



Facultad de Ciencias Sociales
Departamento de Economía y Administración de Empresas

Doctorado en Ciencias Empresariales

Tesis Doctoral

**Propuesta de un Modelo Formativo Integral de
Emprendimiento Prospectivo a través de la Validación
de los *Emprendizajes* de la Carrera de Emprendimiento
de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil**

Doctoranda

María del Rocío Vallejo Fiallos

Directores

Dr. José Manuel Saiz Álvarez

Dr. Guillermo Calleja Leal

Madrid, España

2017

AGRADECIMIENTOS

A DIOS, quien me ha cubierto de bendiciones y me ha trazado el camino a lo largo de mi vida.

A LA UCSG, por brindarme la oportunidad de aprender y emprender.

AL DR. JOSÉ MANUEL SAIZ ÁLVAREZ, por su conocimiento y experiencia en la dirección de esta tesis doctoral y al **DR. GUILLERMO CALLEJA LEAL** por su ayuda para la defensa de la tesis doctoral.

A FABRIZIO VILLAMAR Y FÁTIMA CUNALEMA, por su especial ayuda y colaboración.

A LOS ESTUDIANTES, GRADUADOS, Y EXPERTOS, por sus valiosos aportes.

DEDICATORIA

A MIS PADRES, quienes con su amor y esfuerzo han hecho de mí la persona que soy.

A ADRIANA, mi amada hija, quien es mi mejor amiga y ha estado junto a mí cada momento compartiéndome su alegría y amor.

Notas:

1. Se han hecho todos los esfuerzos posibles para asegurar que la información contenida en esta tesis sea exacta en el momento de la defensa, así como para reconocer las contribuciones originales citando las referencias bibliográficas correspondientes. La universidad y la autora no pueden aceptar la responsabilidad por cualquier error u omisión cometidos involuntariamente.
2. Para citar esta tesis se sugiere el siguiente formato:

Vallejo-Fiallos, M. del Rocío (2017) *Propuesta de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo a través de la Validación de los Emprendizajes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Tesis Doctoral. Universidad Nebrija.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	18
1.1. JUSTIFICACIÓN Y PROBLEMÁTICA.....	32
1.1.1. ANTECEDENTES DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.....	43
1.1.2. ANTECEDENTES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.....	53
1.2. OBJETIVO GENERAL.....	54
1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	54
1.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	54
1.5. HIPÓTESIS E INTERROGANTES.....	55
1.6. METODOLOGÍA.....	57
PARTE I: MARCO TEÓRICO.....	64
2. EMPRENDIMIENTO.....	64
2.1 DEFINICIÓN.....	64
2.2 CARACTERIZACIÓN.....	90
2.2.1 PROCESOS COGNITIVOS.....	92
2.2.1.1 GÉNERO.....	93
2.2.1.2 MIEDO.....	96
2.2.1.3 ÉXITO.....	97
2.2.1.4 PASIÓN.....	98
2.2.1.5 RESILIENCIA.....	100
2.2.1.6 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y TOMA DE DECISIONES.....	102
2.2.1.7 TOLERANCIA AL RIESGO.....	104
2.2.1.8 EQUIPO DE TRABAJO.....	106
2.2.1.9 INNOVACIÓN.....	109
2.2.1.10 PROCESO EMPRENDEDOR.....	112
2.2.1.11 CAPACIDAD ESTRATÉGICA.....	115
2.3 CLASIFICACIÓN.....	119
2.4 REFERENTES.....	128
3. TEORÍAS.....	142
3.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL EMPRENDIMIENTO PROSPECTIVO.....	154
3.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL EMPRENDIMIENTO DE CALIDAD.....	158
3.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA COMPETITIVIDAD EMPRENDEDORA.....	161
3.4 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA (<i>ENTREPRENEURSHIP EDUCATION (EE)</i>).....	167
3.5 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA FORMACIÓN EMPRENDEDORA (<i>ENTREPRENEURSHIP TRAINING (ET)</i>).....	171
3.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PEDAGOGÍA EMPRENDEDORA.....	174
3.7 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA METODOLOGÍA EMPRENDEDORA.....	180
4. SITUACIÓN ACTUAL DEL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR.....	186
4.1 MARCO LEGAL DEL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR.....	196
4.1.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.....	197
4.1.2 PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR.....	198
4.1.3 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES.....	201
4.1.4 REGLAMENTO AL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO, E INVERSIONES ..	203
4.1.5 LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA.....	204

4.1.6	CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN	205
4.1.7	POLÍTICAS DE EMPRENDIMIENTO EXISTENTES	205
4.2	MARCO LEGAL DE LA EDUCACIÓN EN ECUADOR	218
4.2.1	CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR	221
4.2.2	LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN INTERCULTURAL (LOEI)	221
4.2.3	REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN INTERCULTURAL.....	222
4.2.4	LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR (LOES)	223
4.2.5	REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR	224
4.2.6	REGLAMENTO DE RÉGIMEN ACADÉMICO	224
4.2.7	POLÍTICAS DE EDUCACIÓN EXISTENTES	224
5.	MODELO PEDAGÓGICO DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL (UCSG).....	239
5.1	PARADIGMAS EDUCATIVOS DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO	240
5.2	COMPONENTES CURRICULARES DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO.....	243
5.3	COMPONENTE INVESTIGATIVO DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO.....	246
5.4	IMPACTO DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO	251
	PARTE II: APORTACIONES	253
6.	PLANTEAMIENTO DEL MODELO FORMATIVO INTEGRAL DE EMPRENDIMIENTO PROSPECTIVO	253
6.1	ESTRUCTURA EPISTEMOLÓGICA DEL MODELO	257
6.2	DEFINICIÓN DEL MODELO	258
6.3	DENOMINACIÓN DEL MODELO	259
6.4	ORGANIZACIÓN DEL MODELO	260
6.5	JUSTIFICACIÓN DEL MODELO	268
6.6	COMPONENTES CURRICULARES DEL MODELO	268
6.7	PRERREQUISITOS DEL MODELO	268
6.8	OBJETO DE ESTUDIO DEL MODELO	268
6.9	OBJETIVO DEL MODELO	269
6.10	SOLUCIÓN DE PROBLEMAS DEL MODELO.....	269
6.11	COMPONENTE INVESTIGATIVO DEL MODELO	269
6.12	ETAPAS FORMATIVAS DEL MODELO	270
6.13	RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MODELO	273
6.13.1	INSPIRAR A EMPRENDER	274
6.13.2	COMPARTIR CONOCIMIENTO.....	274
6.13.3	EMPRENDER AHORA	275
6.14	CONTENIDO MICROCURRICULAR DEL MODELO	276
6.15	EJECUCIÓN DEL MODELO	277
6.16	APLICACIÓN PRÁCTICA DEL MODELO	279
7.	VALIDACIÓN EMPÍRICA DEL MODELO.....	280
7.1	ANÁLISIS DESCRIPTIVO	280
7.1.1	DESCRIPCIÓN DEL TEST ESTANDARIZADO	281
7.1.2	MUESTRA	282
7.1.3	FICHA TÉCNICA.....	283
7.1.4	RESULTADOS.....	284
7.1.4.1	SECCIÓN 1: NECESIDAD DE ÉXITO	285
7.1.4.2	SECCIÓN 2: NECESIDAD DE AUTONOMÍA E INDEPENDENCIA.....	289
7.1.4.3	SECCIÓN 3: TENDENCIA CREATIVA	294
7.1.4.4	SECCIÓN 4: CAPACIDAD DE ASUMIR RIESGOS MODERADOS.....	298

7.1.4.5 SECCIÓN 5: EMPUJE Y DETERMINACIÓN.....	303
7.1.4.6 RESULTADOS ACUMULATIVOS	307
7.2 ANÁLISIS EXPLICATIVO.....	314
7.2.1 DESCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD.....	314
7.2.2 MUESTRA.....	315
7.2.3 FICHA TÉCNICA.....	317
7.2.4 RESULTADOS.....	319
7.3 ANÁLISIS INTERPRETATIVO	409
7.3.1 DESCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD.....	409
7.3.2 MUESTRA.....	410
7.3.3 FICHA TÉCNICA.....	417
7.3.4 RESULTADOS.....	418
8. CONCLUSIONES.....	460
8.1 RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN DEL MODELO FORMATIVO INTEGRAL DE EMPRENDIMIENTO PROSPECTIVO	464
8.2 COMENTARIOS FINALES	478
8.3 PERSPECTIVAS DEL IMPACTO ESPERADO.....	479
8.4 FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	481
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	482
10. ANEXOS	567

Índice de Tablas

TABLA 1 PRODUCTOS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES DE ECUADOR.....	35
TABLA 2 BALANZA COMERCIAL DE ECUADOR EN VALORES FOB Y MILLONES USD 2011-2014.....	36
TABLA 3 EXPORTACIONES DE ECUADOR EN VALORES FOB Y MILLONES USD 2014	37
TABLA 4 MATRIZ DE NECESIDADES Y SATISFACTORES DE ECUADOR	39
TABLA 5 POSICIÓN DE ECUADOR EN EL RANKING DE CORRUPCIÓN 2006-2014	41
TABLA 6 JERARQUIZACIÓN DE PROBLEMAS DE ECUADOR	43
TABLA 7 POSICIÓN DE ECUADOR EN DIFERENTES RANKINGS INTERNACIONALES.....	46
TABLA 8 MATRIZ DE INVOLUCRADOS EN LA PROPUESTA DE TESIS	49
TABLA 9 POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.....	53
TABLA 10 OBJETO DE ESTUDIO, PROBLEMAS, Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	55
TABLA 11 HIPÓTESIS E INTERROGANTES.....	56
TABLA 12 ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN	63
TABLA 13 CLASIFICACIÓN DEL EMPRENDEDORISMO ENFOCADO EN EL EMPRENDEDOR.....	119
TABLA 14 CLASIFICACIÓN DEL EMPRENDEDORISMO ENFOCADO EN EL EMPRENDIMIENTO.....	122
TABLA 15 RANKINGS DE UNIVERSIDADES CON PROGRAMAS DE MBA	129
TABLA 16 RANKINGS DE UNIVERSIDADES CON PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO	130
TABLA 17 INSTITUCIONES GLOBALES DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO.....	134
TABLA 18 TÉRMINOS DE BÚSQUEDA RELACIONADOS AL TEMA DE INVESTIGACIÓN EN SCOPUS	142
TABLA 19 TÉRMINO DE BÚSQUEDA ENTREPRENOLOGY EN SCOPUS	143
TABLA 20 GEM ECUADOR 2012-2015	186
TABLA 21 COMPARATIVO GEI ECUADOR POR PAÍSES 2012-2015	191
TABLA 22 COMPARATIVO ICSED-PRODEM ECUADOR POR PAÍSES 2014-2015	193
TABLA 23 POSICIÓN DE ECUADOR EN ÍNDICES Y REPORTES MUNDIALES 2012-2015	195
TABLA 24 OBJETIVOS DEL PNBV 2009-2013 Y 2013-2017.....	199
TABLA 25 COMPARATIVO OBJETIVOS DEL PNBV 2009-2013 Y 2013-2017.....	200
TABLA 26 EL ROL DEL EMPRENDIMIENTO EN LA AGENDA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA	206
TABLA 27 SECTORES ESTRATÉGICOS PRIORIZADOS DE LA AGENDA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA	207
TABLA 28 DIMENSIONES Y CADENAS PRODUCTIVAS PRIORITARIAS DE LA MATRIZ PRODUCTIVA	208
TABLA 29 COMPONENTES Y EJES ESTRATÉGICOS DE LA MATRIZ PRODUCTIVA	209
TABLA 30 DISTRIBUCIÓN ZONAL DE ECUADOR.....	210
TABLA 31 PROGRAMAS GUBERNAMENTALES DE EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR.....	210
TABLA 32 PROGRAMAS NO GUBERNAMENTALES DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR.....	216
TABLA 33 INDICADORES DE EDUCACIÓN DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.....	219
TABLA 34 COMPARACIÓN DEL PLAN DECENAL DE EDUCACIÓN DEL ECUADOR 2006-2015 Y 2016-2025	226
TABLA 35 PROYECTOS EDUCATIVOS NACIONALES E INTERNACIONALES DE ECUADOR.....	227
TABLA 36 RUPTURAS AL STATUS QUO EDUCATIVO ECUATORIANO	229
TABLA 37 CATEGORIZACIÓN DE UNIVERSIDADES ECUATORIANAS DE PREGRADO Y POSGRADO	232
TABLA 38 ESTRUCTURA CURRICULAR DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO	243
TABLA 39 PROPÓSITO DE LA FORMACIÓN DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO.....	244
TABLA 40 EJE DE PASANTÍAS DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO.....	245
TABLA 41 EJE TRANSVERSAL DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO.....	247
TABLA 42 ESTRUCTURA EPISTEMOLÓGICA DEL MODELO.....	258
TABLA 43 COMPONENTES CURRICULARES DEL MODELO	268
TABLA 44 COMPONENTE INVESTIGATIVO DEL MODELO.....	269
TABLA 45 ETAPAS FORMATIVAS DEL MODELO	270
TABLA 46 RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MODELO	273
TABLA 47 CONTENIDO MICROCURRICULAR DEL MODELO.....	276
TABLA 48 HIPÓTESIS DEL TRABAJO PARA EL ESTUDIO DESCRIPTIVO.....	281
TABLA 49 TAMAÑO DE LA MUESTRA DEL ANÁLISIS DESCRIPTIVO.....	282
TABLA 50 ESTUDIANTES MATRICULADOS EN LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO A-2013.....	283

TABLA 51 FICHA TÉCNICA DEL ANÁLISIS DESCRIPTIVO	284
TABLA 52 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DEL TEST DE TENDENCIA GENERAL DE EMPRENDIMIENTO	284
TABLA 53 NECESIDAD DE ÉXITO POR EDAD.....	286
TABLA 54 NECESIDAD DE ÉXITO POR CICLO DE ESTUDIO	287
TABLA 55 NECESIDAD DE ÉXITO POR CALIFICACIONES.....	288
TABLA 56 NECESIDAD DE AUTONOMÍA E INDEPENDENCIA POR EDAD	291
TABLA 57 NECESIDAD DE AUTONOMÍA E INDEPENDENCIA POR CICLO DE ESTUDIO	292
TABLA 58 NECESIDAD DE AUTONOMÍA E INDEPENDENCIA POR CALIFICACIONES	292
TABLA 59 TENDENCIA CREATIVA POR EDAD.....	295
TABLA 60 TENDENCIA CREATIVA POR CICLO DE ESTUDIO.....	296
TABLA 61 TENDENCIA CREATIVA POR CALIFICACIONES.....	297
TABLA 62 TOMA DE RIESGOS MODERADOS POR EDAD.....	300
TABLA 63 TOMA DE RIESGOS MODERADOS POR CICLO DE ESTUDIO.....	301
TABLA 64 TOMA DE RIESGOS MODERADOS POR CALIFICACIONES.....	301
TABLA 65 EMPUJE Y DETERMINACIÓN POR EDAD	304
TABLA 66 EMPUJE Y DETERMINACIÓN POR CICLO DE ESTUDIO	305
TABLA 67 EMPUJE Y DETERMINACIÓN POR CALIFICACIONES	306
TABLA 68 RESULTADOS ACUMULATIVOS.....	307
TABLA 69 RESULTADOS ACUMULATIVOS POR EDAD.....	309
TABLA 70 RESULTADOS ACUMULATIVOS POR CICLO.....	310
TABLA 71 RESULTADOS ACUMULATIVOS POR CALIFICACIONES.....	311
TABLA 72 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL ANÁLISIS DESCRIPTIVO	313
TABLA 73 INTERROGANTES DEL TRABAJO PARA EL ANÁLISIS EXPLICATIVO.....	315
TABLA 74 PERFIL DE LOS EXPERTOS Y DOCENTES ENTREVISTADOS.....	316
TABLA 75 FICHA TÉCNICA DEL ANÁLISIS EXPLICATIVO.....	318
TABLA 76 ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO PARA LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A EXPERTOS	319
TABLA 77 EMPRENDEDORISMO VS. EMPRESARISMO	320
TABLA 78 DEFINICIÓN DEL TÉRMINO EMPRENDIMIENTO Y CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR	322
TABLA 79 SEMEJANZAS ENTRE LOS TÉRMINOS EMPRENDIMIENTO Y ESPÍRITU EMPRENDEDOR	323
TABLA 80 EMPRENDEDORES VS. INTRAEMPRENDEDORES	325
TABLA 81 EMPRENDIMIENTO SOCIAL VS. EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL CON RESPONSABILIDAD SOCIAL	327
TABLA 82 EMPRENDIMIENTOS EMPRESARIALES VS. EMPRENDIMIENTOS SOCIALES.....	329
TABLA 83 EMPRENDIMIENTOS EMPRESARIALES CON Y SIN PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	330
TABLA 84 RELACIÓN ENTRE EL EMPRENDIMIENTO Y EL DESARROLLO ECONÓMICO.....	331
TABLA 85 RELACIÓN ENTRE EL ÍNDICE DE EMPRENDIMIENTO Y EL NIVEL DE CALIDAD DE VIDA	332
TABLA 86 APOORTE DE LAS MIPYMES AL PRODUCTO INTERNO BRUTO DE ECUADOR.....	333
TABLA 87 EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO DE ECUADOR	334
TABLA 88 POLÍTICAS Y NORMAS PARA PROMOVER EL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR.....	336
TABLA 89 ENSEÑANZA DEL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR.....	337
TABLA 90 EXPERIENCIA EN EMPRENDIMIENTO DE LOS EXPERTOS Y DOCENTES ENTREVISTADOS	339
TABLA 91 MODELO EDUCATIVO DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO	340
TABLA 92 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO.....	342
TABLA 93 CUMPLIMIENTO DE LA MISIÓN Y VISIÓN DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO.....	344
TABLA 94 COMPETENCIAS CLAVES DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO	345
TABLA 95 ÁREAS CURRICULARES Y PROPÓSITO DE FORMACIÓN DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO	346
TABLA 96 REQUERIMIENTOS PARA UNA CULTURA EMPRESARIAL EN LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO	347
TABLA 97 COMPETENCIAS QUE DEBEN ADQUIRIR LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO.....	349

TABLA 98	<i>ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA EN LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO</i>	350
TABLA 99	<i>SIGNIFICADO DE EMPRENDIMIENTO Y OBJETIVO DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO</i>	351
TABLA 100	<i>ASIGNATURAS CLAVES PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS EN EMPRENDIMIENTO</i> .	352
TABLA 101	<i>ALCANCE DE LOS CONTENIDOS DE LAS MATERIAS DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO</i>	354
TABLA 102	<i>ACTUALIZACIÓN DE LA MALLA CURRICULAR DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO</i>	355
TABLA 103	<i>COMPLEMENTARIEDAD DE MATERIAS EN LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO</i>	357
TABLA 104	<i>RECURSOS DIDÁCTICOS PARA LA FORMACIÓN DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR</i>	358
TABLA 105	<i>DIFICULTADES EN LA ENSEÑANZA DEL EMPRENDIMIENTO</i>	359
TABLA 106	<i>ACTUALIZACIÓN DE LOS PROGRAMA DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO</i> .	360
TABLA 107	<i>EVALUACIÓN DE LOS LOGROS ALCANZADOS EN LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO</i>	361
TABLA 108	<i>CANALES DE RETROALIMENTACIÓN EN LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO</i>	363
TABLA 109	<i>ACOMPañAMIENTO EMPRESARIAL EN LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO</i>	364
TABLA 110	<i>CONDICIONES PARA LA FORMACIÓN DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR</i>	365
TABLA 111	<i>INSTITUCIONES QUE DEBEN INVOLUCRARSE EN LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES</i>	367
TABLA 112	<i>ELEMENTOS TEÓRICOS PARA LA ENSEÑANZA DEL EMPRENDIMIENTO</i>	368
TABLA 113	<i>PROPUESTAS DIDÁCTICAS PARA LA ENSEÑANZA DEL EMPRENDIMIENTO</i>	369
TABLA 114	<i>CARRERA DE EMPRENDIMIENTO VS. EJECUCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS</i>	370
TABLA 115	<i>FORMACIÓN PROFESIONAL EN EMPRENDIMIENTO VS. EL NÚMERO DE EMPRENDEDORES</i> ..	371
TABLA 116	<i>RECOMENDACIONES PARA LA MEJORA DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO</i>	373
TABLA 117	<i>ORGANIZACIÓN DE LOS PARTICIPANTES PARA LA FORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTO</i>	375
TABLA 118	<i>PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS EN LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES</i>	377
TABLA 119	<i>EDADES MÁS RECEPTIVAS PARA LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES</i>	383
TABLA 120	<i>EDADES DE MAYOR POTENCIAL PARA EMPRENDER</i>	384
TABLA 121	<i>IMPORTANCIA DEL EL PLAN DE NEGOCIO</i>	385
TABLA 122	<i>POSIBILIDAD DE EMPRENDIMIENTO A CUALQUIER EDAD</i>	387
TABLA 123	<i>EDAD CON MAYOR PROBABILIDAD DE ÉXITO PARA QUE EL EMPRENDIMIENTO SUBSISTA</i> ...	388
TABLA 124	<i>TIPO Y ALCANCE DEL EMPRENDIMIENTO A CUALQUIER EDAD</i>	389
TABLA 125	<i>TIPOS DE EMPRENDIMIENTO MÁS ADECUADO PARA CADA EDAD</i>	391
TABLA 126	<i>CONTEXTO PARA EMPRENDER</i>	393
TABLA 127	<i>DESARROLLO DE UN MODELO DE NEGOCIO</i>	395
TABLA 128	<i>ALCANCE DEL EMPRENDIMIENTO</i>	396
TABLA 129	<i>DEFINICIÓN Y PROCESO DE DESEMPEÑAR</i>	397
TABLA 130	<i>DESARROLLO DE UNA MENTALIDAD EMPRESARIAL EN LOS ESTUDIANTES DE PREGRADO</i> ..	399
TABLA 131	<i>ENSEÑANZA DE EMPRENDIMIENTO</i>	400
TABLA 132	<i>FACTORES QUE INFLUYEN EN LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES</i>	402
TABLA 133	<i>IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO FORMATIVO INTEGRAL DE EMPRENDIMIENTO</i> <i>PROSPECTIVO</i>	404
TABLA 134	<i>EFFECTOS DE UN MODELO FORMATIVO ORIENTADO AL EMPRENDIMIENTO PARA TODA LA VIDA</i>	406
TABLA 135	<i>INTERROGANTES DEL TRABAJO PARA EL ANÁLISIS INTERPRETATIVO</i>	410
TABLA 136	<i>PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES GRADUADOS Y DESCRIPCIÓN DE SUS EMPRENDIMIENTOS</i>	411
TABLA 137	<i>FICHA TÉCNICA DEL ANÁLISIS INTERPRETATIVO</i>	418
TABLA 138	<i>ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO PARA LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A EXPERTOS</i>	419
TABLA 139	<i>RETOS PARA EMPRENDER UN NEGOCIO PROPIO</i>	420
TABLA 140	<i>VALOR AGREGADO DEL MODELO DE NEGOCIO</i>	422
TABLA 141	<i>PROYECCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO A CORTO, MEDIANO, Y LARGO PLAZO</i>	425
TABLA 142	<i>FACTORES EXTERNOS QUE AFECTAN POSITIVA Y NEGATIVAMENTE EL EMPRENDIMIENTO</i> .	427
TABLA 143	<i>FACTORES INTERNOS QUE APOYAN EL EMPRENDIMIENTO</i>	430
TABLA 144	<i>FACTORES INTERNOS QUE AFECTAN EL EMPRENDIMIENTO</i>	431
TABLA 145	<i>JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA PARA EMPRENDER</i>	433
TABLA 146	<i>INFLUENCIA DE LOS ESTUDIOS EN EMPRENDIMIENTO EN LA ACCIÓN EMPRENDEDORA</i>	435

TABLA 147	<i>RECOMENDACIONES PARA LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO</i>	438
TABLA 148	<i>FOMENTO DE LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR</i>	441
TABLA 149	<i>DINERO COMO FACTOR CONDUCENTE PARA EL EMPRENDIMIENTO</i>	445
TABLA 150	<i>FUENTES DE FINANCIAMIENTO DEL NEGOCIO</i>	447
TABLA 151	<i>LOGROS ALCANZADOS POR GRADUADOS EN LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO</i>	449
TABLA 152	<i>ASPECTOS CLAVES DEL MODELO DE NEGOCIO</i>	451
TABLA 153	<i>REALIDAD VERSUS PROYECCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO</i>	453
TABLA 154	<i>RECOMENDACIONES PARA EMPRENDER</i>	455
TABLA 155	<i>RASGOS NECESARIOS DEL EMPRENDEDOR PARA ALCANZAR EL ÉXITO</i>	457
TABLA 156	<i>ÁMBITOS DE LAS CONCLUSIONES</i>	461
TABLA 157	<i>RESULTADOS DEL ANÁLISIS DESCRIPTIVO</i>	464
TABLA 158	<i>RESULTADOS DEL ANÁLISIS EXPLICATIVO: “INSPIRAR A EMPRENDER”</i>	465
TABLA 159	<i>RESULTADOS DEL ANÁLISIS EXPLICATIVO: “COMPARTIR CONOCIMIENTO”</i>	469
TABLA 160	<i>RESULTADOS DEL ANÁLISIS EXPLICATIVO: “EMPRENDER AHORA”</i>	471
TABLA 161	<i>RESULTADOS DEL ANÁLISIS INTERPRETATIVO</i>	474
TABLA 162	<i>FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN</i>	481

Índice de Figuras

<i>FIGURA 1. JUSTIFICACIÓN DE LA TESIS DOCTORAL.</i>	34
<i>FIGURA 2. GRUPOS DE INVOLUCRADOS EN LA PROPUESTA DE TESIS.</i>	48
<i>FIGURA 3. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES EN BASE A PROCESOS COGNITIVOS.</i>	92
<i>FIGURA 4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL MODELO FORMATIVO INTEGRAL DE EMPRENDIMIENTO PROSPECTIVO.</i>	153
<i>FIGURA 5. COMPARATIVO GEI ECUADOR POR PAÍSES E INDICADORES 2016.</i>	192
<i>FIGURA 6. COMPARATIVO GEI ECUADOR POR ÍNDICES GLOBALES Y REGIONALES 2016.</i>	193
<i>FIGURA 7. ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO ICSED-PRODEM ECUADOR 2015.</i>	194
<i>FIGURA 8. MARCO LEGAL DEL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR.</i>	196
<i>FIGURA 9. CLASIFICACIÓN DE LAS MIPYMES.</i>	203
<i>FIGURA 10. SISTEMA DE EDUCACIÓN DE ECUADOR.</i>	220
<i>FIGURA 11. CAMPO DE ACTUACIÓN DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO.</i>	252
<i>FIGURA 12. FASES DEL MODELO.</i>	260
<i>FIGURA 13. ELEMENTOS DEL MODELO.</i>	262
<i>FIGURA 14. METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE DEL MODELO.</i>	263
<i>FIGURA 15. ENTORNO SOCIAL DEL EMPRENDEDORISMO DE ACUERDO AL MODELO.</i>	265
<i>FIGURA 16. ACTORES DEL MODELO.</i>	266
<i>FIGURA 17. MODELO FORMATIVO INTEGRAL DE EMPRENDIMIENTO PROSPECTIVO.</i>	267
<i>FIGURA 18. GUÍA DE PREGUNTAS GENERADORAS DIRIGIDA A LOS EDUCANDOS DE CUALQUIER EDAD.</i>	279
<i>FIGURA 19. NECESIDAD DE ÉXITO DE LOS ESTUDIANTES.</i>	285
<i>FIGURA 20. NECESIDAD DE ÉXITO POR SEXO.</i>	286
<i>FIGURA 21. NECESIDAD DE ÉXITO POR COLEGIO PARTICULAR Y NACIONAL.</i>	287
<i>FIGURA 22. NECESIDAD DE ÉXITO SI LOS ESTUDIANTES SON PARTE O NO DE UNA EMPRESA FAMILIAR.</i>	288
<i>FIGURA 23. NECESIDAD DE AUTONOMÍA E INDEPENDENCIA DE LOS ESTUDIANTES.</i>	290
<i>FIGURA 24. NECESIDAD DE AUTONOMÍA E INDEPENDENCIA POR SEXO.</i>	290
<i>FIGURA 25. NECESIDAD DE AUTONOMÍA E INDEPENDENCIA POR COLEGIO PARTICULAR Y NACIONAL.</i>	291
<i>FIGURA 26. NECESIDAD DE AUTONOMÍA E INDEPENDENCIA SI LOS ESTUDIANTES SON PARTE O NO DE UNA EMPRESA FAMILIAR.</i>	293
<i>FIGURA 27. TENDENCIA CREATIVA DE LOS ESTUDIANTES.</i>	294
<i>FIGURA 28. TENDENCIA CREATIVA POR SEXO.</i>	295
<i>FIGURA 29. TENDENCIA CREATIVA POR COLEGIO PARTICULAR Y NACIONAL.</i>	296
<i>FIGURA 30. TENDENCIA CREATIVA SI LOS ESTUDIANTES SON PARTE O NO DE UNA EMPRESA FAMILIAR.</i>	297
<i>FIGURA 31 TOMA DE RIESGOS MODERADOS DE LOS ESTUDIANTES.</i>	299
<i>FIGURA 32. TOMA DE RIESGOS MODERADOS POR SEXO.</i>	299
<i>FIGURA 33. TOMA DE RIESGOS MODERADOS POR COLEGIO PARTICULAR Y NACIONAL.</i>	300
<i>FIGURA 34. TOMA DE RIESGOS MODERADOS SI LOS ESTUDIANTES SON PARTE O NO DE UNA EMPRESA FAMILIAR.</i>	302
<i>FIGURA 35. EMPUJE Y DETERMINACIÓN DE LOS ESTUDIANTES.</i>	303
<i>FIGURA 36. EMPUJE Y DETERMINACIÓN POR SEXO.</i>	304
<i>FIGURA 37. EMPUJE Y DETERMINACIÓN POR COLEGIO PARTICULAR Y NACIONAL.</i>	305
<i>FIGURA 38. EMPUJE Y DETERMINACIÓN SI LOS ESTUDIANTES SON PARTE O NO DE UNA EMPRESA FAMILIAR.</i>	306
<i>FIGURA 39. RESULTADOS ACUMULATIVOS POR SEXO.</i>	309
<i>FIGURA 40. RESULTADOS ACUMULATIVOS POR COLEGIO PARTICULAR Y NACIONAL.</i>	310
<i>FIGURA 41. RESULTADOS ACUMULATIVOS SI LOS ESTUDIANTES SON PARTE O NO DE UNA EMPRESA FAMILIAR.</i>	312

Índice de Anexos

ANEXO 1 TEST DE TENDENCIA GENERAL DE EMPRENDIMIENTO.....	567
ANEXO 2 FORMATO DE LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD DIRIGIDA A EXPERTOS Y DOCENTES DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL .	568
ANEXO 3 <i>FORMATO DE LA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD DIRIGIDA A LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL QUE HAN DESARROLLADO EMPRENDIMIENTOS.....</i>	572

Propuesta de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo a través de la Validación de los *Emprendizajes* de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación doctoral corresponde al campo amplio 04 Administración de empresas y derecho, campo detallado 041 Educación Comercial y Administración, y campo específico 0413 Gestión y Administración de acuerdo a la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE). Por lo que este trabajo se enmarca en los campos de educación y capacitación (CINE - F 2013) de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2014). Los dominios de investigación y desarrollo de esta tesis recaen en el Campo de la Ciencias Sociales¹, según la Clasificación de los Campos de la Ciencia y la Tecnología (*Field of Science and Technology Classification, FoS 2007*) (*Frascati Classification by Fields of R&D, FORD*) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2007).

La significación del problema se resume en que Ecuador es un país de emprendedores, ya que ocupa la segunda posición de la Actividad Emprendedora Temprana (TEA) (ESPAE, 2016). Sin embargo, la mayoría de los ecuatorianos están involucrados en actividades informales de autoempleo (58.6%) de muy baja innovación (Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC, 2016). Es por ello, que esta tesis quiere dilucidar si la formación integral en emprendimiento como estrategia prospectiva puede mejorar el futuro del emprendimiento ecuatoriano. De ahí que el tema a desarrollar es una “Propuesta de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo”, partiendo de la premisa de que las cualidades emprendedoras pueden ser aprendidas (Mullins, 2006)². Para la autora, el emprendimiento como actitud conlleva al saber ser, mientras que el emprendimiento como aptitud involucra el saber hacer. Por lo que la disposición de emprender y la capacidad para emprender competentemente pueden ser aplicadas en todas las situaciones y contextos a lo largo de la vida, por toda persona, bajo condiciones de igualdad, es decir, sin limitación de cualquier clase.

¹ Los diferentes abordajes de esta investigación abarcan los nueve campos de segundo nivel que se desprenden del campo principal 5. Ciencias Sociales: 5.1 Psicología, 5.2 Economía y negocios, 5.3 Ciencias de la educación, 5.3 Sociología, 5.5 Ley, 5.6 Ciencia Política, 5.7 Geografía social y económica, 5.8 Medios y comunicaciones, y 5.9 Otras ciencias sociales (OCDE, 2007).

² “*Can we teach entrepreneurship?*” publicado en el *Business Strategy Review*, plantea que para enseñar a futuros emprendedores es necesario mucho más que programas cortos o un título (Mullins, 2006).

Este trabajo ha sido estructurado en dos partes primordiales que son el marco teórico y las aportaciones. Este modelo surge a partir de un estado del arte que comprende un marco conceptual que brinda definiciones, caracterizaciones, clasificaciones y referentes del emprendimiento. Los paradigmas³ que envuelven el tema propuesto están en constante evolución, siendo estos: educativos, empresariales y del emprendimiento (abarca la innovación). Los paradigmas educativos, entre otros, comprenden el Teórico-hermenéutico⁴, Hilemorfismo⁵-epistemológico⁶, Humanista⁷, Ambientalista⁸, Cognitivista⁹, Conductista¹⁰, Socio-histórico-cultural¹¹, Constructivista¹², Significativo¹³, Colaborativo¹⁴, Conectivista¹⁵, Androergológico¹⁶,

³ Conjunto de ilustraciones recurrentes y casi normalizadas de diversas teorías en sus aplicaciones conceptuales, instrumentales y de observación que guían la investigación hacia la solución de problemas para que sean aceptados por la comunidad científica (Kuhn, 1962).

⁴ Del dios griego Hermes, explica o interpreta una realidad, interpretación de los resultados para descubrir el significado de las cosas (Rueda y Villarroel, 1992).

⁵ Teoría filosófica de Aristóteles que indica que todo cuerpo está compuesto por la materia y la forma (Petit y Prevosti, 2004); el hilemorfismo aristotélico-tomista describe al hombre como un ser integral (Solórzano, 2008).

⁶ Para Platón es un concepto de conocimiento a través del razonamiento y la intuición, es la teoría del conocimiento, ciencia o verdad, que contemple la realidad y que contribuya a ella (Samaja, 2004).

⁷ Educación significativa y participativa basada en el desarrollo de una conciencia ética, altruista y social, donde la educación es el medio para alcanzar una vida digna (Vives, 1538).

⁸ El desarrollo integral involucra procesos elementales de origen biológico y las funciones psicológicas superiores de origen socio-cultural; es decir, el mecanismo del cambio evolutivo del individuo halla sus raíces en la sociedad y la cultura, llevados a la práctica en la zona de desarrollo próximo (Vygotsky, 1978 [Versión original en ruso, 1931]).

⁹ Educación activa que fomenta enseñar habilidades para aprender a aprender. La teoría psicogenética trata del desarrollo cognitivo a partir del cual los niños construyen y reconstruyen los conocimientos y sus significados a través del planteamiento de los objetivos de aprendizaje para posteriormente establecer los medios de acuerdo a las edades; dicha teoría se replica tanto en el niño como en el adulto (Piaget, 1964).

¹⁰ Educación basada en los estímulos y respuestas dada por un condicionamiento operante o instrumental controlado por consecuencias reforzantes; es decir, es un comportamiento aprendido, por tanto predecible y controlable (Skinner, 1953; 1971).

¹¹ El aprendizaje por descubrimiento busca potenciar las capacidades mentales de los niños para el desarrollo cognitivo. Además del estudiante, su contexto histórico, cultural y social, la formación docente es prioritaria para comprender y mejorar los procesos de enseñanza; siendo todas estas variables las que influyen en su aprendizaje (Bruner, 1966a,b).

¹² La teoría de los esquemas y la memoria reconstructiva establece que el aprendizaje tiene como base el cúmulo de conocimiento y experiencias previas para receptor el conocimiento nuevo (Bartlett, 1932).

¹³ Los aprendizajes pueden clasificarse según el producto y el proceso de aprendizaje: el producto de aprendizaje abarca desde el aprendizaje memorístico repetitivo a través de asociaciones, hasta el aprendizaje significativo a través de la construcción de nuevos conocimientos que se integran a los

Autopoiésico¹⁷, Holístico¹⁸, Integrador¹⁹, Multidisciplinar²⁰, Interdisciplinar²¹, Transdisciplinar²², Currículo orientado al Desarrollo Humano Integral²³, Organización del Desarrollo del Pensamiento²⁴, Proceso de Aprendizaje Acumulativo²⁵, Educación durante toda la Vida²⁶, Diseño Instruccional para el Desarrollo de Destrezas y

previamente adquiridos; el proceso de aprendizaje involucra las estrategias para recibir información de otros o descubrirla por sí mismo (Ausubel, 1968).

¹⁴ Interacción cooperativa y activa de los participantes para obtener un aprendizaje común. La interpretación del nivel actual de la experiencia y su propulsión hacia la dirección de un nivel más elevado (Dewey, 1925; 1938).

¹⁵ El aprendizaje es un proceso de conexión entre fuentes de información especializadas (Siemens, 2005; Downes, 2010).

¹⁶ De la Andragogía y la Ergología, se enfoca en el adulto en situación de aprendizaje considerando las necesidades de las empresas y el conocimiento del contexto aplicando sinergia entre contenidos, procesos, actores y estrategias de seguimiento (Rincones, 2002).

¹⁷ En las Ciencias Sociales, es la continua producción de sí mismos dada la relación entre las organizaciones y el ambiente. En las Ciencias de la Vida, se lo aplicó inicialmente como un modelo biológico (Kickert, 1993).

¹⁸ Posición metodológica y epistemológica que postula que los sistemas y sus propiedades deben estudiarse en su conjunto, es decir, con un enfoque globalista integrado (Gang, 1989; 1992).

¹⁹ Es un proceso dinámico, generativo y total de aprendizaje; algunas prácticas incluyen materias núcleos o integradas, así como la aplicación de proyectos y portafolios (Duschl y Gitomer, 1991).

²⁰ Involucra el conocimiento de varias disciplinas, donde cada una aporta desde su espacio al tema en cuestión, sin que dicha interacción contribuya a modificarlas o enriquecerlas (Piaget, 1970) citado en (Posada Álvarez, 2004).

²¹ Abarca aspectos de varias disciplinas pero en un tema puntual; es decir, conlleva la colaboración de varias disciplinas y actores para un fin específico, donde las diferentes disciplinas en contacto son a la vez modificadas y pasan a depender unas de otras (Torres, 1996) citado en Posada Álvarez (2004).

²² Forma integrada de investigación o aprendizaje que abarca varias disciplinas en forma transversal, es decir, las disciplinas están fundamentadas en objetivos comunes mediante la unificación epistemológica y cultural dando como resultado sistemas teóricos totales de macrodisciplinas o transdisciplinas (Piaget, 1970) citado en Posada Álvarez (2004).

²³ Promueve el desarrollo humano integral a través de dimensiones de desarrollo de competencias humanas generales, con énfasis en el pensamiento como motor del desarrollo (Villarini Jusino, 1997).

²⁴ La inteligencia es la habilidad de resolver problemas o crear productos de una forma que es valorada por una comunidad. El desarrollo de habilidades del pensamiento potencializa los procesos mentales, orientándolos al pensamiento crítico, constructivo, creativo y permanente de la persona humana a partir de su inteligencia múltiple (Gardner, 1983).

²⁵ Teoría ecléctica conductista-cognitivista; en la que el aprendizaje es el resultado de la interacción con el medio ambiente, donde la interacción está dada por procesos mentales internos de tipo conductual, siendo algunos tipos de aprendizaje requisitos de otros más complejos (Gagné, 1965; 1984).

²⁶ La educación es un medio esencial para que la humanidad alcance la paz, la libertad y la justicia social, reduciendo la pobreza y la guerra. Una sociedad educativa es aquella en la que la educación durante toda

Habilidades²⁷, Aprendizaje por Competencias²⁸, Logros de Aprendizaje²⁹, Paidocentrismo³⁰, Enseñanza a través de la Resolución de Problemas³¹, Análisis de Casos³², Plan de Empresas³³, Aprendizaje Interpretativo³⁴, Aplicación del *Elevator Pitch* para el Desarrollo de Ideas Generadoras³⁵, Aplicación del CANVAS para el

la vida permite el desarrollo continuo tanto de la persona como de la sociedad, a través de la formación permanente para la vida profesional con el desarrollo de talentos y capacidades plasmados en un proyecto personal; así como la facultad de juicio y de acción; fundamentada en una educación básica de calidad, el placer de aprender, la capacidad de aprender a aprender, y la generación de conocimiento mutuo entre educador y educando; construida sobre sus cuatro pilares donde el aprender a vivir juntos se alimenta de aprender a conocer, aprender a hacer, y aprender a ser (Delors, 1966). De igual manera, la duración y la diversidad del aprendizaje constituyen un proceso de toda la vida (Faure, 1972).

²⁷ Es una disciplina, basada en las teorías de Bruner (1966a,b) para prescribir métodos óptimos de instrucción, al crear cambios deseados en los conocimientos y habilidades del estudiante (Reigeluth, 1983).

²⁸ A partir de las teorías del lenguaje, Chomsky (1985) instaura el concepto y define competencias como la adquisición sin esfuerzo, rápida y uniformemente, por el solo hecho de vivir bajo unas condiciones de interacción, exposición y atención.

²⁹ Son los resultados del proceso de aprendizaje en los que se evidencia lo que una persona sabe, comprende, y es capaz de hacer (Parlamento y Consejo Europeo, 2009).

³⁰ Aprendizaje adaptado y centrado en el alumno como eje de la educación, considerando la evolución psicológica del alumno, sus expectativas y sus motivaciones. Entre sus grandes autores constan Johan Amos Comenio (1592 –1670), Jean-Jacques Rousseau (1712 -1778), Johann Heinrich Pestalozzi (1746 – 1827), Friederich Froebel (1782 – 1849), Johan Friedrich Herbat (1782 – 1852), John Dewey (1859 – 1952), María Montessori (1870-1952), Ovide Decroly (1871 – 1932), William Kilpatrick (1871 – 1965), Edgar Claparède (1873 -1940), Adolphe Ferriere (1879 - 1960), Roger Cousinet (1881- 1973), Antón Makárenko (1888- 1939), Célestin Freinet (1896 – 1966), Jean Piaget (1896 – 1980) quienes elaboraron teorías pedagógicas, opositoras a la educación tradicional conocido como el movimiento de la Escuela Nueva o Activa (González Pérez, 1993).

³¹ El conocimiento previamente adquirido constituye el instrumento para aprehender lo desconocido a través de un análisis complejo del pensamiento, dado por: presentación del problema, examen de hechos para plantear o aclarar el problema, formulación de una hipótesis o de una posible solución, elaboración de la solución por el pensamiento, y la comprobación de la idea elaborada mediante su empleo (Dewey, 1916).

³² Es una herramienta de investigación cualitativa que estudia un fenómeno dentro de su contexto de la vida real; mientras como herramienta pedagógica busca analizar una realidad o un aspecto en concreto al fomentar la discusión y el debate (Yin, 1981).

³³ Es una herramienta que permite el desarrollo de proyectos, facilitando el conocimiento y el acompañamiento empresarial del proceso emprendedor (Sutton y Kiyosaki, 2005).

³⁴ Educación basada en la comprensión, significado y acción, donde los estudiantes representan creativamente sus percepciones (Sierra *et al.*, 2007).

³⁵ Es una presentación clara y concreta de un proyecto emprendedor con el objetivo de posicionar la imagen de la empresa o producto, en menos de un minuto, para obtener financiamiento de parte de empresarios experimentados o accionistas en una futura entrevista (Muñiz González, 2014).

Desarrollo del Modelo de Negocio³⁶, Pedagogía Crítica³⁷, Educación Empresarial³⁸, Educación Emprendedora³⁹. Los Paradigmas Empresariales que marcan tendencias hoy en día son los de Valor Agregado⁴⁰, Mejora Continua⁴¹, Generación de Riqueza para la Sociedad⁴², Globalización⁴³, Competitividad⁴⁴ y Productividad⁴⁵, Competitividad

³⁶ Es una herramienta de gestión estratégica y empresarial que permite diseñar un modelo de negocio de una manera gráfica sencilla y práctica; dividiéndolo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica (Osterwalder y Pigneur, 2010).

³⁷ Se usa para alcanzar un pensamiento crítico en la formación de un individuo autorreflexivo construido sobre el diálogo; es parte de los Movimientos de Renovación Pedagógica (MRP) y de la propuesta de educación liberadora y dialógica, donde el educando y el educador son sujetos centrales del proceso dialéctico de aprendizaje, mediante un crecimiento mutuo dado por la investigación crítica (Freire, 1965) Además, McLaren (2005) enfatiza la importancia de la pedagogía crítica en la construcción social del conocimiento, sus relaciones entre el poder y el conocimiento; el currículo; la reproducción social; y el rol del maestro como agente social y moral. Asimismo, Viera, Pérez, y Paredes (2008) consideran que la aplicación de la pedagogía crítica es esencial para el desarrollo de competencias de emprendedorismo en estudiantes universitarios.

³⁸ Es una herramienta pedagógica basada en la experiencia práctica, a través de la aplicación de programas que desarrollan la metodología de las empresas gestionadas por estudiantes. Las empresas se crean a pequeña escala real o simulan en forma realista el funcionamiento de una empresa, en un entorno pedagógico protegido, para la producción y venta de productos o servicios reales en el entorno exterior. Estas actividades permiten que los estudiantes adquieran competencias emprendedoras básicas, desarrollen cualidades personales y competencias transversales tales como: creatividad, entusiasmo, seguridad, trabajo en equipo, responsabilidad, iniciativa, entre otras (Comisión Europea, 2005).

³⁹ Metodología orientada al desarrollo de competencias que permitan detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos (Castillo, 1999).

⁴⁰ La satisfacción o el placer que brinda el poseer un bien a una persona (Cachanosky, 1994).

⁴¹ La calidad debe mantenerse al mejorar todos los días, sino, los productos y servicios que hace unos años satisfacían plenamente o empresas que fueron líderes en el mercado pueden volverse deficientes y ser superadas por sus competidores (Velasco Sánchez, 2010).

⁴² La justicia social permite la distribución "apropiada de los beneficios y las cargas de cooperación social", para evitar crear desigualdades entre las personas; respetando la identidad y evitando el conflicto de intereses (Vidal Molina, 2009).

⁴³ El paradigma civilizatorio de la modernidad asumió el término globalización económica como un modelo que relaciona al hombre con los mercados de producción de bienes y servicios, provocando entre otros efectos, una crisis cultural. El fenómeno globalizador tiene profundas implicaciones en la complejidad identitaria y educativa del individuo, provocando un debate permanente entre la globalización económica y cultural, que va desde la lógica de la racionalidad económica hasta el progresivismo cultural de la sociedad (Mesino Rivero, 2009).

⁴⁴ Para el Centro Mundial de Competitividad (*World Competitiveness Center (WCC)*) del Instituto para la Administración y Desarrollo (*Institute for Management and Development (IMD)*) (2007), el pilar de la competitividad está dado por la formación de un ambiente que sostenga la creación de valor; lo cual Altenburg lo enmarcó en la gobernabilidad (1998). Mientras que para el Instituto para la Estrategia y la Competitividad (*Institute for Strategy and Competitiveness (ISC)*) de la Universidad de Harvard el pilar de la competitividad es el valor agregado que generan las empresas; siguiendo la teoría de Michael Porter (1991), que indica que las bases microeconómicas de una nación fundamentan la competitividad (citados en Lombana y Rozas Gutiérrez (2009). La competitividad económica genera crecimiento a través de un

Endógena⁴⁶, Orientación Temporal Prospectiva⁴⁷, Desarrollo de Procesos por Interacción de Actores⁴⁸, Rol Tecnopolítico del Planificador⁴⁹, Visión Profesional Interdisciplinaria⁵⁰, Propensión al Cambio⁵¹, Paradigmas de Calidad⁵², Organización en

eficiente y eficaz aplicación de procesos y uso de factores productivos, permitiendo producir y mantener el máximo de valor añadido (Observatorio Europeo Leader, 2000a); la competitividad sistémica va más allá que la competitividad estructural, ya que está dada por la economía industrial, la innovación, y sociología industrial desarrolladas en las *policy-networks* (dimensión política) entre el nivel meta (estructuras, integración y estrategia), macro (contexto), meso (políticas y entorno empresarial), y micro (empresas) (Esser *et al*, 1996; Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2001); la competitividad social involucra el “capital social” de un territorio, donde la sociedad actúa de manera colaborativa, desarrollando sus vínculos de solidaridad internos, articulando sus intereses individuales y colectivos, y construyendo una “inteligencia colectiva” cuyo resultado es un territorio más competitivo y el desarrollo de la sociedad (Observatorio Europeo Leader, 2000b).

⁴⁵ Relación entre la producción obtenida y los insumos empleados; la cual puede ser medida en términos de “productividad parcial” en la que sólo se considera un insumo; “productividad total” en la que se consideran todos los factores de insumos; e “Índice de la Productividad Total Global” en el que se considera factores intangible o cualitativos como la calidad (Sumanth, 1979; 1985).

⁴⁶ El desarrollo endógeno viene de la combinación de tres factores claves en un territorio: capital físico, capital humano y conocimientos; lo cual sumado a las redes de colaboración orientadas a la innovación, donde pequeñas empresas interactúan unas con otras, son una variable clave para la competitividad (Mattos *et al*, 1997).

⁴⁷ La direccionalidad tiene una orientación temporal prospectiva cuando las causas se encuentren en el presente y el efecto en el futuro; es decir, que un estudio prospectivo parte de la observación de probables causas y avanza longitudinalmente en el tiempo para observar sus posibles consecuencias (Carvajal, 2006).

⁴⁸ El modelo vertical no cuenta con relaciones entre los actores; el modelo consultativo, aunque su estructura sigue siendo vertical, abre espacios de interacción y diálogo con la sociedad civil para el intercambio de información, difusión, levantamiento de una agenda y mejoramiento del capital humano. Las relaciones de gobernanza dadas por un modelo colaborativo permiten que la sociedad civil sea parte del proceso de consulta y que participe en la ejecución de acciones, aunque no en la toma de decisiones; mientras que el modelo de gobernanza es mucho más inclusivo y propende al empoderamiento (Fernández, 2012).

⁴⁹ Es un enlace del conocimiento político y técnico para brindar una explicación situacional, deliberaciones y decisiones que denoten en acciones que permitan explorar directamente el futuro, en un ámbito que abarca toda la sociedad. El cálculo tecno político comprende el análisis de la capacidad para aplicar medios que crean nuevos medios; considerando la direccionalidad de los objetivos como las directivas que definen las operaciones y los medios para alcanzarlos (Matus, 1985).

⁵⁰ El estudio interdisciplinario aborda un problema simultáneamente con la visión de distintas disciplinas, principios y paradigmas observando sus diversos componentes para conseguir una visión más completa. Los equipos de trabajo interdisciplinarios cuentan con integrantes que provienen de distintas áreas que permitan obtener diferentes puntos de vista en el trabajo colectivo (Novy, 2012).

⁵¹ La disposición a generar o adaptarse a las transformaciones que se realizan en las distintas dimensiones de las organizaciones, sea por un efecto natural o por voluntad propia (Acosta, 2002).

⁵² La evolución de los diferentes métodos del campo científico-técnico aplicados a la calidad conducen hacia un nuevo paradigma de calidad; estos métodos han evolucionado desde la aplicación de estadísticas hasta la utilización de metodologías holísticas y complejas, como: Control Estadístico del Proceso (*Statistical Process Control*, SPC), Despliegue de la Función de Calidad (*Quality Function Deployment*, QFD), Análisis Modal de Fallos y Efectos (*Failure Mode and Effects Analysis*, FMEA), Control

Redes Flexibles⁵³, Personal como Capital Humano⁵⁴, Cadena de Valor⁵⁵, *Clusters* Empresariales⁵⁶, Uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación⁵⁷, Creación de Valor Ambiental⁵⁸, Desarrollo Sustentable⁵⁹, Desarrollo Económico

de Calidad (*Quality Control*, QC), Aseguramiento de la Calidad (*Quality Assurance*, QA), Control Total de Calidad (*Total Quality Control*, TQC), ISO-9000, Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (*European Foundation for Quality Management*, EFQM), Seis Sigma (*Six Sigma*, 6 σ), entre muchos otros (Gallego y Carrasco, 2012).

⁵³ La organización en redes flexibles, es la capacidad de adaptarse con rapidez ante los cambios continuos del ambiente, así como de desarrollar niveles crecientes de eficacia (Aguirre *et al.*, 1999). A corto plazo, utiliza los factores disponibles para adaptarse a los cambios inmediatos, mientras que, a largo plazo, se esfuerza por adaptarse al entorno competitivo y lograr un desarrollo organizativo permanente, en la que la gestión del cambio organizativo involucra además sus relaciones con otras organizaciones, empresariales o no (Bueno Campos, 1996).

⁵⁴ Los tres pilares básicos en los que reposa el capital intelectual de la empresa o su capacidad de creación de conocimiento son: el capital relacional, que hace referencia a la información que se extrae al relacionarse la empresa con el entorno; el capital estructural que se basa en el conocimiento de su propia estructura organizacional como procesos, métodos, herramientas; el capital humano que se refiere a sus personas con su conocimiento, experiencia y motivación. El capital humano es el pilar nuclear del capital intelectual de la empresa debido a su valor como fuente de ventaja competitiva de carácter sostenible, ya que toda creación de valor y de conocimiento la realizan las personas (Aguado García y Lucía Martínez, 2004).

⁵⁵ El análisis previo de la cadena de valor permite determinar el peso y el valor de las contribuciones de las distintas actividades primarias y de apoyo; identificando un núcleo competitivo, es decir, aquellas actividades que aportan más al margen global o contribuyen a sostener la posición competitiva de la empresa para liberar recursos y destinarlos a su actividad básica, reduciendo las áreas de gestión (Morcillo Ortega, 1997).

⁵⁶ La agrupación de empresas y su correspondiente especialización en determinadas actividades productivas contribuye con las características de los factores productivos y de la demanda, los sectores complementarios, y las estrategias competitivas de las empresas del sector; mejorando la competitividad de la región a través de la productividad, innovación, y creación empresarial que generan (Porter, 1990). La concentración geográfica de empresas e instituciones conexas, pertenecientes a un campo concreto, unidas por rasgos comunes y complementarias entre sí, pueden extenderse verticalmente en la cadena de valor incluyendo a proveedores e industrias auxiliares y lateralmente (horizontalmente o transversalmente) hasta la tecnología y sectores relacionados (Porter, 1999).

⁵⁷ Son instrumentos técnicos vinculados a la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones que mejoran el manejo de la información y de la comunicación (Cabero Almenara, 1998).

⁵⁸ Las empresas pueden crear valor agregado a través de la responsabilidad ambiental, aportando al desarrollo sustentable mediante la ética ambiental; estos esfuerzos socioambientales generan beneficios al mejorar el capital reputacional, disminuir los costos por riesgos y aumentar el market share a través de la innovación (Senior *et al.*, 2007).

⁵⁹ El informe Nuestro Futuro Común, o Informe Brundtland, de la ex primera ministra de Noruega Gro Harlem Brundtland quien presidió la Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD), definió el desarrollo sustentable como el “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las capacidades que tienen las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades” (CMMAD, 1987).

Microempresarial Positivista⁶⁰, Economía Solidaria o Cooperativista⁶¹, Economía Social⁶². Los Paradigmas del Emprendimiento abarcan el Espíritu Empresarial⁶³, Importancia Vital del Empresario y Destrucción Creativa⁶⁴, Caos⁶⁵, Autorrealización⁶⁶ y Ocio⁶⁷, Enfoque a la Innovación⁶⁸, Innovación Abierta⁶⁹, Pensamiento Lateral⁷⁰,

⁶⁰ El Desarrollo Económico Microempresarial Positivista es el fundamento científico del aporte de las micro, pequeñas y medianas empresas en la creación de riqueza y mejoramiento de la sociedad (Solimano *et al.*, 2007).

⁶¹ La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria de la República del Ecuador, aprobada en 2011, la define como la organización económica de los integrantes de los sectores comunitario, asociativo, y cooperativo de producción, consumo, vivienda, ahorro y crédito, y servicios; con el objetivo de satisfacer sus necesidades a través de la producción, intercambio, comercialización, financiamiento, y consumo de bienes y servicios (Ministerio Coordinador de Desarrollo Social del Ecuador, MCDSE, 2015). La Economía Solidaria proviene de la Economía Social, donde el centro del sistema económico son las personas y su trabajo en un contexto de justicia, cooperación, reciprocidad, y ayuda mutua, siendo el mercado únicamente un instrumento (Pérez de Mendiguren *et al.*, 2008).

⁶² “Entidades no pertenecientes al sector público que, con funcionamiento y gestión democráticos e igualdad de derechos y deberes de los socios, practican un régimen especial de propiedad y distribución de las ganancias, empleando los excedentes del ejercicio para el crecimiento de la entidad y la mejora de los servicios a los socios y a la sociedad” (Monzón, 2006). El valor compartido son las políticas y las prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde opera; enfocándose en identificar las necesidades sociales, reconcebir los productos y mercados, redefinir la productividad en la cadena de valor, y permitir el desarrollo de un cluster local (Porter y Kramer, 2011).

⁶³ Es una actitud en la que se refleja la motivación, la creatividad, la innovación, la predisposición a asumir riesgos, una atracción por la independencia y la realización personal; así como la capacidad del individuo de identificar una oportunidad y luchar por ella para producir nuevo valor o éxito económico en una organización nueva o en una ya existente (Comisión Europea, 2003).

⁶⁴ Es una de las teorías del economista austriaco Joseph Alois Schumpeter (1912, 1942, 1952), la cual se basa en que la innovación y la toma de riesgo para fomentar la inversión de los “entrepreneurs”, altera los equilibrios en las economías basadas en la oferta y la demanda.

⁶⁵ Para Ilya Prigogine (1989, 1990, 1997) los procesos de la realidad dependen de un enorme conjunto de circunstancias inciertas, es decir, de un mundo de certidumbres a un mundo de probabilidades (Spire, 2000).

⁶⁶ Abraham Maslow (1908-1970) realizó una clasificación de las necesidades humanas a través de una pirámide en la que la base está compuesta por las necesidades básicas, los siguientes niveles abarcan las necesidades de seguridad, sociales y de autoestima, y en la cúspide la necesidad de autorrealización, la cual, se refiere al cumplimiento del potencial personal a través de una actividad específica de crecimiento personal (Koltko-Rivera, 2006).

⁶⁷ Estado psicológico de la mente dado por la libertad percibida y la motivación intrínseca; donde se tiene la libertad de elegir las actividades y motivación por realizarlas, no solo por las consecuencias o resultados de las mismas (Neulinger, 1974).

⁶⁸ El emprendimiento y la innovación son cualidades que forman parte de todas las personas, constituyéndose como la clave del desarrollo económico, pero crear esta mentalidad requiere un ambiente económico y social de apoyo (Baker, 2015).

Pensamiento Ambiental⁷¹, Emprendimientos Dinámicos⁷², Modelo de Negocio como Propuesta de Valor⁷³, Tiempo de Llegada (*Time to Market*)⁷⁴, Generalización y Masificación de una Idea (*Establishment*)⁷⁵, Ejecución (*Effectuation*)⁷⁶, Emprendimiento Ligero (*Lean Start Up*)⁷⁷, Autocapitalización⁷⁸ (*Bootstrapping*),

⁶⁹ Es un nuevo paradigma que aprovecha estratégicamente fuentes internas y externas de ideas; donde las empresas pueden utilizar su modelo de negocio para identificar información que les permita gestionar mejor su negocio actual y hacer crecer su negocio futuro (Chesbrough, 2003).

⁷⁰ También llamado pensamiento exponencial o divergente, es el poder del pensamiento creativo, el cual permite la resolución de problemas de una manera indirecta a través de la generación de nuevas ideas (De Bono, 1967).

⁷¹ El Pensamiento Ambiental es la relación sociedad-naturaleza y la crisis ambiental que sostienen la necesidad de guiarse por una ética natural basada en el relacionamiento con la naturaleza y no en las relaciones de mercado (Folardi, 2000).

⁷² Son empresas nuevas (*start ups*) de alto crecimiento, que en pocos años pasan de microempresas a pequeñas y medianas empresas muy competitivas con potencial y proyección de seguir creciendo (Kantis *et al.*, 2012).

⁷³ Articula la proposición de valor, identifica un segmento de mercado, define la estructura de la cadena de valor, estima la estructura de costos, describe la posición de la empresa en la red de valor, establece las fuentes de ingresos que permitirán capturar el valor generado por los recursos valiosos y formula la estrategia competitiva que permite sostener en el tiempo el valor de los recursos de la empresa (Chesbrough y Rosenbloom, 2002).

⁷⁴ Tiempo que tarda un producto desde que es concebido hasta que está a la venta. El desarrollo acelerado de productos es una estrategia que emplea análisis y herramientas específicas para que sea eficaz (Smith, 2004).

⁷⁵ Las empresas deben perdurar a través de la generación de valores y capturas de rentas. La función política de los empresarios involucra un equilibrio estratégico entre el emprendimiento e intraemprendimiento, a través de la innovación y de la capacidad de negociar para garantizar la captura de renta e intuir los cambios de los mercados dinámicos (Sanabria Landazábal, 2012).

⁷⁶ Se basa en el pensamiento efectual, es decir, originar efectos favorables basados en el aprovechamiento de los recursos disponibles como el conocimiento, la experiencia, y las redes de contacto; lo cual permite actuar efectivamente en el corto plazo y alcanzar el propósito, o repetir el proceso hasta alcanzarlo. Este nuevo paradigma también trata de invertir en lo que se pueda permitir perder, hacer alianzas para apalancar la propuesta de valor, aceptar los hechos y usarlos para reintentar el proceso cuantas veces sea necesario, y finalmente recomienda controlar los propios actos y construir el futuro con las variables y recursos disponibles (Sarasvathy, 2008). La sociedad para la acción de ejecución constituye una comunidad global para promover esta lógica del pensamiento y su aplicación estratégica (*Society for Effectual Action*, 2017).

⁷⁷ Es un conjunto de prácticas para incrementar las probabilidades de crear una *startup* con éxito a través de la experimentación basado en el Crear-Medir-Aprender. El producto es el resultado final de esta estrategia a través del proceso de optimización o conocimiento validado proveniente de datos empíricos que se obtienen de consumidores reales (Ries, 2011). La diferencia entre el modelo lean y el tradicional está dado fundamentalmente en que mientras la mayoría de los negocios empiezan con un plan de negocio, las "*lean start-ups*" empiezan con la búsqueda de un modelo de negocio, y únicamente cuando tienen un modelo de negocio que funciona se enfocan en la ejecución general (Blank, 2013a).

Captación de Capital⁷⁹ (*Fundraising*), Capital de Riesgo⁸⁰ (*Risk Capital*), Inversión Ángel⁸¹ (*Business Angel*), Tolerancia al Riesgo⁸² (*Risk Tolerance*), Emprendimiento Emocional⁸³, Neuroemprendimiento⁸⁴, Asociatividad⁸⁵, Emprendimiento Cooperativista⁸⁶, Comunidades Socioproductivas⁸⁷, Proyectos Escalables⁸⁸, Retención

⁷⁸ Desde una notable carencia de capital, el emprendedor alquila o compra mediante préstamos los recursos; también es frecuente que el emprendedor los posea procedentes de quiebras anteriores (Ponce Herrero y Martínez Puche, 2003).

⁷⁹ Proceso de captar capital para financiación de proyectos, creación de empresas, inversión, entre otros; a diferencia de *crowdfunding* que trata de la financiación de las masas o colectiva (Rivera Butzbach, 2012).

⁸⁰ Es una fuente de financiación empresarial, que está dirigida principalmente a pequeñas y medianas empresas; con el objetivo de obtener participación en las utilidades de la empresa, si la sociedad inversora es privada, o con el propósito de contribuir a la creación de tejido empresarial, si la sociedad inversora es de carácter público (Barthel *et al.*, 2014).

⁸¹ Es una persona que financia una *startup* a cambio de una cantidad de acciones determinada; además, brindan su conocimiento profesional o empresarial; los inversionistas ángeles invierten su propio capital, a diferencia de las entidades de capital de riesgo o *venture capitalists* que administran profesionalmente fondos de terceros (Roure *et al.*, 2013).

⁸² Es el nivel de riesgo que un inversionista u organización están en capacidad de aceptar (Mendez, 2010).

⁸³ Crear y mantener una empresa dependerá tanto del coeficiente intelectual y los conocimientos profesionales, como también de la inteligencia emocional o el manejo de las emociones y relaciones (Goleman, 1995). La inteligencia emocional tiene un impacto significativo en el rendimiento económico de los individuos, siendo tan importante como la inteligencia normal. Esta mezcla formal e informal de conocimiento es la base para la creación de un entorno, que da apoyo a las diversas funciones que conducen al éxito empresarial. La inteligencia emocional conduce a un mejor rendimiento por lo que debe ser considerada como un factor significativo en la ecuación del éxito empresarial (Fertala, 2009).

⁸⁴ Aplicación de la neurociencia en el proceso de toma de decisiones neuropsicológicas para poder acertar y ejercer mejores acciones y resultados que permitan desarrollar la iniciativa de negocios y las aptitudes de innovación (Martin de Holan *et al.*, 2013).

⁸⁵ Es "un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común" (Rosales, 1997).

⁸⁶ Es un factor clave de éxito en la Economía Social, dado por la combinación del empuje y la iniciativa con una visión cooperativista; la construcción de alianzas con otros actores potencia el desarrollo y crecimiento, así como mejora las condiciones de vida. La cultura cooperativista se centra en valores de equidad, solidaridad y justicia distributiva, fomentando actividades de interés común y la articulación con intereses de la comunidad; mientras que la cultura emprendedora se alimenta de iniciativas, de ideas innovadoras, enfrenta desafíos y asume riesgos (Rodríguez *et al.*, 2013).

⁸⁷ Los emprendimientos socioproductivos generan y ofrecen bienes o servicios con la finalidad de que los procesos de producción y la inserción en el mercado faciliten el desarrollo personal y la integración social de quienes se encuentran excluidos. En este sentido, la configuración de redes socioproductivas, como infraestructura de desarrollo del tejido social, y por ende del capital social, representarían una fortaleza para el aparato productivo (Korin, 2013).

de Equipos de Alto Rendimiento⁸⁹, Desarrollo de Emprendimientos de Alto Impacto⁹⁰, Emprendimientos Inclusivos⁹¹, Emprendimiento Social⁹², Intraemprendimiento⁹³, Emprendimiento Familiar⁹⁴, Desarrollo Acelerado de Producto⁹⁵ (*Agile Product*

⁸⁸ Proyectos con la habilidad para reaccionar, adaptarse, crecer rápidamente sin perder calidad, y pueden multiplicar sus ingresos sin necesidad de aumentar sus costos de la misma manera (Magendzo, 2014).

⁸⁹ Los equipos de alto desempeño se caracterizan por conseguir resultados sobresalientes y por las relaciones personales de confianza y compromiso entre los miembros del equipo. Retener el talento clave de las organizaciones es fundamental, por lo cual hay que determinar quiénes deben quedarse, por qué se van y por qué se quedan (Gonzales Miranda, 2009).

⁹⁰ Desarrollar emprendimientos de alto crecimiento o dinámicos es una tarea compleja, que requiere de la articulación y coordinación de muchos actores, creando así el “ecosistema emprendedor”. Estas iniciativas empresariales son impulsadas por equipos emprendedores que identifican una oportunidad de negocio de crecimiento sostenido, que no necesariamente es de tipo innovador o de base tecnológica, aún cuando se caracterice por contar con un alto grado de diferenciación que le permita crear y/o capturar cuotas crecientes de mercado a ritmo acelerado. Además, contribuyen de manera importante al desarrollo económico de los países y son la principal fuente generadora de nuevo y mejor empleo, tienen alto potencial de crecimiento, a escala regional o global, multiplican sus ventas en poco tiempo y logran rápidamente pasar de ser una micro o pequeña empresa, a alcanzar el estatus de una empresa mediana (Hidalgo *et al.*, 2014).

⁹¹ Crean oportunidades de empleo, autoempleo, y autosustento sostenible para la base de la pirámide o comunidades de bajos ingresos, sea en forma directa o a través de las cadenas de valor de las empresas, que brindan a los interesados la opción de trabajar en calidad de proveedores, distribuidores o minoristas. Además generan valor para las compañías a través de la incursión en nuevos mercados, una oferta garantizada, innovaciones en productos y servicios, una mayor participación de mercado, crecimiento en materia tanto de ventas como de resultados, y una mayor ventaja competitiva son algunos de los beneficios que pueden percibir las empresas que emprenden este tipo de proyectos (Engel *et al.*, 2013).

⁹² El emprendimiento social, consiste en una acción alternativa, basada en la visión del empresario hacia beneficios sociales. Para que el emprendimiento social se desarrolle, es necesario integrar factores detonantes como las células impulsadoras, objetivos colectivos, recursos de producción disponibles, factores personales de los líderes, factores organizacionales y apoyos gubernamentales (Cortés *et al.*, 2013). Los emprendedores sociales son agentes de cambio social que generan beneficios a la sociedad de forma directa, ya que el propósito principal de su empresa es alcanzar fines sociales por encima de los comerciales y financieros sin incurrir en pérdidas de negocio. Se fundamenta en la solidaridad para cubrir necesidades de un colectivo determinado y en muchos casos vulnerable, a través de la inserción sociolaboral de personas en régimen de exclusión social (Melián *et al.*, 2011).

⁹³ El apoyar las ideas y capacidades innovadoras de los empleados, así como realizar un seguimiento para mejorar las actividades desarrolladas implican un compromiso de la alta dirección. Un programa de emprendimiento corporativo en base a la cultura de innovación debe involucrar el rol de los intra-emprendedores autónomos, entrenamiento en innovación, y procesos de ejecución de las innovaciones. El intra-emprendimiento es vital para las organizaciones, por lo que requiere entornos internos y externos adecuados, un programa de incentivos y un programa de intra-money para financiar las ideas (Garzón Castrillón, 2011). El emprendimiento y el intraemprendimiento involucran detectar la oportunidad, la voluntad de perseguirla, y la confianza para alcanzar el éxito. El emprendimiento es más que iniciar un negocio, requiere de habilidades y destrezas que pueden ser enseñadas y por ende aprendidas (Stevenson y Jarillo, 1990).

⁹⁴ Son parte importante del tejido empresarial y connotan el dinamismo económico de un país, dada su flexibilidad estratégica, capacidad innovadora, y a la actitud emprendedora como una forma de vida (Rodríguez-Suárez *et al.*, 2013).

Development), *Diseño del Pensamiento*⁹⁶ (*Design Thinking*), *Desarrollo de Clientes*⁹⁷ (*Customer Development*), *Tablero de Orden de Eventos*⁹⁸ (*Storyboard*), *Contar Historias*⁹⁹ (*Storytelling*), *Producto Mínimo Viable*¹⁰⁰ (*Minimal Viable Product*),

⁹⁵ Es la metodología de gestión ágil para el desarrollo de sistemas de información aplicada en el desarrollo de productos. La agilidad es una continua actualización de la ejecución y planificación; iniciando con un detalle de los requisitos y especificaciones al inicio del proyecto, así como la programación de las actividades. Además, de la coordinación constante de los participantes, a través de un efectivo y auto-organizado trabajo en equipo. Finalmente, la permanente colaboración del cliente quien proporciona la retroalimentación regular y continua de los resultados parciales del proyecto para así garantizar una mayor adecuación del producto final (Stare, 2014).

⁹⁶ P. Rowe (1987), planteó que el *Design Thinking* ayuda a las organizaciones en la resolución de problemas e innovación a través de las prácticas de diseño (Dorst, 2011). El proceso creativo tiene cinco pasos elementales: empatía (comprender), definir, idear, prototipar, y evaluar (probar) (*Stanford University Institute of Design*, 2015).

⁹⁷ Es un marco de cuatro pasos para descubrir y validar que hay un mercado identificado para el producto, que las características del producto provean soluciones a las necesidades de los clientes, que los métodos aplicados sean los correctos para atraer y fidelizar clientes, y que se empleen los recursos adecuados para el crecimiento de la empresa. Estos pasos son: el descubrimiento del cliente, donde un producto resuelve un problema para un grupo identificable de usuarios; la validación del cliente, donde el mercado es vendible y lo suficientemente grande para que un negocio viable pueda ser construido; la creación de empresas, donde el negocio es escalable a través de una venta y marketing repetible en una hoja de ruta; y la estructuración de empresas, donde los departamentos de la compañía y los procesos operativos se crean para apoyar la escalabilidad de la empresa (Blank, 2013b).

⁹⁸ Son herramientas narrativas activas para la propagación de valor en el emprendimiento mediante la realización de un análisis semiótico de un guión que a través de un proceso biográfico imparte un sentido de la historia, vinculación continuidad, futuros posibles y la tradición (Smith R. , 2011). Este es un enfoque interactivo para la presentación y creación de un "prototipo" del plan de negocios a través de una historia con un guión gráfico, es decir, con mensajes visuales y verbales. En una hoja de papel el emprendedor dibuja de 10 a 20 cajas con diagonales entre ellos, donde 12 es lo recomendado. Las cajas se titulan en el orden en que el empresario quiere contar la historia de acuerdo al plan de negocio, donde el tiempo de presentación promedio de cada cuadro, caja o diapositiva es de un minuto (O'Neill *et al.*, 2010).

⁹⁹ El storytelling management crea y usa historias en la comunicación empresarial como instrumento de motivación dirigido a los trabajadores a través de la gestión de las emociones. Este nuevo orden narrativo sirve de marco conceptual para las ideas que se van a exponer, lo que permite que las tramas que se plantean sean interiorizadas inconscientemente por los individuos (Salmon, 2008). Las narraciones empresariales llevan un marco moral, defienden códigos de acción referente al espíritu empresarial; son formas eficaces de explicar y comunicar la cultura emprendedora y sus valores a través de ejemplos, metáforas y tipificaciones de la iniciativa empresarial (Smith y Anderson, 2004).

¹⁰⁰ Es un proceso que maximiza la investigación y desarrollo de productos; proporcionando al empresario la oportunidad de determinar la vitalidad de un producto en el mercado, a la vez que permite añadir un gran valor al cliente. Una versión de un nuevo producto con las características suficientes para ser puesto al alcance de clientes potenciales, permite recibir una retroalimentación directa para agregarle al producto las características necesarias, que permitan que éste brinde soluciones a necesidades reales (Ries E. , 2011).

Dibujar¹⁰¹ (*Sketching*), Prototipar¹⁰² (*Proptotyping*), Atajo o Espionaje de Crecimiento¹⁰³ (*Growth Hacking*).

Posteriormente, se presenta la fundamentación teórica del emprendimiento prospectivo (Godet y Durance, 2009)¹⁰⁴, y de la formación integral (Amar Amar, 2002)¹⁰⁵ a través de la pedagogía emprendedora (Dolabela Chagas, 2003)¹⁰⁶. El desarrollo de esta investigación parte de lo general a lo particular en los dos núcleos de investigación que se plantean. Por un lado, se analizan las líneas fundamentales del emprendimiento en Ecuador, desde el campo concreto de la actividad empresarial que describa la situación de Ecuador en temas de emprendimiento. Y por el otro, las perspectivas de los modelos formativos aplicados en Ecuador que podrían vincularse con el emprendimiento.

La validación del modelo requería carreras de emprendimiento, y según el Sistema Nacional de Información de Educación Superior del Ecuador (SNIESE) (2016), la única carrera de emprendimiento registrada en el país corresponde a la oferta académica de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG). Es por

¹⁰¹ Es una técnica de generación de ideas a través de dibujos realizados sobre un problema real, del cual se bosquejan soluciones, permitiendo la evaluación del diseño de ideas, en términos del nivel de creatividad, y así obtener una retroalimentación (Worinkeng et al., 2013).

¹⁰² Se utilizan para la creación de productos, donde el modelado de una idea permite mostrar el diseño y simular los defectos del producto final (Jaina y Kutheb, 2013).

¹⁰³ Este término fue usado por Sean Ellis (2010), y es una filosofía de crecimiento que tiene un enfoque para alcanzar, convertir y retener clientes en una base escalable; a través del uso creativo de la información que permite el desarrollo de productos, inspirado en el análisis de los datos y de constantes pruebas, mediciones y refinaciones de resultados (Jackson, 2016).

¹⁰⁴ *“La prospectiva estratégica para las empresas y los territorios”* editado por Los Cuadernos del Lipsor, presenta una introducción a la prospectiva estratégica desde la escuela francesa; para la cual, el futuro puede construirse a través de acciones presentes basadas en diferentes escenarios de futuros posibles y deseados (Godet y Durance, 2009).

¹⁰⁵ *“Formación integral: Una reflexión a partir de la sociología de la cultura”*, publicado en Zona Próxima, plantea la necesidad tanto de una formación profesional como humanística, que permita a los futuros profesionales estar preparados para el mundo del trabajo, así como para interactuar con el mundo social y de la cultura que lo rodea, asumiendo una actitud de compromiso ético con los problemas que su sociedad debe afrontar en el presente y hacia el futuro (Amar Amar, 2002).

¹⁰⁶ *“Pedagogía Emprendedora: El Secreto de Luisa”* editado por Cultura Ltda., muestra al emprendedorismo como un instrumento de desarrollo social y no sólo de crecimiento económico, diseminándolo a través de la educación para que pueda producir un cambio cultural donde todos puedan prepararse para emprender en la vida. La visión del autor acerca del emprendedorismo es abarcativa, contempla toda y cualquier actividad humana y por lo tanto incluye emprendedores en la investigación, en el gobierno, en el tercer sector, en las artes, en cualquier lugar; ya que la actividad empresarial es sólo una de las interminables formas de emprender, dado que el emprendedor es definido por la forma de ser y no de hacer (Dolabela Chagas, 2003).

ello, que la definición de las hipótesis partió de los *emprendizajes*¹⁰⁷ de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG; es decir, los aprendizajes en emprendimiento o aprendizajes emprendedores de sus estudiantes. Los estudiantes de esta carrera provienen de diferentes provincias de Ecuador; son emprendedores e intraemprendedores; poseen empresas propias y familiares; microemprendimientos y grandes empresas (UCSG, 2013).

Para probar que un “Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo” permitiría mejorar la calidad de los emprendimientos (Lederman *et al.*, 2014)¹⁰⁸ en Ecuador, se plantearon diferentes hipótesis e interrogantes que fueron contrastadas con un análisis cuantitativo-cualitativo. Primeramente, se realizó un estudio bivariado de cada una de las cinco variables del *Test Tendencia General de Emprendimiento (General Enterprising Tendency Test, GETT)* con otras variables que fueron incluidas: sexo, edad, educación media pública o privada, ciclo de estudios en la Carrera de Emprendimiento, rango de promedio de calificaciones en la Carrera de Emprendimiento, si provienen o no de una familia con emprendimientos. Consecutivamente, mediante un estudio bivariado, se analizó el puntaje acumulativo obtenido en el *GETT* con las variables antes mencionadas. Posteriormente, se realizaron entrevistas a profundidad a expertos de diferentes sectores del ecosistema de emprendimiento y educación, con perfil de educadores. Se ahondó en su formación en emprendimiento, nivel de emprendimiento y el proceso de enseñanza-aprendizaje que emplean. Seguidamente, se realizaron entrevistas a profundidad a graduados de la Carrera de Emprendimiento que hoy cuentan con su propio negocio para determinar las causas del emprendimiento y las mejores condiciones para emprender.

Los últimos apartados corresponden a las conclusiones, referencias bibliográficas y anexos. Las conclusiones se basan en lo analizado y establecen los límites de su generalización. De igual manera, destacan la novedad del trabajo con la que se contribuye a la teorización del emprendimiento prospectivo, la educación emprendedora y la formación integral en emprendimiento, principalmente. Además, se destacan las perspectivas del impacto esperado de la aplicación práctica de esta propuesta. Finalmente, se fijan nuevas líneas de investigación a partir de lo concluido.

¹⁰⁷ Rowan (2010) lo define como, un neologismo distinto de emprendimiento o emprendeduría, iniciar un proyecto empresarial; para lo cual, Agudíez Calvo y Alcoceba Hernando (2017) promueven un taller de aprender para emprender y emprender para aprender.

¹⁰⁸ En Lederman *et al.* (2014) se destaca al emprendimiento como un motor del crecimiento y el desarrollo socioeconómico siempre que esté basado en la inversión en I+D+i (investigación, desarrollo e innovación); lo que permite la expansión productiva, la generación de “mejores” empleos, el registro de patentes, un potencial de exportación y un crecimiento elevado.

1.1. Justificación y Problemática

Previo al desarrollo de esta tesis doctoral, se realizaron dos investigaciones encadenadas a nivel de maestría. Primeramente, se desarrolló la tesis titulada “La importancia de las Relaciones Internacionales para la integración económica y globalización de Ecuador”¹⁰⁹ donde se concluyó que además de acuerdos internacionales eficientes, era necesario un mayor número de emprendimientos internacionales, es decir, emprendimientos ecuatorianos que sean internacionalizables (Vallejo Fiallos, 2011). Posteriormente, debido a la experiencia profesional de la autora¹¹⁰, se vinculó la investigación anterior con el trabajo de investigación tutelado “Las Relaciones Internacionales y su impacto en el Emprendimiento Internacional de Ecuador”¹¹¹; en donde se concluyó que los problemas sociales como la pobreza y el

¹⁰⁹ Este trabajo de investigación fue tutelado por el Prof. Ab. Ms. Oswaldo Molestina Zavala del Instituto Superior de Posgrado en Ciencias Internacionales "Dr. Antonio Parra Velasco" de la Universidad de Guayaquil, el mismo fue sustentado en febrero de 2011; el objetivo general del trabajo fue describir la importancia de las relaciones internacionales en la integración económica y globalización del Ecuador. Se identificaron los principales actores en la globalización del Ecuador, quienes corresponden a todos y todas las personas, organizaciones, instituciones, empresas; siendo las organizaciones, instituciones y empresas las de mayor impacto. Se estableció la tendencia socialista en la mayoría de los países centroamericanos y sudamericanos, dada la necesidad de solucionar los problemas de su población a través de formas alternativas de gobierno no tradicionales. Se analizaron las exigencias de los mercados globales y las variables que afectan el comercio internacional con el Ecuador, determinándose que se debe mejorar la posición competitiva del país a través de la educación, la formalización de las empresas, y la aplicación de estándares internacionales avalados por instituciones internacionales de certificación. Además, se propusieron estrategias para establecer acuerdos internacionales que permitan la introducción de los productos ecuatorianos en los mercados internacionales, tales como el fortalecimiento de los acuerdos de vinculación para la apertura de canales de distribución, y la promoción electrónica de las oportunidades de negocios generadas mediante los acuerdos internacionales establecidos (Vallejo Fiallos, 2011).

¹¹⁰ María del Rocío Vallejo Fiallos es Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional, Máster en Ciencias Internacionales y Diplomacia, Máster Universitaria en Creación y Dirección de Empresas, y actualmente es Doctoranda en Ciencias Empresariales de la Universidad Nebrija de España. Ha recibido capacitación y formación en Emprendimiento en India, México, Brasil, Perú, entre otros. En la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil ejerció como Directora de la Carrera de Emprendimiento - Ingeniería en Desarrollo de Negocios Bilingüe, Directora de Proyectos de Investigación y Catedrática; en la Universidad de Guayaquil fue Catedrática y coordinó la malla curricular de los programas de graduación de las primeras carreras de Comercio Exterior y Gestión Empresarial de la ciudad de Guayaquil. Actualmente, es la Vicerrectora del Instituto Tecnológico Superior Blue Hill especializado en la formación de jóvenes empresarios emprendedores y educación internacional (LinkedIn, 2016).

¹¹¹ Este trabajo de investigación fue tutelado por la Prof. Dra. Adela M. Alija de la Universidad Nebrija, siendo sustentado en diciembre de 2012. El objetivo general del trabajo fue identificar el impacto de las relaciones internacionales en el emprendimiento internacional del Ecuador. Se describieron problemas sociales del Ecuador como la pobreza, el desempleo, la inseguridad y la falta de servicios básicos; los cuáles han fomentado pequeños emprendimientos que no tienen un gran impacto en la economía del país y que no son sustentables en el largo plazo. Se planteó que las micros, pequeñas, y medianas empresas ecuatorianas (MIPYMES) no tienen acceso al emprendimiento internacional ya que no cumplen con los estándares de los mercados globales relacionados a calidad, cuidado ambiental y responsabilidad social. Finalmente, se recomendó que el Ecuador requiere de un estudio profundo de los productos y mercados para mantener, ampliar y firmar nuevos acuerdos que fomenten el emprendimiento y mejoren la economía del país (Vallejo Fiallos, 2012).

desempleo en Ecuador han fomentado pequeños emprendimientos por subsistencia (Corporación Andina de Fomento, 2013)¹¹², de muy poca calidad, que no tienen un gran impacto en la economía del país, que no son sustentables en el largo plazo, y por ende, no tienen potencial para convertirse en emprendimientos que sean internacionalizables (Vallejo Fiallos, 2012). Estas investigaciones previas (Figura 1), establecieron que, para impulsar el emprendimiento internacional en Ecuador, se requieren emprendimientos de calidad, motivados por una cultura de emprendimiento, en la que se forme a las personas en el desarrollo de emprendimientos sostenibles, que cumplan con los requerimientos de los mercados globales relacionados a estándares de calidad, cuidado ambiental y responsabilidad social¹¹³ (PROECUADOR, 2013).

¹¹² Según CAF [Banco de Desarrollo de América Latina antes Corporación Andina de Fomento] (2013), los emprendimientos de subsistencia son negocios de reducida escala que no tienen perspectivas de crecer y los ingresos que generan son muy bajos y volátiles. La fracción de trabajadores por cuenta propia (emprendedores que no contratan trabajadores) en América Latina representa el 28,7%. A penas un cuarto de los microempresarios por subsistencia podría transitar al empleo asalariado del sector formal con ingresos superiores a los que perciben por su actividad; la mayoría estarían relegados a trabajar en microempresas informales donde los ingresos serían iguales o inferiores a los que perciben por su propia actividad microempresarial. Por lo que sugieren que las políticas públicas a favor del emprendimiento, deben tener un enfoque multidimensional e integrar aspectos ligados al desarrollo del talento empresarial, la promoción de la innovación, el acceso al financiamiento y la capacitación de la mano de obra.

¹¹³ Entre los estándares más importantes se encuentran el certificado de registro sanitario, certificado fito/zoosanitario, Sistemas de Gestión de Calidad, Sistemas de Gestión Ambiental, Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional, Sistemas de Gestión Energética, Control de Riesgos, Comercio Justo, Producción Orgánica, Sistemas de Gestión de la Seguridad de la Información, Responsabilidad Social, Gestión de la Continuidad de Negocios, Verificación de Gases de Efecto Invernadero, Huella de Carbono, Gestión de Reclamos, Sistemas Integrados de Gestión, Inocuidad Alimentaria, Forestal y Maderera. Adicionalmente, existen certificaciones y sellos privados tales como HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Points*), GLOBAL GAP (*Good Agricultural Practice*), Fairtrade International, USDA Organic Certification (*United States Department of Agriculture*), NOP (*National Organic Program USDA*), Reglamento Europeo de la UE (Unión Europea), Naturland, JAS (*Japanese Agricultural Standards*), EU (European Union) Ecolabel, Flower Label Program, Veriflora by SCS (*Scientific Certification Systems*), Forest Stewardship Council (FSC), Marine Stewardship Council (MSC), Red de Agricultura Sostenible, Fair Flowers Fair Plants, Fundación Utz Kapeh (*Buen Café*), C.A.F.E. Scientific Certification Systems (SCS) (*Coffee and Farmer Equity*) Practices – Starbucks, IFS (*International Food Standard*), Jay-Kosher Certification (*Judaísmo*), ETI (*Ethical Trade Initiative*), International Organization of Standardization: ISO 9001 - Sistema de Gestión de Calidad, ISO 14001 - Sistema de Gestión Ambiental, ISO 22000 - Sistema de Gestión de la Seguridad Alimentaria, ISO 18001 y O.H.S.A.S -Occupational Health & Safety Advisory Services, entre otros (PROECUADOR, 2013a).

