la naturaleza de la universidad y las características de la carrera dictada pueden influir sobre la vocación emprendedora del alumno (Mollo , 2008, p. 11).

En relación a las actividades exclusivas de emprendimiento, se observa que el 83% de los estudiantes han participado en actividades o procesos de emprendimiento, considerando que la Universidad Técnica de Babahoyo, cuenta con una infraestructura física denominada “Centro de emprendimiento y producción”, desde donde se articula acciones con el Vicerrectorado de Investigación y Posgrado, para que los estudiantes participen en ferias internas de cada Facultad y en una feria Institucional, así como en concursos internos e internacionales. Esto es totalmente coincidente con lo planteado por (Cano, García, & Gea, 2010), En lo relativo al fomento de la cultura emprendedora y el autoempleo, este interés se ha traducido en diversas acciones como la inclusión de asignaturas específicas sobre creación de empresas en algunos planes de estudio (Veciana y Urbano, 2000), la creación de unidades de

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

apoyo al autoempleo, y el desarrollo de acciones concretas de fomento de la creación de empresas (concursos de ideas empresariales, viveros de empresas, etc.).

CONCLUSIONES

En base a los resultados obtenidos se puede precisar que los estudiantes universitarios participantes en su mayoría tienen claro el concepto de lo que es un emprendedor.

El 75% de los estudiantes tienen la percepción de que la política de gobierno respalda las iniciativas emprendedoras, lo que es altamente positivo para desde el contexto interno universitario fomentar más iniciativas emprendedoras.

La norma de educación superior, solo es vista de manera positiva en su relación con el emprendimiento, en los estudiantes que involucran las bases jurídicas entorno a emprendimiento como parte de su proceso de formación y titulación.

Que la existencia de una infraestructura física y de talento humano orientada al emprendimiento es un factor adecuado para que los estudiantes incurran en una actitud emprendedora.

Que únicamente los estudiantes que cursan carreras donde se incluyen asignaturas de emprendimiento, ven como un atractivo para formarse con visión emprendedora. Esto nos lleva a reflexionar sobre la importancia de establecer el emprendimiento como un eje transversal en los currículos universitarios.

Las actividades de emprendimiento, ya sean ferias, concursos internos o externos, favorecen positivamente el desarrollo de una actitud emprendedora en los estudiantes universitarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaraz, R. (2011). *El Emprendedor de Éxito*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Campos, I. (2015). *Emprendimiento en la educación superior, tendencia en el desarrollo del estudiante y su relación con la creación de Mypimes, caso proyecto semilla en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil, periodo 2014 - 2015*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Cano, C., García, J., & Gea, A. (2010). Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios. *ResearchGate*, 143-160.
- Chamorro, T., Ceballos, O. & Parra Hernández, R. (2012). Burton Clark y su concepción acerca de la Universidad Emprendedora. *Tendencias Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño* XIII. pp. 103-118.
- Charney, Alberta and Libecap, Gary D., The Impact of Entrepreneurship Education: An Evaluation of the Berger Entrepreneurship Program at the University of Arizona, 1985-1999 (May 23, 2000). Recuperado de <https://ssrn.com/abstract=1262343> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1262343>
- Espíritu, R. (2011). *Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: Un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- González , A., & et al. (2015). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiante universitario: Una aproximación en América Latina . *CLADEA, Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración*.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

- Hernández, C., & Arano, R. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Ciencia Administrativa*, 28-37.
- Holguín, D., & Valencia, D. (2015). *Emprendimiento y gestión*. Guayaquil: Ediciones Holguín S.A.
- Kuratko, Ireland, Covin & Hornsby, (2005). A model of middle -level managers' Entrepreneurial behaviour. *Entrepreneurship Theory and Practice*, volumen 29.
- López, D., & Chaves, E. (2009). <http://www.javeriana.edu.co>: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado el 5 de 08 de 2018, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis202.pdf>
- Luis, M., Palmero, C., & Escolar, M. (2015). Impacto de la educación en el emprendimiento. Making- Of y analisis de tres grupos de discusión. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 221-250.
- Mejía, J., Arias, C., & Echeverri, L. (2017). El papel de la educación en creación. *Revista CEA*, 69-87.
- Mollo , G. (Julio de 2008). *SEDICI, Repositorio institucional de la Universidad Nacional de La Plata*. Recuperado el 10 de 08 de 2018, de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/42825>
- Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresas. *Rev. esc.adm.neg.*, 70-83.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

- Novillo, E., Sarmiento, C., & Espinoza, M. (2017). Análisis del desarrollo de la actitud emprendedora en estudiantes universitarios al participar en la asignatura de emprendimiento. *Revista Espacios*, 37.
- Osorio, F., & Pereira, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de Administración - Pontificia Universidad Javeriana - Bogotá D.C. - Colombia*, 13-33.
- Quintero, C. (2007). Generación de competencias en jóvenes emprendedores. *UNAB recuperado de http://www.usmp.edu.pe/facarrhh/primer_congreso_ippeu_boletin/ppts/Carlos_Quinteros.pdf*.
- Rovayo, G. (2009). El emprendimiento y la educación no siempre van en la misma dirección. *revistas.usfq*, 96-103.
- Soto, A. (2012). El plagio y su impacto a nivel académico y profesional. *Revista E-Ciencias de la Información de la Universidad de Costa Rica. Volumen 2, número 1*, 2-14.
- Urbano, D., Capalleras, J.L., Guallarte, C., y Vergés, J. (2003). *Creación de empresas. Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veneciana Vergés*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá: Pearson Educación.

CAPÍTULO IV. EL EMPRENDIMIENTO Y EDUCACIÓN

Autora:

Mónica Elizabeth Armijos Santos, Mgtr.

Docente de la Facultad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Ecotec
moarmijos@ecotec.edu.ec

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, el hombre ha atravesado períodos de progreso y de cambio en su sociedad. Actualmente el mundo está modificándose velozmente, y los fenómenos de desempleo y exclusión están siendo cada vez más preocupantes, sobre todo en países como el nuestro. Ante esta falta de empleo comienza a vislumbrarse como una oportunidad el autoempleo, es decir la propia generación de trabajo. En consecuencia, el concepto de emprendimiento, si bien ha sido importante a través del tiempo, últimamente ha cobrado mayor relevancia para sociedad ecuatoriana.

Por lo anterior, la idea de aumentar el número de emprendedores en la sociedad, resulta interesante. Y el estudio de este fenómeno se presenta como verdaderamente necesario. El objetivo de este trabajo es estudiar algunos aportes teóricos que se han realizado sobre emprendimiento, que propició el análisis de la importancia del espíritu emprendedor en el orden social.

Se pretende comprender la relación existente entre emprendimiento y otros conceptos como, educación, empleo y desarrollo. Se intenta estudiar si la educación puede propiciar que los individuos adquieran actitudes emprendedoras y el rol que el Estado tiene en este sentido; si la existencia de emprendimientos puede disminuir el desempleo; y si por haber espíritu emprendedor en una comunidad, se generan efectos positivos para el desarrollo de la misma.

Se analizan diferentes conceptos que resultan necesarios para el estudio del tema, realizando una breve reseña de algunos aportes teóricos sobre emprendimiento y explicando la relación entre emprendimiento y educación. Posteriormente se analiza

la relación entre emprendimiento y desempleo. Finalmente, se intenta relacionar el fenómeno de emprendimiento con el de desarrollo local, para poder analizar cómo el fenómeno en cuestión puede favorecer a mejorar las condiciones de vida de una población determinada, desarrollando al final algunas conclusiones del tema.

4.1 DESARROLLO

Definiciones importantes

El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto¹ 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.

La definición anterior puede complementarse con las siguientes definiciones acerca de la actividad emprendedora: “La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio” (Kundel, 1991) “Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (Stevenson 1983, 1985, 1990, 2000).

Un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor. La palabra emprendedor tiene su origen en el francés entrepreneur (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Justamente ese ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos.

La diferencia entre el emprendedor y el individuo común la establece su actitud. El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas,

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores.

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad.

El emprendedor posee un espíritu especial. Tiene alta autoestima, confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro. Trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga. Este es un punto para destacar, ya que el emprendedor no piensa su proyecto en forma acotada, sino que siempre tiene visión de futuro.

Muchos consideran que tener éxito al realizar una actividad es una cuestión de suerte, sin embargo, es importante tener claro cuáles son las verdaderas causas que provocan que un emprendimiento resulte favorable, siendo imprescindible destacar que, en realidad, el éxito se relaciona estrechamente con la actitud de quién lleva adelante la tarea.

Considerando el término en un sentido estricto, haciendo referencia únicamente al emprendedor que persigue fines económicos, puede decirse que éste es autónomo, que sabe vislumbrar la ganancia y que a partir de recursos escasos logra generar una propuesta. También, que respeta profundamente su idea, confía en la misma, y está dispuesto a correr los riesgos que considere precisos. Es una persona que descubre

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

la oportunidad que ofrece el mercado, y está estimulado para movilizar recursos con fin de llevar a cabo todo lo necesario para desarrollar esa oportunidad. Como se mencionó anteriormente, un emprendimiento posee la característica de ser innovador. Innovar significa introducir un cambio, éste puede ocurrir en la estructura social, en la gestión pública, en la elaboración de un producto o en la organización de una empresa, entre otros.

La innovación representa un camino mediante el cual el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad. Cabe destacar que, si bien la innovación puede estar presente en cualquier sector, es característica del sector empresarial. Drucker (1986) expresa en su libro *La innovación y el empresario innovador*: "El empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero (y esto es lo que define al empresariado innovador) busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad". De acuerdo a lo dicho anteriormente, surge la idea de que la existencia del espíritu emprendedor, junto con la capacidad que tenga una sociedad para producir y asimilar cambios, son favorables para el crecimiento y el desarrollo económico.

En la literatura es posible hallar diferentes definiciones del concepto de desarrollo⁵, que abarcan una amplia gama de aspectos, tanto políticos, sociales o biológicos, como económicos. En términos generales coinciden en que éste concepto hace referencia a factores y cambios cualitativos en la vida del hombre y de la sociedad en que habita. Para el propósito de este trabajo resulta útil la definición de desarrollo ofrecida por Amartya Sen en su libro *Libertad y Desarrollo*.

Dicha definición es la siguiente: "El desarrollo es un proceso de expansión de las libertades reales de que disfrutaban los individuos". Dentro de los determinantes de las libertades del hombre se pueden mencionar las instituciones sociales y económicas, como por ejemplo los servicios de educación y salud, o los derechos políticos y humanos, tales como la libertad de expresión y el derecho a elegir las autoridades públicas. Cabe destacar que, al hablar de libertades fundamentales se tienen en cuenta las posibilidades de optar que tiene un individuo.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Al crecimiento económico, Olivera lo definió como la expansión del producto social en función del tiempo (Fernández, 2002). Y si bien éste es importante para el desarrollo, no puede considerarse como único determinante, es tan solo un medio primordial para expandir las libertades de los individuos que viven en sociedad, pero no el único factor que influye sobre las mismas. La utilidad de la riqueza se manifiesta en que permite al individuo conseguir libertades fundamentales. No obstante, esta función no es ni exclusiva (debido a que hay muchos otros elementos que influyen de manera importante en la vida del hombre) ni uniforme (esto porque la forma en que la riqueza afecta la vida del hombre, varía a lo largo de la misma).

Según Sen (1999), es necesario considerar que, si una sociedad desea obtener mayores cantidades de riqueza o producto, no es porque lo desee en sí mismo, sino porque por medio de éste podrá conseguir una mejor calidad de vida. Sin embargo, aclara que este crecimiento es una condición necesaria, pero no suficiente para que la población experimente mejoras en su standard de vida, ya que el crecimiento del ingreso nada dice acerca de su distribución. De esta forma puede ser posible que un país obtenga mayores niveles de producto, mientras que no todos sus habitantes logran disfrutar de las bondades de dicho incremento.

Por estos motivos sugiere la necesidad de no sacar conclusiones teniendo sólo en cuenta el concepto de crecimiento y propone ir mucho más allá, considera que no es suficiente que una sociedad se proponga aumentar su producto y, al igual que Aristóteles, lo define como "un instrumento para conseguir otro fin". Cabe destacar, que las libertades fundamentales integrantes del proceso de desarrollo no sólo son su fin primordial, sino que también forman parte de sus medios principales, están íntimamente relacionadas entre sí y pueden reforzarse unas a otras.

"Las libertades políticas (en forma de libertad de expresión y elecciones libres) contribuyen a fomentar la seguridad económica. Las oportunidades sociales (en forma de servicios educativos y sanitarios) facilitan la participación económica. Los servicios económicos (en forma de oportunidades para participar en el comercio y la producción) pueden contribuir a generar riqueza personal y general, así como recursos públicos para financiar servicios sociales" (Sen, 1999).