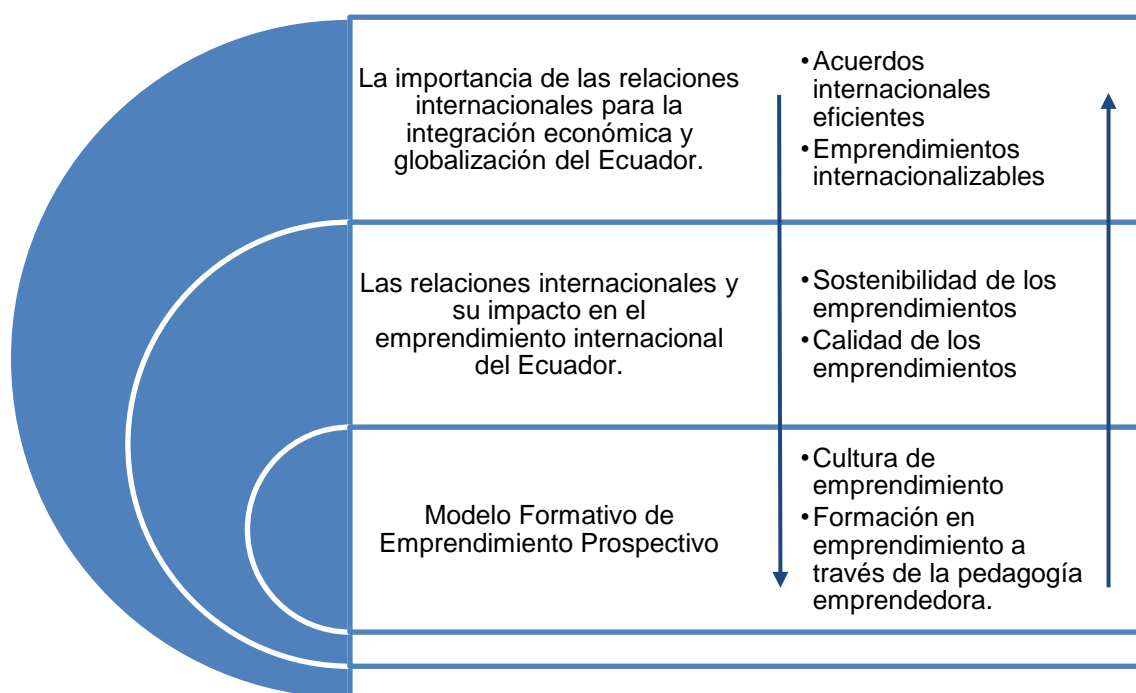


Figura 1. Justificación de la tesis doctoral. Elaboración propia a partir de la justificación y problemática de la investigación.

La aplicación práctica de este trabajo de investigación es contribuir con una estrategia prospectiva de emprendimiento, basada en un modelo formativo integral en emprendimiento, que aporte al desarrollo socio-económico de Ecuador. Una descripción de la situación del Ecuador y su ecosistema de emprendimiento (Guaipatin y Schwartz, 2014)¹¹⁴ busca descubrir el significado y el sentido de las acciones sociales en el entorno del desarrollo y crecimiento económico (Max-Neef *et al.*, 1986)¹¹⁵, la microeconomía y las competencias microempresariales (Mungaray y Ramirez, 2004)¹¹⁶, la responsabilidad social (OCDE, 2011)¹¹⁷, además de los modelos

¹¹⁴ “Guaipatin y Schwartz (2014), financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo, BID, analizan los principales actores y factores de la economía que influyen en el sector de innovación, tales como instituciones, universidades, empresas y emprendedores.

¹¹⁵ Max-Neef, M., Elizalde, A. y Openhayn, M. (1986), proponen una nueva concepción de una política de desarrollo orientada a la satisfacción de las necesidades humanas, la autodependencia y la articulación orgánica de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología, de los procesos globales con los comportamientos locales, de lo personal con lo social, de la planificación con la autonomía y de la sociedad civil con el Estado.

¹¹⁶ Mungaray y Ramírez (2004) resaltan las características microempresariales tales como la eficiencia colectiva, innovación empresarial, flexibilidad productiva, uso del facto trabajo, creación de redes, entre otras; así como brinda aplicaciones microeconómicas para su desarrollo tales como la colaboración con proveedores, la existencia de una planeación formal para micros y pequeñas empresas, la ubicación de posicionamientos, el uso de indicadores financieros específicos, la reducción de los costos de transacción con los agentes sociales a través de los clusters, la mejora de la productividad a través de los aprendizajes, la generación de conocimiento de su entorno para la toma de decisiones, el uso de estudios de prevención sobre el mercado financiero y fiscal, y el desarrollo de habilidades administrativas.

empresariales y redes de intercambio (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, 2007)¹¹⁸ que favorecen el desarrollo integral (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, SENPLADES, 2010)¹¹⁹ y armónico de los habitantes de Ecuador. Para las empresas ecuatorianas, especialmente micros y pequeñas empresas, es muy difícil acceder a los mercados globales, más aún si se ofertan productos no tradicionales (Tabla 1).

Tabla 1

Productos tradicionales y no tradicionales de Ecuador

PRODUCTOS TRADICIONALES		PRODUCTOS NO TRADICIONALES
Petroleros	No Petroleros	<ul style="list-style-type: none"> • Enlatados de pescado • Productos mineros • Flores naturales • Otras manufacturas de metal • Extractos y aceites vegetales • Manufacturas de cuero, plástico y caucho • Madera • Jugos y conservas de frutas • Vehículos • Químicos y fármacos • Elaborados de banano • Otras manufacturas textiles • Harina de pescado • Manufacturas de papel y cartón • Tabaco en rama • Maderas terciadas y prensadas • Fruta • Otros elaborados del mar • Prendas de vestir de fibras textiles • Abacá • Otros
<ul style="list-style-type: none"> • Crudo • Derivados 	<ul style="list-style-type: none"> • Banano y plátano • Camarón • Cacao elaborados • Atún y pescado • Café y elaborados 	

Fuente: Elaboración propia a partir de Banco Central del Ecuador (2015a)

Como se puede apreciar en la Tabla 1 existe un menor número de productos tradicionales en Ecuador que productos no tradicionales. Por otra parte, a pesar de que Ecuador ha diversificado su oferta de productos no tradicionales, los ingresos que

¹¹⁷ En OCDE (2011) se realizan recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales con el objetivo de garantizar el respeto por las políticas públicas, establecer una relación entre las empresas y las sociedades en las que desarrollan su actividad, potenciar el clima para la inversión extranjera y aportar con el desarrollo sostenible.

¹¹⁸ En CEPAL (2007) se muestra cómo la articulación productiva mejora la competitividad de las pequeñas empresas mediante la asociatividad y distintas formas de integración productiva tales como redes, clusters y desarrollo territorial; permitiendo alcanzar la promoción de la innovación y el acceso a mercados más exigentes.

¹¹⁹ En SENPLADES (2010) se establece al Buen Vivir como un nuevo paradigma de desarrollo donde la igualdad es el principio de justicia en una sociedad solidaria en equilibrio con la naturaleza.

los productos tradicionales generan, especialmente los petroleros, siguen siendo vitales para el país (Tabla 2).

Tabla 2

Balanza comercial de Ecuador en valores FOB y millones USD 2011-2014

	ENE - DIC 2011	ENE - DIC 2012	ENE - DIC 2013	ENE - DIC 2014
Exportaciones Totales	22.322,40	23.764,80	24.847,80	25.732,30
Petroleras	12.944,90	13.792,00	14.107,70	13.302,50
No petroleras	9.377,50	9972,80	10.740,10	12.429,80
Importaciones Totales	23.151,90	24.205,40	25.888,80	26.459,30
Bienes de consumo	4.742,90	4.825,80	5.002,10	5020,10
Tráfico postal internacional y correos rápidos	142,30	163,30	228,30	212,30
Materias primas	7.231,00	7.290,90	7.829,20	8.079,70
Bienes de capital	5.844,60	6.418,10	6.778,00	6.648,10
Combustibles y lubricantes	5.086,50	5.441,30	5.927,40	6.417,40
Diversos	40,70	42,20	61,70	55,70
Ajustes	63,70	24	62,10	26,10
Balanza Comercial – Total	-829,50	-440,60	-1041,00	-727,00
Balanza Comercial – petrolera	7.858,30	8.350,70	8.180,30	6.885,10
Balanza Comercial - no petrolera	-8.687,80	-8.791,30	-9.221,30	-7.612,10

Fuente: Elaboración propia a partir de BCE (2015a)

La Tabla 2 muestra un crecimiento en las exportaciones no petroleras; sin embargo, los ingresos generados por las exportaciones petroleras aún superan a los ingresos de las exportaciones no petroleras. Adicionalmente, se puede observar que las importaciones superan las exportaciones del país, teniendo como resultado una balanza comercial negativa. Otra dificultad para las empresas ecuatorianas es la baja diversificación de mercados (Tabla 3). La concentración de la oferta ecuatoriana en pocos mercados como Estados Unidos con el 43,8% del total de las exportaciones, seguido por Chile con el 8,9%, Perú con el 6,1%, Panamá con el 5,5% y Colombia con el 3,7%; representa un alto riesgo por la dependencia comercial con esas economías. De igual manera, en las exportaciones totales por continente, Estados Unidos representa el 50,7% de las exportaciones dirigidas al continente americano que son iguales al 62,5%; Europa representa el 11,8%, Asia el 24,3%, África el 0,06%, Oceanía el 0,11% y otros países no determinados el 0,4%. A continuación se presentan las

exportaciones ecuatorianas del periodo Enero – Diciembre 2014 en millones de dólares norteamericanos en valores FOB (*Free on Board*)¹²⁰ (BCE, 2015a).

Tabla 3

Exportaciones de Ecuador en valores FOB y millones USD 2014

PAÍS	EXPORTACIONES PETROLERAS USD FOB EN MILLONES	EXPORTACIONES NO PETROLERAS USD FOB EN MILLONES	EXPORTACIONES TOTALES USD FOB EN MILLONES	EXPORTACIONES TOTALES %
	13.301,0	12.431,3	25.732,3	100%
Rusia	-	796,2	796,2	3,1%
Venezuela	0,0	561,7	561,7	2,2%
Holanda	-	51,7	515,7	2,0%
Francia	-	314,2	314,2	1,2%
Italia	-	433,8	433,8	1,7%
Reino Unido	-	177,9	177,9	0,7%
España	34,5	490,4	525,0	2,0%
Guatemala	0,19	63,5	63,7	0,2%
Nicaragua	-	19,9	19,9	0,1%
Honduras	17,0	9,3	26,3	0,1%
El Salvador	33,0	6,2	39,2	0,2%
Angola	-	1,6	1,6	0,006%
Costa de Marfil	100,7	0,6	26,6	0,1%
Cuba	0,0	11,8	11,8	0,05%
Alemania	-	526,6	526,6	2,0%
Paraguay	0,0	4,2	4,2	0,0%
Uruguay	-	21,0	21,0	0,1%
Bolivia	0,32	25,6	25,9	0,1%
Bélgica	-	222,6	222,6	0,9%
Canadá	0,0	118,7	118,7	0,5%
Hong Kong	-	26,8	26,8	0,1%
India	287,352	55,0	342,4	1,3%
Taiwán	-	6,9	6,9	0,0%
Argentina	0,0	195,8	195,9	0,8%
Chile	1.989,8	311,2	2.301,0	8,9%
Tailandia	-	8,7	8,7	0,0%
Japón	176,5	143,7	320,2	1,2%
Panamá	1.358,5	53,1	1.411,6	5,5%
Perú	1.286,4	290,4	1.576,8	6,1%
Corea del Sur	-	58,1	58,1	0,2%

¹²⁰ Los Términos de Comercio Internacional (INCOTERMS) son fijados por la Cámara Internacional de Comercio, International Chamber of Commerce (ICC), fueron elaborados por primera vez en 1936, y actualmente se establecen cada diez años. Los Incoterms 2010 son once, los siete primeros para cualquier medio de transporte, mientras que los cuatro últimos se aplican en transporte marítimo y vías navegables interiores: *EXW* "Ex Works" en fábrica, *FCA* "Free Carrier" franco porteador, *CPT* "Carriage Paid To" transporte pagado hasta, *CIP* "Carriage And Insurance Paid To" transporte y seguro pagado hasta, *DAT* "Delivered At Terminal" entregada en terminal, *DAP* "Delivered At Place" entregada en lugar, *DDP* "Delivered Duty Paid" entregada derechos pagados, *FAS* "Free Alongside Ship" franco al costado del buque, *FOB* "Free On Board" franco a bordo, *CFR* "Cost and Freight" costo y flete, *CIF* "Cost, Insurance and Freight" costo, seguro y flete (ICC, 2010).

Brasil	0,0	133,3	133,3	0,5%
México	0,0	148,5	148,5	0,6%
Estados Unidos	7.780,9	3.501,9	11.282,8	43,8%
Colombia	5,9	941,0	946,9	3,7%
China	57,8	443,9	501,7	1,9%
Otros países	172,0	1.791,5	2.038,2	7,9%

Fuente: Elaboración propia a partir de (BCE, 2015b)

La Tabla 3 muestra treinta y cinco (35) países más la categoría otros países a los cuales se dirigen las exportaciones ecuatorianas. Las exportaciones petroleras son más representativas que las no petroleras, dejando a la economía ecuatoriana vulnerable ante cualquier cambio del precio del barril de petróleo. De acuerdo a lo anterior, se puede establecer la necesidad de incrementar la producción nacional no petrolera y diversificar los mercados a los cuales está dirigida. Esta tesis plantea que un “Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo” permitiría mejorar la calidad de los emprendimientos en el país; fomentando el nacimiento, fortalecimiento y la diversificación de nuevos emprendimientos de calidad para que sean de alcance internacional. Según Ordeñana y Arteaga (2013), el rol del capital social en el dinamismo de las empresas ecuatorianas presenta las mismas dificultades, tanto para los emprendedores de la clase media como la alta, en la creación de redes que les permita conseguir más clientes, proveedores y socios.

En esta línea, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2013) recomienda que se brinden facilidades tributarias, acceso al crédito y un ambiente con garantías para aumentar y mejorar la producción nacional. Asimismo, agrega, que se debe aumentar la atracción de la inversión extranjera directa (IED), la cual es más baja que la de Perú y Colombia. La tercera parte de la inversión extranjera directa recibida por Ecuador es proveniente de España, Italia, Chile, y China, y corresponden a la extracción de petróleo. Otras actividades son la explotación de minas y canteras, industria manufacturera y servicios prestados a las empresas. El Banco Central de Ecuador (2013) enfatiza que el 55% de la IED recibida por Ecuador proviene de otros países de América Latina, siendo además representativos Uruguay, México, y Estados Unidos. La Matriz de Necesidades de Max-Neef¹²¹ permitirá analizar algunas causas de esta problemática (Tabla 4).

¹²¹ Manfred Max-Neef (1993), economista crítico chileno, elaboró una lista de necesidades universales en una matriz de necesidades y satisfactores.

Tabla 4

Matriz de necesidades y satisfactores de Ecuador

NECESIDADES AXIOLÓGICAS Y EXISTENCIALES	SER	TENER	HACER	ESTAR
Subsistencia	Equilibrio	Trabajo	Trabajar	Entorno Social
Protección	Autonomía	Seguridad y Salud	Prevenir	Contorno Social
Afecto	Respeto	Familia	Cuidar	Hogar
Entendimiento	Conciencia Crítica	Políticas Educativas	Estudiar	Escuelas
Participación	Receptividad	Responsabilidades	Acordar	Partidos
Ocio	Despreocupación	Calma	Relajarse	Tiempo Libre
Creación	Inventiva	Método	Idear	Libertad Temporal
Identidad	Pertenencia	Memoria Histórica	Comprometerse	Etapas Madurativas
Libertad	Determinación	Igualdad de Derechos	Conocerse	Plasticidad Espacio Temporal

Fuente: Elaboración propia a partir de Max-Neef (1993)

A partir de la Tabla 4, se han establecido criterios claves de la problemática ecuatoriana:

- **Empleabilidad:** En septiembre 2014, la población en edad de trabajar (PET) a nivel nacional ascendía a 11,3 millones de personas; mientras que la población económicamente activa (PEA) a nivel nacional era de 7,1 millones. Tres actividades lideran la proporción de ocupados plenos: i) comercio, ii) enseñanza y servicios sociales y de salud, y iii) manufactura. Los subempleados que trabajan menos de 40 horas semanales representan el 13,9%; los que trabajan más de 40 horas y ganan más del salario mínimo representan el 20,6%; y los que perciben un ingreso laboral menor al básico son el 6,7%. La diferencia (58,7%) está compuesta por los subempleados por otros factores. Finalmente, la tasa de desempleo urbano en septiembre 2014 era de 4,7%, y en septiembre 2013 fue de 4,6% (Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC, 2014)
- **Seguridad:** Ecuador cerró el año 2013 con una tasa de homicidios de 10,87 por cada cien mil habitantes que es inferior a la tasa promedio latinoamericana de 19,72. En ese mismo año, el número de Personas Privadas de la Libertad (PPL) alcanzó una cifra record de 24.844. El gobierno presentó el Plan Nacional de Seguridad Integral (PNSI) 2011-2013 y posteriormente el PNSI 2014-2017, donde se plantea la seguridad integral como un sistema fundamentado en la ley de seguridad pública y del estado, orientado hacia la consecución del buen vivir (Ministerio Coordinador de Seguridad, 2014).
- **Estructura familiar:** El 83% de niños, niñas y adolescentes menores de 18 años son blancos/mestizos; el 93% de niños y niñas de 5 a 17 años sólo habla Español;

el 51% son de la costa, el 43% de la sierra y el 6% de la amazonia; el 53% tiene una familia nuclear, el 9% monoparental, el 22% extendido con núcleo, el 13% extendido sin núcleo y el 3% compuesto; el 69% vive el padre en el hogar y el 92% la madre; el 79% de niños/as menores de 5 años los cuida la madre durante la mayor parte del día laborable, y en un 10% de los casos los abuelos; el 86% de niños/as de 5 años asiste a primero de básica; el 92% de niños/as de 5 a 14 años asiste a educación básica; el 57% de adolescentes de 15 a 17 años asiste a educación media; el 9% de niños/as de 5 a 17 años trabajan y estudian (Observatorio de los Derechos de la Niñez y Adolescencia, 2010).

- Formación profesional: A pesar de que la tasa de asistencia a la educación superior creció en un 15%, durante el periodo inter-censal 2001- 2010; para el año 2010, el 40,5 % de la población asiste a un establecimiento de educación superior, de los cuales el 50,9% corresponde al área urbana y apenas el 19% al sector rural, donde uno de cada tres hombres (37,1%) y dos de cada cuatro mujeres (43,9%) asisten a la educación superior, siendo el 20,5% afrodescendientes y el 14,7% indígenas (SENPLADES, 2013).
- Estructura política: Ecuador tuvo como Presidente al Econ. Rafael Vicente Correa Delgado desde enero de 2007 hasta mayo 24 de 2017, quien fue elegido por tres ocasiones¹²². El 30 de septiembre de 2010 hubo un intento de golpe de estado, a través de la sublevación de los policías (Función Ejecutiva, 2015a). Para efecto de un recuento histórico, es importante recordar los siguientes hechos: Ecuador retornó a la democracia con Jaime Roldós en 1979, seguido por Oswaldo Hurtado (1981-1984), León Febres-Cordero (1984-1988), Rodrigo Borja (1988-1992) y Sixto Durán (1992-1996); posteriormente, gobiernos muy débiles fueron derrocados como el de Abdalá Bucaram (1997), Jamil Mahuad (2000), y Lucio Gutiérrez (2005). En el Gobierno de Jamil Mahuad, en 1998, se suscribe un tratado de paz integral, el “Acta Presidencial de Brasilia”¹²³, en 1999 a través del “Feriado Bancario” se desplomó la banca, y en el año 2000 se introdujo el dólar norteamericano como moneda nacional (*International Crisis Group*, 2007).

¹²² Agosto de 2006, Candidato a la Presidencia de la República por el binomio Alianza País. Enero de 2007, Presidente Constitucional de la República del Ecuador. Agosto de 2009 Presidente Constitucional de la República del Ecuador, electo por segunda ocasión. Mayo 2013, Presidente Constitucional de la República del Ecuador, electo por tercera ocasión (Función Ejecutiva, 2015).

¹²³ El 29 de enero de 1942, se firmó el Protocolo de Río de Janeiro de “Paz, Amistad y Límites”; con ese instrumento jurídico, el Ecuador perdió su acceso al Amazonas. El 26 de Octubre de 1998, se firmó el “Acta Presidencial de Brasilia” en la que Ecuador y Perú anunciaron y celebraron el fin de las divergencias fronterizas de los últimos 170 años, donde el Ecuador perdió más de 200.000 km² (Molina Jurado, X., 1997).

Respecto a la corrupción, Ecuador sigue siendo considerado como uno de los países más corruptos del mundo de acuerdo al ranking de corrupción mundial que se muestra en la Tabla 5 (Transparencia Internacional, 2016).

Tabla 5

Posición de Ecuador en el Ranking de Corrupción 2006-2014

AÑO	RANKING	CALIFICACIÓN¹²⁴
2006	138/163	2,3
2007	150/179	2,1
2008	151/180	2,0
2009	146/180	2,0
2010	127/178	2,5
2011	120/183	2,7
2012	118/176	32
2013	102/177	35
2014	110/175	33

Fuente: Elaboración propia a partir de Transparencia Internacional (2015)

- **Tiempo libre de calidad:** El artículo 383 de la Constitución de la República del Ecuador garantiza el derecho de las personas y los colectivos al tiempo libre (Asamblea Constituyente, 2008). El Plan Nacional del Buen Vivir, en su definición, incluye el tener tiempo libre para la contemplación y la emancipación (SENPLADES, 2009). Ecuador establece como actividades de tiempo libre leer, oír música, descansar sin hacer nada, ver televisión, entre otros. Los niños de 5 a 11 años gozan de 29 horas de tiempo libre, seguido de los adolescentes de 12 a 19 años con 27 horas y de los ancianos con 26 horas; los que menos tiempo libre tienen son los adultos de 30 a 44 años con 18 horas, los jóvenes adultos de 20 a 29 años con 19 horas y los adultos de 45 a 64 años con 20 horas (INEC, 2012).
- **Procesos productivos:** El objetivo diez del Plan Nacional del Buen Vivir es impulsar la matriz productiva, y pasar de una economía primaria extractivista a una economía basada en el conocimiento, generando valor agregado y creando condiciones para una competitividad sistémica en el encadenamiento productivo (SENPLADES, 2013). De 704.556 empresas, el 40,7% se encuentran en Guayas y Pichincha; de ellas, el 89,6% de las empresas son microempresas, el 8,2% pequeñas, el 1,7% medianas y el 0,5% grandes empresas. Los sectores más importantes, por nivel de ventas, corresponden 40,5% al comercio, 27,4% a industrias manufactureras, 24,3% a servicios, 4,7% a la agricultura, ganadería,

¹²⁴ La calificación es sobre diez, donde 10 equivale a los países más limpios de corrupción y cero a los países más corruptos y a partir del año 2012 la escala se procesa sobre 100, donde cero corresponde a los países más corruptos y 100 a los países más limpios de corrupción (Transparencia Internacional, 2016).

silvicultura y pesca, y 3,1% a explotación de minas y canteras (INEC y SENPLADES, 2014).

- Nacionalismo: Más de 35 empresas promueven la marca “Primero Ecuador”, que impulsa el Ministerio de la Producción, enmarcada en el Código Orgánico de la Producción y el Plan Nacional del Buen Vivir, busca fomentar la producción nacional, el comercio y el consumo de bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, MCPEC, 2015). De igual manera, el Ministerio de Turismo impulsa la campaña “Viaja Primero Ecuador” (Ministerio de Turismo, 2015).
- Integración regional nacional e internacional: Ecuador es parte de los organismos especializados del Sistema de las Naciones Unidas, la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA), Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), la Organización de los Estados Americanos (OEA), el Organismo Internacional de Energía Atómica (OEIA), el Movimiento de Países no Alineados (NOAL), la Cumbre de América del Sur y África (ASA), el Foro de Cooperación América Latina-Asia del Este (FOCALAE) y la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), entre otros (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, MREMH, 2016).

La Tabla 6 plantea y valora problemas desde la perspectiva ciudadana del investigador en base a las estadísticas presentadas en este trabajo. La puntuación más alta alcanzó 25 puntos, y la más baja 14 puntos. Los problemas de mayor puntuación son: el desfase entre la población apta para ser económicamente activa y los puestos de empleo disponibles, el deficiente sistema de seguridad, y el deterioro de la estructura política.

Tabla 6*Jerarquización de problemas de Ecuador*

PROBLEMAS	URGENCIA	MAGNITUD	GRAVEDAD	SINERGIA	GOBERNABILIDAD	TOTAL¹²⁵
Desfase entre la población apta para ser económicamente activa y los puestos de empleo disponibles	5	5	5	5	5	25
Deficiente sistema de seguridad	5	5	5	5	5	25
Debilitamiento de las estructuras familiares	3	3	3	3	3	15
Limitadas oportunidades de formación profesional	3	3	3	3	3	15
Deterioro de la estructura política	5	5	5	5	5	25
Insuficiente tiempo libre de calidad	2	2	2	2	2	10
Inadecuados métodos para el descubrimiento y fortalecimiento de nuevos y-o mejores procesos productivos	4	3	3	3	3	16
Incipiente nacionalismo	2	2	3	3	4	14
Limitada integración regional nacional e internacional	2	2	3	3	4	14

Fuente: Elaboración propia a partir de CIEDD (2010)

1.1.1. Antecedentes de la República del Ecuador

A continuación, se presenta, en forma general, la situación en donde está inmerso el problema mediante una descripción del escenario físico, sociocultural, económico y normativo de Ecuador. Respecto a la descripción física del escenario, la República del Ecuador se encuentra ubicada, con relación al Meridiano de Greenwich, en el hemisferio occidental, al Suroeste del continente americano y al Noroeste de América del Sur. Ecuador tiene una extensión de 270.670 Km², divididos política y administrativamente en 24 provincias¹²⁶ (Instituto Oceanográfico de la Armada del Ministerio del Interior, INOCAR, 2012); y geográficamente en cuatro regiones naturales, donde, aproximadamente, el oriente ocupa una extensión del 47%, la Costa el 25%, la Sierra el 25% y la región Insular el 3% (*Food and Agriculture Organization of*

¹²⁵ La valoración se realizó en base a una escala donde la mayor puntuación es cinco y la menor uno, de acuerdo a los siguientes criterios: urgencia (falta apremiante de que la situación se resuelva o mejore), magnitud (importancia del problema), gravedad (efectos negativos en la sociedad), sinergia (nivel de encadenamiento de problemas), y gobernabilidad (necesidad de acciones inmediatas del gobierno) (CIEDD, 2010).

¹²⁶ Ecuador cuenta con once provincias en la Región Sierra, seis en la Región Costa, seis en la Región Amazónica, y una en la Región Insular; siendo éstas: Azuay, Bolívar, Cañar, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Galápagos, Guayas, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí, Morona Santiago, Napo, Orellana, Pastaza, Pichincha, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Sucumbíos, Tungurahua, y Zamora Chinchipe (INEC, 2015).

the United Nations, FAO, 2001). Ecuador a pesar de su tamaño es muy rico en recursos naturales, posee una gran biodiversidad¹²⁷ dada por una alta diversidad de hábitats y tipos de vegetación; su flora cuenta con 17.058 especies de plantas vasculares, y 17.920 accesiones de diversas plantas; y su fauna incluye 382 mamíferos, 1.655 aves, 404 reptiles, 464 anfibios y 1.539 peces de agua dulce y salada, dos familias de invertebrados del orden Coleóptera y Lepidóptera, y 30 familias de moluscos (Ministerio del Ambiente, 2010). Entre los recursos no renovables que posee, se destacan el petróleo, oro, plata, cobre, carbón, hierro, plomo, zinc, azufre, estaño, etc. Alrededor de un 30% de su superficie es dedicada al uso agrícola, ganadero, camaronero y forestal; siendo el banano y plátano, camarón, atún y pescado, flores, y cacao elaborados los productos más exportados (FAO, 2000).

En referencia a la descripción sociocultural del escenario, de acuerdo al censo 2010, la población de Ecuador es de 14'483.499 habitantes, aunque la actualización estadística al 2016 indica que la población bordea 16'593.315 habitantes (INEC, 2016). La mayoría de los habitantes vive en áreas urbanas. La población es sexualmente homogénea; étnicamente mestiza, seguida de amerindios, criollos y afroecuatorianos; de edad joven, de 1 a 19 años representada por un 41% y de 20 a 64 años representada por un 53%, mientras que la población de adultos mayores (de 65 años en adelante) representa el 6% aproximadamente. El sistema educativo¹²⁸ permite una alta tasa de escolarización para nivel primario (95%) (INEC, 2010).

Respecto a la descripción económica del escenario, el Producto Interno Bruto (PIB), en el primer trimestre del año 2016, fue de USD 17.113 millones (a precios constantes); y la Deuda Externa ascendió a 25,7% en relación al PIB (BCE, 2017). Aunque el PIBpc, según el Banco Mundial (2017), bordea USD 5.969,0, a diciembre de 2016, la tasa de empleo adecuado a nivel nacional se redujo con respecto a diciembre de 2015 en 5,3 puntos, de 46,5% a 41,2%; en tanto que el subempleo a nivel nacional fue de 19,9%, comparado con diciembre de 2015 14% (INEC, 2016). En 2014, el Salario Básico Unificado (SBU) se fijó en 340,00 USD, en relación a una canasta básica valorada en 632,19 USD (INEC, 2014); y en 2017, el SBU se estableció en 375,00 USD, en relación a una canasta básica valorada en 700,96 USD

¹²⁷ El Sistema de Información de Biodiversidad del Ecuador (SIB), desde enero de 2013, es uno de los componentes del Sistema Único de Información Ambiental (SUIA), que tiene como objetivo generar un sistema de monitoreo basado en indicadores y diagnósticos ambientales. El PIB Verde fue generado desde 2009 a través del Sistema de Cuentas Ambientales, para calcular el impacto económico del agotamiento de los recursos naturales y su degradación bajo el marco metodológico de las Naciones Unidas (*System of Environmental-Economic Accounting, SEEA*) (Ministerio del Ambiente, 2015).

¹²⁸ En el período 2004 – 2012 la inversión social se incrementó del 4,2% al 10,9% del PIB; en el sector de educación se invirtió 858 millones de dólares, cifra que se quintuplicó a 4.366 millones en ocho años (Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional, CNII, 2014).

a diciembre de 2016; siendo una persona pobre por ingresos, si percibe menos de USD 2,63 diarios, y, si percibe menos de USD 1,48 diarios es pobre extremo. La pobreza urbana se ubicó en 16,75%, en relación a la rural con el 40,90%; y la extrema pobreza urbana se ubicó en 3,90%, en relación a la rural con un 17,20% (INEC, 2017). La población económicamente activa por sectores de producción corresponde a servicios 53%, agricultura, caza y pesca 28%, industrias 19%. Por otra parte, la Balanza Comercial de Ecuador con el mundo presentó un déficit de enero a diciembre 2013 de -1041,00 en millones de USD en valores FOB, y de enero a diciembre 2014 de -727,00 en millones de USD en valores FOB, dado que las importaciones fueron superiores a las exportaciones (BCE, 2015b).

En referencia a la descripción normativa del escenario, en Ecuador desde el año 2008, rige la Constitución basada en las normas del Buen Vivir. La misma fue elaborada por la Asamblea Constituyente, aprobada a través de referéndum y posteriormente publicada en el Registro Oficial. Los derechos del buen vivir tratan respecto al agua y alimentación, ambiente sano, comunicación e información, cultura y ciencia, educación, hábitat y vivienda, salud, trabajo y seguridad social (Asamblea Constituyente, 2008). Actualmente, Ecuador ha desarrollado un análisis de sus ventajas competitivas denominado “Matriz Productiva” para mejorar su productividad a través del incremento de la producción nacional y la disminución de las importaciones. Este modelo sistémico persigue un mayor auge comercial que beneficie a los productores, trabajadores y sus familias; así como el mejoramiento de la industria nacional con una variada oferta de productos dirigidos tanto al consumo local como a la diversificación de las exportaciones a diferentes mercados internacionales. Se plantea que los resultados de este nuevo proyecto nacional llevarán a la mejora de la calidad de vida de los ecuatorianos; cuyos resultados se cuantificarán en el Producto Interno Bruto, Tributación, Índice de Emprendimiento, entre otros (Consejo Sectorial de la Producción, 2010). Esta investigación abarca elementos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que se ven reflejados en la actividad empresarial de Ecuador. Es por ello, la necesidad de revisar los antecedentes de la República del Ecuador desde la óptica de diferentes índices internacionales (Tabla 7):

Tabla 7*Posición de Ecuador en diferentes rankings internacionales*

ÍNDICE	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Globalización*	65/122 54.87	74/208 63.02	89/208 56.91	92/208 56.48	98/208 54.16	98/207 54.01	95/207 54.46	92/207 54.68
Competitividad**	104/134 3.58	105/133 3.56	105/139 3.65	101/142 3.82	86/144 3.94	71/148 4.18	No hay datos	No hay datos
Desarrollo Humano***	72/179 0.697	80/182 0.698	77/169 0.701	83/187 0.705	89/187 0.708	98/187 0.711	No hay datos	No hay datos

Fuente: Elaboración propia a partir de * KOF (2015) ** WEF (2014) *** UNDP (2014)

Como se puede apreciar en la Tabla 7, el nivel de globalización¹²⁹ de un país se mide en la escala del 0 al 100, donde los países más globalizados se acercan a cien. Los diez países más globalizados en el año 2015 fueron: Irlanda, los Países Bajos, Bélgica, Austria, Singapur, Suecia, Dinamarca, Portugal, Suiza y Finlandia. Ecuador, del año 2008 al 2015, fluctúa entre 63,02 y 54,01 (KOF, 2015). Existe un pequeño descenso en el índice de globalización, dado por restricciones en la libertad de expresión e inversiones.

El nivel de competitividad¹³⁰ de un país se mide en la escala del 1 al 7, clasificando a los países en tres etapas: etapa 1 conducida por factores, transición entre etapa 1 y 2, etapa 2 conducida por eficiencia, transición entre etapa 2 y 3, etapa 3 conducida por innovación. Los países más competitivos al 2015 son: Suiza, Singapur, Estados Unidos, Finlandia, Alemania, Japón, Hong Kong, Los Países Bajos, Reino Unido y Suecia. A nivel de América Latina los tres primeros puestos son

¹²⁹ KOF es el acrónimo de la palabra alemana “*Konjunkturforschungsstelle*”, KOF Instituto Económico Suizo se define a sí mismo como una plataforma líder para los economistas, sobre todo dentro de Suiza. El 16 de mayo de 1938 se creó la Sociedad de Estudios Económicos (del alemán, *Gesellschaft für Wirtschaftsforschung*) y el Instituto de Investigación Económica (en alemán, *Institut für Wirtschaftsforschung*), que más tarde cambió su nombre por el de Instituto Económico KOF suizo (del alemán, *Konjunkturforschungsstelle*). El Índice de la Globalización KOF mide las tres dimensiones principales de la globalización: económico, social y político. Además de los tres índices que miden estas dimensiones, se calcula un índice general de la globalización y los subíndices se refieren a: flujos económicos reales, restricciones económicas, datos sobre los flujos de información, datos sobre el contacto personal y los datos sobre la proximidad cultural. Se dispone de datos sobre una base anual para 207 países durante el período 1970-2012 (KOF, 2015).

¹³⁰ El Foro Económico Mundial, fundado en 1971, ha elaborado el Reporte de Competitividad desde 1979, desarrollando y publicando anualmente desde 2005 el Índice de Competitividad Global. Este índice muestra el nivel de productividad de un país, que a su vez establece el nivel de prosperidad de una economía. El índice está estructurado en tres subíndices y doce pilares; Subíndice de Requerimientos Básicos: Instituciones, Infraestructura, Ambiente Macroeconómico, Salud y Educación Primaria; el Subíndice de Potenciadores de Eficiencia: Educación Superior y Capacitación, Eficiencia del Mercado de Bienes, Eficiencia del Mercado Laboral, Desarrollo del Mercado Financiero, Preparación Tecnológica y Tamaño de Mercado; Subíndice de Factores de Innovación y Sofisticación: Sofisticación Empresarial e Innovación; cada uno de ellos son clave para las economías impulsadas por factores, por eficiencia e innovación, respectivamente (World Economic Forum, WEF, 2015).

ocupados por Chile, Panamá y Costa Rica (WEF, 2014). Ecuador no proporcionó datos para el ranking 2014-2015, pero en el año anterior Ecuador formaba parte de las 31 economías que se encontraban en la etapa 2, habiendo avanzado quince puestos en el ranking (del 86 pasó al 71). En general, Ecuador presenta mejoras en la formalización del trabajo a través de pago de salarios mínimos, afiliaciones a la seguridad social, aseguramiento agrícola, incremento del gasto público en temas de salud, educación, vivienda, entre otros; donde sus mayores avances fueron en el desarrollo de infraestructura, calidad de la educación e innovación. Por el contrario, el país aún presenta muchos desafíos en el sistema judicial, el nivel de confianza en el marco legal, el mercado de bienes, el empleo y el mercado financiero (WEF, 2014).

El nivel de desarrollo humano¹³¹ de un país se mide en la escala del 0 al 1, clasificando a los países en cuatro grupos: muy desarrollados (alcanzó hasta 0,94), desarrollados (hasta 0,79), medianamente desarrollados (hasta 0,69) y de muy bajo desarrollo humano (hasta 0,54). Los países con un Índice de Desarrollo Humano muy alto fueron: Noruega, Australia, Suiza, Los Países Bajos, Estados Unidos, Alemania, Nueva Zelanda, Canadá, Singapur y Dinamarca. En el año 2013, Ecuador ocupa el puesto 98 y está en los últimos puestos de los países con un índice de desarrollo humano alto (UNDP, 2014).

La ventaja competitiva de Ecuador vista a través de los índices: de globalización, de competitividad y de desarrollo humano muestra una tendencia positiva en los últimos años. Una de las razones de mejora común en estos índices, está dada por la inversión y reformas en la educación. Es por ello, que esta propuesta de tesis doctoral considera que si la educación tiene como pilares al emprendimiento y la innovación, a futuro, los resultados de Ecuador mejorarían notablemente, lo cual sería demostrable en los índices internacionales. De ahí, como parte de la justificación y problemática del presente trabajo de investigación, se plantea un análisis de involucrados para establecer sus principales características, problemas, necesidades, expectativas, fortalezas, debilidades, posición e impacto en la investigación. Para el siguiente análisis se han considerado como involucrados con el tema de investigación “Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo”, los correspondientes a la Figura 2.

¹³¹ El Índice de Desarrollo Humano (IDH) fue creado en 1990 para brindar un nuevo enfoque respecto al bienestar humano, entendido por la expansión de la riqueza de la vida humana, en lugar de limitarse a la riqueza de la economía en la que viven los seres humanos. El IDH se centra en las personas, sus oportunidades y opciones a través de las tres principales dimensiones del desarrollo humano: una vida larga y saludable (longevidad), estar bien informado (educación) y tener un nivel de vida digno (ingresos) (Programas de las Naciones Unidas para el Desarrollo, UNDP, 2015).



Figura 2. Grupos de involucrados en la propuesta de tesis. Elaboración propia a partir de BID (1997) y Licha (2009)

La información que se presenta en la Tabla 8 busca brindar un análisis cualitativo del tema planteado en relación a sus involucrados. Además de conocer los principales actores envueltos en la problemática del tema de investigación, es necesario establecer, en cada uno de ellos, los puntos críticos en relación a la formación integral en emprendimiento como estrategia prospectiva para Ecuador. Asimismo, se debe determinar si su rol y sus acciones están integrados sistémicamente o si están desarticulados.

Tabla 8*Matriz de involucrados en la propuesta de tesis¹³²*

INVOLUCRADOS	IDENTIFICACIÓN	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	PROBLEMAS Y NECESIDADES	INTERESES Y EXPECTATIVAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES	POSICIÓN FRENTE AL TEMA	IMPACTO
Beneficiarios	Empresas	Más de 467.000 empresas, ubicadas alrededor del 70% en Quito y Guayaquil. Incipiente penetración de PYMES al mercado internacional (Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad, 2002).	Regulaciones y Recursos	Crecimiento	Capacidad Productiva	No tienen fines comunes	Positiva	Alto
Perjudicados	Importadores y Países Competidores	La economía no petrolera ha tenido exportaciones inferiores frente a las importaciones, evidenciando una balanza desfavorable (BCE, 2015c).	Regulaciones	Crecimiento	Capacidad Económica	Cobranza	Negativa	Alto

¹³² Corresponde a un análisis de los actores que toma como base a la Matriz de Análisis de los Involucrados del BID (BID, 1997), *ZOPP* y *TeamUp* (Licha, 2009)

Comunidad	Población Económicamente Activa	El sector informal representa el 49,01%; y por ramas de actividad las dos de mayor ocupación son Comercio (24,10%) y Manufactura (13,05%) (INEC, 2014).	Desempleo	Mejor Calidad de Vida	Población Joven	Educación, Formación y Tecnificación	Positiva	Alto
Autoridades de Gobierno	Gobierno Nacional	Plan Nacional de Desarrollo basado en el Buen Vivir (Secretaría del Buen Vivir, 2016).	Hallar, Seleccionar y Capacitar Emprendedores	Financiar Emprendedores	Presupuesto	Burocracia	Positiva	Alto
Organismos Reguladores	Misterio de Coordinación de la Producción, Empleo y Productividad (MCPEC), Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), Ministerio de Educación del Ecuador (MEE)	Presidencia de la República, Vicepresidencia, Secretarías Nacionales (4), Secretarías (5), Ministerios Coordinadores (6), y Ministerios (22) (Función Ejecutiva, 2015a).	Inestabilidad	Reelegidos	Poder	Concertación Nacional	Positiva	Alto

Organizaciones No Gubernamentales	Fundación Emprender (FE)	Promotora del <i>Global Entrepreneurship Week</i> Ecuador (FE, 2012).	Consolidarse	Fomentar Relaciones Internacionales	Alcance Regional	Parcializados	Positiva	Alto
Partidos Políticos	Todos	En las elecciones del 14 de Junio de 2009 participaron 50 partidos políticos (Consejo Nacional Electoral, CNE, 2009).	Reconocimiento	Reelegidos	Poder de Convencimiento	Propios Intereses	Negativa	Alto
Gremios	Cámaras, Asociaciones Productivas, Universidades, Cuerpos Colegiados, entre otros.	Entre los gremios más visibles en Ecuador, figuran las cámaras de industrias, de comercio y de turismo. Su gestión es protectora de los intereses del sector, actúan como lobby ante el Gobierno y también proporcionan capacitación (Comité Empresarial Ecuatoriano, CEE, 2016).	Recursos	Crecimiento	Poder y Control	Propios Intereses	Positiva	Alto
Promotor	Universidad Nebrija	Propuesta de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo (Vallejo Fiallos, 2011) (Vallejo Fiallos, 2012).	Distancia	Calidad	Experiencia y Excelencia	Costos	Positiva	Alto

Comunidad Internacional	ONU, CAN, OEA, ALADI, ALBA, MERCOSUR, UE.	ONG relacionadas con las Naciones Unidas y Organizaciones de la Sociedad Civil Ecuatoriana (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, MREMH, 2016).	Credibilidad	Fomentar la paz y reducir la pobreza mundial	Promover el país	Parcializada	Positiva	Alto
-------------------------	-------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------	----------------------------------------------	------------------	--------------	----------	------

Fuente: Elaboración propia a partir de la metodología del BID (1997) y Licha (2009), en base a las fuentes citadas en el texto.

Como se puede apreciar en la Tabla 8, los principales actores son las instituciones educativas, las empresas, la comunidad, las autoridades de gobierno y los organismos reguladores. Como punto crítico se estableció que la mayoría de los involucrados tiene una posición positiva frente al tema y su impacto es alto, pero cada uno tiene sus propios intereses y su alcance es limitado. En relación al tema de investigación, y en base a este análisis, se plantean las siguientes preguntas: ¿Cómo pueden los involucrados trabajar sistémicamente para hallar y capacitar emprendedores que puedan aprovechar las oportunidades de crecimiento del mercado?, ¿Un “Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo” sería aplicable en Ecuador?, ¿La formación integral en emprendimiento es la estrategia prospectiva que el país necesita para mejorar la calidad, sostenibilidad, e internacionalización de los emprendimientos?

1.1.2. Antecedentes de la Ciudad de Guayaquil

Una vez que se han revisado los antecedentes del país, ya que este trabajo se realiza en Ecuador, y el sistema educativo es el mismo para todo el país, es necesario, describir el escenario en el que se validará esta tesis, la ciudad de Guayaquil. La ciudad de Santiago de Guayaquil está formada por 21 parroquias¹³³; las cuales se dividen en 16 parroquias urbanas y 5 parroquias rurales. Guayaquil es una ciudad rica en recursos: agrícolas, ganaderos, pesqueros, madereros. Así también, en el área del golfo existen yacimientos de gas natural de gran potencial. El 70% de las exportaciones y el 83% de las importaciones privadas del país, salen e ingresan por sus instalaciones (M. I. Municipalidad de Guayaquil, 2014).

De acuerdo al II Censo de Población y VI de la Vivienda de Ecuador, en el año 2010 Guayaquil contaba con 2.350.915 habitantes. Los resultados censales, establecieron que el 97% de la población está asentada en el área urbana y tan sólo el 3% en el área rural (INEC, 2010). La Tabla 9 muestra los datos bivariados de edad (cuantitativos) y sexo (cualitativos) de la población de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 9

Población de la ciudad de Guayaquil

EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
De 0 meses a 4 años	110.426	113.698	224.124
De 5 a 14 años	229.194	235.985	465.179
De 15 a 17 años	65.027	66.954	131.981
De 18 a 22 años	104.818	107.925	212.743
De 23 a 64 años	582.212	599.464	1.181.676
De 65 años en adelante	66.618	68.592	135.210
TOTAL	1.158.295	1.192.618	2.350.913

Fuente: Elaboración propia a partir de información del Censo de Población y Vivienda, INEC (2010)

Según los datos de la Tabla 9, existe una mayor concentración en la población en edad productiva. Además, se evidencia una población casi homogénea, donde el 50,73 % son mujeres y el 49,27 % son hombres. En lo referente a la disponibilidad de tecnologías de información y comunicación (TIC), el 83,20% de la población tiene celular, el 28,60% posee un computador, el 17,10% tiene acceso a internet y tan solo el 14,60% tiene televisión por cable (INEC, 2010).

¹³³ Las parroquias urbanas son: Pedro Carbo (Concepción), Francisco Roca, Tarqui, Rocafuerte, Nueve de Octubre, Olmedo (San Alejo), Bolívar (Sagrario), Sucre, Urdaneta, Ayacucho, García Moreno, Ximena, Febres Cordero, Pascuales, Chongón, y Letamendi. Las parroquias rurales son: Juan Gómez Rendón (Progreso), Puná, Tenguel, Posorja, y El Morro (M. I. Municipalidad de Guayaquil, 2014).

1.2. Objetivo General

El objetivo general de este trabajo de investigación de nivel doctoral es diseñar un “Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo”. Esta propuesta surge de la necesidad de hallar una estrategia prospectiva de emprendimiento que mejore la situación de Ecuador. El modelo propuesto se contrastará a través de la validación de los *Emprendizajes* de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Este modelo se llevará a la práctica mediante el desarrollo de tres pilares fundamentales: “Inspirar”, “Compartir” y “Emprender”; ya que los verdaderos maestros inspiran, no existe conocimiento si no se comparte, y las competencias emprendedoras deben ser aplicadas en cada uno de los aspectos de nuestras vidas.

1.3. Objetivos Específicos

Para el logro del objetivo general es necesario:

- Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores.
- Organizar las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a las edades de los participantes.
- Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”.

1.4. Preguntas de Investigación

Para efectos de este trabajo, la parte de la realidad que se desea investigar, se la presenta a través de la descomposición de los elementos del tema a desarrollar “Propuesta de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo”. Sus elementos fundamentales son el Modelo Formativo Integral y el Emprendimiento Prospectivo. El ámbito en el que se circunscriben dichos elementos corresponden al ámbito nacional, ya que Ecuador tiene un solo sistema educativo, así como, un sólo ecosistema de emprendimiento. La verificación del modelo se realizará a través de la Validación de los *Emprendizajes* de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, dado que es la única Carrera de Emprendimiento reconocida por el Sistema de Educación Superior del Ecuador. A partir de las dos aristas del objeto de estudio, se plantean los problemas núcleo, de los cuales se desglosan las preguntas de investigación que constan en la Tabla 10.

Tabla 10

Objeto de estudio, problemas, y preguntas de investigación

OBJETO DE ESTUDIO	PROBLEMAS NÚCLEO	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
Modelo Formativo de Ecuador	Modelo formativo dirigido a potenciar la fuerza laboral	¿La formación integral en emprendimiento es la estrategia prospectiva que el país necesitaría para mejorar la calidad, crecimiento y sostenibilidad de los emprendimientos? ¿La pedagogía emprendedora sería aplicable en el Ecuador? ¿Las aplicaciones metodológicas para “Inspirar a Emprender” llevarían a los educadores a orientar sus logros de aprendizaje hacia el emprendimiento? ¿La adecuada organización de los educandos para “Compartir Conocimiento” permitiría determinar estrategias didácticas para cada grupo objetivo?
Emprendimiento en Ecuador	Emprendimientos de baja calidad y no sostenibles a largo plazo	¿Las competencias que se desarrollen a través de un proceso educativo-formativo enfocado en el emprendimiento podrían ser aplicadas en cada uno de los aspectos de la vida? ¿Los procesos de prealimentación y retroalimentación continuos fomentarían el seguimiento, evaluación y adaptación permanentes de las estrategias para “Emprender Ahora”? ¿La culturización del emprendimiento mediante procesos educativo-formativos incrementaría la ejecución de emprendimientos de alta calidad?

Fuente: Elaboración propia a partir de la jerarquización de problemas de Ecuador.

1.5. Hipótesis e Interrogantes

Como hipótesis de partida, esta tesis plantea, según Bunge (1980), una hipótesis plausible, ya que a pesar de tener un fundamento teórico, no ha sido comprobada por la experiencia. La hipótesis de partida afirma que la calidad de los emprendimientos tiene como eje transversal la formación integral desde un abordaje prospectivo; es decir, que si el Ecuador asume la formación en emprendimiento como estrategia prospectiva, los resultados a largo plazo se verían reflejados, primero, en una mejora de la calidad de los emprendimientos, pasando del emprendimiento por subsistencia enfocado en el servicio y compra-venta a un emprendimiento de mayor especialización; segundo, estos emprendimientos serían escalables y sostenibles; lo que les brindaría oportunidades de internacionalización. A partir de esta hipótesis se desglosarán (sub) hipótesis e interrogantes del trabajo, los cuales serán analizados rigurosamente a lo largo de esta tesis doctoral, según consta en la Tabla 11.

Tabla 11

Hipótesis e interrogantes

TEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS DE VALIDACIÓN
Formación integral en emprendimiento como estrategia prospectiva de desarrollo socio-económico.	Los estudiantes de emprendimiento tienen una alta tendencia general de emprendimiento.	Demostrar que, en la Carrera de Emprendimiento, este hecho se produce de manera sistemática y mayoritaria.
Influencia del nivel socio-económico y de la experiencia familiar en emprendimiento en la propensión del emprendimiento.	Los estudiantes de emprendimiento que provienen de instituciones de educación media particulares y de una familia con emprendimientos tienen una mayor tendencia general de emprendimiento.	Comprobar que, en la Carrera de Emprendimiento, este hecho se produce de manera sistemática y mayoritaria.
TEMA	INTERROGANTES	OBJETIVOS DE VALIDACIÓN
Implementación de la pedagogía emprendedora para potenciar el desarrollo de competencias emprendedoras.	¿Cómo los educadores que imparten emprendimiento aplican la pedagogía emprendedora en el proceso de enseñanza-aprendizaje?	Comprender la realidad de los educadores en su contexto: formación en emprendimiento, experiencia en emprendimiento y en la enseñanza del emprendimiento, así como la educación que imparten en la Carrera de Emprendimiento.
Diseño de estrategias didácticas emprendedoras.	¿Cuál es la naturaleza esencial de las estrategias didácticas que generan competencias emprendedoras?	Descubrir las mejores estrategias didácticas empleables en procesos educativo-formativos en la Carrera de Emprendimiento para la culturización del emprendimiento.
Desarrollo de procesos de prealimentación y retroalimentación continuos que fomenten la aplicación de competencias emprendedoras en cada uno de los aspectos de la vida.	¿Cómo son vividos por los graduados los procesos de seguimiento, evaluación y adaptación permanente de competencias emprendedoras que promuevan la ejecución de emprendimientos de calidad y acciones emprendedoras en general?	Describir el proceso de acompañamiento que se realiza a los graduados de la Carrera de Emprendimiento, además de esclarecer las causas del emprendimiento y las mejores condiciones para emprender según su experiencia.

Fuente: Elaboración propia a partir de las preguntas de investigación.

1.6. Metodología

El paradigma de investigación que guía esta tesis es el paradigma hermenéutico, ya que se estudian diferentes constructos que posteriormente son interpretados y contrastados (Ortiz, 2000). El nivel de la investigación es interpretativo, siendo este su objetivo interno, el cual es coherente con el paradigma de investigación. El tipo de estudio para la recopilación de la información es de campo (no experimental). El enfoque de esta investigación es ecléctico, cuantitativo-cualitativo, permitiendo identificar el comportamiento (estudio cuantitativo) de los estudiantes, y los patrones culturales (estudio cualitativo) de los docentes y graduados de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) (Ecuador). El momento descriptivo aplica el método científico hipotético-deductivo; y los momentos explicativo e interpretativo emplean el método científico de inducción analítica. De esta manera, según Philip (1998), se proporcionan perspectivas diferentes y a la vez complementarias.

Para el momento descriptivo, el estudio aplicado es ex-post-facto de tipo transeccional descriptivo; transeccional ya que la recolección de datos se realiza en una sola ocasión (2013) y descriptivo porque indaga la incidencia y potencial emprendedor aplicando un *test* estandarizado. Mientras que para los momentos explicativo e interpretativo, el estudio corresponde a una investigación educativa fenomenológico-hermenéutica (2016), que permite describir e interpretar el significado y sentido de la formación emprendedora. Según, Van Manen (2003) la fenomenología es una teoría de lo único que permite profundizar los significados esenciales de la experiencia pedagógica. Según, Gadamer (1960) la hermenéutica es la práctica humana de la interpretación continua que involucra la comprensión y la comunicación dialógica centrada en los textos.

El proceso de investigación metodológica se construye mediante la aplicación de un diseño formal de tesis doctoral que analiza diferentes hipótesis e interrogantes generadas a partir de los elementos fundamentales de la presente tesis "Propuesta de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo"; *siendo éstos*: el Modelo Formativo Integral y el Emprendimiento Prospectivo. La formulación declarativa del problema ha sido investigada mediante fuentes primarias y secundarias válidas y verificables proporcionadas por los involucrados en el área y/o los organismos oficiales, según sea el caso. La originalidad y valor de esta tesis doctoral se fundamenta en que el estado del conocimiento en Ecuador respecto al emprendimiento es relativamente nuevo. Además, a pesar de que existe un ecosistema de emprendimiento en Ecuador, tanto la literatura existente como la aplicación del emprendimiento en sí, son muy limitados, siendo éste un tema aún muy

poco estudiado. Por otra parte, aunque existan estudios similares al presente tema de tesis doctoral, el contexto del mismo es completamente diferente; ya que se refiere al Emprendimiento Prospectivo y su enfoque investigativo trata específicamente de un Modelo Formativo con una aplicación en Ecuador.

La ubicación de los sujetos de estudio es la ciudad de Guayaquil (Ecuador). Como universo se estableció la Carrera de Emprendimiento de la UCSG, por ser la única registrada en el Sistema de Educación Superior del Ecuador. Esta Carrera es una de las seis carreras (la Carrera de Comercio Electrónico inició su proceso de cierre después del año 2013) que componen la Facultad de Especialidades Empresariales (FEE). Asimismo, la FEE es una de las nueve facultades que forman la universidad. La Carrera de Emprendimiento fue creada junto con la Facultad de Especialidades Empresariales en el año 2003 (el capítulo 5 explicará detalladamente el Modelo Pedagógico de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG).

El análisis descriptivo del comportamiento emprendedor aplicó el método cuantitativo bajo la técnica de *test* estandarizado. A pesar de que no existe una herramienta específica para medir la disposición para emprender (Coduras, Saiz-Alvarez y Ruiz, 2016), se seleccionó el *Test* de Tendencia General de Emprendimiento (*General Enterprising Tendency Test, GETT*) por ser práctico, además de mundialmente utilizado. Este *test* mide cinco dimensiones: logros, autonomía, creatividad, toma de riesgos y determinación. Además de utilizar un instrumento mundialmente conocido, se agregaron seis variables de contraste: sexo, edad, educación media pública o privada, ciclo de estudios en la Carrera de Emprendimiento, rango de promedio de calificaciones en la Carrera de Emprendimiento, si provienen o no de una familia con emprendimientos. La muestra se determinó de manera representativa mediante la fórmula Restituto Sierra Bravo. La selección del grupo objetivo se hizo aleatoriamente, considerando a los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de primer a octavo ciclo. El personal de campo recibió instrucciones específicas del estudio y se lo entrenó en el uso correcto del *test*.

El análisis y la interpretación de los datos, se hizo estadísticamente utilizando un computador portátil para procesar la información en SPSS 22.0¹³⁴. Primeramente, se realizó un estudio bivariado de cada una de las cinco variables del *Test* Tendencia General de Emprendimiento (*General Enterprising Tendency Test, GETT*, (DUBS, 1988)) con cada una de las seis variables que fueron agregadas. Consecutivamente, mediante un estudio bivariado, se analizó el puntaje acumulativo obtenido en el *GETT* con las variables agregadas. El momento descriptivo aporta al desarrollo del objetivo

¹³⁴ Es una familia de software estadístico de la empresa IBM; constituye una herramienta estadística integrada que abarca la planificación, colección y análisis de la información (IBM, 2013).

general de la tesis y al primer objetivo de validación del modelo mediante la comprobación de hipótesis del mismo. Si se aceptan las hipótesis, se demostrará que estudiar emprendimiento a nivel superior, desarrolla emprendedores, siendo más propensos a emprender los estudiantes que provienen de instituciones de educación media particulares y de una familia con emprendimientos. Mientras que si se rechazan las hipótesis, al no encontrar diferencias significativas en el análisis descriptivo bivariado de los resultados acumulativos, se puede sugerir que un Modelo Formativo en Emprendimiento puede ser impartido a hombres y mujeres provenientes de diferentes estratos sociales y sistemas de educación, pertenecientes a familias con y sin emprendimientos; por lo que el modelo podría generalizarse aplicándolo a través del sistema educativo.

En el análisis explicativo de los patrones culturales de los educadores se aplicó el método cualitativo bajo la técnica de entrevistas en profundidad. Se utilizó un modelo semi-estructurado de cuestionario etnográfico¹³⁵ compuesto de tres secciones. La primera sección se estableció para que los expertos entrevistados aportaran en la identificación de una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. Los temas abarcados fueron amplios y variados, los mismos que fueron tratados a lo largo de 40 preguntas. La segunda sección se estableció para que los expertos entrevistados aportaran en la organización de las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a los diferentes rangos de edades de los educandos. Los temas tratados se enfocaron en la temática central de la segunda sección y fueron abarcados en 5 preguntas, haciendo esta sección menos intensa y más espontánea. La tercera sección se estableció para que los expertos entrevistados aportaran en la evaluación del “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. Los temas tratados se enfocaron en la temática central de la tercera sección y fueron abarcados en 13 preguntas.

El análisis e interpretación de los datos se hizo analíticamente, utilizando papel y pluma para realizar notas, formularios para guiar los temas de discusión, una grabadora de voz para el registro mecánico de la entrevista, y un computador portátil para la transcripción y análisis de la información. Primeramente, la muestra dentro del enfoque cualitativo abarcó un conjunto de personas de interés para el estudio sin necesidad de representatividad. El criterio utilizado para la selección fue que los sujetos o participantes pertenezcan a los distintos grupos establecidos en la “Matriz de Involucrados”. El método de muestreo aplicado fue un muestreo de conveniencia

¹³⁵ La etnografía es la descripción de la sociedad acerca de sí misma para comprender sus prácticas y significados (Restrepo, 2010).

empleando un “Muestreo por Cuotas”. Posteriormente, las entrevistas en profundidad se realizaron cara a cara en la oficina de la entrevistadora y en los lugares de trabajo de los entrevistados. Consecutivamente, se realizó una transcripción natural (*clean verbatim*), en cuyo proceso se constató que las entrevistas tuvieron un rango superior de duración de dos horas y un rango inferior de duración de una hora. Luego, a través del análisis temático transversal, los patrones recurrentes fueron codificados línea por línea de manera manual por la autora. Al evaluar este grupo, se podrá saber cómo es y cómo se manifiesta en relación a las características psicológicas de los emprendedores, y cuál es su potencial emprendedor para educar en emprendimiento. Los resultados obtenidos permitirán determinar estrategias para robustecer el perfil de los docentes que a su vez fortalecerá el perfil de los futuros emprendedores, generando un *spillover effect*.

En el análisis interpretativo de los patrones culturales de los educandos se aplicó el método cualitativo bajo la técnica de entrevistas en profundidad, para identificar procesos y generar teoría fundamentada en sus perspectivas, experiencias y puntos de vista; así como, plantear de manera general las deficiencias en el conocimiento del problema, y definir el ambiente o contexto en sus dimensiones de conveniencia y accesibilidad. Se utilizó un modelo semi-estructurado de cuestionario etnográfico compuesto de cuatro secciones. La primera sección se estableció con un enfoque de estudio de caso, para conocer el perfil de los entrevistados en calidad de emprendedores y la descripción de sus emprendimientos. Estos temas se enunciaron a manera de información preliminar mediante 10 preguntas. La segunda sección se estableció para que los graduados emprendedores entrevistados aportaran en la identificación de una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. Los temas abarcados fueron amplios y variados, los mismos que fueron tratados a lo largo de 9 preguntas. La tercera sección se estableció para que los graduados emprendedores entrevistados aportaran en la organización de las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a los diferentes rangos de edades de los educandos. Únicamente se trató un tema de manera completamente general y abierta, haciendo esta sección totalmente espontánea. La cuarta sección se estableció para que los graduados emprendedores entrevistados aportaran en la evaluación del “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. Los temas tratados se enfocaron en la temática central de la cuarta sección y fueron abarcados en 7 preguntas.

El análisis e interpretación de los datos se hizo analíticamente, utilizando papel y pluma para realizar notas, formularios para guiar los temas de discusión, una grabadora de voz para el registro mecánico de la entrevista, y un computador portátil

para la transcripción y análisis de la información. Primeramente, la muestra dentro del enfoque cualitativo abarcó un conjunto de personas de interés para el estudio sin necesidad de representatividad. El criterio utilizado para la selección fue que los sujetos o participantes sean graduados de la Carrera de Emprendimiento, que hayan emprendido, y que al momento de la entrevista sus emprendimientos estuvieran en normal funcionamiento. El método de muestreo aplicado fue un muestreo de conveniencia empleando un “Muestreo por Cuotas”, por lo que los entrevistados recayeron en diferentes cohortes de acuerdo a su fecha de ingreso a la Carrera y a su fecha de graduación. Posteriormente, las entrevistas en profundidad se realizaron cara a cara en los hogares y en los lugares de trabajo de los entrevistados. Consecutivamente, se realizó una transcripción natural (*clean verbatim*) de las 27 preguntas discutidas, en cuyo proceso se constató que las entrevistas tuvieron un rango superior de duración de una hora y media, y un rango inferior de duración de media hora. Luego, a través del análisis temático transversal, los patrones recurrentes fueron codificados línea por línea de manera manual por la autora. Al evaluar este grupo, se podrá saber las causas del emprendimiento y las mejores condiciones para emprender de acuerdo a los graduados de la Carrera de Emprendimiento que hoy cuentan con su propio negocio. Los resultados obtenidos permitirán determinar estrategias prospectivas de emprendimiento en la línea de educación, aportando al fortalecimiento de una cultura de emprendimiento e innovación que lleve a Ecuador a desarrollar emprendimientos de calidad, sostenibles a largo plazo e internacionalizables.

Las autoexigencias de rigor metodológico aplicadas para el análisis cuantitativo consisten en la validez (de construcción, interna, y externa) y la confiabilidad. Al respecto de la validez de construcciones, el instrumento es un *test* estandarizado reconocido y usado a nivel mundial. En referencia a la validez interna, por ser un estudio descriptivo no se puede establecer una relación causal o explicativa. Mientras que respecto a la validez externa, la muestra es homóloga al universo, ya que se estableció estadísticamente su representatividad y aleatoriedad. La confiabilidad del estudio recae en que el *test* aplicado es estandarizado y existe homología en la muestra, por lo que cualquier otra muestra que se sacara daría el mismo resultado.

Las autoexigencias de rigor metodológico aplicadas para el análisis cualitativo consisten en una confiabilidad interna y externa. Al respecto de la confiabilidad interna, tanto en el estudio explicativo como en el interpretativo, las categorías descriptivas son de bajo nivel de inferencia, además, las tablas de análisis de datos muestran extractos casi completos de las transcripciones, para que otros

investigadores puedan enriquecerse con el texto de las mismas. A pesar de haber un solo investigador, las entrevistas fueron realizadas por dos entrevistadores; las entrevistas a expertos fueron realizadas por la autora, y las entrevistas a graduados fueron realizadas por otra graduada de la Carrera de Emprendimiento, diferente a los entrevistados, de esta manera se evitó crear un sesgo entre la autora que fue Directora de la Carrera de Emprendimiento y los graduados. Las entrevistas fueron grabadas como banco de información y evidencias de esta tesis. Al respecto de la confiabilidad externa, tanto en el estudio explicativo como en el interpretativo, el entrevistador era una mujer que tenía afinidad con los entrevistados, por lo que la información que le fue proporcionada no hubiera sido dada a otros en la misma forma. Los informantes son personas reconocidas por su experiencia en el tema de estudio y su ética. Los contextos físico y social fueron formales, lo cual le dio mayor rigor a la entrevista. Las interrogantes, los instrumentos, los métodos de recolección, y su análisis están finamente detallados en este apartado, por lo que podría replicarse otro estudio, más no el mismo, ya que la interpretación del fenómeno es única para cada caso.

Finalmente, se realizó una triangulación de métodos (descriptivo, explicativo e interpretativo), así como una triangulación de técnicas (base documental, *test* estandarizado, y entrevistas en profundidad). De igual manera, se realizó una triangulación de datos, provenientes de diferentes fuentes de información (primaria y secundaria), así como de diferentes grupos de informantes (estudiantes, expertos, y graduados). Como consecuencia, los hallazgos fueron triangulados y cruzados con la revisión crítica de la literatura y la descripción del contexto para ser comparados y analizados en su conjunto. Un resumen de la estructura de la investigación puede verse en la Tabla 12.

Tabla 12

Estructura de la investigación

PARTES	MOMENTOS	OBJETIVOS	PROCEDIMIENTO
Marco Teórico	Estado del Arte		Desarrollar un marco conceptual que brinde definiciones, caracterizaciones, clasificaciones y referentes del emprendimiento; así como una fundamentación teórica del emprendimiento prospectivo, y de la formación integral a través de la pedagogía emprendedora.
	Descriptivo	OG: Diseñar un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo, basado en tres etapas: “Inspirar”, “Compartir” y “Emprender”.	Analizar la personalidad de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento en base a cinco dimensiones: logros, autonomía, creatividad, toma de riesgos y determinación a través de la aplicación del <i>Test</i> de Tendencia General de Emprendimiento; además de realizar un estudio descriptivo bivariado y bivariado que establezca o descarte otras determinantes para la propensión a emprender.
Aportaciones	Explicativo	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. OE2: Organizar las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a la edad.	Comprender la realidad de los educadores en su contexto, así como descubrir las mejores estrategias didácticas mediante entrevistas en profundidad a expertos.
	Interpretativo	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas de “Compartir Conocimiento”.	Describir los procesos de acompañamiento, las causas del emprendimiento y las mejores condiciones para emprender por medio de entrevistas en profundidad a graduados de la Carrera de Emprendimiento que han emprendido negocios.

Fuente: Elaboración propia a partir de la metodología planteada en esta tesis.

PARTE I: MARCO TEÓRICO

2. EMPRENDIMIENTO

En este capítulo se revisarán las definiciones de emprendimiento que permitan comprender el significado esencial de esta palabra, su origen, principales autores y aplicaciones. Posteriormente, se propondrá una caracterización y clasificación del emprendimiento. Finalmente, se explorarán los referentes, dados por los Programas de Negocio y Emprendimiento que se dictan en las universidades a nivel mundial, y el Emprendimiento Educativo en Ecuador; además, se analizarán las instituciones globales de apoyo al emprendimiento.

2.1 Definición

El diccionario de la lengua española¹³⁶ define “*emprender*” como un verbo transitivo proveniente del latín “*in*”, en, y “*prendĕre*”, coger. Se refiere a “*acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro*”. De igual manera, define *emprendimiento* como la “*acción y efecto de emprender*” y la “*cualidad de emprendedor*”. Definiendo *emprendedor, ra* como un adjetivo cuyo significado es “*que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas*” (Real Academia Española, 2014). “*Que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras*” (Real Academia Española, 2016). Mientras que en francés, el verbo “*entreprendre*” se define como “*commencer à exécuter une action, en général longue ou complexe*” (Larousse, 2016), lo cual se traduce como “*iniciar, comenzar o emprender una acción, en general larga o compleja*”.

La palabra emprendedor se deriva de la voz francesa “*entrepreneur*”. Esta palabra se dice que fue utilizada por primera vez,¹³⁷ por el banquero francés, de origen irlandés, Richard Cantillon (1680 – 1734), en su obra “*Essai sur la Nature du Commerce in Général*” (Cantillon, 1755), que se traduce “*Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General*”; se cree, sin certeza, que dicha obra fue escrita entre 1730 y 1733, aunque fue publicada en 1755 (Jevons, 1881). Este libro fue traducido del francés al inglés por primera vez por Henry Higgs (1891-1931); la parte I, capítulo XIII de la obra de Cantillon, en su versión en Inglés, se denomina “*The circulation and exchange of goods and merchandise as well as their production are carried on in Europe by Undertakers, and at a risk*”, donde claramente se mencionan elementos

¹³⁶Es la obra de referencia de la Real Academia Española. La edición actual es la vigesimotercera edición, publicada en octubre de 2014, fruto de la colaboración de las veintidós corporaciones integradas en la Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE) (Real Academia Española, 2016).

¹³⁷ Vérin (1982) propone que el término emprendedor fue usado antes de la obra de Cantillon.

claves como *“la circulación e intercambio de productos y mercancías así como su producción”*, *“llevadas a cabo por los emprendedores bajo una situación de riesgo”*. De aquí, la versión anglosajona *“undertakers”* del término francés *“entrepreneur”* (Higgs, 1931). Sin embargo, según Saiz-Álvarez y García-Vaquero (2017) la primera vez que se utilizó el término emprendedor (en un sentido comercial) fue en el tomo segundo del libro *“Tratos y contratos de mercaderes y tratantes discidos y determinados”*, escrito por Tomás de Mercado en 1569, y reeditado con algunos cambios en 1571 con el nombre de *“Suma de tratos y mercados”*. En lo que respecta al emprendimiento, Tomás de Mercado aprueba la creación de nuevos negocios y los contratos de intercambio comercial, siempre que sean consistentes con la justicia moral, esto es, la no imposición de un tipo de interés abusivo, precios demasiado elevados o acuerdos injustos, tanto social como económicamente.

François Quesnay (1694 – 1774) presentó su modelo macroeconómico donde la *“nación agrícola”* estaba liderada por el sector agrario (Quesnay, 1758). La *“clase productiva”* estaba formada por los empresarios agrícolas y los campesinos asalariados, y, esta era la única capaz de lograr un *“producto neto”* (Quesnay, 1765); la *“clase mixta”* o la de los *“señores”*, correspondía a los propietarios que disfrutaban del producto neto en forma de rentas (Quesnay, 1767a); *“la clase estéril”* estaba conformada por subordinados o dependientes, agentes *“de reventa”* o *“intercambio”* dedicados al aumento del precio de la mercancía del comercio de reventa que podían desestabilizar todo el sistema económico (Quesnay, 1767b).

Mientras que Quesnay estableció el Emprendimiento Productivo, dado por el sector agrícola; donde la *“clase productiva”* se asemeja a la de los intraemprendedores y la de los *“señores”* a la de los emprendedores. Cantillon, presentó tanto el Emprendimiento Agrícola dado por los granjeros, así como el Emprendimiento Comercial, dado por los comerciantes o intermediarios. En ambos casos, se define a los emprendedores como hombres de negocio que invierten en un ambiente de incertidumbre, y que aportan a la economía a través de la producción y de la distribución de los productos. Entre tanto, para Cantillon, los intermediarios eran la base de todo el sistema económico de intercambio, para Quesnay, los intermediarios eran oportunistas con resultados nocivos para la economía.

Anne Robert Jacques Turgot (1727 – 1781), Barón de L'Aulne, publicó *“Réflexions sur la formation et la distribution des richesses”* *“Reflexiones sobre la formación y distribución de la riqueza”*, las aportaciones más relevantes a esta investigación, están dadas por la diferenciación del trabajo de las personas respecto a la generación de la riqueza, la definición de *“propietario”* y el riesgo que asume. En el título I, literal A, enfatiza que aunque los propietarios empleen trabajadores o incluso

un administrador, se requiere la existencia del “*propietario*” para que sea rentable la actividad. En el literal B, explica que antiguamente no se precisaba una diferencia entre los agricultores y los propietarios hasta la organización dada por la fuerza pública a través de las leyes; definiendo a los “*propietarios*” como aquellos que reciben ingresos regulares de sus tierras trabajadas por otros, pudiendo ellos estar disponibles para otras actividades de la sociedad. En el título II, literal B, expone que el préstamo bajo intereses no es inmoral, ya que es necesario para todas las empresas que trabajan en la industria; el préstamo es un contrato al que ninguna de las partes está obligado, donde el prestatario asume un riesgo y deja de percibir un ingreso durante ese periodo (Turgot, 1766).

Adam Smith (1723 – 1790) publicó en 1776 “*The Wealth of Nations*” “*la Riqueza de las Naciones*”, en el capítulo IV, “*Del origen del dinero*”, menciona la habilidad del “*hombre prudente*”, en todo periodo de la sociedad, de administrar sus negocios bajo diferentes medios de transacción. En el capítulo IX, “*De la ganancia de las inversiones*”, indica que los países mas activos son los que están avanzando en la adquisición de riqueza, así como sus individuos más trabajadores. En el capítulo X, “*Del pago y ganancia en los diferentes empleos de mano de obra e inversiones*”, declara que el hombre no debe vivir únicamente de su negocio sino de las cualificaciones que este requiere, ya que más allá de tener un pequeño capital debe tener todo el conocimiento necesario como si tuviese un gran negocio, ya que lo único que lo separa de este, es la cantidad de capital que necesita (Smith, 1776).

Jeremy Bentham (1748 – 1832) escribió “*Defence of Usury*” “*En Defensa de la Usura*”. En la carta X, “*Base de los Prejuicios en contra de la Usura*”, en donde plantea que prestar dinero con intereses es conseguir dinero o al menos tratar de hacerlo; ya que mejores los términos, menos atractivo es prestar dinero y por ende nada se consigue. En su carta XIII, “*Al Dr. Smith, sobre Proyectos de Arte, etc.*”, sostiene que la ley no distingue a las personas que buscan generar riqueza a través de proyectos bajo cualquier canal de inversión. Refuta a Adam Smith, quien se encuentra en contra del préstamo con interés, a lo que Bentham explica que el “*hombre prudente*” como una persona poseedora de inteligencia perfecta puede juzgar las condiciones factibles de éxito en una nueva aventura comercial; pero que con la prohibición de los préstamos con interés se vería obligado a no invertir en ideas nuevas más que en las ya establecidas (Bentham, 1787). Mientras Adam Smith describe al emprendedor como un hombre prudente de amplios conocimientos administrativos; Jeremy Bentham describe al emprendedor como un inversionista de riesgo capaz de tomar decisiones de inversión basadas en la innovación.

Jean-Baptiste Say (1767 – 1832), en su obra *“Traité d’Économie Politique”* *“Tratado de la Política Económica”*, libro segundo, *“De la distribución de la riqueza”*, capítulo VII, *“Los ingresos industriales”*, sección III, *“La ganancia del emprendedor de la industria”*, afirma que es imposible llevar a cabo una empresa industrial sin capital, y que dicho capital es invertido por el emprendedor. De ahí, se puede entender que la industria no existiría sin emprendedores que inviertan dicho capital. Say, declara *“le profit qui résulte du service qu’on en retire, est gagné par l’entrepreneur, puisqu’il a pris à son compte toutes les chances, bonnes et mauvaises, de la production”*, definiendo al emprendedor como *“la persona que toma a su cuenta o riesgo las situaciones buenas o malas de la producción”*; asimismo, destaca las facultades industriales del emprendedor, dadas por su talento (natural o adquirido por su actividad empresarial), su espíritu de orden y conducción (Say, 1803).

Say hace una diferenciación explícita entre un capitalista que gana un interés por su capital invertido y un emprendedor que aplica sus conocimientos para la creación de un producto en cualquier ámbito de la industria, sea ésta, agrícola, manufacturera o comercial. Para Say, el emprendedor es un hombre inteligente, prudente, ordenado y honorable encargado de encontrar donde se debe invertir, sea este, su propio capital o ajeno; constituyéndose como el agente económico que une a todos los medios de producción (mano de obra, capital, tierra) de los demás y encuentra valor a los productos que resultan de su empleo, reconstituyendo la totalidad del capital, los salarios, el interés y la renta que paga, así como el beneficio que pertenece a sí mismo. En esta descripción, se destaca la actitud para detectar oportunidades de inversión y desarrollar negocios. Say, resalta que las cualidades morales e intelectuales del emprendedor no son comunes; ya que requiere juicio crítico, constancia, conocimiento de cálculo y economía, así como, talento administrativo para apreciar la conveniencia de un producto, los medios de producción, comprar la materia prima, contratar los obreros y encontrar los clientes; concluyendo que las empresas que carecen de emprendedores, tienen poco éxito y terminan saliendo de circulación.

Johann Heinrich Von Thünen (1783 – 1850), en su obra *“Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie”*, *“El estado aislado respecto a la agricultura y a la economía nacional”*, presenta los fundamentos de la productividad marginal, así como destaca las cualidades de innovación y toma de riesgo de los emprendedores; diferencia al empresario que asume un riesgo por su capital, del director que administra de forma asalariada, dado que el beneficio del empresario es el rendimiento que queda después de deducir una prima de riesgo y su propio sueldo como director (Von Thünen, 1826).

John Stuart Mill (1806 – 1873), en su obra *“Essays on Some Unsettled Questions of Political Economy”*, *“Ensayos sobre Preguntas No Resueltas de Política Económica”*, enfatizó que el salario de los administradores y sus utilidades están dados por el riesgo que asumen, también, destacó que el emprendimiento demanda habilidades poco comunes; y que la actividad emprendedora es muy importante para el crecimiento económico. En su ensayo IV, párrafo 25 expresa, *“El capital se gasta en parte en el pago o reembolso de los salarios y en el pago de los beneficios de otros capitalistas, cuya concurrencia era necesaria para reunir los medios de producción”* (Mill, 1844, p. 99). En 1863, publicó *“Utilitarianism”*, *“El Utilitarismo”* basado en el principio de la mayor felicidad, donde afirma que la felicidad es deseable y lo único deseable como fin en sí, siendo todo lo demás únicamente deseable como medio para este fin (Mill, 1863).

Hans Karl Emil Von Mangoldt (1824–1868) publicó *“Die Lehre vom Unternehmergewinn. Ein Beitrag zur Volkswirtschaftslehre”*, *“La doctrina de la ganancia empresarial. Una contribución a la economía”* o *“Estudio de las ganancias de los emprendedores”*, donde plantea la teoría de la ganancia empresarial; caracterizando las ganancias de los emprendedores como la recompensa de diferentes actividades, tales como: el hallar mercados específicos, las adquisiciones de agentes productivos, la combinación de factores de producción, las exitosas políticas de venta y la innovación. Su teoría de los precios establece que podría haber varios precios de equilibrio, analizando la formación de precios en el caso de demandas conjuntas, ofertas conjuntas, y ambas cosas. Además, diferencia a los emprendedores de los capitalistas y vincula las ganancias de los emprendedores de acuerdo al riesgo que toman; incluyendo el tiempo en la ecuación de “asumir el riesgo”, de donde se concluye que la función del emprendedor es más riesgosa, a más prolongado sea el proceso productivo (Von Mangoldt, 1855).

Amasa Walker (1799 - 1875) sostuvo que la suma de dinero en circulación es la que determina la fijación de los precios (Walker, 1857) (Walker, 1866). Francis Amasa Walker (1840 – 1897), su hijo, defendió la teoría cuantitativa de la moneda, basada en la relación entre los salarios y la función del empresario como *“captain of industry”*, *“capitán de la industria”*, la persona quien toma riesgos basado en su liderazgo; recalcó la importancia del trabajador y del empresario, ya que sin la existencia de uno, no puede existir el otro (Walker, 1876 y 1878). Mientras que Carl Menger (1840-1921), fundador de la Escuela Austriaca, planteó que la propiedad como economía humana es la solución práctica entre las necesidades y los bienes económicos disponibles; donde el valor de los bienes está dado por el uso que les darán las personas o por su deseos de poseerlos y no por el trabajo requerido para su

producción (Menger, 1871). De aquí, se infiere al emprendedor como aquel que puede intervenir en la producción de bienes de orden superior. Entre sus más valiosas aportaciones están el Coste de Oportunidad, la Teoría de la Utilidad Marginal, y los Órdenes de Bienes (Menger, 1892).

Léon Marie Esprit Walras (1834 – 1910), de la Escuela Suiza de Lausana, puso a la empresa en el centro de la economía y planteó un modelo matemático sistemático de la interdependencia del mercado de bienes, del mercado de servicios, y de los factores productivos dados por la tierra, el trabajo, y el capital a través de un proceso de simulación de equilibrio de precios de mercado que denominó “*tâtonnement*”; igualmente, desarrolló la idea de la utilidad marginal y creó la teoría general de equilibrio (Walras, 1874). Por su parte, Frederick Barnard Hawley (1843 - 1929) desarrolló su teoría “*risk theory of profit*”, “*teoría del riesgo de la ganancia*”, y “*Hawley's concept of the consumption function*”, “*concepto de la función de consumo de Hawley*”, en los que sostuvo que el beneficio de los emprendedores era el premio por el riesgo afrontado (Hawley, 1882; 1907; 1927). Por otra parte, Alfred Marshall (1842 – 1924), de la Escuela Inglesa, identificó un cuarto factor productivo dado por la “*organización industrial*”, dirigida por un trabajador con liderazgo que atrae los otros factores y los agrupa. Este factor coordinador es el emprendimiento que organiza, administra y dirige la industria bajo condiciones de incertidumbre (Marshall, 1890; 1919).

Richard Theodore Ely (1854 – 1943), Profesor de Economía Política y Director de la Escuela de Economía, Ciencias Políticas e Historia de la Universidad de Wisconsin, determinó cuatro factores básicos de producción: mano de obra, tierra, capital y empresarios; de los cuales se percibe el salario, arrendamiento, interés y utilidades respectivamente (Ely, 1893) (Ely y Hess, 1937, pp. 89-117). De esta manera definió al emprendedor como creador de empresas. Más tarde, Maximilian Carl Emil Weber (1864 – 1920), sociólogo alemán, identificó dos clases de emprendedores: uno tradicional de tipo mercantilista; y otro capitalista, un sujeto ético de moral puritana, con una mentalidad empresarial innovadora que lo lleva a multiplicar su riqueza que caracteriza todas las acciones de su vida (Weber, 1904; 1905).

John Bates Clark (1847 – 1938) desarrolló el concepto de productividad marginal y el agotamiento del producto. Una de sus obras más destacadas es “*Essentials of Economic Theory*”, “*Fundamentos de la Teoría Económica*”. En el capítulo I, “*La Riqueza y sus orígenes*”, define el rol ejecutivo y directivo como un factor dominante para la creación de riqueza, dado que el trabajo mental guía y controla el trabajo físico a medida que avanza la civilización (Clark, 1907). En esta misma línea, Werner Sombart (1863-1941) definió al emprendedor capitalista como el dueño de los medios de producción, siendo a su vez, el comerciante que realiza

intercambios de los mismos a través de cálculos especulativos y negociaciones. El emprendedor (inventor, descubridor, conquistador u organizador) tiene un plan y una misión que cumplir, administra, dirige, y toma decisiones estratégicas para los procesos de producción, sobrellevando el riesgo, motivado por la búsqueda de ganancias o beneficios; siendo este “racionalismo económico” el motor del sistema capitalista (Sombart, 1911).

Joseph Alois Schumpeter (1883 – 1950) fue un economista y sociólogo austríaco, discípulo de los principales representantes de la escuela austríaca: Friedrich Von Wieser (1851-1926) y Eugen Von Böhm-Bawerk (1851-1914) (*Library of Economics and Liberty*, 2016). Entre su vasta obra, se destaca la “Teoría de la evolución económica”, en la cual planteó su teoría del “*espíritu emprendedor*” donde la importancia vital del empresario y la destrucción creativa se basan en la innovación técnica y financiera como motor del crecimiento (Schumpeter, 1912). Además, Schumpeter definió al emprendedor como aquellos individuos dinámicos, capaces de innovar y que están dispuestos a arriesgarse provocando un desarrollo innovativo continuo; lo cual explica claramente en su obra “*Capitalismo, Socialismo y Democracia*”, en cuyo capítulo VII, “*El Proceso de Destrucción Creativa*”, expresa que la destrucción creativa es el impulso fundamental capitalista que permite crear bienes para nuevos consumidores, nuevos métodos de producción o transporte, nuevos mercados, y nuevas formas de organización industrial que transforman la estructura económica desde dentro para crear una nueva (Schumpeter, 1942, p. 83).

Frank Hyneman Knight (1885-1972), en el prefacio de su obra “*Risk, Uncertainty and Profit*”, “*Riesgo, incertidumbre y beneficio*”, realiza una contribución técnica a las teorías de libre empresa, con un completo y cuidadoso análisis del rol del emprendedor “*entrepreneur or enterpriser*”, como figura central del sistema. En su obra, resalta que en la última época se ha dado interés a las habilidades empresariales de acumular capital sea propio o ajeno; define al emprendedor como una persona con liderazgo que toma riesgos calculados, siendo responsable tanto de lo favorable como de lo desfavorable de las consecuencias. Al mismo tiempo, distingue riesgo, basado en probabilidades conocidas, de incertidumbre, basado en probabilidades desconocidas; donde el beneficio es la recompensa del empresario por asumir el riesgo, ya que incluso en el equilibrio a largo plazo, los emprendedores obtendrían ganancias como retorno por soportar la incertidumbre (Knight, 1921).

Harold Adams Innis (1894 – 1952) describió la importancia del comercio en el desarrollo económico, mediante la interacción cultural entre los consumidores, los emprendedores, y los proveedores (Innis, 1930). En 1936, John Maynard Keynes (1883 – 1946), en su libro “*The General Theory of Employment, Interest and Money*”,

“*La Teoría General del Empleo, Interés y Dinero*”, habla de la confianza que debe tener el hombre de negocio en su instinto empresarial y del riesgo que está implícito en la toma de decisiones; destacando que la mayor parte de las decisiones y sus consecuencias son resultado de los “*espíritus animales*”, dados por un impulso espontáneo de acción, y no como el resultado de una media ponderada de beneficios cuantitativos multiplicado por probabilidades cuantitativas (Keynes, 1936, pp. 161-162).

Thomas Childs Cochran (1902 - 1999) defendió la teoría de que los negocios, como fuerza social, son tan importantes como la política o la religión. Cochran estableció las actividades cambiantes de los pequeños y grandes negocios, trabajadores industriales, habitantes urbanos, filósofos y políticos (Cochran y Miller, 1942). En 1949, exploró la cultura empresarial y el espíritu emprendedor, en relación a sus expectativas de una posición o condición en la vida (Cochran, 1949). En 1953, determinó que los valores y las actitudes de los líderes que crearon el sistema ferroviario estadounidense permanecieron estables en su enfoque de crecimiento, estabilidad y beneficios, pero no en lo referente a las operaciones internas ni la organización empresarial (Cochran, 1953). En 1964, resaltó que tanto el cambio económico como el desarrollo dependen del cambio social, destacando que la construcción de un modelo de cambio social es muy vasto, por lo que una medida de acción, es la de enfocarse en un cambio en particular; en este caso, centrarse en las prácticas de crianza, motivos y valores sociales, y actitudes que dan forma a la personalidad del emprendedor y por lo tanto tienen efectos importantes, aunque indirectamente, sobre el cambio económico y el desarrollo (Cochran, 1964). En 1968, planteó que la estructura teórica del emprendedor, especialmente para los economistas, cuenta con la incongruencia de un elemento humano no mensurable (Cochran, 1968).

Alfred Richard Oxenfeldt (1943) determinó que las características ambientales y personales del emprendedor coadyuvan para la creación de nuevas empresas, siendo el auto empleo una alternativa para los desempleados. Posteriormente, Arthur Harrison Cole (1889 - 1974) de 1948 a 1958 impulsó el *Research Center in Entrepreneurial History en Harvard University*. Entre sus aportes más importantes estuvieron “*An Approach to the Study of Entrepreneurship*”, “*Un Acercamiento al Estudio del Emprendimiento*”, donde plantea que el emprendimiento es un promotor y reflejo del desarrollo, pero que la acción del emprendimiento necesita una sólida base operacional dada por la administración (Cole, 1946).

Cole, en su obra “*Business Enterprise in its Social Settings*”, “La empresa en su entorno social”, Cole estableció que ser emprendedor es fruto de la toma de

decisiones de manera lógica e intencional para crear iniciativas orientadas a la producción de bienes y servicios, así como al sostenimiento y crecimiento de una unidad de negocios. El emprendedor valora el aprendizaje obtenido tanto de los fracasos como de los éxitos; sostiene que la motivación del emprendedor va más allá del beneficio económico, dada también, por el espíritu de aventura de un inquieto e innovador hombre de negocios. Conjuntamente, identifica cuatro tipos de empresario, de acuerdo al tipo de oportunidad que se enfrenta: el innovador, el inventor calculador, el promotor demasiado optimista, y el constructor de la organización (Cole, 1959). Posteriormente, en su obra, "*Meso-economics: A Contribution from Entrepreneurial History*", "*Meso-economía: Una contribución a la Historia del Emprendimiento*", Cole (1968) indicó que el sistema de negocios tiene una zona meso-económica que se desarrolla entre la micro y macro economía donde el emprendedor es quien crea y desarrolla la infraestructura que impulsa el cambio; entre los siete teoremas de la mesoeconomía, el teorema tres indica que el verdadero emprendedor anticipa las necesidades no espera a que se presenten.