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Así como se verá más adelante, la actitud emprendedora favorece al desarrollo, permitiendo a los individuos aumentar sus capacidades y oportunidades. Y favorece, especialmente, a los procesos de desarrollo local. No resulta simple definir al desarrollo local porque es un término relativamente nuevo, que surgió en Europa como contraposición a la idea de globalización. Esta idea puede analizarse como la consumación del proceso de la modernidad, proceso que planteó al progreso indefinido como meta y que trajo consecuencias indeseables como la exclusión y la división social.

Albuquerque definió al Desarrollo Local como el proceso que mejora la calidad de vida, superando las dificultades por medio de la actuación de diferentes agentes socioeconómicos locales (públicos y privados), con recursos endógenos y fomentando el aumento de capacidades. El concepto de Desarrollo Local también puede pensarse como la aplicación, del concepto de Desarrollo planteado por Sen, a un determinado territorio. Y al referirse a un territorio no se está teniendo en cuenta sólo un determinado sitio geográfico, sino también una forma de vida determinada, una cultura establecida, una realidad social y económica específica y un medio ambiente definido (con ciertos recursos naturales y ciertas potencialidades productivas).

De aquí surge que, el desarrollo local busca aumentar las capacidades individuales y de la comunidad a partir de lo que el territorio posee, tiene que ver con partir de las cualidades endógenas del lugar e intentar fomentar y potenciar sus aspectos positivos, superando las dificultades y limitaciones que pueda haber en dicho territorio.

En síntesis, puede decirse que el desarrollo local es humano, porque además del progreso material busca el progreso espiritual de los individuos particulares y de toda la comunidad. Es territorial, porque crece en un espacio que opera como unidad. También es multidimensional porque abarca diferentes esferas de la comunidad y es integrado, porque articula diferentes políticas y programas verticales y sectoriales. El desarrollo local es sistémico, porque supone la cooperación de actores y la conciliación de intereses de diferentes ámbitos. Es sustentable, porque se prolonga en el tiempo. Es institucionalizado, participativo, planificado y es innovador, especialmente porque innova en el modelo de gestión. Por lo tanto, el desarrollo local es un desarrollo endógeno. Y por ello resulta tan importante para el mismo, la

existencia de cualidades emprendedoras en los individuos habitantes del territorio que busca desarrollarse.

Aporte del emprendimiento a la Sociedad

El término *entrepreneur* fue introducido a la literatura económica por primera vez en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía (Castillo, 1999). Cantillon define al *entrepreneur* como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro. Y afirma que es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Thornton, 1998).

Burnett (2000) expresa que tiempo después el economista francés Say, hizo un interesante aporte a la definición de Cantillon. Say afirmó que el “entrepreneur” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.

También expresa que Say rescata el hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino también para la toda la sociedad; y que este autor afirma que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia.

Además, economistas británicos como Adam Smith trataron, aunque brevemente, el tema del “entrepreneurship”¹⁰. Smith hizo referencia al mismo bajo el término inglés “business management”. Sin embargo, cabe aclarar que la dinámica del fenómeno emprendimiento no es acorde a la teoría clásica, porque la misma realiza su análisis partiendo de que la economía optimiza lo que ya existe. Esta teoría plantea 10 Intrapreneurship se refiere a emprendimiento o espíritu emprendedor.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

La necesidad del entrepreneurship para la producción fue formalmente reconocida por primera vez por Alfred Marshall, en 1880. Él introduce el concepto de que los factores de producción no son tres, sino cuatro. A los factores tradicionales: tierra, trabajo y capital, le agregó la organización, y la definió como el factor coordinador, el cual atrae a otros factores y los agrupa. Él creyó que el entrepreneurship es el elemento que está detrás de la organización, manejándola. Y estableció que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa. Por otra parte, al igual que Mill, aseguró que los entrepreneurs poseen numerosas habilidades especiales y que son pocas las personas que pueden definirse de esa manera. Sin embargo, reconoce que una persona puede aprender y adquirir dichas habilidades (Burnett, 2000).

Sin embargo, el primer economista importante en retomar el concepto de Say fue Joseph Schumpeter en 1911, en su libro “La Teoría de la dinámica económica”. Este autor planteó la existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador, y llamó a las tareas que realizan este tipo de empresarios “destrucción creativa” (Drucker, 1985).

Schumpeter (1942) utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan instabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Él lo expresa de la siguiente manera en su libro *Capitalismo, socialismo y democracia*: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.”

Según este autor el equilibrio clásico sería obstaculizado por las acciones de los emprendedores, en pos de obtener un lugar monopólico en el mercado, por medio de la introducción de alguna innovación. Ellos estarían incentivados a arriesgarse, a causa de las ganancias que podrían obtener. Y estas ganancias monopólicas permitirían la creación de otras innovaciones, ya que las anteriores habrían sido

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

difundidas, y de esta manera se generaría un proceso de retroalimentación que propiciaría al crecimiento y al desarrollo. Sin la existencia de emprendedores que lleven a cabo innovaciones, la tasa de crecimiento estaría limitada al crecimiento de los factores de la producción y se dificultaría la generación de dicho proceso.

Otro autor que realizó importantes aportes a la teoría de emprendimiento es Ludwig Von Mises. Este autor, citado por Gunning (2000), identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor. La primera tiene que ver con que el emprendedor es un *evaluador*. Es decir que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. La segunda característica es la de *empresario*, el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías. Por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.

Ismael Kizner (1998), plantea que la función empresarial en el mercado no es fácil de entender, y trata de explicarla mediante lo que denomina *elemento empresarial en la acción individual humana*. Él lo define como el elemento de impulso y perspicacia, que resulta necesario para definir los fines a alcanzar y los medios que harán posible la consecución de dichos fines. Este autor afirma que, en toda acción humana está presente este elemento y que dicha acción no se puede analizar en términos de eficiencia económica.

En este punto coincide con Schumpeter y reafirma la idea de que las teorías basadas en la racionalidad en la toma de las decisiones de los individuos, no logran explicar la función empresarial en el mercado. La teoría económica tradicional, supone que la definición de fines y medios se han realizado previamente y se preocupa sólo porque se lleven a cabo con eficiencia. En cambio, al incluirse este elemento, el sujeto deja de tener una actitud pasiva en la que simplemente toma la mejor decisión de acuerdo a las circunstancias. De esta manera, puede descubrir nuevos caminos a seguir y recursos antes inadvertidos.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Kizner también destaca que la teoría económica tradicional presupone la existencia de conocimiento perfecto en el mundo, y que bajo ese contexto no tendría sentido el análisis del elemento empresarial. Sin embargo, expresa que ante la existencia de incertidumbre en el mundo, surge la necesidad de analizar la toma de decisiones en este contexto. Y afirma que el individuo decisor necesita estar atento para descubrir dónde están las nuevas e inexploradas oportunidades.

Por otra parte, Peter Drucker (1985), uno de los autores más importantes en el tema, define al entrepreneur como aquel empresario que es innovador (y al entrepreneurship como el empresariado innovador), y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento. Drucker plantea el caso de McDonald Hamburguer como un ejemplo. Es verdad que en ese emprendimiento no se inventó un nuevo producto, pero sí fue innovador en el aumento del rendimiento (vía la tipificación del producto y el entrenamiento del personal, entre otras cosas) y en la forma de comercialización. Este autor afirma que el ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino una conducta. Según él, cualquiera que sea capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador. Considera que la base del emprendimiento es teórica y no intuitiva. El emprendimiento resulta entonces un rasgo característico de un individuo o institución, pero no de personalidad.

A su vez, destaca que las personas que necesitan certezas no poseen condiciones apropiadas para ser emprendedoras. Analiza como el entrepreneur observa el cambio como norma saludable, aunque no sepa exactamente qué ocurrirá a raíz de dicho cambio. Y aclara que, aunque no lo lleve a cabo él mismo, lo busca, responde ante éste y lo explota como una oportunidad. Por otra parte, Drucker analiza que el concepto de entrepreneur no debe estar limitado a la esfera económica porque está en relación con todas las actividades humanas.

Howard Stevenson, profesor de la Universidad de Harvard, realizó en la década de los '80 un análisis acerca de la mentalidad emprendedora, y concluyó que se basaba más en las oportunidades que en los recursos (Castillo, 1999). Stevenson realiza un

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

análisis similar al de Drucker, ya que expresa que crear una empresa no es suficiente para ser considerado emprendedor. Un emprendedor, además de ser creador de una empresa, busca continuamente la oportunidad y crear nueva riqueza. Él considera imprescindible que el empresario innove para encuadrarlo como emprendedor. Y cabe aclarar que innovar no implica sólo crear un nuevo producto, puede innovarse al crearse una nueva organización o una nueva forma de producción o una forma diferente de llevar adelante una determinada tarea, etc.

Además, también considera como ejemplo el caso de McDonald. Al igual que Drucker dice que no se inventó un nuevo producto, que éste se encontraba en todo el mundo, pero que sin embargo lo innovador estuvo presente en la gestión. Por otra parte, personas que comienzan con algún negocio típico, a pesar de someterse a la incertidumbre propia de iniciarlo, no son considerados emprendedores por Stevenson porque sólo están imitando a otros y no están innovando (Castillo, 1999).

Stevenson (2000), haciendo hincapié en el emprendimiento como un fenómeno relacionado con el comportamiento, analizó las diferencias entre emprendedores exitosos y ejecutivos exitosos. Básicamente plantea que los emprendedores exitosos poseen una cultura emprendedora, mientras que los ejecutivos exitosos una cultura administrativa.

Según él, la cultura administrativa tiene que ver con un estado más estático y la emprendedora con un estado más dinámico. En la primera el ejecutivo arma su estrategia en función de los recursos que controla, mientras que, en la segunda, el emprendedor arma su estrategia según la percepción de la oportunidad. Por ello mientras que el emprendedor acepta riesgos razonables y actúa revolucionariamente en el corto plazo, el ejecutivo trata de minimizar los riesgos y actúa en el tiempo. Por otra parte, puede observarse como el emprendedor desafía la jerarquía y destaca a la coordinación como más importante que la propiedad de los recursos, la dirección se forma mediante redes. En cambio, para el ejecutivo la jerarquía es primordial, necesita una clara definición de la responsabilidad y de la autoridad.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Stevenson (2000) afirma que la importancia en el estudio del emprendedorismo ha ido aumentando en el tiempo y rescata ciertas hipótesis que emergen de la observación en 40 países diferentes. Estas hipótesis son las siguientes:

- El emprendedorismo se desarrolla en las comunidades donde existen recursos móviles.
- El emprendedorismo es importante cuando los miembros exitosos de una comunidad reinvierten sus excesos de capital en proyectos de otros miembros de la comunidad. Es decir que existe capital disponible.
- El emprendedorismo es próspero en comunidades en las cuales los éxitos de los miembros de la misma son celebrados por los demás miembros.
- El emprendedorismo es significativo en comunidades en las que el cambio es visto como algo positivo.

Stevenson también afirma que el emprendedor persigue la oportunidad, se compromete rápidamente, está predispuesto al cambio y se responsabiliza ante diferentes escenarios. A su vez, rescata especialmente el rol del emprendedor en la asimilación de cambios, dado que el mundo está modificándose continuamente, y plantea al futuro como un verdadero desafío.

Otro importante autor en el tema es Gifford Pinchot, quién popularizó el termino *entrepreneur* en su libro *Intrapreneuring*¹¹ en 1985. Según este autor los emprendedores son personas que sueñan y logran hacer realidad lo que imaginan. Son aquellos que pueden tomar una idea y hacerse responsables de innovar y de obtener resultados.

Pinchot (1999) utilizó el termino *intrapreneurship* para referirse al “espíritu empresarial” y hacer referencia a los emprendedores dentro de las grandes empresas. Según él, este espíritu es el que hace que existan iniciativas de proyectos y negocios en las mismas.

Otro importante autor en el tema es Gifford Pinchot, quién popularizó el término *entrepreneur* fue introducido a la literatura económica por primera vez en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía (Castillo, 1999).

Cantillon define al *entrepreneur* como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Distingue que el emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro. Y afirma que es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Thornton, 1998).

Burnett (2000) expresa que tiempo después el economista francés Say, hizo un interesante aporte a la definición de Cantillon. Say afirmó que el “entrepreneur” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. También expresa que Say rescata el hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino también para la toda la sociedad; y que este autor afirma que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia.

También economistas británicos, como Adam Smith, trataron, aunque brevemente el tema del “entrepreneurship”¹⁰. Smith hizo referencia al mismo bajo el término inglés “business management”. Sin embargo, cabe aclarar que la dinámica del fenómeno emprendimiento no es acorde a la teoría clásica, porque la misma realiza su análisis partiendo de que la economía optimiza lo que ya existe.