Ludwig Von Mises (1881 - 1973), en su célebre libro "*Human Action: A Treatise on Economics*", "*La acción humana: Un tratado sobre economía*", habla ampliamente del emprendedor; considerándolo el hombre que actúa exclusivamente desde la incertidumbre inherente en cada acción en el tiempo, anticipándose a necesidades futuras a través de la especulación; un hombre de acción con respecto a los cambios que ocurren en los datos del mercado; quién está especialmente deseoso de beneficiarse al ajustar la producción a los cambios previstos en las condiciones del mercado; un promotor, un líder con la inquietud y el afán de obtener las ganancias más grandes posibles a través de la innovación y mejora continua de la fuerza motriz del mercado; su éxito o fracaso depende de la exactitud de su previsión de lo incierto, es decir, de su capacidad para anticipar mejor que otras personas la demanda futura de los consumidores; ejerce una función empresarial al determinar el empleo de los factores de producción para la obtención de beneficios y la adquisición de la riqueza (Mises, 1949). De igual manera, plantea que es un error pensar que la administración de los gerentes sustituye a los emprendedores. Así como afirma que los emprendedores no pueden ser entrenados, ya que no se requiere educación especial para el juicio acertado, la previsión y la energía; porque se negaría la existencia de desigualdades innatas en el intelecto, fuerza de voluntad y carácter (Mises, 1949).

Friedrich August Von Hayek (1899 - 1992) se enfocó en el desequilibrio del mercado y en las decisiones que se toman en función del conocimiento. En su libro, "*Individualism and Economic Order*", "*Individualismo y Orden Económico*" establece que el método que en determinadas condiciones es el más barato tiene que ser

decubierto día a día por el emprendedor (Hayek, 1949). Por su parte, Berthold Frank Hoselitz (1913-1995) planteó un mayor nivel de tolerancia de los emprendedores para trabajar en condiciones de ambigüedad e incertidumbre, asimismo, vinculó las etapas del crecimiento económico con el emprendedor (Hoselitz, 1952a, 1956 y 1962). Hoselitz analizó el papel de los factores culturales y sociológicos del desarrollo económico, con el objetivo de desarrollar un marco de las ciencias sociales para examinar los determinantes del crecimiento económico, mediante el contraste de la organización social entre los países económicamente avanzados y económicamente atrasados, haciendo varias distinciones entre ambos grupos, y, reconociendo la necesidad de la planificación de arriba hacia abajo para dirigir el curso del desarrollo económico para las economías atrasadas, en contraste de las políticas de *laissez faire*, de la escuela de Chicago, de la que era parte (Hoselitz, 1952b,c, 1953a,b, 1960, 1961 y 1968).

Cyril Shirley Belshaw (1921 -), profesor de Antropología en la Universidad de British Columbia, proporcionó elementos de coordinación, organización y administración de recursos de producción para definir al emprendedor (Belshaw, 1955). Adicionalmente, Benjamin Howard Higgins (1912 -), economista, en su libro *“Economic Development: Principles, Problems, and Policies”*, *“Desarrollo Económico: Principios, Problemas, y Políticas”*, definió a los emprendedores como “detectores de oportunidades de negocio: al organizar una empresa para llevar a cabo un nuevo proceso de producción; aumentando el capital, contratando mano de obra, coordinando la provisión de materias primas, encontrando un lugar; y combinando estos factores de producción con un propósito; introduciendo nuevas técnicas y productos, descubriendo nuevas fuentes de recursos naturales; y seleccionando los mejores gerentes para las operaciones del día a día” (Higgins, 1959, p. 88).

Edith Elura Tilton Penrose (1914 - 1996) describió las formas en las que las empresas crecen y la rapidez con que lo hacen. Ella llegó a la conclusión de que la teoría existente acerca de las empresas era insuficiente para explicar cómo crecen las empresas. Indicó que el crecimiento de las empresas está conectado con los intentos de un grupo particular de seres humanos para hacer algo; por lo que el crecimiento está limitado a la contratación de talento humano, y la expansión, al requerir nuevo talento humano, es una limitación para el dinamismo empresarial (Penrose, 1959). Efectivamente, Everett Hagen (1906 – 1992), profesor emérito de Ciencia Política y Economía, y ex director del Centro de Estudios Internacionales del Massachusetts Institute of Technology, planteó que la industrialización en los países no desarrollados depende, en parte, del desarrollo de los emprendedores; el mismo que se relacionaba

a los valores inmersos en su cultura, dificultando o promoviendo ese desarrollo (Hagen, 1960).

David Clarence McClelland (1917 – 1998), psicólogo del comportamiento que se destacó por su labor en la teoría de la necesidad de logro, de poder y de afiliación, en 1961, estableció las características de la personalidad de un empresario exitoso, quien debe ser una persona con competencia técnica, iniciativa, buen juicio, inteligencia, cualidades de liderazgo, auto - confianza, energía, actitud, creatividad, equidad, honestidad, delicadeza y estabilidad emocional. Para McClelland, un emprendedor es una persona que controla los medios de producción, toma riesgos, tiene una necesidad de logro y produce más de lo que consume para obtener un beneficio propio a través de su venta o intercambio (McClelland, 1961). En 1971, destacó características distintivas de los emprendedores como la propensión moderada en la toma de riesgos, la decisión, la responsabilidad, el conocimiento de los resultados de las decisiones, la anticipación de posibilidades y habilidades de organización, así como el deseo de hacer el bien para alcanzar un sentimiento interior de realización personal (McClelland, 1971). En 1985, enfatizó que el éxito empresarial depende de las características personales y de la motivación de los empresarios, lo que les permite alcanzar un rendimiento superior (McClelland, 1985).

Joseph W. McGuire estableció que la interacción de las instituciones sociales denotaban en diferentes roles y responsabilidades para los negocios (McGuire, 1963). Además, sostenía que los negocios son una práctica en busca de una teoría y que esta probablemente no existe; sin embargo, planteó que la estratégica asignación de recursos permite producir lo más posible o alcanzar su máximo rendimiento. Es por ello, que el desempeño de la organización está dado por su rentabilidad y retorno a los accionistas; para lo cual, las iniciativas de los gerentes deben estar alineadas a los intereses de los propietarios, las cuales están sujetas a diferentes mecanismo de control organizacional (McGuire, 1964). En esa misma línea, Alfred DuPont Chandler Jr. (1918 – 2007) estudió la administración efectiva de un negocio en expansión en la estructura empresarial descentralizada moderna (Chandler, 1962). Por lo demás, enfatizó la importancia de la innovación no sólo en tecnología, sino también en materia de contabilidad, finanzas y estadísticas; siendo el cambio fundamental los administradores (Chandler, 1977). Asimismo, Collins, Orvis, Moore y Unwalla (1964) agregaron que el empresario independiente ha sido capaz de crear por sí mismo una organización en funcionamiento. Adicionalmente, Collins y Moore (1970) estudiaron a 150 empresarios, distinguiendo dos tipos de emprendedores: el administrativo y el independiente; concluyeron que son difíciles, gente pragmática impulsada por necesidades de independencia, logro y que rara vez están dispuestos a someterse a la

autoridad. Por otra parte, establecieron que los emprendedores aprenden de lo que hacen, es decir, de la experiencia que generan.

Peter Drucker (1964) diferenció el trabajo de los empresarios y el de los gerentes, estableciendo como labor primordial de los primeros la maximización de oportunidades, y de los segundos, la administración y solución de problemas gerenciales. Al mismo tiempo, reiteró que el empresario debe innovar, optimizar y reorientar recursos permanentemente de manera que cree el mañana. De igual manera, Drucker (1985) estableció que el empresario innovador es quien ve el cambio como una oportunidad y a la innovación como el medio que le permite aprovechar esa oportunidad para hacer las cosas de manera diferente o crear algo nuevo. Para Drucker, el emprendimiento está vinculado con todas las actividades humanas; siendo una conducta que puede ser aprendida porque no es un rasgo del carácter ni de la personalidad, ya que tiene una base teórica y no intuitiva, sin embargo, las personas que necesitan certezas no poseen condiciones apropiadas para ser emprendedores.

Harry Schrage (1965) analizó la versión para emprendedores "N-Ach" de McClelland de la Prueba Temática de Apercepción (T.A.T.) (McClelland, 1961), estableciendo sus protocolos TAT en materia de I + D (Investigación y Desarrollo) y el desempeño organizacional. En esa misma línea, Draheim determinó que el empresario fundamentalmente es el iniciador activo de una empresa, quien la administra y en la mayoría de los casos tiene participación en la misma (Draheim *et al.*, 1966). Posteriormente, Herbert A. Wainer e Irwin M. Rubin, en base a la teoría de necesidades humanas motivacionales, Prueba Temática de Apercepción (T.A.T.) de Henry Murray (1943), "N-Ach" de McClelland (1961), y los protocolos T.A.T de I + D y el desempeño organizacional de Schrage (1965), determinaron que la alta necesidad de logro y una moderada necesidad de poder son determinantes en el desempeño de la empresa, siendo la necesidad de afiliación poco significativa. Por otra parte, establecieron que la influencia de la necesidad de poder sobre el rendimiento, obedecía al estilo de liderazgo, donde una alta necesidad de poder estaba vinculada a un liderazgo autoritario, y por el contrario una baja necesidad de poder a un liderazgo de *laissez-faire*; siendo el estilo de liderazgo democrático el más indicado, que a su vez corresponde a una moderada necesidad de poder (Wainer y Rubin, 1967).

John Kenneth Galbraith (1908 - 2006) fue autor de la teoría de los poderes compensatorios plasmada a lo largo de sus 33 obras, entre las que se destacan "*American Capitalism*", "Capitalismo Americano" (1952), "*A Theory of Price Control*", "Teoría del Control de Precio", (1952), "*The Affluent Society*", "La Sociedad Opulenta", (1958) (Martinez y Miró, 2015). En 1967, publicó "*The New Industrial State*", "El Nuevo Estado Industrial", cuyo capítulo ocho "*The Entrepreneur and the Technostructure*", "El

Emprendedor y la *Tecnoestructura*” distinguió dos tipos de empresas, las grandes empresas y las empresas emprendedoras (p.115); en el capítulo trece “*Motivation and the Technostructure*”, “Motivación y la *Tecnoestructura*”, planteó la motivación como la combinación de lo económico, la compensación y la identificación del trabajador (Galbraith, 1967, p. 189).

Norman Raymond Smith, profesor asociado de Marketing de la Universidad de Oregon, planteó dos tipos extremos de empresarios: por un lado el artesano que se desenvuelve en un limitado rango cultural y que tiene una perspectiva estrecha; y por otro lado, su opuesto, el oportunista o empresario de negocio, que responde un rango más amplio de cultura y vista liberal. Estas actitudes están condicionadas a la experiencia empresarial y su rol tanto en su educación como en lo laboral; dando como resultado que los artesanos estén vinculados a las empresas rígidas y los oportunistas a las flexibles, donde las segundas tendrían una mayor tasa de crecimiento (Smith, 1967). De igual manera, William J. Baumol (1968) planteó que el empresario debe identificar nuevas ideas y ponerlas en marcha, dado que es el líder e inspirador en el desarrollo de una nueva empresa. Asimismo, estudió la falta de espíritu empresarial en los modelos de desarrollo económico y la dificultad de integrar la teoría con las políticas; concluyendo que las decisiones estratégicas y las intenciones o motivaciones del emprendedor no pueden ser analizadas en detalle, por lo que la manera de alentarlos debe ser estudiada e integrada en las políticas. Por otra parte, estableció los aspectos productivos, improductivos y destructivos del emprendimiento (Baumol, 1990). También, propuso dos tipos de empresarios: el organizador empresario-negocio y el empresario-innovador (Baumol, 1993).

Henry H. Schloss, profesor asociado de Economía Empresarial y de Negocios Internacionales de la Universidad del Sur de California, dividió el concepto de emprendimiento en tres sub-funciones: el apoderamiento de la oportunidad Schumpetereana para la creación de una nueva aventura de negocios, la toma de riesgo financiero, y la función gerencial (Schloss, 1968). Frente a ello, Harvey Leibenstein (1968) definió que el empresario innovador es quien toma las acciones necesarias para crear una empresa, siendo un facilitador del mercado (Teoría Schumpeteriana), mediante la evaluación de los supuestos de la función de producción y el reconocimiento de la existencia de imperfecciones del mercado que no está definido o establecido. Primeramente, estableció cómo medir los niveles de eficiencia e ineficacia en el manejo de los recursos por parte de los empresarios. Posteriormente, sugirió que la actividad empresarial se puede fomentar mediante cambios en el “estado de motivación” de un área, la eliminación de los obstáculos del mercado, y la capacitación.

Richard Lynn (1969) identificó a los empresarios por su característica creativa; donde el emprendedor es una persona que crea un nuevo producto o servicio en su imaginación, y luego transforma la idea en realidad usando su energía y autodisciplina. Mientras que John Hornaday y Charles Bunker (1970) hallaron que los empresarios se ven a sí mismos muy alto en el nivel de energía, iniciativa y autosuficiencia. Mediante la comparación de las puntuaciones de los empresarios y los hombres en general, a través del Inventario de Preferencias Personales de Edwards (*Edwards Personal Preference Inventory*) y la Encuesta de Gordon de Valores Interpersonales (*The Gordon Survey of Interpersonal Values*). Además, Hornaday y About (1971) determinaron que los empresarios puntuaron significativamente más alto en las escalas que reflejan la independencia y la eficacia del liderazgo y significativamente inferior en necesidad de apoyo. Igualmente, definieron al empresario como la persona exitosa, hombre o mujer, que crea y desarrolla un negocio de la nada. Por su parte, Michael Palmer (1971) planteó que si se podía comprender el rol del emprendedor podría ser posible entrenar o supervisar personas para que actúen como emprendedores; para lo cual, era indispensable examinar las fuentes tanto psicológicas como ambientales del talento y la personalidad del emprendedor. A través de este estudio descubrió que los emprendedores eran ambiciosos de reconocimiento personal y demostraban habilidades de toma de riesgo y decisiones bajo circunstancias de incertidumbre.

Jeffrey A. Timmons (1971) planteó un modelo de emprendimiento sencillo que tiene al empresario exitoso como elemento esencial y equilibrador de los tres factores críticos del proceso emprendedor: oportunidad, equipo de trabajo y recursos. En 1974, Timmons contribuyó en la investigación referente al capital de riesgo (Timmons, 1974). Timmons, Smollen, y Dingee (1977) plantearon que el espíritu empresarial era una obsesión por la oportunidad y la toma de riesgos calculados, diseñando estrategias que le permitan administrar sus recursos limitados, balanceando el riesgo y la recompensa; definiendo el emprendimiento como la habilidad de crear una empresa u organización a partir casi de nada, tomando riesgos calculados y haciendo todo lo posible para evitar fallar, percibiendo una oportunidad donde otros ven caos, y controlando los recursos necesarios.

Timmons (1978), en una revisión de la literatura, identificó 14 características de un empresario: (1) control y energía, (2) autoconfianza, (3) participación a largo plazo, (4) dinero como una opción, (7) tomador de riesgo moderado, (8) tratar con el fracaso, (9) uso de la retroalimentación (10) toma de iniciativa y búsqueda de responsabilidades personales, (11) uso de recursos, (12) compite con los estándares auto impuestos, (13) locus de control interno, (14) tolerancia a la ambigüedad y la

incertidumbre. En Timmons (1989) destacó el impacto de la creatividad y el espíritu emprendedor de la humanidad en todo el mundo. Adicionalmente, Timmons (1994) realizó un análisis de más de 50 estudios, donde encontró un consenso en torno a las seis características generales de los empresarios: (1) compromiso y determinación; (2) liderazgo (3) obsesión oportunidad; (4) tolerancia al riesgo, ambigüedad e incertidumbre; (5) creatividad, confianza y capacidad de adaptación; y (6) motivación para sobresalir. Posteriormente, Timmons y Spinelli (2003) analizaron el papel de las pequeñas empresas, especialmente en el área de tecnología e información; donde la generación empresarial (p. 4), impulsada por la innovación, ha sido la mayor generadora de riqueza a través de la apertura de nuevos mercados y de la aceleración de cambios estructurales en la economía (p. 10). Dadas las contribuciones de la iniciativa empresarial a la sociedad, los políticos centran sus políticas en el apoyo a las nuevas empresas y en la promoción de la educación empresarial.

Henry Mintzberg (1939-) ha estudiado ampliamente lo que los administradores hacen y como lo hacen, su teoría se basa en que la gestión trata de la aplicación de las habilidades humanas para los sistemas, y no en la aplicación de sistemas para la gente (*British Library*, 2015). En *“La naturaleza del trabajo directivo”* propuso seis características de trabajo de gestión y diez funciones básicas de gestión. La característica número cinco indica que el trabajo de gestión es más un arte que una ciencia, la cual depende de procesos intuitivos y una idea de lo que es correcto. Las diez funciones básicas o roles de la gestión los agrupa en tres categorías: interpersonal, información y toma de decisiones; el rol del emprendedor encabeza la categoría de toma de decisiones, a quien le atribuye el iniciar el cambio y la adaptación al medio ambiente (Mintzberg, 1973). Asimismo, Israel Meir Kirzner planteó que el papel emprendedor impulsa el proceso siempre cambiante del mercado, siendo los cimientos de la teoría del descubrimiento empresarial austríaco: el papel emprendedor, el papel del descubrimiento, y la competencia rival (Kirzner, 1997). Su aporte al emprendimiento está plasmado en un gran número de obras, por las que en 2006, recibió el Premio Mundial de Investigación en Emprendimiento por el desarrollo de la teoría económica, haciendo hincapié en la importancia del rol del emprendedor, como árbitro, para el crecimiento económico y el funcionamiento del proceso capitalista (Henrekson y Lundström, 2009).

Douglas Durand y Dennis Shea (1974) analizaron los factores para lograr el éxito, estableciendo que los pensamientos se traducen con mayor éxito en acción, cuando el individuo se siente en control de su destino y reconoce los pasos que son instrumentales para alcanzar las metas. Adicionalmente, Longenecker y Schoen (1975, 1978) diferenciaron la administración del término emprendedor, a través de un

concepto llamado *“la esencia del emprendedor”*, el cual cuenta con tres elementos clave: la innovación, el riesgo y la autonomía. Por su parte, Shapero (1975) estableció como atributos de los empresarios la toma de iniciativa, organización, capacidad de riesgo, autoconfianza, y la reorganización de los mecanismos sociales y económicos para convertir los recursos y situaciones en hechos prácticos. De esta manera, el emprendedor es capaz de cambiar la función de producción, usando el potencial económico de diferentes factores productivos.

Abraham Zaleznik y Manfred Kets de Vries, desde una perspectiva psicoanalítica, se centraron en el teatro interior, la vida interior y las fuerzas inconscientes que obligan a la gente a la elección de una carrera en la gestión (Zaleznik y Kets de Vries, 1975); asimismo, establecieron la creatividad como un elemento común (Zaleznik y Kets de Vries, 1976). Además, Kets de Vries, estudió la inconsistencias de los padres de los emprendedores y los gerentes, cuya relación daba lugar a rasgos de personalidad diferentes como la motivación y la necesidad de poder respectivamente (Kets de Vries, 1977), así como la ansiedad (Kets de Vries, 1985). Entretanto, Joseph Mancuso (1975) estudió a los emprendedores contrastándolos con otros grupos, asumiendo el emprendimiento como una función discontinua y a los emprendedores como tomadores de riesgos. Además, Mancuso (1985) analizó que los factores para iniciar un negocio son: dinero, esfuerzo, idea o producto, y clientes; y concluyó, a través de las respuestas de los emprendedores experimentados, que el éxito de un negocio son los clientes, ya que ellos son quienes generan dinero, requerimiento de trabajo y demanda de productos.

Wayne G. Broehl, Jr. (1923 - 2006) estableció a los hombres y mujeres como agentes de cambio ya que tienen la iniciativa de dejar de lado las técnicas tradicionales y están dispuestos a introducir métodos modernos para sus comunidades (Broehl, 1978). Al mismo tiempo, Nathaniel H. Leff (1978) sostuvo que el emprendimiento es más importante en los países en vía de desarrollo, para la expansión de la producción y el cambio estructural, que en los países más desarrollados. De igual manera, la existencia de grupos económicos, si bien ayuda a sobrellevar las deficiencias del mercado, proveyendo de recursos de capital, tecnológicos y administrativos a los emprendedores, puede ser perjudicial para el desarrollo económico general a largo plazo. Para Leff (1979) los emprendedores son esenciales en el desarrollo económico de los países en vía de desarrollo, ya que cubren las deficiencias del mercado al movilizar recursos, que sin ellos no sería posible.

Richard E. Kihlstrom y Jean Jacques Laffont (1979) determinaron un equilibrio que demuestra que los individuos menos adversos al riesgo se convierten en

empresarios, y los más adversos al riesgo en trabajadores; siendo la aversión al riesgo la determinante fundamental. En ese mismo año, Toulouse (1979) describió tres contextos que definen a los emprendedores: los valores, la toma de riesgo y la acción. Posteriormente, Déry y Toulouse (1996) describen al emprendimiento como un paradigma en desarrollo que aún no cuenta con una estructura teórica disciplinar definida.

Karl Vesper definió al empresario desde diferentes posturas profesionales, expresando que para el economista es quien usa los recursos, la mano de obra y otros activos para desarrollar productos de mayor valor a través de innovaciones; mientras que para un empresario es un competidor agresivo y una amenaza, para otro, es un aliado, un cliente, un proveedor y un buen prospecto de inversión; para algunos políticos es un rebelde, descarriado, muy difícil de controlar, para otros, es alguien que logra que las cosas se hagan; para un filósofo capitalista es quien crea riqueza para él y para otros, utilizando de mejor manera los recursos y reduciendo desperdicios, creando trabajos que otros están felices de realizar (Vesper, 1980). De igual manera, James M. Buchanan y Alberto Di Pierro (1980) establecieron una relación entre la incertidumbre, la elección y su impacto en la decisión emprendedora; estableciendo que la elección empresarial está basada en la incertidumbre cognitiva y conducta de elección individual.

Gordon Baty (1981) estableció que la función empresarial comprendía la planeación, el montaje, el desarrollo, la motivación, y el éxito de la empresa. Conjuntamente, Baty (1990) determinó que la mente empresarial es el catalizador del éxito a través de la actitud sostenida en la confianza, la intuición, la racionalidad y la acción. Conjuntamente, para Gibb y Ritchie (1981) el fenómeno emprendedor puede ser circunstancial, en función de la situación en la que se encuentra la persona y de los grupos sociales con los que se relaciona; por lo que las etapas en el curso de su vida pueden influenciar la manera en la que se involucra con el emprendimiento, pudiendo ser: improvisadores (etapa temprana), revisionistas (a mitad de carrera), sobresalientes (segunda carrera), retardados (después del retiro).

Peter C. Newman (1981) catalogó a los emprendedores como seres sociales producto de su entorno, al reflejar las características del periodo y lugares donde viven. Mientras que Mark Casson (1982) desarrolló una teoría que vincula a los emprendedores con el desarrollo económico; en la que expresa que el emprendedor a través de su juicio, toma decisiones para la mejor asignación de recursos escasos, como el capital y el trabajo. Asimismo, Geoffrey G. Meredith, Robert E. Nelson y Philip A. Neck (1982) definieron a los emprendedores como personas capaces de evaluar las oportunidades de negocio, reunir los recursos necesarios y tomar decisiones que les

permitan alcanzar el éxito. Por otra parte, Robert F. Hébert y Albert N. Link (1982) distinguieron al emprendedor del gerente, al ser quien asume la responsabilidad de sus decisiones calculadas que afectan la ubicación, la forma y el uso de bienes, recursos o instituciones.

Peter Mathias (1983) sostuvo que los emprendedores de la revolución industrial del siglo XIX conocían y aplicaron nuevas técnicas para satisfacer las cambiantes necesidades del mercado, en lugar de crear grandes innovaciones o inventos propios. En otra línea, Howard Stevenson (1983, 1985, 1988) planteó que a pesar de los recursos actuales, el proceso empresarial es la continua búsqueda de una oportunidad. En Stevenson (1990) se establece que para ser emprendedor a más de crear una empresa, se debe siempre innovar; sea creando un producto nuevo o una nueva forma de producción o hacer tareas, lo cual se ve reflejado en el emprendimiento corporativo, es decir, en la capacidad de las empresas de actuar emprendedoramente (Stevenson y Jarillo, 1990). Adicionalmente, Stevenson (2000) presentó la importancia del contexto cultural en el desarrollo de los emprendedores, diferenciando a los emprendedores exitosos (quienes poseen una cultura emprendedora) y a los ejecutivos exitosos (quienes poseen una cultura administrativa), a través de seis dimensiones: la orientación estratégica, compromiso con la oportunidad, proceso de compromiso, control de recursos, estructura administrativa, y el sistema de recompensas.

Robert Ronstadt (1984) planteó que la riqueza es desarrollada por personas que toman riesgos en término de capital, tiempo, y compromiso personal con el objetivo de generar valor incremental a sus productos y servicios sean estos nuevos o no. En ese mismo año, Carland, Hoy, Boulton y Carland (1984) establecieron diferencias entre los emprendedores y los propietarios de pequeñas empresas, ya que si bien existe una superposición entre empresas emprendedoras y las pequeñas empresas, éstas son entidades diferentes.

Guifford Pinchot (1985) estudió el “*intrapreneuring*”, una forma interna de iniciativa empresarial, que debe ser promovida a través de una cultura corporativa que fomente la innovación dentro de la organización mediante la identificación de ideas en empresas comercialmente viables. Pinchot planteó que los “*intrapreneurs*” prefieren la acción más que una amplia planificación; sin embargo, asumen riesgos calculados y la responsabilidad de imaginar las estrategias de producto, del mercado y de gestión necesarias alineadas con las necesidades de la empresa, enfocándose en la visión, aplicando su compromiso, su esfuerzo, su investigación y sobre todo la acción para llevar a cabo las ideas propuestas, y no en la necesidad de preocuparse acerca de cómo proteger el capital de inversión a lo que se enfrentan los empresarios, así como

su temor a resultados inciertos o fracasos seguros. Finalmente, propuso un sistema de “intracapital”, el compromiso de proporcionar una cierta cantidad de fondos discrecionales y sin una fecha de caducidad, como recompensa a los intrapreneurs.

Pierre-André Julien demostró que los recursos humanos, naturales y materiales de un territorio o una comunidad son inseparables del desarrollo de las pequeñas y medianas empresas; siendo el estudio de estos fundamentos teóricos la base para desarrollar, en 1985, el Grupo de Investigación de Economía y Gestión de la Pequeña y Mediana Empresa (GREPME) (Hémond, 1997). En 1998, publicó con la mayoría de los 14 miembros contribuyentes de GREPME, una guía para futuras investigaciones de la teoría de la pequeña empresa y su desarrollo continuo en todo el mundo. Sus aportaciones abarcan varios niveles de enfoque, desde el capital a los intercambios socio-psicológicos, y desarrolla una nueva teoría de la pequeña empresa en base a la inestabilidad o contingencia. Además, la misma cubre todos diversos aspectos de las pequeñas empresas: su importancia, teoría económica, desarrollo local, distribución y ubicación, espíritu empresarial, gestión estratégica, marketing, nuevas tecnologías, gestión de operaciones, problemas financieros, así como los sistemas de información y gestión de los recursos humanos (Julien, 1998).

Bruyat y Julien (2000) reformularon la definición de emprendimiento como campo de estudio, enfatizando la necesidad de considerar tanto al individuo (líder o equipo) como el proyecto (creación de nuevo valor sea una organización y/o una innovación)¹³⁸ y luego los vínculos entre ellos a lo largo de la puesta en marcha, la supervivencia y/o proceso de desarrollo, y, finalmente, la influencia del medio ambiente para poder entender el fenómeno. Los autores explican el emprendimiento como *“Emprendimiento se refiere, ante todo, con un proceso de cambio, la emergencia y la creación: creación de nuevo valor, sino también, y al mismo tiempo, el cambio y la creación para el individuo”* (p. 173); por lo que sugieren priorizar los métodos de investigación cualitativos de tipo longitudinal para su estudio, ya que considera la dinámica del sistema y el aspecto del tiempo que requiere el desarrollo del proceso emprendedor.

William B. Gartner (1985) planteó que las diferencias entre empresarios y sus empresas son tan grandes como la variación entre los emprendedores y no emprendedores, y entre las nuevas empresas y las empresas establecidas; además, determinó un marco para la descripción de la creación de empresas mediante cuatro perspectivas principales en la iniciativa empresarial: características del individuo que

¹³⁸ “El objeto científico del campo del emprendimiento es el sistema empresarial o el individuo y una nueva creación de valor (NVC) dialógica (Maruyama, 1974) (Morin, 1989). Los principales aspectos del fenómeno identificados por un número de investigadores (Gartner, 1985): el individuo, el objeto creado (una organización y/o una innovación), el medio ambiente y el proceso” (Bruyat y Julien, 2000).

comienza la aventura, la organización que crea, el medio ambiente que envuelve a la nueva empresa y el proceso para ponerla en marcha. En 1988, definió que “*el emprendimiento es la creación de nuevas organizaciones*”; explicando que lo que diferencia a los emprendedores de los no emprendedores, es que los emprendedores crean organizaciones, mientras que los no emprendedores no lo hacen (Gartner, 1988, p. 26). En 1990, realizó un estudio que exploró las diferencias y similitudes de las definiciones, metodología y naturaleza del emprendimiento generados por académicos y profesionales (Gartner, 1990). En 1995 fue co-fundador del Consorcio de Investigación del Emprendimiento, el cual se basa en estudios longitudinales sobre la dinámica del emprendimiento; que incluye todo el ciclo del emprendimiento, desde cómo los empresarios identifican oportunidades, reconocen y resuelven problemas de puesta en marcha, hasta cómo toman medidas para lanzar con éxito nuevas empresas (Gartner *et al.*, 2004, p. 132). En el año 2005 recibió el Premio Global por Investigación del Emprendimiento, por sus estudios sobre la creación de empresas y el comportamiento empresarial, que combina las mejores partes de la tradición de la investigación positivista y hermenéutica (*Global Award for Entrepreneurship Research*, 2005).

Murray B. Low e Ian C. MacMillan definieron el emprendimiento como la acción de crear una nueva empresa, y a la investigación en emprendimiento como la búsqueda de información que facilite su desarrollo económico; abarcando el estudio de diversas disciplinas como economía, sociología, finanzas, historia, psicología y antropología (Low y MacMillan, 1988, p. 142). Low y MacMillan (1988) sugirieron que la cultura de la organización está compuesta por su experiencia, comportamientos, y valores de los emprendedores, por lo que deben evitar comportamientos que tengan consecuencias organizativas disfuncionales. Al mismo tiempo, destacaron que cada empresa tiene sus propios factores claves de éxito, y que se necesita destinar recursos a estas áreas, ya que su descuido puede provocar el fracaso de la misma. Por otra parte, destacaron la importancia de la red de contactos tanto para captar oportunidades como para desarrollarlas, y que si bien la planificación es necesaria, no se debe exceder el tiempo de dedicación en el desarrollo de un plan, más bien se debe estar alerta a las tendencias y ser lo suficientemente flexibles para responder con agilidad a las nuevas oportunidades (p. 155). En esa misma línea, Rein Peterson y Kimble Ainslie (1988) establecieron que un ambiente conducente al emprendimiento está dado por una intervención limitada del gobierno.

Louis Jacques Filion se especializa en la investigación de los sistemas de actividad de los “*entrepreneurs*” e “*intrapreneurs*”, el proceso visionario y la creación de empresas (H.E.C. Montreal , 2015). En su tesis doctoral determinó que el proceso

de la visión depende de los valores y energía de los emprendedores; así mismo planteó que hay más oportunidades de convertirse en un emprendedor cuando hay un modelo en la familia o el ambiente (Filion, 1988). En Filion (1991) planteó un meta modelo que implica tres categorías de la visión: emergente, central y secundaria; el principal factor que sostiene tanto el desarrollo de la visión como su logro es el sistema de relaciones del emprendedor, el liderazgo, la energía y el sistema perceptivo condicionado por los valores propios de cada individuo. La conclusión del estudio, estableció que un proceso visionario presenta un interés por actividades emprendedoras, ya que ofrece un marco de reflexión y acciones de lo que están haciendo los emprendedores; quienes imaginan, desarrollan y realizan su visión.

Filion (1997) identificó las diferentes corrientes del pensamiento para la definición, caracterización y tipología del emprendedor desde las diferentes disciplinas: economistas, conductistas, ingenieros, financieros, administradores, especialistas de marketing; así como presentó su propia tipología que identifica seis tipos de propietario-administrador de pequeñas empresas: el leñador, el seductor, el jugador, el aficionado, el converso, y el misionero. En 1998, analizó el proceso emergente del campo del emprendimiento y el establecimiento de la ciencia para su estudio “*entrepreneurology*” (emprendología)¹³⁹; definiendo el campo del emprendimiento como aquel que estudia a los emprendedores: sus actividades, características, efectos económicos y sociales, y los métodos de apoyo utilizados para facilitar la expresión de la actividad empresarial. Asimismo, planteó que para crear una teoría del emprendedor habría que separar la investigación aplicada de la investigación teórica, mediante el establecimiento de la nueva ciencia de la “*entrepreneurology*”; compuesta de un *corpus* teórico creado de estudios de los “*entrepreneurologists*” (emprendologistas)¹⁴⁰ en las diversas disciplinas.

Robert Hisrich y Michael Peters (1989) afirmaron que el espíritu empresarial trata del proceso para la creación de algo nuevo que tenga valor; para lo cual se requiere tiempo, esfuerzo, y la toma de riesgos financieros, físicos, psicológicos o sociales que permitan alcanzar una satisfacción e independencia económica y personal. Mientras que William Bygrave (1989) planteó que el emprendimiento necesita sus propias teorías y métodos de investigación; y ya que el espíritu empresarial es un proceso que evoluciona con el tiempo, hizo ocho recomendaciones en los métodos de investigación del paradigma del emprendimiento: centrarse en la investigación en su conjunto a través de estudios de casos; un mayor número de modelos empíricos para la construcción de teorías sólidas; estudios de campo;

¹³⁹ También traducido como emprendedología (p.21) (Filion, 1999).

¹⁴⁰ También traducido como emprendedologistas (Filion, 1999, p. 21).

investigación de campo; más estudios longitudinales, ya que no se lo puede valorar completamente sólo con estudios transversales; más investigadores; bases de datos derivadas de campos originales con sus propios conjuntos de datos construidos a partir de datos en bruto; y enfocarse en la excelencia de la investigación, en lugar de en una ciencia revolucionaria.

Bygrave (1993) estableció que el proceso empresarial se inicia por la voluntad de un ser humano único, siendo un cambio dinámico y discontinuo de estado, que trata de numerosas variables y es extremadamente sensible a las condiciones iniciales, por lo que establecer modelos matemáticos del proceso de emprendimiento no es aplicable. Destacó la apreciación de algunos observadores que creen que la respuesta a la teoría de la iniciativa empresarial se puede encontrar en la teoría del caos (ciencia relativamente nueva que fue popularizada por Gleick en su libro *Caos: creación de una ciencia*¹⁴¹). Además, analizó la ecuación fundamental para la teoría de la ecología de la población, mostrando que son una metáfora matemática porque la precisión de las medidas que se necesitan para observar cierto caos científico en el proceso emprendedor son inalcanzables en la práctica.

Johannisson y Senneseth (1990) sugirieron un estudio de cinco paradojas del espíritu emprendedor: independencia vs. dependencia, proceso vs. atributos personales, revolución vs. evolución, visión vs. acción, y orientación social vs. negocio; donde la resolución de una o más de las paradojas aportará al desarrollo teórico del emprendimiento. Por otra parte, Peter Rosa y Alison M. Bowes (1990) establecieron que el emprendimiento integra las fuerzas económicas y sociales que contribuyen al desarrollo económico y social de los países. Mientras que Jeffrey G. Covin y Dennis P. Slevin (1991) plantearon un modelo de emprendimiento basado en el comportamiento, siendo éste el elemento central y esencial del proceso emprendedor; donde las acciones son medibles y sobre todo manejables mediante estrategias, estructuras, sistemas, y culturas organizacionales dadas de acuerdo a los componentes del modelo: postura emprendedora, desempeño empresarial, variables externas, variables estratégicas, y variables.

J. Barton Cunningham y Joe Lischeron (1991) identificaron seis escuelas del pensamiento para describir el comportamiento emprendedor: la escuela de la gran persona o el gran hombre (intuitivo, vigoroso, con energía, persistente, y con autoestima); la escuela de las características psicológicas (con valores personales, tomador de riesgo, necesidad de logro, y otros); la escuela clásica (con innovación,

¹⁴¹ Trata de las circunstancias del mundo cotidiano que conectan especies inconexas de la naturaleza mediante la actividad matemática (Gleick, 1987; Baker y Gollub, 1990; Feldman, 2012).

creatividad, y descubrimiento); la escuela administrativa (planifica la producción, organiza personas, maneja el capital y el presupuesto); la escuela de liderazgo (motivador, director, y líder); y la escuela del intraemprendimiento (detecta oportunidades y maximiza las decisiones). Adicionalmente, contribuyeron en la construcción de una definición moderna, basada en estas escuelas, describiendo al emprendedor como alguien que es innovador, tiene necesidad de logro, control personal, busca oportunidades, y asume riesgos calculados.

Scott Kunkel (1991) describió la actividad emprendedora como un cambio radical o estratégico adentro o afuera de organizaciones existentes, independientemente de la creación o no de un nuevo negocio; estableciendo una tipología de emprendedores e intraemprendedores. Posteriormente, planteó una tipología de actividades emprendedoras en lugar de la tipología de tipos de emprendedores establecida en 1991; esta tipología incluye cinco actividades clave para los emprendedores y cinco para los intraemprendedores (Kunkel, 2001). Por otra parte, Paul D. Reynolds (1991) estableció que los sistemas socioeconómicos actuales son capaces de sobrellevar las presiones de las grandes corporaciones. Por otra parte, la actividad emprendedora y las políticas gubernamentales favorables, tienen un impacto significativo en el desarrollo económico de la sociedad. De igual manera, el contexto social de un individuo, su percepción de las oportunidades disponibles y sus rasgos de personalidad son muy importantes para emprender.

Herron y Robinson (1993) plantearon que la habilidad empresarial y el entrenamiento se ven afectados por factores tales como rasgos de la personalidad y motivación, resultando en comportamiento emprendedor; mientras que el acto empresarial, se ve mayormente afectado por el contexto ambiental en el que se realiza, la seguridad del entorno externo y la estrategia adoptada por el empresario. Mientras que para Andrew H. Van de Ven y Raghu Garud (1993), la mayoría de las innovaciones empresariales son logros de la infraestructura empresarial, compuesta por muchos actores en los sectores público y privado; que desarrollan un entorno de apoyo al emprendimiento, dado por un sistema industrial para la innovación que es aprovechado por los emprendedores. A pesar de ello, Amit, Glosten y Muller (1993) plantearon que hasta el momento no hay una teoría del emprendimiento que esté completamente desarrollada y generalizada; también, describieron al emprendedor como individualista, predispuesto al riesgo y con una orientación masculina.

Ivan Bull y Gary E. Willard propusieron una teoría tentativa de emprendimiento a través de la revisión de literatura e investigaciones de diversos autores, pero estructurada en la base de la definición de Schumpeter; su planteamiento establece cuatro circunstancias que permiten las condiciones idóneas para crear las

combinaciones que denoten en discontinuidades o innovación emprendedora: motivación relacionada a la tarea, experiencia, expectativa de ganancia para uno mismo, y un ambiente de apoyo (Bull y Willard, 1993; Bull *et al.*, 1995).

Kenneth Richard Blawatt (1995), estableció características como iniciativa, desempeño, entre otras para definir al emprendedor a través de un modelo conceptual del emprendimiento basado en un contexto de evolución, donde las actividades y roles cambian gradualmente. Blawatt (1998) planteó al emprendimiento como una serie de habilidades cuyos principios antológicos son tan antiguos como el desarrollo mismo de la humanidad; siendo éste no solo la génesis de la actividad empresarial sino la base de una economía, es decir, la economía misma de una nación. Determinó que el entorno tecnológico y global están enmarcados en una conciencia social, y son afectados por el cambio demográfico en la fuerza de trabajo y la reducción de los mercados; por lo que son necesarias nuevas formas de planificación, organización, y dirección de las organizaciones mediante la creación de organizaciones emprendedoras basadas en el desarrollo de la innovación, la retención de clientes, la productividad y el crecimiento (Blawatt, 2014).

Jean-Pierre Bécharde (1996) clasificó tres niveles o ejes de conocimiento para el estudio del emprendimiento: praxiológico, disciplinario, y epistemológico. El primero trata la práctica de gestión y el desarrollo del emprendimiento. El segundo se refiere a la teoría económica, psicológica, socio-cultural y organizacional en el campo del emprendimiento. Y el último se centra en la definición, modelado, clasificación y evaluación del emprendimiento. Por su parte, Patricia H. Thornton (1999) investigó la sociología del emprendedor desde la perspectiva del individuo y con mayor énfasis desde la perspectiva del contexto en el que el espíritu empresarial se desarrolla, es decir, como la influencia de las empresas y los mercados sobre cómo, dónde y por qué se fundan nuevas empresas. En este sentido, Shane, S. y Venkataraman S. propusieron un marco conceptual para el fenómeno del emprendimiento como campo de estudio que involucra cómo, por quiénes, y con qué efectos las oportunidades de crear futuros bienes y servicios son descubiertas, evaluadas y explotadas (Shane y Venkataraman, 2000, p. 218)

Robert L. Formaini, economista *senior* en el Departamento de Investigación de la Reserva Federal del Banco de Dallas, definió al emprendedor como ingenioso, innovador, tomador de riesgo, y un creativo administrador, cuyas acciones pueden perturbar y coordinar la economía de mercado. Además, planteó al emprendimiento como el motor del proceso y progreso capitalista, y que limitar el alcance de la actividad empresarial en cualquier economía, tenía costos sociales de menos innovación, más lento crecimiento y la reducción de la libertad económica; e indicó que

la forma en que se trata a los emprendedores, tiene efectos inmediatos y profundos en el desempeño económico nacional general y la dirección de la actividad económica (Formaini, 2001).

Nicolai J. Foss y Peter G. Klein (2004) sostuvieron que la teoría del emprendimiento y la teoría económica de la empresa están estrechamente relacionadas; el empresario necesita una empresa, es decir, un conjunto de bienes alienables que él controla para llevar a cabo su función. Del mismo modo, la teoría económica de la empresa puede mejorar sustancialmente tomando en serio la heterogeneidad esencial de bienes de capital y la consiguiente necesidad de experimentación empresarial para hallar nuevos usos de los activos heterogéneos, límites de la empresa, así como, aspectos de organización interna.

Steven Klepper (1949 – 2013) contribuyó con un trabajo pionero que integró los elementos de los modelos económicos tradicionales con la teoría evolutiva, reduciendo las diferencias entre el estudio de la iniciativa empresarial y la corriente principal de la economía (Klepper y Sleeper, 2005). Klepper estudió la evolución de las industrias, en particular el papel que las nuevas empresas desempeñan en la innovación y el crecimiento económico. Su investigación exploró qué industrias innovadoras experimentan *shakeouts* y terminan dominadas por un pequeño número de productores, y cómo algunas industrias se agrupan en *clusters* geográficamente, como *Silicon Valley*, promovidos por sus empleados para competir en el mismo sector con empresas de renombre, creando un proceso biológico de la reproducción y herencia. Por lo demás, subrayó que las instituciones de educación más importantes de los EE.UU. no son necesariamente las escuelas, sino las empresas, e indicó que las políticas públicas deben ser estructuradas para facilitar la formación de *spin offs* (Klepper, 2010; Klepper y Thompson, 2010; Klepper, 2011). Al mismo tiempo, planteó una investigación innovadora sobre la naturaleza del cambio tecnológico, desafiando la teoría convencional sobre las estructuras de mercado competitivas, monopolios y nuevas empresas (Braguinsky *et al.*, 2012).

Thomas Grebel (2007) se refirió al emprendedor como el líder del proceso de transformación económica (p.154) y tecnológica (pp.156-157). Además, sostuvo que el ser emprendedor no es efecto del nacimiento, sino que el comportamiento emprendedor involucra aspectos psicológicos, sociológicos, culturales, económicos, así como rasgos personales, que aunque no garantizan que una persona será emprendedora, si incrementa su propensión a serlo. El emprendedor tiene que ser capaz de influenciar a su red de contactos sociales para que lo apoyen o acompañen en su aventura de negocios a través de la aplicación de habilidades de percepción social, adaptabilidad social, expresividad, y administración de impresiones; la base

financiera determina la estructura organizacional, escala y alcance de la empresa, por lo que el emprendedor debe tener un conocimiento superior y capacidades que le permitan coordinar y dirigir las dinámicas del cambio económico y tecnológico.

Alain Fayolle (2007), ofreció una perspectiva profunda acerca de la creación de empresas, mediante un enfoque basado en procesos, fundamentada de cómo la teoría y la práctica de la iniciativa empresarial, junto con la ciencia administrativa, se entrelazan para formar una nueva disciplina; considerando las dinámicas económicas y sociales en el fomento de la sostenibilidad, el rendimiento y el crecimiento con las capacidades del emprendedor y sus conocimientos de su red social, en la disponibilidad de recursos financieros, y las próximas oportunidades e innovaciones.

Leo Paul Dana centró sus investigaciones en temas culturales como el emprendimiento internacional (Dana y Wright, 2004) y el emprendimiento indígena (Dana, 2007), en los cuales propuso que la oportunidad está determinada o influenciada culturalmente. En 2011, editó *“The World Encyclopedia of Entrepreneurship”*, *“La Enciclopedia Mundial del Emprendimiento”*; en la cual los más eminentes académicos en el área del emprendimiento trataron temas como: ángeles de negocio, clan chino de emprendimiento, aproximación de la configuración del emprendimiento, investigación, emprendimiento criminal, definición del emprendedor, economía y emprendimiento, emprendimiento (*startups*) de los empleados, toma de decisiones empresariales, teoría de la internacionalización intermediada, emprendimiento internacional, internacionalización de los emprendedores europeos, emprendimiento involuntario, el Islam y el emprendimiento, aprendizaje de la planificación empresarial, emprendimiento de edad madura, pastoreo como una forma de emprendimiento, conveniencia empresarial, orientación empresarial, educación empresarial, el emprendimiento en la economía étnica, política de la iniciativa empresarial, del medio ambiente a la iniciativa empresarial, la ética y el espíritu empresarial, espíritu empresarial de minorías étnicas, hacia la economía basada en la administración, salida, negocios familiares, viabilidad de la iniciativa empresarial, proximidad geográfica de la iniciativa empresarial, emprendimiento global y transnacionalismo, contexto histórico de la iniciativa empresarial, empresario hotelero, Howard Hughes, la Compañía *Hudson Bay*, teorías implícitas de la iniciativa empresarial, el espíritu empresarial indígena en función de las percepciones culturales de oportunidad, innovación interdependiente, proceso, enfoque quantum-holográfico de la psico-fisiología de la acción intuitiva, contexto regional del emprendimiento, la religión como variable explicativa para el emprendimiento, el emprendimiento rural, destrucción creativa de Schumpeter y el espíritu empresarial, auto-eficacia, señalización, juegos de simulación, pequeña isla del emprendimiento, emprendimiento

social, estrategia y emprendimiento, equipos, empresas de rápido crecimiento de mercado medio en Gran Bretaña, emprendimiento territorial, emprendimiento del tercer mundo, confianza y emprendimiento, capital de riesgo (Dana, 2011).

En este apartado se presentó una trayectoria resumida de las diferentes teorías acerca del Emprendimiento. No obstante, existe una vasta bibliografía, imposible de ser abarcada en una sola investigación, ya que la misma aumenta exponencialmente día a día, proporcionando una visión general de la literatura, al recoger las contribuciones de muchos otros destacados autores (Kent *et al.*, 1982; Vesper, 1983; Sexton y Smilor, 1986; Wortman, 1987, 1989; Wortman y Birkenholz, 1991; Hofer y Bygrave, 1992; Welsch, 1992; Kirchhoff, 1992, 1994; Wee, Lim, y Lee, 1994; Shane, 1997; Julien, 1998; Thornton, 1999; Landström y Johannisson, 1999; Johannisson, 1999, 2004, 2009; Verstraete y Fillion, 2001; Verstraete y Fayolle, 2005; Verstraete, 2006, 2012), quienes presentan diferentes aristas e implicaciones del Emprendimiento, el cual, a pesar de toda esta teorización, aún es un paradigma en evolución, encontrándose lejos de ser una ciencia.

2.2 Caracterización

Los especialistas en comportamiento han identificado las características más frecuentes de los emprendedores: innovadores, líderes, tomadores de riesgo moderado, creadores, energéticos, perseverantes, originales, optimistas, orientados a los resultados, flexibles, ingeniosos, con iniciativa, necesidad de logro, locus de control, confianza en sí mismo, participación a largo plazo, tolerancia a la ambigüedad y la incertidumbre, aprendizaje, utilización de recursos, sensibilidad hacia los demás, agresividad, confianza, y que tienen al dinero como medida del rendimiento (Cole, 1959; Collins y Moore, 1970; Blawatt, 1995; Hornaday, 1982; Meredith *et al.*, 1982; Timmons, 1978 citados en Fillion, 1997, 2002). El emprendimiento involucra un gran número de disciplinas (Low y MacMillan, 1988, p. 142; Cunningham y Lischeron, 1991; Béchar, 1996), las cuales aportan con diferentes características propias de su área de conocimiento.

Block, Thurik, van der Zwan, y Walter (2013) plantean que las determinantes para iniciar el emprendimiento a nivel individual son el capital humano, la actitud ante el riesgo, y la inventiva; mientras que a nivel nacional se destacan el nivel de la cultura inherente a la tolerancia al riesgo, el nivel de innovación, y la dificultad administrativa de iniciar un nuevo negocio. Para Klyver y Schenkel (2013), el enfoque potencial de las influencias en la creación de nuevas empresas se aborda explícitamente en los efectos que se generan al interrelacionar factores como recursos humanos, sociales y financieros. Mientras que, Verbeke y Yuan (2013) proponen la existencia de varias

configuraciones para aumentar la actividad empresarial de acuerdo a las capacidades, holgura y factores ambientales, en otras palabras el dinamismo y la hostilidad son vitales para disminuir la ineficiencia en emprendimientos que crecen rápidamente en los mercados emergentes. Entretanto, Foss, Lyngsie y Zahra (2013) sugieren que los factores externos que caracterizan a los emprendedores se basan en la toma de estrategias, visualización de oportunidades, procesos de interacción laboral y la capacidad de alcanzar logros entre los miembros de la organización y el cliente externo. El acceso a conocimientos externos para el proceso de explotar oportunidades se lo realiza con las características propias de un hombre exitoso.

Simoës, Crespo y Moreira (2016) consideran que los principales factores para el análisis de un emprendimiento o autoempleo factible están agrupados en siete categorías: las características individuales básicas (sexo, edad, estado civil, y los niños), los antecedentes familiares (padres y cónyuge), características de la personalidad, el capital humano (educación y experiencia), el estado de salud, la nacionalidad, el origen étnico y el acceso a los recursos financieros. Por su parte, Brinckmann y Kim (2015) examinan los atributos del emprendimiento como la autoeficacia, humanismo, planificación del capital económico y promoción del espíritu empresarial que ayudan en la formalidad del plan de negocios. Según Hornsby y Messersmith (2015), el desempeño del sistema de recursos humanos porque desarrolla el capital humano y social para aplicar la eficiencia en las prácticas administrativas; de tal forma que las empresas tengan más probabilidades de generar ganancias y programas de capacitación. Mediante la revisión de publicaciones especializadas se han establecido once características principales de los emprendedores, las mismas que están conectadas entre sí, a través de los procesos cognitivos (Figura 3).



Figura 3. Principales características de los emprendedores en base a procesos cognitivos. Elaboración propia a partir de la revisión de publicaciones especializadas.

2.2.1 Procesos cognitivos

Arora, Haynie y Laurence (2013) consideran que las implicaciones del pensamiento contra factual de autoeficacia emprendedora son moderadas por las diferencias individuales según los atributos de disposición del empresario, basado en los principios de la teoría de la cognición social. En esa misma línea, Wood y Williams (2014) sugieren que los emprendedores aplican la ciencia cognitiva en el pensamiento basado en normas para evaluar la oportunidad empresarial, tales como: la novedad de la oportunidad, eficiencia de los recursos, y el escenario del peor caso; las diferencias individuales en la oportunidad del mercado y el conocimiento de tecnología aumenta el efecto de las normas sobre el atractivo de las oportunidades.

Landini, Leeuwis, Long y Murtagh (2014) proponen, basados en el enfoque psicosocial para el desarrollo de nuevos emprendimientos, que la psicología del desarrollo rural es una ayuda a la proporción de nuevos conocimientos y herramientas para el análisis de escenarios y conclusión de equidad social que pueda delinear la toma de decisiones; habiendo ámbitos empresariales que tienen muchas limitaciones y requieren aportaciones de la psicología, para lo cual, es necesario adoptar un enfoque crítico e interdisciplinario para controlar la complejidad y multi determinación. Para Doern y Goss (2014) las emociones negativas juegan un papel muy importante en la iniciativa empresarial porque suscitan interacciones y un comportamiento tranquilo, esto quiere decir que generan atención directa y energía en el crecimiento del negocio

así como su desarrollo. Mientras que Byrne y Shepherd (2015) consideran que al formar o madurar un emprendimiento se expresan diferentes estados emocionales que reflejan diferentes esfuerzos para dar sentido a las experiencias de fracaso, éxito, sentido a una pérdida, ganancia; donde, las emociones positivas proporcionan recursos cognitivos para brindar calidad, buen servicio y la construcción de estrategias cognitivas que promueven la auto-reflexión.

Sandeep y Ravishankar (2015) sugieren que los procesos de socio psicología permiten descubrir y evaluar estrategias empresariales relacionadas con beneficios materiales, igualitarismo y micro procesos de negociación con la innovación en el mercado donde se desarrollan. Por ejemplo, Ratten (2015) plantea que la teoría cognitiva social es utilizada para poner a prueba el modelo de aceptación tecnológica respecto a la predisposición de los consumidores de aceptar servicios tecnológicos de *cloud computing* para impulsar el negocio, permitiendo evaluar la capacidad de innovación de los consumidores, los problemas de seguridad, el rendimiento, las expectativas y las redes sociales.

Dew, Grichnik, Mayer-Haug, Read y Brinckmann (2015), según la cognición situada, noción de que la actividad cognitiva implica intrínsecamente la percepción y la acción en el contexto de un cuerpo humano situado en un entorno real, sugieren que el emprendimiento involucra la co-creación y la interacción en una economía compartida basada en las nuevas tecnologías. Conjuntamente, Foo, Uy y Murnieks (2015) estiman que los procesos cognitivos de los empresarios son influenciados por la valencia y activación afectiva para identificar oportunidades. Para Wood y McKelvie (2015) las dinámicas cognitivas llevan a algunas personas a creer que una serie de circunstancias representa una oportunidad atractiva, mientras que otros tienen poca confianza en que las mismas circunstancias representan una oportunidad en absoluto.

2.2.1.1 Género

Wilson, Whittam, y Deakins (2004) proponen que a pesar de la baja participación de las mujeres en el emprendimiento, existen recientes desarrollos políticos en la provisión de apoyo a las mujeres con miras a ayudarlas a superar las barreras de confianza, riesgo, motivación para el inicio de las empresas y cuidado de los niños en términos de programación; brindando apoyo empresarial a las mujeres en un marco democrático participativo e intersectorial, lo cual aportará en áreas problemáticas como la mitigación de la pobreza, la inclusión social, la promoción, el acceso a la financiación y la incorporación de la perspectiva de género.

Carter, Shaw, Lam y Wilson (2007) indican que las empresas propiedad de mujeres comienzan con niveles más bajos de capitalización global y menores ratios de

financiamiento de deuda; donde una de las razones es que los procesos utilizados por los oficiales de préstamos de hombres y mujeres para negociar las solicitudes de préstamos revelaron las mayores diferencias. De igual manera, Kwong, Thompson, Jones-Evans y Brooksbank (2009) sugieren que hay diferencias considerables entre los diferentes grupos étnicos en el nivel de actividad empresarial de las mujeres, sus actitudes hacia el espíritu emprendedor y el capital social disponible al iniciar un negocio.

Minniti (2009) estima que a pesar de que el emprendimiento es universalmente humano y que en todo el mundo, a lo largo de la historia, la gente ha creado negocios, y que las mujeres representan más del 50% de la población mundial, éstas poseen y gestionan significativamente menos empresas que los hombres; los tipos de empresa y los estilos de gestión varían según el sexo, aunque existen variaciones también entre las mujeres empresarias de varios países y entre las mujeres que participan en el espíritu empresarial y las que no, dado por las variables demográficas y socioeconómicas, percepciones subjetivas y factores e instituciones culturales, donde tales diferencias tienen implicaciones significativas a nivel macroeconómico. Minniti (2010) agrega que la contribución al bienestar resultante de la actividad empresarial femenina es superior a la que resulta de la actividad de los hombres, aunque esta es significativamente menor que la de los hombres.

Dalborg, von Friedrichs y Wincent (2012) consideran que las mujeres emprendedoras intentan reunir y resolver bloques distintos y únicos con el fin de hacer crecer sus empresas, donde variables como los beneficios y la propiedad pueden explicar tales transferencias de ambiciones de crecimiento. Sweida y Reichard (2013) proponen que hay un estereotipo dual asociado con el emprendimiento de alto crecimiento (*High Growth Entrepreneurship*, HGE), que afecta negativamente a la intención y la autoeficacia de las mujeres, limitando así su participación en emprendimientos de alto crecimiento en industrias tradicionalmente no femeninas, como la manufactura o la tecnología; por lo que al disminuir estas barreras y aumentar la autoeficacia de la HGE de las mujeres, debería ser posible aumentar la intención de las mujeres de participar en la creación de empresas de alto crecimiento en estas áreas.

Gupta, Turban y Pareek (2013) plantean que la activación del estereotipo de género en hombres y mujeres puede tanto impulsar como obstaculizar las tareas empresariales, tales como la evaluación de oportunidades, en función del contenido del estereotipo y la manera en que se presenta abiertamente o sutilmente. Junto a ello, Jennings, Jennings y Sharifian (2016) proponen que el emprendimiento como emancipación, es una característica en la que los empresarios persiguen la liberación;

siendo las mujeres menos propensas a hacerlo. Asimismo, Eddleston, Ladge, Mitteness y Balachandra (2016) sugieren que el papel moderador de la teoría de roles de género al momento de emprender dictaminan que se ve afectada la cantidad de capital emprendedor y la calidad inherente de la empresa. Por su parte, Marlow y McAdam (2015) consideran que la incubación de tecnología como un proceso de inducción legitimador, alienta a las mujeres para reproducir representaciones masculinizadas del emprendedor de tecnología normativo.

Lewis (2015) propone que el emprendimiento y el liderazgo se promulgan como ejemplos de la práctica y formas de identidad; el liderazgo empresarial y cómo ser un líder se integra en el desarrollo de identidad empresarial a través del trabajo de identidad de género. Por ejemplo, Martin, Wright, Beaven y Matlay (2015) estiman que cada vez menos mujeres participan en la ingeniería científica y la tecnología (*Science Engineering and Technology, SET*) empresariales en cada etapa de desarrollo, desde la capacitación hasta el empleo, donde algunas mujeres se establecen y crecen sus negocios mientras que otras se desalientan; donde debido a las escasas oportunidades, en ocasiones asumen roles masculinos como una dura prueba de experiencia personal.

Sköld y Tillmar (2015) analizan el grado de resiliencia, así como el cambio o reproducción del orden de género en las perspectivas liberal-socialista-feminista, en la era de la Nueva Gestión Pública, que hasta ahora puede ser entendida en términos de etiquetado de género masculino del emprendimiento. De igual manera, Yu y Chen (2016), en base a la teoría de niveles superiores y la teoría del aprendizaje social, plantean que los efectos directos de dos características cognitivas: auto-eficacia y propensión al riesgo de la innovación del emprendedor en la fase inicial de las actividades empresariales; donde ambas estaban positivamente asociadas con la innovación, y en las que el género actuó como moderador en las dos relaciones, y ambas características se fortalecen cuando los empresarios eran de sexo masculino. Por el contrario, Fellnhofer, Puumalainen y Sjögrén (2016), sostienen que la orientación empresarial (*Entrepreneurial Orientation, EO*) tiene un impacto positivo en el rendimiento tanto en el nivel de análisis individual como en el de la empresa; aunque las mujeres tienden a percibir su EO individual como inferior al de los hombres, su rendimiento de trabajo autoevaluado es mayor. El EO de la firma también es percibido de manera diferente por hombres y por mujeres, pero las percepciones del desempeño de la firma son similares.

Venugopal (2016) sugiere que la teoría del comportamiento planeado y la teoría de la identidad social proporcionan un marco comprensivo que promueve la comprensión de los factores que afectan las decisiones de crecimiento de las mujeres

empresarias; siendo los factores que afectan las intenciones de crecimiento de las mujeres empresarias, la percepción de los empresarios de sus habilidades, y el papel dinámico de la familia en el ciclo de vida de una empresa, representado por el apoyo familiar en el emprendimiento continuo, con la participación directa de la familia moderando positivamente la relación entre la actitud hacia el crecimiento y las intenciones de crecimiento. Por su parte, Pallarès-Blanch, Tulla y Vera (2015) destacan la importancia de desarrollar un enfoque integrado para generar políticas sostenibles, donde la participación de las mujeres en proyectos empresariales muestra un creciente papel de liderazgo que puede asociarse con una mayor igualdad de género a través de iniciativas innovadoras relacionadas con los bienes naturales, el capital ambiental, la “naturbanización” y el modelo de turismo y construcción.

2.2.1.2 Miedo

Macdonald y Hyde (1980) sugieren que la ansiedad en el estudio de las diferencias en el logro de los sexos, otorga a las mujeres puntajes más altos que a los hombres. Por otra parte, Conroy (2004) considera que el miedo al fracaso en el ámbito deportivo, está controlado principalmente por los temores de experimentar vergüenza, y de manera secundaria por los temores de tener un futuro incierto. Mientras que Yamakawa, Peng y Deeds (2015) proponen que el crecimiento de empresas posteriores de los fundadores de una nueva-ventura con experiencias de fracaso, son afectadas por su atribución interna de la causa del fracaso, su motivación intrínseca para iniciar otro negocio después del fracaso, y la extensión de sus experiencias de fracaso.

Cacciotti y Hayton (2015) definen el miedo al fracaso como un fenómeno específico del contexto; e identificaron una naturaleza dualista, es decir, una clara dicotomía, como característica clave del miedo al fracaso en el ámbito del emprendimiento, dada por la falta de precisión en la conceptualización y operatividad de este constructo, ya que, el impacto de la experiencia del miedo en la cognición individual y el comportamiento puede ser beneficioso, así como perjudicial, siendo un rasgo comúnmente experimentado por muchas personas como una experiencia cognitiva y emocional temporal. Además, Cacciotti, Hayton, Mitchell y Giazitzoglu (2016) sugieren que el miedo al fracaso inhibe y motiva el comportamiento empresarial, enmarcado en términos de cognición socialmente situada, bajo un enfoque que captura una combinación de cognición, afecto y acción en relación con la experiencia desafiante, incierta y cargada de riesgo del emprendimiento, su impacto en la acción y los resultados empresariales.

Jenkins y McKelvie (2016) plantean que las conceptualizaciones del fracaso empresarial incluyen dos niveles de análisis (firmes e individuales) y perspectivas de fracaso (objetivas y subjetivas). En este sentido, Chua y Bedford (2016) determinan tres preocupaciones principales sobre el fracaso empresarial: financiera, psicológica y profesional; cuyo análisis sugiere, que el miedo al fracaso (*Fear of Failure*, FOF) es un constructo multidimensional en el emprendimiento, siendo una barrera psicológica relevante para la intención empresarial, que puede tener una variación intercultural.

2.2.1.3 Éxito

Chrisman, Sharma, Steier y Chua (2013) proponen que todo emprendimiento tiene metas claras que utiliza la gobernanza y los recursos familiares para obtener resultados claves; ya que la interrelación de las características de las empresas se basan en objetividad, gobernanza, y desempeño financiero para un enfoque de configuración amplio en el aspecto empresarial. Para Lamore, Berkowitz y Farrington (2013), el nivel de éxito empresarial se debe a la integración entre el marketing y las funciones de investigación y desarrollo en cuanto a la comunicación, el proceso de intercambiar información y cooperar acerca de las funciones frente al desarrollo de productos. Bajo ciertas necesidades los clientes perciben los estímulos de marketing y se sienten impulsados a proveerse de dichos productos; además, la proactividad juega un papel primordial porque proporciona evidencias empíricas sobre la atención en las futuras compras y el cambio de gustos y preferencias en la línea del tiempo.

Da Gbadji, Gailly y Schwienbacher (2015) plantean rasgos financieros para el éxito de un emprendimiento, el cual se ve caracterizado por compensaciones entre los rendimientos esperados y los costos administrativos, así como el financiamiento de su cartera afectada por la innovación estratégica y financiera externa; es decir, que en los países desarrollados innovar en proyectos empresariales es ampliamente exitoso sin conllevar a costes altamente variables. Mientras que George, Kotha, Parikh, Alnuaimi y Bahaj (2015) proponen rasgos personales para una adecuada acción empresarial, tales como el sexo del jefe del hogar, el ámbito social, la confianza en las redes sociales de los empresarios para generar ganancias, y la aproximación a los recursos de la sociedad que deberán ser combinados para formar un sólido emprendimiento.

Deeds (2015) considera que el éxito o el fracaso de los emprendimientos se ve influenciado por el manejo de una serie de dimensiones, dichos términos incluyen el capital de trabajo, proveedores especializados, mano de obra calificada, capital social, conocimientos científicos, técnicos, normas culturales de apoyo y valores, buena ubicación geográfica y buena actividad empresarial, todo dependerá del impacto de las variables y el comportamiento del mercado.

2.2.1.4 Pasión

Cardon, Zietsma, Saporito, Matherne y Davis (2005) proponen que los emprendedores expresan la conexión personal e incluso la identificación con sus negocios comparando la progresión de los niños y las empresas, incluyendo las formas nacientes de emprendimiento (gestación de los bebés), su nutrición, emergencias y actividades posteriores a la emergencia; destacando las ideas de pasión, identificación, apego y contexto empresarial. Por su parte, Cardon (2008) coincide en que la pasión es un elemento central del proceso empresarial, por lo que la construcción de la pasión emprendedora y su impacto en los comportamientos empresariales son muy importantes, especialmente en el interés de determinar cómo los empresarios pueden facilitar el contagio de su propia pasión hacia los demás. Asimismo, Brundin, Patzelt y Shepherd (2008) sostienen que las emociones y la motivación empresarial, como la muestra de confianza y satisfacción de los gerentes sobre los proyectos empresariales, aumenta la disposición de los empleados a actuar de manera emprendedora; mientras que las demostraciones de frustración, preocupación y desconcierto disminuyen su voluntad.

Cardon, Foo, Shepherd y Wiklund (2012) proponen que la emoción empresarial se refiere al afecto, las emociones, los estados de ánimo y/o los sentimientos de individuos o colectivos que son antecedentes, concurrentes y/o consecuencia del proceso emprendedor, es decir, el reconocimiento/creación, la evaluación, la reformulación, y/o la explotación de una posible oportunidad. Además, Cardon y Kirk (2015) plantean que la relación entre la auto-eficacia y la persistencia empresarial sostenida de la acción empresarial está mediada por la pasión emprendedora para inventar y fundar, pero no por la pasión por el desarrollo de empresas; esto puede ser una de las razones por lo que algunos emprendedores persisten en su esfuerzo de riesgo, mientras que otros lo dejan.

Goss (2008) coincide en que los procesos de interacción social, emoción y cognición se integran en la conformación del comportamiento empresarial. De igual manera, Foo, Uy y Baron (2009) proponen que los sentimientos influyen en el esfuerzo de los emprendedores, ya que el afecto positivo predice el esfuerzo de riesgo más allá de lo que se requiere inmediatamente y que esta relación está mediada por el futuro enfoque temporal, en tanto que los efectos mediadores fueron significativos sólo para los resultados del día siguiente. Por lo que Foo (2011) sugiere que las emociones influyen en las percepciones y preferencias de riesgo, y éstas pueden afectar la evaluación de la oportunidad; ya que la percepción de riesgo para un escenario de riesgo son más bajas si se está inducido por la ira y la felicidad (emociones asociadas con la certeza y control del resultado), que si se está inducido por el miedo y la

esperanza, (emociones asociadas con la incertidumbre y la falta de control de los resultados), y la preferencia de los empresarios por el valor más alto, pero incierto, se relacionó positivamente con sus rasgos de ira y de felicidad.

O'Brien (2013) propone que la felicidad sostenible representa la evolución en la felicidad que se necesita para establecer el mundo en una trayectoria más sostenible que fomente el bienestar de todos con implicaciones para fomentar estilos de vida y comunidades saludables y sostenibles, siendo indispensable para las nuevas visiones de la educación en el siglo XXI. En ese aspecto, Sherman, Randall y Kauanui (2016) sugieren que el bienestar empresarial se incrementaba con la presencia de flujo, definiciones intrínsecas de éxito y productividad en los empresarios; entre tanto, los factores extrínsecos que los empresarios utilizan para definir el éxito, sin embargo, estaban negativamente relacionados con el bienestar subjetivo (felicidad), pudiendo influir en la toma de decisiones empresariales y en el desempeño general de la empresa.

Yitshaki y Kropp (2016) sostienen que la pasión es una dinámica constructiva motivacional que se asocia con el "auto-concepto" de las identidades de rol de los empresarios, donde las interrelaciones entre la pasión emprendedora y los autoconceptos de identidades de roles se perciben de manera diferente; mientras que para los emprendedores de alta tecnología (*High-Tech Entrepreneurs*, HTE), la pasión se compone de un fuerte desafío para llevar una actividad significativa y dejar una huella digital, para los emprendedores sociales (*Social Entrepreneurs*, SE), la pasión se caracteriza más en términos de entusiasmo, emoción y un deseo de hacer una marca. Asimismo, Miller, Grimes, McMullen y Vogus (2012) afirman que la compasión puede complementar las motivaciones tradicionales auto-orientadas a fomentar el emprendimiento social, para lo cual proponen un modelo de tres mecanismos (pensamiento integrador, análisis costo-beneficio prosocial y compromiso para aliviar el sufrimiento ajeno) que transforman la compasión en emprendimiento social.

Hayton y Cholakova (2012) sugieren que el afecto y la cognición influencia la atención, la memoria y la creatividad; teniendo un impacto significativo en el juicio y la toma de decisiones, la percepción de ideas y la intención de desarrollar la idea emprendedora. En base a la teoría cognitiva social, Biraglia y Kadile (2017) plantean que la pasión emprendedora y la creatividad tienen una fuerte relación positiva con las intenciones empresariales; así como que los individuos también necesitan sentirse suficientemente auto-eficaces para seguir una carrera emprendedora. Además, Thorgren y Wincent (2015) enfatizan que los emprendedores habituales seriales experimentan una pasión extra alta por la actividad emprendedora, es decir, una

pasión obsesiva; y los emprendedores habituales de portafolio o cartera puntúan más alto en la dimensión de la pasión armoniosa.

Bradley (2010) propone una teoría de la intuición no local, dada por la atención apasionada dirigida al objeto de interés (tal como una potencial oportunidad de negocio futura), en la que sintoniza los sistemas psicofisiológicos del cuerpo con un dominio de información cuántica-holográfica, que contiene información implícita sobre el futuro del objeto, en el que la percepción del cuerpo de esta información es experimentada por el emprendedor como una intuición. En este sentido, Souitaris, Zerbinati y Al-Laham (2007) plantean una teoría de las emociones empresariales basada en la teoría del comportamiento planificado, mediante la que muestran que los programas de emprendimiento establecen algunas actitudes y la intención emprendedora global, y la inspiración (una construcción con un elemento emocional) es el beneficio más influyente de los programas.

2.2.1.5 Resiliencia

Rerup (2005), en base a las teorías del emprendimiento habitual, del aprendizaje conductual y de la atención plena, propone que el uso habitual de los empresarios de experiencias pasadas puede ayudar o perjudicar su capacidad de descubrir y explotar oportunidades, así como el desempeño de sus nuevos emprendimientos. Asimismo, Branzei y Abdelnour (2010) sugieren que el emprendimiento en los países en desarrollo a menudo florece bajo extrema adversidad al desarrollar las funciones de resiliencia empresarial.

Bullough y Renko (2013) muestran que los factores personales de autoeficacia empresarial (definida como una creencia en la capacidad de ser empresario) y la resiliencia (capacidad de recuperación) son particularmente importantes para la búsqueda del espíritu empresarial, especialmente durante los períodos de adversidad; siendo altamente beneficioso: la capacitación emprendedora, el *networking*, mantenerse activos en sus actividades empresariales, practicar la perspicacia de los negocios, y buscar retroalimentación de aquellos que pueden ser objetivos, críticos y alentadores. Además, Bullough, Renko y Myatt (2014) sugieren que la percepción de peligro se relaciona negativamente con las intenciones emprendedoras de un individuo, pero un poco menos así entre individuos altamente resistentes; incluso en condiciones de guerra, los individuos desarrollan intenciones emprendedoras si son capaces de crecer a partir de la adversidad (resiliencia) y creen en sus capacidades empresariales (autoeficacia emprendedora).

Williams, Vorley y Ketikidis (2013) proponen una relación entre la resiliencia económica y el emprendimiento, en la cual el emprendimiento es fundamental para la

reestructuración y adaptación de las economías de las ciudades ante los choques exógenos, como la crisis financiera y la recesión. Además, Williams y Vorley (2014) enfatizan que el espíritu emprendedor es esencial para sostener una economía dinámica y demuestra que se está adelantando en los debates políticos como un aspecto clave en la creación de economías más resilientes; dado que el emprendimiento es parte integrante de la promoción de la diversificación y creación de capacidad de las economías regionales, rasgos característicos de las economías más resilientes, siendo crítico para la reestructuración y adaptación de las economías locales. Del mismo modo, Ayala y Manzano (2014) sugieren que las tres dimensiones de la resiliencia (resistencia, ingenio y optimismo) ayudan a predecir el éxito empresarial; siendo el ingenio el factor clave para predecir el éxito del emprendedor tanto de hombres como de mujeres, pero la influencia del optimismo en el éxito de sus negocios es mayor para las mujeres que para los hombres.

Schoon y Duckworth (2012) plantean que convertirse en empresario se asocia con las habilidades sociales y las intenciones empresariales dadas por los antecedentes socioeconómicos, los modelos parentales, la capacidad académica, las habilidades sociales y los autoconceptos, así como la intención empresarial expresada durante la adolescencia; tanto para hombres como para mujeres se dio a los 16 años, entre tanto que para los hombres se predijo por tener un padre independiente, para las mujeres fue predicho por los recursos socioeconómicos de sus padres. De la misma forma, Köllinger y Minniti (2006) sostienen que las diferencias en las percepciones subjetivas y, a menudo, sesgadas están altamente asociadas con la propensión empresarial a través de los grupos raciales de raza negra y blanca; donde a pesar de que los negros son casi dos veces más probables que los blancos para intentar iniciar un negocio, su baja representación entre los empresarios establecidos no se debe a la falta de intento, sino que en su lugar puede ser debido a las barreras más fuertes a la entrada y mayores tasas de fracaso.

Clercq, Dimov y Belausteguigoitia (2016) consideran que las percepciones negativas de la política organizacional de parte de los empleados, respecto a las condiciones de trabajo adversas por la sobrecarga de trabajo, desalientan el comportamiento innovador; pero este efecto consigue atenuarse cuando los recursos relacionales son altos, es decir, con un mayor intercambio de conocimientos, la armonía interpersonal y la creación de otros conductos relacionales que pueden mitigar el estrés asociado. Además, Huggins y Thompson (2015) proponen que una cultura abierta y diversa es probable que ayude a la renovación y reorientación de la actividad empresarial local, dado que los valores sociales locales juegan un papel importante en el fomento de la resiliencia empresarial; es por ello, que el sistema

educativo debe desarrollar más eficazmente la tolerancia y los conjuntos de habilidades que sustentan la resiliencia empresarial.

2.2.1.6 Identificación de oportunidades y toma de decisiones

Praag y Ophem (1995) sugieren que más allá de la oportunidad se requiere la voluntad de autoemplearse en su propia empresa, lo cual está limitado por la falta de capital. Por el contrario, Nicolaou, Shane, Cherkas y Spector (2009) sostienen que existe una influencia de factores genéticos en las personas para el reconocimiento de oportunidades y la tendencia a ser emprendedor; encontrando una heredabilidad sustancial para el reconocimiento de oportunidades del 45%, sin influencia del ambiente compartido; además, encontraron que el 53% de la correlación fenotípica entre el reconocimiento de oportunidades y la tendencia a ser empresario tenían una etiología genética común.

Shane (2000) propone que los emprendedores descubren oportunidades relacionadas con la información que ya poseen: los empresarios no siempre seleccionan entre oportunidades de mercado alternativas para las nuevas tecnologías; la fuente del espíritu empresarial radica en las diferencias en la información sobre las oportunidades; los resultados de estudios previos de explotación empresarial pueden sufrir sesgos; y las diferencias individuales influyen en oportunidades que las personas descubren, cómo se organizan sus esfuerzos empresariales y cómo el gobierno puede influir en este proceso. Mientras que Gielnik, Krämer, Kappel y Frese (2014) plantean que el descubrimiento empresarial sostiene que una búsqueda activa de información neutraliza la falta de experiencia empresarial, incrementando el pensamiento divergente y la capacidad mental para identificar las oportunidades en el mundo de los negocios.

Tang, Kacmar y Busenitz (2012) proponen tres dimensiones de alerta en el proceso de desarrollo de oportunidades empresariales: exploración y búsqueda, asociación y conexión, y evaluación y juicio; demostrando dimensionalidad apropiada, confiabilidad fuerte y contenido, validez convergente, discriminante y nomológica. Además, Greenberg, McKone-Sweet y Wilson (2013) sugieren tres principios del liderazgo empresarial: la integración de dos formas de tomar decisiones con un solo enfoque para identificar oportunidades; el compromiso de crear valor social, económico y ambiental debido al compromiso de responsabilidad social y sostenible; por último, la concientización de la empresa en general para profundizar en conocimientos y guiar las acciones empresariales.

Urban (2014) propone que para contextualizar y evaluar los atributos de las oportunidades se toman en cuenta criterios individuales y de negocios, teniendo una

importancia más relevante el área empresarial debido a la madurez tecnológica, la intensidad de capital, el retorno de la inversión y el potencial del mercado; por ello, el sector del emprendimiento empresarial tiene alternantes basadas en costos operativos y transacciones de negocios para aumentar la inversión del capital o de tecnología y reducir la incertidumbre. Por su parte, Álvarez y Barney (2015) indican que los descubrimientos o emprendimientos surgen cuando hay imperfecciones en la competencia, cambios de tecnología, gustos y preferencias del consumidor, es decir, brechas en el mercado que aparecen como alertas o reclamos de un mayor potencial económico existente en un mercado de competencia imperfecta.

Wuebker, Hampl y Wüstenhagen (2015) proponen que los dos vínculos sociales que inciden en las decisiones de inversión de capital de riesgo son actuar directamente en los vínculos personales e indirectamente mediante las jerarquías de estatus; siendo las relaciones personales más importantes en la toma de decisiones de capital de riesgo, así como en las redes personales de inversión. En este sentido, Pindado y Requejo (2015) recomiendan que para una mejor toma de decisiones, existen diversas medidas en cuanto al desempeño de las empresas para ejercer decisiones estratégicas que mejoran la comprensión de la calidad de las relaciones interdisciplinarias empresariales, marcos teóricos, perspectivas financieras y gestión de recursos.

Fransen y Burgoon (2015) sugieren que se han creado nuevas oportunidades y limitaciones en las normas globales laborales referentes a la creación de capacidad institucional, estrategias de responsabilidad corporativa y su cumplimiento; así como en el fomento del desarrollo de emprendimientos privados o públicos, con fines de lucro o altruistas. En relación a aquello, Vora (2015) propone que los emprendimientos que usan sus recursos eficazmente suelen caracterizarse por usar estrategias en la visualización de oportunidades, aprovechamiento de conocimientos para desarrollar productos, procesos y servicios que generen mejores resultados o nuevos emprendimientos locales o globales.

Osiyevsky y Dewald (2015) consideran que las intenciones exploratorias de innovaciones se basan en estrategias genéricas como adoptar la exploración de un modelo de negocio disruptivo y fortalecer la explotación del modelo de negocio existente. Entonces, las decisiones gerenciales muestran los impulsos para identificar oportunidades y amenazas, de tal forma que se asocien para formar un emprendimiento definible, sólido y estratégico. Mientras que Dean (2015) propone que los empresarios se caracterizan por desarrollar emprendimientos equilibrados, por mover los mercados cercanos a un estado de perfección mediante la introducción de cambio discontinuo, inversión en tecnología, bienestar social, cambios en gustos y

preferencias, además de identificar a las imperfecciones inherentes como oportunidades, es decir, beneficios desde el punto de vista de acción empresarial. Estas características mueven las condiciones de los mercados para beneficio de los emprendedores.

Gruber, Kim y Brinckmann (2015) plantean que existen diferencias significativas en la evaluación, preferencia e identificación de oportunidades de negocio; los individuos con experiencia especializada tecnológica enfatizan menos dimensiones de oportunidad como atractivas, que aquellos con experiencia generalista en gestión y en emprendimiento previo. Además, Morris (2015) sugiere que el procesamiento de nuevas empresas, involucra características en términos de su volumen, la velocidad y la volatilidad, donde existen implicaciones con elementos cognitivos, afectivos y fisiológicos. Además, analiza la manera en que las acciones se dirigen de forma directa e indirecta dependiendo de las decisiones y la formación del espíritu empresarial para modificar, reorientar y cambiar la dirección de la oportunidad que el emprendimiento busca explotar.

2.2.1.7 Tolerancia al riesgo

Ilmakunnas y Kannianen (2001), de acuerdo a datos de la OCDE, proponen que en los países con baja tasa de PIB per cápita, el autoempleo es alto; además, plantean que los riesgos económicos no diversificables configuran el espíritu empresarial de equilibrio en un modelo de elección ocupacional, donde el seguro social diferencial del riesgo laboral empresarial es estadísticamente significativo y perjudicial para el emprendimiento. Sin embargo, Cramer, Hartog, Jonker y Van Pragg (2002) no consideran concluyente el efecto supuestamente negativo de la aversión al riesgo sobre la selección de emprendedores. En este sentido, Rampini (2004) sugiere que el riesgo asociado con la actividad empresarial implica que la cantidad de dicha actividad es procíclica y da como resultado la amplificación y la propagación intertemporal de los shocks de productividad. Por su parte, Norton Jr. y Moore (2006) consideran que las diferencias en la información, no la aversión al riesgo, pueden explicar la decisión de lanzar o hacer crecer una empresa; ya que no hay diferencias entre empresarios y no empresarios sobre la medida de riesgo, pero sí se puede predecir el comportamiento empresarial basado en la evaluación del riesgo.

Newman (2007) endogeniza el riesgo empresarial al permitir contratos de seguro óptimos, así como la auto-selección ocupacional, donde el riesgo moral impide el seguro completo, y los aumentos en la riqueza de un agente entonces implican aumentos en el riesgo adquirido. De igual manera, Nykvist (2008) encuentra una relación positiva entre la riqueza y el espíritu emprendedor, apoyado por el problema

de endogeneidad, la distinción entre la de disminución absoluta de la aversión al riesgo y las restricciones de liquidez. Según McMullen, Bagby y Palich (2008) tanto la actividad empresarial motivada por la oportunidad (*Opportunity-Motivated Entrepreneurial Activity*, OME) como la actividad empresarial motivada por la necesidad (*Necessity-Motivated Entrepreneurial Activity*, NME) están asociadas negativamente con el PIB per cápita y positivamente asociadas con la libertad laboral; además la OME, pero no la NME, está positivamente asociada con los derechos de propiedad, pero la NME, no la OME, está positivamente asociada con la libertad fiscal y monetaria.

Wennekers, Thurik, Van Stel y Noorderhaven (2007) proponen que el aumento de los costos de oportunidad del autoempleo desempeña un papel menos importante en el ambiente cultural de los países con menor incertidumbre o está siendo compensado por el aumento de las oportunidades empresariales. Sin embargo, Caliendo, Fossen y Kritikos (2009) muestran que los individuos con menor aversión al riesgo son más propensos a convertirse en trabajadores autónomos; siendo esto cierto sólo para las personas que salen del empleo regular, mientras que para las personas que salen del paro o la inactividad, las actitudes de riesgo no parecen jugar un papel en el proceso de decisión. Además, proponen que si bien existe una correlación positiva entre las actitudes de riesgo y la decisión de trabajar por cuenta propia, las personas cuyas actitudes de riesgo están en el rango medio, sobreviven significativamente más tiempo como empresarios, que las personas con actitudes de riesgo particularmente bajo o alto (Caliendo, Fossen, y Kritikos, 2010).

Townsend, Busenitz y Arthurs (2010) indican que la confianza en la capacidad de una persona para realizar tareas relevantes para el emprendimiento es un predictor robusto de la puesta en marcha, mientras que las expectativas de resultados parecen desempeñar un papel marginal. Por su parte, Burmeister-Lamp, Lévesque y Schade (2012) proponen que las decisiones reales de asignación de tiempo de los emprendedores híbridos (los que mantienen un trabajo asalariado al iniciar una nueva empresa y que superan en número a los empresarios puros), que los motiva a trabajar más o menos horas en sus arranques empresariales, son mejor explicadas por la teoría del enfoque regulatorio.

Fairlie y Krashinsky (2012) sugieren que las restricciones de liquidez para los empresarios, varían en razón de las tasas de ingreso generalmente mayores a través de la distribución de la riqueza para quienes pierden el empleo, los choques de riqueza exógenos pueden identificar con precisión la presencia de restricciones de liquidez, y la valoración de la vivienda es un determinante positivo de la entrada en el autoempleo, después de controlar los cambios en las condiciones económicas locales.

Mientras que Hvide y Panos (2014) proponen que la tradición teórica sostiene que los individuos más tolerantes al riesgo son más propensos a convertirse en empresarios, pero tienen un desempeño peor. En este sentido, Hatos, Hatos, Badulescu y Badulescu (2015) proponen que el miedo es un fenómeno del contexto de naturaleza dualista, con una clara dicotomía, el miedo como un rasgo que distingue las personas, así como un estado temporal que es comúnmente experimentado por muchas personas; más allá del enfoque predominante del emprendimiento como un constructo específico de miedo al fracaso, su impacto en la cognición individual y el comportamiento puede ser beneficioso, así como perjudicial.

Cacciotti y Hayton (2015) sostienen que la importancia de la aversión al riesgo para el emprendimiento y la actitud de riesgo, se añade a otros efectos sin interactuar con ellos. Además, Block, Sandner y Spiegel (2015) sugieren, respecto a las motivaciones de los individuos para iniciar sus negocios, que los emprendedores por oportunidad están más dispuestos a asumir riesgos que los emprendedores por necesidad; siendo más tolerantes al riesgo, aquellos que están motivados por la creatividad. Por lo demás, Koudstaal, Sloof y Van Praag (2016) indican que los emprendedores se perciben como menos aversos al riesgo que los gerentes y los empleados; la actitud de riesgo percibida no sólo está correlacionada con la aversión al riesgo, sino también con la aversión a la pérdida, es decir, la característica única de los emprendedores es su disposición a correr el riesgo de pérdidas.

2.2.1.8 Equipo de trabajo

Labrianidis y Vogiatzis (2013) sugieren que las estructuras económicas y sociales promueven la asignación eficaz de las actividades que los profesionales deben ejecutar dentro de las empresas, esto causa efectos significativos positivos en el ámbito social y económico. En la oferta y demanda, las perspectivas existentes ayudan a formular medidas políticas en el desarrollo de los procesos empresariales para cumplir con los objetivos trabajando en equipo. Para Hartley, Sorensen y Torfing (2013), el análisis institucional y organizacional funcionan como variable de crecimiento de los emprendimientos, de acuerdo al análisis institucional se aplican tres estrategias: nueva gestión pública, se refiere a la competencia del mercado; el estado neo-weberiano se enfoca en el espíritu empresarial de la organización; y la gobernanza colaborativa, resalta la participación de múltiples actores en todas las organizaciones del ámbito privado, público y sin fines de lucro. Mientras que Kor y Mesko (2013) consideran que la comprensión de las dinámicas del equipo ejecutivo brinda la capacidad de gestión, a través del desarrollo de la teoría acerca de la interacción entre la objetividad de la empresa y la capacidad de administración

dinámica debida al talento humano, al capital social y a la cognición. Las funciones pueden crear una capacidad de adaptación del equipo sobre la renovación de la organización, para revitalizar la lógica de la empresa de manera evolutiva.

Subedi (2013) sostiene que las dimensiones personales y estructurales son más entendibles cuando se usan términos de auto-intereses, motivaciones de un agente de negocios, y estructuras de incentivos económicos para formar actitudes y lidiar con los conflictos de la empresa; siendo fundamental construir un ambiente de paz para que surjan emprendimientos válidos y llenos de dinámica empresarial. En este sentido, Weigl, Müller, Hornung, Zacher y Angerer (2013) plantean que la capacidad de trabajo respecto a solicitudes de empleos físicos y psicológicos se da por los efectos directos e interactivos de la edad, el control de trabajos, y el uso de estrategias exitosas para la selección, optimización y compensación de la capacidad del trabajo. Se debe tomar en cuenta que el mantenimiento de estrategias de envejecimiento es beneficioso cuando los recursos son mejorados en el trabajo para el envejecimiento de los empleados.