A su vez, Mill, otro autor de origen británico, enfatizó más la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico. Él expresó que el desarrollo del “entrepreneurship” requiere de habilidades no comunes y lamentó la inexistencia de una palabra en el idioma inglés que tenga el mismo significado que el término “entrepreneur” en francés (Burnett, 2000).

La necesidad del entrepreneurship para la producción fue formalmente reconocida por primera vez por Alfred Marshall, en 1880. Él introduce el concepto de que los factores de producción no son tres, sino cuatro. A los factores tradicionales: tierra, trabajo y

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

capital, le agregó la organización, y la definió como el factor coordinador, el cual atrae a otros factores y los agrupa. Él creyó que el entrepreneurship es el elemento que está detrás de la organización, manejándola. Y estableció que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa. Por otra parte, al igual que Mill, aseguró que los entrepreneurs poseen numerosas habilidades especiales y que son pocas las personas que pueden definirse de esa manera. Sin embargo, reconoce que una persona puede aprender y adquirir dichas habilidades (Burnett, 2000).

No obstante, el primer economista importante en retomar el concepto de Say fue Joseph Schumpeter en 1911, en su libro "La Teoría de la dinámica económica". Este autor planteó la existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador, y llamó a las tareas que realizan este tipo de empresarios "destrucción creativa" (Drucker, 1985).

Schumpeter (1942) utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan instabilidades en los mercados. Define al emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Él lo expresa de la siguiente manera en su libro *Capitalismo, socialismo y democracia*: "La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc."

Según este autor el equilibrio clásico sería obstaculizado por las acciones de los emprendedores, en pos de obtener un lugar monopólico en el mercado, por medio de la introducción de alguna innovación. Ellos estarían incentivados a arriesgarse, a causa de las ganancias que podrían obtener. Y estas ganancias monopólicas permitirían la creación de otras innovaciones, ya que las anteriores habrían sido difundidas, y de esta manera se generaría un proceso de retroalimentación que propiciaría al crecimiento y al desarrollo. Sin la existencia de emprendedores que

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

lleven a cabo innovaciones, la tasa de crecimiento estaría limitada al crecimiento de los factores de la producción y se dificultaría la generación de dicho proceso.

Otro autor que realizó importantes aportes a la teoría de emprendimiento es Ludwig Von Mises. Este autor, citado por Gunning (2000), identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor. La primera tiene que ver con que el emprendedor es un *evaluador*. Es decir que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado. La segunda característica es la de *empresario*, el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías.

Por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo. Ismael Kizner (1998), plantea que la función empresarial en el mercado no es fácil de entender, y trata de explicarla mediante lo que denomina *elemento empresarial en la acción individual humana*. Él lo define como el elemento de impulso y perspicacia, que resulta necesario para definir los fines a alcanzar y los medios que harán posible la consecución de dichos fines.

Este autor afirma que, en toda acción humana está presente este elemento y que dicha acción no se puede analizar en términos de eficiencia económica. En este punto coincide con Schumpeter y reafirma la idea de que las teorías basadas en la racionalidad en la toma de las decisiones de los individuos, no logran explicar la función empresarial en el mercado. La teoría económica tradicional, supone que la definición de fines y medios se han realizado previamente y se preocupa sólo porque se lleven a cabo con eficiencia. En cambio, al incluirse este elemento, el sujeto deja de tener una actitud pasiva en la que simplemente toma la mejor decisión de acuerdo a las circunstancias. De esta manera, puede descubrir nuevos caminos a seguir y recursos antes inadvertidos.

Kizner también destaca que la teoría económica tradicional presupone la existencia de conocimiento perfecto en el mundo, y que bajo ese contexto no tendría sentido el

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

análisis del elemento empresarial. Sin embargo, expresa que ante la existencia de incertidumbre en el mundo, surge la necesidad de analizar la toma de decisiones en este contexto. Y afirma que el individuo decisor necesita estar atento para descubrir dónde están las nuevas e inexploradas oportunidades.

Por otra parte, Drucker (1985), uno de los autores más importantes en el tema, define al entrepreneur como aquel empresario que es innovador (y al entrepreneurship como el empresariado innovador), y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento.

Drucker plantea el caso de McDonald Hamburguer como un ejemplo. Es verdad que en ese emprendimiento no se inventó un nuevo producto, pero sí fue innovador en el aumento del rendimiento (vía la tipificación del producto y el entrenamiento del personal, entre otras cosas) y en la forma de comercialización.

Este autor afirma que el ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino una conducta. Según él, cualquiera que sea capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador. Considera que la base del emprendimiento es teórica y no intuitiva. El emprendimiento resulta entonces un rasgo característico de un individuo o institución, pero no de personalidad.

A su vez, destaca que las personas que necesitan certezas no poseen condiciones apropiadas para ser emprendedoras. Analiza como el entrepreneur observa el cambio como norma saludable, aunque no sepa exactamente qué ocurrirá a raíz de dicho cambio. Y aclara que, aunque no lo lleve a cabo él mismo, lo busca, responde ante éste y lo explota como una oportunidad. Por otra parte, Drucker analiza que el concepto de entrepreneur no debe estar limitado a la esfera económica porque está en relación con todas las actividades humanas.

Emprendimiento y Educación

Para poder analizar la relación existente entre los conceptos de educación y de emprendimiento, es necesario definirlos. Como el término emprendimiento ya ha sido definido, sólo resta hacer lo propio con el término educación. Resulta interesante la definición expresada por las Naciones Unidas (1968), según la cual el concepto de educación incluye toda una gama de medios complementarios por los cuales se transmiten el conocimiento, los valores y las especializaciones, y se modifican los patrones de comportamiento.

Comprender la relación entre estos conceptos ayuda a esclarecer una pregunta frecuente que surge al estudiar el tema de emprendimiento, y que tiene que ver con si los emprendedores nacen o se forman. Se considera apropiado para responderla transcribir las palabras que la empresaria y académica, Silvia Sioli de Torres Carbonel, expresó en el V Encuentro de Empresarios organizado por Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas, y realizado en Buenos Aires, en Abril de 2002: *“Si la educación es el medio por el cual logro modificar actitudes y comportamientos, casi diría que hay una relación absoluta entre educación y entrepreneurship; vale la pena, entonces, pensar en educar a los emprendedores. Puede ser que haya muchos emprendedores que nazcan, pero seguro que todos necesitan hacerse y capacitarse como tales”*. Lo expresado en el párrafo anterior es coincidente con las, ya expuestas, ideas de Drucker y Marshall, debido a que ambos, en diferentes momentos históricos, han reconocido que los individuos son capaces de adquirir nuevas actitudes y aprender a ser emprendedores.

El Estado y educación: artífices del emprendedorismo

Puede decirse que, así como la educación genera externalidades positivas en una sociedad (Robert Lucas, 1988), la educación en emprendedorismo también las generará. Por lo tanto, si se deja a la educación en emprendedorismo únicamente en manos privadas, la cantidad de educación de estas características que existirá en la sociedad, será inferior a la óptima. Por ello resulta importante destacar la necesidad de la intervención del Estado en este punto.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Ante la falta de percepción de los agentes privados acerca de los beneficios sociales que brinda la educación en emprendedorismo, se presenta la necesidad de que un ente supraindividual intervenga en este mercado para poder captar las externalidades positivas que de lo contrario se perderían, ya que la producción y consumo de equilibrio del bien “educación en emprendedorismo” estarían en niveles por debajo de la cantidad óptima, es decir la que maximiza la utilidad de la sociedad y logra captar los beneficios sociales que emanan de dicha educación.

Esto no significa que la educación en emprendedorismo no pueda ser un bien suministrado en forma privada, de hecho, en la mayoría de los países coexisten la educación pública y privada referida a esta temática; sino que quiere decir que dicha provisión no será suficiente para producir los beneficios individuales y comunitarios que permitan poder alcanzar el óptimo social.

Emprendimiento y desarrollo sostenido local

Ya se ha mencionado la relación entre emprendimiento y desarrollo al presentar las ideas de Say y Schumpeter. El primero reconoce que la sociedad se beneficia con la existencia de emprendedores y el segundo expresa que por medio de las innovaciones reiteradas se logra un efecto dominó que provoca crecimiento y desarrollo socio-económico. El análisis se centra ahora en el desarrollo local.

Si se aplica el concepto de desarrollo elaborado por Amartya Sen a la teoría del desarrollo local, puede decirse que éste busca que los individuos de un territorio aumenten sus libertades fundamentales. Dentro de estas libertades fundamentales, están incluidas las posibilidades que poseen los sujetos de tener oportunidades de desarrollar procesos productivos, que les permitan generar su propio empleo y riqueza. Además, les permitan mejorar su calidad de vida, teniendo en cuenta que esto implica que puedan tener la posibilidad de optar y de vivir de acuerdo a su propia cultura, la posibilidad de cuidar el medio ambiente, de tener acceso a la salud y a la educación, y de elegir en qué lugar quieren vivir, entre otras cosas.

Cabe destacar que, a diferencia de la forma tradicional de buscar el desarrollo de una comunidad, en la que los lineamientos, la manera y la metodología surgen desde el

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

exterior de la comunidad, el desarrollo local parte de las necesidades locales, de los recursos locales y de la decisión de los agentes locales. Éste busca fomentar las capacidades de los individuos y del lugar en el que habitan, busca aumentar esas libertades fundamentales que ellos poseen y retroalimentarlas positivamente. Por ello, el desarrollo local plantea la necesidad de que sea utilizado el potencial endógeno de la zona, y se fomente por lo tanto la innovación y la creación de empresas locales.

El actor social que promueve el desarrollo se convierte en un agente de desarrollo y a él le competen diferentes tareas. Por una parte, debe intentar integrar a los diferentes sectores y actores de la sociedad, también debe mediar entre éstos, coordinar información, articular necesidades, recursos, ideas e intentar que exista una fluida comunicación y una fuerte conexión entre ellos. También tiene que articular entre lo económico, lo político y lo social y tomar conciencia de los efectos de estas articulaciones.

Además, si bien el actor social no necesariamente está ligado a la toma de decisiones, él puede conectarse con los organismos encargados de ésta y articular las demandas sociales con los mismos, y puede generar las condiciones necesarias para la toma de decisiones en torno a un proyecto. Por último, cabe destacar que el agente de desarrollo tiene una tarea innovadora, él debe escuchar y descubrir las necesidades de la población para luego poder pensar nuevas maneras de responder a las demandas sociales.

Ante la realidad debe intentar buscar nuevos procesos, y sobre todo generar la búsqueda en conjunto de nuevos procesos, que le permitan avanzar a la comunidad hacia formas en las que la misma encuentre cómo mejorar su calidad de vida. Es importante que sea responsable, que favorezca la formación y la información para el desarrollo, que evite la apropiación de los proyectos por parte de un determinado sector, que no sustituya a otros actores y que no sea “mensajero” de ningún sector en especial.

Cuanto más agentes de desarrollo participen, más factible será el desarrollo local. Cuanto más actores de la comunidad se comprometan y trabajen activamente por el desarrollo local de la misma, más fácil será la construcción de redes, la comprensión

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

de la realidad, y la visión de las fortalezas y debilidades del territorio. Lo que permitirá afrontar de una forma más eficiente la satisfacción de las necesidades locales y dar mejores respuestas a las demandas de la comunidad.

Luego de analizar cómo se desarrolla un proceso de desarrollo local, puede pasarse a estudiar cómo las capacidades emprendedoras pueden colaborar en dicho proceso. Esto, en forma simplificada, se materializará a través de dos caminos: favoreciendo la creación y el crecimiento de empresas, y cooperando con la organización social. Sin embargo, para que el emprendedorismo resulte verdaderamente positivo para el desarrollo local.

Creación y estabilidad de las empresas

Un importante actor local es la empresa, y en especial la pequeña empresa, que de acuerdo a su lógica de acción y a su dimensión, posee una relación más estrecha con el medio que la rodea.

Si bien el emprendedor puede actuar dentro de la empresa en la que trabaja como empleado, o puede actuar en su propia empresa, resulta particularmente interesante analizar su capacidad de creación de nuevas empresas y de tamaño pequeño o mediano. Esto porque la capacidad emprendedora logra satisfacer las necesidades de autoempleo y resulta especialmente interesante en el contexto actual en el que el empleo se halla en crisis. De esta manera se convierte en uno de los pilares fundamentales para el desarrollo.