Castilla, Lan y Rissing (2013) consideran que el buen rendimiento laboral da calidad a los emprendimientos porque se preocupan por la promoción, satisfacción laboral, activación de los lazos de afectividad empresarial, sistemas de aprendizaje y activación de las redes sociales. Mientras que Toterh, Toterhi, y Recardo (2013) sugieren que la gestión de talento humano es una estrategia que orienta a la organización para reconocer las necesidades existentes dentro de las áreas laborales y respectivamente de los clientes. Existe una herramienta que impulsa las ventas de los emprendimientos llamada el embudo de ventas, donde los líderes de talento humano pueden aprender a través del ciclo de vida de los empleados para mejorar el rendimiento empresarial. Para Clercq, Thongpapanl, y Dimov (2013) los recursos internos en las organizaciones consideran dos dimensiones de acuerdo a la gestión interna de recursos, por ejemplo, rotación de empleo y rivalidad interna para generar interacciones entre departamentos, evitar manipular los recursos, los conflictos e innovación de productos. Además, Samnani, Boekhorst y Harrison (2013) recomiendan que los procesos de contratación deben procurar una buena composición del equipo de trabajo, gestión del rendimiento, sistemas de recompensa, y gestión de recursos humanos.

Vandenbroucke, Knockaert y Ucbasaran (2014) sugieren que la teoría del capital humano estudia cómo afecta el rendimiento tecnológico y la participación en el mercado a los emprendimientos que están en la etapa inicial de la ejecución del proyecto; donde atraer al cliente externo de manera eficiente mejora el rendimiento de la empresa. Para obtener resultados exitosos, se consideran la diversidad y la

tenencia de recursos al momento de emprender cualquier negocio. Adicionalmente, Bastié, Cussy y Le Nadant (2016) consideran que el capital humano y social son determinantes en el desarrollo y crecimiento de proyectos porque los empresarios se unen a redes de socios de negocios independientes, además de estudiar el capital económico para unirse a determinada red.

Sutter, Kistruck y Morris (2014) plantean que los empresarios en varias ocasiones deben adaptarse a nuevas plantillas de negocios por escasez de recursos, siendo en la actividad social, donde se medirá si las adaptaciones son beneficiosas o perjudiciales. De acuerdo a expertos técnicos, detrás de cada práctica para mejorar el desempeño laboral y de compañeros de trabajo, se generan resultados muy variados basados en principios que se presumen vienen de la naturaleza del negocio. Además, Clercq, Bouckenooghe, Raja y Matsyborska (2014) sugieren que el compromiso de trabajo dentro de las organizaciones se centra en el liderazgo de servicio, en la relación entre el capital social y los niveles de interacción para crear congruencia de objetivos. Los emprendimientos que tienen alta interacción social desarrollan un liderazgo importante que se convierte en un acoplamiento de calidad sobre un trabajo mejorado.

Jofre-Monseny, Marín López y Viladecans Marsal (2014) sostienen que en la industria existen empresas que se caracterizan por ser localizadas, es decir, se especializan en necesidades particulares del mercado y otras por ser empresas de urbanización lo que significa que prefieren mercados más amplios. En ambas empresas, se reflejan la difusión de conocimientos, puesta en común de características del mercado e intercambio de información de entrada. Sin embargo, cada una necesita trabajadores con habilidades específicas y la forma de difundir conocimientos. Mientras que Ko y Liu (2015) consideran que el espíritu empresarial ha madurado para entornos multidimensionales donde se establecen aspectos multidimensionales para los tipos de cambios continuos y discontinuos del capital social y humano. Además, Kato, Okamuro y Honjo (2015) sugieren que los emprendimientos tienen más probabilidades de producir resultados de éxito, si se utilizan ciertos tipos de capital humano que impulsan la investigación y el desarrollo de inversión como la experiencia en recursos humanos.

Gundry, Muñoz-Fernandez, Ofstein y Ortega-Egea (2015) plantean que los componentes del clima laboral son asociados como factores de innovación dentro de las organizaciones para generar confianza, y un mayor compromiso entre los empleados; e incluso con las implicaciones para fomentar y recompensar los comportamientos asociados al éxito de la innovación porque crean un valor agregado en la empresa. Asimismo, Felstead, Gallie, Green y Inanc (2015) recomiendan que es

importante alinear las necesidades de los empleados con los requisitos de los puestos de trabajo que se aperturan; así como se deben examinar e identificar las características de los postulantes y el trabajo para saber si se correlacionan con aspectos específicos y el nivel de satisfacción en asumir el puesto de trabajo.

Renko, El Tarabishy, Carsrud y Brännback (2015) plantean que el emprendimiento se desarrolla con el liderazgo empresarial, para dirigir el desempeño de quienes conforman el grupo hacia los objetivos de la organización para reconocer las oportunidades empresariales. Además, se incluyen las contingencias ambientales y organizacionales para probar la fiabilidad del líder con su grupo de trabajo. Para Haynes, Hitt y Campbell (2015), todas las actividades empresariales son esenciales, pero existe una teoría del emprendimiento basada en el lado oscuro de los líderes estratégicos, analizando variables de avaricia, arrogancia y comportamiento codicioso sobre factores del talento humano y social de las organizaciones, para examinar implicaciones que llevan al éxito y liderazgo empresarial. En este sentido, Moen, Heggeseth y Lome (2016) enfatizan que la relación que se lleva a cabo entre la motivación para el crecimiento, la orientación internacional y el rendimiento consiste en tener gerentes y dueños con una fuerte motivación, a través de la cual las empresas se fortalecen y crecen en un nivel superior a empresas comunes. Por lo tanto, existen emprendimientos con altas tasas de crecimiento durante un tiempo determinado que superan sistemáticamente a otros.

2.2.1.9 Innovación

O'Connor y Rice (2013a) consideran que las características de los proyectos de innovación radicales y su incertidumbre en el progreso de actividades de gestión apropiadas para mejorar las capacidades de gestionar la reducción de costes, innovación en procesos de productos existentes y nuevos, y sobre todo la mejora continua en calidad, es lo que tendrá como resultado una ventaja competitiva a largo plazo. Por otro lado, el análisis de los desafíos de modelos multidimensionales identifican cuatro categorías de incertidumbre como factores clave de los emprendimientos: técnicos, de mercado, de organización y gestión de los recursos; distinguiendo dos dimensiones adicionales: la criticidad y la latencia, que discuten las habilidades de gestión, procesos y herramientas asociados a proyectos de innovación radical.

Desai (2013) plantean que existen estrategias de crecimiento de la innovación que se basan en explorar que tecnología se usa, establecer los objetivos, implementar la misión y la visión que tratan de determinar una gestión de innovación fortalecida, con un valor agregado único para generar rendimientos financieros futuros. Bönnte y

Dienes (2013) proponen tres estrategias de innovación de procesos: estrategia para desarrollar innovaciones, estrategias externas, estrategias de cooperación para marcar un material de eficiencia y experimentar un mayor rendimiento de innovación ambiental. Además, Im, Montoya y Workman (2013) consideran que la implementación de equipos creativos es fundamental en el proceso de innovación porque examina el papel de intermediario que desempeñan los miembros de la empresa al momento de integrar la innovación en productos o servicios. Además, la creatividad produce una ventaja competitiva por encima de los competidores del mercado, tanto en el resultado estratégico, porque influye en la dinámica del equipo interno y externo, como en la formalización del desempeño laboral y social que hacen capaz a la empresa de generar ideas innovadoras y efectivas.

Kibbeling, van der Bij y van Weele (2013) sugieren que la necesidad de cubrir las expectativas del consumidor a través de la innovación y la satisfacción de compra, así como de establecer una orientación empresarial para crear valor agregado y ventaja competitiva en el mercado, es fundamental para satisfacer las demandas de los clientes para poder sobrevivir y tener la capacidad de innovar a través de los proveedores externos. De este modo, Dilaver, Bleda y Uyarra (2014) consideran que el dinamismo en los emprendimientos conlleva a demostrar efectividad, teniendo como características principales: innovación, tecnología de primera, simulación de conocimientos, especialización industrial para aspirar al desarrollo de productos innovadores, y el aumento de la capacidad empresarial. Según Jacobs y Singhal (2014) las empresas que invierten más en investigación y desarrollo tienden a poseer un estado financiero mucho más saludable, aumentan los ingresos y reducen los costos. Esta reacción en el mercado es positiva porque las empresas mejoran su desempeño financiero. Al respecto, Negoita (2014) considera que el predominante de los emprendimientos de acuerdo a la política industrial de red se debe a la continua innovación tecnológica para el crecimiento de negocios donde hay potencial para construir redes de producción y aprendizaje óptimos.

Troilo, De Luca, y Atuahene-Gima (2014) sugieren que los recursos de holgura y la innovación radical han dado lugar a la búsqueda de información para prestar más atención a la orientación estratégica de manera que mejore la innovación de las relaciones personales y de los negocios. Es decir, se busca que las limitaciones no impacten de forma negativa en las oportunidades de negocios y se den holgura a los análisis empresariales. Asimismo, Lanza y Passarelli (2014) proponen que las empresas pequeñas logran emprendimientos con innovación en sus productos y con innovación tecnológica en los procesos organizativos sobre las capacidades empresariales dinámicas. Estos parámetros aclaran la promulgación, el desarrollo, la

refinación, y el despliegue de las capacidades empresariales con visión distribuida, heurística y flexible.

Mezger (2014) sugiere que las empresas buscan elementos básicos en el modelo de negocio de la innovación para obtener capacidades organizativas basadas en cambios tecnológicos y oportunidades de nuevos emprendimientos de forma dinámica. Los emprendedores al reconfigurar competencias y recursos sociales pueden obtener directrices concretas y sistemáticas. Por su parte, Van der Duin, Ortt, y Aarts (2014) recomiendan que las variantes en los procesos de innovación requieren que se aumente la eficiencia, identificación de problemas y posibles soluciones para determinar excesos de costos y tiempos de tal manera que se establezcan y eliminen las actividades innecesarias para dar lugar a las actividades útiles basadas en la tecnología. Asimismo, Cheng y Huizingh (2014) plantean que existe eficacia en emprendimientos que combinan la innovación abierta con la innovación porque se relacionan positivamente con las dimensiones de rendimiento de la innovación de servicios y desempeño financiero. Fundamentalmente, la orientación estratégica sugiere mejorar la innovación estratégica abierta para guiarse en el ambiente empresarial, de mercado y de recursos creando un entorno fértil de innovación. En este sentido, Patel, Fernhaber, McDougall-Covin y van der Have (2014) proponen que la base para llevar al éxito a un emprendimiento es invertir y recuperar los costes en el rubro de investigación y desarrollo, esto significa, seguir los pasos de la teoría de la ventaja entre las conexiones de redes sociales locales o extranjeras para desarrollar un producto exitoso; de igual manera, la complejidad de la innovación aumenta la importancia en la red de internacionalización del producto.

Krzeminska y Ecker (2016) consideran que la variable investigación y desarrollo es importante para la eficiencia de las empresas, el crecimiento y rendimiento debido a que complementan las actividades internas y externas en las innovaciones de procesos. Los resultados tienen evidencia de un análisis que complementa las innovaciones en los productos. Es importante tener claro los procesos y las innovaciones de productos para identificar las diferencias de las actividades externas e internas. Además, Verbano, Crema y Venturini (2015) proponen que los procesos de innovación, variedad y amplitud de los productos de una determinada empresa dentro de un mercado, satisfacen las necesidades de los consumidores porque se enfocan en las determinantes, barreras, colaboraciones y motivaciones, en otro ámbito se enfatiza el seguimiento de factores contextuales y el rendimiento.

Chrisman y Holt (2015) sugieren que los emprendedores prefieren ser creativos, independientes, reservados en la innovación de tal manera que actúan a la

par de las actividades de la empresa para su crecimiento usando decisiones estratégicas, madurez y estructura de la organización. Conjuntamente, Randal y otros (2015) plantean que las estrategias para reducir costos y mejorar el valor del emprendimiento dentro del mercado suelen enfocarse en variables de defensa, transporte, fabricación, y asistencia sanitaria; mientras que la clave de las estrategias es usar la innovación como factor del comportamiento organizacional que delimita las funciones y acciones que llevan al éxito y cumplen con las categorías emergentes y proposiciones asociadas.

2.2.1.10 Proceso emprendedor

Shane y Venkataraman (2000) sugieren que el fenómeno del emprendimiento carece de un marco conceptual, el cual ha sido investigado en las diferentes disciplinas de ciencias sociales y campos aplicados de negocios. Por su parte, Arenius y Minniti (2005) proponen que las variables perceptivas tales como el estado de alerta ante las oportunidades, el miedo al fracaso y la confianza en las propias habilidades están significativamente correlacionadas con la creación de nuevas empresas; sugiriendo que, al tomar decisiones, los emprendedores nacientes dependen significativamente de las percepciones subjetivas y, a menudo, sesgadas, en lugar de las expectativas objetivas de éxito.

Blanchflower y Oswald (1998) destacan varias características del emprendimiento, tales como la existencia de restricciones de capital para los emprendedores potenciales, siendo la recaudación de capital su principal problema; la probabilidad de autoempleo depende positivamente de si el individuo alguna vez recibió una herencia o un regalo; y que los trabajadores autónomos reportan mayores niveles de satisfacción laboral y de vida que los empleados. Por su parte, Nicolaou, Shane, Cherkas, Hunkin y Spector (2008) sugieren que existe una relativamente alta heredabilidad para el emprendimiento a través de diferentes operaciones del fenómeno, con poco efecto del entorno familiar y la educación. Además, Nicolaou, Shane, Shane, Adi, Mangino y Harris (2011) agregan que la tendencia a ser un emprendedor puede estar influenciada por la variación genética, y por ende hereditaria. Mientras que Weitze, Urbig, Desai, Sanders y Acs (2010) proponen una distinción entre talento creativo y talento empresarial; siendo las personas con talento empresarial egoístas y, por tanto, asignan actividades improductivas o incluso destructivas si éstas ofrecen los rendimientos privados más altos.

Plehn-Dujowich (2010) plantea una teoría de emprendimiento en serie en la que un emprendedor tiene tres opciones ocupacionales: mantener su negocio en funcionamiento, cerrarlo para entrar en el mercado de trabajo para ganar un salario

exógeno, o cerrarlo para lanzar un nuevo emprendimiento mientras incurra en un costo de *startup* en serie; donde un emprendedor de alta habilidad cierra un negocio de baja calidad para convertirse en un emprendedor en serie, lanzar y posteriormente cerrar empresas hasta que encuentre un negocio de alta calidad; mientras que un emprendedor de baja habilidad cierra un negocio de baja calidad para entrar en el mercado de trabajo, nunca para convertirse en un emprendedor en serie.

Lévesque y Minniti (2011) exponen que los países cuyas poblaciones están demasiado sesgadas hacia cohortes viejas o jóvenes pueden experimentar bajos niveles de actividad emprendedora y por ende en el crecimiento económico, debido a la rigidez de la movilidad de los recursos y a la sustituibilidad del empleo entre los grupos de edad. Por otra parte, Kautonen, Down y Minniti (2014) indican que la heterogeneidad del espíritu emprendedor relacionada con los motivos y objetivos influye en cómo el nivel de actividad emprendedora varía con la edad; en la que la actividad emprendedora aumenta casi linealmente con la edad para los individuos que prefieren autoemplearse, mientras que aumenta hasta un límite crítico de edad (finales de los 40s) y disminuye a partir de entonces para los propietarios-gerentes que aspiran a contratar trabajadores. Para Fisher (2012) los comportamientos que subyacen a las teorías de la efectuación, la causalidad y el bricolaje son evidentes en la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos. Por su parte, Pierce y Aguinis (2013) proponen el efecto *TMGT*, demasiado-de-una-buena-cosa (*Too-Much-of-a-Good-Thing (TMGT) effect*), basado en que las variables antecedentes ampliamente aceptadas como conducentes a las consecuencias deseables, en realidad conducen a resultados negativos, ya que todas las relaciones positivas, aparentemente monotónicas, alcanzan puntos de inflexión específicos del contexto, después de lo cual las relaciones se vuelven asintóticas y a menudo negativas, aplicable en áreas clave de comportamiento organizacional (liderazgo, personalidad), gestión de recursos humanos (diseño de puestos de trabajo, selección de personal) planificación de nuevos emprendimientos (tasa de crecimiento de la firma), y gestión estratégica (diversificación, holgura organizacional).

Sahamie, Stindt y Nuss (2013) sugieren que la implementación de las operaciones sostenibles representa la gestión y vías de desarrollo donde se identifican la necesidad de la colaboración interdisciplinaria de cumplir con los objetivos de la organización. La cadena de suministro es importante para contribuir con la implementación de operaciones sostenibles para comprender las tendencias actuales que dan ventaja competitiva en una zona rica en experiencia que sin duda alguna beneficia a la empresa y la sociedad. Además, Koster y van Stel (2014) proponen que las empresas de nueva creación o emprendimientos contribuyen al desarrollo

económico y la creación de nuevas plazas laborales que tienen como efecto la competencia indirecta en el mercado o la competencia inducida. El impacto económico a largo plazo demuestra que las empresas exitosas crecen y logran convertirse en empresas de alta élite y ayudan a que las empresas ya establecidas estimulen su desempeño.

De Castro, Khavul y Bruton (2014) plantean que la interacción de los emprendimientos emergentes no solo se basa en teorías sino en ambientes macro institucionales y normas meso institucionales. Dentro de estos aspectos se denota la toma de decisiones que se basa en normas de carácter multidimensional, crecimiento exitoso de emprendimientos, cambios y enlaces de sistemas legítimos que terminan en un balance de resultados exitosos para las empresas. Por su parte, Tang, Tang y Katz (2014) consideran que la exploración del papel de la proactividad dentro de las empresas como medio de interacción de nuevos emprendimientos genera una orientación empresarial y financiera de altos rendimientos. Sin embargo, cuando no existe una misma comunicación entre el gobierno y las empresas, la seguridad y calidad de los productos o servicios se ven afectadas.

Pitkänen, Parvinen y Töytäri (2014) sugieren que el éxito del emprendimiento depende de la fase de introducción de un nuevo producto porque existe el riesgo compartido con el futuro comercial del emprendimiento. Las capacidades comerciales tienen un efecto positivo en la orientación de ventas proactiva, de igual manera que las capacidades empresariales moderan el efecto de las capacidades comerciales para el crecimiento de la empresa. Para obtener el éxito comercial es necesario que los fundadores del emprendimiento tengan las capacidades comerciales y empresariales para involucrar a los miembros del equipo e impulsar las capacidades proactivas con valor de venta. Además, Guo, Lou y Pérez-Castrillo (2015) sugieren que los emprendimientos basados en un modelo de inversión respaldados por capital de riesgo permanecen en el mercado por un periodo más largo de tiempo debido a los fondos económicos, la tasa de descuento y la duración de las estrategias de salida por ende tienen un apoyo empírico empresarial.

Webb y Pryor (2015) plantean que la iniciativa empresarial tiene teorías de proceso empresarial que han venido madurando con el tiempo para hacer que los emprendimientos sean coherentes, con espíritu empresarial y que garanticen actividades que den como resultado el crecimiento en participación del mercado. En este sentido, Schindehutte (2015) propone que el factor tiempo se destaca en los emprendimientos como una característica primordial la cual tiene ocho puntos de vista tales como: subjetividad, cronología, cíclico evolutiva, incrustado, dialéctico, ciclo de vida para fusionar ideas y así crear nuevas teorías, intereses positivos, vínculos para

el espíritu empresarial. Sin embargo, se debe realizar una investigación del análisis sistemático basado en dicho tiempo.

Ortiz-de-Mandojana y Bansal (2016) proponen que la sostenibilidad del negocio tiene lógica cuando se analizan los datos y se pone en práctica argumentos sociales y ambientales que producen resultados a corto plazo. La trayectoria empresarial genera mejoras en la volatilidad financiera, tasas de supervivencia y crecimiento de ventas. Además, Markman, Russo, Lumpkin, Jennings y Mair (2016) consideran que las empresas sostenibles, éticas y emprendedoras (*Sustainable, Ethical, Entrepreneurial, SEE*) están avanzando en responsabilidad, desempeño social y ambiental, buscando regenerar el medio ambiente y generar cambios sociales positivos en lugar de minimizar el daño, sobre una base de entorno natural, consideraciones éticas, compromiso empresarial, fuerzas y lógicas institucionales, políticas gubernamentales, y los movimientos sociales.

2.2.1.11 Capacidad estratégica

Kistruck, Beamish, Qureshi y Sutter (2013) sugieren que la teoría de la intermediación social busca aliviar la pobreza mediante la conexión de los mercados de base de la pirámide con los mercados más desarrollados; cuyas modificaciones fundamentales son: (1) la atenuación del oportunismo, que crea una fuerza social de internalización; (2) el alojamiento de los objetivos no monetarios, que crea una fuerza social de externalización; y (3) la percepción de las capacidades de transacción como tratables, que sirve como guía para la conciliación de estas dos opuestas fuerzas sociales.

Edgeman y Eskildsen (2014) plantean que para aumentar el rendimiento del capital financiero humano, y de la cadena de suministros y operaciones se debe desarrollar la excelencia empresarial y la sostenibilidad de movimientos modernos; lo cual garantiza un mejor desempeño social y ambiental para un simple modelo de excelencia empresarial sostenible. Es importante saber que la innovación juega un papel particular por ser lucrativa y con diseños de evaluación constantes. Además, Ayios, Jeurissen, Manning y Spence (2014) consideran que un elemento clave del capital social es el valor que existe en las relaciones sociales para generar resultados positivos entre la empresa y la sociedad. Es sustancial conservar la ética empresarial sobre el capital social; según lo establecido en la teoría de la ética, existen cuatro tendencias: económica, neo-capitalismo, red de reputación y desarrollo. Estas tendencias están sujetas al análisis ético del utilitarismo, el kantismo, la justicia, los derechos, y la ética del cuidado. De igual manera, Jolink y Niesten (2013) sostienen que en el ámbito empresarial y social los ecoemprendimientos están ganando terreno porque son modelos de negocios sostenibles y con espíritu empresarial; cuyas

características crean valor ambiental y económico para la interacción entre clientes internos y externos.

Virick, Basu y Rogers (2015) sugieren que en épocas de alto desempleo las intenciones emprendedoras se tornan competitivas porque la tensión financiera se ve afectada con la negatividad de dicho factor; teniendo un fuerte impacto en el pensamiento de los individuos hacia la apertura al cambio y apoyo organizacional como valoración percibida. En este sentido, Lakemond y Detterfelt (2013) recomiendan crear un enfoque para el desarrollo de nuevos productos usando el dinamismo ambiental que da apertura a nuevas oportunidades que disminuyan los efectos de riesgo laboral. También identifican términos y problemas en el proceso de investigación y desarrollo, el cual se perfecciona con el estudio de comportamiento del mercado y la naturaleza cíclica de las industrias.

Chrisman, Sharma, Steier y Chua (2013) proponen que todo emprendimiento tiene metas claras que utilizan la gobernanza y los recursos familiares para obtener resultados claves; la interrelación de las características de las empresas se basan en la objetividad, la gobernanza, y el desempeño financiero para un enfoque de configuración amplio en el aspecto empresarial. Además, Foley y O'Connor (2013) consideran que existen vínculos internos y externos de la red de contactos de empresarios de diversas etnias que se basan en la influencia histórica y cultural sobre el capital social para lograr emprendimientos dominantes y potencialmente exitosos. Por su parte, Lubik, Garnsey, Minshall y Platts (2013) proponen que las empresas, en su mayoría, les dan importancia a los socios corporativos porque buscan fomentar las relaciones culturales, técnicas y administrativas; teniendo la tecnología un papel primordial dentro de las mismas para crear valor en sus productos o servicios.

Casillas y Acedo (2013) consideran que en el proceso de internacionalización, los emprendimientos se han desarrollado en un entorno dinámico de investigación que trae como resultado los modos de ingresos y elección de los mercados. De ahí que Lamore, Berkowitz y Farrington (2013) sugieren que la orientación hacia un mercado estratégico se ve influenciada por la combinación estratégica del marketing y la investigación y desarrollo implementadas dentro de las organizaciones. Por ende se desarrollan técnicas estructurales, proactivas y responsables que impulsan el desarrollo de futuras necesidades en el mercado. La sensibilidad del mercado requiere de una alta integración entre satisfacer las necesidades actuales de un mercado e impulsar el rendimiento de los emprendimientos para obtener resultados satisfactorios. Además, Song y Chen (2014), en base a la teoría institucional clásica referente a la existencia de actividades flexibles en las organizaciones que permitan dos funciones principales: restrictiva y permisiva, proponen que estos atributos organizacionales son

indispensables para innovar productos y para el crecimiento del mercado; ya que la planificación estratégica lleva el control de estos atributos y la eficacia de su utilidad formaliza y redonda en la organización, aumentando la tasa de crecimiento en el mercado apoyándose en el diseño de organizaciones innovadoras.

Rooks, Sserwanga y Frese (2014) plantean que las redes sociales son una manera de capitalizar recursos propios para la empresa, sean utilizados de forma colectivista o individualista. Es decir, al concentrarse en el aspecto colectivista los recursos son la base para que los miembros se apoyen entre sí, por otro lado, en el aspecto individualista los recursos tienen como base la reciprocidad y la confianza. El dinamismo existente en los mercados es esencial para el avance de la innovación desde una vista personal y empresarial. Para identificar una iniciativa personal se distinguen dos mecanismos tales como la planificación empresarial y la adquisición de recursos a través de una red social de las relaciones interpersonales y empresariales, ambos mecanismos deben desarrollar activamente la innovación en las redes. Además, Hoffmann y Lutz (2015) sostienen que las herramientas en línea se han convertido en medios sociales recaudadores de oportunidades para los grupos interesados en productos o servicios de una determinada empresa; de tal manera que se identifiquen intereses comunes, expresión e interacción de opiniones, exigencias e intervenciones para facilitar asuntos corporativos. El impacto de los medios en línea en la participación de los interesados se basa en una revisión sistemática que explora efectos de comunicación, valor de distribución de la información a través de la participación del marketing, y generan un marco de futuros emprendimientos verticales u horizontales.

Doeksen y Symes (2015) plantean que en algunos casos de emprendimientos es importante la capacidad de enfocarse en la integración vertical y horizontal para que otros comerciantes o proveedores tengan participación, así se ahorran costos y se tiene mayor participación en el mercado sin olvidar las iniciativas de participación. Además, Cainelli e Iacobucci (2015) sugieren que en los emprendimientos se da la integración vertical entre empresas, la cual es una medida de desalineación que predice los costos de transacción y la estimación de rendimiento de las variables financieras. Este análisis detecta propiedad de producciones de integración vertical que influye en la rentabilidad pero no en el crecimiento. Por otro lado, Semrau y Werner (2014) proponen que el aumento del tamaño de la red de contactos y la calidad de las relaciones da como resultado rendimientos marginales decrecientes, que varían según el recurso, en términos de acceso al capital financiero, el conocimiento y la información, y los contactos de negocios adicionales. Por su parte, Ozdemir, Moran, Zhong y Bliemel (2014) recomiendan que para los empresarios

gestionar sus recursos así como facilitar su adquisición, es primordial la cohesión, el marco empresarial multinivel y el modelo analítico; permitiendo alcanzar objetivos de manera conjunta, tomando en cuenta el tiempo que los emprendedores asignan al estar en las redes sociales, la energía que utilizan en el proceso de alcanzar sus objetivos, así como la forma de estructurar, efectuar y resolver esta disyuntiva.

De Brentani y Kleinschmidt (2015) sugieren que el marco conceptual y teórico sobre emprendimientos en base a la globalización y la organización establece las relaciones entre los factores: recursos, capacidad dinámica y fondos globales; los cuales están vinculados con la cultura global de la innovación, el uso de recursos y la participación de la alta dirección aplicando estrategias en equipo y herramientas de comunicación. Estos factores son esenciales para dar fuerzas a los recursos ambientales que promueven el comportamiento de los emprendimientos para el éxito global. Respecto a las estrategias, Messely, Dessein y Rogge (2015) plantean que las estrategias de promoción son atributos de los emprendimientos de la nueva generación porque capturan la mente del consumidor. Todo se centra en los procesos de globalización, la internacionalización y el cambio de escala de la condición de un aumento de la competencia. Se seleccionan atributos y valores que dan lugar al posicionamiento de la marca y a la forma de comunicarse que cumplen con el *branding* planificado.

Liao (2015) sugiere que el marketing da a conocer el intercambio económico y social que favorece a los emprendimientos sobre el alcance de la comercialización. Desde la perspectiva de cambio social, el marketing ayuda a los entornos no comerciales, como causas políticas, religiosas y personales, de acuerdo al intercambio económico. A pesar de las dificultades la empresa adquiere beneficios sociales y económicos porque existe la solidaridad social que se basa en crear una relación recíproca entre los clientes y la empresa. Además, Uen, Ahlstrom, Chen y Liu (2015) consideran que los emprendimientos que son capaces de gestionar la información, contratación o promoción de sus empresas usan la herramienta de boca en boca; la cual es útil porque es un incentivo para apoyar la marca del empleador, prestigio de la empresa, obtener y mejorar las referencias sobre los empleados.

McGee (2015) propone que las estrategias enfocadas tienen dos determinantes por costo y diferenciación, esto hace que los emprendimientos tengan distintos atributos y características especiales para captar mayor participación de mercado. Además, requieren habilidades para enfrentar riesgos y amenazas de tal manera que el mercado se segmente y sea participe de los beneficios empresariales. Asimismo, Kuratko y Covin (2015) recomiendan que para que una empresa mantenga el dominio en el mercado debe tener en cuenta las estrategias que se utilizarán para acaparar a

los clientes potenciales: estrategia renovable, redefinición del dominio, reconstrucción del modelo de negocios y rejuvenecer la propuesta empresarial. Cualquier de estas estrategias ayudará a generar iniciativas emprendedoras dentro de la misma empresa sin necesidad de incurrir en nuevos emprendimientos.

2.3 Clasificación

Esta investigación propone una clasificación del Emprendedorismo¹⁴² enfocada en el emprendedor (Tabla 13) y en el emprendimiento (Tabla 14). El emprendedorismo enfocado en el emprendedor se subdivide en seis sub-criterios: sexo, edad, personalidad, origen, circunstancias, y tipo; mientras que el emprendedorismo enfocado en el emprendimiento tiene doce sub-criterios: ejecución, naturaleza, sector, tamaño, alcance, capital social, tipo de asociación o constitución empresarial, gobierno, producción, formalidad, lucro, y actividad.

Tabla 13

Clasificación del emprendedorismo enfocado en el emprendedor

No.	SUB CRITERIO	CLASIFICACIÓN
1	Sexo Hornaday y Aboud (1971); Broehl (1978); Eddleston, Ladge, Mitteness y Balachandra (2014).	Masculino Femenino
2	Edad McGuire (1964, 1976), Toulouse, (1979), Gibb y Ritchie (1981), Newman (1981), Ellis (1983) citados en Fillion (2005); Kautonen, Tornikoski y Kibler (2011).	Temprana Edad (0 – 5 años) Infantil (6 – 10 años) Pre-juvenil (11 – 14 años) Juvenil (15 – 17 años) Pre-Profesional (18 – 22 años) Profesional (23 – 64 años) Gerontológico (65 años - en adelante) Continuo para toda la vida (12 años - en adelante que no sean parte del sistema de educación formal)
3	Personalidad Timmons (1978), Hornaday (1982), Meredith, Nelson y Neck (1982) citados en Fillion (2005).	Innovador y motor del desarrollo (economistas); creativo, tenaz, con locus interno de control, líder, tiene necesidad de realización, con confianza en sí mismo, independiente, con implicación a largo plazo, enérgico, con iniciativa, perseverante, vive en un aprendizaje continuo, original, optimista, sensible hacia los otros (psicólogos,

¹⁴² Emprendedorismo no consta en el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española; pero consta el adjetivo emprendedor “que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras” (RAE, 2016), y el sufijo –ismo que forma sustantivos que suelen significar “doctrina”, “sistema”, “escuela” o “movimiento”, “actitud”, “tendencia” o “cualidad”, e incluso designan “términos científicos” (RAE, 2016).

		<p>psicoanalistas, sociólogos y otros especialistas del comportamiento humano). Buen repartidor y coordinador de recursos (ingenieros y los especialistas de la gestión de operaciones). Tomador de riesgo moderado, medidor de riesgo, tolerante a la ambigüedad e incertidumbre, tiene al dinero como medida de resultados, y agresivo (especialistas en finanzas). Organizador, administrador de recursos, visionario, orientado hacia los resultados, (especialistas en gestión). Identificador de oportunidades, diferenciado, flexible, tendencia a inspirar confianza, desenvuelto, y dedicado a los clientes (especialistas de la mercadotecnia).</p>
4	<p>Origen Lynn (1969), Pinchot (1985), Fillion (1991b) citados en Fillion (2005); Looi y Khoo-Lattimore (2015).</p>	<p>Visionario por vocación Especialista por formación</p>
5	<p>Circunstancias Newman (1981); Gibb y Ritchie (1981); Reynolds (1991); Bygrave (1993); Van de Ven y Raghu (1993); Bull y Willard (1993); Bull, Thomas y Willard (1995); Thornton (1999); Stevenson (2000); Dana y Wright (2004); Collins y Moore (1970), Fillion (1989, 1990a,b), Bygrave (1989a,b, 1993) citados en Fillion (2005); Dana (2007); Blawatt (2014).</p>	<p>Entorno Azar</p>
6	<p>Tipo Turgot (1766); Quesnay (1767a, b); Smith (1776); Say (1803); Von Thünen (1826); Mill (1844); Von Mangoldt (1855); Walker (1876); Walker (1878); Weber (1904, 1905); Sombart (1911); Schumpeter (1912); Mises (1949); Cole (1959); Higgins (1959); Draheim, Howell, y Shapero (1966); Smith (1967); Leibenstein (1968); Lynn (1969); Hornaday y Aboud (1971); Longenecker y Schoen (1975, 1978); Timmons, Smollen, y Dingee (1977); Chandler (1977); Ronstadt (1984); Drucker (1985); Gartner (1988); Baumol (1993); Formaini (2001); Foss y Klein (2004); Bruyat y Julien (2001), y otros citados en Fillion (2005).</p>	<p>Empresario Inversionista Innovador</p>

Fuente: Elaboración propia a partir del estado del arte de esta tesis cuyas fuentes se citan en el texto.

El primer criterio de esta clasificación es la persona, es decir, se enfoca en el emprendedor; clasificándolo a través de seis sub criterios: sexo, edad, personalidad, origen, circunstancias, y tipo.

1. Sexo: Hay emprendedores de sexo masculino y femenino, cada uno con sus propias características e intereses (Hornaday y Aboud, 1971; Broehl, 1978; Eddleston *et al.*, 2014).
2. Edad: No se ha establecido la edad idónea del emprendedor (McGuire, 1964, 1976; Toulouse, 1979; Gibb y Ritchie, 1981; Newman, 1981; Ellis, 1983, citados en Filion, 2005), y a medida que avanza la tecnología se puede apreciar emprendedores cada vez más jóvenes (Kautonen *et al.*, 2011). La clasificación propuesta, ubica a los emprendedores en seis rangos de edades y un rango abierto, basada en la Clasificación CINE 2011 (Cruz, 2016): Temprana Edad (0 – 5 años), Infantil (6 – 10 años), Pre-juvenil (11 – 14 años), Juvenil (15 – 17 años), Pre-Profesional (18 – 22 años), Profesional (23 – 64 años), Gerontológico (65 años - en adelante), y Continuo para toda la vida (12 años - en adelante que no sean parte del sistema de educación formal).
3. Personalidad: La personalidad del emprendedor es muy variada, y ha sido descrita desde diferentes ámbitos profesionales: economistas; psicólogos, psicoanalistas, sociólogos y otros especialistas del comportamiento humano; ingenieros y los especialistas de la gestión de operaciones; especialistas en finanzas; especialistas en gestión; especialistas de la mercadotecnia, entre muchos otros (Timmons, 1978; Hornaday, 1982; Meredith *et al.*, 1982, citados en Filion, 2005).
4. Origen: El dilema tradicional de si el emprendedor “nace o se hace” ha sido muy discutido (Looi y Khoo-Lattimore, 2015), de ahí se ha planteado dos tipos de emprendedores: el visionario por vocación que demuestra sus cualidades emprendedoras desde muy temprana edad; y el especialista por formación que va desarrollando cualidades emprendedoras a través de los *Emprendizajes* que va adquiriendo durante toda su vida (Lynn, 1969; Pinchot, 1985; Filion, 1991b, citados en Filion, 2005).
5. Circunstancias: El emprendimiento puede ser circunstancial (Collins y Moore, 1970; Filion, 1989, 1990a, b; Bygrave, 1989a, b, 1993, citados en Filion, 2005), es decir, el emprendedor puede desarrollarse en un entorno de emprendimiento o que fomente el emprendimiento (Newman, 1981; Reynolds, 1991; Van den Ven y Raghu, 1993; Bull y Willard, 1993; Bull, Thomas y Willard, 1995; Thorton, 1999; Stevenson, 2000; Dana y Wright, 2004; Dana, 2007; Blawatt, 2014); o por el contrario nunca haber estado involucrado o tenido

conocimiento alguno del emprendimiento y circunstancialmente su idea se viraliza, una actividad para sí común se populariza, se gana la lotería, recibe una herencia, entre muchas otras circunstancias que pueden volverse un impulso emprendedor, o azar que lo lleve desde ese momento a emprender (Gibb y Ritchie, 1981; Bygrave, 1993).

6. Tipo: Un emprendedor puede ser un empresario que administra negocios y genera nuevos negocios (Quesnay, 1767a, b; Von Thünen, 1826; Mill, 1844; Von Mangoldt, 1855; Walker, 1876, 1878; Drheim *et al.*, 1966; Smith, 1967; Timmons *et al.*, 1977; Gartner, 1988); un inversionista que con su capital emprende en los proyectos de otros a cambio de un rendimiento (Turgot, 1766; Smith, 1776; Say, 1803; Weber, 1904, 1905; Ronstadt, 1984; Foss y Klein, 2004); o un innovador que desarrolla inventos e innovaciones (Sombart, 1911; Schumpeter, 1912; Mises, 1949; Cole, 1959; Higgins, 1959; Chandler, 1977; Drucker, 1985; Baumol, 1993; Leibenstein, 1968; Lynn, 1969; Hornaday y Aboud, 1971; Longenecker y Schoen, 1975, 1978; Formaini, 2001). Puede darse el caso de un innovador que sea inversionista y empresario; así como todas las combinaciones que puedan surgir de esta tipología (Cole, 1959; Bruyat y Julien, 2001, citados en Filion, 2005).

Tabla 14

Clasificación del emprendedorismo enfocado en el emprendimiento

No.	SUB CRITERIO	CLASIFICACIÓN
1	Ejecución Pinchot (1985); Kunkel (1991); IICA (2002); Collins, Moore y Unwalla (1964), Collins y Moore (1970), Miner, Smith y Bracker (1989), Miner (1990), citados en Filion (2005).	Intraemprendimiento Emprendimiento Interemprendimiento
2	Naturaleza Lorrain y Dusault (1988b), citados en Filion (2005); Rosa, Kodithuwakku y Balunywa (2006); Wagner (2010); Lohest (2011); Vale, Correa y Reis (2014); Williams y Williams (2014).	Necesidad Oportunidad
3	Sector Moscardi (1991), Clark y Mountford (2007), Devlin y Moguillansky (2009), y Fransen y Burgoon (2015).	Público Privado
4	Tamaño Oxenfeldt (1943); <i>McKinsey and Company and the Australian Manufacturing Council</i> (1993); Oviatt y McDougall (1994, 2005); Henríquez Sánchez (1996); Madsen y Servais (1997); McDougall y Oviatt (2000); OCDE	Autoempleo Autoemprendimiento Microemprendimiento Pequeño Emprendimiento Mediano Emprendimiento Emprendimiento Emprendimiento Internacional

	(2000); García Jiménez (2002); Andersson, Gabrielsson y Wictor (2004); Asamblea Nacional (2010a); CCI de France (2016).	Emprendimiento Global
5	Alcance Storey (1994), OCDE (2000), Wai-chung Yeung (2002), OESMEs (2002), citados en OCDE (2004).	Local Nacional Internacional Multinacional
6	Capital Social Glueck (1977), Fillion (1988, 1991a, b), citados en Fillion (2005); Altena, Tuinenburg, Eveleens y Van Rijnsoever (2014).	Familiar No Familiar
7	Tipo de Asociación o Constitución Empresarial García González y Boria Reverter (2006); Caldas, Carrión y Heras (2014).	Natural Jurídico Cooperativo Corporativo
8	Gobierno Hart (1995); Monks y Minow (1996); Shleifer y Vishny (1997); OCDE (1999); Steiner y Steiner (2006); Bermejo (2010); Quer (2011); Campden Wealth-UBS (2015).	Familiar Empresarial
9	Producción Smith (1967), Laufer (1974), Gasse (1978), citados en Fillion (2005); Gay y Samar (2007).	Artisanal Industrial
10	Formalidad Centro para la Empresa Privada Internacional (2000); Ministerio de Economía, Fomento, y Turismo del Gobierno de Chile (2013).	Formal Informal
11	Lucro Say (1803), Menger (1892), Vesper (1980) y Gartner (1990) citados en Béchard (1996); <i>Social Enterprise Knowledge Network</i> (2006); Fransen y Burgoon (2015).	Con fines de lucro Sin fines de lucro
12	Actividad Scasse y Goffee (1980), Schollhammer (1980), Vesper (1980), Smith y Miner (1983) citados en Fillion (2005); Babson College (2016).	Comercial De Servicio Profesional De Producción De Especialidad Cultural Académico Literario Artístico Religioso Deportivo Político Económico Social

	Ambiental Legal Tecnológico Otros
--	--------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir del estado del arte de esta tesis doctoral cuyas fuentes se citan en el texto.

El primer criterio de esta clasificación es el profesional, es decir, se enfoca en el emprendimiento; clasificándolo a través de doce sub criterios: ejecución, naturaleza, sector, tamaño, alcance, capital social, tipo de asociación o constitución empresarial, gobierno, producción, formalidad, lucro, y actividad.

1. Ejecución: El cómo se ejecuta la acción emprendedora (Collins, Moore y Unwalla, 1964; Collins y Moore, 1970; Miner *et al.*, 1989; Miner, 1990, citados en Filion, 2005) incluye el desarrollo de la innovación al interior de una empresa, intraemprendimiento (Pinchot, 1985; Kunkel, 1991); la creación de nuevas empresas, emprendimiento; y el emprendimiento asociativo, colaborativo o comunitario entre varias empresas, interemprendimiento (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA, 2002).
2. Naturaleza: Los emprendimientos por necesidad son aquellos que nacen de un ambiente negativo e inicialmente buscan la subsistencia a través del autoempleo; mientras que un emprendimiento por oportunidad es innovador y dinámico por lo que genera altos niveles de empleo y riqueza (Lorrain y Dusault, 1988b, citados en Filion, 2005; Rosa *et al.*, 2006; Wagner, 2010; Vale, Correa y Reis, 2014; Lohest, 2011; Williams y Williams, 2014).
3. Sector: La mayoría de los emprendimientos corresponden al sector privado, pero los gobiernos también desarrollan emprendimientos provenientes del sector público, así como alianzas público-privadas (Moscardi, 1991; Clark y Mountford, 2007; Devlin y Mognillansky, 2009; Fransen y Burgoon, 2015).
4. Tamaño: El autoempleo es la actividad económica desesperada que se realiza con miras a sobrevivir y cuyos ingresos son inferiores a un salario mensual mínimo vital y las horas empleadas para conseguirlo superan las horas de una jornada diaria de trabajo, pertenecen a este grupo los vendedores ambulantes, los lustrabotas, cargadores, entre otros (Henríquez Sánchez, 1996; García, 2002). El autoemprendimiento se refiere al emprendimiento personal realizado en base a un conocimiento formal o informal, en actividades de libre ejercicio profesional, comercio, artesanías, entre otros (Oxenfeldt, 1943); Francia fue el primer país en normalizar esta forma de emprendimiento a través del *Régime Auto-Entrepreneur* de 2009 a 2014, y que desde el año 2015 incluye el *Régime Micro-Entrepreneur* (*Chambres de Commerce et d'Industrie, CCI de France*,

2016). El Código Orgánico de la Producción de Ecuador define a las empresas por su tamaño en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, basado en ello, se presenta la siguiente equivalencia: el microemprendimiento tiene entre 1 y 9 trabajadores o ingresos menores a 100.000,00 USD; el pequeño emprendimiento tiene entre 10 y 49 trabajadores o ingresos entre 100.001,00 y 1'000.000,00 USD; el mediano emprendimiento tiene entre 50 y 199 trabajadores o ingresos entre 1'000.001,00 y 5'000.000,00 USD; el emprendimiento tiene más de 200 trabajadores o ingresos superiores a los 5'000.001,00 USD (Asamblea Nacional, 2010a; OCDE, 2000). El emprendimiento internacional (*International New Ventures*) se lleva a cabo cuando el alcance de la actividad emprendedora va más allá de las fronteras nacionales a través de bienes y/o servicios exportables o internacionalizables (McDougall y Oviatt, 2000, 2005; Andersson *et al.*, 2004); y el emprendimiento global (*Global Start-ups*) se realiza cuando el alcance y reconocimiento de los bienes y/o servicios es mundial (McKinsey *et al.*, 1993; Oviatt y McDougall, 1994; Madsen y Servais, 1997).

5. Alcance: El alcance de los emprendimientos va relacionado a su tamaño (Storey, 1994; OESMEs, 2002, citados en OCDE, 2004), en la mayoría de los casos aunque no es una regla estricta, el autoemprendimiento y microemprendimiento son de alcance normalmente local dado que no van más allá de su zona de influencia. A medida que el tamaño de los emprendimientos crece también lo hace su alcance, pudiendo llegar a ser nacional y brindar cobertura a todo el país o parte de este. El emprendimiento internacional tiene como alcance a uno o varios países; mientras que el emprendimiento multinacional no solo tiene como alcance más de dos países sino que puede establecer sus actividades productivas en dichos países (OCDE, 2000; Wai-chung Yeung, 2002).
6. Capital Social: El origen del capital puede venir del círculo familiar (familia, amigos, y tontos – *FFF – family, friends and fools*) como del no familiar, es decir, que las fuentes de financiamiento y apalancamiento pueden ser diversas (Glueck, 1977; Fillion, 1988, 1991a, b, citados en Fillion, 2005; Altena *et al.*, 2014).
7. Tipo de Asociación o Constitución Empresarial: El emprendedor puede realizar sus actividades a título personal con su documento de identidad denominándose persona natural; puede crear una empresa o persona jurídica; puede asociarse con otros emprendedores y/o empresas de una manera cooperativa; o puede conformarse de manera corporativa a través de

participaciones o acciones, según el tipo de sociedad a la que corresponda su tipo de asociación o constitución empresarial (García y Boria, 2006; Caldas *et al.*, 2014).

8. Gobierno: El gobierno familiar se fundamenta en un plan de continuidad (Quer, 2011) que cuenta con dos pilares claves que son el plan de sucesión familiar y el plan estratégico empresarial, dicho gobierno se administra de acuerdo al sistema de administración y gobierno familiar-empresarial (Asamblea Familiar, Consejo de Familia, Junta General, y Consejo de Dirección Empresarial o Consejo de Administración) que respeta el protocolo familiar (compromiso familia-empresa) (Bermejo, 2010), y que procura que todos los asuntos familiares o de tipo familiar se lleven a través de una *family office* o *family wealth* (*interna* o *externa*) para no involucrar a los departamentos de la empresa en actividades diferentes a las que les corresponden (Campden Wealth-UBS, 2015). El gobierno empresarial no tiene influencia de la familia o de sus propietarios para la toma de decisiones, es decir, son los ejecutivos de la empresa quienes la dirigen (Hart, 1995; Monks y Minow, 1996; Shleifer y Vishny, 1997; OCDE, 1999; Steiner y Steiner, 2006). También se pueden dar combinaciones, es decir, empresas familiares con gobiernos corporativos o empresariales.
9. Producción: La producción artesanal es predominantemente manual y a pequeña o mediana escala; mientras que la producción industrial se caracteriza por el uso de equipos, herramientas y tecnología a mediana y gran escala (Smith, 1967; Laufer, 1974; Gasse, 1978, citados en Filion, 2005; Gay y Samar, 2007).
10. Formalidad: Un emprendimiento formal es aquel en el que se separa las actividades personales de las del negocio; se lleva contabilidad, al menos básica; paga impuestos, aunque sea mínimos a través del Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), por ejemplo; el emprendedor y sus empleados están afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS); cuenta con permisos de funcionamiento (Gobierno del Ecuador, 2016); es decir, cumple con los requisitos de ley de cada país (Gobierno de Chile, 2013). Un emprendimiento informal no diferencia las actividades personales de las del negocio, la contabilidad y tributación se realiza a título personal, no tiene establecimiento porque opera en su domicilio, en general, su modelo de negocio no está definido (Centro para la Empresa Privada Internacional, 2000).
11. Lucro: La mayoría de los emprendimientos son con fines de lucro, dado que además de la generación de valor, tienen como objetivo rendir utilidades (Say,

1803; Menger, 1892; Vesper, 1980; Gartner, 1990, citados por Béchard, 1996). Por el contrario, los emprendimientos sin fines de lucro tienen como objetivo generar un valor social y reinvertir sus utilidades (*Social Enterprise Knowledge Network*, 2006).

12. Actividad: Las actividades que se realizan a través del emprendimiento son muy variadas (Scasse y Goffee, 1980; Schollhammer, 1980; Vesper, 1980; Smith y Miner, 1983, citados en Filion, 2005). Entre ellas se puede mencionar: de compra y venta comercial de bienes; de oferta de servicios como: educación, banca, seguros, salud, comunicaciones, transporte, seguridad, entre otros; de libre ejercicio profesional de acuerdo a la formación y experiencia del emprendedor; de producción de bienes o productos para el consumo; de especialidad dado su uso en el ejercicio de actividades de especialización u ocio como la fotografía, el deporte, la caza, entre otros, ya que poseen características diferenciadoras o de alto valor agregado como la marca, calidad, prestigio u otros elementos que los hacen exclusivos en algún área; cultural enfocados en la promoción de la cultura en todas sus manifestaciones; de índole académico enfocados a la enseñanza e investigación; literario para la generación de obras de diferentes géneros como Paulo Coelho o Joanne Kathleen Rowling, entre otros; artístico como cantantes, actores, o el desarrollo de circos a escala mundial como el *Cirque du Soleil*, shows musicales o *realities* como *America's Next Top Model*; religioso enfocado a todos los proyectos a nivel mundial emprendidos por representantes de diferentes creencias; deportivo como la creación de clubes tales como el *Manchester United* o Real Madrid; político a través de partidos políticos; económico a través de portales, periódicos, consultoras y otros dedicados al estudio y aplicación de la economía; financiero mediante bancos, casa de cambio, bolsas de valores, *brokers*, y otros; social por medio de fundaciones y empresas sin fines de lucro; ambiental dedicado a la conservación y preservación del medio ambiente, el cual se realiza a través de empresas recicladoras, de energía alternativa, consultoras y certificadoras ambientales; legal como bufetes jurídicos, publicaciones legales, entre otros; tecnológico como *Google*, *Facebook*, *Microsoft*, *Apple* entre muchos otros que han revolucionado el mundo y sobretodo han crecido vertiginosamente en muy poco tiempo. Cada vez más se abren nuevos campos de actuación para el emprendimiento como el desarrollo espacial, la biomedicina, la nanotecnología, la realidad aumentada y virtual, *big data* para mencionar algunos de ellos (*Babson College*, 2016a).

Las combinaciones entre los criterios y subcriterios de clasificación del Emprendimiento Integral son comunes, es decir, un microemprendimiento por oportunidad puede tener un capital familiar de gobierno corporativo, correspondiendo de esta manera al sector privado de la economía, con una producción artesanal formal de actividad comercial y con fines de lucro; el mismo que puede estar dirigido por una emprendedora en edad profesional, innovadora, especialista por formación, que creció en un entorno no empresarial, y que es empresaria de su propio emprendimiento.

2.4 Referentes

A parte de la gran cantidad de autores dedicados a la investigación en temas de emprendimiento, de los cuales se ha mencionado una pequeña parte en la definición de emprendimiento, en esta sección, se abordarán los referentes del emprendimiento, que para efectos de esta investigación se concentrarán en las instituciones líderes en su estudio y promoción. Primeramente, se revisaron diferentes rankings internacionales, sin que esto signifique que su medición sea exacta, ya que se puede observar que los resultados varían entre ellos. Posteriormente, se revisaron los organismos mundiales que monitorean la actividad emprendedora; así como las instituciones dedicadas a la enseñanza del emprendimiento que se han convertido en líderes en sus respectivos países.

Al realizar una búsqueda simple de las 100 mejores universidades con Programas de Negocio, los resultados muestran diferentes rankings de *Master in Business Administration* (MBA) (Tabla 15). Se escogió el ranking del *Financial Times* ya que su metodología incluye que las instituciones participantes estén acreditadas por AACSB¹⁴³ o Equis¹⁴⁴ lo que muestra que tienen como factor principal la calidad académica. De igual manera, se seleccionó el ranking de *Forbes* ya que su metodología se basa en las instituciones que ofrecen un mejor retorno de inversión a sus graduados durante los primeros cinco años posteriores al término del posgrado.

¹⁴³ Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) - en Florida (AACSB, 2016).

¹⁴⁴ European Quality Improvement System (EQUIS) - en Bruselas (EQUIS/EFMD, 2016).

Tabla 15

Rankings de universidades con programas de MBA

FINANCIAL TIMES - MBA			FORBES - MBA		
2015	UNIVERSIDAD	PAÍS	2015	UNIVERSIDAD	PAÍS
1	<i>Stanford Graduate School of Business</i>	EE.UU.	1	<i>IMD</i>	Lausanne, Suiza
2	<i>Babson College: Olin</i>	EE.UU.	2	<i>Insead</i>	Fontainebleau, Francia
3	<i>University of Virginia: Darden</i>	EE.UU.	3	<i>SDA Bocconi</i>	Milán, Italia
4	<i>Dartmouth College: Tuck</i>	EE.UU.	4	<i>London</i>	Londres, UK
5	<i>UCLA: Anderson</i>	EE.UU.	5	<i>IE Business School</i>	Madrid, España
6	<i>University of California at Berkeley: Haas</i>	EE.UU.	6	<i>Oxford (Said)</i>	Oxford, UK
7	<i>University of Pennsylvania: Wharton</i>	EE.UU.	7	<i>Warwick</i>	Coventry, UK
8	<i>IE Business School</i>	España	8	<i>Stanford Cambridge (Judge)</i>	Stanford, California, EE.UU. Cambridge, UK
9	<i>London Business School</i>	UK	9	<i>National University of Singapore</i>	Singapur
10	<i>IESE Business School</i>	España	10		

Fuente: Elaboración propia a partir de *Financial Times* (2016) y *Forbes* (2016)

En ambos rankings (Tabla 15) coinciden tres instituciones: *IE Business School* de España, *London Business School* de Reino Unido y *Stanford Graduate School of Business* de Estados Unidos de Norteamérica. Estas instituciones a más de gozar con un alto prestigio, reconocido a nivel mundial, provienen de países que se destacan en emprendimiento e innovación (GEM, 2016).

Al realizar una segunda búsqueda simple de las 100 mejores Universidades con Programas de Emprendimiento (Tabla 16), el resultado muestra el Reporte Anual de Princeton, el mismo que enlista a las cincuenta mejores instituciones para estudiar Emprendimiento en los Estados Unidos de Norteamérica. Además, muestra el ranking de *Financial Times* enfocado en el emprendimiento y sus resultados indican que siete de los diez mejores Posgrados de Administración de Empresas para Emprendimiento son de los Estados Unidos de Norteamérica.

Tabla 16

Rankings de universidades con programas de emprendimiento

FINANCIAL TIMES - TOP MBAs FOR ENTREPRENEURSHIP			THE PRINCETON REVIEW - TOP SCHOOLS FOR ENTREPRENEURSHIP		
2015	UNIVERSIDAD	PAÍS	2015	UNIVERSIDAD	CIUDAD/PAÍS
1	Stanford Graduate School of Business	USA	1	Harvard University - Harvard Business School	Boston, MA, USA
2	Babson College: Olin	USA	2	Babson College - F.W. Olin Graduate School of Business	Babson Park (Wellesley), MA, USA
3	University of Virginia: Darden	USA	3	The University of Chicago - Booth School of Business	Chicago, IL, USA
4	Dartmouth College: Tuck	USA	4	University of Michigan—Ann Arbor - Stephen M. Ross School of Business	Ann Arbor, MI, USA
5	UCLA: Anderson	USA	5	Northwestern University - Kellogg School of Management	Evanston, IL, USA
6	University of California at Berkeley: Haas	USA	6	Rice University - Jesse H. Jones Graduate School of Business	Houston, TX, USA
7	University of Pennsylvania: Wharton	USA	7	Brigham Young University - Marriott School of Management	Provo, UT, USA
8	IE Business School	Spain	8	The University of Texas at Austin - McCombs School of Business	Austin, TX, USA
9	London Business School	UK	9	City University of New York—Baruch College - Zicklin School of Business	New York, NY, USA
10	IESE Business School	Spain	10	Temple University - The Fox School of Business and Management	Philadelphia, PA, USA

Fuente: Elaboración propia a partir de *Financial Times* (2016) y *Princeton Review* (2016)

La Tabla 16 dio como coincidencia de la comparación de los rankings de los mejores Programas de Emprendimiento a *Babson College*, de Estados Unidos de América; cuya misión destaca aspectos trascendentales como la educación, el valor económico y social, así como un alcance global (*Babson College*, 2016b). Su metodología *Entrepreneurial Thought y Action®* (ETyA) tiene tres pilares que son acción, experimentación y creatividad, la misma es aplicable en diferentes contextos

de la vida tales como innovar dentro de una gran corporación, formar una familia, la creación de una obra de caridad, la solución de los problemas sociales globales, o iniciar un negocio (*Babson College*, 2016c).

De acuerdo a su redefinición del emprendimiento *Entrepreneurship of All Kinds®*, todos somos emprendedores, al usar la mentalidad empresarial para resolver los desafíos de todo tipo, transformando las oportunidades en una realidad práctica (*Babson College*, 2016a). El Proyecto de Ecosistemas del Emprendimiento de *Babson College* (*The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project - BEEP*) tiene como objetivo estimular el crecimiento económico, el desarrollo y la prosperidad mediante la creación de emprendimientos medibles en una localidad dada dentro de los cinco años de aplicación del proyecto; para lo cual se requiere la participación de un amplio grupo de líderes públicos y privados locales, que puede incluir entidades gubernamentales, fundaciones, empresas privadas, universidades y asociaciones público-privadas (*Babson College*, 2016d).

Además, *Goldman Sachs 10.000 Pequeñas Empresas* (*Goldman Sachs 10,000 Small Businesses*) se basa en una combinación de educación, capital y servicios de apoyo que permitan manejar los obstáculos al crecimiento de las pequeñas empresas (*Babson College*, 2016e). *Babson College Entrepreneurship Research Conference* (*BCERC*) es un espacio de encuentro para académicos y emprendedores creado para vincular la teoría y la práctica del emprendimiento. *Frontiers of Entrepreneurship Research* contiene las actas de la conferencia *BCERC* y es la colección más completa de los trabajos de investigación empírica sobre la actividad empresarial (*Babson College*, 2016f). *Babson College* cuenta con seis centros e institutos que permiten catalizar la investigación en emprendimiento, estos son: *Arthur M. Blank Center for Entrepreneurship*, *Center for Women's Entrepreneurial Leadership*, *The Lewis Institute*, *Retail Supply Chain Institute*, *Richard W. Sorenson Center for the Arts*, *Stephen D. Cutler Center for Investments and Finance* (*Babson College*, 2016g).

Por otra parte, en América Latina, se destacan los Programas de Posgrado en Administración de otras universidades de gran renombre: *EGADE Business School* con sus campus en Ciudad de México, Monterrey, y Guadalajara, México; la Universidad Adolfo Ibáñez de Santiago, Chile; la *FGV - Escola de Administração de Empresas de São Paulo de São Paulo*, Brasil; la Pontificia Universidad Católica de Chile de Santiago, Chile; y el *INCAE Business School de Alajuela*, Costa Rica. En Emprendimiento e Innovación, el liderazgo es para la Universidad del Desarrollo de Chile, seguida de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC) y *EGADE Business School* de México (América Economía, 2016).

En Ecuador, la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) es la única Universidad que cuenta con una Carrera de Emprendimiento (SNIESE, 2016) registrada como tal en la SENESCYT¹⁴⁵. La UCSG es una institución de educación superior creada el 17 de mayo de 1962, mediante Acuerdo Ejecutivo # 936 dictado por el presidente Constitucional de la República, Dr. Carlos Julio Arosemena Monroy, por lo que el Ministerio de Educación autorizó su funcionamiento a través de la Resolución #1158. La Facultad de Especialidades Empresariales y su oferta académica, incluida la Carrera de Emprendimiento, fueron creadas en junio de 2003 (UCSG, 2016).

La Carrera de Emprendimiento está registrada con el código 13261, de acuerdo al régimen académico 2009, siendo su tipo de formación de tercer nivel, creada bajo la clasificación CINE¹⁴⁶ 1997, con nombre del curso emprendimiento, del área de Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho, subárea Educación Comercial y Administración, su modalidad es presencial, tiene estado vigente, su sede corresponde a la región costa de la provincia del Guayas en la ciudad de Guayaquil, su sistema de tiempo es semestres (SNIESE, 2016). La Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil tiene la misión de formar profesionales capaces de desarrollar nuevas empresas y potencializar las existentes a través de destrezas y habilidades como: la identificación de oportunidades, el análisis de recursos, la evaluación de ideas, y la implementación de planes de negocio. Para obtener el título de Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe (estudiantes antiguos) o Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe (estudiantes nuevos) se requiere aprobar nueve ciclos equivalentes a nueve semestres de estudios (incluido la titulación). El estudiantado de la carrera comprende alrededor del 10 % de los matriculados de la Facultad de Especialidades Empresariales equivalente al 1 % del total de estudiantes de la Universidad, al periodo A-2013¹⁴⁷ se matricularon en la

¹⁴⁵ La Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) es rectora de la política pública de educación superior, ciencia, tecnología y saberes ancestrales del Ecuador; promoviendo la investigación científica e innovación tecnológica para mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía (SENESCYT, 2016).

¹⁴⁶ La Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE) (*International Standard Classification of Education - ISCED*) es la estructura de clasificación para organizar la información en educación y la formación establecida por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 1976, y cuenta con revisiones una 1997 y la última en 2011 (UNESCO, 2016). La carrera fue creada de acuerdo a la versión 1997 y actualmente se encuentra en proceso de rediseño de acuerdo a lo dispuesto por el Consejo de Educación Superior (CES) en coherencia a los Campos de Educación y Capacitación 2013 de la CINE, ISCED-F 2013 (UNESCO, 2014).

¹⁴⁷ Los periodos académicos en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil son aprobados por su Consejo Universitario, referencialmente, el A es de mayo a agosto y el B es de octubre a enero (UCSG, 2013).

Carrera de Emprendimiento 244 estudiantes, provenientes de diferentes provincias de Ecuador, siendo la más representativa Guayas (UCSG, 2013a).

Una vez que se han identificado las universidades a nivel mundial, de América Latina, y de Ecuador, se estimó el número de centros de emprendimiento a nivel mundial. Para ello, se realizó una tercera búsqueda simple en Google, usando las palabras de búsqueda *entrepreneurship center*; dando como resultado cerca de 74.000.000 de resultados en 0,73 segundos, siendo la mayoría de estos centros de emprendimiento parte de diferentes universidades (Google, 2016a). Desde este punto, se puede ir dimensionando la importancia que hoy en día tiene el emprendimiento. De igual manera, se puede apreciar a las universidades como actores principales tanto en la formación de emprendedores como en el desarrollo de emprendimientos.

Además de las universidades, se establecieron dos instituciones que son referentes globales del emprendimiento. La primera, es el Consorcio Global de Centros de Emprendimiento (*The Global Consortium of Entrepreneurship Centers, GCEC*, originalmente denominado *National Consortium of Entrepreneurship Centers, NCEC*). Esta organización fue creada en 1997, actualmente cuenta con más de 200 miembros altamente reconocidos y tiene como objetivo primordial la colaboración interinstitucional respecto a temas y desafíos referentes al emprendimiento y sus centros de estudio (GCEC, 2016). La segunda, es *Global Entrepreneurship Monitor, GEM*, el cual comenzó como un proyecto conjunto entre el *Babson College* (EE.UU.) y *London Business School* (Reino Unido). Este proyecto fue creado en 1999, actualmente cuenta con 17 años de datos, realiza más de 200.000 entrevistas al año en más de 100 países, y su objetivo es generar un reporte anual global y una edición de cada país cooperante, considerando dos elementos: el comportamiento y las actitudes emprendedoras de los individuos, y cómo impacta el contexto nacional el emprendimiento (GEM, 2016).

Otros referentes a nivel mundial son las organizaciones no gubernamentales (ONGs) con y sin fines de lucro, los gobiernos, las empresas, y otros dedicados a la promoción y ayuda al desarrollo global del emprendimiento. En la Tabla 17 se presentan algunos de los más importantes referentes del emprendimiento; ya que tienen un alcance global y su impacto es altamente representativo para el ecosistema mundial del emprendimiento.

Tabla 17

Instituciones globales de apoyo al emprendimiento

ORGANIZACIÓN	OBJETIVO	SITIO WEB
<i>500 Startups</i>	Ofrece una relación entre socios y <i>startups</i> basada en ofertas de productos, y fomentando un entorno profundo de cooperación (500 <i>Startups</i> (2016)).	http://500.co/
<i>Academy of Entrepreneurship</i>	Actúa en colaboración con la Federación de Asociaciones Helénicas de Jóvenes Emprendedores (OESYNE) en el Sur Europa del Este (AKEP, 2016).	http://akep.eu/
<i>Active and Assisted Living Programme (AAL)</i>	Crea mejores condiciones de vida para los adultos mayores y refuerza las oportunidades industriales en Europa, a través del uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), financiando proyectos transnacionales (al menos tres países implicados) que involucran a pequeñas y medianas empresas (PYME), organismos de investigación y organizaciones de usuarios (que representan a los adultos mayores) (AAL, 2016).	http://www.aal-europe.eu/about/objectives/
<i>Allied Academies</i>	Promueve la discusión, publicación y difusión de la investigación en el ámbito del espíritu emprendedor a través de las siguientes revistas enfocadas en el emprendimiento: <i>Academy of Entrepreneurship Journal (AEJ)</i> , <i>International Journal of Entrepreneurship (IJE)</i> , <i>Journal of Entrepreneurship Education (JEE)</i> , y <i>Entrepreneurial Executive (EE)</i> (<i>Allied Academies</i> , 2016).	http://www.alliedacademies.org/
<i>Angel Capital Association</i>	Proporciona una perspectiva privilegiada que ayuda a tomar decisiones inteligentes de inversión a través de su colectivo de inversionistas ángel acreditados; siendo la organización más grande del desarrollo profesional de inversionistas ángel en el mundo y la más prolífica de Norteamérica (ACA, 2016).	www.angelcapitalassociation.org
<i>Ashoka – Investing in new solutions for our world’s toughest problems</i>	Identifica y elige a emprendedores sociales líderes en su comunidad global para proporcionarles apoyo, oportunidades de colaboración y reconocimiento (Ashoka, 2016).	http://usa.ashoka.org/
<i>Association of European Science and Technology Transfer Professionals (ASTP)</i>	Potencia el impacto de la investigación pública sobre la sociedad y la economía entre las universidades y la industria de la asociación paneuropea; a través del intercambio de buenas prácticas para el conocimiento y la transferencia de tecnología, así como la formación de profesionales (ASTP, 2016).	http://www.astp-proton.eu/
<i>Bill and Melinda Gates Foundation</i>	Colabora con organizaciones asociadas en todo el mundo a fin de corregir problemas esenciales poniendo en marcha programas en cuatro ámbitos diferentes: División de Desarrollo Mundial, División de Salud Mundial, División de Educación de los Estados Unidos, y la División de Defensa y Políticas Mundiales; concediendo subvenciones en estas cuatro esferas; enfatizando la colaboración, innovación, asunción de riesgos, y, sobre todo, los resultados (<i>Bill and Melinda Gates Foundation</i> , 2016).	http://www.gatesfoundation.org/es/What-We-Do

<i>Business USA</i>	Es una plataforma centralizada de ventanilla única para pequeñas empresas y exportadores de los Estados Unidos, que conecta rápidamente a los negocios con los servicios e información relevante a ellos (<i>Business USA</i> , 2016).	http://business.usa.gov/
<i>Center for International Private Enterprise (CIPE)</i>	Fortalece la democracia en todo el mundo a través de la iniciativa privada entre los funcionarios gubernamentales, los empresarios, los medios de comunicación y el público; promoviendo la cultura empresarial, brindando información para la toma de decisiones, mejorando la gobernabilidad, y fortaleciendo la libertad de asociación y las organizaciones empresariales privadas y voluntarias (CIPE, 2016).	http://www.cipe.org/
<i>Centre for Innovation Incubation and Entrepreneurship (CIIE)</i>	Apoya a los innovadores de la India que sean aspirante a emprendedor o estén en la etapa inicio temprano de sus emprendimientos en el Instituto Indio de Gerencia Ahmedabad (IIMA) (CIIE-IIMA, 2016).	http://www.ciie.co/
<i>Corporation for Enterprise Development</i>	Trabaja a nivel local, estatal y federal para crear oportunidades económicas que alivien la pobreza al ayudar a los estadounidenses a comenzar y hacer crecer negocios, ir a la universidad, tener un hogar, entre otros (CFED, 2016).	http://cfed.org/
<i>Creative Business Cup</i>	Busca fortalecer las habilidades empresariales y el espíritu emprendedor de los empresarios dentro de las industrias creativas (CBC, 2016).	http://www.creativebusinesscup.com/
<i>Cyberport Creative Micro Fund and Incubation Program</i>	Desea construir un legado de excelencia empresarial en innovación y tecnología; mediante el fomento de las empresas emergentes de la industria digital, y la aceleración de la adopción digital mediante iniciativas estratégicas y asociaciones con más de 700 miembros de la comunidad (<i>Cyberport</i> , 2016).	https://www.cyberport.hk/en
<i>Development Gateway Foundation</i>	Capacita a los profesionales, gobiernos y ciudadanos con el conocimiento que necesitan para mejorar sus vidas; convirtiendo la información en resultados duraderos (<i>Development Gateway</i> , 2016).	http://www.developmentgateway.org/
<i>Doing Business Project</i>	Proporciona medidas objetivas de regulaciones empresariales para firmas locales en 189 economías y ciudades seleccionadas a nivel subnacional (<i>World Bank Group</i> , 2016).	www.doingbusiness.org
<i>Draper Richards Kaplan Foundation</i>	Halla, financia y apoya a líderes, emprendedores sociales, con promesas excepcionales e ideas impactantes que tienen potencial para escalar (<i>DRK Foundation</i> , 2016).	http://www.drkfoundation.org/
<i>USAID</i>	Trabaja para poner fin a la extrema pobreza mundial y permitir que las sociedades resilientes y democráticas realicen su potencial (USAID, 2016).	https://www.usaid.gov
<i>EBN Innovation Network</i>	Apoya el desarrollo y el crecimiento de empresarios innovadores, empresas nuevas y PYMEs a través de centros de negocios e innovación, incubadoras, aceleradoras y otras organizaciones (EBN, 2016).	http://ebn.be/
<i>Elevator</i>	Invierte en los talentos iniciales de Israel y actúa como un socio estratégico, operativo y financiero completo (<i>Elevator Fund</i> , 2016).	http://www.elevatorfund.com/

<i>Endeavor</i>	Fomenta el espíritu empresarial en vibrantes comunidades de negocios locales que tienen los recursos, pero no el marco, para proporcionar servicios de apoyo (<i>Endeavor</i> , 2016).	http://www.endeavor.org/
<i>Enterprise Europe Network</i>	Ayuda a las PYMEs a innovar y crecer internacionalmente a través de una gama de servicios asociativos, consultivos, de apoyo a la innovación y redes de contacto en 17 sectores industriales especializados (EEN, 2016).	http://een.ec.europa.eu/
<i>Entrepreneur First</i>	Construye empresas de tecnología, ayudando a encontrar un co-fundador, desarrollar una idea, construir un producto con la ayuda de expertos, y recaudar dinero de las mejores empresas de capital de riesgo (VCs) (EF, 2016).	http://www.joinef.com/whatwedo
<i>Entrepreneurs' Organization</i>	Construye la comunidad más influyente de emprendedores del mundo (EO, 2016).	https://www.eonetwork.org/
<i>EUREKA Network (Europe-wide Network for Market-Oriented R&D and Innovation)</i>	Busca mejorar la competitividad europea, fomentando el espíritu empresarial impulsado por la innovación en Europa, entre pequeñas y grandes industrias, institutos de investigación y universidades; a través de su red intergubernamental financiada con fondos públicos, en la que participan más de 40 países (Eureka, 2016).	http://www.eureka-network.org/
<i>European Research and Project Office GMBH</i>	Ofrece apoyo profesional a lo largo de todo el ciclo de vida del proyecto (EURICE, 2016).	http://www.eurice.eu/
<i>European Venture Market</i>	Permite que los empresarios participantes en su conferencia de <i>networking</i> , lancen sus proyectos empresariales durante unos 5 minutos a una multitud de inversores, incubadoras y aceleradores, corporaciones y proveedores de servicios (<i>European Venture Market</i> , 2016).	http://www.europeaventuremarket.com/
<i>Ewing Marion Kauffman Foundation</i>	Ayuda a los individuos a alcanzar la independencia económica mediante el avance de los logros educativos y el éxito empresarial, identificando oportunidades, y desarrollando programas innovadores basados en la investigación que conduzcan a soluciones prácticas y sostenibles ampliamente aceptadas e implementadas (<i>Kauffman Foundation</i> , 2016).	http://www.kauffman.org/
<i>Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME)</i>	Se aseguran de que las acciones financiadas por los programas <i>COSME</i> , <i>LIFE</i> , <i>Horizon 2020</i> y <i>EMFF</i> produzcan resultados y proporcionen a la Comisión Europea un aporte valioso para sus tareas políticas (EASME, 2016).	https://ec.europa.eu/easme/
<i>First Tuesday</i>	Realiza foros el primer martes de cada mes en 18 países en los cinco continentes, apoyando la creación de conocimiento donde el negocio cruza la política, la tecnología y la innovación (<i>First Tuesday</i> , 2016).	http://www.firsttuesday.com/
Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)	Fortalece la cohesión socioeconómica dentro de la Unión Europea, centrandó sus inversiones en la concentración temática de innovación e investigación, programa digital, apoyo a las pequeñas y medianas empresas (PYMES), y economías de bajas emisiones de carbono (FEDER, 2016).	http://ec.europa.eu/regional_policy/es/funding/erdf/

<i>Foundation for Youth Social Entrepreneurship</i>	Se asocian con organizaciones de todos los tamaños, en diversos sectores y en todas partes del mundo para asegurar que las empresas, fundaciones, e instituciones educativas u organizaciones juveniles alcancen sus metas estratégicas (IYFNET, 2016).	http://www.iyfnet.org/
<i>Founder Dating</i>	Construye relaciones, obteniendo asesoramiento de empresarios, fundadores y asesores de empresas (<i>Founder Dating</i> , 2016).	http://founderdating.com/
<i>Founder Institute</i>	Brinda la estructura, mentoría, y red global necesaria para comenzar una compañía duradera (<i>Founder Institute</i> , 2016).	http://fi.co/
<i>G-ACUA</i>	Establece estándares de calidad mundial en los procesos y prácticas de administración corporativa en tiempo real (G-ACUA, 2016).	http://www.corporateuniversity.org.uk/
<i>Global Alliance of SMEs (GASME)</i>	Promueve la cooperación bilateral y multilateral entre PYMES en todo el mundo; a través del establecimiento de la Alianza Global de Organizaciones Empresariales (GASME, 2016).	http://www.globalsmes.org/
<i>Global EdTech Startups Awards</i>	Reconoce las <i>startups</i> de EdTech más prometedoras del mundo (GTA, 2016).	http://www.globaledtechawards.org/
<i>Global Entrepreneurship Index</i>	Mide la salud de los ecosistemas de emprendimiento en 137 países en el contexto doméstico e internacional (GEDI, 2016).	https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/
<i>Global Innovation through Science and Technology (GIST)</i>	Selecciona los ganadores del <i>Tech-I Global Entrepreneurship Summit (GES)</i> para proporcionarles un entrenamiento intensivo, mini subvenciones, tutoría y formación uno-a-uno, a través de redes en 135 economías emergentes de todo el mundo (GIST, 2016).	http://www.gistnetwork.org/
<i>Global Shapers Community</i>	Contribuye con sus comunidades formadas por red de centros (<i>hubs</i>) (<i>Global Shapers</i> , 2016).	https://www.globalshapers.org
<i>Global Silicon Valley labs</i>	Proporciona programas de aceleración y eventos de <i>hosts</i> que permitan alcanzar la innovación global (GSVLABS, 2016).	http://gsvlabs.com/
<i>Global Startup Weekend</i>	Reúne anualmente a más de 5,000 empresarios en cientos de eventos <i>Global Startup Weekend (GSW)</i> ; conectando emprendedores, equipos de organización y comunidades de <i>startups</i> en todo el mundo (GSW, 2016).	http://global.startupweekend.org/
<i>Google for Entrepreneurs</i>	Se asocia con las comunidades de <i>startups</i> y construye campus donde los empresarios pueden aprender, conectarse y crear empresas que cambiarán el mundo (Google, 2016b).	https://www.googleforentrepreneurs.com/
<i>Gust</i>	Conecta compañías emergentes con la mayor agrupación de inversores de todo el mundo (Gust, 2016).	https://gust.com/

<i>IKED - International Organisation for Knowledge Economy and Enterprise Development</i>	Vincula a los principales agentes de la economía del conocimiento (gobierno, industria, mundo académico y sociedad civil), facilitando la creación de redes internacionales y de foros de formulación de políticas a seguir, liderando proyectos y elaborando recomendaciones para poner en práctica las diferentes políticas desarrolladas (IKED, 2016).	http://www.iked.org/
<i>Industry Disruptors – Game Changers</i>	Establece alianzas que permiten a los emprendedores y <i>startups</i> reunir talentos, conocimientos, tutoría, educación, financiación y redes a través de su organización sin fines de lucro/no gubernamental (ID-GC) en las regiones de Grecia, Sudeste de Europa y Oriente Medio (ID-GC, 2016).	http://industrydisruptors.org/
<i>Innovation Fund</i>	Invierte en innovaciones sociales que buscan mejorar las vidas y oportunidades de millones de personas en el mundo en desarrollo, a través de financiamiento a nivel global de empresas sociales, empresas con fines de lucro, organizaciones sin fines de lucro, organizaciones internacionales, investigadores y agencias gubernamentales (<i>Global Innovation Fund</i> , 2016).	http://www.globalinnovation.fund/
<i>Innovation Management</i>	Proporciona conocimiento relevante, inspirador y accionable a una audiencia global compuesta de empresas e individuos que buscan aumentar sus capacidades de innovación, a través de su plataforma y colaborando con instituciones educativas (<i>Innovation Management</i> , 2016).	http://www.innovationmanagement.se/
<i>International Network for Small and Medium Sized Enterprises-INSME</i>	Fomenta la ayuda mutua en temas de innovación y transferencia tecnológica a favor de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), en donde participan el sector público y privado de diferentes naciones, logrando mejorar su competitividad a través del intercambio de conocimientos, la creación de sinergias y el desarrollo de economías de escala (INSME, 2016).	http://www.insme.org/es
<i>International Network of Research Management Societies INORMS</i>	Permite realizar interacciones, compartir buenas prácticas y actividades conjuntas entre las sociedades miembros, en beneficio de sus miembros individuales; desarrollando conjuntamente materiales de formación e internacionalizando el conjunto de conocimientos sobre gestión de la investigación (INORMS, 2016).	http://www.inorms2016.org/
<i>K5 Ventures</i>	Proporciona recursos y capital a empresas de tecnología de primer nivel basadas principalmente en el sur de California, <i>Silicon Valley</i> y China (<i>K5 Ventures</i> , 2016).	http://k5ventures.com/
<i>National Institute of the Entrepreneur (INADEM)</i>	Instrumenta, ejecuta y coordina la política nacional mexicana de apoyo incluyente a emprendedores y a las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacional e internacional para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social, así como coadyuvar al desarrollo de políticas que fomenten la cultura y productividad empresarial (INADEM, 2016).	https://www.inadem.gob.mx/
<i>National Science Foundation (NSF)</i>	Identifica y financia el trabajo en las fronteras de la ciencia y la ingeniería desde el <i>bottom up</i> en los Estados Unidos y el mundo (NSF, 2016).	https://www.nsf.gov

NESTA	Fomenta la innovación, a través del desarrollo de nuevas ideas poderosas para mejorar la forma en que el mundo funciona y mejorar la vida de todos; apoyando a personas y organizaciones en todo el Reino Unido, Europa y en más de 40 países de todo el mundo, en nuevas ideas en educación, salud, arte, tecnología y política económica (NESTA, 2016).	http://www.nesta.org.uk/
<i>NovoEd learning experience platform</i>	Ofrece capacitación de habilidades blandas, que sea atractiva a escala, con la plataforma de experiencia de aprendizaje (NovoEd, 2016).	https://novoed.com/
<i>OECD Centre for Entrepreneurship, SMEs, Local Development and Tourism</i>	Examina la capacidad de las economías locales para apoyar la creación de nuevas empresas y el desarrollo de las PYME y cómo se pueden mejorar mediante políticas locales de desarrollo económico y de empleo (OCDE, 2016a).	http://www.oecd.org/
<i>Science Park and Innovation Center Experts (SPICE)</i>	Permite aumentar los conocimientos sobre incubación de empresas, cooperación y promoción empresarial internacional, políticas económicas y desarrollo, emprendimiento y transferencia de tecnología mediante la adquisición de proyectos conjuntos a través de una red global que representa a 41 países, incluyendo 27 asociaciones nacionales e internacionales de centros de innovación (SPICE Group, 2016).	http://www.spice-group.de/
<i>Seed Camp</i>	Proporciona una plataforma que permita escalar, brindando aprendizaje y capital (<i>Seed Camp</i> , 2016).	http://seedcamp.com/
<i>Spark Global Entrepreneurship</i>	Aporta con recursos, redes, datos e ideas, tiempo de voluntariado, acceso a programas, recursos educativos, tecnología, apoyo de marketing, dinero y otras contribuciones tangibles (<i>Spark Global Entrepreneurship</i> , 2016).	http://www.startth.espark.org/
<i>Startup Blueprint</i>	Aumenta la rentabilidad de las empresas, proporcionando procesamiento de pagos y asesoramiento gratuitos, conectándolas a través de incubadoras de nivel superior, aceleradoras y empresas de riesgo (<i>Startup Blueprint</i> , 2016).	https://blueprint.paypal.com/
<i>Startupbootcamp</i>	Apoya las <i>startups</i> a medida que se expanden a nivel mundial, proporcionando acceso directo a una red internacional de mentores, socios e inversionistas más relevantes en la industria (<i>Startupbootcamp</i> , 2016).	http://www.startupbootcamp.org/
<i>Techstars</i>	Mejora la diversidad del emprendimiento tecnológico, proporcionando oportunidades a los empresarios mediante donaciones, becas y patrocinios (<i>Techstars</i> , 2016).	http://www.techstars.com/
<i>TechWadi</i>	Ayuda a fomentar el ecosistema tecnológico emprendedor de MENA (Oriente Medio y África del Norte) (<i>Techwadi</i> , 2016).	http://techwadi.org/about-us/
<i>The Entrepreneurship Center at Stanford Engineering</i>	Crea investigación académica sobre proyectos de tecnología de alto impacto y produce una colección grande y creciente de contenido y experiencias en línea para personas alrededor del mundo (Stanford, 2016).	http://stvp.stanford.edu/

<i>The European Intellectual Property Rights (IPR) Helpdesk</i>	Presta apoyo de primera línea en materia de propiedad intelectual y derechos de propiedad intelectual a los beneficiarios de proyectos de investigación financiados por la Unión Europea (UE) y a las PYME de la UE que participen en acuerdos de asociación transnacionales, en particular dentro de la red <i>Enterprise Europe Network</i> (EEN) (<i>European IPR helpdesk – Consortium, 2016</i>).	http://www.iprhelpdesk.eu/
<i>The G20 Young Entrepreneurs' Alliance (G20 YEA)</i>	Apoya y anima a los jóvenes emprendedores de todo el mundo (G2OYEA, 2016).	http://www.g20yea.com/
<i>The Global Entrepreneurship Network (GEN)</i>	Busca crear un ecosistema empresarial global a través de una plataforma en la que participan 160 países; permitiendo identificar iniciativas efectivas de alto impacto, convirtiéndolas en nuevos emprendimientos prometedores, creando empleos, acelerando la innovación y fortaleciendo la estabilidad económica en todo el mundo (GEN, 2016).	http://genglobal.org/
<i>The Intel Education Accelerator Program</i>	Busca a empresas que comparten su pasión por la excelencia educativa; trabajando anualmente con un número de compañías elegibles de Edtech para ayudarles a crecer con la financiación inicial ángel y del producto beta para que se conviertan en una compañía transformadora que se esfuerza en cambiar la educación para el éxito del estudiante (INTEL, 2016).	http://www.intel.com/
<i>The Jeddah Economic Forum (JEF)</i>	Soluciona los desafíos potenciales de los temas claves que enfrenta el mundo de hoy; explora oportunidades de negocio y evalúa los beneficios económicos del Reino de Arabia Saudita con la participación de delegados que representan más de 60 países de seis continentes (JEF, 2016).	http://www.jef.org.sa/
<i>The Lemelson Foundation,</i>	Utiliza el poder de la invención para mejorar vidas, inspirando y permitiendo a la próxima generación de inventores y empresas basadas en inventos promover el crecimiento económico en los Estados Unidos y el progreso social y económico de los pobres en los países en desarrollo (<i>Lemelson Foundation, 2016</i>).	http://www.lemelson.org/
<i>The Skoll Foundation</i>	Impulsa un cambio a gran escala invirtiendo en empresarios sociales y conectándolos (SKOLL, 2016).	http://skoll.org/
<i>The Tony Elumelu Organization</i>	Apoya el espíritu empresarial en África mejorando la competitividad del sector privado africano; mediante el desarrollo de capacidades, la investigación, y la creación de un ecosistema de emprendimiento (<i>Tony Elumelu Foundation, 2016</i>).	http://tonyelumelufoundation.org/
<i>The World Business Angels Investment Forum</i>	Colabora globalmente para potenciar el desarrollo económico del mundo mediante el fomento de instrumentos financieros innovadores para PYMES, innovadores y <i>startups</i> para crear más puestos de trabajo y justicia social para la economía mundial (WBAF, 2016).	http://wbaforum.org/

<i>The Blackstone Charitable Foundation</i>	Fomenta y da poder a los empresarios que crean empleos y estimulan el crecimiento económico (<i>Blackstone, 2016</i>).	http://www.blackstone.com/our-impact/blackstone-charitable-foundation/overview
<i>Thousand Network</i>	Trabaja a través de sectores, fronteras y culturas para ayudar a sus miembros a luchar por su mejor potencial a través de su comunidad global (<i>Thousand Network, 2016</i>).	https://thousandnetwork.com/
<i>TII - Technology, Innovation, Information</i>	Provee servicios de apoyo a la innovación y transferencia de tecnología de alta calidad a las empresas, con el objetivo final de desarrollar la economía del conocimiento y estimular el proceso de creación de riqueza; permitiendo que sus miembros compartan experiencia profesional y buenas prácticas (<i>TII, 2016</i>).	http://www.tii.org/
<i>United Nations Industrial Development Organization (UNIDO)</i>	Promueve el Desarrollo Industrial Inclusivo y Sostenible (ISID): prosperidad compartida, competitividad económica, y salvaguardando el medio ambiente en los países en desarrollo y en los países con economías en transición (<i>UNIDO, 2016</i>).	http://www.unido.org/en/
<i>VentureWell</i>	Estimula la invención de la ciencia y la tecnología, la innovación y el espíritu emprendedor en los campus universitarios para mover las ideas más fuertes rápidamente hacia la comercialización mediante su red de educación superior (<i>VentureWell, 2016</i>).	https://venturewell.org
<i>Wamda</i>	Apunta a acelerar los ecosistemas de emprendimiento en toda la región MENA (Oriente Medio y África del Norte); a través de su plataforma de programas integrados vincula medios de comunicación, desarrollo comunitario, investigación y servicios de asesoría corporativa y gubernamental brinda conocimiento líder para empresarios y actores de apoyo (<i>Wamda, 2016</i>).	https://www.wamda.com
<i>WoMENA</i>	Promueve la inclusión de las mujeres en las finanzas y las empresas en la región MENA (Oriente Medio y África del Norte); a través de su plataforma de inversión ángel, consultoría en innovación, educación y talleres para la comunidad (<i>WOMENA, 2016</i>).	http://womena.co/
<i>Y Combinator</i>	Proporciona financiación inicial para <i>startups</i> (<i>Y Combinator, 2016</i>).	http://www.ycombinator.com/

Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes citadas en el texto.

La Tabla 17 presenta una pequeña muestra de instituciones de apoyo al emprendimiento, 104 organizaciones ordenadas alfabéticamente, de las miles, por no decir millones, que existen a nivel mundial. Estas organizaciones están vinculadas directa e indirectamente con el emprendimiento, y tienen un amplio campo de actuación, entre sus actividades más importantes, intervienen en: generación de ideas, incubación, aceleración, información, investigación, innovación, educación, formación, capacitación, tecnificación, regulación, inversión, financiación, capitalización, vinculación, colaboración, cooperación, internacionalización, entre otros.