Existen estudios en los que se ha demostrado la importancia de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) en la economía de una región. Aparecen como estratégicamente relevantes por su capacidad de generar empleo, y por su capacidad de crear nuevos productos atendiendo a necesidades específicas y no masivas. Por otra parte, este tipo de empresas generalmente poseen personal con mayores iniciativas y motivaciones debido a que son más importantes dentro de la estructura de la empresa. El personal se halla más comprometido, debido a que su trabajo representa relativamente mayor relevancia en una empresa PyME, que lo que

representaría si trabajara en una gran empresa. Su grado de responsabilidad es mayor (Chelen, 1999).

En conclusión, puede decirse que cuántas mayores actitudes emprendedoras tengan los actores de una comunidad, más factible será la creación de pequeñas y medianas empresas. De esta forma nacerán más empresas con estas características, lo que contribuirá positivamente al desarrollo de la región.

Organización Social

Por medio de las capacidades emprendedoras se favorece el desarrollo de nuevas empresas y también el crecimiento de las empresas ya existentes. Sin embargo, la capacidad emprendedora no se limita únicamente a la creación de empresas (como muchas veces se cree), sino que representa una manera de pensar y de actuar, orientada al crecimiento y al desarrollo, en un marco integral.

Por ello, es importante estudiar al agente de desarrollo como emprendedor. Teniendo en cuenta la amplitud de este concepto, puede analizarse la necesidad de que un agente de desarrollo tenga cualidades emprendedoras, es más, podría decirse que un agente de desarrollo no podría actuar como tal sin dichas cualidades.

El agente de desarrollo debe estar en movimiento, buscando nuevas alternativas ante los procesos, pensando a futuro, sin temores al riesgo que puede producir el cambio, teniendo la iniciativa necesaria para convocar a otros actores y servir de nexo entre ellos, generando así un modelo de gestión participativa. Debe ser capaz de convertirse en un motor dentro de la sociedad, y de innovar a partir de escuchar y descubrir las necesidades de la misma. Por todo esto, de acuerdo a las características que posee un emprendedor, y que han sido explicadas anteriormente, puede observarse que cuantas mayores cualidades emprendedoras tengan los agentes, más factible será el proceso de desarrollo.

Estandarización del proceso de emprendedorismo

Para que el emprendedorismo represente un complemento favorable en la consecución del desarrollo local, resulta imprescindible endogeneizarlo y adaptarlo a las especificidades de cada región. Y para ello es necesario rescatar esas especificidades previamente, conocerlas y analizarlas con la conciencia de que existe una retroalimentación entre el medio y las capacidades emprendedoras de los individuos. Ya que, por una parte, el contexto influye sobre las mismas; y por la otra, los individuos de una región, con sus cualidades, influyen en las especificidades que tendrá dicha región.

De lo anterior surge que no será igual un proceso de emprendedorismo en un lugar que, en otro; es decir que la manera de encararlo dependerá de las características de la región. Y no cualquier territorio posee la masa crítica necesaria para llevar a cabo un emprendimiento. Por lo tanto, habrá que analizar en cada caso cuál será la mejor forma de desarrollar un proceso de emprendedorismo, con qué plazos, con qué intensidad, buscando la forma de aprovechar de la manera más eficiente los recursos, haciendo especial hincapié en los recursos humanos.

En este último punto, es muy importante destacar el rol que tienen los actores agentes de desarrollo. Ellos tienen que ser capaces de percibir las condiciones sociales que existen en el territorio, teniendo en cuenta sus debilidades y sus fortalezas. Esto para buscar la mejor manera de articular entre los diferentes actores, para comenzar a forjar y fomentar un proceso de desarrollo, en el que se logren salvar las dificultades y potenciar las fortalezas. Para así poder lograr el fin último, que es la mejora en la calidad de vida de la comunidad en cuestión.

CONCLUSIONES

- A lo largo del presente escrito, se ha perseguido el objetivo de revisar algunos aportes teóricos sobre emprendimiento y analizar la importancia del espíritu emprendedor en el orden social.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

- Se ha intentado explicar la fuerte relación que existe entre las cualidades emprendedoras y la calidad de vida de una comunidad, y la manera en que el proceso de socialización influye sobre las mismas.
- De esta forma, ha quedado de manifiesto cómo la temática de emprendimiento ha ido aumentando su importancia a través del tiempo, cómo algunos autores la han ido desarrollando y por qué motivos es relevante estudiarla.
- Autores como Say o Sen destacan en sus publicaciones que existe una relación entre el concepto de emprendimiento y los conceptos de educación, desempleo y desarrollo local. Por una parte, se deduce que las aptitudes emprendedoras pueden forjarse y potenciarse a través de la educación. También se puede mencionar que la existencia de emprendimientos disminuye el desempleo. Por último, se observa que las actitudes emprendedoras contribuyen positivamente en el desarrollo de un proyecto y a su vez, en el desarrollo de una comunidad.
- El círculo virtuoso es el siguiente, si se implementan medidas tendientes a mejorar la educación en entrepreneurship, en la cual el Estado tiene un importante rol, se logra aumentar el espíritu emprendedor de los individuos y de esta forma existe una mayor dotación social de cualidades emprendedoras. Esto provoca efectos positivos, tales como la creación de empresas, el crecimiento de las empresas existentes y la generación de autoempleo. Contribuyendo así a la disminución del desempleo, lo cual favorece al desarrollo socio económico. Esto debido a que disminuyen los recursos ociosos en la comunidad, favoreciéndose así el crecimiento del producto, y debido a que los individuos, cuando tienen trabajo, mejoran su autoestima y su calidad de vida.
- A su vez, al aumentar las cualidades emprendedoras de la comunidad, aumenta la aparición de nuevas e innovadoras iniciativas en la misma, y se facilita la tarea de los agentes de desarrollo, favoreciéndose así la generación de proyectos y la formación de redes sociales. De esta manera, se propicia el desarrollo local en ese territorio, y una sociedad más desarrollada mejora sus niveles de educación, mejorando también la educación en emprendimiento y retroalimentándose así el círculo virtuoso.

- Es importante destacar, que todo el estado del arte revisado en el documento, así como las conclusiones que se ha determinado debe ser corroboradas con investigaciones de campo que afirmen o en su defecto, demuestren lo contrario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arieu, A. (2003). La Educación de los emprendedores: Un comentario acerca de los contenidos formativos y el rol de la Universidad. Congreso Provincial Emprendedorismo y Desarrollo Local. Pigüe, Argentina.

Audretsch, D.B., Carre, M.A. y Thurik, A.R. (2002). Does Entrepreneurship reduce unemployment? Tinbergen Intitute Discussion Paper. Disponible en <http://www.tinbergen.nl/discussionpapers/01074.pdf>

Berger, P. y Luckman, T. (1984). La construcción social de la realidad. Amorrortu. Buenos Aires. Capítulo II. p. 164-185.

Burnett, D. (2000). The Supply of Entrepreneurship and Economic Development. Founder Technopreneurial.com. Disponible en www.technopreneurial.com/articles/ed.asp.

Casaburi, G. y Angelelli, P. (2001). Estrategias de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas. Ed. Eudeba – PNUD. Pág. 89-95.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional INTEC Chile. Disponible en http://www.intec.cl/documentos_linea/ARI2487-INV-ENSE.pdf

Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM). (2001). Microempresas: características estructurales y políticas para su desarrollo. Coyuntura económica de la ciudad de Buenos Aires Nro. 4.

Chelén, F. D. (1999). Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional INTEC Chile Disponible en http://www.intec.cl/documentos_linea/ARI2487-INV-PFDI.pdf

Chelén, F. D.; Castillo, H. A. y otros. (1999). Caracterización de Centros y Cursos para la Formación de Emprendedores. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional INTEC Chile.

D'annunzio, M. C.; Moyano, R. y Rabago, P. L. (2002). Empresarialidad en Economías Emergentes La creación de empresas en el marco del Desarrollo Local. Jornada emprendedora. Universidad Nacional del Centro. Disponible en <http://www.econ.unicen.edu.ar/investigacion/Jornada%20Emprendedora%202002.pdf>.

Dehter, M. (2001.a.). Cultura Emprendedora. Programa Permanente de Capacitación para Dirigentes. IDEB.

Dehter, M. (2001 b.). El factor histórico en el desarrollo local Programa Permanente de Capacitación para Dirigentes. IDEB

Dehter, M. (2001 c.). El ser emprendedor: Modelo para desarrollar comportamiento emprendedor individual y corporativo. Programa Permanente de Capacitación para Dirigentes. IDEB

Dehter, M. (2001 d.). Intrapreneurship. Disponible en <http://www.justoahora.com/nws/iv02.htm>

Dehter, M. (2002. e.). Problema conocido, no es más problema. □ Disponible en <http://www.justoahora.com/nws/v15.htm#1>

Drucker, P. (1985). La Innovación y el empresario innovador. Ed. Edhasa. Pág. 25-26; 35-44.

Drucker, P. (2002). El Individuo. Ed. Sudamericana. Pág. 197-203.

Durán, D. y Lukez, B. (2003). Los Microemprendimientos Productivos: Del Desempleo a la Ocupación. Disponible en <http://www.ecoportel.net/articulos/microemp.htm>

Fernández, A. G. (2002). Distribución, crecimiento y desarrollo: Principales aportes teóricos que explican su interrelación. Tesis de grado, Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur.

Ferreira, E. (2000). El fenómeno del emprendedorismo (proceso de emprendimiento) y la incubación de empresas – Creando riquezas. Universidad Central de Venezuela. Disponible en <http://www.infomipyme.com/Docs/DO/Offline/emprendedorismo.pdf>

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Formichella, M. M. (2002). Educación y Pobreza: Una explicación de los círculos viciosos existentes entre ambas. Tesis de Grado, Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur.

Garzón, M. A. (2003). El programa intraemprendedor y la búsqueda del cambio de actitudes para impulsar la innovación empresarial". Disponible en www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/emp/intrapreneur.htm

Gunning, J. P. (2000). The idea of entrepreneur Role as Distinctly Human Action: A History of Progress. Disponible en www.gunning.cafeprogressive.com/subjecti/workpape/role_ent.htm

Kirzner, I. M. (1998). El empresario Lecturas de Economía Política, vol. I, Unión Editorial, Madrid. Disponible en http://www.eumed.net/cursecon/textos/Kirzner_empresario.pdf

Lucas, R. (1988). On the mechanics of Economic Development. Journal of Monetary Economics. Volumen XXII.

Nacimiento, J. (2001). Entrevista a Peter Drucker para la revista portuguesa Executive Digest. Disponible en <http://www.mujeresdeempresa.com/management/management011104.htm>

NACIONES UNIDAS. (1968). Educación, recursos humanos y desarrollo en América Latina. Ed. PNUD.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Pinchot, G. (1987). Innovation Through Intrapreneuring. Research management volume XXX nro 2.

Pinchot, G. (2003). What Intrapreneurs Can Do. Disponible en www.pinchot.com/MainPages/SiteIndex.html

Rasheed, H. S. (2000). Developing Entrepreneurial Potencial in Youth of Entrepreneurial Education and Venture Creation. Disponible en <http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2001/063.pdf>.

Restrepo, G. B. (2003). Emprendimiento y Desarrollo Local Diario de Colombia "El Colombiano" (25 de septiembre).

Sánchez, C. R. (2003). ¿Quiénes son los actores del desarrollo local? Curso de gestión del desarrollo local – FODEPAL. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

Sapag Chain, N. y Sapag Chain, R. (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos. Ed. Mc Graw Hill. Pág.1-3.

Schumpeter, J. (1942). Capitalismo, socialismo y democracia. Ed. Folio. Pág. 118-124.

Sen, A. (1999). Desarrollo y libertad. Ed. Planeta. p. 19-75.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior.

Skrzeszewski, Stan. (1995). The Information Entrepreneur. Seminar notes. Introducing and defining the concept of entrepreneurship from a series through the University of Western Ontario and the University of Toronto, in Canada. Disponible en <http://www.provenance.ca/1995-2000backissues/vol1/no3/features/entrprn1.htm>

Stevenson H. H. (2000). Why the entrepreneurship has won! Disponible en www.usasbe.org/pdf/cwp-2000-stevenson.pdf

Stratta, R. (2003). Programa piloto de Desarrollo Rural para las comunidades rurales de la Provincia de Buenos Aires. Congreso Provincial "Emprendedorismo y Desarrollo Local, Pigüe, Argentina.

Thomason, R. (2002). Jóvenes empresarios: las estrellas más brillantes de las Américas y del Caribe. Disponible en <http://www.ybiz.com/aybizweb/aboutyabt/brochurespdf.PDF>

Thornton, M. (1998). The Origin of Economic Theory: A Portrait of Richard Cantillón (1680-1734). Disponible en www.mises.org/cantillon.

El emprendimiento: reflexiones desde la Educación Superior

Compilador: Mónica Elizabeth Armijos Santos, Mgtr.



ISBN: 978-9942-960-38-2



 Universidad[®]
Ecotec