3. TEORÍAS

Este capítulo parte de la pregunta ¿Es el emprendimiento una Ciencia? De acuerdo al capítulo anterior, el término “*emprendedor*” tiene cientos de años, y para la fecha de elaboración de esta tesis, las áreas temáticas del emprendimiento, así como sus aplicaciones, programas y actividades son muy amplios. A inicios del año 2014, al usar la base SCOPUS¹⁴⁸ para plantear la pregunta “*Is Entrepreneurship a Science?*” se mostraron 1.860 documentos de 1976 a 2014, resaltando el periodo 2008-2014 donde se dieron de 118 a 240 publicaciones al año. Para validar el tema central de esta tesis se ingresaron diferentes temas de búsqueda, según lo indicado en la Tabla 18:

Tabla 18

Términos de búsqueda relacionados al tema de investigación en SCOPUS

TEMAS DE BÚSQUEDA	CANTIDAD TOTAL DE PUBLICACIONES 1976-2014
<i>Entrepreneurship</i>	15.841
<i>Is Entrepreneurship a Science</i>	1.860
<i>Science as Entrepreneurship</i>	1.860
<i>Entrepreneurs</i>	17.459
<i>Definition of Entrepreneurship</i>	281
<i>Theories of Entrepreneurship</i>	2.169
<i>Entrepreneurial Theories</i>	1.962
<i>Academic Entrepreneurship</i>	1.096
<i>Entrepreneurial Education</i>	1.970
<i>Education in Entrepreneurship</i>	2.592
<i>School Entrepreneurship</i>	691
<i>Children Entrepreneurship</i>	161
<i>Entrepreneurial Training</i>	663
<i>Prospective Entrepreneurship</i>	87
<i>Integral Formative Model</i>	30
<i>Entrepreneurship Formative Model</i>	5
<i>Integral Formative Model of Prospective Entrepreneurship</i>	0

Fuente: Elaboración propia a partir de la búsqueda en SCOPUS (2014)

Como se puede apreciar en la Tabla 18, la búsqueda en la base de datos SCOPUS del tema “*Integral Formative Model of Prospective Entrepreneurship*”, dio como resultado “*no documents were found*” (SCOPUS, 2014). La misma búsqueda se realizó en el año 2016 con iguales resultados, por lo que de ahí se sostiene que la propuesta de esta tesis es original (SCOPUS, 2016a). Adicionalmente, a finales del año 2016, se realizó la búsqueda en SCOPUS del término “*Entrepreneurology*” (Tabla 19), con los siguientes criterios: “*All fields*”, publicados “*All years to Present*” tipo de documento “*All*” y se marcaron todos los campos en “*Subject Areas*” dando como

¹⁴⁸ Es una base de datos de citas y resúmenes de publicaciones revisadas por pares: revistas científicas, libros y actas de conferencias (SCOPUS, 2014).

resultado 41 documentos desde 1998 hasta 2016, donde seis corresponden al año 2013, cinco al año 2012 y cinco al año 2010, y el resto a otros; tres documentos fueron publicados en *Education Training*, tres en *Journal of Small Business and Enterprise Development*, dos en *Education and Training*, y dos en *Entrepreneurship and Regional Development*, y el resto en otros; los autores que publicaron la mayoría de los 41 documentos fueron: Alistair R. Anderson (5), Colette Henry (5), y Sarah L. Jack (4), y el resto otros; la mayoría de las instituciones a la cual estos autores y sus respectivos documentos están afiliados corresponden a: *University of Aberdeen*, *Dundalk Institute of Technology*, *Queen's University Belfast*, y *Turun Kauppakorkeakoulu* con tres publicaciones cada una, y el resto otras; siendo diez de los documentos de Reino Unido, siete de los Estados Unidos de América y seis de Irlanda, y el resto otros; el tipo de documento al que corresponden es el siguiente: veintiséis artículos, ocho capítulos de libro, tres libros, tres revisiones de publicaciones o *reviews*, y un artículo de conferencia; las áreas a las que estos documentos están relacionados son: Negocios, Administración y Contabilidad, Economía, Ciencias Sociales, Econometría y Finanzas, Ciencias del Medio Ambiente, Bioquímica, Genética y Biología Molecular, Ciencias de la Computación, Ciencias de la Decisión, Ingeniería, y Psicología (SCOPUS, 2016b).

Tabla 19

Término de búsqueda Entrepreneurology en SCOPUS

No	TÍTULO	AUTOR	AÑO	RELEVANCIA CON ESTA INVESTIGACIÓN
1	<i>Public entrepreneurship and sub-clinical psychopaths: a conceptual frame and implications</i>	Fennimore, A., Sementelli, A.	2016	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la motivación de los empresarios y administradores públicos psicópatas; donde los primeros pueden estar motivados por el poder y el interés propio y los segundos por la desconfianza pública, la hostilidad y la insatisfacción en el gobierno (Fennimore y Sementelli, 2016)
2	<i>Partnership governance in public management: A public solutions handbook.</i>	Grossman, S.A., Holzer, M.	2016	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto al beneficio mutuo entre el sector público y privado para la revitalización económica y social mediante el emprendimiento (Grossman y Holzer, 2016).
3	<i>Are the periods of currency collapse an impediment to</i>	Rafindadi, A.A., Yusof, Z.	2014	Consta en las palabras claves el término <i>Green entrepreneurship</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la importancia del

	<i>entrepreneurship and entrepreneurial haven? Evidence from regional comparison.</i>			“Proceso Emprendedor Verde” para asegurar la eficiente y efectiva explotación de oportunidades (Rafindadi y Yusof, 2014).
4	<i>Entrepreneurship training in Bangladesh: A case study on small and cottage industries training institute</i>	Azim, M.T.	2013	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es la recomendación de poner más énfasis en el desarrollo de la creatividad entre los participantes y algunos de los rasgos empresariales más importantes, como la necesidad de logro, locus de control interno y la toma de riesgos en el programa de capacitación en desarrollo empresarial (Azim, 2013).
5	<i>Ethnic entrepreneurship: The myths of informal and illegal enterprises in the UK</i>	Ojo, S., Nwankwo, S., Gbadamosi, A.	2013	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto al espíritu empresarial étnico, su funcionamiento fuera de las estructuras legales/formales reguladas por el gobierno, es decir, en la periferia o las zonas grises de la economía de mercado (Ojo <i>et al.</i> , 2013).
6	<i>A study about factors influencing the university performance</i>	Yusoff, R.M., Khan, F., Mubeen, A., Azam, K.	2013	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la influencia significativa de la investigación del medio ambiente, la integración de la universidad con la industria, el empleo de alta tecnología, y el desarrollo profesional y administrativo en el rendimiento de la universidad (Yusoff <i>et al.</i> , 2013).
7	<i>From admiration to abhorrence: The contentious appeal of entrepreneurship across Europe</i>	Dodd, S.D., Jack, S., Anderson, A.R.	2013	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la construcción social del concepto del emprendimiento, la cual varía internacionalmente dado el contexto socio-económico y la cultura de los países (Dodd <i>et al.</i> , 2013).
8	<i>Entrepreneurial Progress: Climbing the Entrepreneurial Ladder in Europe and the United States [Le progrès</i>	Van Der Zwan, P., Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I.	2013	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la propensión o deseo de los estadounidenses de crear un negocio en contraste al de los europeos de

	<i>entrepreneurial: Monter l'échelle entrepreneuriale en Europe et aux Etats-Unis]</i>			veintisiete países analizados que prefieren el compromiso; evidenciando diferencia en los niveles de tolerancia al riesgo, el desarrollo económico, y las percepciones individuales de la complejidad administrativa de un país (Zwan <i>et al.</i> , 2013).
9	<i>Islamic entrepreneurship</i>	Kayed, R.N., Hassan, M.K.	2013	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a cómo las empresas se inician y cómo crecen en el contexto de una economía y sociedad islámica, siguiendo los enfoques y valores islámicos en una amplia gama de actividades económicas; de ahí se plantea una relación entre la naturaleza del emprendimiento, y las cualidades especiales de la iniciativa empresarial islámica, así como las estrategias para fomentar el enfoque y valores islámicos en el emprendimiento (Kayed y Hassan, 2011).
10	<i>A case study: Action based Entrepreneurship education how experience problems can be overcome and collaboration problems mitigated</i>	Åsvoll, H., Jacobsen, P.J.	2012	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la educación en emprendimiento, donde el aprendizaje activo y las ideas externas son las metodologías más utilizadas, sin embargo, el estudio sugiere un proceso estructurado de búsqueda de ideas y mentores como medio para obtener acceso a suficientes ideas empresariales, la experiencia y la red necesarias para un exitoso proceso de evaluación y explotación (Åsvoll y Jacobsen, 2012).
11	<i>A structural model of the antecedents to entrepreneurial capacity</i>	Díaz-Casero, J.C., Hernández-Mogollón, R., Roldán, J.L.	2012	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a tres variables ambientales de la capacidad emprendedora: la alta influencia de las normas culturales y sociales; la influencia indirecta de la educación y la formación emprendedora, dado que aporta en la construcción de las normas culturales y sociales; y la influencia positiva de la investigación y la transferencia de desarrollo (Díaz-Casero <i>et al.</i> , 2012).
12	<i>The role of environment in fostering conducive entrepreneurial</i>	Kwong, C.C.Y., Thompson, P., Cheung,	2012	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a los beneficios

	<i>learning: Teaching the 'art' of entrepreneurship in boot camps</i>	C.W.M., Manzoor, H.		potenciales de un <i>boot camp</i> al final de un año académico, el cual brinda a los estudiantes la oportunidad de participar en actividades empresariales multidimensionales y discusiones en un ambiente menos formal por estar lejos de las presiones del ambiente educativo, permitiéndoles desarrollar sus propias identidades como empresarios, la creatividad y la innovación, la autoconfianza y la disposición a tolerar la incertidumbre como el objetivo principal de la educación emprendedora (Kwong <i>et al.</i> , 2012).
13	<i>Exploring entrepreneurship education within veterinary medicine: Can it be taught?</i>	Henry, C., Treasor, L.	2012	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la educación emprendedora en la carrera de veterinaria; donde los estudiantes de veterinaria no encuentran prioritario el estudio de emprendimiento y negocios en su carrera, a diferencia de los empleadores, dejando como desafío para los educadores buscar la integración del emprendimiento y temas relacionados con la empresa dentro de un programa ya abarrotado de estudio, para lo cual se determinan los métodos de entrega de contenido pertinentes, y el diseño de métodos de evaluación adecuados (Henry y Treanor, 2012).
14	<i>Entrepreneurial universities, entrepreneurial students: Higher education and creation of innovation in the Spanish area</i>	Lanero, A., Vázquez, J.L., García, M.P.	2012	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la educación emprendedora en la educación superior como promotor de la innovación (Lanero <i>et al.</i> , 2012).
15	<i>Entrepreneurship: An international introduction</i>	Kariv, D.	2011	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a una perspectiva internacional del emprendimiento, poniendo énfasis tanto en los procesos y las prácticas primordiales del emprendimiento, además de demostrar el impacto de entornos complejos y locales en la conformación de los procesos del emprendimiento (Kariv, 2011).

16	<i>The creative industries and entrepreneurship education: The potential contribution of student-oriented case studies</i>	Ó Cinnéide, B.	2010	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la educación emprendedora (Ó Cinnéide, 2010).
17	<i>Entrepreneurship competencies and management capabilities for innovation and sustainable growth: Empirical study</i>	Omar, M., Lewrick, M.	2010	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto al contexto y las capacidades necesarias para mantener el negocio y convertirse en un empresario innovador y exitoso que deben ser desarrolladas en la educación emprendedora (Omar y Lewrick, 2010).
18	<i>Entrepreneurs as human actors in the networking process</i>	Leskinen, R.	2010	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto al proceso de <i>networking</i> , donde la motivación empresarial, la persistencia y la responsabilidad son los factores clave que triangulan con algunos factores organizacionales, que afectan a la cooperación de los empresarios (Leskinen, 2010).
19	<i>Entrepreneurship and socioeconomic development in Africa: A reality or myth?</i>	Nafukho, F.M., Muyia, M.A.H.	2010	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la educación y la formación empresarial en Kenia, donde el desarrollo del espíritu empresarial y competencias debe ser un proceso permanente; por lo que el desarrollo socioeconómico de África de una manera empresarial requiere aprender las lecciones de éxito dentro y fuera de África (Nafukho y Muyia, 2010).
20	<i>A resource-based view on entrepreneurship and innovation</i>	Shum, P., Lin, G.	2010	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a los recursos y las capacidades empresariales críticas, que van desde el reconocimiento de la oportunidad, la organización de recursos, la creación de salidas heterogéneas acompañado con capacidades dinámicas provenientes de la innovación, la gestión del conocimiento, y el

				aprendizaje organizativo (Shum y Lin, 2010).
21	<i>Promoting business creation through real world experience: Projecto Começar</i>	Dominguinhos, P.M.C., Carvalho, L.M.C.	2009	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entreprenology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto al análisis de la eficacia de los programas de formación empresarial destinados a los estudiantes de post-grado, donde se obtuvo una tasa de éxito del 41 por ciento, pero la diferencia de participantes se benefician de las competencias desarrolladas en el programa al permitirles cambiar su carrera o aumentar su eficacia en el mercado laboral; la combinación de clases con experiencia en el campo podría ayudar a los graduados jóvenes a superar su vulnerabilidad, que se debe a su juventud y falta de experiencia de trabajo (Dominguinhos y Carvalho, 2009).
22	<i>Can entrepreneurship be taught? The approach to teaching entrepreneurship</i>	Zheng, X., Liu, E., Cui, Y.	2009	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entreprenology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto si el emprendimiento se puede enseñar o no, con especial énfasis en la educación universitaria (Zheng <i>et al.</i> , 2009).
23	<i>Enterprise education in different cultural settings and at different school level</i>	Hytti, U.	2008	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entreprenology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la influencia cultural en la enseñanza del emprendimiento (Hytti, 2008).
24	<i>Rhizomic network analysis: Toward a better understanding of knowledge dynamics of innovation in business networks</i>	Steinberg, A.	2008	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entreprenology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a nuevas formas de análisis de la innovación a través de redes, lugares, empresas y geografías (Steinberg, 2008).
25	<i>Role typologies for enterprising education: The professional artisan?</i>	Anderson, A.R., Jack, S.L.	2008	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entreprenology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la pedagogía emprendedora que podría utilizarse para desarrollar las habilidades requeridas en los diferentes roles involucrados con el emprendimiento (Anderson y Jack, 2008).

26	<i>What do teachers do when they do entrepreneurship education? ... and How can we ask about it?</i>	Berglund, K., Holmgren, C.	2008	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a qué se enseña realmente en la educación emprendedora (Berglund y Holmgren, 2008).
27	<i>Influences on students attitudes toward entrepreneurship: A multi-country study</i>	Lee, S.M., Lim, S.-B., Pathak, R.D., Chang, D., Li, W.	2006	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la necesidad de enfoques personalizados basados en un contexto cultural único para una educación emprendedora efectiva en cada país (Lee <i>et al.</i> 2006).
28	<i>Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? Part I</i>	Henry, C., Hill, F., Leitch, C.	2005	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la importancia de la enseñanza del emprendimiento, los programas, objetivos, contenidos y métodos de ejecución (Henry <i>et al.</i> , 2005a).
29	<i>Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? Part II</i>	Henry, C., Hill, F., Leitch, C.	2005	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la gran variedad de programas de educación y capacitación para el emprendimiento, donde algunos aspectos del espíritu empresarial pueden enseñarse con éxito; para lo cual es necesario evaluar los programas según lo que se desea lograr (Henry <i>et al.</i> , 2005b).
30	<i>Two types of self-employed in Canada</i>	Filion, L.J.	2004	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto al autoempleo (Filion, 2004).
31	<i>Small ship cruising - From muddy rivers to blue lagoons</i>	Douglas, N., Douglas, N.	2004	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a las actividades que atraen el turismo (Douglas y Douglas, 2004).
32	<i>Problems in transfer of business experienced by Finnish entrepreneurs</i>	Malinen, P.	2004	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a los problemas para obtener asistencia en la planificación para la transferencia de negocios y la búsqueda de un

				sucesor (Malinen, 2004).
33	<i>What is "enterprise education"? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries</i>	Hytti, U., O'Gorman, C.	2004	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la educación emprendedora, sus métodos de enseñanza / aprendizaje, las "mejores prácticas", la necesidad de un conocimiento profundo de los diversos objetivos, y la capacitación a los capacitadores (Hytti y O'Gorman, 2004).
34	<i>Entrepreneurship through the ages</i>	Wingham, D.W.	2003	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto al estado del arte y tendencias actuales del emprendimiento (Wingham, 2003).
35	<i>Education and training for entrepreneurs: A consideration of initiatives in Ireland and The Netherlands</i>	De Faoite, D., Henry, C., Johnston, K., Van Der Sijde, P.	2003	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la importancia de la educación emprendedora, el contenido de los programas de emprendimiento, las consideraciones culturales y evaluativas (Faoite <i>et al.</i> , 2003).
36	<i>Developing a coherent enterprise support policy: A new challenge for governments</i>	Henry C., Hill, F., Leitch, C.	2003	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto al rol de los gobiernos en el desarrollo de políticas de apoyo al emprendimiento (Henry <i>et al.</i> , 2003).
37	<i>Profiling a new generation of female small business owners in New Zealand: Networking, mentoring and growth</i>	McGregor, J., Tweed, D.	2002	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la importancia de la formación emprendedora, su eficacia, la necesidad de sensibilizar a los jóvenes en las primeras etapas del sistema educativo, y la importancia de proporcionar financiación segura a los programas, un proceso previo, una evaluación, y un acceso amplio a los mismos (Mcgregor y Tweed, 2002).
38	<i>The effects of embeddedness on the entrepreneurial process</i>	Jack, S.L., Anderson, A.R.	2002	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a la importancia de la incorporación de los emprendedores en la

39	<i>Theoretical foundations of Swedish entrepreneurship and small-business research</i>	Landström, H., Johannisson, B.	2001	utilización de las especificidades del entorno (Jack y Anderson, 2002). No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto al creciente interés en los orígenes del campo de investigación del emprendimiento más allá del marco establecido por la administración de empresas (Landström y Johannisson, 2001).
40	<i>Entrepreneurship education within the enterprise culture: Producing reflective practitioners</i>	Jack, S.L., Anderson, A.R.	1999	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto a las premisas de una carrera en emprendimiento tales como: las partes interesadas (<i>stakeholders</i>), innovación, creatividad, habilidades de gestión de las PYMES, competencias multifuncionales de administración, y sobre todo los profesionales aptos para llevar a cabo el emprendimiento (Jack y Anderson, 1999).
41	<i>Cultivating the Garden of Eden: Environmental entrepreneuring</i>	Anderson, A.R.	1998	No consta en el título, resumen, ni en las palabras claves el término específico <i>Entrepreneurology</i> . El enfoque de esta publicación es respecto al emprendimiento ambiental y sustentable (Anderson, 1998).

Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes citadas en el texto consultadas en SCOPUS (2016b)

De las 41 publicaciones revisadas en la Tabla 19, tan sólo una de ellas menciona el término “*Entrepreneurology*” en sus palabras claves. Sin embargo, 29 publicaciones sustentan significativamente las premisas de esta tesis doctoral. Primeramente, esta tesis plantea que una formación temprana en emprendimiento (Mcgregor y Tweed, 2002) y durante toda la vida puede provocar cambios radicales en el futuro (Nafukho y Muyia, 2010) de Ecuador. Además, esta tesis propone un modelo formativo integral en emprendimiento, que tiene como base la pedagogía del emprendimiento y de la innovación (Anderson y Jack, 2008) impartida por docentes capacitados (Jack y Anderson, 1999; Hytti y O’Gorman, 2004), adaptada al contexto cultural del país (Faoite *et al.*, 2003; Lee *et al.* 2006; Hytti, 2008) y al contexto social de los educandos. Asimismo, esta tesis sugiere que los programas deben ser diseñados en función de los objetivos educacionales, y los contenidos deben ser direccionados a los logros de aprendizaje que potencien el emprendimiento, mediante una metodología emprendedora (Faoite *et al.*, 2003; Hytti y O’Gorman, 2004; Henry *et al.*, 2005a, b; Berglund y Holmgren, 2008); la cual debe ser evaluada y mejorada continuamente

para asegurar la efectividad de los programas (Mcgregor y Tweed, 2002; Faoite *et al.*, 2003; Henry *et al.*, 2005b; Åsvoll y Jacobsen, 2012; Henry y Treanor, 2012).

Adicionalmente, esta tesis propone aplicaciones metodológicas que promueven el involucramiento de los *stakeholders* (Jack y Anderson, 1999), el acompañamiento permanente a través de mentores que incentiven la generación de ideas (Åsvoll y Jacobsen, 2012), y el desarrollo endógeno (Jack y Anderson, 2002; Kariv, 2011); mediante actividades multidimensionales en ambientes informales (Kwong *et al.*, 2012) y experiencias de campo (Dominginhos y Carvalho, 2009). Para que esta metodología sea aplicable, se requiere que el gobierno cree políticas de apoyo al emprendimiento (Henry *et al.*, 2003), disminuya la complejidad administrativa (Zwan *et al.*, 2013), establezca alianzas público-privadas (Grossman y Holzer, 2016), integre la universidad y la industria (Yusoff *et al.*, 2013), genere un contexto socio-económico y cultural adecuado (Díaz-Casero *et al.*, 2012; Dodd *et al.*, 2013) para que los emprendimientos sean sostenibles (Omar y Lewrick, 2010).

Además, los contenidos de los programas de educación y formación en emprendimiento, según esta tesis, deben centrarse en fomentar la creatividad, innovación, necesidad de logro, locus de control interno, y autoconfianza (Azim, 2013) en edades tempranas. A medida que el crecimiento y madurez de los educandos permitan una mayor comprensión y ejecución del emprendimiento, se debe incorporar la investigación, toma de riesgos y tolerancia a la incertidumbre (Kwong *et al.*, 2012), aprendizaje organizativo (Shum y Lin, 2010) y habilidades de gestión (Jack y Anderson, 1999). El emprendimiento debe integrarse en programas empresariales y no afines (Henry y Treanor, 2012), para aportar a la construcción social del concepto del emprendimiento (Grossman y Holzer, 2016).

De igual manera, los resultados esperados de esta tesis plantean que la educación emprendedora permite desarrollar competencias emprendedoras (Nafukho y Muyia, 2010), evidenciadas en capacidades de innovación (Ó Cinnéide, 2010; Omar y Lewrick, 2010); que aunque no llevasen al desarrollo de negocios, permitirían mejorar la carrera y eficacia laboral de los participantes (Dominginhos y Carvalho, 2009), así como todos los aspectos de su vida. Por lo cual, esta tesis doctoral propone un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo. Su fundamentación teórica (Figura 4) se construye a partir de las teorías referentes al Emprendimiento Prospectivo, Emprendimiento de Calidad, Competitividad Emprendedora, Educación Emprendedora, Formación Emprendedora, Pedagogía Emprendedora, y Metodología Emprendedora. Estas teorías serán abordadas en este capítulo (Figura 4).

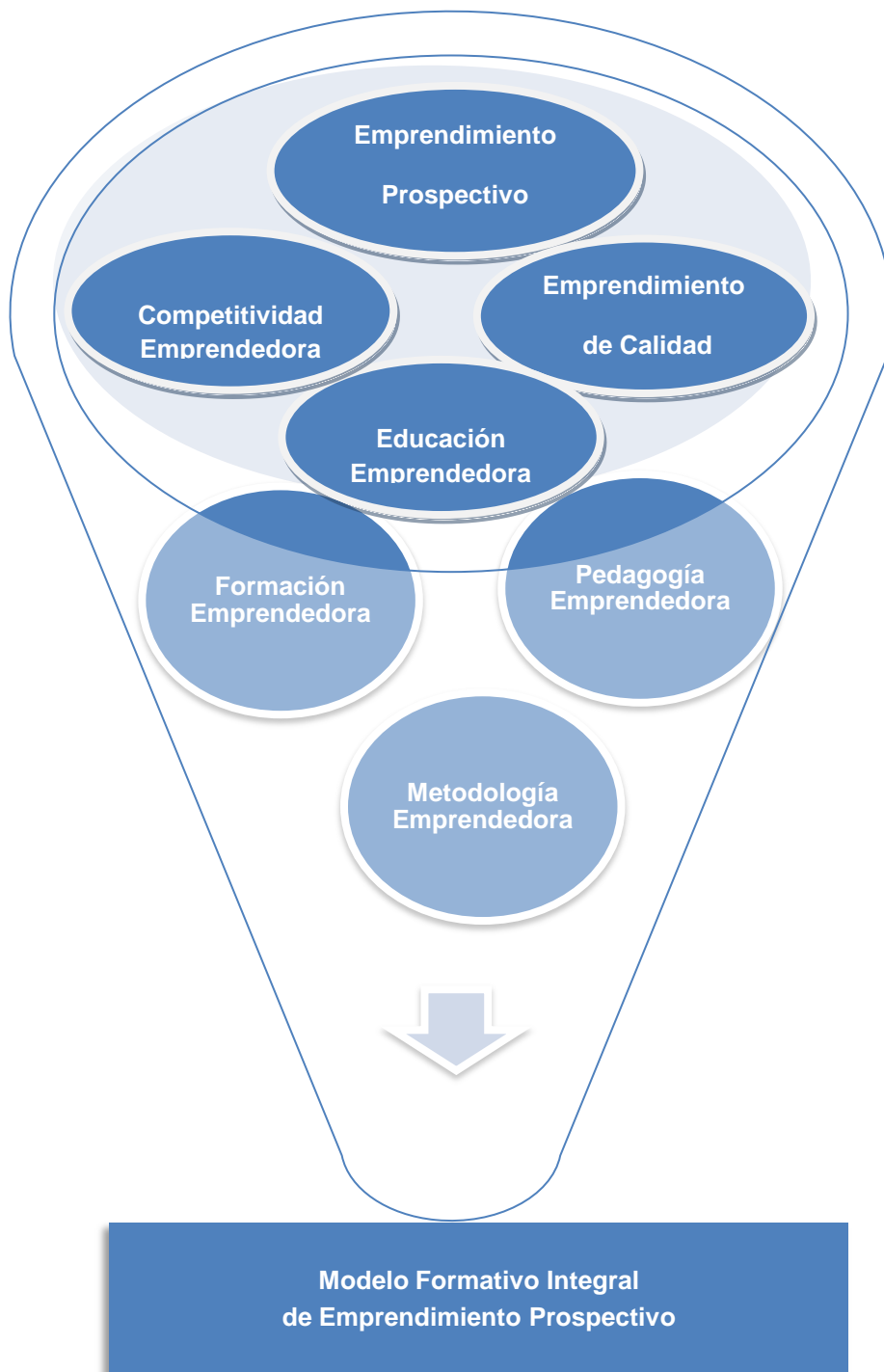


Figura 4. Fundamentación teórica del Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo. Elaboración propia a partir de la literatura de base documental citada en el capítulo 3.

3.1 Fundamentación Teórica Del Emprendimiento Prospectivo

Primeramente, se requiere una definición de la prospectiva para posteriormente vincularla con el Emprendimiento. Cuando se habla de prospectiva, inmediatamente el cerebro la relaciona con el futuro, de ahí, se parte hacia un futuro planeado más no predecible, o más bien la construcción del futuro a través de una visión estratégica. Gaston Berger define la prospectiva como la ciencia que estudia la comprensión del futuro con el objetivo de influir en él (Berger, 1959, citado en Astigarraga, 2015). La prospectiva está relacionada con la estrategia, donde la primera trata de la anticipación y la segunda de la acción; de esta manera, se plantean cinco actitudes básicas frente al futuro: pasiva (no hacer nada), reactiva (actuar en base a los efectos o las consecuencias), preactiva (anticiparse a los efectos o las consecuencias para estar preparados), proactiva (provocar el cambio futuro por acciones presentes en el corto y mediano plazo), prospectiva estratégica (cambiar el futuro a largo plazo mediante estrategias sostenibles de alto impacto) (Godet, *et al.*, 2007).

La prospectiva permite reflexionar acerca del pasado, analizar el presente y proyectar el futuro. Al establecer diferentes escenarios futuros, se delinea la estrategia para alcanzar el futuro deseado, mediante acciones efectivas en el presente y a futuro. La estrategia va evolucionando en base a sus propios resultados y proyecciones durante un largo horizonte de tiempo. Por lo que la prospectiva estratégica es un proceso de pensamiento complejo, dinámico, y sistémico. Para Fuller y Warren (2006), la prospectiva y el emprendimiento se relacionan en base a las teorías de la complejidad del emprendimiento; donde a lo largo del tiempo las estructuras emergentes de la actividad emprendedora se presentan como una extensión de la complejidad existente, dada la práctica de la prospectiva relacionada con esa estructura.

Thietart (2015) sugiere que la ciencia de la complejidad juega un papel estratégico que para demostrar el funcionamiento de la dinámica de la estrategia, el calendario de acciones y evolución estratégica que promueven el emprendimiento y la determinación de la fuerza empresarial en el mercado. Según Fontela, Guzmán, Pérez, y Santos (2006), el futuro está limitado sólo por la imaginación, pero es afectado por las anticipaciones, interpretaciones y visiones del presente; por lo que el emprendimiento prospectivo requiere calidad en la toma de decisiones, siendo necesario el desarrollo de competencias emprendedoras de creatividad y previsión. Por su parte, Davidsson (2015) propone la importancia de estudiar el nexo entre el rol de las oportunidades y sus interacciones con los actores en el contexto de una visión prospectiva a nivel micro.

Luke, Kearins, Verreyne (2011), sugieren que el emprendimiento estratégico involucra la perspectiva estratégica y la emprendedora, que en su conjunto conducen al apalancamiento de habilidades y recursos básicos y a la innovación, respectivamente. Según Peter y Jarratt (2015), la prospectiva es fundamental en el emprendimiento estratégico; ya que permite prever los futuros emergentes y alternativos, así como las estrategias a largo plazo para alcanzarlos. Además, Batabyal y Beladi (2015) proponen que la prospectiva permite establecer modelos de crecimiento económico endógeno multiregional y bienestar basado en las conexiones entre emprendimiento e innovación. De igual manera, Bharti (2014) plantea que la formación en emprendimiento y su financiación son estrategias prospectivas para la generación de ingresos y la reducción de la pobreza en economías en desarrollo. En esta misma línea, Jayawarna, Jones, y Macpherson (2014) enfatizan que el desarrollo de habilidades analíticas y creativas en la niñez, un ambiente familiar de apoyo, experiencia laboral, y una sólida educación contribuyen a la adquisición de capital humano para una vida emprendedora.

En el ámbito del emprendimiento, la prospectiva estratégica es fundamental para el desarrollo de emprendimientos prospectivos, que para esta investigación se definen como *“Emprendimientos de Calidad, Sostenibles, Altamente Dinámicos, e Internacionalizables”* (ECSADI). Estos emprendimientos se basan en la construcción de un futuro exitoso a través de la prospectiva estratégica aplicada en la innovación, el desarrollo sostenible, la responsabilidad social corporativa, la toma de decisiones, los entornos organizativos, la optimización de los recursos financieros, la formulación estratégica, la identificación de oportunidades, los entornos de trabajo, los ambientes empresariales, la actividad empresarial, la sostenibilidad ambiental, la perspectiva social, la influencia política, la justicia organizacional, la agresividad competitiva, la proactividad, el cambio, la cultura, la complejidad, las imperfecciones, y el sistema global empresarial en general.

Judge y otros (2015), según la teoría de elección estratégica, sugieren que los emprendimientos superan la inercia organizacional y puedan elegir su futuro para explorar cómo interactúan las determinantes eficaces de niveles múltiples, en la capacidad de organización hacia el cambio dentro de un mercado específico. Para Paddock, y otros (2015), el valor prospectivo está determinado por el valor de las decisiones y la justicia organizacional, por ser pilares fundamentales en la función de valor a través del poder ejecutivo. Mientras que Nadkarni, Chen, y Chen (2015) plantean que la interacción entre la profundidad temporal ejecutiva, es decir, pasados y futuros eventos ejecutivos, y la velocidad de la industria, al referirse a las oportunidades intermitentes, dan lugar a la agresividad competitiva para incentivar el

posicionamiento de la empresa en el mercado y su desempeño. Además, De Vries, Wawoe y Holtrop (2016) sostienen que la proactividad cuenta con el compromiso y apertura a la experiencia, apoyándose en la personalidad proactiva, audacia social, conciencia y creatividad.

Besiou y Van Wassenhove (2015) proponen que los emprendimientos interactúan en el mercado siguiendo un patrón de búsqueda de rentabilidad que se caracteriza por la acción de conflictos con los objetivos, modelos de optimización y los subsistemas para impulsar la conducta de interés, basada en múltiples enfoques para enfrentar la complejidad, el contexto familiar, y el comportamiento contrario respecto al sistema global empresarial. Mientras que Yang, Narayanan y De Carolis (2014) plantean que cuando se crea una diversificación en el mercado sobre la actividad empresarial de capital de riesgo, se expone a las empresas a las nuevas tecnologías y mercados; por lo tanto, se busca la creación de valor y riquezas de las empresas, delimitando las inversiones cooperativas en el perfil de cartera y a través de múltiples industrias.

Kreiser (2015) considera que la clave para negocios actuales y futuros es explorar el impacto de la cultura en las dimensiones individuales empresariales y el impacto de las instituciones que son un reflejo de la cultura; ya que la producción cultural da lugar a factores tales como la tecnología, la legislación, la regulación, la forma de organización, la estructura de la industria, las carreras, y los mercados para que puedan influir en la producción, distribución y recepción de los productos, satisfaciendo a los consumidores y proveedores. Por su parte, Di Domenico, Daniel y Nunan (2014), basándose en la teoría de los principios de Howard P. Becker acerca de la movilidad junto con la noción de Víctor Turner de linealidad, sugieren que la movilidad mental y su proceso navegan en los espacios digitales de trabajo para manipular y conciliar parcialmente las tensiones espaciales, temporales y emocionales que están presentes en los entornos de trabajo.

Keating, Geiger y McLoughlin (2014) sostienen que los emprendimientos muestran un cambio longitudinal en la manera de dotarse de recursos para afrontar ambientes ambiguos y formular estrategias heroicas para negociar las diferencias que existan en la dotación de recursos sociales y otras redes de prácticas reflexivas. Asimismo, Pinkse y Groot (2015) estiman que existen barreras sostenibles que pueden convertirse en activos cuando se aborda una brecha del estudio exploratorio empresarial en los sectores a desarrollarse el emprendimiento. Este proceso se logra mediante la acción colectiva evitando la influencia política negativa. Por lo que Doherty, Haugh y Lyon (2014) agregan, que la hibridez entre la perspectiva social y la sostenibilidad financiera permite comprender la misión de las empresas sociales, la

gestión de sus recursos financieros y humanos, así como los resultados de dichos factores.

Schmutz y Miller (2015) sostienen que aplicar la innovación, la diversidad, los procesos *gatekeeping*¹⁴⁹, y las consecuencias de categorías en la producción simbólica, brinda un futuro que tiene el potencial para abordar cuestiones sociológicas fundamentales sobre los campos, redes y procesos de clasificación, valoración y evaluación. Además, Robeson y O'Connor (2013) plantean que la innovación da los recursos necesarios para que prosperen las empresas, combinando el marco teórico con la innovación operativa en su comportamiento. Los líderes de los emprendimientos deben tener un poder gerencial proactivo y dinámico para tomar decisiones sobre la promoción de proyectos, incorporación de varios grupos en la empresa, ejecución de interacciones de publicidad frecuente y exhibición de resultados financieros. Por su parte, Tyssen, Wald, y Spieth (2013) consideran que los entornos organizativos estables dan como resultado emprendimientos sólidos, técnicos y enfocados en el liderazgo. Para Hora y Dutta (2013), la innovación tecnológica y comercialización, están asociados a la profundidad y alcance de las acciones de la industria general para tener un impacto positivo en el éxito; de manera que la relación entre el ámbito de la cartera de clientes y el éxito moderado sea óptima.

Daspit y Long (2014) sugieren que la acumulación de recursos se ve asociada a las acciones que realizan los emprendedores sobre la relación del capital y los mecanismos para mitigar el costo/beneficio del riesgo a través de las redes empresariales. Además, Payne, Moore, Bell y Zachary (2013) consideran que la virtud de la organización económica guía hacia niveles altos de inversión extranjera directa y reducción de la corrupción generando un impacto económico en el estado nacional. Por su parte, Fujii, Iwata, Kaneko y Managi (2013) plantean que el desempeño financiero y ambiental proporciona evidencia positiva para que los emprendimientos logren un desarrollo sostenible. Asimismo, Wang y Juslin (2013) proponen que la valorización de las acciones de responsabilidad social corporativa permite evaluarla, porque se utilizan enfoques financieros y ambientales que le dan un efecto significativo a la imagen de las corporaciones. Es por ello, Madsen y Ulhoi (2016) consideran que la sostenibilidad ambiental ha tenido un gran impacto en los negocios porque se centra en la situación económica y en la gestión de las iniciativas medioambientales, dando la ventaja competitiva que conduce a resultados positivos. Estos resultados se ven

¹⁴⁹ Los procesos de *gatekeeping* referentes al cuidado del acceso a la información y la dinámica de grupos (Lewin, 1943; 1947)

influenciados por el tamaño de la empresa debido a que emprendimientos más pequeños logran mejores resultados que emprendimientos de mediana dimensión.

El caso de Gales es un ejemplo de emprendimiento prospectivo. Mediante el mismo, Rhisiart y Jones-Evans (2016) demostraron una aplicación de la prospectiva entre 1993 y 2010 en Gales (Reino Unido). Primero se creó un programa de intervenciones para ayudar a desarrollar una cultura emprendedora, que a la postre dio lugar al Plan de Acción para el Emprendimiento. Mientras que se aplicó la estrategia prospectiva, los resultados de Gales en actividad emprendedora superaron a los de Reino Unido. Posteriormente, los resultados disminuyeron por la falta de renovación de la prospectiva, los mismos que recientemente se han recuperado. En este ejemplo se evidencian varios aspectos críticos para la efectividad del emprendimiento prospectivo: las diversas colaboraciones en la generación del modelo, el largo horizonte de tiempo de su ejecución, y la importancia de renovar la estrategia de emprendimiento prospectivo permanentemente.

El emprendimiento prospectivo es una aplicación de la prospectiva al emprendimiento. Por ejemplo, si se conoce el diagnóstico de un país, la Actividad Emprendedora Temprana (TEA), el nivel de innovación e impacto en el emprendimiento, entre otros, se pueden establecer vínculos dinámicos de causa y efecto. A partir de la información histórica y actual, se plantean posibles escenarios para mejorar los niveles de calidad, sostenibilidad e internacionalización del emprendimiento. Una de las estrategias a desarrollarse aborda la formación integral en emprendimiento desde temprana edad y a lo largo de toda la vida. La estrategia se dirige hacia una potencialización de la matriz productiva del país.

Ahora, siguiendo con este supuesto, se monitorea continuamente los resultados globales en emprendimiento e innovación, desarrollo humano y crecimiento económico del país. Se adapta la estrategia prospectiva de formación en emprendimiento mediante la prealimentación y retroalimentación continua. Se mantiene este proceso por un largo periodo de tiempo. Si bien, el tiempo de formación y producción de una persona bordea los 40 años, se podría suponer la existencia de cambios significativos a partir de este horizonte de tiempo, y posteriormente de manera incremental. De igual manera, se delinean diferentes estrategias que interactúen sistémicamente en mejorar los niveles de calidad, sostenibilidad e internacionalización del emprendimiento.

3.2 Fundamentación Teórica del Emprendimiento de Calidad

Kollmann y Stöckmann (2014) sostienen que la orientación emprendedora manifiesta una disposición prospectiva de calidad hacia una determinada posición, en lugar de

una participación real de la labor empresarial. Esta orientación está fundamentada en los recursos de la empresa, el rendimiento, así como en las variables de innovación exploratoria y de explotación que representan el comportamiento empresarial. Dichas determinantes del emprendimiento de calidad exigen la interacción entre la orientación, la actividad y el rendimiento. Frente a ello, Swoboda y Olejnik (2014) consideran que para garantizar una calidad prospectiva en la internacionalización de emprendimientos de pequeñas y medianas empresas (PYME) en ambientes extranjeros, sus implicaciones de rendimiento y planificación son mixtas. Como consecuencias de la capitalización de los procesos de exploración y planificación emprendedora, se dan resultados bidireccionales en la orientación empresarial.

Jiménez, Cegarra-Navarro, Gattermann Perin, Sampaio, y Lengler (2014) proponen que la calidad competitiva se destaca por la relación entre la capacidad empresarial y los resultados de la empresa. Es por ello, que la calidad competitiva analiza la innovación radical y la orientación de aprendizaje en el rendimiento del negocio. Como resultado de esta combinación, se obtiene que la orientación emprendedora influya positivamente en la capacidad de innovar y aprender sobre la creación de productos y procesos, lo que representa un cambio importante en el estado de conocimiento actual. Asimismo, O'Connor y Rice (2013b) consideran que el desarrollo tecnológico asociado a la innovación radical, para estimular la comercialización exitosa, son elementos clave de los emprendimientos de calidad. Los socios del canal de distribución y los usuarios finales están obligados a generar y adoptar nuevos procesos de tal forma que se cambien comportamientos. Estos cambios generan nuevos emprendimientos con expectativas en las unidades operativas con resultados de largo alcance y de desarrollo técnico de gran organización.

Leitch, McMullan, y Harrison (2013) sugieren que el talento humano empresarial, potenciará estructuras y organizaciones formales basadas en emprendimientos innovadores de calidad. Esto dotará a las empresas de un creciente dominio social y organizativo del capital humano y social, los cuales juegan un papel interpretativo de desarrollo de liderazgo y enriquecimiento de conocimientos. Como consecuencia, Chen, Chang y Chang (2015) sostienen que para generar proactividad e innovación en la orientación emprendedora en que se desarrolla la empresa, se consideran como referencias de calidad: promover la competitividad y facilitar la creatividad en el trabajo al marketing conductivo, la investigación y el desarrollo de los recursos materiales y personales de la empresa.

Strutzenberger y Ambos (2014) plantean que la calidad de los emprendimientos ha sufrido cambios respecto a la estrategia y el espíritu empresarial para capturar la

complejidad de todo el proceso de la iniciativa empresarial. Esta iniciativa se desarrolla en un marco de organización dividido en etapas y niveles del proceso de iniciativa subsidiaria, lo que significa que se vinculan las teorías micro-macro de la sociedad donde se desarrolla el emprendimiento con una visión holística. Ahora bien, Madni y Sievers (2014) consideran que los emprendimientos se caracterizan por tener una capa extra de complejidad atribuida a una mayor calidad, adaptación y resistencia frente a las variables o interrupciones en el entorno operativo, es decir, se crea una estructura emprendedora, social y tecnológica. Esta capa de complejidad o estructura emprendedora cumple con la misión estratégica de interconexión que permite alcanzar los objetivos institucionales, mediante la integración sistema a sistema.

Carnabuci y Opert (2013) sostienen que la calidad de los emprendimientos se puede realizar bajo dos oportunidades. La primera de acuerdo a la innovación a través de la creación de nuevas combinaciones tecnológicas para la empresa. La segunda a través de la reutilización de combinaciones conocidas por la empresa. En estas oportunidades existen dos factores que son la integración de la red intra-organizacional y la diversidad de sus conocimientos para mejorar las capacidades empresariales existentes. Al respecto, Phan y Chambers (2013) proponen que la gestión de operaciones empresariales para el desarrollo del espíritu empresarial se da, si las aplicaciones son claras o paralelas para poder desarrollar innovaciones, estrategias de cobertura, flexibilidad y un enfoque de calidad. La comprensión de estas gestiones apoya a la optimización de recursos, gestión de calidad total y programación dinámica en el comportamiento empresarial del emprendimiento.

Hsu y Ziedonis (2013) plantean que las señales de calidad de los emprendimientos mejoran el acceso y los términos de intercambio respecto al recurso empresarial en diferentes escenarios competitivos. En los mercados de factores estratégicos, la mejora del acceso y la protección del producto-mercado son implicaciones importantes para determinar el valor de los recursos y alcanzar el éxito empresarial. La posición de Elliot (2013) sugiere que el medio ambiente es identificado por los emprendimientos mundiales como un factor de calidad en el mundo empresarial; la sostenibilidad ambiental aborda los retos de la incertidumbre debido a la complejidad de los problemas y dificultades de negocios. Para obtener la calidad óptima empresarial se recurre a las nuevas formas de producir conocimiento sobre los retos sociales complejos y la sostenibilidad ambiental mediante la colaboración académica y profesional para generar, transferir y aplicar nuevos conocimientos. Además, Höllerer (2013) sugiere que la responsabilidad social empresarial mejora las prácticas de gestión, obteniendo calidad en la organización, la cual juega un papel muy importante en las posiciones sociales de la empresa en el mercado; por lo tanto

existen motivaciones divergentes, es decir, el individuo los identifica como procesos de cambio.

Flatten, Engelen, Möller y Brettel (2015) proponen que para validar que un emprendimiento es de calidad, se visualiza una comercialización especializada en fijación de precios. La validación de las dimensiones de precio y capacidad de los recursos, como la tecnología y el capital económico, mejora el rendimiento y el valor de entrega de los productos o servicios. Por su parte, Pollack, Coy, Green y Davis (2015) sugieren que la calidad de un emprendimiento dependerá de la red de contactos y la afectividad de las relaciones que lleven entre sí. Es otras palabras consiste en la inversión del grupo, la satisfacción de sus miembros y las perspectivas o alternativas que los miembros generen con su red de contactos, de tal manera que se enriquecen de conocimientos y atributos para seguir generando más ingresos económicos y morales.

Markovitch, Steckel, Michaut, Philip y Tracy (2015) consideran que la calidad de los emprendimientos se refleja en las percepciones de los consumidores por las distintas señales del marketing. Las percepciones de terceros se notan creíbles y capaces de controlar estrategias de comunicación interna. Ahora la percepción de calidad percibida por el producto es creíble porque los consumidores tienen la necesidad de comprobar e interactuar con dicha calidad. Entre otros aspectos las señales de garantía, precios y publicidad también son generadores de credibilidad respecto a la calidad porque ayudan a que los consumidores entiendan configuraciones iniciales de los productos y estrategias de marketing, es decir, las señales de calidad son codependientes entre los consumidores y las empresas.

3.3 Fundamentación Teórica de la Competitividad Emprendedora

Alegre y Chiva (2013) sugieren que la competitividad que puede generar un emprendimiento está en la capacidad de aprendizaje organizacional y el rendimiento de la innovación. Estos deben ser delineados y mejorados para impulsar la correlación entre la orientación del emprendimiento y su rendimiento ante un panorama empresarial. Al respecto, Hecker y Gante (2013) plantean que los emprendimientos contribuyen con la gestión de la innovación. Además, determinan una inclinación de competitividad para investigar perspectivas de contingencia al momento de encontrar diferencias entre las variables del entorno empresarial. Es por ello que Wu y Haak (2013) consideran que los emprendimientos mejoran cuando se decide invertir en investigación y desarrollo e innovación (I+D+i) para complementar y estructurar otros medios empresariales. Esto permite desarrollar un nuevo diferenciador

corporativo para acaparar las competencias tecnológicas y la visión competitiva dentro del mercado.

York y Lenox (2014) proponen que la competitividad empresarial también está dada por los factores no económicos de las estrategias empresariales; los cuales influyen directamente en la entrada de nuevos emprendedores y la diversificación de las empresas. Además, el entorno sociocultural se ve altamente afectado por la demografía empresarial, las instituciones, el espíritu empresarial, y las industrias emergentes. La posición de Frese, Rousseau, y Wiklund (2014) considera que el emprendimiento toma ideas controversiales en el ámbito competitivo, combinando cuatro practicas fundamentales para la toma de decisiones: el uso de los resultados científicos relevantes al emprendimiento, los procesos sistemáticos organizacionales basados en hechos e indicadores de gestión, el diagnostico de las reflexiones, y las prácticas en curso. De tal forma que se promueva la calidad de las decisiones en cuestiones éticas que impactan en los accionistas. Según estos factores, el emprendimiento lidia con la generación de novedades y siendo diferente de otros participantes existentes en el mercado.

Tornau y Frese (2013) consideran que la personalidad proactiva proporciona a la teoría de productividad una fuerte iniciativa de competitividad para alcanzar un rendimiento y un desempeño laboral por encima de la media empresarial en una industria determinada. La posición de Engelen, Neumann y Schwens (2014) plantea que la teoría de escalones superiores evalúa la relación entre el director ejecutivo, su exceso de confianza y la orientación empresarial, donde se establece que es moderado el dinamismo del emprendimiento competitivo. Frente a ella, Demirbag, Tatoglu y Wilkinson (2016) sugieren que los sistemas de trabajo de alto rendimiento fortalecen las estrategias competitivas dentro de las empresas. Esto se debe a los cambios globales competitivos y estrategias de internacionalización, a consecuencia de la mejora continua y políticas de aplicabilidad de normas para un crecimiento dentro del mercado potencial. Al respecto, Manroop (2015) sostiene que los sistemas de recursos humanos dan ventajas competitivas a las empresas que los aplican porque contribuyen a facilitar el desarrollo y mantenimiento de climas éticos como valor dentro de los negocios, generando sostenibilidad de la ventaja competitiva.

Lacerda, Ensslin, Ensslin, y Dutra (2014) recomiendan que la comprensión es primordial dentro de las empresas para poder construir ventajas competitivas usando recursos y capacidades para la toma de decisiones de manera dinámica. Para crear valor a las perspectivas de los directivos que toman decisiones, se usa un marco de proceso de negocios que los guía en la gestión constructiva de los recursos. Además, Jones y Casulli (2014) sostienen que para lograr un alto potencial en la iniciativa

empresarial internacional, la experiencia individual y el razonamiento juegan un papel importante. La lógica o el razonamiento permiten determinar comparaciones competitivas cognitivas en cuanto a factores inciertos, situaciones complejas o novedades empresariales. Por lo tanto, se debe considerar la utilidad de la investigación en el contexto de la internacionalización.

Chavdarova (2014) sugiere que la percepción de crear una ventaja competitiva se ve asociada a la interacción de la estructuración de una red y a la cultura de la acción. El objetivo es crear la percepción de seguridad en la actividad empresarial ante tres tipos de riesgos: los entornos donde hayan sanciones legales y sociales respecto a las acciones empresariales de índole ilegal; la falta total de protección de la seguridad social para trabajos informales; y la carencia de garantías en relación con el cumplimiento de contratos, aumentando la probabilidad de comportamientos oportunistas por los socios de negocios y clientes. Ahora bien, Roy, Dasgupta y Chakravarty (2013) proponen que el mejoramiento de la productividad en base a costo – beneficio se da gracias a los beneficios tecnológicos que se implementan dentro de las empresas porque se crea la optimización de recursos y la minimización de riesgos económicos y ambientales. Además, se determina que las ganancias son, en consecuencia, mayores porque se utiliza una gestión estratégica que se deriva de la eficiencia tecnológica. Una variedad de invenciones requiere ahorro de recursos naturales y materiales, eficiencia energética, y comercialización amplia para cumplir con los objetivos señalados por la organización, involucrando múltiples actores y múltiples sectores entorno a la productividad necesaria.

Hollen, Van Den Bosch y Volberda (2013) plantean que tener ventaja competitiva sostenida implica innovar los procesos tecnológicos respecto a la productividad de los recursos y el desempeño ambiental, a pesar que en dicho desarrollo se experimenten presiones de gestión. El desarrollo de tecnología sostenible muestra la adopción de perspectivas claras y emprendedoras de forma entrelazada, donde la teoría de la innovación se guía por la conceptualización de la misma en un contexto inter-organizacional futuro. Al respecto, Hockerts (2015) propone que la sostenibilidad corporativa y competitividad en los emprendimientos se suscitan cuatro dimensiones como la reducción del riesgo, las ganancias eficientes, la construcción de marca y la nueva creación dentro del mercado. Estas dimensiones nacen cuando los emprendimientos tienen como base modelos de negocios complejos, sostenibles y competitivos. Por su parte, Reyes-Rodríguez, Uihøi y Madsen (2016) agregan que las iniciativas ambientales se asocian con la disminución de costos y el crecimiento de la ventaja competitiva, gracias a las actitudes gerenciales y

la intención estratégica de innovar, donde los resultados están asociados al tamaño de la empresa.

Calabrese, Costa, Menichini, Rosati y Sanfelice (2013) proponen que la responsabilidad social empresarial es la clave para el éxito de los emprendimientos porque le dan un cambio radical en el pensamiento de gestión y nuevas herramientas para apoyar las actividades del negocio. La identificación y explotación de oportunidades de negocio son la iniciativa para mejorar la administración en busca de la competitividad a largo plazo, convirtiéndose en ventajas comerciales en un mercado determinado. Para lograr una responsabilidad social empresarial efectiva se necesita tomar decisiones entorno a la etapa de su evolución cultural, al grado de compromiso en base al desempeño económico, jurídico, ético y filantrópico de los emprendimientos. Efectivamente, Tian y Smith (2014) consideran que las empresas pueden ser competitivas a través del emprendimiento social siempre que se avance hacia los objetivos utilizando un liderazgo empresarial, mediante desafíos únicos y habilidades que generen ganancias y vayan acorde a la misión de la empresa.

Vranceanu (2014) sugiere que la competitividad se refleja en el beneficio económico que es producido por los emprendedores cuando detectan oportunidades en mercados vírgenes. Esto permite ofrecer y captar grandes beneficios positivos impulsando el cambio y la innovación en el trabajo, beneficiando a la sociedad y a los empresarios internos, debido a que son los creadores de los emprendimientos. Al respecto, Bojei, Julian, Wel y Ahmed (2013) sugieren que las herramientas para obtener mayor competitividad en el mercado se basan en el marketing relacional mediante el servicio al cliente, la lealtad a la marca, programas de recompensas, la personalización, la adaptación, y la relación con la retención de clientes. Esto se da mediante recompensas significativas para proporcionar una información valiosa de las prácticas de gestión del desarrollo de los productos. Además, Chang y Wu (2014) proponen que se exhibe mayor productividad y mayor riesgo de salida de empresas tradicionales cuando existe una mayor cantidad de nuevos participantes en el mercado. Esta interacción da como resultado argumentos empíricos y perspectivas económicas de acuerdo a la evolución de la industria.

Lumpkin y Dess (2015) recomiendan que para comenzar con un emprendimiento, se necesita de la orientación empresaria que va ligada al desarrollo del espíritu empresarial para configurar prácticas, políticas y procesos sobre acciones y decisiones de éxito o fracaso. Este comportamiento se fundamenta en la teoría del trabajo de Miller que estudió tres dimensiones: la innovación, la toma de riesgo y la proactividad; actualmente, se incorporan la agresividad, la competitividad y la autonomía. Estas dimensiones implican el rendimiento de un negocio, así como el

nivel de dimensiones de estructuración para emprendimientos futuros. De esta manera, se sigue evaluando las buenas prácticas para dirigir inductivamente nuevos conocimientos y convalidar el conocimiento existente para tener las prácticas de mejora continua. Adicionalmente, Bylund (2015), de acuerdo a la teoría de costos de Coase, sostiene que la eficiencia de la productividad está dada desde la perspectiva empresarial interna, y sus capacidades se reflejan a través de las funciones del emprendedor dentro de la empresa.

Scopelliti, Cillo, Busacca y Mazursky (2014) consideran que existen varias formas de obtener ventaja competitiva, una de ellas es usar recursos menos costosos para generar nuevas ideas que conduzcan a resultados más creativos, sin restricciones financieras, y con tendencias inherentes a buscar novedades que abarquen el mercado. Es primordial que exista un balance de experiencia en el proceso estratégico de tal manera que se dé un enfoque empresarial y mejore la calidad de un producto determinado. La posición de Hempelmann y Engelen (2015) considera que la competitividad empresarial se ha centrado en las interfaces de comercialización, investigación, procesamiento y elaboración de productos para que las finanzas puedan denotar en multifunciones para desempeñar otros proyectos e impactos de financiamiento de productos con un interfaz de marketing dando como resultado un producto único y de características competitivas.

Barbos (2015) proponen que la competitividad en el mercado de productos y el nivel de innovación en la industria se basa en la teoría de la relación en U invertida que se forma entre la innovación y competencia para obtener beneficios e información válida para el éxito empresarial. Mientras que Slevin y Covin (2015) plantean que la estrategia emergente se entiende cuando las acciones competitivas y las reacciones se presentan dentro de sus entornos operativos, definiéndola como patrones internamente consistentes de acciones competitivas y las reacciones que surgen espontáneamente en el tiempo para formalizarlas. Frente a ello, Song, Zhao, Arend e Im (2017) sugieren que la generación de mejora continua se da por la necesidad de las empresas de tener una ventaja competitiva sobre las otras, esto implica tener una planificación estratégica con el continuo conocimiento, tecnología y condiciones de mercado altamente controlables. Incluso esto genera rentabilidad de la empresa sin afectar el equilibrio del negocio.

Hitt e Ireland (2015) plantean que los emprendimientos se ven afectados por situaciones difíciles y complejas para identificar y explotar las oportunidades de manera competitiva, por lo que tienen que crear valor agregado en sus productos o servicios para captar mayor cantidad de clientes. Además de entrar en la mente del consumidor se debe innovar constantemente para superar rivales y obtener

rendimientos económicos y de fidelidad mayores a los competidores. Esto significa que debe existir espíritu empresarial para identificar oportunidades y mantener una ventaja competitiva mediante la coordinación de la gerencia empresarial denominada iniciativa empresarial estratégica. Ahora bien, Kuratko, Morris, y Covin (2015) sugieren que los componentes para establecer ventajas competitivas y crecimiento rentable son a través de la inversión de riesgo (*corporate venturing*) interna, cooperativa, y externa que se vea reflejada en nuevas empresas o en parte de nuevos negocios. Además, el emprendimiento estratégico, aplicado en las cinco áreas de la empresa, está dado por: la estrategia de la empresa, ofertas de productos, mercados, organización interna (estructura, procesos y capacidades), o modelo de negocio para desarrollar la ventaja competitiva.

Thompson y Wilson (2015) sostienen que las organizaciones planean ser más creativas a pesar de su dificultad e identifican la creatividad en equipo o individual dependiendo de qué aspectos deseen utilizar. También existen factores cognitivos y sociales que suelen impedir que se desarrollen actividades creativas como: la presión de la conformidad y las técnicas para mejorar el rendimiento creativo de los grupos como *brainwriting* y el *brainstorm*, los objetivos de calidad y la rotación de miembros para mejorar la creatividad y las tácticas paradójicas. Efectivamente, Ardito, Messeni Petruzzelli y Albino (2015) consideran que la capacidad de las empresas para mantener el equilibrio y encontrar una ventaja competitiva capaz de explotar sus invenciones patentadas a través de nuevos productos, es el motor del éxito, de este modo proporciona un marco multinivel para introducir nuevos productos fundamentados en invenciones tecnológicas a través de la tecnología, la red de contactos, y futuras líneas de investigación empresariales.

Tocher, Oswald y Hal (2015) consideran que las oportunidades se centran en seguir los procesos sociales entre empresarios potenciales que tienen muchas ideas de negocios que en un lapso de tiempo serán conceptualizadas y lanzadas al mercado. La capacidad de los empresarios de guiar las ideas de negocios incurre en un trayecto de competitividad y proceso de desarrollo de la oportunidad social compleja, dando como resultado negocios exhaustivamente exitosos. Al respecto, Martínez Coll y Miró Rocasolano (2015) proponen que los modelos de negocio pueden innovar en los procesos de cognición generativa. En los emprendimientos, la gerencia pasa por un esquema proactivo para crear un valor competitivo con base a la psicología cognitiva a través de la novedad, el razonamiento analógico y la combinación conceptual, se teorizan en procesos estratégicos a nivel de empresa para la planificación de prototipos de negocio innovadores. Consecuentemente, Mair y Ganly (2015) consideran que el emprendimiento basado en el valor agregado permite

conocer a fondo las necesidades sociales que moldean y cambian el comportamiento del recurso humano dentro y fuera de la empresa. Existen dos niveles de emprendimiento de calidad, en primer lugar la innovación en la creación de un nuevo producto o servicio para cubrir las necesidades del mercado, y en segundo lugar la innovación de concebir y promulgar los acuerdos institucionales alternativos para obtener emprendimientos sociales de alto rendimiento e impacto real, es decir, elaborar estrategias como: nuevos mercados, nuevas políticas, e incluso los nuevos comportamientos y actitudes.

McMullen (2015) sugieren que la acción emprendedora va en condición a la incertidumbre de una posible oportunidad, generando ganancias como agentes de cambio que mueven la economía. Las soluciones existentes a los problemas actuales implican valoraciones para introducir la innovación en el mercado, para evaluar oportunidades y así producir una acción empresarial, donde el cliente deba creer que esta oportunidad es veracidad de creencia. Por lo tanto, la nueva creación de valor y el cambio institucional son debidos a las oportunidades captadas. En este sentido, Dana y Wright (2015) proponen que el éxito empresarial no solamente depende de la capacidad para ser competitivos a nivel mundial, sino de desarrollarse con otras empresas dentro de redes multipolares, esto es utilizado por empresas que carecen de economías a escala. Los emprendimientos logran ser competitivos basados en el cambio radical de la naturaleza de la empresa, de la práctica en redes multipolares y del concepto empresarial porque descubren que es más rentable un negocio interdependiente, mostrando una estructura y mejoramiento en la gestión de relaciones emergentes en la nueva red de economía.

3.4 Fundamentación Teórica de la Educación Emprendedora (*Entrepreneurship Education* (EE))

Berger y Luckmann (1967) plantean que la sociología del conocimiento analiza la construcción social de la realidad, permitiendo comprender el acontecer humano a través de un cúmulo social de conocimiento que se alimenta de todas las interacciones sociales a lo largo de su vida. Para Gibb (1987), el emprendimiento puede ser cultural y experimentalmente adquirido, por lo que puede ser influenciado por la educación emprendedora. Además, Harrison y Leitch (1994) proponen una reconceptualización de la educación emprendedora, en base a una relación más estrecha entre la investigación emprendedora y los estudios de liderazgo; los cuales se enfocan en los equipos, y los cambios en la naturaleza en su comprensión de la propia organización empresarial. Mientras que Stevenson (2000) considera que el emprendimiento exitoso es una oportunidad derivada de un contexto particular y un comportamiento

estratégico. Es por ello, que la educación emprendedora debe orientarse en la forma en que la gente administra a la gente, produce y distribuye bienes y servicios, a través de cuatro iniciativas dirigidas a mejorar la tecnología, educar para una perspectiva global, crear un espíritu empresarial, y desarrollar un fuerte sentido de comunidad.

Charney y Libecap (2000) establecen que la educación emprendedora promueve la asunción de riesgos y la creación de nuevos negocios; aumenta la probabilidad de que los graduados sean trabajadores autónomos; produce un impacto positivo significativo en los ingresos de los graduados; aumenta la satisfacción laboral con el aumento de los ingresos; contribuye al crecimiento de las empresas, especialmente las pequeñas; promueve la transferencia de tecnología de la universidad al sector privado; y promueve empresas y productos de base tecnológica. Efectivamente, Rasheed (2004) sugiere que la educación en emprendimiento, en especial desde una edad temprana, tiene beneficios en la motivación del logro y la propensión empresarial, potenciando las tendencias de autoempleo como adulto; la participación en una empresa en un entorno de clase, estimula la innovación y tienen un impacto significativo en las características empresariales; además, funciona como una estrategia de intervención para los jóvenes estudiantes, generando control personal y autoestima para evitar el comportamiento y la violencia destructivos y criminales, así como la propensión a participar en comportamientos socialmente indeseables.

Fayolle (2005) propone que la teoría del comportamiento planificado puede aplicarse para evaluar el Programa de Enseñanza del Emprendimiento (*Entrepreneurship Teaching Programme - ETP*), y así medir las variaciones en la intención empresarial a lo largo del proceso educativo, tales como: los cambios de actitud hacia el comportamiento empresarial, los cambios de actitud en relación con las normas subjetivas, los cambios de actitud respecto al control percibido del comportamiento emprendedor, y los cambios en las intenciones empresariales. Además, Fayolle (2013) indica que a pesar de que la educación emprendedora está creciendo en todo el mundo, se requieren sólidas bases intelectuales y conceptuales, desde los campos del emprendimiento y la educación, para fortalecer los cursos de emprendimiento; así como reflexionar profundamente sobre nuestras prácticas, como investigadores y educadores.

Blenker, Dreisler, Fæ y Kjeldsen (2008) afirman que el sistema educativo a nivel universitario en la actualidad no es capaz de desarrollar la motivación, las competencias y las habilidades de los estudiantes en cuanto a innovación y emprendimiento; dado que, la educación emprendedora requiere de métodos de aprendizaje, procesos pedagógicos y marcos para la educación, además de,

transformaciones paralelas de la didáctica, la pedagogía y el contexto universitario. Es por ello que Johansen (2010) recomienda un método para medir si la educación emprendedora contribuye o no a una cultura de creatividad y creación de nuevos negocios, el cual es la frecuencia de *startups* de los participantes. Además, Von Graevenitz, Harhoff y Weber (2010) estudian si la educación emprendedora afecta las intenciones de ser emprendedor de forma uniforme o si conduce a una mayor clasificación de los estudiantes; a través de su modelo de aprendizaje crean señales a los estudiantes, permitiéndoles a los estudiantes evaluar su aptitud para las tareas empresariales.

O'Connor (2013) indica que una base conceptual teóricamente sólida ayudaría a los diseñadores de políticas y a los educadores a ubicar un programa que promueva el espíritu emprendedor como medio para estimular el aumento de los niveles de actividad económica ambicionado por los gobiernos. Por su parte, Nab, Pilot, Brinkkemper y Berge (2010) presentan el concepto de aprendizaje auténtico como parte integrante del aprendizaje basado en competencias en la educación emprendedora. Asimismo, Ramayah, Ahmad y Fei (2012) establecen una diferencia significativa en las características empresariales, el comportamiento y la intención, entre los grupos que tienen experiencia emprendedora previa en comparación con aquellos que no la tienen; por lo que proponen que los estudiantes sean expuestos a actividades emprendedoras tan pronto como sea posible.

Pittaway y Thorpe (2012) estudian el marco para la enseñanza emprendedora propuesto por el Dr. Jason Cope, en el cual se establecen los tipos de aprendizaje que permiten profundizar la comprensión y la práctica en la educación emprendedora: el aprendizaje experiencial, aprendizaje reflexivo, aprendizaje de las crisis, aprendizaje transformador, aprendizaje de doble circuito, y el papel que las influencias sociales juegan en el aprendizaje empresarial. Asimismo, Walter y Dohse (2012) plantean que los modos de la educación emprendedora activos, como las simulaciones de negocios, son, independientemente del contexto regional, positivamente relacionados con las intenciones y actitudes emprendedoras; mientras que el efecto de los modos reflexivos, como las conferencias teóricas, dependen del contexto regional.

Kuckertz (2013) propone dos tendencias que pueden dar forma al futuro de la educación emprendedora: la tendencia a reducir el alcance de la educación emprendedora y a entregar el conocimiento empresarial a las audiencias empresariales especializadas; y, la tendencia opuesta a ampliar el alcance de la educación empresarial tradicional mediante la introducción de conceptos empresariales a audiencias que podrían considerarse inusuales desde una perspectiva puramente comercial. Al respecto, Jiménez, Palmero-Cámara, González-Santos,

González-Bernal y Jiménez-Eguizábal (2015) sostienen que el impacto de la educación formal secundaria y terciaria en las tasas de emprendimiento, hallando que a mayor nivel de educación, mayor emprendimiento formal y menos emprendimiento informal; siendo el emprendimiento formal motivado, en la educación terciaria, como consecuencia de la mayor autoconfianza, menor riesgo percibido y mayor capital humano. Además, Elert, Andersson y Wennberg (2015) plantean que el impacto a largo plazo de la educación y la formación emprendedora sobre la entrada, el rendimiento y la supervivencia de los empresarios; encontrando que si bien la educación y la formación emprendedora aumenta la probabilidad a largo plazo de comenzar una empresa así como los ingresos empresariales, no hay ningún efecto firme en la supervivencia.

Valerio, Parton y Robb (2014) sugieren que en los últimos 20 años, los programas de educación y formación en emprendimiento se han multiplicado en todo el mundo, diferenciándose de los programas de negocios tradicionales; ya que la Educación Emprendedora se centra en el desarrollo de emprendedores, y la Educación en Administración de Negocios en la gestión empresarial, aunque ambas persiguen el desarrollo empresarial. Los programas de educación y formación en emprendimiento, (*Entrepreneurship Education* (EE) y *Entrepreneurship Training* (ET) - *Entrepreneurship Education and Training* (EET)), representan tanto la educación académica como las intervenciones formales de capacitación. Los programas de EE tienden a centrarse en la construcción de conocimientos con fines de emprendimiento, dirigidos a estudiantes de educación secundaria y educación superior de pregrado y posgrado; mientras que los programas de ET tienden a centrarse en la construcción de conocimientos y habilidades para iniciar u operar una empresa, dirigidos a empresarios potenciales y practicantes, así como a desempleados, personas inactivas o personas vulnerables que no forman parte de los programas de carácter académico.

Según el índice ISI PRODEM, en América Latina: Brasil, México, y Chile se destacan por su ecosistema de emprendimiento. Estos países cuentan con una gran cantidad de programas, incubadoras, aceleradoras, entidades de gobierno, instituciones financieras, entre otros, dedicados a promover la mentalidad emprendedora y el emprendimiento (Kantis, Ibarra y Federico, 2012). El emprendimiento se encuentra en diferentes niveles de desarrollo y cuenta con variados enfoques en cada país. De acuerdo a PRODEM, los países donde el ecosistema de emprendimiento está cercano a alcanzar niveles de innovación son Panamá, Costa Rica y Chile; de los cuales, Chile ha insertado el emprendimiento en su currículo desde la educación básica y media (Gobierno de Chile, 2015). Los países para los cuales el emprendimiento forma parte de las políticas sociales son Argentina,

Bolivia, y Ecuador, de los cuales, Ecuador ha insertado el emprendimiento en su currículo de Bachillerato (Ministerio de Educación, 2015a). Los países para los cuales el emprendimiento es parte de las políticas de apertura son Brasil, Perú y Colombia, de los cuales, Colombia cuenta con una ley de emprendimiento (Gobierno Nacional de la República de Colombia, 2006). Los países para los cuales el emprendimiento aún son iniciativas regionales son los países de Centroamérica y el Caribe (Kantis, Federico y Menéndez, 2012). Mientras que Estados Unidos (Silicon Valley), Israel, Singapur, Corea del Sur, Malasia, poseen un completo entorno para el emprendimiento (Kantis *et al.*, 2012).

Hovne, Hovne y Schøtt (2014), en base al GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), determinan que la innovación de los emprendedores se beneficia de la educación, especialmente de la formación durante la escolarización y también de la formación después de la graduación; así como del apoyo de las políticas públicas a favor del emprendimiento; sin embargo, este beneficio es moderado por una cultura que enfatiza el individualismo empresarial. Asimismo, Rivas (2014), de acuerdo al Banco Interamericano de Desarrollo (BID), indica que el ámbito educacional es el más favorable para la promoción de la cultura emprendedora, ya que las personas pueden ir adquiriendo las herramientas cognitivas y relacionales para emprender a lo largo de todo su proceso formativo.

La Comisión Europea ha apoyado varios proyectos para ayudar a mejorar, promover y evaluar el impacto de la educación emprendedora en Europa, tales como: la educación y la formación de los docentes como estrategia clave; la evaluación de las competencias emprendedoras adquiridas por los estudiantes y el impacto de la educación emprendedora; los grupos de reflexión de alto nivel sobre la educación emprendedora; el emprendimiento en la enseñanza superior y en la formación profesional. Por ser un tema muy importante para esta tesis, es necesario destacar los programas de emprendimiento en la educación primaria y secundaria que promueve Comisión Europea: las Mini-Empresas Estudiantiles en la Educación Secundaria (2005), la Agenda de Oslo para la Educación en Emprendimiento en Europa (2006), y la Educación Emprendedora en la Escuela en Europa (2016) (*European Commission*, 2017).

3.5 Fundamentación Teórica de la Formación Emprendedora (*Entrepreneurship Training (ET)*)

Desde la perspectiva de la Cumbre Mundial Sobre Desarrollo Social (CMDSD), la equidad está en el centro de una sociedad integrada, llegando a la conclusión de que el empleo es el principal medio para acabar con la pobreza y la exclusión (ONU,

1995). El Programa de las Naciones Unidas en el ámbito del Desarrollo Humano Sostenible, es un proceso a través del cual se ofrecen mayores oportunidades a las personas, donde los miembros de la sociedad se desarrollan ellos mismos y a sus instituciones, a través de un acrecentamiento de sus habilidades y de su capacidad de administrar recursos, a fin de obtener un progreso sostenible y distribuido equitativamente de tal manera que permitan un mejoramiento en su calidad de vida (PNUD, 2001). De igual modo, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, desde el año 2000 ha trabajado por el desarrollo de las PYMEs, recomendando la promoción de una sociedad y cultura emprendedora, principalmente, a través de la educación y la capacitación; la integración del emprendimiento en todos los niveles del sistema de educación formal; y la oferta de programas de formación para el "aprendizaje permanente" mediante cursos prácticos especializados (OCDE, 2004). Asimismo, la Comisión Europea (*European Commission*) ha establecido el Plan de Acción para el Emprendimiento 2020, el cual, identifica tres áreas claves: la educación y la capacitación emprendedora (*Entrepreneurship Education (EE)* y *Entrepreneurship Training (ET)*), la eliminación de barreras administrativas, y el fomento de la cultura emprendedora. Este plan pone especial énfasis en los grupos vulnerables, representados por las mujeres, los adultos mayores, los migrantes, los desempleados y los jóvenes; con el objetivo de transformarlos en mujeres emprendedoras, emprendedores mayores, emprendedores migrantes, emprendedores autónomos y jóvenes emprendedores (*European Commission*, 2013).

Mensah y Benedict (2010) determinan que la formación emprendedora es fundamental en la lucha contra la pobreza a través de la creación de empleo; dado que la capacitación en emprendimiento y la provisión de otras facilidades podrían dar a los propietarios pobres de microempresas y pequeñas empresas posibilidades para identificar las oportunidades a su alrededor y hacer crecer sus negocios, ayudándose a ellos mismos a mejorar su situación económica y a otras personas pobres de su área. Además, Prahalad (2010) propone que el capitalismo creativo implica que los gobiernos, las empresas y las organizaciones sin fines de lucro trabajen juntos para que más personas puedan obtener ganancias, creando soluciones innovadoras que sean sostenibles y de esta manera alivien las inequidades del mundo (pp. 19-20), constituyéndose el emprendimiento como un aporte directo para el desarrollo económico y la justicia social. La democratización del comercio se basa en que todos tengan el derecho de beneficiarse de la globalización y ejercer su rol como micro consumidores, micro productores, micro innovadores, micro inversionistas, y micro emprendedores (p. 20) a través del acceso a la información, al crédito y a los mercados (p. 22).

Petridou y Glaveli (2008) examinan que el apoyo a la capacitación de las cooperativas de emprendedoras rurales tiene efectos beneficios en la mejora de las habilidades para la identificación y captura de oportunidades de negocios, cooperación efectiva, flexibilidad en la toma de decisiones, y actitudes más positivas hacia el emprendimiento respecto a las percepciones relacionadas con el desarrollo y las perspectivas de crecimiento de la cooperativa, así como en el equilibrio trabajo-familia. De igual manera, hallaron que la eficacia de un programa de emprendimiento puede ser mejorada cuando está diseñado, es decir, enfocado en satisfacer las necesidades reales de la organización; por lo que el análisis de las necesidades de capacitación antes de la intervención es un requisito previo. Por su parte, Bruhn y Zia (2013) sugieren que un programa global de alfabetización empresarial y financiera tiene un impacto positivo. Si bien el programa de capacitación no influyó en la supervivencia de los negocios, mejoró significativamente las prácticas comerciales, las inversiones y las condiciones de los préstamos para las empresas supervivientes.

Cho y Honorati (2014) identifican que la efectividad de los programas de emprendimiento en los países en desarrollo varía dependiendo de los resultados, los tipos de beneficiarios y el contexto del país. De igual manera, hallaron que los programas de emprendimiento tienen un impacto positivo y grande para la juventud, en relación al conocimiento y la práctica de negocios; pero no hay traducción inmediata en la configuración y expansión del negocio o aumento de los ingresos. Por lo que, sugieren proporcionar un paquete de capacitación y financiamiento para mejorar el rendimiento empresarial. Para ello, Nieman (2001) sugiere que la formación emprendedora y la formación en negocios se confunden como similares; por lo que hay que revisar los objetivos, contenidos y metodologías más exitosas y apropiadas para que esta no sea parte de la formación convencional sino una verdadera formación empresarial. En ese sentido, Kutzhanova, Lyons y Lichtenstein (2009) establecen cuatro habilidades básicas para el desarrollo de los emprendedores: habilidades técnicas, gerenciales, empresariales y de madurez personal; y reforzaron la necesidad del aprendizaje entre iguales, el desarrollo del capital social, el acceso al capital, el *coaching* y la tutoría para ofrecer las mayores oportunidades de crecimiento empresarial.

Sarri, Bakouros y Petridou (2010) enfatizan la importancia de la capacitación emprendedora en relación con la creatividad y la innovación; siendo necesario capacitar a los emprendedores para que participen creativamente en la economía de la innovación. De igual manera, sugieren que los emprendedores, propietarios y/o gerentes de micro, pequeñas, y medianas empresas son conscientes de la importancia de la creatividad y la innovación para el desarrollo de su negocio; pero que las

intervenciones de formación en creatividad e innovación para emprendedores en términos de proceso, contenido, método, duración, capacitadores, etc. se encuentran en una fase incipiente y requiere más investigación para determinar la mezcla de intervención de formación adecuada. Por su parte, Cooney (2012) expone que las principales habilidades empresariales que deben desarrollarse entre los emprendedores orientados al crecimiento son la orientación al cliente, el desarrollo estratégico, la gestión financiera, y la gestión de recursos humanos. De igual manera, destacó que las condiciones necesarias para lograrlo eran la motivación del emprendedor, la tutoría y mentoría, así como un mayor acceso a redes de intercambio, a las finanzas, y a los mercados internacionales; siendo la tutoría de mentores emprendedores y empresarios exitosos fundamental para el éxito del proceso emprendedor.

3.6 Fundamentación Teórica de la Pedagogía Emprendedora

Fayolle y Gailly (2008) consideran que hay una necesidad de reconsiderar la educación emprendedora en su amplia diversidad, tanto desde un punto de vista ontológico como pedagógico; y que esta debe abordarse en torno de un marco general del cual se desprendan múltiples modelos de enseñanza y procesos de aprendizaje, que consideren la gama de opciones teóricas, los objetivos, los públicos, los métodos pedagógicos y el contexto institucional. De esta manera, Fayolle (2008) agrega algunas cuestiones claves de la educación emprendedora, centrándose en diferentes tipos de procesos de aprendizaje. Así, destaca tres objetivos económicos y sociales principales y distintos: formar a los empresarios o profesionales en el campo empresarial (habilidades), preparar a los individuos emprendedores (mentalidad), y educar a los profesores e investigadores de emprendimiento (teorías). Por su parte, Tumasjan, Welpel y Spörrle (2013) sugieren que la utilidad del emprendimiento se basa en la iniciativa empresarial y educación para sostener el impacto de la factibilidad y viabilidad de los emprendimientos que pudieren surgir.

Penaluna, Coates y Penaluna (2010) exponen que los modelos de planes de enseñanza emprendedora creativa y evaluación, alineados constructivamente, son indispensables para la pedagogía emprendedora, cuyos enfoques cognitivos desarrollan mentalidades innovadoras; los cuales deben introducir pedagogías en la educación emprendedora transdisciplinaria, basadas en diseño creativo, neuroimagen a través de la "cognición relajada", gestión financiera y terapia ocupacional relacionada con el cerebro, así como, prácticas de trabajo, comportamientos y entornos culturales que fomenten la innovación. En este sentido, Neck y Greene (2011) plantean la enseñanza del emprendimiento como un método, dado por una forma de pensar y

actuar; el cual requiere el uso de técnicas para crear, a través de pedagogías prácticas como el inicio de negocios como cursos, juegos serios y simulaciones, el pensamiento basado en el diseño, y la práctica reflexiva, dadas por la aplicación y la actuación.

Spieth, Schneckenberg y Ricart (2014) proponen que la teoría de la innovación respecto a un modelo de negocio forma parte de la acción psicopedagógica en la práctica empresarial y la investigación para explicar el negocio, el manejo del negocio, y el desarrollo de los mismos. Se refiere a las aportaciones de la iniciativa empresarial, la innovación y la administración de la tecnología como estrategias de emprendimiento. Esta teoría del modelo de negocio de la innovación se deriva de los límites de la incertidumbre, y busca desarrollar ideas tecnológicas para disminuir su impacto en los emprendimientos. Al respecto, Chandler y Teckchandani (2015) consideran que la filosofía social constructiva pedagógica educa a los emprendedores en los negocios. Para ello, se debe cultivar el pensamiento crítico y la creatividad para abrir paso a caminos complejos y globalizados de tal manera que este proceso logre resultados exitosos abiertos al diálogo y a la innovación de conocimientos.

Farashah (2013) sugiere que la educación y la formación empresarial (EET) tienen un gran impacto sobre las actitudes hacia el espíritu empresarial, la percepción de las normas sociales, la autoeficacia y la intención empresarial (IE); determinando la necesidad de un rediseño pedagógico que considere el efecto de las condiciones macroeconómicas, y que brinde mayor eficiencia en la educación formal y en la capacitación informal, así como educación empresarial para proporcionar los conocimientos y habilidades necesarios para los empresarios nacies. Además, Shepherd y Patzelt (2013) proponen que la enseñanza para desarrollar un espíritu empresarial, la selección y gestión de los procesos de transformación para identificar, evaluar y explotar emprendimientos se ven potencializadas por la interfaz de gestión de la iniciativa empresarial y las operaciones; donde los factores empresariales en un emprendimiento se deben al conocimiento, motivación, reconocimiento y evaluación de oportunidades.

Munro y Cook (2009), en base de los modelos de Kolb y Honey y Mumford, sugieren que el entorno del alumno es integral para su desarrollo en función de las tres dimensiones de la empresa en las formas de prever, energizar y acelerar. Por lo que recomiendan proporcionar el entorno de aprendizaje y la experiencia adecuada para fomentar una actitud emprendedora, el emprendimiento, y la pequeña empresa en un mundo cambiante, global y étnicamente diverso. En esta misma línea, Klapper y Tegtmeier (2010) plantean dos enfoques innovadores de aprendizaje interdisciplinario para la enseñanza emprendedora; el alemán que está basado en la “empresa práctica”, donde la disciplina de dirección y otras trabajan juntas; y el francés, donde

combinan las teorías del emprendimiento, de red y de la ciencia cognitiva. De acuerdo a los autores, ambos enfoques resaltan la importancia del desarrollo personal de los participantes del curso, al capacitar al estudiante para ser proactivo mediante prácticas eficaces para fomentar el pensamiento empresarial en el aula.

Seikkula-Leino, Ruskovaara, Ikavalko, Mattila y Rytkola (2010) proponen que un factor crucial en el desarrollo de la educación emprendedora y el fortalecimiento del espíritu emprendedor es el aprendizaje y la reflexión del profesor. Además de, la implementación de cambios en el ámbito educativo, como la reforma curricular, desde la perspectiva del aprendizaje y la reflexión; la coordinación entre materias para el desarrollo de una comunidad de trabajo más orientada al emprendimiento; y la conexión entre objetivos y resultados en el contexto de la educación emprendedora. Para ello, Kabongo y McCaskey (2011) sugieren que los administradores e instituciones deben preparar a nuevos profesores en el campo de la educación emprendedora; considerando doctorados en emprendimiento, concentración de su campo de enseñanza en emprendimiento, interés de investigación en el campo del emprendimiento, publicaciones en revistas de emprendimiento, y experiencia emprendedora introducida en el aula.

Ruskovaara y Pihkala (2015) sugieren que la formación que los profesores han recibido en emprendimiento parece ser el principal factor determinante en las prácticas educativas para la educación emprendedora en los niveles escolares desde educación básica a secundaria superior. Sin embargo, Rönkkö y Lepistö (2015) exponen que los profesores piensan que la pedagogía emprendedora es útil y que la forma de pensar sobre la enseñanza es inspiradora para la educación básica, pero no están de acuerdo que se incluya en el plan de estudios. Por otro lado, Trivedi (2014) expresa que a pesar de que los profesores se sienten altamente comprometidos con la enseñanza del emprendimiento, aún el apoyo institucional no es completo, en término de los recursos proporcionados a ellos por su institución para participar en la educación emprendedora.

Marques, Ferreira, Gomes y Rodrigues (2012), basados en la Teoría del Comportamiento Planeado (TPB), sostienen que la intención emprendedora (IE) de los estudiantes de secundaria está influenciada por factores demográficos, psicológicos y de comportamiento; por lo que sugieren expandir la educación emprendedora específicamente en el campo de la educación secundaria. Sin embargo, Moberg (2014) concluye que si bien la educación para el emprendimiento a nivel secundario, que se centra en el contenido y las habilidades cognitivas empresariales, tiene una influencia positiva en las intenciones empresariales de los estudiantes, a la vez genera una influencia negativa en su nivel de compromiso escolar. Esto es opuesto a los

resultados de la educación a través del emprendimiento, que tiene una orientación más pedagógica y se centra en fomentar las habilidades empresariales no cognitivas.

Watkins (2006) considera que el propósito de la educación emprendedora es desarrollar actitudes emprendedoras y la capacidad de los estudiantes para iniciar y llevar a cabo proyectos empresariales. A nivel universitario, la educación emprendedora se concentra en los programas de economía y de negocios; habiendo muy pocas universidades que ofrecen estudios transversales de emprendimiento para los diferentes programas. Además, el autor indica que no existen normas bien establecidas para la enseñanza del emprendimiento, por lo que las universidades deben desarrollar sus propias políticas y compartir las mejores prácticas desde un punto de vista pedagógico; permitiendo cumplir los objetivos establecidos en la Estrategia de Lisboa para el empleo y el crecimiento.

Craig y Johnson (2006), en base a las investigaciones de Schumpeter y Kirzner, sugieren que tan importante es la formación académica en los emprendedores innovadores y detectores de oportunidades como en las personas con formación en ingeniería. Dado que éstos últimos no eran tan competentes en el reconocimiento de oportunidades como sus contemporáneos capacitados en los negocios. De acuerdo a ello, los autores recomiendan cursos de emprendimiento enfocados en su audiencia, y grupos de financiamiento capacitados para entender y trabajar con estos tipos de emprendedores. Al respecto, Heinonen y Poikkijoki (2006) exploran diferentes técnicas de enseñanza dirigidas a infundir habilidades empresariales y el comportamiento entre los estudiantes en el ámbito universitario con un papel principal dado por oportunidad - descubrimiento, evaluación, y explotación; donde determinaron que el enfoque dirigido al emprendedor, si bien ayuda a desarrollar sus habilidades empresariales, se requiere un enfoque más empresarial, que brinde un aprendizaje experiencial para docentes y estudiantes, ya que disminuye la previsibilidad y control de la situación docente, por otro lado, aumenta el interés por el aprendizaje y la enseñanza.

Guerrero y Urbano (2012) sugieren que las universidades emprendedoras desempeñan un papel importante como productoras de conocimiento y como una institución de difusión para una sociedad emprendedora, lugares en los que el espíritu emprendedor basado en el conocimiento ha surgido como motor del crecimiento económico, la creación de empleo y la competitividad. Todo lo cual es resultado de las interrelaciones entre los factores ambientales e internos que condicionaron el desarrollo de las universidades emprendedoras. De esta manera, las misiones docentes, de investigación y emprendedoras surgen de la economía institucional y la visión basada en recursos. Por otro lado, Cavaller (2011) considera que la universidad emprendedora requiere implementar nuevos sistemas para medir el desempeño y la

eficiencia que exploren procesos de transferencia de conocimiento (KT): aprendizaje-enseñanza, difusión y producción de conocimiento en investigación, patentes y licencias; dado que actualmente cuentan con una gran diversidad de modelos, una gran cantidad de datos, muchas maneras de ser emprendedor; lo cual provoca una gran complejidad en la aplicación de metodologías de evaluación para escenarios heterogéneos, que permitan proporcionar oportunas y significativa retroalimentación sobre el rendimiento, la eficiencia y el potencial de los estudiantes, los profesores, los investigadores, la innovación y los gerentes académicos en los niveles superiores, enfocada en el uso de su base de conocimientos, habilidades analíticas, prácticas y creativas y actitudes y sabiduría para convertirse en líderes de la sociedad.

Oplatka (2014) sostiene que el emprendimiento educativo a través del concepto de comportamiento organizacional de ciudadanía (*Organizational Citizenship Behavior*, OCB), no forma parte del sistema formal de recompensas ni es parte de la descripción de trabajo obligatoria de un empleado. Este comportamiento se da cuando los maestros de manera espontánea se involucran en formas simples de trabajos innovadores (por ejemplo, desarrollo de nuevos planes de estudio y métodos de enseñanza, iniciación e implementación de nuevos proyectos, incluyendo eventos escolares). Las determinantes principales de este comportamiento son cuatro, dos externas (por ejemplo, el director, la autoridad educativa local) y dos internas (experiencias personales, vocación educativa y compromiso emocional). Por otra parte, Feldmann (2014) sugiere que las experiencias de aprendizaje, factores contextuales y patrones de comportamiento ayudan a los docentes a desarrollarse y persistir como docentes emprendedores, acoplando sus conocimientos y experiencia en investigación con un esfuerzo emprendedor, aplicándolos con éxito para iniciar un pequeño negocio; a pesar de estar inmersos en una cultura organizacional que no siempre apoya emprendimientos empresariales en los docentes fuera del alcance de la investigación, la enseñanza y el servicio.

Rae (2010) propone que la crisis financiera y económica internacional en 2008 produjo una nueva era económica, por la cual, la naturaleza del emprendimiento está cambiando en respuesta a movimientos económicos, sociales y culturales. Estos cambios se basan en las preocupaciones éticas y ambientales, que están creando un discurso de emprendimiento responsable puesto en manifiesto por el emprendimiento social. Además, así como, por las influencias cambiantes en la educación y el aprendizaje emprendedor, para responder a estos desafíos y fomentar el desarrollo futuro de la empresa. Por su parte, McCarthy, Puffer, Graham y Satinsky (2014) estiman que la teoría de la triple hélice se enfoca en innovar y desarrollar una economía del conocimiento que mejora la participación empresarial en el ámbito

mundial y que diversifica recursos naturales para el desarrollo de un ecosistema basado en una infraestructura institucional más favorable.

Mitchell (2015) sugieren que el dinamismo dentro de la acción emprendedora ha tenido una cognoscitiva huella formando parte de un pensamiento crítico y jerárquico conocido como el renacimiento de la taxonomía que sigue direcciones emprendedoras tales como: la incorporación de una mirada dinámica en las explicaciones cognitivas dentro de las empresas, la exploración de la dinámica en la experiencia de los emprendedores y el enlace para la investigación de oportunidades para tener como resultado los logros en equipo en vez de logros individuales. Además, Colombo y Grilli (2013) sostienen que la teoría económica establece que el resultado económico de un entorno empresarial genera un procesamiento de información altamente competitivo, mientras que la jerarquía del conocimiento determina que entre más estén preparados los gerentes o propietarios respecto a sus negocios, se gestiona un ambiente positivo en cuanto al capital humano y económico.

Clercq, Dimov y Belausteguigoitia (2014) consideran que la orientación emprendedora analiza el capital organizativo y la formalización a nivel jerárquico de las empresas a través del intercambio de conocimientos internos, relacionados con la confianza y congruencia de objetivos. Asimismo, Mueller y Shepherd (2014) consideran que el aprendizaje que impide que las organizaciones fracasen, conlleva a que los empresarios adquieran herramientas cognitivas que generen una variedad de oportunidades y un estilo intuitivo del conocimiento profesional que les permita controlar la negatividad de variables del fracaso. De esta manera, Ugurluoglu, Ugurluoglu Aldogan y Dilmac (2013) proponen que el aprendizaje organizacional integrado con la investigación motiva a las empresas a prepararse para el cambio, determinando dimensiones de aprendizaje que en asociación con la innovación contribuyen a la creación de productos, servicios o procesos. Por ende las dimensiones de aprendizaje organizacional y la innovación se correlacionan y generan un nivel de competitividad y calidad alto y perdurable en el tiempo.

Kotey (2007) estudian la enseñanza del trabajo en equipo como parte de los programas de emprendimiento, los cuales resultaron consistentes con el trabajo en equipo del mundo real; permitiendo que los estudiantes aprendan más de los atributos del trabajo en equipo de riesgo, ya que cuando más compleja es la tarea de grupo, más colaboración requiere para completarla. En este sentido, Adya, Temple y Hepburn (2015) proponen que las prácticas interdisciplinarias están compuestas por la colaboración del equipo técnico y de negocios ya que fomentan la creación de oportunidades para aprender una significativa interacción en equipo a pesar de las diferencias existentes. Mediante esta oferta pedagógica se incentiva la generación de

proyectos de emprendimientos válidos y capaces de aumentar la confianza de los empleados en conjunto con la interdependencia laboral, la transferencia y la actualización de conocimientos.

Tallman (2015) sostiene que las capacidades dinámicas permiten que se expanda el conocimiento entre el sector interno y externo de la empresa para asegurar futuras investigaciones y posible centralidad del aprendizaje, sobre el desarrollo sus estrategias en el futuro. Efectivamente, Henttonen, Hurmelinna-Laukkane y Ritala (2015) sugieren que la colaboración entre distintas variables externas permite perseguir objetivos relacionados a la innovación necesaria para tener mayor participación de mercado. Los colaboradores son los proveedores, clientes, competidores, organizaciones bancarias y el estado quienes provocan una fuga de conocimientos y alguna apropiación indebida del valor agregado si no utilizan los métodos más adecuados. Para tener éxito en los emprendimientos es necesario emplear mecanismos eficaces basados en conocimientos y apropiaciones de la innovación, resaltando la colaboración de la investigación y desarrollo interno y externo de la empresa.

Zahra y George (2015) consideran que para lograr que las empresas obtengan ventajas, estas deben tener la capacidad de absorción para adquirir nuevos conocimientos, es decir, poder identificar los conocimientos para luego comprenderlos, asimilarlos y ponerlos en práctica en las operaciones propias. Al respecto, Wang, Senaratne y Rafiq (2015) proponen que para los emprendimientos que mejoran la adquisición y aplicación de competencias con sus clientes internos y externos, se identifican las capacidades dinámicas porque se refuerza la explotación de las competencias existentes y la exploración de nuevas competencias. Por lo tanto a través de la absorción de capacidades transformadoras se hace hincapié en el desarrollo y la aplicación de factores internos para el dinamismo del mercado. Por otra parte, Zimmermann y Foerstl (2014) proponen que un eslabón de rendimiento respecto al uso de recursos dentro de los emprendimientos se basa en la gestión de compras, sustentada en la enseñanza estratégica e investigación empírica para un mayor potencial en la compra de recursos.

3.7 Fundamentación Teórica de la Metodología Emprendedora

Fiorio y Ferrero (2015) proponen que el emprendimiento es un estado de ánimo y las actitudes relacionadas pueden ser entrenadas; es por ello, que la metodología “Orange Of Entrepreneurship” se basa en dar a conocer la importancia de usar cotidianamente, en cualquier tipo de trabajo, la mentalidad emprendedora. Para ello, Kent (1990) hace un llamado a los educadores de educación emprendedora a nivel

universitario, secundario y elemental para que reconozcan las características únicas y las contribuciones de los emprendedores para que reorganicen sus cursos y programas y de esta manera puedan acomodar, cultivar y perpetuar el proceso de emprendimiento en todo el sistema educativo. Al respecto, Ruskovaara y Pihkala (2013) sugieren que los métodos de enseñanza varían entre los diferentes niveles escolares de la educación básica y secundaria superior; siendo la percepción de los maestros que sus habilidades de educación emprendedora están estrechamente relacionadas con la implementación de la educación emprendedora, la cual a su vez tiene una conexión con su formación.

Mwasalwiba (2010) sugiere que a pesar de estar convergiendo hacia un único marco de educación para el emprendimiento, sigue existiendo un desajuste entre lo que los educadores y otros interesados desean lograr en educar para el emprendimiento con los enfoques pedagógicos aplicados y los indicadores de éxito, es decir, una no alineación en el establecimiento de programas de educación empresarial. Es por ello que Van Vuuren y Botha (2010) recomiendan como imperativo diseñar programas de entrenamiento basados en modelos de entrenamiento que han sido probados, además de una medición de desempeño empresarial-emprendedor y de transferencia de habilidades; dado que tanto los indicadores de desempeño de los negocios mejoran después de asistir a las intervenciones de capacitación, así como, la transferencia de habilidades se da después de asistir a las mismas.

Gibb (2005) destaca que los nuevos modelos de enseñanza y formación empresarial se centran en el desarrollo de los atributos y valores empresariales; para lo cual se requiere una metodología de aprendizaje que considere: inteligencia emocional, visión y sentimiento de "forma de vida", aprendizaje conativo afectivo y cognitivo, capacidad para la acción experiencial (conocimiento tácito), manejo holístico (*know how*), construcción de relaciones y estructuras de equipos confiables (*know-who*), intuición estratégica, organización empresarial, diseño y desarrollo, gestión de proyectos, mundo globalizado de incertidumbre / complejidad, gestión empresarial en diferentes contextos, cosecha y evaluación de ideas. Este modelo de enseñanza requiere cambios en la pedagogía, los modos de evaluación y acreditación y la adecuada formación del personal docente. Por lo que Boyles (2012) plantea que la evaluación de los programas de emprendimiento de pregrado debe considerar los retos y las oportunidades de la economía de hoy, asegurándose que los estudiantes desarrollen los conocimientos, destrezas y habilidades (*Knowledge, Skills, and Abilities, KSA*) del "siglo XXI" que necesitan.

Pech y Cameron (2006) exponen que el procesamiento de la información de emprendimiento (I-Pe), está dado por una mente emprendedora atraída y estimulada

por elementos de emoción y diversión que persistentemente y continuamente busca información cargada de oportunidades para satisfacer motivadores internos como la necesidad de logro y el cumplimiento de impulsos competitivos. En esa misma línea, Heinonen y Poikkijoki (2006) sugieren que el enfoque emprendedor de la educación emprendedora, enfatizando el papel central del descubrimiento de la oportunidad, su evaluación, y explotación; representa un desafío de aprendizaje experiencial para docentes y estudiantes, ya que disminuye la previsibilidad y control de la situación docente; aumenta el interés por el aprendizaje y la enseñanza; alienta a los estudiantes a ampliar sus perspectivas y a desarrollar las habilidades empresariales y el comportamiento requerido para sus estudios en el ámbito universitario. Efectivamente, Collins, Smith y Hannon (2006) plantean que la educación emprendedora se puede impartir de manera innovadora y eficaz para reflejar la experiencia del 'mundo real' de empresarios existentes y nacientes, mediante un enfoque de aprendizaje sinérgico dentro de un contexto de educación empresarial, y métodos participativos en los que todos los participantes eran co-aprendices en un entorno de colaboración entre compañeros (empresarios incipientes -estudiantes de pregrado-, empresarios existentes y facilitadores de emprendimiento). Por lo que Tete, Limongi, De Almeida y Borges (2014) sintetizan que metodologías alternativas para la educación emprendedora parecen estimular a los estudiantes a convertirse en futuros empresarios y ayudarlos a desarrollar algunas habilidades empresariales.

Kassean, Vanevenhoven, Liguori y Winkel (2015) sugieren que las actividades que son comunes en la educación emprendedora pueden tener un impacto negativo en la autoeficacia emprendedora de los estudiantes (ESE), fuerza impulsora en las actividades de la clase que refuerza las intenciones de los estudiantes. Por lo que necesitan explorar más a fondo los objetivos y enfoques pedagógicos de la enseñanza emprendedora, los cuales deben basarse en procesos de aprendizaje centrados en la experiencia, la acción y los procesos reflexivos del mundo real para atraer a los estudiantes a un aprendizaje auténtico, lo que debería conducir a una mayor capacidad empresarial, propensión y eventualmente a un mayor rendimiento empresarial, que beneficie a los individuos y a las sociedades.

Fayolle, Gailly y Lassas-Clerc (2006), en base a la teoría del comportamiento planificado (TPB), herramienta relevante para modelar el desarrollo de la intención empresarial a través de procesos pedagógicos, recomiendan un marco común para evaluar el diseño de los programas de educación emprendedora (EEP), en relación su impacto y efectos a lo largo del tiempo sobre la intención empresarial y su control de comportamiento percibido de varias cohortes de estudiantes. Ahora bien, Greenberg, McKone-Sweet y Wilson (2011) consideran que el Pensamiento y la Acción

Emprendedora (*Entrepreneurial Thought and Action*, ETyA™), es una metodología para el desarrollo de líderes emprendedores, que se caracteriza por tres principios: la ambigüedad cognitiva que involucra tanto la lógica de predicción como la lógica de creación en su enfoque de toma de decisiones. Asimismo, recomiendan que la sostenibilidad permite tomar acciones basadas en la Responsabilidad Social, Ambiental, Económica y Sostenible (SEERS en inglés); y la auto identificación personal y social (SSI en inglés) permiten una comprensión de sí mismos y el contexto social para guiar la acción efectiva a través de una comprensión auténtica y perspicaz de su propio sentido, propósito e identidad, y cómo se ven afectados por el contexto que los rodea.

Abaho, Olomi y Urassa (2015) exponen que la autoeficacia empresarial (ESE en inglés) está influenciada por los métodos de enseñanza-aprendizaje, los docentes, y las instituciones. Además, sugieren que los métodos más factibles son: la interacción con personas exitosas, la lectura personal y las notas del folleto, las presentaciones en clase, los estudios de casos imaginarios, y la experiencia empresarial de las conferencias. Los autores enfatizan que los profesores necesitan experiencia emprendedora y su relevancia en la educación del emprendimiento, dada por la práctica y las redes de negocios; así como, las instituciones deben orientar a los profesores a través de diferentes estilos de enseñanza, capacitarlos sobre cómo relacionar los resultados del aprendizaje con los entornos de aprendizaje, e invertir en ayudas de aprendizaje. Por su parte, Heinonen (2007) indica que el enfoque emprendedor dirigido por emprendedores puede ser una experiencia constructiva, educativa y fructífera para estudiantes y maestros, fomentando el comportamiento empresarial en los estudiantes de máster del curso universitario de emprendimiento empresarial (CE). Además, Botha (2010) propone prácticas de enseñanza de aprendizaje basadas en proyectos, las cuales no solo contribuyen a fomentar el emprendimiento desde las aulas, sino a la satisfacción de los estudiantes y las opiniones del curso. Asimismo, Mueller (2011), en base al modelo de comportamiento planificado de Ajzen, recomienda elementos del curso de emprendimiento que inciden en la intención empresarial, tales como actividades de planificación empresarial, modelos de conducta, enseñanza orientada al alumno y procesos de retroalimentación.

Sarasvathy (2012) sostiene que la metodología *Effectuation* es una lógica de la acción emprendedora cuyo objetivo es co-crear en lugar de predecir el futuro; es decir, empezar con quién uno es, con lo que se sabe y con quién se sabe. De esta manera se invierte no más de lo que se puede dar el lujo de perder y se invita a los interesados a apoyar el proyecto de una manera que garantice que están realmente

comprometidos. Al respecto, la *European Network for Rural Development (2013)* propone que la metodología emprendedora puede ser aplicada para promover la iniciativa emprendedora en áreas rurales, a través de la organización de talleres con grupos de emprendedores y *stakeholders*, el desarrollo de proyectos junto con las partes interesadas locales, y el respeto de las características socioeconómicas de un área y tomar en cuenta su tiempo disponible.

Solomon (2007) determina que las tendencias en la metodología para la enseñanza del emprendimiento, incluyen el uso de la tecnología, oradores invitados y discusiones de clase; aunque aún se aplica el enfoque tradicional de las clases magistrales y se les requiere a los estudiantes crear un plan de negocios. Ahora bien, Jiwa, Lavelle y Rose (2005) proponen la simulación electrónica del entorno de comercio electrónico, *Netpreneur*, para crear una comprensión holística del proceso empresarial virtual. Efectivamente, Jones e Iredale (2009) indican que la plataforma de comunicación Web 2.0 es una herramienta que puede fomentar la educación empresarial, agregando valor a la provisión y entrega de la educación del emprendimiento; a través de servicios de libre flujo, intercambio y distribución de información; y del uso en entornos de aprendizaje de acción compartido mediante el intercambio de opiniones en línea; constituyéndose como una herramienta de comunicación y educación de marketing que puede agregar valor a los vínculos existentes entre la educación y las empresas. Por su parte, Van Burg, Romme, Gilsing y Reymen (2008) proponen que el emprendimiento académico por medio de *spin-offs* universitarios comercializa avances tecnológicos, que de otra manera podrían permanecer sin explotar. Para lo cual, se debe desarrollar una infraestructura para la creación de *spin-off* (incluyendo una red colaborativa de inversores, gerentes y asesores) que luego permite actividades de apoyo a empresas *spin-off* individuales.

Balan y Metcalfe (2012) identifican que la educación emprendedora está influenciada por el compromiso y la participación de los estudiantes, para lo cual se requieren métodos de enseñanza atractivos, tales como estudio de casos (*case study*), informes póster (*poster reports*), y el aprendizaje basado en equipos (*team-based learning method*). Además, Balan, Clark y Restall (2015) recomiendan aplicar en la educación emprendedora los métodos de enseñanza de Aprendizaje Invertido (*Flipped Learning*) y Aprendizaje Basado en Equipo (*Team-Based Learning*); los cuales requieren que los estudiantes pre-aprendan los materiales del curso antes de una sesión de enseñanza, ya que los ejercicios en el aula dependen de que los estudiantes usen conocimiento auto-adquirido. Además, Canaletta, Vernet, Vicent y Montero (2014) recomiendan entornos de aprendizaje basados en metodologías de Aprendizaje Activo (*Active Learning*), utilizando escenarios reales y métodos de aprendizaje colaborativo:

tales como juegos serios; aprendizaje basado en proyectos (PBL en inglés); *blended learning* a través del uso de herramientas de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC en inglés), sistemas de gestión del aprendizaje (LMS en inglés), redes sociales y blogs, indispensables para la aplicación eficiente de metodologías de aprendizaje innovadoras.

Gibb y Price (2014) indican que la enseñanza emprendedora tiene marcos fundamentales de la educación y la psicología a través de la pedagogía emprendedora de aprendizaje experiencial donde la adaptación y experimentación son la clave. Para ello recomiendan las siguientes metodologías: enseñanza a grupos pequeños, facilitación empresarial, rompe hielo, expositores, presentadores externos o evaluadores, drama, debate, dibujo, asientos calientes (*hot seats*), redes de contacto de alta velocidad (*speed-networking*), ascensor (*elevator pitch*), tablas giratorias (*revolving tables*), tormenta de ideas con notitas, paneles, incidentes críticos, organizaciones como redes, empatía en ejercicios de comunicación con empresarios, sombra (*shadowing*), juego de rol, marcos de referencia para la toma de decisiones intuitiva, pruebas psicométricas, pruebas de control, aprendizaje de relaciones (*relationship learning*), inmersión, motivación como logro, ejercicios de venta de personalidad - el globo debate (*the balloon debate*), determinación de oportunidades o ideas para el negocio, aprovechamiento del interés del estudiante, el plan de negocios como instrumento de gestión de relaciones, supervivencia en los primeros años de la aventura de negocio, segmentación del mercado de nuevos programas de aventura de negocio, desarrollo de estándares de operaciones como base para estimación de costos y control de operaciones, estudios de caso, ejercicios para encontrar ideas para los negocios, exploración de la cultura empresarial en un contexto de globalización, evaluación de programas, prueba, realización de una auditoría institucional, lanzamiento de ventas (*sales pitch*), encuestas, simulación de “maneras de emprender”, simulación del “mundo de la vida” emprendedor, y la evaluación del aprendizaje emprendedor.

La posición del BID (2016) promueve la creación y crecimiento de empresas dinámicas en los países de América Latina y el Caribe utilizando su plataforma *Innovation Lab* para la inclusión social y económica. De igual manera, la UNCTAD (2015), impulsa la metodología Empretec de competencias emprendedoras personales: búsqueda de oportunidades e iniciativa, persistencia, compromiso, demanda de eficiencia y calidad, toma de riesgos calculados, establecimiento de metas, búsqueda de información, planificación y monitoreo sistemático, persuasión y creación de redes, independencia y confianza. Asimismo, UNICEF (2015) aporta con caja de herramientas para el desarrollo de competencias emprendedoras.

4. SITUACIÓN ACTUAL DEL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR

El potencial territorial de Ecuador comprende cadenas productivas de acuerdo a las catorce industrias priorizadas como el turismo, alimentos frescos y procesados, energías renovables (bio energía y alternativas), productos farmacéuticos y químicos, biotecnología (bioquímica y biomedicina), servicios ambientales, metalmecánica, tecnología (hardware y software), plásticos y caucho sintético, confecciones y calzado, vehículos automotores carrocerías y partes, transporte y logística, construcción, cadena agroforestal sustentable y sus productos elaborados; y cinco industrias estratégicas como refinería, astillero, petroquímica, metalurgia, y siderúrgica (SENPLADES, 2012).

El capital humano y social del emprendedor (Ashourizadeh, *et al.*, 2014), le permite combinar los factores de producción (Hoeyi y Dzansi, 2014; Kaul, 2013) que encuentre disponibles nacional o internacionalmente (Ahuja y Katila, 2004), estando sujeto a conductores macroeconómicos como el acceso a la infraestructura, los aspectos legales, los programas de gobierno, y el dinamismo y apertura del mercado (Holiienka, *et al.*, 2015). Existen países pobres que aportan con los recursos naturales y de mano de obra, mientras que los países ricos aportan con la tecnología y el capital (Brijesh, 2016; Matsuyama, 1996). A pesar de ello, la innovación no está limitada a países ricos ni pobres (Leavy, 2011; Owen, 1976), más bien aporta nuevas soluciones a problemas comunes indiferentemente de la economía de un país. La incubación de empresas se da a través del soporte a una idea de parte de instituciones formales (Ostapenko, 2015) e informales (Aparicio, *et al.*, 2016), el desarrollo de capacidades (Esmaeili, *et al.*, 2015), la provisión de recursos y contactos (Johannisson, 2008; Chell y Baines, 2000), dando como resultado emprendimientos. La situación de Ecuador del año 2012 al 2015 se muestra en la Tabla 20, de acuerdo al Monitor Mundial de Emprendimiento (*Global Entrepreneurship Monitor - GEM*).

Tabla 20

GEM Ecuador 2012-2015

GEM	2012	2013	2014	2015
Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA)	26,6%	36%	32,6%	33,6%
Porcentaje de personas con negocio establecido (más de 42 meses)	18,9%	18%	17,7%	17,4%

Sector de los nuevos negocios	Servicio al consumidor (68,8%)	Servicio al consumidor (68,4%)	Servicio al consumidor (61%)	Servicio al consumidor (76%)
Enfoque de mercado	Mercado doméstico	Mercado doméstico	Mercado doméstico	Mercado doméstico
Tasa de emprendimiento por oportunidad	17%	22,7%	22,8%	23,1%
Tasa de emprendimiento por necesidad	9,5%	12,1%	9,6%	10,3%
Motivación para emprender	Incrementar sus ingresos (25,3%)	Incrementar sus ingresos (25,2%)	Incremento de ingresos o para independizarse (Índice Motivacional ¹⁵⁰ para Ecuador fue 1,2)	Incrementar sus ingresos (26,6%) Independizarse (28,8%)
Nivel de educación formal de los emprendedores	Educación Primaria (42,4%) Educación secundaria completa (43%) Profesionales (6%)	Educación Primaria (37,3%) Educación secundaria completa (27,6%) Profesionales (13,6%)	Educación Primaria (39,4%) Educación secundaria completa (25,2%) Profesionales (13,9%)	Educación Primaria (38,6%) Educación secundaria completa (30,4%) Profesionales (13,8%)
Edad de los emprendedores	Menos de 44 años (73%)	Menos de 45 años (74,8%)	Menos de 44 años (73%)	Menos de 45 años (73,6%)
Sexo de los emprendedores	Mujeres (54%)	Hombres (53%)	Mujeres (51,9%)	Mujeres (51,1%)
Auto-denominación de los emprendedores	Auto-empleado (59,7%)	Auto-empleado (55,7%)	Auto-empleado (54,5%)	Auto-empleado (45,1%)
Ingresos familiares anuales	Ingresos familiares mensuales superiores a los 800 USD igual al 13,3% (Más de 7200 USD al año igual al 24,9%)	Ingresos familiares mensuales superiores a los 800 USD igual al 36,05% (Más de 7200 USD al año igual al 27,3%)	Ingresos familiares mensuales superiores a los 800 USD igual al 21,3%	Ingresos familiares mensuales superiores a los 850 USD igual al 17,6%
Limitaciones personales para emprender	Temor al fracaso (27,4%)	Temor al fracaso (33%)	Temor al fracaso (32,1%)	Temor al fracaso (34,5%)
Actitud para empezar un negocio	Quienes no emprendieron (65,5%)	Quienes no emprendieron (49,6%)	Quienes no emprendieron (62%)	Quienes no emprendieron (48,3%)

¹⁵⁰ El Índice Motivacional es la razón entre emprendedores, motivados por la oportunidad de mejora (por incremento de ingresos o para independizarse) y motivados por la necesidad (ESPAE, 2016).

Cobertura de medios	Suficiente cobertura de medios (78,8%)	Se destaca el rol de los medios en promocionarlo (67%).	El rol de los medios contribuye con la cultura que favorece el emprendimiento en el país (82,9%)	Los medios prestan suficiente cobertura a los emprendedores (77,3%)
Factores habilitantes para el emprendimiento	Clima económico	Educación y entrenamiento, clima económico, programas de gobierno y apertura del mercado interno	Educación y entrenamiento, capacidad para emprender, políticas de gobierno, y contexto político, institucional y social	Programas de gobierno, normas sociales y culturales, educación y entrenamiento, capacidad para emprender
Factores que obstaculizan el emprendimiento	Apoyo financiero	Políticas de gobierno, y apoyo financiero	Políticas de gobierno favorecedoras, apoyo financiero, y el contexto político, institucional y social, y en menor grado la capacidad para emprender, educación, y acceso o disponibilidad de información	Políticas de gobierno, apoyo financiero, contexto político e institucional, y legislación laboral.
Iniciativas gubernamentales de apoyo al emprendedor	Misterio de Coordinación de la Producción, Empleo y Productividad (MCPEC): CreEcuador y EmprendEcuador. Ministerio Coordinador de Patrimonio y el Ministerio de Cultura: II Ronda Concursable Emprende Patrimonio que provengan de cantones de la Red de Ciudades Patrimoniales del Ecuador. Secretaría Nacional del Migrante (SENAMI): Fondo Concursable “El Cucayo” Ministerio de Industrias y	Cambio de la matriz productiva ZEDE (zonas especiales de desarrollo económico) Banco Nacional de Fomento y la Corporación Financiera Nacional: créditos a micro empresarios	La iniciativa del Gobierno nacional en términos de los infocentros – centros comunitarios gratuitos de acceso a internet	No especifica

	<p>Productividad (MIPRO): cuenta con 62 Centros de Desarrollo Empresarial Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) y el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS): trabajaron con grupos de mujeres que reciben el Bono de Desarrollo Humano (BDH) en proyectos productivos</p>			
<p>Iniciativas no gubernamentales de apoyo al emprendedor</p>	<p>Cervecería Nacional: “Siembra Futuro” Fundación Crisfé, Banco Pichincha y Credifé: Emprendefé First Tuesday Ecuador Startups Ventures IDEA Network Ecuador: GYE TECH, HackArt 2012, Puerto Pymes y Machángarasoft</p>	<p>Banco Guayaquil: Crédito para emprendedores pequeños y medianos</p>	<p>No especifica</p>	<p>No especifica</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de ESPAЕ (2016)

En la Tabla 20 se mostraron datos tomados del *GEM* correspondientes al periodo 2012 – 2015, donde el índice de la actividad emprendedora tuvo incrementos año a año, dando como promedio 32.2%; mientras que el porcentaje de personas que poseía un negocio ya establecido decreció ligeramente, promediando 18%. De acuerdo a estos datos, es observable que Ecuador a pesar de emprender aún no logra tener emprendimientos sostenibles. Adicionalmente, el sector al que se dirigen los emprendimientos es servicio al consumidor enfocados al mercado doméstico, caracterizado por el comercio y la compra - venta de productos sin mayor grado de innovación o diferenciación. A pesar de que la tasa de emprendimiento por oportunidad promedio es de 21.4% y la tasa de emprendimiento por necesidad

promedia 10.38%, la motivación por emprender sigue liderada por la necesidad, además de incrementar los ingresos e independizarse. La gran mayoría de los emprendedores ecuatorianos cuenta con educación primaria completa, promediando 39.43% como nivel de educación formal; seguido por secundaria completa, promediando 31.55%; y profesionales, promediando 11.83%. Al comparar la calidad de los emprendimientos y el mercado al que se enfocan con el nivel de educación formal de los emprendedores ecuatorianos, se tiene como resultado una relación directamente proporcional; ya que a pesar de que la educación formal no representa un requisito para emprender, su contribución a los emprendimientos de calidad y su sostenibilidad es evidente.

Por otra parte, la información presentada muestra que la edad de los emprendedores y su sexo son equivalentes al censo poblacional de Ecuador, ya que los emprendedores ecuatorianos son jóvenes adultos compuestos de hombres y mujeres en igual proporción, así como la población ecuatoriana es joven y homogénea (INEC, 2016). El autoempleo representa el 53,75% de los emprendedores ecuatorianos, y el ingreso familiar que supera los 800 USD mensuales bordea el 22,06%; estas cifras son coherentes a la situación de subempleo y desempleo de Ecuador (INEC, 2016), así como a la calidad de los emprendimientos que representan y su sostenibilidad. Otro aspecto, son las limitaciones personales para emprender, donde el miedo al fracaso promedia 31,08%, habiendo aumentado paulatinamente en los últimos años, lo cual puede referirse a la crisis política y económica que ha vivido Ecuador en el mismo periodo (Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento y el Banco Mundial, 2016). A pesar de ello, la actitud para empezar un negocio de aquellos ecuatorianos que aún no emprenden promedia 56,35%, por lo que se infiere que el emprendimiento no solo está siendo culturizado en Ecuador, sino que representa una aspiración para la solución de la pobreza. En este proceso de culturización del emprendimiento, la cobertura de medios ha sido crucial, bordeando el 76,5% promedio de aceptación, siendo catalogada como suficiente y positiva para la promoción y fomento del emprendimiento.

Por otra parte, los expertos consultados por el *GEM* a lo largo del periodo, coinciden en que los factores críticos que obstaculizan el emprendimiento son las políticas de gobierno y el apoyo financiero. Mientras que un factor habilitante para el emprendimiento, no solo representativo sino creciente, es la educación y entrenamiento en capacidades emprendedoras. Es importante mencionar que los logros de aprendizaje de Emprendimiento han sido incorporados en el nivel de Bachillerato de educación formal (Ministerio de Educación, 2015a). Adicionalmente, son destacables las iniciativas de apoyo al emprendedor tanto gubernamentales como

no gubernamentales; por lo que se puede interpretar que el Ecosistema de Emprendimiento en Ecuador está en desarrollo, ya que está conformado por diferentes actores de todos los sectores del país, representados por la participación activa de universidades, empresas, fundaciones, organizaciones, alcaldías, prefecturas, y la participación directa del Gobierno Nacional.

Para complementar la información aportada por el *GEM* y describir la situación del emprendimiento en Ecuador, se revisará el Índice Global de Emprendimiento y Desarrollo (*Global Entrepreneurship y Development Index - GEDI*). Este índice se basa en el análisis de la naturaleza contextual de la formación de empresas, expansión y crecimiento, dando como resultado información de las "3A's" del desarrollo: las actitudes empresariales, aspiraciones, y la actividad (GEDI, 2016). A partir del año 2015, su denominación se resumió en Índice Global del Emprendimiento (*Global Entrepreneurship Index - GEI*); el cual mide la salud de los ecosistemas de emprendimiento (la mezcla de actitudes, los recursos y la infraestructura) y su rendimiento en el contexto nacional e internacional, dando como resultado 14 pilares¹⁵¹ que permiten conocer la salud del ecosistema regional (GEDI, 2016). Como parámetros de comparación, se presenta el puntaje y ranking (entre paréntesis) del GEI de Ecuador, Estados Unidos, Colombia y Perú (Tabla 21). Estos países se seleccionaron, ya que Estados Unidos figura como líder de emprendimiento global; mientras que Colombia y Perú son los dos países fronterizos de Ecuador y sus competidores directos.

Tabla 21

Comparativo GEI Ecuador por países 2012-2015

GEI RANKING	2012	2013	2014	2015
Estados Unidos	67 (1)	67 (1)	82,5 (1)	85 (1)
Colombia	31 (48)	31 (47)	49,8 (25)	47,9 (36)
Perú	29 (52)	29 (52)	41,3 (48)	30,9 (74)
Ecuador	18 (85)	18 (85)	29,3 (85)	28,2 (90)

Fuente: Elaboración propia a partir de *GEDI* (2016)

Como se puede apreciar en la Tabla 21, la posición de Ecuador en el ranking está muy por debajo de los países con los cuales fue comparado; por lo que el nivel de emprendimiento y desarrollo del Ecuador se considera bajo. A continuación, se presentan dos gráficas de radar o diagramas de araña, donde se ilustran los 14 pilares

¹⁵¹ El *GEI* cuenta con tres subíndices, cada uno de ellos con sus respectivos pilares: Actitudes Emprendedoras (percepción de oportunidades, habilidades para iniciar empresas, aceptación del riesgo, redes de contacto, apoyo a la cultura emprendedora); habilidad emprendedora (emprendimiento por oportunidad, absorción tecnológica, capital humano, competencia); y aspiraciones emprendedoras (innovación de productos, innovación de procesos, alto crecimiento, internacionalización, y capital de riesgo) (GEDI, 2016).

del *GEI*. La Figura 5 muestra la posición de Ecuador en relación a Estados Unidos, Colombia y Perú; mientras que la Figura 6 muestra la posición de Ecuador en relación a los índices globales y regionales.

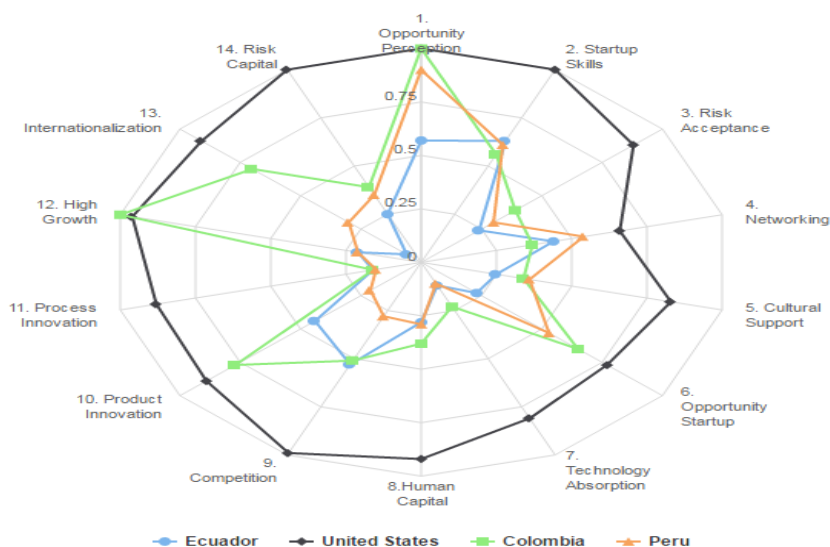


Figura 5. Comparativo GEI Ecuador por países e indicadores 2016. Elaboración propia a través de la herramienta *Interactive Data Explorer GEDI* (2016)

En la Figura 5 se observa una enorme diferencia en los 14 pilares entre Ecuador y los países comparados. Además, a pesar de que las diferencias se reducen en la comparación entre Ecuador y sus países fronterizos, aún las diferencias existentes son muy representativas. Los picos más desarrollados de Ecuador son habilidades para iniciar empresas (2), competencia (9), innovación de productos (10), y redes de contacto (4); mientras que los menos desarrollados son internacionalización (13), y absorción tecnológica (7). Perú muestra picos más desarrollados en percepción de oportunidades (1), redes de contacto (4), y emprendimiento por oportunidad (6); mientras que los menos desarrollados son absorción tecnológica (7), e innovación de procesos (11). Colombia se destaca en percepción de oportunidades (1), alto crecimiento (12), e innovación de productos (10); y sus picos menos desarrollados son innovación de procesos (11), y absorción tecnológica (7). Estados Unidos, en general, muestra un desarrollo homogéneo en todos los pilares, aunque es ligeramente menos desarrollado en sus redes de contacto (4). Una característica común entre Ecuador, Perú y Colombia es la dificultad en la absorción tecnológica (7). Ahora bien, la posición emprendedora de Ecuador en relación a la región y el mundo (Figura 6), ligeramente supera ambos promedios en percepción de oportunidades (1), y habilidades para iniciar empresas (2); mientras que es inferior en ambos promedios tanto en internacionalización (13), como en absorción tecnológica (7).

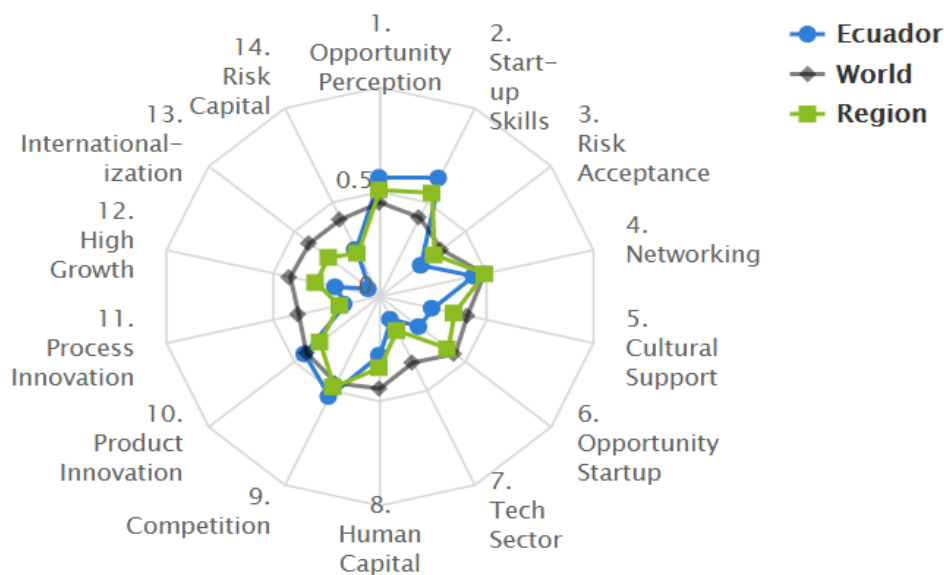


Figura 6. Comparativo GEI Ecuador por índices globales y regionales 2016. GEDI (2016)

Para complementar el diagnóstico de la situación del emprendimiento en Ecuador, en la Tabla 22 se muestra el Índice de las Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico del país en relación a Estados Unidos, Colombia, Perú, (ICSEd-Prodem)¹⁵², (Kantis *et al.*, 2015)

Tabla 22

Comparativo ICSEd-Prodem Ecuador por países 2014-2015

ICSED-PRODEM RANKING	2014	2015
Estados Unidos	66,89 (1)	65,93 (2)* ¹⁵³
Colombia	32,36 (38)	32,46 (40)
Perú	29,12 (43)	27,37 (46)
Ecuador	27,57 (45)	27,33 (47)

Fuente: Elaboración propia a partir de Kantis *et al.* (2015)

¹⁵² El ICSEd-Prodem es un ranking internacional conformado por 54 países en 2014 y 56 países en 2015, de los cuales 15 son de América Latina; está compuesto de 10 dimensiones (Capital Humano Emprendedor, Cultura, Condiciones Sociales, Sistema Educativo, Condiciones de la Demanda, Estructura Empresarial, Plataforma de ciencia y tecnología para la innovación, Financiamiento, Capital Social, Políticas y Regulaciones) construidas en base a la normalización de 41 variables obtenidas de diversas fuentes de datos reconocidas internacionalmente. Estas dimensiones se organizan entorno a tres grandes ejes: el capital humano emprendedor y los factores que influyen sobre su existencia; los factores que inciden sobre el espacio de oportunidades para los emprendimientos; y los factores que pueden estimular o inhibir el desarrollo de emprendimientos dinámicos (Kantis *et al.*, 2014). El ICSEd-Prodem ayuda trazar una hoja de ruta para fomentar el emprendimiento, considerando tres aspectos distintivos: el foco en emprendimiento dinámico; el enfoque sistémico; y un marco conceptual que da cuenta de la especificidades de los países latinoamericanos y en desarrollo (Kantis, *et al.* 2015).

¹⁵³ En el año 2015, de acuerdo al ICSEd-Prodem, Singapur superó a Estados Unidos alcanzando un puntaje de 66.05, lo cual lo ubicó en el primer lugar de este ranking (Kantis *et al.*, 2016).

En la Tabla 22, se puede apreciar que Ecuador mantiene una posición inferior ante sus competidores regionales Colombia y Perú. Además, Estados Unidos mantiene el liderazgo en las condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico de su ecosistema de emprendimiento, en relación a los países comparados. La Figura 7 de araña o radar muestra las dimensiones de Ecuador referentes a las condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico de su ecosistema de emprendimiento de acuerdo al ICSEd-Prodem Ranking 2015:

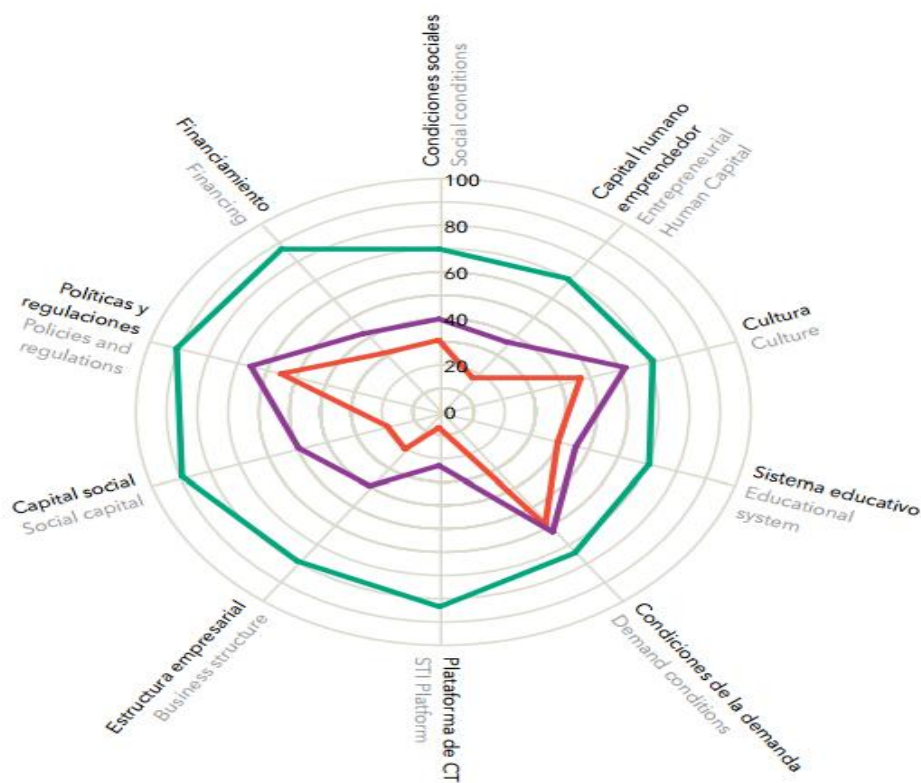


Figura 7. Ecosistema de emprendimiento ICSEd-Prodem Ecuador 2015. Kantis et al. (2015)

De acuerdo a la Figura 7, las tres mejores dimensiones de Ecuador son condiciones de la demanda, políticas y regulaciones y cultura; mientras que las tres peores son plataforma de ciencia y tecnología para la innovación, capital social, y capital humano emprendedor. Tanto el *GEI* como el ICSEd-Prodem, coinciden en que el Ecuador presenta dificultades en los ámbitos de innovación y tecnología. Es por ello, necesario establecer la situación de Ecuador en relación a la innovación, competitividad dada por el ambiente para hacer negocios, el atractivo para invertir, y la potencialidad de negociar globalmente de acuerdo a diferentes índices y reportes mundiales relacionados con el emprendimiento (Tabla 23).

Tabla 23*Posición de Ecuador en índices y reportes mundiales 2012-2015*

RANKING	2012	2013	2014	2015
<i>Global Innovation Index</i>	85/141	83/142	115/143	119/141
<i>Ease of Doing Business Rank</i>	130/183	139/185	135/189	115/189
<i>Venture Capital and Private Equity Country Attractiveness Index</i>	88/116	83/118	Información no disponible	74/120
<i>Global Enabling Trade Index</i>	83/132	Información no disponible	65/138	Información no disponible

Fuente: Elaboración propia a partir de Cornell University, INSEAD y WIPO; WB/IFC; IESE/EMLYON; y WEF (2016)

En la Tabla 23 se puede apreciar que Ecuador no ha desarrollado su potencial de innovación, ya que a pesar de haber avanzado en el índice de innovación, su posición sigue siendo baja. Además, se aprecia que las facilidades para hacer negocios en el país son limitadas, así como su capacidad de atraer capitales de riesgo y privados, o negociar internacionalmente. Esta información se sustenta en los estudios del Banco Mundial (2014) que analizan la intensidad del emprendimiento frente a la debilidad del crecimiento, dado por la existencia de muchos emprendedores y poca innovación, lo que ocasiona que pocas empresas entren en los mercados de exportación (Lederman, *et al.*, 2014).

Respecto a la innovación, el estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (2014) señala que a pesar del aumento de la inversión en innovación de parte del sector público, así como de la masa crítica de emprendedores que están innovando, las empresas no tienen un comportamiento muy innovador dada su baja tasa de licencias, patentes, procesos y productos que involucren I+D+i (Guaipatin y Schwartz, 2014). El Banco de Desarrollo de América Latina a través de su estudio realizado (2013) plantea que los emprendedores de alto potencial y con capacidad de pensamiento innovador no consiguen mano de obra de calidad; ya que esta mano de obra decide emprender sin tener todas las capacidades necesarias, estando motivados por luchar con el desempleo o los bajos salarios disponibles en el mercado, lo cual afecta el grado de innovación empresarial (Sanguinetti, 2013).

4.1 Marco Legal del Emprendimiento en Ecuador

Ecuador no cuenta con una Ley de Emprendimiento pero esta actividad está enmarcada en la Constitución Política de la República del Ecuador, el Plan Nacional del Buen Vivir, el Código de la Producción, Comercio e Inversiones, el Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el Reglamento a la Estructura de Desarrollo Productivo de Inversión, y la Ley de Economía Popular y Solidaria, y el Código Ingenios, busca normar el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales. Adicionalmente, Ecuador cuenta con un conjunto de leyes tales como la Ley de Compañías, la Ley de Propiedad Intelectual, la Ley de Regulación de Mercado, la Ley para las Alianzas Público-Privadas, entre otras (Figura 8).



Figura 8. Marco legal del emprendimiento en Ecuador. Elaboración propia a partir de información tomada del Registro Oficial correspondiente, según lo citado en el capítulo 4.

Actualmente está en estudio la “Ley de Emprendimiento”¹⁵⁴ y a futuro se prevé contar con una Ley de Quiebras que proteja al emprendedor y a los acreedores en casos de quiebra de buena fe (Cely, 2015). A continuación se explorará la base legal del Ecosistema de Emprendimiento en Ecuador.

¹⁵⁴ El 14 de Octubre de 2013, la Asambleísta Mae Montaña Valencia, elegida por el movimiento político UNO y actualmente del movimiento de oposición CREO, hizo llegar el “Proyecto de Ley Orgánica de Fomento al Emprendimiento”. Esta propuesta cuenta con siete artículos, donde se destaca el planteamiento de permisos de operación provisionales, seis disposiciones transformatorias a diferentes leyes vigentes, y dos disposiciones derogatorias (Montaña Valencia, 2013). Este proyecto no ha sido aprobado.

4.1.1 Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador fue publicada en el Registro Oficial N° 449, el 20 de octubre de 2008 (Asamblea Constituyente, 2008). Entre los principios fundamentales de la Constitución, el título primero trata de los elementos constitutivos del Estado; en cuyo capítulo primero, artículo cinco, resalta la planificación del desarrollo nacional para la erradicación de la pobreza, la promoción del desarrollo sustentable, y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza para acceder al buen vivir. En esta línea, el emprendimiento aporta directamente al desarrollo sustentable de los países, según Stough, Karlsson y Johansson (2014), Raposo, Smallbone, Balaton y Hortoványi (2011), Szirmai, Naudé y Goedhuys (2011) y Kyrö (2001), por lo que se propone que el emprendimiento es pertinente con la promoción del desarrollo sustentable que la Constitución de Ecuador establece como uno de sus principios fundamentales.

En los objetivos (artículo 276) y en los deberes (artículo 277) de la Constitución de Ecuador se evidencia el interés del Estado en fomentar el emprendimiento. Entre los objetivos del régimen de desarrollo (artículo 276), el Estado establece su voluntad de mejorar la calidad y esperanza de vida, así como aumentar las capacidades y potencialidades de sus habitantes (numeral 1); además del establecimiento de un sistema económico productivo y sostenible (numeral 2). Asimismo, el Estado, para la consecución del buen vivir, plantea como uno de sus deberes generales (artículo 277), el fomento de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada (numeral 6).

En los artículos 283 y 284 se describen los objetivos del sistema económico y de la política económica de Ecuador, los mismos que fomentan la producción nacional, el conocimiento y la creación de empleo. Además, se establece que el ser humano es el sujeto y fin del sistema económico, el cual se basa en un equilibrio entre la sociedad, el Estado, el mercado y la naturaleza, que conlleven al logro del buen vivir (artículo 283). Por lo que la política económica, fomenta el conocimiento científico y tecnológico para que permita una mejora en la producción nacional, la productividad, la competitividad sistémica, y la inserción en la economía mundial (numeral 2); promueve el valor agregado, respetando la naturaleza, la vida, y las culturas (numeral 4); desarrolla el pleno empleo y todas las formas de trabajo (numeral 6); defiende el máximo nivel de producción y el empleo sostenible para mantener la estabilidad económica (numeral 7); y respalda los mercados transparentes y eficientes para el intercambio justo de bienes y servicios (numeral 8) (artículo 284).

En los artículos 302, 304 y 306 se trata la política monetaria y comercial de Ecuador, las cuales tienen como objetivo impulsar el emprendimiento. En este sentido,

la política monetaria de Ecuador destina el uso de los excedentes de liquidez para fomentar la inversión requerida para el desarrollo del país (numeral 3); así como la promoción del financiamiento de actividades productivas (numeral 4) (artículo 302). Asimismo, la política comercial tiene como objetivo apoyar el Plan Nacional de Desarrollo a través de crear, fortalecer y dinamizar los mercados internos (numeral 1); incorporar estratégicamente al país en la economía mundial (numeral 2); fortalecer el aparato productivo, así como la producción nacional (numeral 3); reducir las desigualdades, y garantizar la soberanía alimentaria y energética (numeral 4); impulsar las economías a escala y el comercio justo (numeral 5); y promover el buen funcionamiento del mercado mediante la eliminación de prácticas monopólicas y oligopólicas (numeral 6) (artículo 304). De igual manera, el apoyo a los pequeños y medianos productores y artesanos, especialmente a aquellos que generen mayor empleo y valor agregado, a través de una coordinada gestión de importaciones productivas que a su vez fomenten las exportaciones nacionales y el cuidado del medio ambiente (artículo 306).

En los artículos 322 y 388 se promueve la propiedad intelectual y la investigación científica. De esta manera, el Estado respeta la propiedad intelectual pero prohíbe la apropiación de conocimientos colectivos, es decir, aquellos que involucren la ciencia, tecnología, saberes ancestrales, recursos genéticos de diversidad biológica y agrobiodiversidad (artículo 322). Además, el Estado promueve el financiamiento de la investigación y formación científica, el desarrollo tecnológico e innovación, la recuperación y desarrollo de saberes ancestrales, la difusión del conocimiento, y proyectos con fondos concursables (artículo 388).

La Constitución de la República del Ecuador en sus principios fundamentales, objetivos del régimen de desarrollo, deberes generales, objetivos del sistema económico y de la política económica, y en su política monetaria y comercial, la propiedad intelectual y la investigación científica, pone de manifiesto las acciones emprendedoras necesarias para aportar al buen vivir de la población y resurgimiento de la nación. Por ello, se sugiere que el emprendimiento es un elemento intrínseco para el desarrollo del país, el mismo que es pertinente con la Constitución de la República del Ecuador.

4.1.2 Plan Nacional del Buen Vivir

El *Sumak Kawsay*, expresión ancestral andina *Kichwa* que significa Buen Vivir, abarca dos grandes dimensiones: material (las condiciones para una vida digna) y personal (el sentimiento y el pensamiento) (Secretaría del Buen Vivir, 2016). Es un concepto en construcción que rescata el anhelo de la humanidad desde sus inicios para encontrar

un sentido a la vida, un camino para alcanzar la felicidad personal y colectiva (SENPLADES, 2010a); incluye pautas distributivas y redistributivas de generación de riqueza en equidad con respeto a la diversidad, más allá del concepto de desarrollo a través de una idea social movilizadora (SENPLADES, 2013). El emprendimiento se relaciona directamente con cuatro de los doce objetivos planteados inicialmente en el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) 2009-2013, siendo éstos: “mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía” (objetivo 2); “mejorar la calidad de vida de la población” (objetivo 3); “garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas” (objetivo 6); “establecer un sistema económico social, solidario y sostenible” (objetivo 11) (SENPLADES, 2009). Mientras que respecto al Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) 2013-2017, el emprendimiento se relaciona con seis de sus doce objetivos, siendo éstos: “mejorar la calidad de vida de la población” (objetivo 3); “fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía” (objetivo 4); “consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible” (objetivo 8); “garantizar el trabajo digno en todas sus formas” (objetivo 9); “impulsar la transformación de la matriz productiva” (objetivo 10); “asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica” (objetivo 11) (SENPLADES, 2013). La Tabla 24 muestra un comparativo del PNBV.

Tabla 24

Objetivos del PNBV 2009-2013 y 2013-2017

Objetivo	PNBV 2009-2013	PNBV 2013-2017
1	Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad	Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular
2	Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía	Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad
3	Mejorar la calidad de vida de la población	Mejorar la calidad de vida de la población
4	Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable	Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía
5	Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración Latinoamericana	Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad
6	Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas	Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos
7	Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común	Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global

8	Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad	Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible
9	Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia	Garantizar el trabajo digno en todas sus formas
10	Garantizar el acceso a la participación pública y política	Impulsar la transformación de la matriz productiva
11	Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible	Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica
12	Construir un Estado democrático para el Buen Vivir	Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana

Fuente: Elaboración propia a partir de SENPLADES (2009, 2013)

En la Tabla 24 se presentaron los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) 2009-2013 y 2013-2017; los cuales se mantienen en número, pero presentan ciertas diferencias en su contenido. Para constatar dichos cambios, se revisará la correspondencia de ambos (Tabla 25):

Tabla 25

Comparativo Objetivos del PNBV 2009-2013 y 2013-2017

Objetivo	PNBV 2009-2013	Objetivo	PNBV 2013-2017
1	Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad	2	Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad
2	Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía	4	Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía
3	Mejorar la calidad de vida de la población	3	Mejorar la calidad de vida de la población
4	Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable	7	Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global
5	Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración Latinoamericana	12	Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana
6	Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas	9	Garantizar el trabajo digno en todas sus formas
7	Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común	5	Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad

8	Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad		nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad
9	Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia	6	Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos
10	Garantizar el acceso a la participación pública y política		
11	Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible	8	Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible
12	Construir un Estado democrático para el Buen Vivir	1	Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular
		10	Impulsar la transformación de la matriz productiva
		11	Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica

Fuente: Elaboración propia a partir de SENPLADES (2009, 2013)

En la Tabla 25 se puede apreciar que los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) 2013-2017 no consideran el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) 2009-2013 “Garantizar el acceso a la participación pública y política”, lo que además ha sido duramente criticado al gobierno actual por los continuos problemas de participación en la construcción de leyes emblemáticas, así como la persecución a los medios de comunicación y violación a la libertad de expresión y prensa en general, como afirman Botero (2011a,b, 2013a,b) y Lanza (2015a,b). Por otra parte, se han incorporado los objetivos: 10 “Impulsar la transformación de la matriz productiva” y 11 “Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica” que constituyen la apuesta del gobierno nacional al emprendimiento, y sobretodo forman parte del giro político nacional hacia una transformación total de la matriz productiva y economía nacional (Consejo Sectorial de la Producción, 2010).

4.1.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Este Código fue aprobado por la Asamblea Nacional el 29 de diciembre de 2010 y publicado en el Registro Oficial 351 (Asamblea Nacional, 2010a). A través del mismo, el Estado provee de incentivos y elementos como educación, salud, infraestructura, conectividad y servicios básicos, que potencien el desarrollo de las actividades

productivas privadas y de la economía popular y solidaria. Primeramente, se establece como ámbito todo aquel que desarrolle una actividad productiva, quedando éstos sujetos a esta normativa, sea persona natural, persona jurídica, o alguna forma asociativa (artículo 1). Posteriormente, se destacan los fines de esta legislación, enfatizando que para dar valor agregado a la matriz productiva se requiere conocimiento e innovación (literal a); priorizando que las MIPYMES accedan a los factores productivos (literal b); estableciendo como factores claves la responsabilidad social y ambiental (literal c); planteando la necesidad histórica de una sociedad de emprendedores que potencien la matriz productiva a través de la innovación y el emprendimiento (literal e); determinando que el desarrollo de competencias laborales y ciudadanas a través de la capacitación técnica y profesional es fundamental (literal i); estipulando un enfoque de competitividad sistémica para el desarrollo productivo del país (literal k); acordando la necesidad de promover las actividades y oferta productiva de la economía popular, solidaria y comunitaria (literal q) (artículo 4).

En el libro primero se establece la responsabilidad del Estado como gestor del desarrollo productivo y de la transformación de la matriz productiva mediante la determinación de políticas y la creación de incentivos. Esto será posible, fomentando la competitividad sistémica a través del sistema de educación, salud, infraestructura, y servicios públicos que permitan alcanzar una productividad adecuada (literal a); estableciendo un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad articulado por el sector público, privado, popular y solidario, alimentado por un talento humano altamente capacitado a través de becas de tercer y cuarto nivel (literal d); ejecutando una política comercial que priorice a las MIPYMES (literal e); mejorando la productividad hasta alcanzar economías a escala y niveles de calidad que permitan la internacionalización de la oferta productiva (literal g) (artículo 5). El mismo libro primero, en su capítulo segundo, de la institucionalidad del desarrollo productivo, promueve la creación de un sistema integral de innovación, capacitación técnica y emprendimiento, a través de una ventanilla única que brinde información de capacitación para la generación de competencias emprendedoras, financiamiento, asistencia técnica, y articulación con los gobiernos autónomos descentralizados, organizaciones sin fines de lucro, empresas, universidades, incubadoras, y otros (artículo 11) Además, el Estado establece que podrá conformar capitales de riesgo de carácter temporal, previamente pactando el tiempo y la forma de dichos aportes (artículo 12).

En el libro segundo se establecen los instrumentos para el desarrollo de la inversión productiva; creando las Zonas Especiales de Desarrollo Económico (ZEDE), las cuales se clasifican en emprendimientos tecnológicos (literal a) y emprendimientos

industriales (literal b) (artículo 36). En el libro tercero se institucionaliza el desarrollo empresarial de las MIPYMES. En el título primero se abordan temas como su fomento (capítulo primero), órganos de regulación (capítulo segundo), mecanismos de desarrollo productivo (capítulo tercero), y el registro único y simplificación de trámites (capítulo cuarto). En el título segundo se explican las formas de acceso a los factores productivos como tierra, financiamiento, y capital. En el título tercero se establece el desarrollo territorial equitativo. El libro cuarto trata del comercio exterior, sus órganos de control e instrumentos. El libro quinto trata de la competitividad sistémica y de la facilitación aduanera. El libro sexto trata de la sostenibilidad de la producción y su relación con el ecosistema. Finalmente, se establecen las disposiciones generales, reformativas, transitorias y derogatorias de esta ley. A pesar de que este Código es lo más cercano que tiene Ecuador a una “Ley de Emprendimiento”, desde el libro cuarto, se deja a un lado el emprendimiento para centrarse en el comercio exterior, la legislación aduanera y la producción en general. Este instrumento legal permite no solo el reconocimiento de las micro, pequeñas, y medianas empresas como un actor estratégico de la economía ecuatoriana, sino que regulariza sus actividades, promoviendo la formalización del emprendimiento en Ecuador.

4.1.4 Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio, e Inversiones

Este reglamento institucionaliza el desarrollo productivo de Ecuador y democratiza la política de producción nacional mediante el Consejo Consultivo de Desarrollo Productivo y Comercio Exterior. El título primero del acápite segundo trata del desarrollo empresarial de las MIPYMES y establece su clasificación (Figura 9).

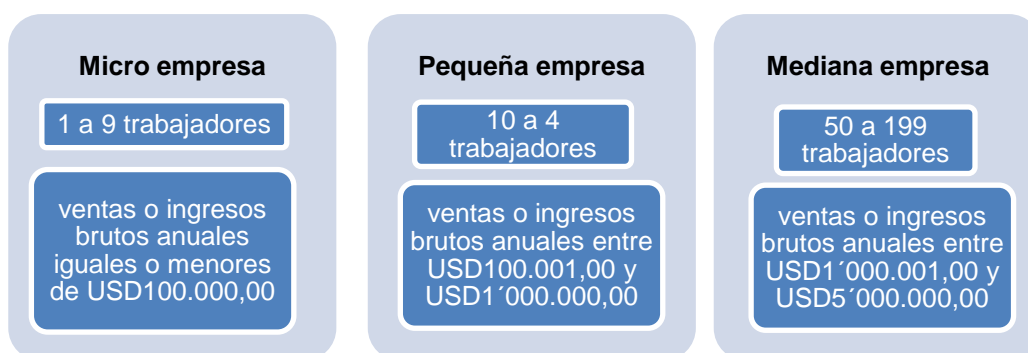


Figura 9. Clasificación de las MIPYMES. Elaboración propia a partir de Función Ejecutiva (2011a, Art. 106)

En su capítulo cuarto, artículo 115, se establece el Sistema Integral de Innovación, Capacitación Técnica y Emprendimiento, el cual creará los mecanismos de articulación de las distintas instituciones responsables de promover el desarrollo de

programas, proyectos e instrumentos relacionados con innovación, capacitación técnica y emprendimiento, así como su información y promoción. De igual modo, establece la creación de un portal de atención virtual que contará con un mecanismo electrónico, informativo y de gestión de proyectos, centros de atención empresarial ubicados en distintas regiones del país; fondos concursables; la creación de redes y mecanismos de financiamiento, generando plataformas técnicas, logísticas, administrativas de apoyo a las iniciativas emprendedoras e innovadoras (Función Ejecutiva, 2011a).

En resumen, este acápite comprende dos títulos. El título primero, capítulo primero, brinda la clasificación de las MIPYMES; en el capítulo segundo trata de la simplificación de trámites a través del registro único MIPYMES; en el capítulo tercero presenta las políticas e instrumentos de fomento productivo; en el capítulo cuarto establece los por menores del sistema integral de innovación, capacitación técnica y emprendimiento; en el capítulo quinto plantea los incentivos para el fomento productivo para las PYMES y actores de la economía popular y solidaria; y en el capítulo sexto explica acerca del acceso a mecanismos de financiamiento. El título segundo, de este acápite, trata del acceso a los factores productivos mediante la democratización de la transformación productiva. Para concluir este instrumento legal, se presentan las disposiciones generales, transitorias y finales.

4.1.5 Ley de Economía Popular y Solidaria

La Ley de Economía Popular y Solidaria (Asamblea Nacional, 2011a) reconoce la economía y el sector financiero popular y solidario (artículo 3). Esta ley define a los emprendimientos unipersonales, familiares domésticos como parte de las unidades económicas populares, los cuales pueden estar financiados por ecuatorianos en el extranjero o migrantes retornados, siempre y cuando se genere empleo mediante la asociación y la solidaridad (artículo 73). Adicionalmente, establece que las cooperativas de ahorro y crédito, las cajas y bancos comunales son parte del Sector Financiero Popular y Solidario (artículo 78). Asimismo, se crea el Comité Interinstitucional como ente rector de la Economía Popular y Solidaria (artículo 142). De igual manera, se establece que el control de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario estará a cargo de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (artículo 146). Además, determina que el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria ejecutará la política pública, coordinará, organizará y aplicará de manera desconcentrada, los planes, programas y proyectos relacionados con los objetivos de esta Ley (artículo 153). Igualmente, crea la Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias (artículo 158).

4.1.6 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación

También llamado Código Ingenios, busca normar el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales, articulándolo con los sistemas de Educación, Educación Superior y Cultura, así como con la normativa sobre propiedad intelectual. Está compuesto de cuatro libros a lo largo de los cuales se trata la innovación social, la gestión de conocimiento y su financiamiento. Se prevé que este nuevo código fomente el emprendimiento y permita a Ecuador cambiar el modelo productivo del país, basándolo en el talento humano ecuatoriano, a través de la ciencia y la innovación (Asamblea Nacional, 2016).

4.1.7 Políticas de Emprendimiento Existentes

La política más representativa de emprendimiento en Ecuador está plasmada en la Agenda para la Transformación Productiva 2010-2013 (Consejo Sectorial de la Producción, 2010). El Consejo Sectorial de la Producción¹⁵⁵ mediante el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo, y Competitividad presentó en el año 2010 la Agenda para la Transformación Productiva (ATP), cuyo objetivo primordial es corregir los desequilibrios productivos, cuyos pilares se basan en políticas sectoriales, transversales y programas, que permitan que el país pase a una economía de conocimiento, que generen exportaciones de alto valor agregado conservando la naturaleza. Las políticas transversales son: logística y transporte, comercio, inversión, innovación, financiamiento, capacitación, laboral, emprendimiento y calidad; y las políticas sectoriales son: agricultura, pesca, ganadería, acuicultura, turismo, industria y servicios. Las estrategias de la Agenda de Transformación Productiva, relacionadas con el emprendimiento se muestran en la Tabla 26.

¹⁵⁵ El Consejo Sectorial de la Producción es el máximo órgano de rectoría gubernamental en materia de inversiones. Está conformado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca; Ministerio de Industrias y Productividad; Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración/Viceministerio; Ministerio de Turismo; Ministerio de Transporte y Obras Públicas; Ministerio de Relaciones Laborales; Servicio de Rentas Internas; Corporación Aduanera Ecuatoriana; Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional; Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual; Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (Consejo Sectorial de la Producción, 2010).

Tabla 26

El rol del emprendimiento en la Agenda de Transformación Productiva

<p>ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN PRODUCTIVA, PRIORIZACIÓN PRODUCTIVA Y SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES</p>	<p>Sistema Integral de Innovación y Emprendimiento</p>	<p>Coordina y consolida esfuerzos institucionales dispersos; promueve los emprendimientos dinámicos mediante capacitación, asistencia técnica, cofinanciamiento, capital semilla, y ayuda para obtener financiamiento integral del proyecto; otorga seguridad jurídica a las inversiones; crea estímulos a través de los premios Innova; y propicia incentivos fiscales y subsidios.</p>
<p>ESTRATEGIA TERRITORIAL PRODUCTIVA</p>	<p>Democratización Productiva y Desarrollo de MIPYMES</p>	<p>Democratiza la producción e implementa sistemas y herramientas de apoyo financiero y no financiero para el emprendimiento, el acceso a la propiedad productiva, a la innovación, a la capacitación; poniendo énfasis en instrumentos que permitan un acceso equilibrado a factores como tierra, agua, tecnología, capacidades, información, asociatividad y apoyo en la interacción de las cadenas; y brindando incentivos para la apertura de capital empresarial, el apoyo al desarrollo de la productividad, el fomento a procesos de innovación, así como los incentivos a inversiones que generen desarrollo local y territorial. Mientras que para el desarrollo de las MIPYMES se aplicarán políticas transversales como: el estímulo al aprovechamiento del mercado interno mediante las compras públicas; el co-financiamiento adecuado de programas de acceso a activos productivos, mejora de productividad y calidad, así como promoción de la asociatividad; la facilitación al acceso y uso de las tecnologías de la información; el fomento adecuado de la comercialización interna y externa; y, el fomento a la producción limpia.</p>
<p>POLÍTICAS TRANSVERSALES</p>	<p>Política de Emprendimiento</p>	<p>Promueve la formación del espíritu emprendedor y la institucionalización de la cultura emprendedora en todas las instancias educativas y la sociedad en general.</p>
	<p>Política de Innovación</p>	<p>Propende la creación de un modelo virtuoso de I+D+i (investigación, desarrollo e innovación), generando valor agregado y mejorando la calidad.</p>
<p>PROGRAMAS EMBLEMÁTICOS</p>	<p>Eje 1: ecosistema para la innovación y actitud emprendedora</p>	<p>Involucra los siguientes programas: el Centro Nacional de Capacitación y Formación Profesional (CNCF) estará a cargo del Programa de Competencias Laborales, el Programa de Certificación de Competencias Laborales, y el Programa de Mejoramiento de la Productividad del Talento Humano del Sector Productivo Nacional; la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) tendrá a cargo el Programa de Fortalecimiento del Talento Humano, y el Financiamiento de Proyectos de I+D+i; el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) tendrá a cargo los programas InnovaEcuador y EmprendEcuador, el Currículo para Cultura Emprendedora, a través de las bases que dejó el Sistema Ecuatoriano de Apoyo a la Formación de Emprendedores (SEAFE), y el Premio a la Innovación para la Transformación Productiva.</p>

	Eje 2: Matriz Productiva	Los programas emblemáticos relacionados con el emprendimiento son: el Programa de Mejora de la Competitividad para la Substitución Inteligente de Importaciones y Exportaciones, y las Zonas Especiales de Desarrollo (ZEDE).
	Eje 3: Democratización Productiva	Los programas emblemáticos relacionados con el emprendimiento son: Plan de fomento de acceso de tierras a los productores familiares en Ecuador, CreEcuador y Programa Empresas Ciudadanas.
	Eje 4: Servicios de Desarrollo Empresarial y Financiamiento	Los programas emblemáticos relacionados con el emprendimiento son: Fondo para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (FONDEPYME) regulado por el Consejo Superior de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (CODEPYME), Programa Nacional de Innovación Tecnológica Participativa y Productividad Agrícola y el Programa Nacional de Negocios Rurales Inclusivos (PRONERI).
	Eje 5: Infraestructura para el Desarrollo	El programa emblemático directamente relacionado con el emprendimiento es: Sin Trámites (procesos de simplificación de trámites y su puesta en línea).

Fuente: Elaboración propia a partir del Consejo Sectorial de la Producción (2010)

La Tabla 27 establece los diez sectores estratégicos priorizados, a los que el estado incentiva a través de herramientas de fomento productivo que permitan crear una política de sustitución estratégica de importaciones.

Tabla 27

Sectores estratégicos priorizados de la Agenda de Transformación Productiva

SECTOR PRIMARIO	SECTOR INDUSTRIAL	SECTOR TERCIARIO
1. Energías renovables (bio-energía y alternativas)	4. Tecnología: hardware y software	8. Turismo
2. Cadena agroforestal sustentable y sus productos elaborados	5. Biotecnología (bioquímica y biomedicina)	9. Servicios ambientales
3. Alimentos frescos y procesados	6. Productos farmacéuticos y químicos	10. Transporte y logística
	7. Metalmecánica	

Fuente: Elaboración propia a partir del Consejo Sectorial de la Producción (2010)

El 6 de mayo de 2013 se firmó el Decreto Ejecutivo 1505 por medio del cual se creó el Comité Interinstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva con el objetivo principal de diseñar y proponer una Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva; los miembros permanentes, con voz y voto, son: el Vicepresidente de la República, el Secretario Nacional de Planificación y Desarrollo, el Ministro Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, el Ministro Coordinador de la Política Económica, el Ministro Coordinador de Sectores Estratégicos, el Ministro Coordinador de Conocimiento y Talento Humano, y el Secretario Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (Función Ejecutiva, 2013).

Para alcanzar los objetivos planteados en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, el Gobierno Nacional ha establecido dos estrategias complementarias e interdependientes: la Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva y la Estrategia Nacional para la Igualdad y la Erradicación de la Pobreza. De igual manera, se ratifica la imperante necesidad de un Sistema Nacional de Emprendimiento e Innovación, que comprenda tanto investigación y desarrollo, como gestión del emprendimiento de base tecnológica para la transformación productiva (Comité Interstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva, 2015). En la Tabla 28, se puede apreciar que la primera dimensión está basada en la innovación, lo que permitirá el fortalecimiento del sistema productivo conformado por el sector agroalimentario, las cadenas vinculadas a industrias básicas, y a los servicios.

Tabla 28

Dimensiones y cadenas productivas prioritarias de la Matriz Productiva

DIMENSIONES	CADENAS PRODUCTIVAS PRIORITARIAS		
	Sector agroalimentario	Cadenas vinculadas a industrias básicas	Servicios
Dimensión 1: Fortalecimiento del sistema productivo basado en eficiencia e innovación	1. Elaborados de cacao	5. Derivados del petróleo	10. Conocimiento y tecnología: software y servicios a las TIC
Dimensión 2: Reducción del déficit comercial	2. Elaborados de café	6. Metalmecánica	11. Turismo
Dimensión 3: Generación de trabajo adecuado	3. Elaborados de pescado y maricultura	7. Químicos y farmacéuticos	12. Gestión integral de residuos sólidos: reciclaje
Dimensión 4: Promoción de la sustentabilidad ambiental	4. Elaborados de productos lácteos	8. Papel y cartón	13. Logística: multimodal
		9. Plástico y caucho	

Fuente: Elaboración propia a partir del Comité Interstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva (2015)

La Tabla 29 presenta los componentes y ejes estratégicos de la Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva:

Tabla 29

Componentes y ejes estratégicos de la Matriz Productiva

COMPONENTES	EJES ESTRATÉGICOS
Entorno y competitividad sistémica	Condiciones económicas e incentivos a la producción para el cambio de la matriz productiva: financiamiento productivo, clima de negocios, incentivos a la inversión productiva privada, impulso a las compras públicas con componente nacional para la transformación productiva, promoción del comercio exterior sostenible, impulso a la agenda regulatoria para apoyar la transformación productiva y la erradicación de la pobreza, alcance del estado y esquemas de trabajo público-privado.
	Ecosistema de innovación: mayor articulación entre la generación, aplicación y circulación del conocimiento y la producción nacional, para generar un entorno de innovación; ampliación y mejoramiento de la oferta académica pertinente y de calidad en las ciencias, la tecnología y la educación; mejoramiento de la pertinencia territorial de la oferta educativa y científica, articulada a las necesidades de la transformación productiva; y fomento a la cultura de emprendimiento innovador.
	Infraestructura y servicios para la producción: incremento de la cobertura y la prestación de servicios, así como su continuidad y calidad acorde con el cambio de la matriz productiva; incentivos para un consumo eficiente, responsable y sostenible de los recursos estratégicos; y uso intensivo de la infraestructura y de servicios de los sectores estratégicos en el desarrollo de encadenamientos productivos con valor agregado.
Desarrollo y fortalecimiento de cadenas productivas	Cadenas agroindustriales: elaborados del cacao, agregando valor a la unicidad; así como la maricultura, una apuesta atrevida.
	Cadenas manufactureras articuladas con industrias básicas: metalmecánica, bienes de capital; y farmacéutica, medicamentos de uso humano.
	Cadenas de servicios y sectores intensivos en conocimiento: turismo sostenible basado en la naturaleza y la cultura; software y servicios TIC; y gestión integral de residuos sólidos (GIRS) – reciclaje.
Industrias básicas	Industrias básicas definidas: petroquímica, siderurgia, cobre, aluminio, astilleros, y pulpa.
	Empresas públicas y desarrollo de industrias básicas.

Fuente: Elaboración propia a partir del Comité Interstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva (2015)

En la Tabla 29 se detalló la Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva, la que cuenta con tres componentes: entorno y competitividad sistémica, desarrollo y fortalecimiento de cadenas productivas, e industrias básicas. Dichos componentes se sustentan en diferentes ejes, entre los que se destacan el ecosistema innovador para el fomento de la cultura de emprendimiento innovador. A partir de la Constitución del año 2008, se establecieron estructuras zonales desconcentradas (Tabla 30) que permiten que la política pública llegue a todo el territorio para el cumplimiento del Plan Nacional para el Buen Vivir; constituyéndose como una nueva estructura administrativa para la planificación, uso y gestión del territorio (SENPLADES, 2016). Existen 9 zonas a nivel nacional, las cuales están conformadas por las 24 provincias de Ecuador; las zonas están constituidas por 140 distritos en el país, con un promedio de 90.000 habitantes cada uno; y los distritos están constituidos

por 1.134 circuitos en el país, con un promedio de 11.000 habitantes (SENPLADES, 2016).

Tabla 30

Distribución zonal de Ecuador

ZONA	PROVINCIAS
Zona 1	Provincias de Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbios
Zona 2	Provincias de Pichincha (excepto el cantón Quito), Napo y Orellana
Zona 3	Provincias de Pastaza, Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo
Zona 4	Provincias de Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas
Zona 5	Provincias de Guayas (excepto los cantones de Guayaquil, Durán y Samborondón), Los Ríos, Santa Elena, Bolívar y Galápagos
Zona 6	Provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago
Zona 7	Provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe
Zona 8	Cantones de Guayaquil, Durán y Samborondón
Zona 9	Distrito Metropolitano de Quito

Fuente: Elaboración propia a partir de Buen Vivir (2016)

En Ecuador, existen un gran número de Programas de Emprendimiento, pero aún no existe un ecosistema de emprendimiento consolidado que permita juntar esfuerzos para mejorar las condiciones actuales y propender a emprendimientos de calidad. El país cuenta con numerosos programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, aunque podría decirse, que estos programas son intermitentes, es decir, no son continuos tan siquiera dentro de un mismo periodo de gobierno; ya que tienen una presencia muy fuerte por corto tiempo o incluso algunos años, hasta que finalmente desaparecen, y posteriormente aparecen otros programas, que repiten el ciclo. La Tabla 31 menciona algunos de los Programas Gubernamentales de Apoyo al Emprendimiento en Ecuador desarrollados por el Gobierno Nacional, a través de sus Ministerios, Secretarías e Instituciones Financieras:

Tabla 31

Programas gubernamentales de emprendimiento en Ecuador

PROGRAMA	DESCRIPCIÓN
InfoProduce	El Sistema Integrado de Fomento Productivo, se planteó en la Agenda para la Transformación Productiva en el año 2010 pero a la fecha actual no se evidencia su ejecución. Su objetivo era promover la productividad, competitividad y la cultura de la innovación y emprendedora en los ecuatorianos. Además mediante un portal web consolida la oferta de servicios públicos que ofrece el Consejo Sectorial de la Producción sobre capacitación, asistencia técnica, financiamiento, vinculación con la empresa privada, entre otros temas productivos (MCPEC, 2010).

CreEcuador	El programa CreEcuador, operó del año 2010 al 2014, promoviendo el fortalecimiento empresarial a través de fondos de capital de riesgo no reembolsable de hasta 200.000 USD, brindando capital productivo a empresas, asociaciones o grupos comunitarios (MCPEC, 2010).
EmprendEcuador	El programa EmprendEcuador, operó del año 2010 al 2014, ayudando a ciudadanos a crear negocios innovadores con potencial de crecimiento a través de capacitación, capital semilla no reembolsable de hasta 50.000 USD y acompañamiento (MCPEC, 2010). Actualmente es un portal informativo de emprendimiento (EmprendEcuador, 2016).
InnovaEcuador	El programa InnovaEcuador, operó del año 2010 al 2014, brindando apoyo a proyectos integrales de hasta 300.000 USD para lograr un impacto en la empresa o a nivel sectorial, con el fin de promover las condiciones de innovación, y así poder aumentar la productividad y competitividad del tejido productivo de Ecuador (MCPEC, 2010).
InvestEcuador	El programa InvestEcuador se creó con el objetivo de atraer inversiones a Ecuador (MCPEC, 2011). Actualmente, el programa Invierte en Ecuador se lleva bajo el slogan Ecuador Republic of Opportunities con un paquete de incentivos tributarios dirigidos a los sectores estratégicos establecidos en la Matriz Productiva (MCPEC, 2016).
Ecuador Innova	Desde el año 2014, Ecuador Innova es un programa de la Vicepresidencia de la República que apoya el potencial innovador de ecuatorianos emprendedores, mediante incentivos a proyectos orientados al cambio de la matriz productiva (Vicepresidencia de la República, 2016).
Investment Summit	La Cumbre de Inversiones 2016 es organizada por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR) entidad adscrita al Ministerio de Comercio Exterior; la cual busca captar inversiones en los sectores estratégicos establecidos en la Matriz Productiva (PROECUADOR, 2016).
Migrante Emprende	Es un Programa de Capacitación para emprendedores ecuatorianos en México, creado para asesorar a los compatriotas que residen en ese país y que desean emprender algún proyecto que permita difundir la oferta exportable ecuatoriana en el mercado mexicano (PROECUADOR, 2013b).
Fondepyme, Producepyme, y Exportapyme	Los programas Fondepyme, Producepyme, Exportapyme del Ministerio de Industrias y Productividad, estuvieron operativos del año 2009 al 2013. Su objetivo era contribuir a mejorar las condiciones de las micros, pequeñas y medianas empresas mediante una asociación o de manera individual, y así fomentar la creación de empresas productoras de bienes o servicios de calidad a nivel nacional (MIPRO, 2016).
Proyecto Fomento de las MIPYMES Ecuatorianas	El Proyecto Fomento de las MIPYMES Ecuatorianas 2013 - 2016 buscó identificar, optimizar y ofrecer espacios para la concertación de industrias, generar políticas y modelos de gestión de las zonas industriales (administrativo, financiero, jurídico), planes de movilidad e interconectividad y puntos estratégicos, y el diseño de infraestructura física adecuada para un desarrollo eficiente, ordenado, minimizando impactos ambientales. Este proyecto está compuesto de Centros de Fomento Productivo para el Desarrollo de MIPYMES, Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE), Centros de Diseño, Centros de Fomento Productivo e Innovación Artesanal, y el Programa Nacional de Consorcios de Exportación y Origen. (MIPRO, 2016) Los Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE) se encuentran en todas las regiones del país, con más de 60 establecimientos (MIPRO, 2016).

Exporta Fácil y Ferias Inversas	La Subsecretaría de Desarrollo de MIPYMES y Artesanías del Ministerio de Industrias y Productividad ejecuta el programa Exporta Fácil que es un sistema simplificado, ágil y económico de exportaciones por envíos postales a través del operador público postal (MIPRO, 2016). Además, promueve el programa de Ferias Inversas, mediante la realización de una rueda de negocios en la que se reúnen empresarios (as), instituciones y organizaciones que desean establecer vínculos, ya sea para realizar negocios o para crear alianzas estratégicas entre oferentes y/o demandantes (MIPRO, 2016).
Zonas Especiales de Desarrollo Económico (ZEDE)	La Subsecretaría de ZEDE del Ministerio de Industrias y Productividad supervisa y controla las Zonas Especiales de Desarrollo Económico. Estas Zonas están encargadas de fomentar exportaciones de alto valor agregado, diversificar la industria, invertir en áreas estratégicas, transferir tecnología e innovación, generar empleo de calidad, y desarrollar el comercio exterior (MIPRO, 2016).
Fondo de Innovación Productiva	El fondo de capital de riesgo fue creado en el año 2015 a través del Decreto Ejecutivo Nro. 680. (Función Ejecutiva, 2015b). El Fondo de Innovación Productiva entrega capital semilla para el financiamiento parcial del prototipo o fase de experimentación, del primer ciclo productivo, y potenciación del crecimiento e ingreso al mercado; y capital de riesgo que incluye garantías, esquema de reembolso y determinación de contraparte (MIPRO, 2016).
Registro Único de Empresas (RUE), Gestión de Operadores y Productos Reglamentados (ROP), Registro Único de MIPYMES (RUM), Registro de Producción Nacional, y el Registro Único Artesanal (RUA)	El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) pone al servicio de la ciudadanía en general, el registro de sus actividades mediante un portal en línea, lo que ha permitido reducir de entre sesenta y cinco días que tomaban estos trámites a tan solo cinco o diez minutos, donde un requisito indispensable es contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) o el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) que es otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) (MIPRO, 2016). La categorización de las MIPYMES y de los artesanos será gestionada y supervisada por la Subsecretaría de Desarrollo de MIPYMES y Artesanías, la cual cuenta con cuatro direcciones: Dirección de Emprendimiento Empresarial, Dirección de Fortalecimiento Empresarial e Inteligencia de Negocios, Dirección de Procesos y Acceso a Financiamiento, y la Dirección de Desarrollo y Promoción Artesanal. Este registro permitirá al Estado identificar las necesidades específicas de cada sector, e incrementar las posibilidades de capacitación a través de la Secretaría Técnica de Capacitación Profesional (SETEC) (MIPRO, 2016).
Proyectos de Emprendimiento del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca	El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP), entre otros, promueve nuevos emprendimientos productivos en diferentes provincias del país, ferias de emprendimientos pesqueros y agropecuarios, emprendimientos asociativos de agricultores, centros y concursos de investigación aplicada, capacitación, y el Proyecto de Irrigación Tecnificada para Pequeños y Medianos Productores y Productoras (PIT) (MAGAP, 2016).
Infocentros	El Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (MTSI) tiene su cargo 833 infocentros a nivel nacional, los cuales son espacios comunitarios de participación y desarrollo. Estos centros garantizan el acceso inclusivo a las Tecnologías de la Información y Comunicación de las poblaciones de parroquias rurales y urbanas marginales de Ecuador, con el fin de reducir la brecha y analfabetismo digital, mejorar su calidad de vida e impulsar el desarrollo productivo de su comunidad mediante el acceso a productos y servicios en línea, locales e internacionales (MTSI, 2016).
Emprende Patrimonio; Emprendimientos	El Ministerio de Cultura promovió dos rondas de fondos concursables Emprende Patrimonio dirigido a los cantones de la Red de Ciudades Patrimoniales del Ecuador (MCP, 2012). Actualmente cuenta con 2'000.000 USD asignados a fondos

<p>Culturales, Patrimoniales, Turísticos, Comunitarios, y Gastronómicos; Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR),</p>	<p>conkursables para la libre creación, producción cultural, emprendimientos culturales y festivales (MCP, 2016). El Ministerio de Cultura y Patrimonio a través de la Subsecretaría Técnica de Emprendimientos Culturales convoca a los productores y empresarios de los sectores: audiovisual, artes escénicas, diseño, editorial, música y videojuegos para que participen en el Mercado de Industrias Culturales del Sur, MICSUR, el cual es una iniciativa que nace en el Sistema de Información Cultural del Mercosur (SICSUR). Los emprendimientos ecuatorianos que participan en el MICSUR son seleccionados por la mesa multisectorial para el “Fomento de los Emprendimientos Culturales y Creativos” mediante la articulación de las siguientes instituciones: Vicepresidencia de la República del Ecuador, Ministerio de Industrias y Productividad - MIPRO, Ministerio de Turismo, Ministerio de Comercio Exterior, Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana - MREMH, Consejo Nacional de Cine - CNCine, Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación - SENESCYT, Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual - IEPI, Ministerio Coordinador de Conocimiento y Talento Humano – MCCTH; y, Ministerio de Cultura y Patrimonio (MICSUR, 2016).</p>
<p>Fondo Concursoable “El Cucayo”</p>	<p>La Secretaría Nacional del Migrante (SENAMI), del año 2008 al 2012, dirigió el Fondo Concursoable “El Cucayo” que permitía desarrollar emprendimientos a migrantes retornados a Ecuador (MREMH, 2016). Desde el año 2013, esta Secretaría se convirtió en el Viceministerio de Movilidad Humana, la cual forma parte del Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana (MREMH, 2016).</p>
<p>Crédito de Desarrollo Humano (CDH)</p>	<p>Consiste en otorgar créditos de hasta 24 veces el monto de la transferencia monetaria condicionada y no condicionada a las personas habilitadas al pago del bono de desarrollo humano, pensión para adultos mayores y pensión para personas con discapacidad. El objetivo es crear oportunidades de desarrollo local mediante microcréditos que permitan estimular la creación de micro emprendimientos asociativos y apoyar al micro emprendedor individual (MIES, 2013).</p>
<p>Proyectos y Programas de la Economía Popular y Solidaria del Instituto Nacional de la Economía Popular y Solidaria (INEPS) del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)</p>	<p>El Proyecto ACES promueve la implementación de circuitos económicos solidarios, a través de la asociatividad y el desarrollo de capacidades para acceder a mercados nacionales (públicos y privados) e internacionales en condiciones equitativas y justas (INEPS, 2016). Además, la iniciativa “Hombro a Hombro” fomenta emprendimientos que permitan la dotación de infraestructura, maquinaria y equipamiento para la generación de procesos post-cosecha y valor agregado, acompañado de procesos de fortalecimiento organizativo de las Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria (OEPS) (INEPS, 2014). Asimismo, las Escuelas de Formación Ciudadana en Economía Popular y Solidaria y Liderazgo Social contemplaron seis módulos, dictados de julio a noviembre de 2015, donde emprendedoras y emprendedores de la EPS conocieron sobre varios temas como: realidad nacional, Buen Vivir, democracia participativa, entre otros (INEPS/MIES, 2015).</p>
<p>Plan Nacional de Simplificación de Trámites (PNST)</p>	<p>Como parte de la implementación del gobierno electrónico en la Administración Pública Central, Institucional, que depende de la Función Ejecutiva, se creó el Comité de Simplificación de Trámites Interinstitucional que impulsa el Plan Nacional de Simplificación de Trámites (PNST). Este Comité fue creado de manera participativa a través del portal www.tramiton.to, que recoge recomendaciones en el ámbito ciudadano, productivo, y gubernamental, que entre otros objetivos, busca facilitar los trámites a pequeños, medianos y grandes productores, fomentar la productividad y competitividad y, hacerle la vida más sencilla a las empresas (SNAP, 2016).</p>
<p>Becas dirigidas a tercer y cuarto nivel a nivel nacional e internacional;</p>	<p>La innovación en Ecuador se institucionalizó en el año 1973, mediante la División de Ciencia y Tecnología dentro de la Junta Nacional de Planificación (JUNAPLA); y posteriormente fue evolucionando en otras instituciones que fueron creadas y que iban reemplazando a las anteriores; en 1979, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT); en 1994, el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología</p>

<p>Proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+I); Programa Prometeo; Sistema de Popularización de la Ciencia y la Tecnología para la Innovación, CreaCiencia; entre otros.</p>	<p>(SNCT), la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT), y la Fundación para la Ciencia y Tecnología (FUNDACYT); en 2006, el Sistema de Ciencia y Tecnología encargado del CONACYT y de la SENACYT; en 2008, se reemplazó el SNCT por el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales, que se mantiene actualmente; y finalmente, en el año 2010, se constituye la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), que hoy conocemos (Guaipatin y Schwartz, 2014). Actualmente, la SENESCYT se encarga de diferentes programas, tales como: becas dirigidas a tercer y cuarto nivel a nivel nacional e internacional; proyectos de investigación, desarrollo e innovación (I+D+I); Programa Prometeo; Sistema de Popularización de la Ciencia y la Tecnología para la Innovación, CreaCiencia; entre otros (SENESCYT, 2016).</p>
<p>Feria Innopolis, y Proyectos Yachay</p>	<p>Desde el año 2015 se lleva a cabo en la Ciudad de Conocimiento, Yachay, la Feria Innopolis (Yachay, 2015). Además Innopolis Quito es un espacio de <i>Crowdworking</i> novedoso, de total inmersión en tecnología, de conocimiento e innovación participativa. Adicionalmente, el programa de incubación de emprendimiento de base tecnológica (PIEBT) tiene como objetivo transformar ideas con alto potencial en grandes empresas de base tecnológica, innovadoras, escalables y con impacto social, mediante actividades de formación, <i>coaching</i> y mentorías especializadas, acceso a espacios <i>crowdworking</i> y de oficinas en Yachay. Además, se brindan valiosas oportunidades de networking para acceder a financiamiento y posicionar los proyectos a través de la Red Global de Mentores (Yachay, 2016). La Dirección de Emprendimiento, Innovación y Transferencia Tecnológica de la Empresa Pública Yachay, a través de convocatorias abiertas, promueve emprendimientos de base tecnológica y emprendimientos dinámicos, relacionados con: tecnología de información y comunicación (TICS); ciencias de la vida; energía renovable y cambio climático; petroquímica; y nanotecnología; ofreciendo asesoría y acceso a financiamiento público y privado (Yachay, 2016). Asimismo, Yachay trabaja en las siete áreas del Ecosistema de Innovación y Emprendimiento: talento humano, innovación, política y marco regulatorio, soporte y asesoría, mercado, cultura, y financiamiento (Yachay, 2016).</p>
<p>Programa de Desarrollo de Competencias para mi MIPYMES y Talleres Artesanales, Mi Primer Sello de Calidad, y el Simulador de Etiquetas</p>	<p>El Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) además de ser el encargado de las normas técnicas en Ecuador, lleva a cabo el programa de desarrollo de competencias para MIPYMES y talleres artesanales. Además, ofrece el programa Mi Primer Sello de Calidad dirigido a las MIPYMES, y promueve un simulador de etiquetas que ayuda a los emprendedores a diseñar las etiquetas de sus productos de acuerdo a las normas técnicas ecuatorianas (INEN, 2016).</p>
<p>Servicio de Acreditación Ecuatoriano</p>	<p>El Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE) busca transformar la sociedad ecuatoriana a una cultura de calidad del buen vivir basada en la innovación e investigación. El Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE) está encargado de los Organismos de Evaluación de la Conformidad (OEC), de los laboratorios de ensayo, laboratorios de calibración, organismos de certificación, organismos de inspección, haciendo cumplir las disposiciones relacionadas con salud pública, seguridad, controles ambientales y defensa al consumidor, dando como resultado una mayor aceptación de los productos y servicios a nivel nacional e internacional (SAE, 2016).</p>

Protege tu Creación	El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual vela por la Propiedad Intelectual e Industrial, Derechos de Autor y Conexos. A través de la campaña Protege tu Creación busca destacar la importancia de proteger las creaciones del intelecto humano mediante la difusión del sistema de la Propiedad Intelectual como una herramienta para fomentar el desarrollo comercial de Ecuador (IEPI, 2016).
Programa Progresar	La Corporación Financiera Nacional (CFN) promueve el Programa Progresar que ofrece tres servicios: el Fondo Nacional de Garantía, el Cambio de la Matriz Productiva – Activo Fijo, y el Capital de Riesgo. Adicionalmente la CFN ha establecido acuerdos con el Banco del Pacífico y Banco Rumiñahui (CFN, 2016).
Crédito para Emprendimientos	El Banco Nacional de Fomento fue reemplazado por BanEcuador B.P. mediante el Decreto Ejecutivo 677 del 13 de mayo de 2015, teniendo que iniciar sus operaciones desde octubre de 2015. Su objetivo principal es la prestación de servicios financieros de crédito, ahorro e inversión, bajo el criterio de intermediación financiera de recursos públicos y privados, atendiendo a la micro, pequeña y mediana empresa, así como empresas asociativas en sectores de producción, principalmente de agronegocios, comercio y servicios. Los grupos prioritarios de atención de BanEcuador B.P. son: unidades productivas individuales y familiares, unidades productivas asociativas, unidades productivas comunales, pequeñas y medianas empresas (PYMES) de producción, comercio y/o servicios, y emprendedores. Los servicios que ofrece son: crédito para emprendimientos, crédito complementario de desarrollo solidario, crédito de desarrollo humano, crédito de consumo, crédito a microempresas, crédito a pequeñas y medianas empresas, crédito para organizaciones comunitarias, crédito para asociaciones, entre otros (BanEcuador B. P., 2016).

Fuente: Elaboración propia a partir de los sitios web gubernamentales citados en el texto.

Otros actores muy importantes del ecosistema del emprendimiento en Ecuador son las instituciones bancarias; las cuales ofrecen financiamiento a los emprendedores, principalmente, a través de tarjetas de crédito, créditos productivos y microcréditos. El Banco Pichincha contaba con la Fundación CrisFe y su Programa EmprendeFe, los cuales actualmente no están disponibles. Sin embargo, cuenta con un programa de microfinanzas; otorga microcréditos en el que ofrece crédito para la compra de activos fijos y crédito para capital de trabajo; y brinda servicios a través de la red de corresponsales no bancarios “Pichincha Mi Vecino” a nivel nacional, ubicados en negocios comerciales (tiendas, farmacias, cabinas, etc.) con la capacidad de atender transacciones financieras a nombre de Banco Pichincha (Banco Pichincha, 2016). El Banco Guayaquil cuenta con un programa de microfinanzas, en el que se destaca el servicio “Mi crédito” que promueve el emprender un nuevo negocio o hacer crecer uno existente; adicionalmente, cuenta con el “Banco del Barrio” ubicado en tiendas, farmacias y otros negocios minoristas, donde los clientes del Banco pueden realizar depósitos y retiros de dinero (Banco Guayaquil, 2016).

Asimismo, los organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), el Observatorio Andino de la MIPYMES (OBAPYME) de la Comunidad Andina (CAN), a Organización

para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), entre otros, desarrollan actividades de emprendimiento en Ecuador. Los medios de comunicación tienen programas o secciones respecto al emprendimiento y desarrollo empresarial en general. Las comunidades religiosas trabajan en las periferias y otros sectores vulnerables de la sociedad. Las universidades lideran el ámbito de Educación Emprendedora mediante sus centros empresariales universitarios como el Observatorio de la PyME de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB, 2016), el Centro de Investigaciones Económicas y de la Pequeña y Mediana Empresa (CIEPYME) de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO, 2016), entre otros.

Un rol muy importante, es el de las empresas privadas, que a través de sus programas de responsabilidad social desarrollan, entre otras actividades, programas de emprendimiento. De igual importancia son la gran cantidad de organizaciones sin fines de lucro que promueven iniciativas para el fomento del emprendimiento. Estos programas no gubernamentales, a pesar de ser abundantes, no son continuos, tienen una presencia muy fuerte por corto tiempo o incluso algunos años hasta que finalmente desaparecen, y posteriormente aparecen otros programas, que repiten el ciclo. La Tabla 32 menciona algunos de los Programas No Gubernamentales de Apoyo al Emprendimiento en Ecuador:

Tabla 32

Programas no gubernamentales de apoyo al emprendimiento en Ecuador

PROGRAMA	DESCRIPCIÓN
Aprender a Emprender	En el año 2000, el entonces Presidente de la Cámara de Comercio de Guayaquil, Joaquín Cevallos, trajo desde Bilbao, España, el Programa Aprender a Emprender, el cual brindaba capacitación a unidades educativas de nivel medio, y culminaba en un concurso de emprendimiento donde el premio era capital semilla (CCG, 2000). Posteriormente, este programa fue ejecutado en cooperación con la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, el cual se llevó a cabo hasta el año 2013 (UCSG, 2002).
<i>Junior Achievement Ecuador</i>	Desde el año 2001 Junior Achievement Ecuador se ha dedicado a formar emprendedores a través de sus programas educativos empresariales que se dictan de forma complementaria en escuelas, colegios, universidades y otras instituciones (Junior Achievement, 2016).
Sistema Ecuatoriano de Apoyo a la Formación de Emprendedores (SEAFE)	El Programa de Apoyo a la Competitividad antes denominado el Programa Andino de Competitividad (PAC) de la Corporación Andina de Fomento promovió en el año 2005 el Sistema Ecuatoriano de Apoyo a la Formación de Emprendedores (SEAFE) en la que participaron las primeras incubadoras de Ecuador: Emprender (Quito, 2002), Incoval (Guayaquil, 2004), junto con los tres primeros centros universitarios de atención a emprendedores: Escuela Politécnica del Ejército, Escuela Politécnica Nacional, y la Universidad Tecnológica América (Del Valle, 2005). Actualmente no se cuenta con información referente a este programa.

Desafío SEBRAE	La Cámara de la Pequeña Industria del Guayas promovió desde el año 2007 hasta el año 2012 el Desafío Sebrae capítulo Ecuador, que es una competencia de carácter educativo a nivel universitario desarrollada por el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE, 2016). Actualmente no se cuenta con información referente a este programa en Ecuador.
Siembra Futuro	Siembra Futuro es un programa creado por Cervecería Nacional para el desarrollo social sostenible que ayuda a promover la creación de negocios y de esta manera generar empleos, a través de financiamiento a emprendedores del país. Este programa llevó a cabo tres ediciones a nivel nacional del año 2008 al 2010, además, realizó dos ediciones especiales en las provincias de Chimborazo y Tungurahua en el año 2011 y 2012. El programa capacitó a más de 500 emprendedores, otorgó financiamiento a 131 emprendedores para sus proyectos, con lo que generó 1064 empleos (Cervecería Nacional, 2013). A partir del año 2014, ha redireccionado sus esfuerzos para capacitar y fortalecer a los tenderos del país a través del programa Siembra Futuro - 4e, Camino al Progreso que está organizado en cuatro etapas: tendero responsable, tendero sostenible, tendero excelente y tendero líder (Cervecería Nacional, 2016).
Fundación Emprender	Fundación Emprender busca influir en la sociedad a través de la participación de los emprendedores. Se identifican con los valores de la libertad y proveen herramientas a los jóvenes emprendedores para lograr el cambio del país hacia una sociedad de individuos libres y responsables (Fundación Emprender, 2016) La Fundación fue anfitriona de la Semana Mundial del Emprendimiento en Ecuador hasta el año 2013, la cual es una iniciativa de <i>Kauffman Foundation</i> (Kauffman Foundation, 2016). Actualmente no se cuenta con información referente a las actividades de Fundación Emprender.
<i>First Tuesday</i>	<i>First Tuesday</i> Ecuador, promovido por <i>Planbelow</i> en Ecuador, es una red de emprendimiento posicionada en más de 80 países alrededor del mundo y tiene como objetivo fomentar la creatividad y potenciar nuevas ideas. En Guayaquil se desarrollaron diferentes eventos de gran importancia tales como “Ecuador Emprende” “Emprende Verde” y “Emprende Tecnología” (Miranda Neira, 2012). Actualmente no se cuenta con información referente al programa <i>First Tuesday</i> Ecuador.
<i>Startups Ventures</i>	<i>Startups Ventures</i> apoya el desarrollo del ecosistema emprendedor ecuatoriano a través de actividades que fomentan la cultura, educación, excelencia, vocación empresarial, desarrollo de competencias y capacidades, así como el compromiso social en los emprendedores a través de círculos de emprendimiento, talleres y financiamiento (Startups Ventures, 2016).
IDEA Network Ecuador	IDEA Network Ecuador es una red de apoyo al emprendimiento, fundada en el año 2010, que principalmente trabaja a través de un grupo privado en <i>facebook</i> (IDEA Network, 2016).
<i>Young Potential Development</i> Ecuador (YPDE)	YPDE potencia la actitud “si puedo” a través de cuatro pilares: comunicación, energía, creatividad y liderazgo. Mantienen cuatro programas activos: YPDE <i>Classic</i> dirigido profesores y estudiantes de colegios, YPDE <i>Community</i> dictado en centros de atención a jóvenes en situaciones de riesgo, YPDE <i>4Business</i> dirigido a socios del sector privado para desarrollar competencias personales y profesionales, y el YPDE <i>Summer</i> dirigido a jóvenes entre 14 y 18 años (YPDE, 2016).

Innobis	Es un campus for <i>startups</i> en Guayaquil que apoya el desarrollo de grandes proyectos emprendedores para que se conviertan en empresas exitosas con impacto global, mediante la captación de postulaciones en línea de proyectos emprendedores (Innobis, 2016).
Asociación de Jóvenes Empresarios del Ecuador (AJE)	La Asociación de Jóvenes Empresarios del Ecuador promueve el desarrollo de la actividad empresarial en el sector del emprendimiento joven, a través del intercambio de ideas, en un marco de cooperación y generación de ecosistemas de negocios (AJE, 2016).
Alianza para el Emprendimiento e Innovación (AEI)	La Alianza para el Emprendimiento e Innovación es una red de actores públicos, privados y académicos que busca fomentar el emprendimiento y la innovación a nivel nacional como base del desarrollo productivo de Ecuador mediante acceso a información, capacitación, financiamiento y capital de riesgo (AEI, 2016).
Jóvenes con Futuro	Jóvenes con Futuro es un programa de Fundación Ecuador dirigido a jóvenes bachilleres de escasos recursos económicos, de los barrios populares del cantón Guayaquil. Este programa brinda una capacitación estructurada en cuatro componentes: componente inicial, componente de inserción laboral, componente de emprendimiento, y componente de ingreso a la universidad (Fundación Ecuador, 2016)
Comité Empresarial Ecuatoriano	La Federación Nacional de Cámaras de Industrias del Ecuador constituye el Comité Empresarial Ecuatoriano que representa al sector privado en Ecuador, entre sus servicios, dirige la encuesta de la situación empresarial de Ecuador (CEE, 2016).
FEDEXPOR	La Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR) brinda asesoría en comercio exterior, en aduanas y en materia de origen, además cuenta con un directorio comercial y <i>mailing</i> , foros y eventos, y un Centro de Entrenamiento Gerencial CEG-FEDEXPORs de FEDEXPOR (FEDEXPOR, 2016).
Machángarasoft	Machángarasoft es un parque tecnológico que brinda consultoría, soporte y desarrollo de software, servicios de offshore para implementación de proyecto de desarrollo de software de código abierto y propietario, así como capacitaciones (Machangarasoft, 2016).
Kruger Corporation	<i>Kruger Corporation</i> desarrolla proyectos mundiales de innovación para mejorar la eficiencia, productividad, posición competitiva y participación de mercado de nuestros clientes a través de cinco áreas de trabajo: innovación empresarial; personas, organización y cultura; tecnología; ingeniería; y emprendimiento (Kruger Corporation, 2016).

Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes citadas en el texto.

4.2 Marco Legal de la Educación en Ecuador

Primeramente, es necesario conocer los indicadores de educación de la Ciudad de Guayaquil, una de las ciudades más desarrolladas y emprendedoras de Ecuador, según el Sistema Nacional de Información de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2010b). Para ello, la Tabla 33 muestra los resultados urbanos y rurales 2010, de acuerdo al último censo nacional.

Tabla 33*Indicadores de educación de la ciudad de Guayaquil*

PROVINCIA DEL GUAYAS CANTÓN GUAYAQUIL	2010	2010	2010
Indicador	Total	Urbano	Rural
Tasa de analfabetismo	3,10	2,91	9,86
Tasa de analfabetismo de la población masculina	2,76	2,53	9,76
Tasa de analfabetismo de la población femenina	3,43	3,26	9,98
Escolaridad promedio de la población de 24 y más años de edad	11,00	11,11	7,19
Escolaridad promedio de la población masculina de 24 y más años de edad	11,04	11,16	7,20
Escolaridad promedio de la población femenina de 24 y más años de edad	10,97	11,06	7,18
Escolaridad promedio del jefe de hogar	10,71	10,82	7,07
Tasa neta de asistencia en educación básica	92,39	92,51	88,98
Tasa neta de asistencia en educación primaria	92,89	92,97	90,66
Tasa neta de asistencia en educación secundaria	71,97	72,63	51,80
Tasa neta de asistencia en educación bachillerato	59,54	60,30	36,43
Tasa neta de asistencia en educación superior	22,86	23,39	6,12
Tasa neta de asistencia en educación básica de la población masculina	92,21	92,33	89,03
Tasa neta de asistencia en educación primaria de la población masculina	92,63	92,73	90,04
Tasa neta de asistencia en educación secundaria de la población masculina	70,81	71,44	51,47
Tasa neta de asistencia en educación bachillerato de la población masculina	57,65	58,36	36,50
Tasa neta de asistencia en educación superior de la población masculina	20,64	21,16	5,11
Tasa neta de asistencia en educación básica de la población femenina	92,57	92,70	88,92
Tasa neta de asistencia en educación primaria de la población femenina	93,15	93,22	91,31
Tasa neta de asistencia en educación secundaria de la población femenina	73,14	73,84	52,13
Tasa neta de asistencia en educación bachillerato de la población femenina	61,43	62,23	36,35
Tasa neta de asistencia en educación superior de la población femenina	25,02	25,54	7,22
Población de 5 a 14 años de edad	454.941,00	438.863,00	16.078,00
Población de 6 a 11 años de edad	280.873,00	270.634,00	10.239,00
Población de 12 a 17 años de edad	260.888,00	252.547,00	8.341,00
Población de 15 a 17 años de edad	129.477,00	125.348,00	4.129,00
Población de 18 a 24 años de edad	298.688,00	289.713,00	8.975,00
Población de 24 y más años de edad	1.287.716,00	1.252.717,00	34.999,00
Población masculina de 5 a 14 años de edad	230.495,00	222.407,00	8.088,00
Población masculina de 6 a 11 años de edad	142.327,00	137.138,00	5.189,00
Población masculina de 12 a 17 años de edad	131.133,00	126.962,00	4.171,00
Población masculina de 15 a 17 años de edad	64.693,00	62.586,00	2.107,00
Población masculina de 18 a 24 años de edad	147.239,00	142.532,00	4.707,00
Población masculina de 24 y más años de edad	623.358,00	604.414,00	18.944,00

Población femenina de 5 a 14 años de edad	224.446,00	216.456,00	7.990,00
Población femenina de 6 a 11 años de edad	138.546,00	133.496,00	5.050,00
Población femenina de 12 a 17 años de edad	129.755,00	125.585,00	4.170,00
Población femenina de 15 a 17 años de edad	64.784,00	62.762,00	2.022,00
Población femenina de 18 a 24 años de edad	151.449,00	147.181,00	4.268,00
Población femenina de 24 y más años de edad	664.358,00	648.303,00	16.055,00

Fuente: Elaboración propia a partir de SENPLADES (2010b)

La Tabla 33 mostró un alto porcentaje de asistencia en educación básica, primaria y secundaria; la asistencia desciende en bachillerato al 59,54% de la cual la mayor participación es urbana; mientras que la asistencia en educación superior apenas alcanza el 22,86%, donde la participación rural sólo representa el 6,12%. La población de 5 a 24 años es de 1'424.867, en comparación a la población de 24 y más años de edad de 1'287.716. En segundo lugar, se debe establecer el Marco Legal del Sistema Educativo del país, el cual está dado por la Constitución Política de la República del Ecuador, la Ley Orgánica de Educación Intercultural, el Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Intercultural, la Ley Orgánica de Educación Superior, el Reglamento General de la Ley Orgánica de Educación Superior, el Reglamento de Régimen Académico, entre otros. Al respecto, el sistema educativo consta de cinco etapas (Figura 10), las tres primeras están a cargo del Ministerio de Educación del Ecuador (MEE) y las restantes a cargo de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT).

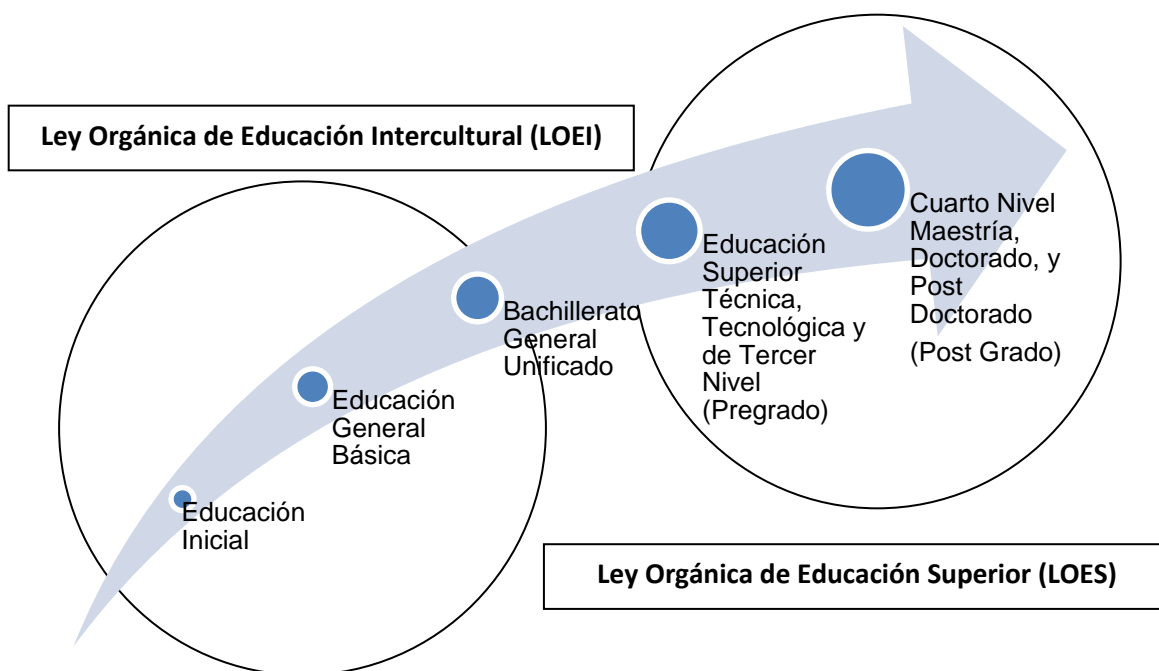


Figura 10. Sistema de Educación de Ecuador. Elaboración propia a partir de Asamblea Nacional (2010b, 2011b)

4.2.1 Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Constituyente, 2008), en el Título II trata de los Derechos, mientras que en los artículos 26 y 27 hace referencia a la educación. Primeramente, se determina que la educación es un derecho a lo largo de toda la vida, siendo el Estado responsable de esta área prioritaria tanto a nivel de política como de inversión; así como establece a los actores del proceso educativo, siendo éstos las personas, las familias y la sociedad (artículo 26). De igual manera, garantiza el desarrollo holístico del ser humano, desde la interculturalidad, equidad de género, justicia, calidad, y sentido crítico que promuevan la iniciativa individual y comunitaria, así como competencias y capacidades para crear y trabajar (artículo 27). La capacidad para crear así como la iniciativa individual y comunitaria deja claramente establecido que la Educación Emprendedora está concebida implícitamente en la Constitución Ecuatoriana como un derecho de todos los ecuatorianos y deber primordial del Estado.

Por otra parte, en el Título VIII referente al Régimen del Buen Vivir, en su artículo 343 expresa la finalidad del Sistema Nacional de Educación, y en sus artículos 350 y 351 la finalidad del Sistema de Educación Superior. En este sentido, establece que la finalidad del Sistema Nacional de Educación es el desarrollo de capacidades, pero respetando la interculturalidad (artículo 343). De igual manera, plantea que la finalidad del Sistema de Educación Superior es formar académica y profesionalmente para alcanzar los objetivos del régimen de desarrollo (artículo 350). Además, esta articulación está basada en principios de pertinencia y calidad que conlleven a la producción tecnológica global (artículo 351). A partir de aquello, se sugiere que la investigación científica y tecnológica, la innovación, y la autodeterminación para la producción del pensamiento y conocimiento se constituyen como los fines de la Educación Emprendedora en Ecuador.

4.2.2 Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI)

La Ley Orgánica de Educación Intercultural fue publicada en el Registro Oficial N° 417, segundo suplemento, el 31 de marzo de 2011 (Asamblea Nacional, 2011b), comprende 143 artículos distribuidos en ocho títulos, más otras disposiciones. El título I correspondiente a los principios generales; el título II se refiere a los derechos y obligaciones; el título III trata del sistema nacional de educación; el título IV establece la educación intercultural bilingüe; el título V norma la carrera educativa; el título VI fija un capítulo único respecto a la regulación, control, infracciones, sanciones y recursos administrativos; el título VII determina las disposiciones generales; el título VIII indica

las disposiciones transitorias; y finalmente se establecen las disposiciones derogatorias y la disposición final única.

Primeramente, se deben destacar algunos de los principios de la Educación Intercultural que sustentan la Educación Emprendedora, tales como: la universalidad, la calidad y no discriminación de la educación (literal a); la generación de cambios a través de la educación para la transformación del país (literal b); el aprendizaje para toda la vida (literal g); la innovación, formación educativa, investigación, y creatividad para la generación de conocimientos (literal u); la pertinencia de la formación con el entorno social, natural, y cultural a nivel local, nacional, y mundial (literal ll) (artículo 2). Adicionalmente, el emprendimiento tiene como base los fines de la educación que establece el fomento de una cultura de emprendimiento mediante la diversificación curricular y la capacitación productiva (artículo 3, literal r).

Por otra parte, la Ley Orgánica de Educación Intercultural establece a la educación permanente como el instrumento para ejercer el derecho al Buen Vivir, pudiendo ser escolarizada o no, formal o informal (artículo 17, literal a). Este artículo permite sugerir que el Estado reconoce todo tipo de educación emprendedora, siendo este un proceso esencial a lo largo de toda la vida. Finalmente, la Ley Orgánica de Educación Intercultural establece que el bachillerato técnico es el instrumento para iniciar actividades de emprendimiento social o económico (artículo 43, literal b). De acuerdo a lo anterior, se propone que el Estado promueve el Emprendimiento desde el Sistema de Educación Media, lo cual pone en manifiesto a la Educación Emprendedora como un catalizador del desarrollo en Ecuador.

4.2.3 Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Intercultural

El Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Intercultural fue publicado en el suplemento al Registro Oficial N° 754, del 26 de julio de 2012 (Función Ejecutiva, 2012), y una fe de erratas, publicada en el suplemento al Registro Oficial N° 765, del 13 de agosto de 2012. Este reglamento lo componen once títulos y otras disposiciones, siendo estos: el Título I del Sistema Nacional de Educación; el Título II del Sistema Nacional de Evaluación Educativa; el Título III de la Estructura y Niveles del Sistema Nacional de Educación; el Título IV de las Instituciones Educativas; el Título V del Régimen Escolar; el Título VI de la Evaluación, Calificación y Promoción de los Estudiantes; el Título VII de las Necesidades Educativas Específicas; el Título VIII del Sistema de Educación Intercultural Bilingüe; el Título IX de la Carrera Educativa; el Título X de la Regulación, Control, Infracciones, Sanciones y Recursos Administrativos; el Título XI de la Provisión de Textos, Alimentación y Uniformes

Escolares; las Disposiciones Generales; las Disposiciones Transitorias; y las Disposiciones Derogatorias.

Este reglamento, en su artículo 27 establece los niveles educativos del Sistema Nacional de Educación; los cuales son tres: inicial, básica y bachillerato. El nivel de Educación Inicial se divide en dos subniveles: Inicial 1, que no es escolarizado y comprende a infantes de hasta tres años de edad; e, Inicial 2, que comprende a infantes de tres a cinco años de edad. El nivel de Educación General Básica se divide en cuatro subniveles: Preparatoria, que corresponde a 1º grado de Educación General Básica y preferentemente se ofrece a los estudiantes de cinco años de edad; Básica Elemental, que corresponde a 2º, 3º y 4º grados de Educación General Básica y preferentemente se ofrece a los estudiantes de 6 a 8 años de edad; Básica Media, que corresponde a 5º, 6º y 7º grados de Educación General Básica y preferentemente se ofrece a los estudiantes de 9 a 11 años de edad; y, Básica Superior, que corresponde a 8º, 9º, y 10º grados de Educación General Básica y preferentemente se ofrece a los estudiantes de 12 a 14 años de edad. El nivel de Bachillerato tiene tres cursos y preferentemente se ofrece a los estudiantes de 15 a 17 años de edad. El Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo propuesto en este trabajo de investigación, considera que el emprendimiento debe incluirse en todos los niveles educativos del Sistema Nacional de Educación.

4.2.4 Ley Orgánica de Educación Superior (LOES)

La Ley Orgánica de Educación Superior fue publicada en el Registro Oficial el 12 de Octubre de 2010, consta de 39 páginas que comprenden 211 artículos distribuidos en once títulos, más otras disposiciones, régimen y derogatorias (Asamblea Nacional, 2010b), siendo éstos: el Título I, referente al Ámbito, Objeto, Fines y Principios del Sistema de Educación Superior; el Título II trata de la Autonomía Responsable de las Universidades y Escuelas Politécnicas; el Título III establece el Cogobierno; el Título IV decreta la Igualdad de Oportunidades; el Título V especifica la Calidad de la Educación Superior; el Título VI establece la Pertinencia; el Título VII se refiere a la Integralidad; el Título VIII estipula la Autodeterminación para la Producción del Pensamiento y Conocimiento; el Título IX trata de las Instituciones y Organismos del Sistema de Educación Superior; el Título X especifica los Procesos de Intervención, Suspensión y Extinción a las Universidades y Escuelas Politécnicas; el Título XI plantea las Sanciones; finalmente constan en la ley, las Disposiciones Generales, el Régimen de Transición, las Disposiciones Transitorias y Derogatorias, así como la Disposición Final.

Primeramente, la LOES (2010) plantea que la articulación del sistema de educación superior a lo largo de la vida; el cual incluye la educación formal e informal (artículo 10). De igual manera, la educación superior debe ser pertinente a la prospectiva de desarrollo nacional y mundial (artículo 107). Adicionalmente, el principio de integralidad establece que el sistema de educación superior debe articularse con la educación media en especial el bachillerato (artículo 116). De esta manera, los fines de las universidades y escuelas politécnicas, establecen su responsabilidad en la formación profesional para encontrar soluciones a los problemas del país (artículo 160). Finalmente, se establece la pertinencia de la educación superior con la Constitución y el Plan Nacional de Desarrollo (artículo 165).

4.2.5 Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Superior

El Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Superior fue publicado en el Registro Oficial el 2 de septiembre de 2011, consta de 10 páginas que comprenden 39 artículos distribuidos en cinco títulos, más disposiciones generales, transitorias y finales. Este reglamento fue expedido para cumplir con el objetivo establecido en la Ley Orgánica de Educación Superior y alcanzar sus fines; permitiendo la correcta aplicación de los principios constitucionales y legales en el ámbito de aplicación de la Ley Orgánica de Educación Superior (Función Ejecutiva, 2011b).

4.2.6 Reglamento de Régimen Académico

El Reglamento de Régimen Académico fue aprobado por el Consejo de Educación Superior el 12 de noviembre de 2013, el cual regula los programas académicos de nivel técnico, tecnológico, grado, y posgrado, en lo referente a la cantidad de horas, número de materias, prácticas, y opciones de titulación (CES, 2013).

4.2.7 Políticas de Educación Existentes

Entre las Políticas más importantes que se han llevado a cabo constan el Plan Decenal de Educación del Ecuador 2006-2015 y 2016-2025; el Estudio Preliminar: 20 Rupturas al Status Quo Educativo promovidas por el Nuevo Marco Legal; la Evaluación de Desempeño Institucional de las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador; y otros programas de educación informal. Estas políticas se aplican de acuerdo a los diferentes niveles de educación. Primeramente, la Educación Inicial está dirigida a los niños y niñas de 0 a 4 años de edad, tiene por objetivo fomentar valores fundamentales, incorporando a la familia y a la comunidad, en el marco de una concepción inclusiva. Se realizó el diseño participativo del Currículo Nacional de Educación Inicial, publicado y difundido a partir del año 2007 de acuerdo a perfiles de salida mínimos obligatorios para las edades de 3, 4 y 5 años bajo un modelo de

evaluación del desarrollo y madurez de los niños y niñas de educación inicial respetando el ritmo natural de su crecimiento y aprendizaje (Ministerio de Educación, 2006)

En segundo lugar, la Educación General Básica está dirigida a los niños y niñas de 5 a 14 años de edad, desde el primer al décimo año respectivamente. El objetivo de esta etapa es desarrollar sus competencias de manera integral para que se conviertan en ciudadanos positivos. Su principal línea de acción es la articulación del currículo con la educación inicial y el bachillerato. El Nuevo Modelo Pedagógico de la Educación General Básica se enmarca en la interculturalidad y el cuidado ambiental. Finalmente el Bachillerato está dirigido a los jóvenes hombres y mujeres de los 15 a 17 años de edad, desde el primero al tercer año de bachillerato respectivamente. El objetivo de esta etapa es formar jóvenes competentes que puedan seguir una educación superior que les permita ser parte de la actividad productiva del país, respetando los derechos humanos, colectivos, la naturaleza y la vida. Sus principales líneas de acción son la articulación del nuevo modelo educativo para el bachillerato general y técnico con la educación general básica y el sistema de educación superior; así como, la determinación de modelos educativos que desarrollen competencias de emprendimiento a través de la vinculación de la educación y el trabajo productivo.

Por otro lado, el Plan Decenal de Educación es una política a largo plazo que recoge los compromisos internacionales de los que el país es signatario, los acuerdos nacionales, el Ministerio de Educación, la Unión Nacional de Educadores, la Confederación de Colegios de Educación Católica, la Confederación de Colegios de Educación Particular Laica, el Consejo Nacional de Educación Superior, la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), entre otros. Además, brinda una descripción, objetivos y líneas de acción para las tres primeras etapas de formación. La Tabla 34 muestra las políticas prioritarias del Plan Decenal de Educación del Ecuador 2006-2015 y 2016-2025:

Tabla 34*Comparación del Plan Decenal de Educación del Ecuador 2006-2015 y 2016-2025*

POLÍTICAS PRIORITARIAS DEL PLAN DECENAL DE EDUCACIÓN DEL ECUADOR 2006-2015	POLÍTICAS PRIORITARIAS DEL PLAN DECENAL DE EDUCACIÓN DEL ECUADOR 2016-2025 (propuesta de la comunidad educativa)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Universalización de la Educación Inicial de 0 a 5 años. 2. Universalización de la Educación General Básica de primero a décimo. 3. Incremento de la población estudiantil del Bachillerato hasta alcanzar al menos el 75% de los jóvenes en la edad correspondiente. 4. Erradicación del analfabetismo y fortalecimiento de la educación de adultos. 5. Mejoramiento de la infraestructura y el equipamiento de las Instituciones Educativas. 6. Mejoramiento de la calidad y equidad de la educación e implementación de un sistema nacional de evaluación y rendición social de cuentas del sistema educativo. 7. Revalorización de la profesión docente y mejoramiento de la formación inicial, capacitación permanente, condiciones de trabajo y calidad de vida. 8. Aumento del 0,5% anual en la participación del sector educativo en el PIB hasta el año 2012, o hasta alcanzar el 6% del PIB. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garantizar oportunidades de aprendizaje para desarrollar una comunidad educativa justa, solidaria e innovadora. 2. Mejorar los resultados de aprendizaje medidos a través de un sistema integral de evaluación de la calidad. 3. Garantizar que exista la oferta para la Educación Inicial en diferentes modalidades. 4. Lograr que la población culmine bachillerato a la edad correspondiente. 5. Garantizar y fortalecer la oferta de Educación Intercultural Bilingüe en todos los niveles del sistema educativo, con énfasis en territorios en los que la población sea mayoritariamente de una nacionalidad ancestral. 6. Garantizar una oferta educativa pertinente a toda la población con necesidades educativas especiales asociadas o no a una discapacidad. 7. Convertir la política educativa en una política de Estado y generar corresponsabilidad de la comunidad en su diseño, implementación y seguimiento. 8. Usar eficiente y eficazmente los recursos públicos destinados a la educación.

Fuente: Elaboración propia a partir de Ministerio de Educación (2006, 2016)

De acuerdo a la Tabla 34, los desafíos que enfrentará Ecuador en el periodo 2016-2025 involucran la formación del profesorado, especialmente en tecnologías de información y comunicación en educación, y redes sociales, así como en investigación educativa; el fortalecimiento del sistema integral de evaluación de la calidad; las diferentes modalidades de enseñanza; la culminación de los niveles educativos en las edades indicadas; la interculturalidad en la educación que promueva la paz y la convivencia; la pertinencia de la educación con las necesidades educativas de la población, y su accesibilidad; la construcción colectiva de la política educativa así como la educación familiar y la paternidad y maternidad responsables; y el uso eficiente y eficaz del presupuesto educativo (Ministerio de Educación, 2006; 2016)

Por otro lado, las mejoras de la educación en Ecuador en el último decenio abarcan: la universalidad de la educación inicial, la universalización de la educación general básica (1º – 10º); el incremento de la población estudiantil del bachillerato; la lucha contra el analfabetismo y el mejoramiento de la educación de adultos; el equipamiento y renovación de infraestructura educativa; el perfeccionamiento de la calidad y equidad de la educación; la revalorización de la profesión docente; y el incremento de la asignación presupuestaria (Ministerio de Educación, 2015b). En este sentido, el Instituto Nacional de Evaluación Educativa coordina diferentes proyectos nacionales e internacionales (Tabla 35), tales como: Ser Estudiante, Ser Bachiller, Terce, Quiero Ser Maestro, Ser Profesional, Ser Maestro Recategorización, Ser Maestro, PISA, PIACC, MIL, EFQM (INEVAL, 2016a).

Tabla 35

Proyectos educativos nacionales e internacionales de Ecuador

PROYECTOS NACIONALES	DESCRIPCIÓN
Ser Estudiante	Evalúa los saberes de 4to, 7mo y 10mo grado de Educación General Básica (EGB) y permite a los evaluados conocer en qué situación se encuentran con base en los estándares de aprendizaje de cada nivel, emitidos por el Ministerio de Educación (INEVAL, 2016b).
Ser Bachiller	Reemplaza a los exámenes de grado y evalúa cuatro campos: Matemática, Lengua y Literatura, Ciencias Naturales y Estudios Sociales, de acuerdo a los estándares de calidad educativa del Ministerio de Educación (INEVAL, 2016c).
Quiero Ser Maestro	Permite identificar a los mejores profesionales que puedan ocupar vacantes docentes en el Magisterio Nacional, a través de dos fases: el proceso para la obtención de la calidad de elegible, y el concurso de méritos y oposición para llenar vacantes de docentes en el Magisterio Nacional (Ministerio de Educación, 2017).

Ser Profesional	Involucra pruebas de admisión a Maestrías internacionales (Ministerio de Educación, 2017).
PROYECTOS INTERNACIONALES	DESCRIPCIÓN
TERCE (Tercer Estudio Regional Comparativo y Explicativo)	Currículo regional de conocimientos indispensables (OREALC/UNESCO, 2015a).
PISA (Programa Internacional de Evaluación de los Estudiantes)	Habilidades para resolver situaciones en la vida cotidiana (OCDE, 2016b).
PIACC (Programa Internacional para la Evaluación de las Competencias de la población Adulta)	Competencias y destrezas en adultos, docentes e instituciones (OCDE, 2016c).
MIL (Alfabetización Mediática e Informativa)	Competencias y destrezas en información mediática y comunicacional en docentes (OREALC/UNESCO, 2016).
EFQM (Fundación Europea para la Gestión de la Calidad)	Certificación de excelencia en la gestión institucional (EFQM, 2016).

Fuente: Elaboración propia a partir de los sitios web gubernamentales citados en el texto.

Los resultados de los proyectos mencionados en la Tabla 35 muestran mejoras significativas en diferentes indicadores (INEVAL, 2016). A pesar de ello, es necesario, continuar trabajando en el mejoramiento de la calidad educativa en Ecuador, a través de la formación docente, el acompañamiento familiar, los textos escolares de calidad, el fomento de la lectura, entre otros. La Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe de la UNESCO, a través del Laboratorio Latinoamericano de Evaluación de la Calidad de la Educación (LLECE) presentó los resultados del Tercer Estudio Regional Comparativo y Explicativo (TERCE) (OREALC/UNESCO, 2015b). El Proyecto TERCE mostró que las escuelas ecuatorianas alcanzan resultados promedio entre el primer y segundo nivel de desempeño; sin que haya una gran variación en la relación entre el logro y el nivel socioeconómico para las disciplinas evaluadas. De igual manera, sugieren que la orientación de las políticas educativas debe ser proveer apoyo a las escuelas con bajos desempeños, con relativa independencia de las características socioeconómicas de su alumnado para evitar excluir a establecimientos escolares con bajos rendimientos que no necesariamente atienden a estudiantes de bajo nivel socioeconómico (OREALC/UNESCO, 2015b).

La Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), en relación con la aplicación de las Metas 2021, muestran que el analfabetismo se ha reducido en torno a un 11,5% en Ecuador. Estas metas están formadas por once metas generales, veintiocho metas específicas y 39 indicadores con sus correspondientes niveles de logro que los países iberoamericanos pretenden alcanzar en el año 2021 en el ámbito de la educación iberoamericana (OEI, 2014). Ahora bien, Ecuador está trabajando en la implementación del proyecto PISA a través de capacitaciones dirigidas a INEVAL, docentes, entre otros; en temas tales como los métodos de evaluación, desarrollo de producto, análisis y uso de los datos para apoyar el desarrollo de políticas, y la

evaluación de los estudiantes para la reforma curricular (OCDE/BM, 2015). En esta línea, el nuevo marco legal educativo ecuatoriano busca asegurar que todos los ecuatorianos reciban una educación de calidad, en especial los grupos más vulnerables (Ministerio de Educación, 2012). La Tabla 36 presenta las 20 Rupturas al Status Quo Educativo Ecuatoriano:

Tabla 36

Rupturas al status quo educativo ecuatoriano

PARTE I	PARTE II	PARTE III	PARTE IV
“Hacia la reconceptualización de la educación como un derecho de las personas y las comunidades”	“Hacia un cambio profundo de la estructura y el funcionamiento del sistema nacional de educación”	“acia la reconstrucción d los paradigmas de calidad y equidad educativa, para asegurar mejores aprendizajes para todo el estudiantado”	“Hacia la revalorización y enaltecimiento de la profesión docente”
<p>1. Se concibe la educación como un servicio público, en el marco del Buen Vivir.</p> <p>2. Se prohíbe la paralización de las actividades del servicio educativo.</p> <p>3. Se garantiza la gratuidad, universalidad y laicidad de la educación pública.</p> <p>4. Se vela por los derechos de los estudiantes en establecimientos particulares y fiscomisionales.</p> <p>5. Se promueve una participación activa de la comunidad educativa y de las familias en los procesos educativos.</p> <p>6. Se garantizan los recursos económicos</p>	<p>8. Se restablece la rectoría del Estado sobre el sistema educativo nacional.</p> <p>9. Se organiza un nuevo modelo de gestión educativa para acercar la atención a los ciudadanos y lograr servicios educativos completos y pertinentes en cada circuito educativo.</p> <p>10. Se estimula la participación ciudadana en los procesos de toma de decisión de la gestión educativa, así como en los de seguimiento y rendición de cuentas.</p> <p>11. Se fortalece la educación intercultural bilingüe para asegurar un</p>	<p>12. Se invierte la dinámica tradicional del mejoramiento de la calidad educativa, para lograr que las propias escuelas y los propios actores del sistema se conviertan en los principales agentes del cambio.</p> <p>13. Se busca superar el racismo, la discriminación y la exclusión, mediante la transversalización de la interculturalidad en todo el sistema educativo.</p> <p>14. Se introducen importantes cambios en algunas prácticas escolares tradicionales.</p> <p>15. Se permite a todos los</p>	<p>17. Se replantea la carrera docente pública para que el maestro se desarrolle como profesional de la educación.</p> <p>18. Se apunta a la excelencia en los docentes con un escalafón auténticamente meritocrático que asegura una remuneración justa y digna.</p> <p>19. Se garantiza la selección de los mejores docentes con concursos de méritos y oposición rigurosos y transparentes.</p> <p>20. Se crea la Universidad Nacional de Educación, para contribuir a la formación inicial de docentes y otros profesionales de</p>

destinados al sector educativo. 7. Se asegura la escolarización de estudiantes en situaciones de vulnerabilidad.	servicio educativo con pertinencia cultural y lingüística para las nacionalidades y pueblos indígenas.	estudiantes acceder a las mismas oportunidades educativas mediante el Bachillerato General Unificado. 16. Se fortalece el sistema nacional de evaluación educativa con la creación del Instituto Nacional de Evaluación Educativa.	la educación.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------

Fuente: Elaboración propia a partir de Ministerio de Educación (2012)

En el Estudio Preliminar: 20 Rupturas al Statu-Quo Educativo (Ministerio de Educación, 2012) promovidas por el Nuevo Marco Legal, la ruptura 15 expresa que todos los estudiantes pueden acceder a las mismas oportunidades educativas mediante el Bachillerato General Unificado de manera integral y equitativa para la participación en una sociedad democrática, para el mundo laboral y del emprendimiento, y para continuar con sus estudios universitarios. Al respecto, el Bachillerato en Ciencias tiene un 85,7% de materias centrales de formación general y un 14,3% de materias optativas. Mientras que el Bachillerato Técnico tiene un 64% de materias centrales de formación general y un 36% que corresponde a las materias de formación técnica (Ministerio de Educación, 2012, p. 20).

En lo referente a la Educación Superior, la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), resume su visión, misión y valores en la promoción de la formación de talento humano avanzado para el desarrollo de la investigación, innovación y transferencia tecnológica (SENESCYT, 2014). El Mandato Constituyente 14 expedido por la Asamblea Nacional Constituyente el 22 de julio de 2008, establece la obligación del Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación (CONEA) de elaborar un informe técnico sobre el nivel de desempeño institucional de los establecimientos de educación superior, a fin de garantizar su calidad, propiciando su depuración y mejoramiento; para lo cual se emitió el respectivo informe el del 4 de noviembre 2009. Este documento además de evidenciar la carencia de una política pública, permitió generar los elementos para la construcción de dicha política. Los cuatro criterios para la evaluación institucional fueron academia, estudiantes y entorno de aprendizaje, investigación, y gestión interna. Los resultados fueron la categorización universitaria donde once universidades fueron categorizadas A; diez

universidades fueron categorizadas B; doce universidades fueron categorizadas C; nueve universidades fueron categorizadas D; y veintiséis universidades fueron categorizadas E (CONEA, 2009).

De acuerdo al Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, en los resultados de la categorización 2013, Ecuador, tenía tres universidades en Categoría A con oferta académica de pregrado y postgrado: Escuela Politécnica Nacional, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Universidad San Francisco de Quito; veintidós universidades en Categoría B; dieciocho universidades en Categoría C; y ocho universidades en Categoría D (CEAACES, 2013). En el año 2015, el CEAACES inició un proceso de Evaluación acreditación y recategorización institucional en el que participación 13 Instituciones de Educación Superior (IES); de las cuales, 12 participaron de forma voluntaria y solo la Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE) participó de manera obligatoria porque no fue incluida en la valoración del año 2013. Los resultados de este proceso fueron seis universidades en Categoría A con oferta académica de pregrado y postgrado: Escuela Politécnica Nacional, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Universidad San Francisco de Quito, Universidad de Cuenca, Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE), y Universidad de Especialidades Espíritu Santo; veintisiete universidades en Categoría B; diecinueve universidades en Categoría C (CEAACES, 2015).

La Tabla 37 muestra la categorización de las universidades ecuatorianas, en los tres procesos a nivel nacional que se han realizado hasta la fecha: 2009, 2013 y 2015 (recategorización). No se incluyeron las universidades que se dedican únicamente a la enseñanza de Posgrado; las cuales han mantenido su categoría en los tres procesos que se han llevado a cabo, estando en Categoría A, la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, y la Universidad Andina Simón Bolívar; mientras que en la Categoría B se ha mantenido el Instituto de Altos Estudios Nacionales.

Tabla 37*Categorización de universidades ecuatorianas de pregrado y posgrado*

CATEGORÍA	2009	2013	2015
Universidades Categoría A	Escuela Politécnica Nacional Escuela Superior Politécnica del Litoral Escuela Politécnica del Ejército Escuela Superior Politécnica del Chimborazo Pontificia Universidad Católica del Ecuador Universidad Central del Ecuador Universidad de Cuenca Universidad del Azuay Universidad San Francisco de Quito Universidad Técnica de Ambato Universidad Técnica Particular de Loja	Escuela Politécnica Nacional Escuela Superior Politécnica del Litoral Universidad San Francisco de Quito	Escuela Politécnica Nacional Escuela Superior Politécnica del Litoral Universidad San Francisco de Quito Universidad de Cuenca Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE) Universidad de Especialidades Espíritu Santo

<p>Universidades Categoría B</p>	<p>Universidad. Agraria del Ecuador Universidad de Especialidades Espíritu Santo Universidad de Guayaquil Universidad de las Américas Universidad Estatal de Bolívar Universidad Nacional de Chimborazo Universidad Nacional de Loja Universidad Politécnica Salesiana Universidad Técnica del Norte Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (Resolución No. 004-CONEA-2010-113-DC)</p>	<p>Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Pontificia Universidad Católica del Ecuador Universidad Casa Grande Universidad Católica de Santiago de Guayaquil Universidad Central del Ecuador Universidad de Cuenca Universidad del Azuay Universidad Estatal de Milagro Universidad Nacional de Loja Universidad Particular Internacional SEK Universidad Politécnica Salesiana Universidad Técnica de Ambato Universidad Técnica del Norte Universidad Técnica Estatal de Quevedo Universidad Técnica Particular de Loja Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil Universidad Tecnológica Equinoccial Universidad Tecnológica Indoamérica Universidad de los Hemisferios Universidad Estatal Amazónica Universidad Politécnica del Carchi</p>	<p>Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Pontificia Universidad Católica del Ecuador Universidad Casa Grande Universidad Católica de Santiago de Guayaquil Universidad Central del Ecuador Universidad del Azuay Universidad Estatal de Milagro Universidad Nacional de Loja Universidad Particular Internacional SEK Universidad Politécnica Salesiana Universidad Técnica de Ambato Universidad Técnica del Norte Universidad Técnica Estatal de Quevedo Universidad Técnica Particular de Loja Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil Universidad Tecnológica Equinoccial Universidad Tecnológica Indoamérica Universidad de los Hemisferios Universidad Estatal Amazónica</p>
--------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		Universidad Iberoamericana	Universidad Politécnica del Carchi Universidad Iberoamericana Universidad Técnica de Manabí Universidad de las Américas Universidad Internacional del Ecuador Universidad de Guayaquil Universidad Técnica de Machala Universidad Católica de Cuenca
Universidades Categoría C	Escuela Politécnica Agropecuaria Universidad Católica de Cuenca Universidad Estatal de Milagro Universidad Estatal del Sur de Manabí Universidad Internacional del Ecuador Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Universidad Naval Morán Valverde Universidad Técnica de Cotopaxi Universidad Técnica de Machala Universidad Técnica Estatal de Quevedo	Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Universidad de Especialidades Turísticas Universidad de las Américas Universidad del Pacífico Escuela de Negocios Universidad Estatal de Bolívar Universidad Internacional del Ecuador Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil Universidad Metropolitana	Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Universidad de Especialidades Turísticas Universidad del Pacífico Escuela de Negocios Universidad Estatal de Bolívar Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil Universidad Metropolitana Universidad Nacional del Chimborazo Universidad Regional Autónoma de los

	<p>Universidad Técnica L. Vargas Torres</p> <p>Universidad Tecnológica Equinoccial</p>	<p>Universidad Nacional del Chimborazo</p> <p>Universidad Particular de Especialidades Espíritu Santo</p> <p>Universidad Regional Autónoma de los Andes</p> <p>Universidad Técnica de Babahoyo</p> <p>Universidad Técnica de Cotopaxi</p> <p>Universidad Tecnológica Israel</p> <p>Universidad Estatal Península de Santa Elena</p> <p>Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo</p> <p>Universidad Técnica de Manabí</p> <p>Universidad Tecnológica ECOTEC</p>	<p>Andes</p> <p>Universidad Técnica de Babahoyo</p> <p>Universidad Tecnológica Israel</p> <p>Universidad Estatal Península de Santa Elena</p> <p>Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo</p> <p>Universidad Tecnológica ECOTEC</p> <p>Universidad Técnica de Cotopaxi (Institución en situación de irregularidad académica)</p> <p>Universidad Estatal del Sur de Manabí</p> <p>Universidad de Otavalo</p> <p>Universidad Agraria del Ecuador</p> <p>Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí</p> <p>Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas</p>
<p>Universidades Categoría D</p>	<p>Universidad Casa Grande</p> <p>Universidad de Los Hemisferios</p> <p>Universidad Estatal Amazónica</p> <p>Universidad Internacional Sek</p> <p>Universidad Laica Vicente Rocafuerte</p> <p>Universidad Regional de los Andes</p>	<p>Universidad Agraria del Ecuador</p> <p>Universidad de Guayaquil</p> <p>Universidad Estatal del Sur de Manabí</p> <p>Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí</p> <p>Universidad Técnica de Machala</p> <p>Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas</p>	

	<p>Universidad Técnica de Babahoyo</p> <p>Universidad Técnica de Manabí</p> <p>Universidad Tecnológica Ecotec</p>	<p>Universidad Católica de Cuenca</p> <p>Universidad de Otavalo</p>	
<p>Universidades Categoría E</p>	<p>Escuela Politécnica Amazónica</p> <p>Escuela Politécnica Prof. Montero L.</p> <p>Escuela Politécnica Javeriana</p> <p>Universidad Alfredo Pérez Guerrero</p> <p>Universidad Autónoma de Quito</p> <p>Universidad Cristiana Latinoamericana</p> <p>Universidad de Especialidades Turísticas</p> <p>Universidad de Otavalo</p> <p>Universidad del Pacífico – E. de Negocios</p> <p>Universidad Estatal de Santa Elena</p> <p>Universidad Iberoamericana del Ecuador</p> <p>Universidad Intercontinental</p> <p>Universidad Interamericana del Ecuador</p> <p>Universidad Intercultural</p> <p>Universidad Metropolitana</p> <p>Universidad OG Mandino</p> <p>Universidad Panamericana de Cuenca</p> <p>Universidad Politécnica Estatal del Carchi</p> <p>Universidad San Antonio de Machala</p>		

	Universidad San Gregorio de Portoviejo Universidad Técnica José Peralta Universidad Tecnológica América Universidad Tecnológica Empresarial Universidad Tecnológica Indoamérica Universidad Tecnológica Israel Universitas Equatorialis		
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia a partir de CONEA (2009) y CEAACES (2013, 2015)

Los desafíos de la Educación Superior en Ecuador involucran la reforma integral de las universidades; la educación a distancia y otras modalidades; la educación ciudadana a través de los proyectos de vinculación; la educación ambiental; el desarrollo de la investigación e innovación; entre otros proyectos emblemáticos que tienen como objetivo aportar a la nueva matriz productiva de Ecuador.

Otro programa de formación que promueve el emprendimiento es Aprendamos, el cual es un proyecto educativo bajo la responsabilidad de Fundación Ecuador, inició a finales del año 2003 como una iniciativa de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, en alianza estratégica con el sector privado y es transmitido por televisión a nivel nacional por los más importantes canales. Tiene a su haber 800 convenios con 477 instituciones, así como un impacto directo a cerca de 1'100.000 personas inscritas, e impacto indirecto a más de 1'100.000 de televidentes (Fundación Ecuador, 2014). Este programa ha desarrollado 19 cursos, de los cuales tres están directamente relacionados a esta investigación: Desarrollo de la Pequeña Empresa a través del cual se desarrolla y fortalece habilidades en los microempresarios, este curso cuenta con un total de 86.539 inscritos; Producción y Medio Ambiente con 34.500 inscritos; y Emprendimiento Digital con 39.500 inscritos (Fundación Ecuador, 2016). Para inscribirse en los cursos las personas pueden hacerlo a través del Centro Tutorial, la Biblioteca Municipal, o en los Centros de Atención Municipal Integral (CAMIS). Los cursos son gratuitos y para aquellos que se inscriben se les entrega materiales y certificación en el caso de cumplir con los requisitos del curso. Adicionalmente, los cursos son de acceso libre mediante los programas televisivos o a través de internet en la página web de Fundación Ecuador (Fundación Ecuador, 2016).

De igual manera, el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), es una Institución del estado ecuatoriano que brinda procesos de perfeccionamiento, capacitación y formación profesional que respondan a la demanda del sistema laboral en relación directa con el Plan de Desarrollo y políticas de empleo nacionales. Cuenta con veintisiete centros distribuidos a nivel nacional de acuerdo a las nueve Direcciones Zonales y el Régimen Especial de Galápagos. Oferta cursos de corta duración y programas de media y larga duración bajo un diseño curricular por competencias laborales. La programación de los cursos y programas es bimensual y varía de acuerdo a cada centro, de igual manera, los costos dependerán del contenido y duración sea curso o programa. Entre los cursos de corta duración que se ofertan relevantes a esta investigación están los de Administradores que comprenden entre 60 y 80 horas de duración. Entre los programas de media duración se destacan el de Administrador de Negocios Unipersonales con 300 horas, y el de Emprendedor de Pequeños Negocios con 120 horas. Entre los programas de larga duración se encuentra el de Emprendedor Familiar con 454 horas (SECAP, 2014).

5. MODELO PEDAGÓGICO DE LA CARRERA DE EMPRENDIMIENTO DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL (UCSG)

El emprendedorismo como actividad académica es un tema relativamente nuevo en Ecuador, donde la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil es pionera de acuerdo a la Resolución Administrativa 011-03 (UCSG, 2003a), en la cual se evidencia su fecha de creación. La Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil está ubicada en el área de “Emprendimiento en Educación”, no directamente en la incubación, siendo su actividad principal la “Socialización Temprana” (*Entrepreneurship Development Institute of India*, 2012). A continuación se realizará un análisis del aporte de la Carrera de Emprendimiento en el desarrollo de competencias emprendedoras, mediante un estudio de las materias de la malla curricular y los métodos de enseñanza de la carrera.

La Carrera Ingeniería de Emprendedores, actualmente denominada Carrera de Emprendimiento, fue creada, a través de la Resolución CU 2 VI 03 emitida por el Consejo Universitario de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, el 2 de junio de 2003; siendo aprobada a través de la Resolución número 4091 CONESUP¹⁵⁶ – SDE con fecha 12 de noviembre de 2003 (CONESUP, 2003). Actualmente, la carrera ofrece la titulación de Licenciado (a) en Desarrollo de Negocios Bilingüe con una duración de estudios, sin trabajo de titulación, de cuatro años y con titulación de cuatro años y medio (UCSG, 2012a). La Carrera de Emprendimiento pertenece al área de las Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho y obedece a la sub área 34 correspondiente a Educación Comercial y Administración (SNIESE, 2016).

De acuerdo al Plan Director de abril de 2003, la Misión de la Carrera de Emprendimiento es: “Formar profesionales éticos y socialmente responsables que sean capaces de crear nuevas empresas y reinventar empresas ya existentes que sean competitivas en un mercado globalizado”. Y su Visión es “Aportar al país con profesionales emprendedores capacitados para trabajar en diferentes áreas administrativas del sector empresarial, ya sea en compañías públicas o privadas, a nivel nacional e internacional. Profesionales que detecten oportunidades a través del análisis de mercado, la elaboración e implementación de planes de negocio que conlleven a la creación de nuevas empresas, contribuyendo al desarrollo sustentable del país” (UCSG, 2003b, p. 3).

¹⁵⁶ El Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) era el organismo planificador, regulador y coordinador (Congreso Nacional, 2000), este fue reemplazado por el Consejo de Educación Superior (CES) que es el ente regulador de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) (Asamblea Nacional, 2010b).

En el año 2009, se realizó un diagnóstico de la situación de la carrera del periodo 2003-2007; el cual fue presentado al Vicerrectorado Académico de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. En aquel periodo, la carrera había tenido dos Directores de Carrera y contaba con tres mallas curriculares: malla 1¹⁵⁷, malla 2 y malla 3¹⁵⁸. El estudio detectó que la práctica se llevaba a cabo únicamente en el primer año de estudios, siendo los restantes puramente teóricos; además, se determinó que existía una alta rotación de docentes, y que el contenido de los programas de cada materia era muy variado, es decir, variaba según los docentes. Asimismo, el estudio dio a conocer que las tutorías no estaban integradas y no existía un currículo de investigación; y a pesar de que la carrera estaba registrada como bilingüe, no había un currículo para las materias de inglés, ni se dictaban materias en inglés (UCSG, 2009a).

En el año 2012, se creó la malla curricular 5 para los estudiantes nuevos, en la cual se añadieron las materias de prácticas, se redujeron los créditos por materia, se incorporó la materia y certificación de *Cambridge University, Business English Certificate (BEC)*, y se incluyó la Unidad de Titulación como IX ciclo de la carrera (UCSG, 2012a). A partir del año 2013, el Estado Ecuatoriano inició una reforma integral de las Instituciones de Educación Superior (IES), el cual consiste en realizar el rediseño de todas las carreras o programas existentes en Ecuador, este proceso está a cargo del Consejo de Educación Superior, y está supuesto a ser concluido en el año 2017, por lo que se prevé que la Carrera de Emprendimiento contará con una nueva actualización de su malla curricular (Consejo de Educación Superior, 2013).

5.1 Paradigmas Educativos de la Carrera de Emprendimiento

A continuación se realizará una recopilación de las experiencias vividas como Directora de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en el periodo 2008-2013. El paradigma de que los emprendedores nacen y no se hacen está muy arraigado en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil; esto se basa en los múltiples comentarios que se recibieron de la Carrera de Emprendimiento de parte de autoridades, docentes y la comunidad en general. En el

¹⁵⁷ La malla curricular, corresponde al mesocurrículo, la cual establece las materias de la carrera, así como sus créditos, pre – requisitos y co – requisitos (Consejo de Educación Superior, 2013).

¹⁵⁸ La malla 2 estaba estructurada bajo el sistema de créditos académicos y contaba con pre-requisitos; lo cual era una carencia en la malla 1. La malla 3 abarcaba la unificación y aumento de materias. Como norma general de la UCSG, en el área de Formación General y Humanística se unificó Español I y II, así como Estudios Ecuatorianos y Cultura Contemporánea; adicionalmente, se incorporaron las materias Optativa I y II. La malla 4, fue denominada “la mallita” o “malla de transición”, en la que se creó la malla curricular del nivel de titulación, la cual estaba compuesta por el Trabajo de Titulación y las materias que apoyaran la elaboración del mismo (UCSG, 2013d).

año 2008, la Carrera de Emprendimiento era considerada *sui genēris*¹⁵⁹, lo que se reflejaba en el número del estudiantado que para aquella época representaba el 8% de estudiantes de la Facultad de Especialidades Empresariales y en comparación con el número de estudiantes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil apenas llegaba al 2% (UCSG, 2013b).

Entre las objeciones que se presentaban respecto a la carrera, primeramente se cuestionaba el sentido multidisciplinar; ya que la mayoría de Programas de Emprendimiento en Ecuador, especialmente a nivel universitario, se manejan a través de centros que abarcan estudiantes de diferentes carreras (CEAACES, 2015). La Carrera de Emprendimiento es intrínsecamente multidisciplinar, ya que al revisar el reporte de colegios y especializaciones de origen mediante el Sistema Integrado Universitario (SIU), se evidenció que los estudiantes provenían de diferentes especializaciones, entre las que se destacaban: Físico Matemático, Químico Biólogo, Sociales; y un pequeño porcentaje provenía de Comercio, Administración, Empresariales y Áreas Técnicas, ya que la mayoría de estos estudiantes optan por carreras tradicionales impartidas en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG, 2013b). Además, los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento tienen un pasatiempo definido o un conocimiento especial, entre los pasatiempos registrados constan: los deportes, el teatro, la danza, el canto, la música, la cocina, la computación; algunos estudian otra carrera simultáneamente como Producción de Televisión, Turismo, Administración de Ventas y Diseño Gráfico (UCSG, 2013b).

Por otra parte, el 60% de los estudiantes está relacionado con un negocio familiar de diferente tamaño, o sus padres ocupan una alta gerencia en una empresa de cualquier tamaño; estos estudiantes están relacionados con empresas madereras, bananeras, camarónicas, laboratorios químicos, constructoras, empresas desarrolladoras de software, importadoras y distribuidoras de materiales de construcción, electrodomésticos o cualquier otro tipo de mercadería (UCSG, 2013b). El 13,6% de estudiantes provienen de ciudades diferentes a Guayaquil, especialmente de las provincias de Los Ríos y El Oro. Entre otras ciudades de origen de los estudiantes, se destacan: Ambato, Babahoyo, Cuenca, El Carmen, El Empalme, Esmeraldas, Huaquillas, La Libertad, Machala, Manta, Montalvo, Naranjito, Olmedo, Pasaje, Quevedo, Quito, Salinas, San Cristóbal, Santa Elena, Santa Rosa, Santo Domingo, Vinces, y Zaruma (UCSG, 2013b).

¹⁵⁹ *Sui genēris* es un vocablo latín que significa muy singular y excepcional (RAE, 2016).

Otra objeción que provoca dudas desde los propios padres es el diseño de la Carrera; ya que a diferencia de las carreras tradicionales, desde el preuniversitario los estudiantes trabajan la creatividad mediante proyectos aplicados que involucran punto de equilibrio, punto de quiebre y rentabilidad. En los primeros ciclos, los estudiantes comienzan a tratar flujos de caja e indicadores de efectividad y valoración administrativa financiera. A través del desarrollo de proyectos, los estudiantes se familiarizan de manera natural con estos análisis. El objetivo es que los estudiantes, a lo largo de toda la carrera, mediante el aporte de todas las materias, de manera sistémica desarrollen competencias emprendedoras, es decir, alcancen logros basados en la creatividad y control de riesgo para la toma de decisiones (UCSG, 2012a).

La metodología de Producto Mínimo Viable aplicada en las materias BAE¹⁶⁰ I (primer ciclo) y BAE II (segundo ciclo) provoca que la misma comunidad universitaria perciba los proyectos de generación de ideas (ni siquiera de pre-incubación) como el fin u objetivo final de la carrera. Esos pequeños negocios son fruto de las ideas con que llegan los estudiantes, donde el docente no influencia su creatividad ni toma decisiones. Los estudiantes compiten entre ellos por identificar, entre cientos, la que el grupo consideró por distintos factores como la mejor alternativa posible. De otra manera, la carrera tendría que implementar las ideas de los docentes en lugar de las de los estudiantes y esto simplemente continuaría con el ciclo de repetición de ideas que comúnmente se desarrollan en carreras tradicionales.

Ante los paradigmas educativos que enfrenta la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, se plantean algunas preguntas a ser consideradas en futuras investigaciones:

- ¿Por qué se enseña Administración, Gestión Empresarial Internacional, Empresas Dual y Emprendimiento en la UCSG?
- ¿Por qué no se enseña emprendimiento en lugar de los otros programas afines?
- ¿Por qué no se aplica una pedagogía emprendedora en los otros programas afines en lugar de enseñar emprendimiento?
- ¿Por qué no se unifican los programas de Administración, Gestión Empresarial Internacional, Empresas Dual y Emprendimiento en la UCSG?

¹⁶⁰ Base de Administración para Emprendedores, materia que involucra teorías de creatividad, administración, contabilidad y marketing (UCSG, 2016).

5.2 Componentes Curriculares de la Carrera de Emprendimiento

La Tabla 38 presenta la estructura curricular de la Carrera de Emprendimiento, la misma que cuenta con cuatro niveles de formación: básico, básico-específico, pre-profesional, y profesional o de titulación.

Tabla 38

Estructura Curricular de la Carrera de Emprendimiento

NIVEL	MÉTODOS	CONTEXTO	ACTORES Y SECTORES	NIVEL DE INVESTIGACIÓN
BÁSICO Y BÁSICO ESPECÍFICO	General: Los métodos utilizados son el método de casos y el método de solución de problemas que generan diferentes situaciones.	Micro	Empresarial	Bajo
PRE-PROFESIONAL	Particular: Los métodos de trabajo son de Análisis de Mercado, Estudios de Factibilidad. Diseño e Implementación de Proyectos y Administración de Empresas.	Meso	Sectorial	Medio
PROFESIONAL (TITULACIÓN)	Específico: Los problemas específicos son solucionados por medio de los métodos de mercadeo, comercialización y retórica.	Macro	Nacional e Internacional	Alto

Fuente: Elaboración propia a partir del Plan Director UCSG (2003b)

El objetivo general de la Carrera de Emprendimiento es “formar el espíritu emprendedor de los jóvenes y graduar a profesionales capacitados para crear, reinventar y liderar empresas públicas y privadas a nivel nacional e internacional” (UCSG, 2003b, p. 3). Los objetivos específicos de la carrera son: fomentar el espíritu emprendedor e innovador en los ecuatorianos especialmente en los jóvenes; formar generadores de empleo a través de la creación de nuevos negocios y ampliación de negocios existentes; proveer una educación integral en las áreas multidisciplinar, profesional, instrumental, investigación, humanística y pasantías; así como reafirmar valores éticos y crear responsabilidad social en futuros emprendedores.

La Tabla 39 muestra el propósito de formación de la Carrera de Emprendimiento, considerando los ejes curriculares, las tendencias prioritarias, las tensiones sustanciales, las necesidades prioritarias, el saber, el saber hacer, el saber ser y el saber emprender.

Tabla 39

Propósito de la formación de la Carrera de Emprendimiento

EJES CURRICULARES	TENDENCIAS PRIORITARIAS	TENSIONES SUSTANCIALES	NECESIDADES PRIORITARIAS	SABER	SABER HACER	SABER SER	SABER EMPRENDER
CONOCIMIENTOS	Liderazgo y empoderamiento	Direccionamiento al Desarrollo Humano y Desarrollo del Pensamiento.	Emprendimiento y generación estratégica.				
REALIDAD CONTEXTUALIZADA	Compromiso y responsabilidad social	Concordancia de la actualidad y el entorno educativo globalizado.	Tomar decisiones de riesgo e incrementar la capacidad de respuesta para adaptarse a los cambios globales.				
PROFESIÓN (Campos de Acción Profesional)	Creación y aceleración de empresas nuevas y existentes	Línea de sucesión en empresas familiares. Realidad socio económica del país.	Fomentar la industria y el empleo.	Identificación de oportunidades	Desarrollo de planes de negocio	Comportamiento como persona humana y empresario	Ejecución de negocios sustentables y sostenibles
SUJETO COGNOSCENTE	Ser ciudadano del mundo	Identificarse con el rol que desempeñan y/o van a desempeñar en todos los ámbitos.	Trabajar en el desarrollo de sus propias competencias emprendedoras.				

Fuente: Elaboración propia a partir del Plan Director UCSG (2003b)

Los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento cursan ocho materias de prácticas de tres créditos cada una, a lo largo de toda la carrera, de acuerdo a la Tabla 40 que a continuación se presenta:

Tabla 40

Eje de pasantías de la Carrera de Emprendimiento

NIVEL	CARÁCTER	OBJETIVO	MODALIDAD	COMPETENCIAS A DESARROLLAR	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	INTERACCIONES
Básico y Básico Específico	General	Pertinencia: otorgar conocimiento acerca del entorno empresarial en general.	Seminarios	Identificar oportunidades, analizar los recursos y evaluar ideas.	Asistir a seminarios relacionados con la carrera y/o áreas de estudio.	Defender su punto de vista: participar y expresar su pensamiento crítico ante el material expuesto.	Debatir con el expositor y sus compañeros su criterio. Construir nuevos conceptos mediante el trabajo en equipo que se genere del material expuesto.
Pre-profesional y Profesional (Titulación)	Particular	Calidad: vincular al alumno con la carrera y la sociedad en particular.	Actividades de la Carrera y sociales en general.	Analizar mercados para buscar oportunidades que logren la creación o reinención de compañías.	Ejecutar disciplinadamente las normas, políticas y procedimientos.	Tomar conciencia: identificar objetivos de la institución y relacionarlos con sus propios objetivos.	Conectar el entorno social y personal a través de la comunicación efectiva institución-alumno-carrera-alumno-institución, fomentando el trabajo en equipo y liderazgo participativo.

Profesional	Específico	Internacionalización: brindar conocimiento acerca de áreas específicas de empresas reales.	Laborales	Elaborar y evaluar una idea usando la información correcta para crear e implementar planes de negocios a nivel nacional e internacional.	Identificar oportunidades de mercado.	Asumir responsabilidades y defender sus ideas para proveer soluciones a problemas y/o necesidades específicas del entorno.	Ejecutar el plan de negocios a través del trabajo en equipo, estrategias de comunicación interna y externa, y de la toma de decisiones de la mejor alternativa posible.
-------------	------------	--------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir del Proyecto de Implementación Curricular de las Prácticas Pre-Profesionales y Pasantías Estudiantiles UCSG (2009b)

5.3 Componente Investigativo de la Carrera de Emprendimiento

La Carrera de Emprendimiento tiene como eje transversal la investigación, dicho proceso se realiza a través de las materias integradoras de cada ciclo. La tutoría integrada de primer ciclo pasa a segundo ciclo; la tutoría integrada de tercer ciclo pasa a cuarto ciclo; la tutoría integrada de quinto ciclo pasa a sexto y posteriormente a séptimo ciclo. Las tutorías integradas de primer a séptimo ciclo están enmarcadas en la línea de investigación de emprendimiento empresarial o comercial; mientras que la tutoría integrada de octavo ciclo corresponde a la línea de investigación de emprendimiento social. Posterior a la Tabla 41 se presenta su explicación detallada.

Tabla 41

Eje transversal de investigación de la Carrera de Emprendimiento

Ciencia	Sociales y Humanas (especialidad empresarial)										
Enfoque	Cualitativo-Cuantitativo										
Paradigma	Socio-Crítico										
Método	Científico y-ó Hipotético Deductivo										
	Participación Acción ó Investigación Acción-Participativa										
Metodología	Metodologías Integradas de Intervención Profesional desde el rigor y la lógica investigativa										
Ciclos de Estudio	I ciclo	II ciclo	III ciclo	IV ciclo	V ciclo	VI ciclo	VII ciclo	VIII ciclo			Unidad de Titulación
Materia Integradora	Investigación creativa	Investigación y desarrollo	Mercadeo	Introducción a emprendedores	Mercadeo estratégico	Comercio exterior	Impacto global	Planeación estratégica	Consultoría comunitaria	Plan de negocios	Auditoría de mercado y plan de marketing
Logro	Elaboración de plan de negocios.	Implementación y presentación de resultados de plan de negocio BAE I.	Investigación y desarrollo de oportunidades de negocios.	Implementación de plan de mercadeo estratégico.	Plan de marketing.	Adaptación e implementación del plan de marketing a mercados internacionales.	Internacionalización de emprendimientos.	Elaboración de la memoria de pasantías	Emprendimiento social.	Desarrollo de la propuesta de trabajo de titulación.	Desarrollo del trabajo de titulación.
Modalidad del método, alcance o nivel de la investigación	Exploratoria	Exploratoria	Descriptiva, analítica	Descriptiva, analítica	Correlacional	Correlacional	Explicativa, comprensiva	Explicativa, comprensiva	Explicativa, comprensiva	Explicativa, comprensiva	Explicativa, comprensiva

Técnicas de Investigación	Métodos de recolección de información altamente flexibles, no estructurados y cualitativos como la observación. Métodos cuantitativos altamente flexibles y no estructurados como encuestas piloto.	Observación, entrevistas, encuestas.	Técnicas estructuradas de observación, entrevistas, encuestas y grupos focales.	Técnicas estructuradas de observación, entrevistas, encuestas y grupos focales.	Encuesta, base de datos estadísticas, entrevistas, grupos focales.	Encuesta, base de datos estadísticas, entrevistas, grupos focales.	Procesamiento de información – ción causa y efecto (cuantitativo) y estudios causales (cualitativos).	Procesamiento lógico y teórico de la información que muestra causa y efecto (cuantitativo) y estudios causales (cualitativos)	Prospectivas, proyectivas.	Prospectivas, proyectivas.
Modalidad del Proyecto	Proyecto de investigación aplicado									
Líneas de Investigación	Emprendimiento empresarial. Emprendimiento social. Ámbito público y privado. Alcance nacional e internacional									

Fuente: Elaboración propia a partir de la malla curricular 5 UCSG (2012a), publicado en <http://www2.ucsg.edu.ec/empresariales/ce-area-de-investigacion.html>

De primer a quinto ciclo el ámbito de la carrera es nacional. Los estudiantes de primer ciclo desarrollan un plan de negocio que ponen en práctica en segundo ciclo. Durante este periodo se busca que los estudiantes se acerquen a la realidad de las empresas pero en un ambiente controlado. La UCSG a través de la Carrera de Emprendimiento les provee de capital semilla, espacio físico y mercado cautivo para la venta de sus productos o servicios. Las actitudes emprendedoras que se crean en esta etapa son: creatividad, trabajo en equipo y responsabilidad. De igual manera, ponen en práctica los conocimientos que simultáneamente van adquiriendo en las materias de cada ciclo. En primer ciclo los estudiantes cursan siete materias: Base de Administración de Empresas (BAE) I, Matemáticas Aplicadas, Inglés Básico, Practicas por Seminario I, Investigación Creativa, Teología I, e Idioma Español. En segundo ciclo los estudiantes cursan ocho materias: Base de Administración de Empresas (BAE) II, Estadística y Probabilidad, Derecho Empresarial, Inglés Pre Intermedio, Informática I (Cocurricular), Practicas por Seminario II, Investigación y Desarrollo, y Teología II (UCSG, 2012a).

En tercer ciclo, los estudiantes desarrollan un plan de negocio a partir de una Investigación de Mercado, este plan se ejecuta en cuarto ciclo. Durante este periodo se busca que los estudiantes se acerquen a la realidad de emprender; es decir, mediante un ambiente con variables controlables y no controlables. El requisito es que el proyecto se base en un servicio, para lo cual lo único que reciben los estudiantes de parte de la UCSG, a través de la Carrera de Emprendimiento, es el acompañamiento. Las actitudes emprendedoras que se crean en esta etapa son: la capacidad para autocalcapitalizarse (*fund raising*) y la toma de riesgo (*risk taking*). De igual manera, ponen en práctica los conocimientos que simultáneamente van adquiriendo en las materias de cada ciclo. En tercer ciclo los estudiantes cursan ocho materias: Contabilidad Gerencial, Macroeconomía y Microeconomía, Inglés Intermedio, Informática II (Cocurricular), Prácticas Sociales Institucionales I, Mercadeo, Introducción al Pensamiento Crítico, y Optativa I. En cuarto ciclo los estudiantes cursan seis materias: Análisis Financiero, Inglés Intermedio Avanzado, Informática Aplicada, Prácticas Sociales Institucionales II, Introducción a Emprendedores, así como Liderazgo y Comportamiento Organizacional.

En quinto ciclo, los estudiantes desarrollan un plan de negocio para lanzar un producto con potencial de exportación. En este ciclo, los estudiantes ponen en práctica las actitudes emprendedoras desarrolladas de primer a cuarto ciclo, así como ponen en práctica el conocimiento adquirido a lo largo de todas las materias que hasta ese momento han cursado en la Carrera de Emprendimiento. El requisito es que el proyecto se base en un producto escalable. En esta fase el producto se orienta al

mercado nacional. Las actitudes emprendedoras que se crean en esta etapa son: la capacidad de investigar, ser perseverantes y tomar decisiones. De igual manera, ponen en práctica los conocimientos que simultáneamente van adquiriendo en las materias de cada ciclo. En quinto ciclo los estudiantes cursan seis materias: Administración Financiera, Inglés Avanzado, Manejo de Negocios en Crecimiento, Prácticas Laborales Pre Profesionales I, Mercadeo Estratégico, y Estudios Contemporáneos.

En sexto y séptimo ciclo se va a formar a los estudiantes en el ámbito empresarial internacional. El proyecto de quinto ciclo pasa a sexto ciclo como un emprendimiento internacional; para lo cual se lo debe adaptar de acuerdo a las exigencias del mercado que corresponda. El requisito es que el proyecto se base en un producto exportable, que permita utilizar la plataforma Exporta Fácil del Gobierno Nacional. Las actitudes emprendedoras que se crean en esta etapa son: la recuperación ante el fracaso, ser propositivos, buscar apoyo, negociar, evangelizar su proyecto y sobretodo la capacidad de innovación. De igual manera, ponen en práctica los conocimientos que simultáneamente van adquiriendo en las materias de cada ciclo. En sexto ciclo los estudiantes cursan siete materias: Finanzas, Relaciones Internacionales, Canales de Distribución, Optativa II, Prácticas Laborales Pre Profesionales II, Comercio Exterior, y Negociación Comercial.

En séptimo ciclo se retoma el proyecto de sexto ciclo, el mismo que viene desde quinto ciclo. En este ciclo, a más de la internacionalización del producto, se persigue la globalización del mismo; para lo cual se aplicará el E-emprendimiento a través de las Tecnologías de Comunicación e Información. Las actitudes emprendedoras que se crean en esta etapa son: buscar constantemente nuevas oportunidades y ser lo suficientemente flexibles para cambiar completamente su modelo de negocio si el mercado lo exige. De igual manera, ponen en práctica los conocimientos que simultáneamente van adquiriendo en las materias de cada ciclo. En séptimo ciclo los estudiantes cursan siete materias: Planeación Estratégica, Comercio Electrónico, Optativa III, Prácticas Laborales Pre Profesionales III, Impacto Global, y Ética.

De primer a séptimo ciclo se trabaja el emprendimiento empresarial o comercial; mientras que octavo ciclo se fundamenta en el emprendimiento social a través de una consultoría comunitaria. En este ciclo los estudiantes van a poner en práctica todas sus actitudes emprendedoras así como los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera a favor de la sociedad. Para ello desarrollarán un Proyecto de Intervención a partir de una necesidad declarada en un sector vulnerable en cualquier ciudad del país. Las actitudes emprendedoras que se crean en esta etapa son: definir

objetivos para cualquier tarea o proyecto, actualizar conocimientos e información, ser exigentes hacia ellos mismo, perseverantes y sobre todo tener un alto sentido de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. De igual manera, ponen en práctica los conocimientos que simultáneamente van adquiriendo en las materias de cada ciclo. En octavo ciclo los estudiantes cursan siete materias: Plan de Negocios, Propiedad Intelectual, *Business English Certificate*, Emprendedor en las Corporaciones, Prácticas Sociales Comunitarias y Consultoría Comunitaria.

De primer a octavo ciclo se ha cumplido con el Proceso de Formación de Emprendedores, tanto en el ámbito nacional como internacional, así como en el emprendimiento empresarial y social. En el noveno ciclo o unidad de titulación, los estudiantes desarrollan por primera vez un proyecto de manera individual. En este ciclo los estudiantes van a poner en práctica todas sus competencias emprendedoras (conocimientos, habilidades y actitudes para la acción y capacidad emprendedora), así como los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera para desarrollar su Trabajo de Titulación a través de una propuesta para crear su propia empresa. Para el desarrollo del Trabajo de Titulación cursan dos seminarios de apoyo para el diseño o estudio del modelo de negocio que propongan: Auditoria de Mercado y Plan de Marketing; así como Estudio Económico, Financiero y Tributario.

5.4 Impacto de la Carrera de Emprendimiento

El perfil de egreso del Licenciado (a) en Desarrollo de Negocios Bilingüe de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil es ser un profesional innovador, ético y socialmente responsable que posea los conocimientos necesarios provenientes de una educación integral en las diferentes áreas de negocios (UCSG, 2012b), para lo cual:

- Detecta oportunidades de negocios por su sólida formación en análisis y diagnóstico de mercado.
- Investiga, elabora e implementa planes de negocio para la creación de empresas.
- Domina el Inglés de Negocios como segunda lengua para el ejercicio de su profesión.
- Administra y controla eficientemente los negocios con tecnología de punta.

Todos los estudiantes matriculados en la Carrera de Emprendimiento tienen el deseo de emprender. A pesar de ello, la mayor parte de los graduados de la Carrera de Emprendimiento, al año 2013, no contaban con su propia empresa. El perfil de los graduados es mayoritariamente de intraemprendedores, seguido de una minoría de emprendedores, y levemente de interemprendedores. En el año 2013, se planteó un

periodo de maduración de diez años a partir de la fecha de graduación para que lograsen alcanzar la suficiente experiencia y capital para emprender sus propios negocios (UCSG, 2013c).

La Figura 11 muestra la identificación de la demanda social de actores y sectores vinculados con la profesión, a través de la siguiente tabla que está basada en el Modelo del *Boston Consulting Group*:

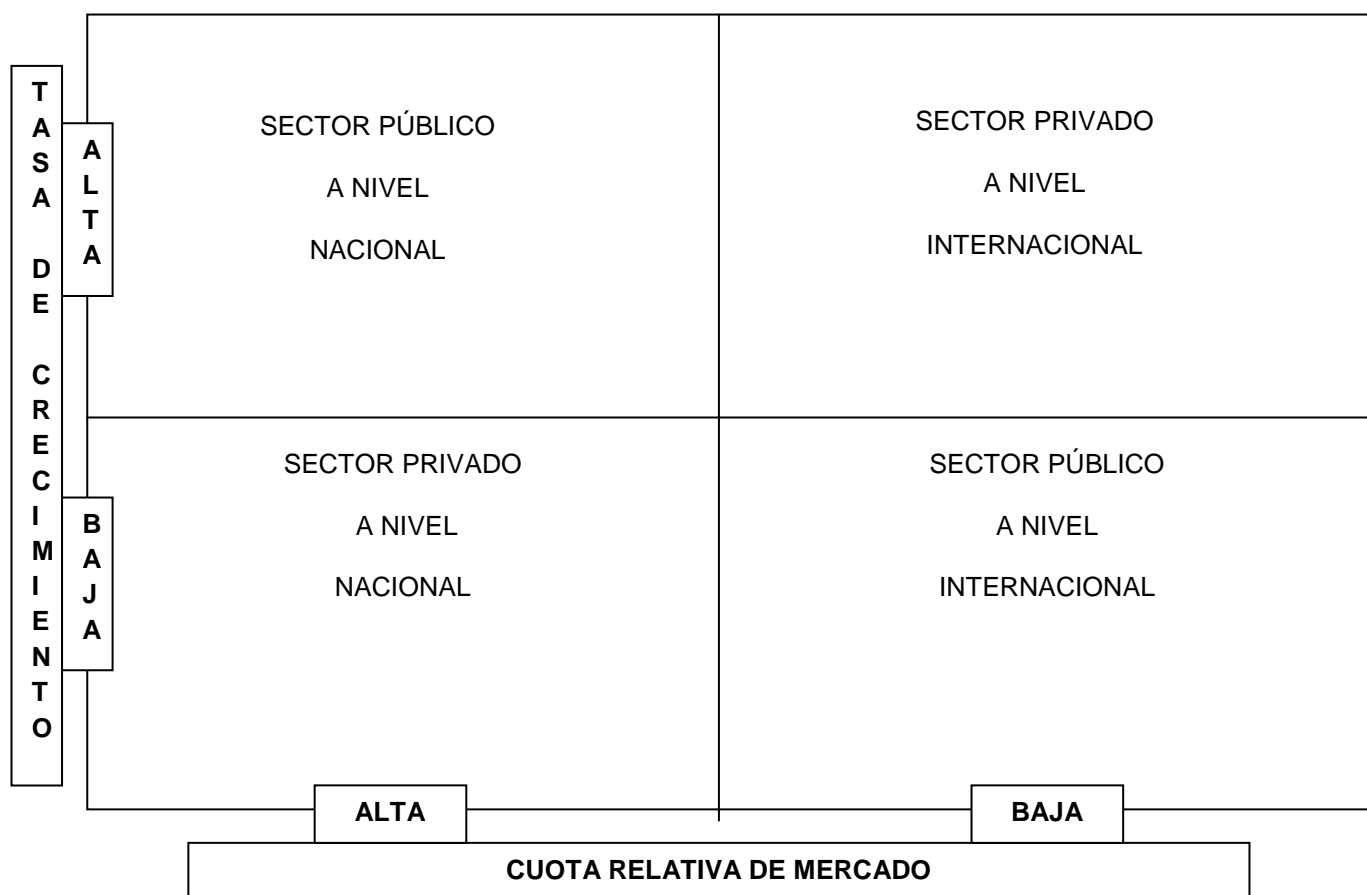


Figura 11. Campo de actuación de los graduados de la Carrera de Emprendimiento. Elaboración propia a partir del Plan Director UCSG (2003b)

La Figura 11 muestra que la mayoría de los graduados de la Carrera de Emprendimiento ejercen su profesión en el sector privado, seguidos por el sector público. Son muy pocos los casos de los graduados que han incursionado en el ámbito internacional.

PARTE II: APORTACIONES

6. PLANTEAMIENTO DEL MODELO FORMATIVO INTEGRAL DE EMPRENDIMIENTO PROSPECTIVO

El Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo, que a continuación se propone, ha sido desarrollado en base al marco teórico de esta tesis doctoral y a la experiencia de la autora en la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. De acuerdo a lo detallado en el capítulo anterior de este trabajo, el Modelo de la Carrera de Emprendimiento forma el espíritu emprendedor de sus educandos y fomenta la cultura de emprendimiento en la ciudad de Guayaquil. En base a ello, se considera que este modelo no solo es replicable sino mejorable, dando paso a la propuesta de esta tesis, un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo. A su vez, esta propuesta está fundamentada en que el emprendimiento está implícito en todas las actividades emprendedoras que desarrollamos (Babson College, 2016a). De igual manera, el emprendimiento se ve influenciado por todas las situaciones, a lo largo de la vida, a las que estamos expuestos (Dolabela Chagas, 2003).

Los capítulos del uno al cinco de esta tesis doctoral presentaron ampliamente las teorías del emprendimiento, que demuestran que puede ser aprendido (Hynes y Richardson, 2007; Gibb, 1993); además, de las ventajas personales y sociales derivadas de la actividad emprendedora (Anderson y Warren, 2011; Kaufmann, 2009). Adicionalmente, se revisó en detalle la situación actual del emprendimiento en Ecuador, los ecuatorianos somos emprendedores y altamente resilientes, pero los emprendimientos que generamos, en su gran mayoría, son de poca calidad y sostenibilidad; donde las mayores oportunidades son para aquellos que tienen mayores recursos (ESPAE, 2016). De ahí la necesidad de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo que sea equitativo y su alcance abarque a toda la sociedad ecuatoriana.

Los aportes de esta investigación buscan una transformación radical de la realidad social y económica de Ecuador, mediante cambios que afecten las dimensiones políticas, económicas, sociales, tecnológicas y ambientales del país. Este modelo se desprende de dos grandes tendencias: la creciente globalización y los avances acelerados científico-tecnológicos del conocimiento que unidos han generado una corriente ascendente del emprendimiento (Busenitz *et al.*, 2014; Dean *et al.*, 2007; Gartner y Shane, 1995). El emprendimiento en un entorno globalizado de la sociedad del conocimiento, provoca que esta investigación se desarrolle bajo paradigmas educativos, empresariales y del emprendimiento para que se generen condiciones

competitivas que permitan a Ecuador la creación de negocios con criterios de calidad, sociales y ambientales. Con el tiempo se ha diversificado el objeto de estudio del Emprendimiento (Sridharan *et al.*, 2014; Thang, *et al.*, 2013; Shane y Venkataraman, 2000), llegando a abarcar como campo de acción la resolución de una infinidad de temas relacionados al desarrollo sustentable de la sociedad (Aghelie, *et al.*, 2016; Levinsohn, 2013), tales como: la conservación de los recursos naturales, el cuidado del agua, la energía alternativa, la disminución del efecto de invernadero, nuevas fuentes de alimentos, entre otros; lo cual se evidencia a través del gran número de invenciones e innovaciones en la forma de emprendimientos sustentables.

Económicamente, el entorno cambia drásticamente por las variaciones poblacionales en los países desarrollados (decreciente) y menos desarrollados (creciente) (Bloom, *et al.*, 2015; Bagautdinova *et al.*, 2014), las brechas entre países ricos (desarrollados) y pobres (menos desarrollados) (Galbraith, 2016; Graycar y Monaghan, 2015; Deardorff, 2001), las enormes diferencias entre clases sociales en Ecuador (INEC, 2011), el agotamiento y descuido de los recursos naturales (Byerlee y Deininger, 2013; Estes, 2010), el abandono de los campos y la aglomeración en las ciudades (Alpopi *et al.*, 2014; Ushakov y Arkhipov, 2014; Brown, 2014), la migración mundial (Royuela y Castells-Quintana, 2014; Skeldon, 2012), la constante globalización (Norbäck, Persson y Douhan, 2014; Arzeni y Pellegrin, 1997) y los flujos mundiales de capitales (Bayoumi, *et al.*, 2015; Du y Hu, 2014; Fratzscher, 2012). Culturalmente, estos cambios se dan principalmente por las diferencias culturales entre los países de oriente y occidente (Cohen y Varnum, 2016; Groh, 2016; Liu, *et al.*, 2015; McNally, 2013; Hsieh, 2011; Chen, 2009), además de enfrentamientos culturales (Minkov, *et al.*, 2015; Malka, *et al.*, 2014; Stephan y Uhlaner, 2010; Glazer, 2006; Wish, *et al.*, 1970), la posición y rol de la mujer (Akhter y Ward, 2009; Böckerman, *et al.*, 2009; Desai, 2004; Tiefer, 2002; Moghadam, 1994), la desprotección infantil (Cheeseman, *et al.*, 2015; Cigno, *et al.*, 2002), entre muchos otros, han sido la causa para el surgimiento de nuevos sistemas de gobierno e incluso grupos radicalizados, que se supone satisfacen las necesidades sociales (Gamage, 2015).

La relevancia en el campo temático-científico, en el que se enmarca esta investigación, no implica un cambio pragmático del Sistema Educativo Ecuatoriano; por el contrario, el modelo propuesto es una evolución práctica al interior del sistema actual. El anhelo de un investigador es poder hacer un aporte significativo que mejore las condiciones actuales de su país. Ecuador es un país en vía de desarrollo que cuenta con recursos naturales altamente biodiversos (Ministerio del Ambiente, 2015), gente joven y talentosa (INEC, 2016). Entonces, ¿Qué falta para captar la oportunidad? Esta tesis doctoral propone un “Modelo Formativo Integral de

Emprendimiento Prospectivo”, es decir, lograr que la educación para cada etapa de la vida esté enfocada en el emprendimiento como un logro de aprendizaje.

Ecuador tiene un alto índice de desempleo (5,3%) y sobre todo de subempleo (16,3%) (INEC, 2016); provocando un malestar social que se manifiesta a través del nivel de corrupción de Ecuador (107/167) (Transparencia Internacional, 2016) y la delincuencia que azota al país (Ministerio del Interior, 2016). Un breve ejercicio de causa y efecto, lleva al siguiente cuestionamiento: ¿Por qué hay delincuencia en Ecuador? Porque no hay suficiente empleo ¿Por qué hay desempleo en Ecuador? Porque no hay suficientes empresas ¿Por qué no hay suficientes empresas? Porque no hay suficiente demanda ¿Por qué no hay suficiente demanda? Porque no somos competitivos ¿Por qué no somos competitivos? Porque no hay suficiente tecnología ¿Por qué no hay suficiente tecnología? Porque no hay suficiente conocimiento...

Para fortalecer la posición de conocimiento de Ecuador y así favorecer el acceso a la tecnología, el Gobierno propone el desarrollo de la Matriz Productiva del país, que contempla los sectores de desarrollo económico (Consejo Sectorial de la Producción, 2010). Por otro lado, ha hecho una gran inversión en ciencia y tecnología al facilitar, a los más talentosos ecuatorianos, becas de Pregrado, Grado, Doctorado y Post Doctorado a las mejores universidades del mundo (SENESCYT, 2016). Una gestión responsable tanto de la Matriz Productiva, así como de la inversión en ciencia y tecnología tendría como resultado el desarrollo integral de la sociedad al afectar directa, cíclica, repetitiva y positivamente el Emprendimiento Internacional a través de la producción, el empleo, la seguridad, la estabilidad familiar y la educación. Caso contrario, un país dependiente y poco desarrollado, como Ecuador, con insuficiente tecnología y conocimiento, se mantendría como un país primario, es decir, importando productos terminados y exportando materias primas (BCE, 2015a). El resultado sería catastrófico, ya que Ecuador, seguiría siendo un país poco desarrollado, limitándose a la transferencia económica hacia los países de alto desarrollo, manteniendo términos de intercambio desigual e incrementando el servicio de la deuda entre países (deuda pública de 36,810.9 millones de dólares norteamericanos) (Ministerio de Finanzas, 2016).

La contribución a la situación actual de acuerdo a la relevancia social, de esta investigación se basa en promover una Cultura de Emprendimiento en cada etapa de la vida, usando como medio la formación. Pero, ¿Cómo llegar a todos los ecuatorianos? ¿Cómo promover el emprendimiento en cada uno de ellos? Desde el año 2000, el Emprendimiento ha ido escalando expansivamente en Ecuador. Primero se involucraron las empresas (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2000), después llegó a las Universidades (UCSG, 2003a), posteriormente el Gobierno asumió un

ecosistema de emprendimiento (EmprendEcuador, 2010), y hoy se desarrollan proyectos de emprendimiento en las unidades educativas de enseñanza media formal (Ministerio de Educación, 2015a). Aún falta introducir el emprendimiento en la educación inicial y básica; y lo más importante, llegar a las familias, para posicionar una mentalidad emprendedora desde el núcleo del hogar.

La evaluación, categorización, y certificación de la educación en Ecuador ha abierto oportunidades para fortalecer el Sistema Educativo. De esta manera, se han creado currículos enfocados en el desarrollo de competencias y en la tecnificación de los Bachilleres (Asamblea Nacional, 2011b). Mientras que a nivel de Educación Superior, se han incorporado los proyectos de vinculación social y empresarial; se han normado nuevas modalidades de educación, como a distancia y dual (universidad – empresa); se ha colocado la exigencia de la producción de conocimiento a través de la investigación y el desarrollo científico y tecnológico; se ha promovido la conformación de redes de colaboración; se han rediseñado los currículos de todas las carreras a nivel nacional; se han orientado los microcurrículos hacia los logros de aprendizaje (Asamblea Nacional, 2010b). Los docentes hoy más que nunca tienen un rol de facilitador del conocimiento, donde las clases tienen al estudiante como centro; siendo las Leyes Orgánicas de Educación las que norman y regulan toda la transformación del Sistema Educativo Ecuatoriano.

A pesar de todos estos esfuerzos, hay una realidad social en Ecuador, las necesidades obligan a que más de un miembro de la familia trabaje y que no todos estudien. Sin embargo, en muchos hogares, el empleo es inestable; es decir, sea el marido, la mujer, o alguno de los hijos en edad de trabajar, por alguna circunstancia pierde su empleo. El trabajo de la mujer dentro y fuera del hogar va provocando que los núcleos familiares se desintegren paulatinamente; causando problemas tan graves como: la desvalorización de la familia, la propensión de los jóvenes a consumir drogas y al sexo no responsable, el aumento de divorcios, entre otros. Por otra parte, en las áreas rurales, sobre todo en aquellas más alejadas es cotidiano el trabajo infantil, con poco o nada de escolaridad, más aún en la mujer (INEC, 2013) (Ministerio Coordinador de Desarrollo Social del Ecuador, 2007).

La contribución a la situación actual de acuerdo a la implicación práctica, no está dada solo por incrementar el número de emprendimientos o su calidad, más bien pretende mejorar la calidad de vida de las personas. A través del “Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo” propuesto, se busca que la población sea capaz de desarrollar competencias emprendedoras que puedan aplicar en todas las situaciones de su vida cotidiana. Además, estas competencias, les permitirán captar oportunidades para crear sus propios negocios, dejando atrás la posición de

autoempleo y de emprendimiento por subsistencia para asumir un rol de emprendimiento dinámico, por oportunidad, sostenible, es decir, emprendimiento de calidad. A corto plazo, se busca formalizar el emprendimiento, es decir, el trabajo, desde la microempresa organizada hasta llegar a la mediana empresa. A mediano plazo, las buenas y mejores prácticas de emprendimiento tendrán como resultado un proceso sistémico de competitividad que integre las MIPYMES, las empresas y los demás actores del entorno. A largo plazo, el mejoramiento de la competitividad permitiría sobrellevar las barreras técnicas, al cumplir con los requisitos de certificación de productos, certificación de sistemas de calidad, certificación de personal y otras normas internacionales que permitan desarrollar el emprendimiento internacional en Ecuador. La implicación práctica de este estudio es emprendedora, ambiciosa, soñadora pero posible, alcanzar niveles de competitividad social a través de una economía solidaria. Un ecosistema de emprendimiento prospectivo en Ecuador basado en la ejecución de estrategias para la potencialización de los recursos, el fomento de la cultura y la ciencia, el desarrollo científico-técnico, y la capacidad de respuesta ante los diferentes escenarios de la economía nacional, mayor cooperación internacional, incremento en la calidad de vida, y el respeto de los derechos humanos.

La contribución a la situación actual de acuerdo al valor científico, se establece a través de las interrogantes planteadas respecto al objeto de la investigación. Se espera que esta investigación contribuya al conocimiento científico en el campo del emprendimiento y su relación con la formación. Ecuador, actualmente, no cuenta con estudios respecto a Modelos Formativos Integrales de Emprendimiento Prospectivo. Por lo que esta propuesta es original. Además, su contenido aporta a la literatura existente.

6.1 Estructura Epistemológica del Modelo

El Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo (*Integral Formative Model of Prospective Entrepreneurship*), es una propuesta de una estrategia prospectiva de emprendimiento endógeno, para toda la vida, para todos, y en todas sus formas. Este modelo surge a partir del estado del arte desarrollado en esta tesis, en especial los capítulos 1, 2 y 3, el cual brinda un abundante recuento de un gran número de autores que con su vasta literatura aportaron al desarrollo del modelo propuesto. La Tabla 42 presenta, de manera resumida, la siguiente estructura epistemológica:

Tabla 42

Estructura Epistemológica del Modelo

PARADIGMA	Sistema de Emprendimiento Prospectivo como catalizador del Desarrollo Humano Integral (Thietart, 2015; Peter y Jarratt, 2015; Gezer y Cardoso, 2015; Judge, <i>et al.</i> , 2015; Batabyal y Beladi, 2015; Jayawarna, <i>et al.</i> , 2014; Bharti, 2014; Luke, <i>et al.</i> , 2011; Godet, <i>et al.</i> , 2007; Berglund y Johansson, 2007); Fuller y Warren, 2006; Fontela, <i>et al.</i> , 2006; Pittaway, 2005; Jack y Anderson, 2002; Bygrave, 1993)
TEORÍA	Teoría filosófica de la felicidad, según Sócrates, Platón y Aristóteles (Rojas, 2007; Hills y Argyle, 2002; Easterlin, 2001; 1974; Kenny, 1999) Teoría epistemológica del desarrollo integral (Rogers, 1980; 1977; 1961; 1951; Maslow, 1966; 1962; 1954) Teoría sociológica de la calidad de vida (Campbell, 1976; Andrews y Withey, 1974; Shattuck, <i>et al.</i> , 1850; Chadwick, 1842) Teoría psicológica de inteligencia colectiva (Dana, <i>et al.</i> , 2008; Surowiecki, 2004; Johannisson, 1995; Goleman, 1995; Atlee, 1993; Salovey y Mayer, 1990; Sternberg, 1986; Gardner, 1983; Spearman, 1927; 1904; Otis, 1923; Thorndike, 1920; Durkheim, 1912; Kröpotkin, 1902; Wheeler, 1911)
ENFOQUE	<i>Entreprenology (Emprendología)</i> (Scott y Anderson, 1994; Jack y Anderson, 1998; Fillion, 1998)
CORRIENTE	Pedagogía Emprendedora (Tumasjan, <i>et al.</i> , 2013; Neck y Greene, 2011; Gibb, 2011; Penaluna, <i>et al.</i> , 2010; Jones e Iredale, 2010; Fayolle, 2008; Fayolle y Gailly, 2008; Anderson y Jack, 2008; Kyro, 2003; Dolabela Chagas, 2003; Chia, 1996)
TENDENCIA	Educación Emprendedora o Emprendimiento Formativo (Jiménez, <i>et al.</i> , 2015; Elert, <i>et al.</i> , 2015; Valerio, <i>et al.</i> , 2014; Rivas, 2014; Hovne, <i>et al.</i> , 2014; O'Connor, 2013; Kuckertz, 2013; Fayolle, 2013; 2005; Walter y Dohse, 2012; Ramayah, <i>et al.</i> , 2012; Pittaway y Thorpe, 2012; Henry y Treanor, 2012; Åsvoll y Jacobsen, 2012; Von Graevenitz, <i>et al.</i> , 2010; Nafukho y Muyia, 2010; Nab, Pilot, <i>et al.</i> , 2010; Johansen, 2010; Hytti, 2008; Blenker, <i>et al.</i> , 2008; Berglund y Holmgren, 2008; Anderson y Jack, 2008; Lee <i>et al.</i> 2006; Henry <i>et al.</i> , 2005a,b; Rasheed, 2004; Hytti y O'Gorman, 2004; Faioite <i>et al.</i> , 2003; Mcgregor y Tweed, 2002; Charney y Libecap, 2000; Stevenson, 2000; Harrison y Leitch, 1994; Gibb, 1987; Berger y Luckmann, 1967; Jack y Anderson, 1999)
MODELO PEDAGÓGICO	Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo (propuesta de tesis doctoral)

Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes citadas en el texto.

6.2 Definición del Modelo

Para la autora, “El desarrollo humano integral debe abarcar la felicidad experiencial de cada persona en su respectivo entorno social, procurando la máxima calidad de vida enmarcada en la inteligencia colectiva generada por un sistema de emprendimiento prospectivo”. Este modelo busca un desarrollo humano integral aplicado a la realidad

del país, de la localidad, de las potencialidades únicas de cada persona. Los principios de este modelo son la justicia social, la ética, la integridad, el respeto, la responsabilidad, el compromiso con la protección ambiental, la inclusión e interculturalidad. El objetivo de este modelo es lograr una mejora continua de la situación actual de las personas. Se procura que cada persona experimente un alto índice de felicidad en un entorno de calidad de vida, basado en la inteligencia colectiva, generado por un sistema de emprendimiento prospectivo. Estos enunciados se sustentan en la felicidad y autorrealización que brinda el emprender (Carree y Verheul, 2012), y el *emprendizaje* a través de la experiencia (Kolb, 1984), sujeto a la realidad social tanto de las economías desarrolladas como de aquellas menos desarrolladas (Rawls, 1971). A pesar de que todos los países buscan mejorar sus condiciones actuales a través de la competitividad, siempre van a existir diferencias entre unos países y otros, dadas sus potencialidades endógenas y hasta cierto punto endémicas (Valliere y Peterson, 2009). Este modelo tiene como catalizador el emprendimiento prospectivo; es decir, una estrategia prospectiva de emprendimiento, a través de la formación en emprendimiento como cimiento de una cultura de emprendimiento para toda la vida. El resultado esperado es la sostenibilidad social mediante emprendimientos dinámicos con características sociales, ambientales y de calidad. Las acciones estratégicas efectivas que promuevan hoy el emprendimiento, representan los resultados en emprendimiento del mañana.

6.3 Denominación del Modelo

Este Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo se construye bajo el mantra empresarial *Emprender Me Encanta*, el cual involucra actitud y aptitud emprendedora; por un lado denota la acción de emprender (Watson, 2009; Frese, 2009; Plummer, *et al.*, 2007) y por otro la pasión del emprendedor (Cardon, *et al.*, 2013; Cardon, *et al.*, 2009; Cardon, *et al.*, 2005; Baum y Locke, 2004). El modelo consta de tres fases (Figura 12), las cuáles en su conjunto permiten desarrollar competencias emprendedoras:

- Inspirar a Emprender: se basa en la comprensión del emprendimiento, y el descubrimiento de la pasión emprendedora.
- Compartir Conocimiento: es el vínculo entre Inspirar a Emprender y Emprender Ahora, a través de la formación emprendedora, formal o informal, se realiza una culturización del emprendimiento.
- Emprender Ahora: se centra en la acción de emprender a lo largo de toda la vida, y en todas las acciones de la persona.

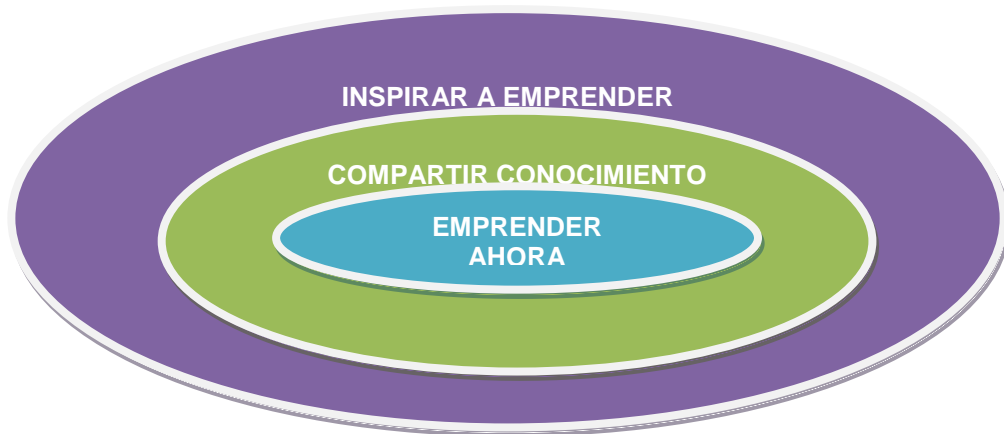


Figura 12. Fases del Modelo. Elaboración propia a partir de la Estructura Epistemológica del Modelo.

6.4 Organización del Modelo

Para operativizar este modelo se requiere de una organización compuesta de procesos, elementos, metodología, métodos y actores:

- Procesos: inspirar, compartir y emprender
- Elementos: metodología, contenido y ejecución
- Metodología: aprender a emprender, aprender emprendiendo, y aprender a desemrender.
- Método: solución de problemas, casos y proyectos (Se seleccionaron estos tres métodos por su facilidad, practicidad y efectividad; pero de ninguna manera se limita el modelo a los mismos. El capítulo 3 de esta tesis recoge las mejores prácticas, métodos, y técnicas de enseñanza que pueden ser aplicados en cada fase metodológica de este modelo. Sin mencionar que las aportaciones de la literatura crecen exponencialmente).
- Actores: el actor central es el educando; los protagonistas son la familia, los educadores, y el gobierno; y otros actores son la academia, los investigadores, las aceleradoras e incubadoras, los inversionistas, las instituciones financieras, las instituciones gubernamentales y no gubernamentales, las comunidades del ecosistema del emprendimiento, los líderes de opinión, los medios de comunicación, las empresas, los empresarios, el equipo emprendedor, los colaboradores asalariados, los proveedores, los clientes, así como la sociedad en general.

El proceso de aprendizaje que propone este modelo, está compuesto de tres fases: Inspirar, Compartir y Emprender. La Inspiración debe nacer en los educadores; de ahí ha de expandirse a los educandos a través de la formación; desde ellos a su

familia y a la sociedad. El Compartir conocimiento debe ser una acción dinámica, breve y pertinente en la teoría, así como contundente en la práctica. El Emprender es una práctica continua, no puede quedarse en la retórica educativa; su punto de partida debe ser la creatividad del educando. Los educadores deben brindar el acompañamiento necesario para que los educandos puedan diseñar un modelo de negocio fundamentado en la investigación e innovación, donde participen los diferentes actores sociales para llevar el emprendimiento a la práctica, ejecución, retroalimentación, mejora continua, y desemprendimiento (disruptivo, innovador e inventivo).

Los elementos del proceso de aprendizaje del modelo propuesto (Figura 13) son una metodología formativa, contenidos de innovación, y ejecución de la producción. El elemento transversal del proceso es la retroalimentación solidaria, la misma se fundamenta en el *emprendizaje* colaborativo. Todos los elementos se interrelacionan sistémicamente, de acuerdo al siguiente detalle:

- **Retroalimentación Solidaria:** el *emprendizaje* colaborativo permite que los emprendedores se acompañen entre sí, desde el inicio de su idea hasta la implementación y seguimiento del emprendimiento. El emprendimiento colaborativo a través de grupos de apoyo, compensan las debilidades y fortalezas de unos y otros emprendedores; permitiéndoles alcanzar mayores oportunidades y enfrentar las amenazas de manera conjunta. Emprender en un grupo, en lugar de emprender solo, brinda confianza, aleja los miedos, proporciona el equipo necesario para emprender, donde todos tengan el deseo de emprender, y la necesidad de ayuda para gestionar el proceso.
- **Metodología Formativa:** se basa en la educación y pedagogía emprendedora; la cual debe ser de dominio de los educadores. Esta metodología formativa de emprendimiento es aplicable a la educación formal e informal.
- **Contenidos de Innovación:** son fundamentales para la ejecución del modelo; donde la investigación, la lectura, la experimentación, el cuestionamiento, y la autocrítica juegan un rol indispensable.
- **Ejecución de la Producción:** la búsqueda de recursos, el cumplimiento de requisitos técnicos y administrativos, la toma de decisiones, la prueba y error, la exposición de los *emprendizajes* a la vida real son esenciales para la acción emprendedora.

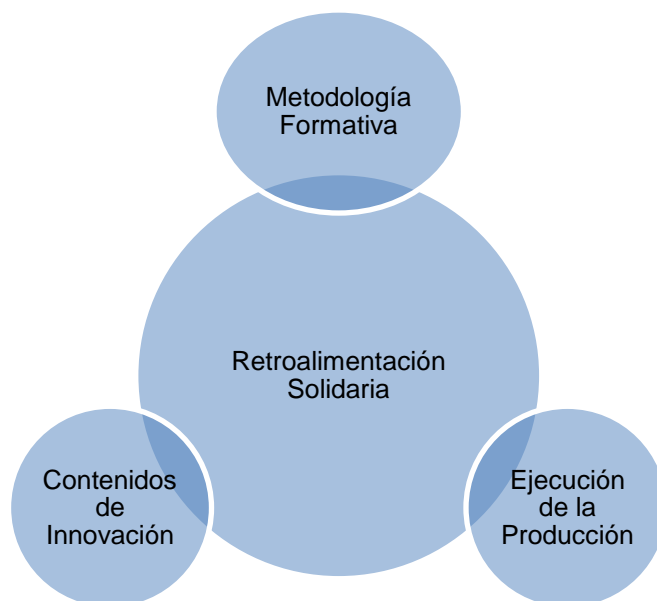


Figura 13. Elementos del Modelo. Elaboración propia a partir de la Estructura Epistemológica del Modelo.

La Metodología de Aprendizaje del Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo (Figura 14), está diseñada para cada fase del modelo: Inspirar a Emprender, se basa en Aprender a Emprender aplicando los métodos de solución de problemas y estudio de casos; Compartir Conocimiento, se basa en Aprender Emprendiendo aplicando el método de desarrollo e implementación de proyectos; Emprender Ahora, se basa en Aprender al Desemprender aplicando el método desarrollo e implementación de nuevos proyectos fundamentados en la experiencia vivida:

- Aprender a Emprender brinda los fundamentos del emprendimiento y nociones breves de la actividad emprendedora; se enfoca en el desarrollo del pensamiento creativo a través de soluciones desestructuradas que den un primer acercamiento al mundo de los negocios.
- Aprender Emprendiendo otorga los pilares para desarrollar modelos de negocio que permitan experimentar la realidad de emprender, a través de la búsqueda de apoyo para la obtención de recursos.
- Aprender al Desemprender permite crear un nuevo modelo de negocio basado en la experiencia vivida, sea ésta, exitosa o fallida.

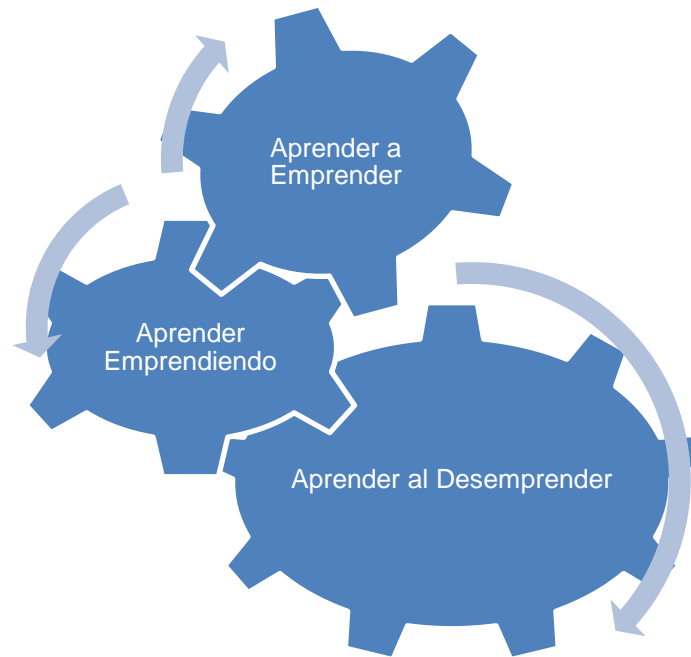


Figura 14. Metodología de aprendizaje del Modelo. Elaboración propia a partir de la Estructura Epistemológica del Modelo.

Los métodos ejemplarizados son tres, por su facilidad, practicidad y efectividad: solución de problemas, casos y proyectos; pero de ninguna manera se limita el modelo a los mismos. El capítulo 3 de esta tesis recoge las mejores prácticas, métodos, y técnicas de enseñanza que pueden ser aplicados en cada fase metodológica de este modelo. Sin mencionar que las aportaciones de la literatura crecen exponencialmente. Los métodos deben ser seleccionados de acuerdo a la realidad del educando (edad, nivel educativo, accesibilidad, otros), los recursos del educador, las facilidades del entorno. De manera breve se explica:

- Solución de problemas: permite identificar una oportunidad de negocio o de mejora (cualquier ámbito). Las soluciones innovadoras y creativas pueden aplicarse en el desarrollo de un proyecto mínimo viable, un prototipo *lean*, o un plan de mejoras. El desarrollo de soluciones puede practicarse a través de diferentes técnicas; entre otras, se mencionan algunas de las proporcionadas por diferentes autores en el capítulo 3 de esta tesis: aprendizaje activo (*Active Learning*) (utilizando escenarios reales y métodos de aprendizaje colaborativo); enseñanza a grupos pequeños; *blended learning* (usando herramientas de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones como: sistemas de gestión del aprendizaje, redes sociales y blogs); juegos serios (rompe hielo, drama, debate, dibujo, asientos calientes (*hot seats*); redes de contacto de alta velocidad (*speed-networking*); tormenta de ideas con notitas; determinación de oportunidades

o ideas para el negocio; ejercicios para encontrar ideas para los negocios; exploración de la cultura empresarial en un contexto de globalización; incidentes críticos; marcos de referencia para la toma de decisiones intuitiva; realización de una auditoría institucional, encuestas; pruebas psicométricas; pruebas de control; evaluación de programas.

- Casos: brindan la oportunidad de revisar modelos de negocio o situaciones diversas, reales o ficticias, favorables y de *emprendizaje*, para poder realizar un análisis crítico de la información y aportar soluciones creativas. El estudio de casos puede aplicarse junto con diferentes técnicas; entre otras, se mencionan algunas de las proporcionadas por diferentes autores en el capítulo 3 de esta tesis: aprendizaje invertido (*Flipped Learning*); estudios de casos imaginarios; lectura personal; notas del folleto; informes póster (*poster reports*); interacción con personas exitosas; paneles; organizaciones como redes; tablas giratorias (*revolving tables*); oradores invitados; experiencia empresarial de las conferencias; empatía en ejercicios de comunicación con empresarios; facilitación empresarial; expositores, presentadores externos o evaluadores; presentaciones en clase; discusiones de clase; sombra (*shadowing*); juego de rol; el globo debate (*the balloon debate*); modelos de conducta.
- Proyectos: ofrecen vivir de manera práctica, real o simulada, un acercamiento al mundo de los negocios. La ejecución de proyectos involucra el diagnóstico y análisis del entorno en la situación actual; la toma de decisiones y la evaluación de sus resultados; los procesos de retroalimentación, mejora continua, e incluso de desemprendimiento para re-emprender nuevos negocios. El desarrollo e implementación de proyectos puede aplicarse junto con diferentes técnicas; entre otras, se mencionan algunas de las proporcionadas por diferentes autores en el capítulo 3 de esta tesis: aprendizaje basado en equipo (*Team-Based Learning*); simulación de “maneras de emprender”, simulación del “mundo de la vida” emprendedor, y la evaluación del aprendizaje emprendedor; desarrollo de proyectos junto con las partes interesadas locales; talleres con grupos de emprendedores y *stakeholders*; actividades de planificación empresarial; ascensor (*elevator pitch*); lanzamiento de ventas (*sales pitch*); aprendizaje de relaciones (*relationship learning*), inmersión, motivación como logro, y ejercicios de venta de personalidad; *effectuation*; *spin-offs* universitarios (incluyendo una red colaborativa de inversores, gerentes y asesores); desarrollo de estándares de operaciones como base para

estimación de costos y control de operaciones; supervivencia en los primeros años de la aventura de negocio; segmentación del mercado de nuevos programas de aventura de negocio.

Una parte fundamental de este modelo son los actores; los mismos, corresponden a diferentes niveles del entorno social en el que se desenvuelve el emprendedor y se desarrolla el emprendimiento (Figura 15). El emprendedor interactúa directa e indirectamente con todos los actores de manera individual y conjunta. De allí, que el emprendimiento aborda un sistema complejo de interacciones, lo que implica que el emprendedor requiere de habilidades intrapersonales, interpersonales y sociales.

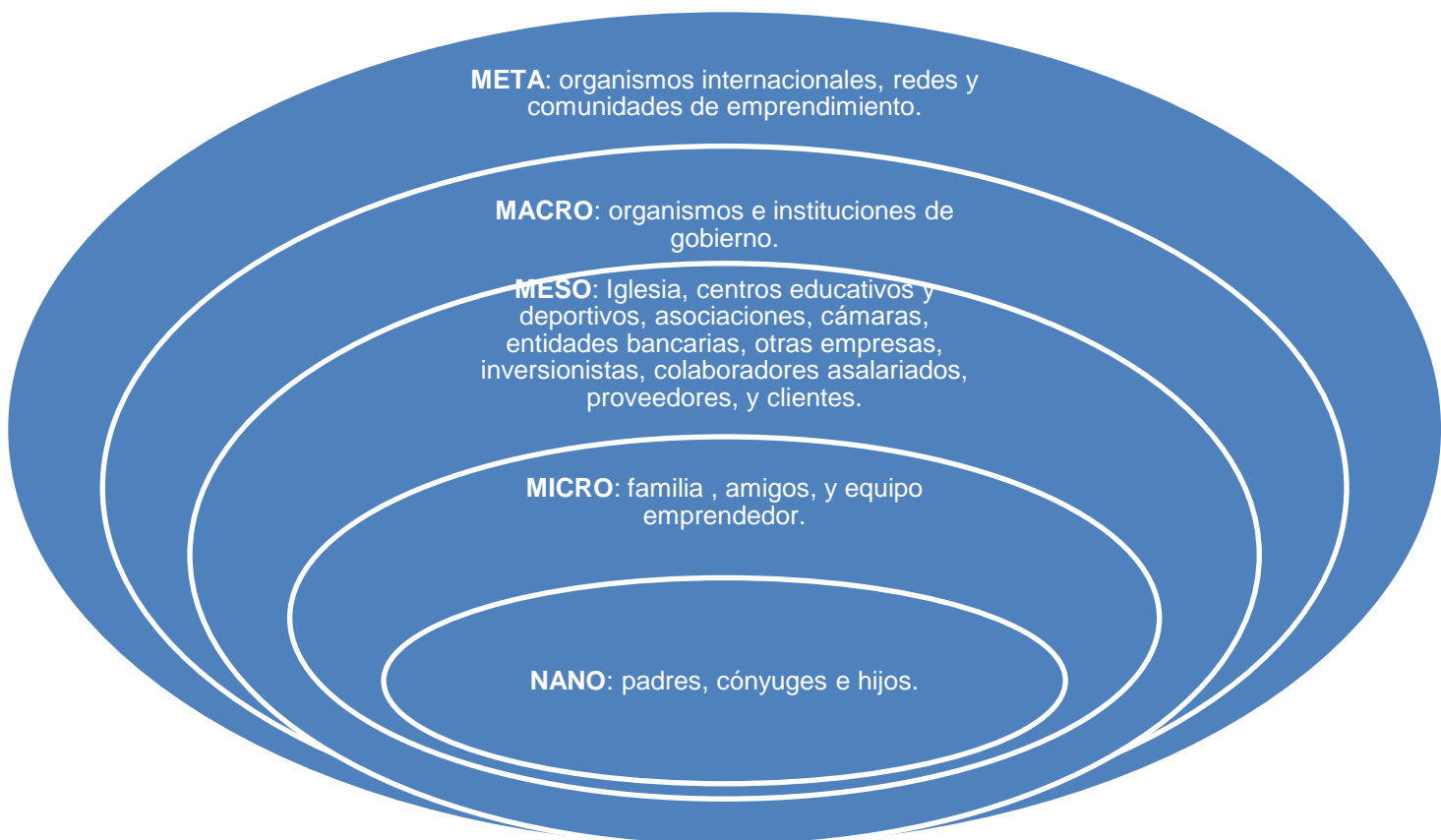


Figura 15. Entorno social del emprendedorismo de acuerdo al Modelo. Elaboración propia a partir de la Estructura Epistemológica del Modelo.

Para efectos prácticos, se brindan aportaciones dirigidas a los educadores, los educandos y la sociedad (Figura 16), ésta última engloba todos los actores del entorno social del emprendedorismo.

- Los educadores: deben ser formados respecto al emprendimiento y la pedagogía emprendedora; si los educadores no son capaces de inspirarse a sí mismos, será poco probable que puedan inspirar a los educandos.
- Los educandos: deben tener predisposición para aprender a emprender; ya que todos pueden aprender a ser emprendedores aunque no todos quieran llegar a serlo. Es importante que los educandos vean la aplicación práctica de la pedagogía emprendedora, es decir, que sean conscientes de que pueden aplicar las nociones de emprendimiento a la práctica profesional de su elección así como a su vida cotidiana. El campo de actuación profesional del emprendimiento es muy amplio; ya que los educandos pueden ser emprendedores o intraemprendedores, en el ámbito nacional o internacional, público o privado, social o empresarial, para mencionar algunos [véase el capítulo 2 de esta tesis en lo referente a la clasificación del emprendedorismo enfocada en el emprendedor y en el emprendimiento]. El éxito de este modelo está en la mentalidad emprendedora de los educandos y su creatividad para aplicarlo.
- La sociedad es participe activo en este modelo, desde el nano entorno dado por padres, cónyuges e hijos; el micro entorno comprendido por la familia y los amigos; el meso entorno compuesto por la Iglesia, centros educativos y deportivos, asociaciones, cámaras, entidades bancarias y las empresas; como el macro entorno formado por el gobierno a través de sus organismos e instituciones; y el meta entorno articulado por los actores del sistema globalizado tales como organismos internacionales, redes y comunidades de emprendimiento, entre otros.

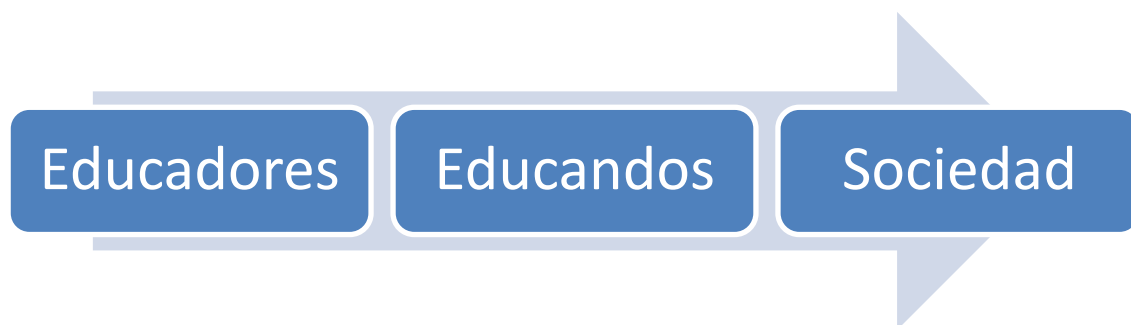


Figura 16. Actores del modelo. Elaboración propia a partir de la Estructura Epistemológica del Modelo.

Una vez que, el Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo propuesto en esta tesis doctoral fue descompuesto para ser analizado en detalle, la Figura 17 lo presenta de manera gráfica para su mejor comprensión:

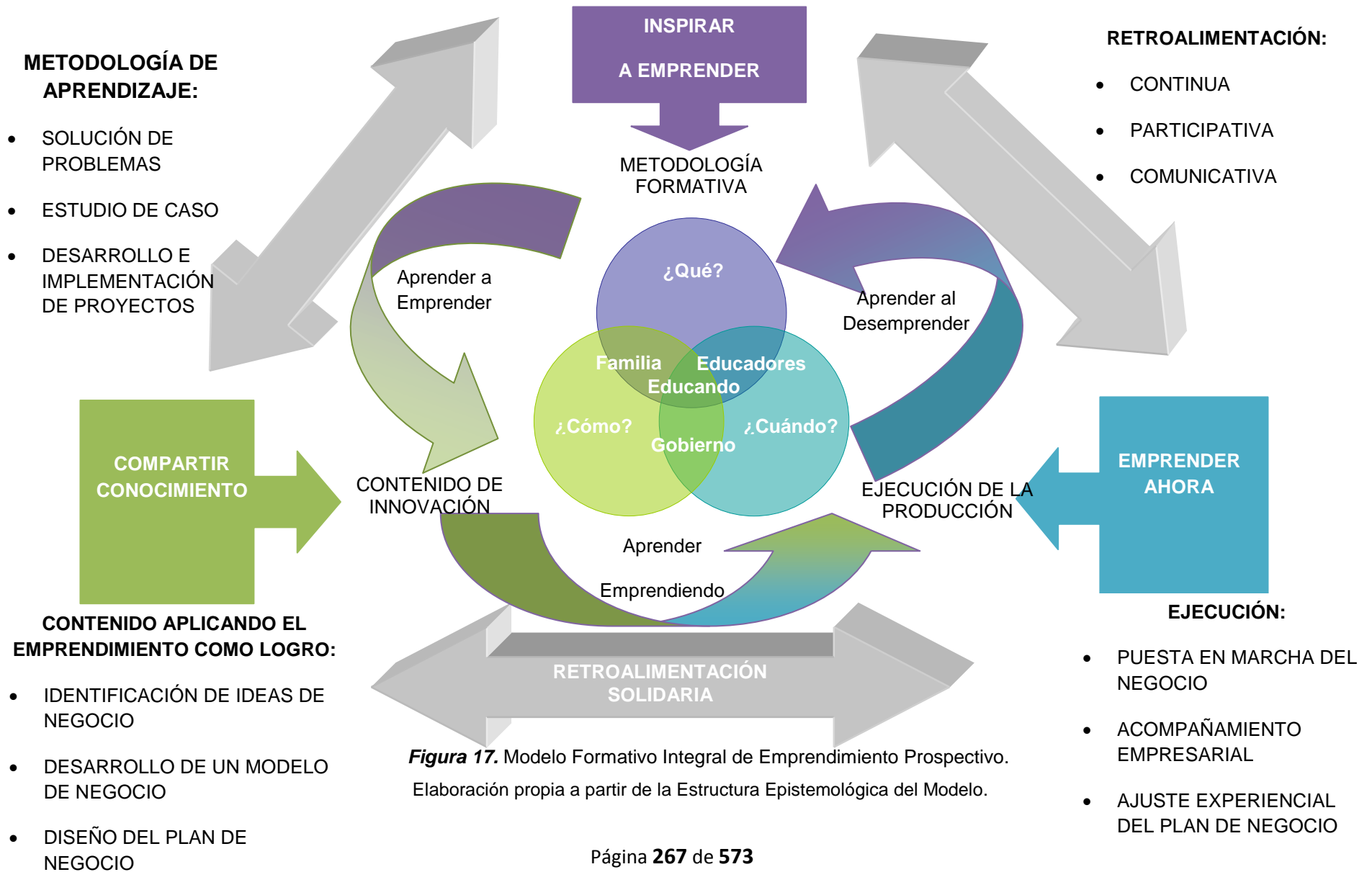


Figura 17. Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo.
Elaboración propia a partir de la Estructura Epistemológica del Modelo.

6.5 Justificación del Modelo

El diseño e implementación de este modelo se justifica tanto desde el ámbito económico del desarrollo de la sociedad, como desde el ámbito social de la persona. El emprendimiento que mayoritariamente existe en Ecuador es de subsistencia, empírico y disperso; a través de la implementación de este modelo se pretende integrar el emprendimiento de manera transversal a lo largo de toda la vida de las personas. De esta manera, se estará culturizando en emprendimiento a la sociedad lo que permitirá formar el espíritu emprendedor de la población y desarrollar competencias emprendedoras que pueden ser aplicadas no sólo en el ámbito empresarial, sino en todos los ámbitos en que se desenvuelva la persona. Además, se fomentará la creación de emprendimientos de calidad, escalables y con potencial de exportación.

6.6 Componentes Curriculares del Modelo

Para establecer los componentes curriculares del modelo, se han planteado las preguntas que constan en la Tabla 43:

Tabla 43

Componentes curriculares del Modelo

INTERROGANTES	COMPONENTES CURRICULARES
¿Para qué enseñar?	Emprendimientos de Calidad desarrollados por los Educandos.
¿Qué deben aprender?	Contenidos basados en el ¿Qué?, ¿Cómo? y ¿Cuándo? ... Emprender.
¿Cómo enseñar?	Experiencias vivenciales interpretativas.
¿Cómo evaluar?	Proceso, Resultado y Seguimiento

Fuente: Elaboración propia a partir de la Estructura Epistemológica del Modelo.

6.7 Prerrequisitos del Modelo

Este modelo es compatible con el sistema educativo ecuatoriano, por lo cual se adapta a los requisitos existentes para cada nivel de formación. El único requisito particular que necesita este modelo es que el educando sea capaz de comunicarse de alguna forma.

6.8 Objeto de Estudio del Modelo

La culturización en emprendimiento de los educandos, basada en la investigación e innovación, mediante la generación de soluciones, estudio de casos e implementación de proyectos.

6.9 Objetivo del Modelo

Formar el espíritu emprendedor de los educandos dotándolos de competencias emprendedoras (conocimientos, habilidades y actitudes) que les permitan aplicarlas en todas las actividades de su vida cotidiana, así como que les faciliten desarrollar emprendimientos de calidad de acuerdo al alcance de sus capacidades.

6.10 Solución de Problemas del Modelo

La solución de problemas que aporta este modelo se la clasifica por el plazo a partir de su aplicación:

- En el corto plazo (5 años le toma a un Gobierno implementar una política de estado fundamentada), la aplicación del modelo permitirá articular la formación y el emprendimiento en todos sus niveles y formas. De igual manera, brindará a los educandos competencias emprendedoras para la vida.
- En el mediano plazo (20 años toma un proceso de formación de la escuela a la universidad), la aplicación de este modelo permitirá mejorar el desarrollo económico a través de la creación de micro, pequeñas y medianas empresas que generen empleo, producción, consumo y tributación.
- En el largo plazo (40 años es el tiempo de desarrollo profesional de una persona), la aplicación de este modelo permitirá generar emprendimientos de calidad que mejoren el emprendimiento internacional de Ecuador.

6.11 Componente Investigativo del Modelo

El componente investigativo de este modelo está dado por las tres grandes interrogantes ¿Qué?, ¿Cómo? y ¿Cuándo?... Emprender (Tabla 44):

Tabla 44

Componente investigativo del Modelo

INTERROGANTES	<i>¿Qué?</i>	<i>¿Cómo?</i>	<i>¿Cuándo?</i>
MODELO FORMATIVO INTEGRAL DE EMPRENDIMIENTO PROSPECTIVO	Inspira a Emprender	Compartir Conocimiento	Emprender Ahora
ACTORES DEL PROCESO	Educadores	Educandos	Emprendedores
ELEMENTOS DEL PROCESO	Metodología	Contenido	Ejecución

Fuente: Elaboración propia a partir de la Estructura Epistemológica del Modelo.

6.12 Etapas Formativas del Modelo

Para llevar a la práctica este modelo, se propone ejecutarlo a través de etapas formativas (Tabla 45); las cuales están planteadas de acuerdo a los niveles de asimilación del conocimiento de los educandos, construyendo así, un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo, que permita desarrollar competencias emprendedoras para toda la vida y para todos.

Tabla 45

Etapas formativas del Modelo

ETAPAS	DESCRIPCIÓN	PROGRAMAS EDUCATIVOS EN ECUADOR	CINE 2011 (NIVELES DE EDUCACIÓN)
Emprendimiento a Temprana Edad	Dirigido a niños y niñas de 0 a 5 años de la primera infancia y Educación Inicial.	Educación Inicial 2 (0-2 años)	Nivel 01 Educación de la primera infancia (desarrollo educacional de la primera infancia de niños de entre 0 y 2 años)
		Educación especializada (tramo relevante)	
		Educación Inicial 2 (3-4 años)	Nivel 02 Preprimaria (destinada a niños de 3 años a más)
		EGB-Preparatoria (5 años)	
		Educación Especializada (tramo relevante)	
Emprendimiento Infantil	Dirigido a niños, niñas y pre-adolescentes de 6 a 10 años matriculados en Educación General Básica.	EGB-Elemental (6-8 años)	Nivel 1 Primaria (destinada a niños entre 5 y 7 años)
		EGB-media (9-11 años)	
		Educación especializada (tramo relevante)	
		EGB personas escolaridad inconclusa (tramo relevante)	
Emprendimiento Pre-juvenil	Dirigido a niños, niñas y pre-adolescentes de 11 a 14 años	EGB-Superior (12-14 años)	Nivel 2 Secundaria baja (destinada a niños entre 10 y 13 años)
		Educación especializada (tramo	

	matriculados en Educación General	relevante)	
		EGB personas escolaridad inconclusa (tramo relevante)	
Emprendimiento Juvenil	Dirigido a adolescentes hombres y mujeres de 15 a 17 años matriculados en Bachillerato.	Bachillerato: Ciencias, Técnico (jóvenes entre 15 y 17 años de edad)	Nivel 3 Secundaria alta (duración acumulada a partir de CINE 1: de 11 a 14 años, siendo la más común de 12 años)
		Educación especializada (tramo relevante)	
		EGB personas escolaridad inconclusa (tramo relevante)	
Emprendimiento Pre-Profesional	Dirigido a jóvenes adultos hombres y mujeres de 18 a 22 años matriculados en el Sistema de Educación Superior.	Post-Bachillerato: Técnico productivo, Artístico (jóvenes adultos entre 18 y 19 años de edad)	Nivel 4 Postsecundaria no terciaria (No forman parte de la educación terciaria, siendo más bien vocacionales y terminales que se preparan para el mercado laboral)
		Técnico superior (2 años)	Nivel 5 Terciaria de ciclo corto (mínimo 2 años de duración a tiempo completo y, en general, inferior a 3)
		Tecnólogo Superior, Título profesional en artes (3 ½ años)	
		Licenciatura y afines (4 ½ años)	Nivel 6 Grado de educación terciaria o equivalente (el primer título tiene una duración mínima de 3 años a tiempo completo, aunque puede incluir programas largos de más de 4 años)
		Ingeniería y Arquitectura (5 años)	
Medicina Humana, Veterinaria y Odontología (5 años)			
Emprendimiento Profesional	Dirigido a adultos hombres y mujeres de 23 a 64 años.	Especialización (>= 9 meses)	Nivel 7 Maestría, especialización o equivalente (incluye programas de primer título, de complejidad equivalente y con una
		Especialización médica y odontológica (1-3)	

		Maestrías: Profesional (1 ½ años) y de Investigación (2 años)	duración mínima de 5 años a tiempo completo)
		Doctorado (4 años)	Nivel 8 Doctorado o equivalente (requieren como mínimo el equivalente a 3 años de estudio a tiempo completo)
Emprendimiento Gerontológico	Dirigido a adultos mayores de 65 años en adelante.		
Emprendimiento Continuo para toda la vida	Dirigido a adultos hombres y mujeres de cualquier edad que no se encuentran matriculados de manera regular en el Sistema de Educación Inicial, General, Bachillerato o Superior, es decir, en los rangos de edad que establece la ley de Ecuador; se estima el rango de edad de 12 años en adelante.	<p>Educación no formal (cursos, seminarios o talleres)</p> <p>Educación informal (aprendizaje intencionado o deliberado aunque no institucionalizado)</p> <p>Educación aleatoria (aprendizaje no organizado o que comprende actividades de comunicación que no han sido diseñadas con el fin de producir un aprendizaje)</p>	

Fuente: Elaboración propia a partir de Cruz Perusia (2016)

6.13 Resultados de Aprendizaje del Modelo

El resultado de aprendizaje del modelo es que los educandos adquieran competencias emprendedoras que las puedan aplicar en su vida cotidiana y que a su vez les permitan desarrollar emprendimientos de calidad de acuerdo al alcance de sus capacidades, según las etapas del modelo (Tabla 46).

Tabla 46

Resultados de aprendizaje del Modelo

ETAPAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
Emprendimiento a Temprana Edad (0 – 5 años)	Demuestra curiosidad en sus acciones.
Emprendimiento Infantil (6 – 10 años)	Todas las anteriores. Propone soluciones creativas.
Emprendimiento Pre-juvenil (11 – 14 años)	Todas las anteriores. Define emprendimiento. Identifica las características de los emprendedores.
Emprendimiento Juvenil (15 – 17 años)	Todas las anteriores. Diferencia emprendimiento de intraemprendimiento. Trabaja en Equipo. Distingue el Emprendimiento Social del Emprendimiento Empresarial. Conoce el ámbito y la gestión de las empresas.
Emprendimiento Pre-Profesional (18 – 22 años)	Todas las anteriores. Identifica oportunidades o necesidades a través de sus habilidades de investigación creativa. Toma decisiones responsables en base a riesgos calculados. Gestiona recursos para captar oportunidades. Busca apoyo y acompañamiento empresarial. Negocia entre las mejores alternativas posibles la que le sea más favorable. Evalúa sus resultados de forma crítica y propositiva. Actúa de manera resiliente.
Emprendimiento Profesional (23 – 64 años)	Todas las anteriores. Tiene objetivos claros que aportan a la consecución de su misión y visión emprendedora. Manifiesta agilidad en su capacidad de respuesta. Maneja el riesgo y la incertidumbre de manera estratégica para la toma de decisiones.
Emprendimiento Gerontológico (65 años - en adelante)	Todas las anteriores. Diseña modelos de negocio basados en su experiencia y recursos. Incluye en sus emprendimientos a miembros de las etapas anteriores. Desempeña su estructura actual para re-emprender de acuerdo a los requerimientos actuales de su entorno. Planifica la transgeneración empresarial de su negocio. Evidencia asertividad en sus decisiones.
Emprendimiento Continuo para toda la vida (12 años - en adelante que no sean parte del sistema de educación formal)	Todas las anteriores. Diagnostica su situación actual como punto de partida para emprender. Desarrolla modelos de negocio sostenibles y escalables.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Estructura Epistemológica del Modelo.

6.13.1 Inspirar a Emprender

La primera parte del presente modelo es “Inspirar a Emprender”, se enfoca en ¿Qué es Emprender? El emprendimiento, en sus diferentes estilos y formas, es particular a cada situación del emprendedor y específica en lo que a un plan de negocios se refiere. La metodología de esta parte del modelo está dada por Aprender a Emprender. Se inicia con el cuestionamiento de la naturaleza de los emprendedores, es decir, si las personas nacen o se hacen emprendedores a lo largo de su vida. Por otro lado, la realidad de muchos emprendedores, grandes referentes, que abandonaron sus estudios para dedicarse al mundo de los negocios, plantea la necesidad o no de una educación formal para generar emprendimientos.

Posteriormente, se abordan los aspectos cualitativos de los emprendedores, entre los que se destaca el espíritu emprendedor. Al ser éste un aspecto netamente abstracto, en primer lugar se lo define y caracteriza; para luego, enfatizar aspectos formativos que inciden en el mejoramiento, de tenerlo, o alcanzarlo, en el caso de carecer del mismo. Por un lado, está el emprendimiento basado mayoritariamente en una innovación de algo existente, o la invención de algo revolucionario. Mientras que por otro lado, se presenta el intraemprendimiento, sea este al interior de una empresa familiar, de una empresa privada ó de una empresa pública. Una vez establecido el tipo de actividad emprendedora, se plantea su fin; es allí donde se distinguen las aristas del emprendimiento social sin fines de lucro y el emprendimiento empresarial con fines de lucro, como extremos, sin excluir sus combinaciones. La especificación del tamaño del emprendimiento es básica para establecer su plan de negocios; ya que hay un rango muy variado desde el microemprendimiento hasta tener alcances de emprendimiento internacional.

6.13.2 Compartir Conocimiento

Esta parte del modelo es “Compartir Conocimiento”, se enfoca en ¿Cómo Emprender? de acuerdo a cada etapa de la vida. Parte de la premisa de que por un lado transmitimos conocimiento más no lo transferimos; y por el otro, la recepción, absorción y aprehensión del conocimiento, es un momento que inicia al nacer y finaliza al morir. La metodología de esta parte del modelo está dada por Aprender Emprendiendo; los métodos que se apliquen serán prácticos y adaptados a cada grupo de educandos. Los primeros grupos de educandos corresponden a la formación del niño en la escuela, el joven en el colegio y los adultos en las universidades. De ahí se fundamentan el Emprendimiento a Temprana Edad, Emprendimiento Infantil, Emprendimiento Pre-juvenil, Emprendimiento Juvenil y Emprendimiento Profesional. La fortaleza de este grupo de beneficiarios está dada en la energía que poseen por su

ubicación en la curva de edad en la que se encuentran (Lévesque y Minniti, 2006; Bonsang y Dohmen, 2015).

El siguiente grupo de educandos involucra a los adultos mayores a través del Emprendimiento Gerontológico. Este espacio es el más rico en conocimiento, ya que la experiencia de sus actores es el factor predominante. Intervienen en el mismo otras variables sociales y psicoafectivas que inciden en el deseo de sentirse útiles y seguir aportando a la sociedad mediante la generación de riqueza. El último grupo de educandos es abierto a todas las personas en general, que no se encuentran inmersas en alguna etapa de la formación; es decir, aquellos que no pertenecen a las escuelas, colegios, ni universidades. El Emprendimiento Continuo es un espacio diverso y complejo; ya que llega sin discriminación a aquel profesional graduado con conocimientos bases que ha decidido emprender, así como a quienes no poseen ningún grado de formación. Por otra parte, este espacio también comprende aquellos con experiencia en el campo laboral en una empresa propia, familiar, privada o pública; así como, aquellos que carecen de experiencia alguna.

6.13.3 Emprender Ahora

Emprender Ahora, se enfoca en ¿Cuándo Emprender? En esta parte se aplica la metodología de Aprender al Desemprender; cerrando el círculo virtuoso del modelo. Dentro de un contexto de oportunidades y necesidades, la acción de producir emprendimientos en un entorno de oportunidad tiene la ventaja de emprendimientos de mayor calidad y con un alto grado de aceleración. A pesar de ello, un emprendimiento por necesidad brinda no sólo la posibilidad de subsistir sino de crecer.

Una vez que se emprende comienza la transgeneración empresarial que involucra dos aspectos: la transformación y la transferencia. La transformación es el proceso de maduración de la idea a un plan de negocio, y de un negocio a una empresa. La transferencia es la sucesión de la propiedad y mando de una empresa a la siguiente generación, dentro de algún grado de consanguinidad o afinidad. Finalmente, está el Desemprender dado por un aprendizaje continuo que involucra la sana crítica y la autocrítica provenientes de la experiencia vivencial del emprendimiento. El Desemprender no sólo permite al emprendedor re-emprender (volver a emprender de una mejor manera), sino que deja un legado de conocimiento, el “*know-how*” para futuros emprendedores dentro y fuera de su empresa.

6.14 Contenido Microcurricular del Modelo

La Tabla 47 presenta el contenido del modelo, que constituye una herramienta para que las autoridades y educadores puedan desarrollar un programa detallado de acuerdo a cada etapa formativa que plantea el modelo.

Tabla 47

Contenido microcurricular del Modelo

CONTENIDO	OBJETIVOS	RESULTADOS	TEMAS	MÉTODOS
¿Qué Emprender?	Identificar una oportunidad de negocio.	Crea soluciones innovadoras aplicadas a situaciones de su entorno enmarcadas en la responsabilidad social y ambiental. Desarrolla un proyecto mínimo viable basado en soluciones creativas de autogestión y toma de riesgo. Plantea planes de mejora basados en la detección de nuevas oportunidades.	Formación del Espíritu Emprendedor	Solución de Problemas
			Emprendimiento e Intraemprendimiento	
			Emprendimiento Social y Emprendimiento Empresarial	
¿Cómo Emprender?	Desarrollar un modelo de negocio.	Diseña un modelo de negocio a partir de soluciones innovadoras. Investiga los recursos necesarios para operativizar su modelo de negocio. Gestiona las ayudas necesarias para ejecutar su negocio.	Del Microemprendimiento al Emprendimiento Internacional	Estudio de Caso
¿Cuándo Emprender?	Evaluar la ejecución de un negocio.	Ejecuta negocios de acuerdo al alcance de sus capacidades. Evalúa su experiencia de emprendimiento. Retroalimenta su negocio con ideas innovadoras continuas. Propone adaptaciones de escalabilidad con potencial de exportación. Re-emprende nuevos negocios.	Oportunidades versus Necesidades	Desarrollo e Implementación de Proyectos
			Transgeneración Empresarial	
			Desemprender	

Fuente: Elaboración propia a partir de la Estructura Epistemológica del Modelo.

6.15 Ejecución del Modelo

El modelo está compuesto de tres bloques de aprendizaje o contenidos. ¿Qué Emprender?, ¿Cómo Emprender?, ¿Cuándo Emprender?. Esta propuesta es flexible, dado que el microcurrículo va a ser desarrollado por cada institución según su nivel de aplicación. Su propósito no es alterar el Sistema Educativo Ecuatoriano, por el contrario, busca aportar al desarrollo y mejoramiento del mismo. Adicionalmente, está diseñado para que sea retomado constantemente; es decir, que no constituye un espacio único, evitando con esto que el emprendimiento sea una materia que se toma en un año y se abandona. Este modelo, tampoco consiste en un flujo curricular, es decir, no está vinculado a niveles o materias encadenadas periódicamente. Este modelo pedagógico comprende una práctica inmersa en el currículo de acuerdo a cada nivel de educación contemplado en el Sistema Educativo Ecuatoriano. Cada docente debe auto cuestionarse respecto a la aplicación práctica de su materia, reflexionando profundamente respecto a ¿Qué pueden emprender mis educandos a partir de los conocimientos de la materia que dicto?

Los canales de implementación para el Emprendimiento a Temprana Edad, Emprendimiento Infantil, Emprendimiento Pre-juvenil, Emprendimiento Juvenil y Emprendimiento Profesional son las Instituciones de Enseñanza Básica, Media y Superior. Respecto al Emprendimiento Continuo y al Emprendimiento Gerontológico se lo puede implementar a través de centros de formación continua y de adultos mayores. Actualmente, existen prácticas de emprendimiento en todos los canales mencionados, pero son desarticulados e intermitentes; mientras lo que se necesita son programas permanentes de emprendimiento articulados a lo largo de la formación para toda la vida. Para ejecutar este modelo hay que considerar cinco fases: planificación, formación, vinculación, implementación y retroalimentación:

- Planificación: en esta fase se desarrolla el macro proyecto “Plan Formativo de Emprendimiento Prospectivo: Ecuador 2020-2060”. Uno de los puntos del plan corresponde a los programas detallados dirigidos a educadores y educandos, de acuerdo a los temas y unidades propuestos en este modelo.
- Formación: en esta fase se realizan seminarios y talleres dirigidos a los educadores. Los seminarios deben ser dirigidos de manera general para darle a conocer a la comunidad de educadores el presente modelo, así como su contenido. Los talleres deben ser dirigidos de manera específica a los educadores; dichos talleres deben ser prácticos, en una primera parte los educadores tomarían el rol de educandos, debiendo alcanzar los resultados de

aprendizaje; y en una segunda parte serán facilitadores de la práctica pedagógica con grupos de estudiantes y educadores pares.

- Vinculación: en esta fase se firman convenios de vinculación con los representantes del entorno del emprendedorismo, mencionados anteriormente. El Gobierno a través de sus organismos e instituciones facilitarán tanto el conocimiento como la aplicación de los procesos para el desarrollo de los emprendimientos; es decir, los trámites legales necesarios de acuerdo a la naturaleza de los emprendimientos (permiso sanitario, registro de marca, registro único de contribuyente, permisos de funcionamiento, entre otros) las universidades y centros de desarrollo productivo brindarán la infraestructura, especialmente para el proceso de investigación y desarrollo. Las empresas actuarán como proveedores, maquiladores y canales de distribución de acuerdo a cada caso.
- Implementación: en esta fase se lleva a cabo la inserción del Emprendimiento a Temprana Edad, el Emprendimiento Infantil, el Emprendimiento Pre-juvenil, el Emprendimiento Juvenil, el Emprendimiento Profesional, el Emprendimiento Continuo, y el Emprendimiento Gerontológico, a cargo de sus respectivas instituciones; es decir, escuelas, colegios, universidades, gremios, entre otros.
- Retroalimentación: en esta fase el desarrollo de cada una de las fases anteriores, nutrirá de experiencias y conocimientos que permitan el perfeccionamiento del presente modelo. Por ser una estrategia prospectiva, es dinámica, continua, permanente; por lo que deben medirse los resultados mes a mes, semestre a semestre, año a año para reformular nuevas estrategias que permitan alcanzar mejoras sustanciales en los indicadores de acuerdo a diferentes plazos:
 - Corto Plazo (anualmente, durante los cinco primeros años): número de beneficiarios directos y número de emprendimientos desarrollados.
 - Mediano Plazo (anualmente, durante los quince años siguientes): número de beneficiarios directos, número de emprendimientos desarrollados, tiempo de ejecución o antigüedad del emprendimiento, número de emprendedores involucrados, número histórico de propietarios; estadísticas de empleados, compras, ventas, e impuestos.
 - Largo Plazo (anualmente, durante los veinte años siguientes): número de beneficiarios directos, número de emprendimientos desarrollados, tiempo de ejecución o antigüedad del emprendimiento, número de emprendedores involucrados, número histórico de propietarios, ancho y

profundidad de su línea de productos o servicios; estadísticas de empleados, compras, ventas, e impuestos; mercados a los que están dirigidos sus productos o servicios; y su potencial de exportación.

6.16 Aplicación Práctica del Modelo

La Figura 18 muestra un ejemplo de cómo se puede emplear el modelo para desarrollar herramientas de aprendizaje. Esta guía de preguntas generadoras permite desarrollar ideas y crear un modelo de negocio. Para que la misma pueda ser usada con educandos de cualquier edad, debe adaptarse su contenido, vocabulario y sobretodo la metodología y técnicas de enseñanza.

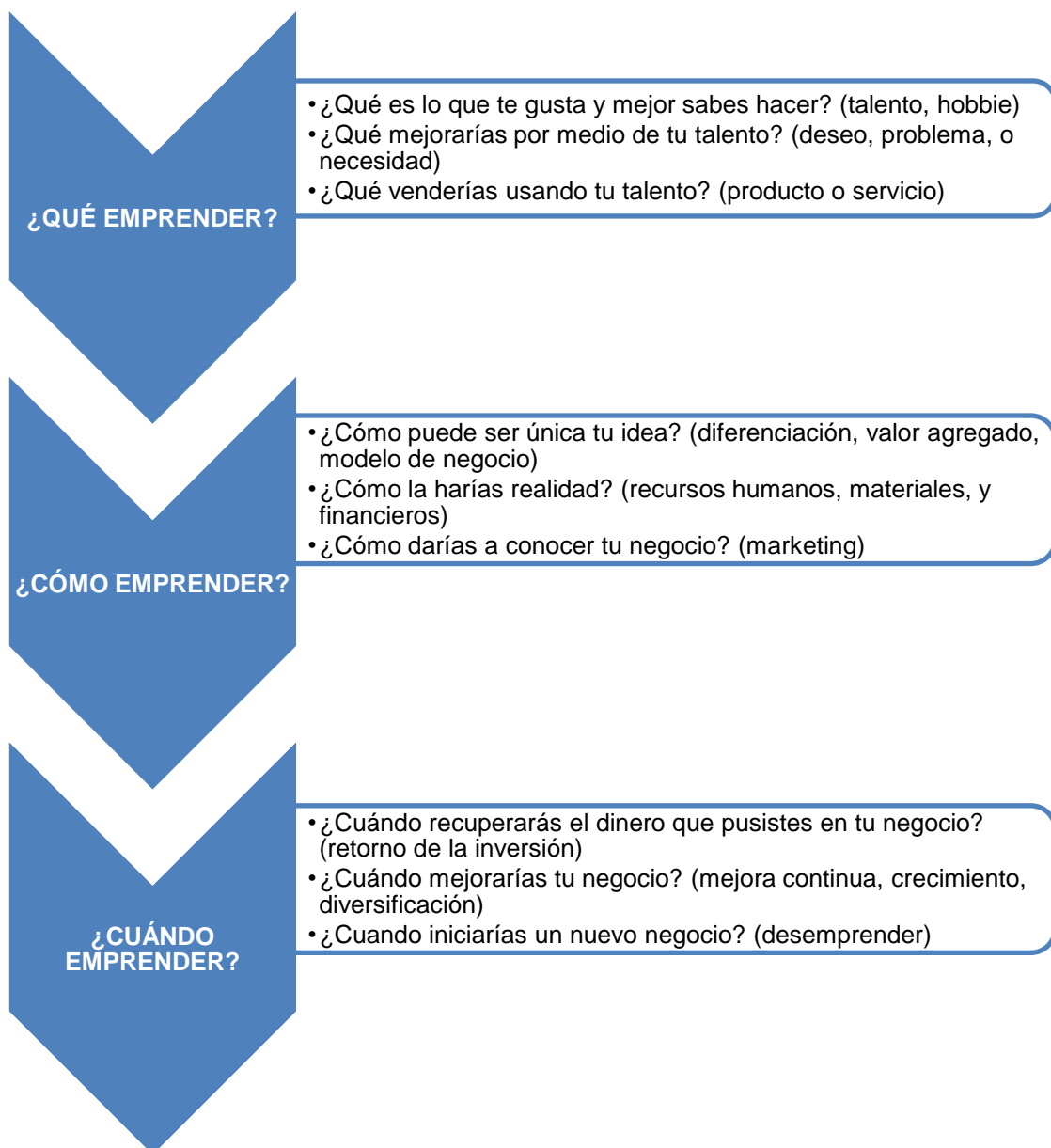


Figura 18. Guía de preguntas generadoras dirigida a los educandos de cualquier edad. Elaboración propia a partir de la Estructura Epistemológica del Modelo.

7. VALIDACIÓN EMPÍRICA DEL MODELO

El estado del arte previamente realizado mediante la aplicación del método de información secundaria (*Desktop*), permitió buscar y encontrar información existente a través de internet, bibliotecas, libros, publicaciones, estadísticas, entre otros, para luego ser analizada. De acuerdo a la metodología planteada, en el capítulo uno de la presente tesis doctoral, para la validación del modelo se propuso una triangulación de métodos (descriptivo, explicativo e interpretativo), así como una triangulación de técnicas (base documental, *test* estandarizado, y entrevistas en profundidad). De igual manera, se planteó una triangulación de datos, provenientes de diferentes fuentes de información (primaria y secundaria), así como de diferentes grupos de informantes (estudiantes, expertos, y graduados). Finalmente, los hallazgos serán triangulados y cruzados con la revisión crítica de la literatura y la descripción del contexto para ser comparados y analizados en su conjunto.

7.1 Análisis Descriptivo

Para el análisis descriptivo se aplicó el método cuantitativo bajo la técnica de *test* estandarizado. Como universo, se estableció a la Carrera de Emprendimiento de la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por dos razones fundamentales:

- Es la única Carrera de Emprendimiento en Ecuador registrada en la SENESCYT.
- Su población estudiantil es diversa en: género, rango de edades, ciudades de origen, colegios públicos y privados, provenientes o no de una familia con emprendimientos.

La selección del grupo objetivo se hizo aleatoriamente, de tal modo que la probabilidad de que aparezca cualquiera en un punto dado de la secuencia es igual a la probabilidad de que ocurra en cualquier otro. El personal de campo recibió instrucciones específicas del estudio y se lo capacitó en el uso correcto del *test* estandarizado. Luego, se realizó un *test* piloto para corregir posibles fallas técnicas o humanas que imposibiliten la aplicación definitiva. El procedimiento para la aplicación del *test* estandarizado se dio de la siguiente forma:

- La supervisión de los docentes que aplicaron el *test* a sus estudiantes se realizó en el mismo campo, con el objeto de tener un mejor control de la información recolectada. Se controló que un mismo estudiante no tomara el *test* en más de una ocasión. Adicionalmente, en oficina se revisaron todos los formularios para detectar errores u omisiones fácticas. En este caso, los *test* incompletos o con errores se tabularon de manera independiente.

- La metodología expuesta permitió reunir las mejores condiciones para el trabajo de cómputo y sistematización estadística. La información se estructuró en tablas o cuadros estadísticos para su posterior interpretación y análisis.
- Se elaboraron gráficos y tablas para la presentación de resultados.
- Se plantearon conclusiones generales del estudio.

7.1.1 Descripción del Test Estandarizado

Partiendo de la premisa, que el emprendimiento se fundamenta en actitudes, y dichas actitudes pueden ser aprendidas a lo largo de la vida [revisado ampliamente en los capítulos uno y dos]. Se aplicó el *Test* de Tendencia General de Emprendimiento (*General Enterprising Tendency Test - GETT*) que cuenta con una metodología desde 1988 de *Durham University Business School (DUBS)*. Este *test* trata de analizar la personalidad del emprendedor en base a cinco dimensiones: logros, autonomía, creatividad, toma de riesgos y determinación (DUBS, 1988). Además de utilizar un instrumento mundialmente conocido, se agregaron seis variables de contraste: sexo, edad, educación media pública o privada, ciclo de estudios en la Carrera de Emprendimiento, rango de promedio de calificaciones en la Carrera de Emprendimiento, si provienen o no de una familia con emprendimientos. Para esta fase del estudio, se determinaron dos temas de los cuales se desplegaron dos hipótesis, a las que se establecieron dos objetivos de validación del modelo, respectivamente (Tabla 48).

Tabla 48

Hipótesis del trabajo para el estudio descriptivo

TEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS DE VALIDACIÓN
Formación integral en emprendimiento como estrategia prospectiva de desarrollo socio-económico.	Los estudiantes de emprendimiento tienen una alta tendencia general de emprendimiento.	Demostrar que, en la Carrera de Emprendimiento, este hecho se produce de manera sistemática y mayoritaria.
Influencia del nivel socio-económico y de la experiencia familiar en emprendimiento en la propensión del emprendimiento.	Los estudiantes de emprendimiento que provienen de instituciones de educación media particulares y de una familia con emprendimientos tienen una mayor tendencia general de emprendimiento.	Comprobar que, en la Carrera de Emprendimiento, este hecho se produce de manera sistemática y mayoritaria.

Fuente: Elaboración propia a partir de la preguntas de investigación.

Los resultados de esta fase del estudio aportan al desarrollo del objetivo general de esta tesis, así como al primer y segundo objetivo de validación de este modelo, mediante el desarrollo y contraste de las hipótesis del trabajo planteadas. Si se aceptan las hipótesis, se demostrará que estudiar emprendimiento a nivel superior, desarrolla emprendedores, siendo más propensos a emprender los estudiantes que provienen de instituciones de educación media particulares y de una familia con emprendimientos. Mientras que si se rechazan las hipótesis, al no encontrar diferencias significativas en el análisis descriptivo bivariado de los resultados acumulativos, se puede sugerir que un Modelo Formativo en Emprendimiento puede ser impartido a hombres y mujeres provenientes de diferentes estratos sociales y sistemas de educación, pertenecientes a familias con y sin emprendimientos; por lo que el modelo podría generalizarse aplicándolo a través del sistema educativo.

7.1.2 Muestra

El total de matriculados en la Carrera de Emprendimiento, de acuerdo a la información tomada del Sistema Integrado Universitario (SIU), en el periodo A 2013 era de 244 estudiantes inscritos de primero a octavo ciclo (UCSG, 2013a); siendo éste, el universo para la selección de la muestra para el estudio cuantitativo. La muestra se determinó de manera representativa mediante la fórmula propuesta por Restituto Sierra Bravo (2003). Se estableció como muestra 137 *tests*, representando alrededor de 56,32% de la población, con un margen de error de 5,65% (Tabla 49).

Tabla 49

Tamaño de la muestra del análisis descriptivo

Tamaño muestra	n=	137	
Número de sigmas "s"	s=	2	
Variabilidad "p"	p=	0,50	% n/N= 56,31529%
Margen de error	e=	5,65%	
Variabilidad "q"	q=	0,50	
Universo	N=	244	

Fuente: Elaboración propia a partir de los estudiantes matriculados según UCSG (2013a)

Se aplicó el *Test* de Tendencia General de Emprendimiento (*General Enterprising Tendency Test - GETT*) a 137 estudiantes matriculados en el periodo académico A-2013. De la muestra tomada, la representatividad por ciclo de estudio estuvo entre el 33% y el 100% (Tabla 50). La participación promedio por ciclo fue del 59,90% y la participación total en el *test* en relación a los matriculados alcanzó 56,15% comparable a 56,32% establecido mediante la formulación estadística.

Tabla 50

Estudiantes matriculados en la Carrera de Emprendimiento A-2013

CICLO	UNIVERSO	MUESTRA	PORCENTAJE
I CICLO	48	16	33,33%
II CICLO	31	14	45,16%
III CICLO	39	22	56,41%
IV CICLO	31	12	38,71%
V CICLO	36	36	100,00%
VI CICLO	29	13	44,83%
VII CICLO	19	15	78,95%
VIII CICLO	11	9	81,82%
TOTAL	244	137	56,15%

Fuente: Elaboración propia a partir de UCSG (2013a)

7.1.3 Ficha Técnica

La Tabla 51 muestra la técnica de recogida de datos que se aplicó en esta etapa. Esta ficha indica el tipo de estudio que se realizó. Además, describe la técnica empleada, su justificación, y estructuración. Asimismo, puntualiza las características del grupo objetivo, en el orden de: sexo, rol que ocupan, y condición para ser considerados parte del estudio. Adicionalmente, establece el universo, así como la muestra que lo representa, junto con sus especificidades. Posteriormente, determina la fecha del estudio de campo y el alcance del mismo. En el alcance del estudio se aclara su temporalidad, es decir, explica cómo se ubica el periodo académico dentro del año lectivo ordinario.

Tabla 51*Ficha técnica del análisis descriptivo*

Tipo de Estudio	Cuantitativo
Técnica	El método de recolección de información fue la técnica de <i>test</i> estandarizado. Se usó como instrumento de recolección de datos el <i>Test</i> de Tendencia General de Emprendimiento (<i>General Enterprising Tendency Test - GETT</i>). Este método permite tener información estadística y datos acerca de las tendencias en relación a cada tema tratado. La información se obtuvo mediante un cuestionario estandarizado, con preguntas de respuestas cerradas, aplicado al grupo objetivo.
Grupo Objetivo	Hombres o mujeres, estudiantes matriculados en la Carrera de Emprendimiento, de primero a octavo ciclo, en el periodo de la investigación.
Universo	Se contaba con 244 estudiantes matriculados en la Carrera de Emprendimiento, motivo de la investigación.
Muestra	Se realizaron 137 <i>tests</i> estandarizados aproximadamente, este tamaño de la muestra se obtuvo con el 95% de confianza y + / - 5,65 % de error, sobre el total de la muestra. Sin embargo, los casos válidos fueron 124 con una representación de 50,82%, aumentando el margen de error a 6,30%.
Fecha de Campo	12 de junio de 2013
Alcance	Estudiantes matriculados de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, en el periodo de estudio A-2013. Este periodo corresponde al primero de dos periodos anuales, el cual se lleva a cabo de mayo a septiembre.

Fuente: Elaboración propia a partir de la propuesta metodológica.

7.1.4 Resultados

La presentación de los resultados se realizó de manera porcentual tanto en gráficos como en tablas. Primeramente, se presenta la personalidad empresarial de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento por secciones, de acuerdo a las cinco dimensiones de la personalidad emprendedora que establece el modelo (Tabla 52).

Tabla 52*Interpretación de Resultados del Test de Tendencia General de Emprendimiento*

SECCIÓN	DIMENSIÓN	PUNTAJE MÁXIMO	PUNTAJE ALTO	PUNTAJE BAJO
1	Necesidad de éxito	12	12-10	6-0
2	Necesidad de autonomía e independencia	6	6-4	2-0
3	Tendencia creativa	12	12-10	6-0
4	Asumir riesgos moderados	12	12-10	6-0
5	Empuje y determinación	12	12-10	6-0
RESULTADOS ACUMULATIVOS		54-44	43-27	26-0

Fuente: Elaboración propia en base a Caird (2013)

Posteriormente, en cada sección se muestra un análisis bivariado por cada una de las seis variables de contraste que fueron agregadas: sexo (mujer u hombre), edad (en años: 17-18, 19-20, 21-22, 23-24, 25-27), educación media privada (colegio particular) o pública (colegio nacional), ciclo de estudios en la Carrera de Emprendimiento (I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII), rango de promedio de calificaciones en la Carrera de Emprendimiento (menor a 6; 6-7; 7,01-8; 8,01-9; 9,01-10), si provienen o no de una familia con emprendimientos (tiene empresa familiar: no o sí).

7.1.4.1 Sección 1: Necesidad de Éxito

En esta sección se presenta el porcentaje de estudiantes que cumplen con las características de visión de futuro, autosuficiencia, optimismo, orientación a las tareas, orientación a los resultados, personalidad enérgica, persistencia, así como determinación y dedicación a la realización de una tarea. Primeramente, se muestra el resultado general de los estudiantes matriculados en la Carrera de Emprendimiento de la UCSG en el semestre A2013 que tienen necesidad de éxito. Posteriormente, mediante un análisis descriptivo bivariado se contrastan los resultados generales de esta sección con cada una de las seis variables agregadas: sexo, edad, educación media pública o privada, ciclo de estudios en la Carrera de Emprendimiento, rango de promedio de calificaciones en la Carrera de Emprendimiento, si provienen o no de una familia con emprendimientos. Al respecto, el 26,6% de los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* cumplen con las características de necesidad de éxito. La Figura 19 presenta los resultados referentes a esta sección:

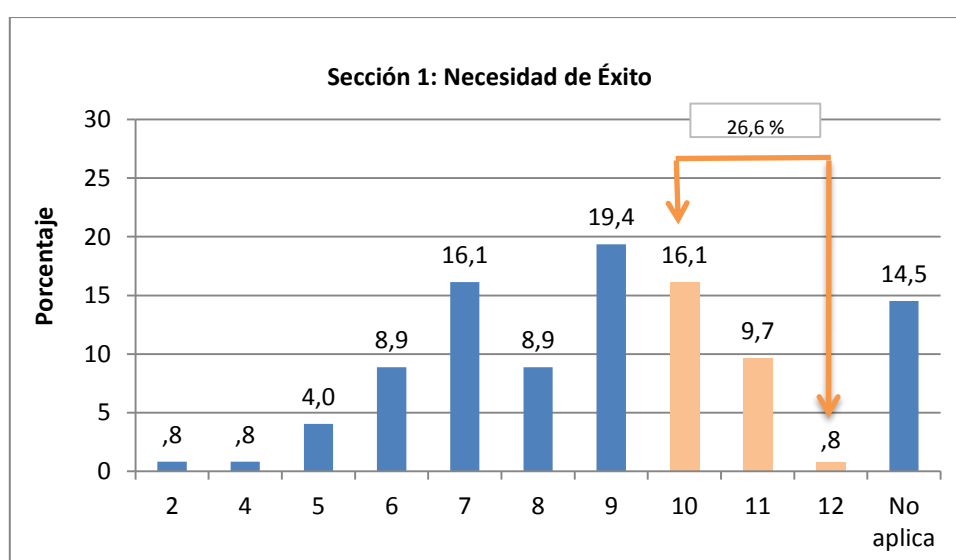


Figura 19. Necesidad de éxito de los estudiantes. Elaboración propia a partir de los resultados del GETT (2013)

Mediante un análisis descriptivo bivariado se comparó el resultado de la necesidad de éxito de los estudiantes con otras variables de contraste. La primera variable es el sexo de los estudiantes; en cuyo análisis (Figura 20) se obtuvo que el porcentaje de estudiantes hombres y mujeres que tienen mayor necesidad de éxito es ligeramente diferente. De tal forma que el 28,2% de mujeres tienen mayor necesidad de éxito, en relación al 24,6% de los hombres.

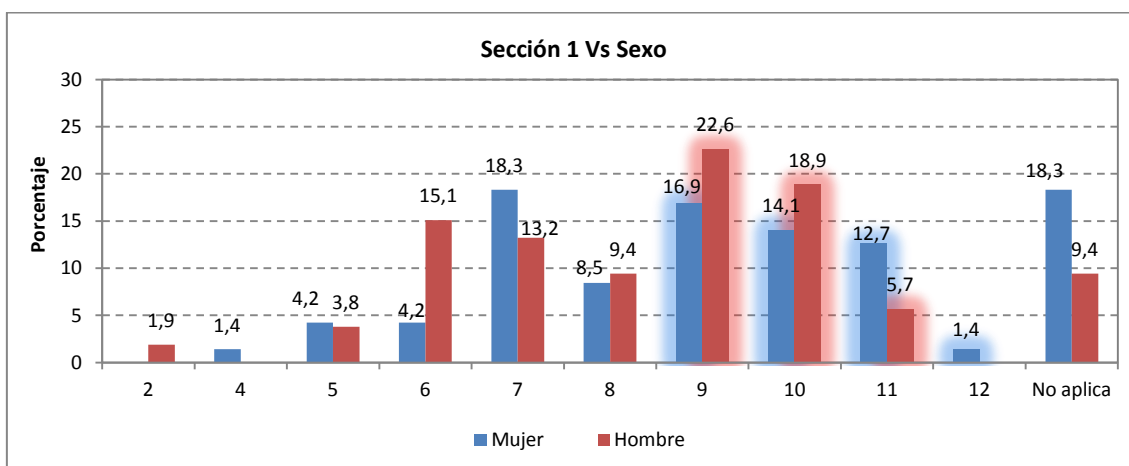


Figura 20. Necesidad de éxito por sexo. Elaboración propia a partir de los resultados del GETT (2013)

La segunda variable de contraste es la edad de los estudiantes (Tabla 53). Los estudiantes que tienen mayor necesidad de éxito son los estudiantes de 23 a 24 años (31,3%) como los que más se ajustan a este perfil; mientras que los menores de 18 años son los que menos se ajustan (9,1%).

Tabla 53

Necesidad de éxito por edad

Puntaje Sección 1	EDAD					Total
	17 - 18 años	19 - 20 años	21 - 22 años	23 - 24 años	25 - 27 años	
2	--	--	--	6,3	--	,8
4	--	2,3	--	--	--	,8
5	18,2	4,5	2,4	--	--	4,0
6	9,1	2,3	14,3	18,8	--	8,9
7	45,5	15,9	9,5	12,5	18,2	16,1
8	9,1	4,5	14,3	6,3	9,1	8,9
9	--	22,7	19,0	18,8	27,3	19,4
10	9,1	18,2	19,0	6,3	18,2	16,1
11	--	9,1	9,5	25,0	--	9,7
12	--	2,3	--	--	--	,8
No aplica	9,1	18,2	11,9	6,3	27,3	14,5
Base	11	44	42	16	11	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del GETT (2013)

La tercera variable de contraste es el colegio de donde provienen, pudiendo ser público o privado (Figura 21). Esta variable está ligada al nivel socio-económico de los estudiantes. Hay un mayor porcentaje de estudiantes que buscan el éxito en aquellos que estudiaron la secundaria en un colegio particular que en uno nacional. Del total de estudiantes que tuvieron su educación secundaria en un colegio particular, el 27,6% cumplen de mejor manera con las características evaluadas en esta sección, mientras que del total de estudiantes que estudiaron la secundaria en un colegio nacional, apenas el 12,5% de ellos se ajustan a dichas características.

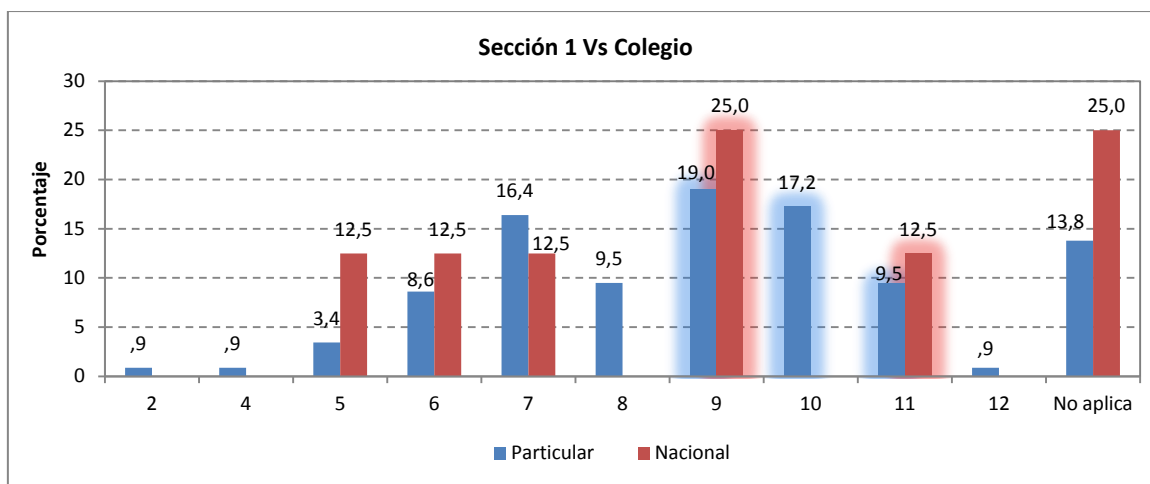


Figura 21. Necesidad de éxito por colegio particular y nacional. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La cuarta variable de contraste es el ciclo en el que los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* se encontraban cursando en la carrera (Tabla 54). Si se observan los resultados por ciclo, los estudiantes de III ciclo (55,6%) son aquellos que tienen mayor necesidad de éxito.

Tabla 54

Necesidad de éxito por ciclo de estudio

Puntaje Sección 1	CICLO								Total
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	
2	--	--	--	--	2,8	--	--	--	,8
4	--	--	--	--	--	7,7	--	--	,8
5	12,5	--	--	14,3	5,6		--	--	4,0
6	6,3	7,1	5,6	14,3	11,1	7,7	15,4	--	8,9
7	37,5	42,9		28,6	5,6	15,4	15,4	--	16,1
8	6,3	7,1	5,6		5,6	15,4	23,1	14,3	8,9
9	--	28,6	33,3	14,3	25,0	7,7	23,1	--	19,4
10	12,5	7,1	38,9	14,3	13,9	23,1	--	14,3	16,1
11	--	7,1	16,7	--	11,1	--	15,4	28,6	9,7
12	--	--	--	--	2,8	--	--	--	,8
No aplica	25,0	--	--	14,3	16,7	23,1	7,7	42,9	14,5
Base	16	14	18	7	36	13	13	7	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La quinta variable de contraste son las calificaciones promedio de los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* (Tabla 55). Se observa que aquellos que tienen calificaciones entre 8 y 9 puntos de promedio (37,5%) tienen una mayor necesidad de éxito.

Tabla 55

Necesidad de éxito por calificaciones

Puntaje Sección 1	Calificaciones promedio					Total
	Menor a 6	De 6 a 7	De 7,01 a 8	De 8,01 a 9	De 9,01 a 10	
2	--	4,5	--	--	--	,8
4	--	--	2,3	--	--	,8
5	--	4,5	2,3	6,3	--	4,1
6	--	22,7	4,5	6,3	14,3	8,9
7	50	13,6	15,9	12,5	28,6	15,4
8	--	4,5	11,4	10,4	--	8,9
9	50	22,7	25,0	12,5	14,3	19,5
10	--	9,1	15,9	20,8	14,3	16,3
11	--	4,5	6,8	16,7	--	9,8
12	--	--	--	--	14,3	,8
No aplica	--	13,6	15,9	14,6	14,3	14,6
Base	3	22	44	48	7	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La sexta y última variable de contraste es si los estudiantes provienen de una familia con emprendimientos (Figura 22), es decir, si tienen una empresa familiar. Hay una ligera diferencia si se analizan los resultados por la tenencia de una empresa familiar. Del total de estudiantes que no tienen una empresa familiar, el 29,9% de ellos se ajusta al perfil evaluado en esta sección, demostrando una mayor necesidad de éxito, comparado con el 23,8% de aquellos que tienen una empresa familiar.

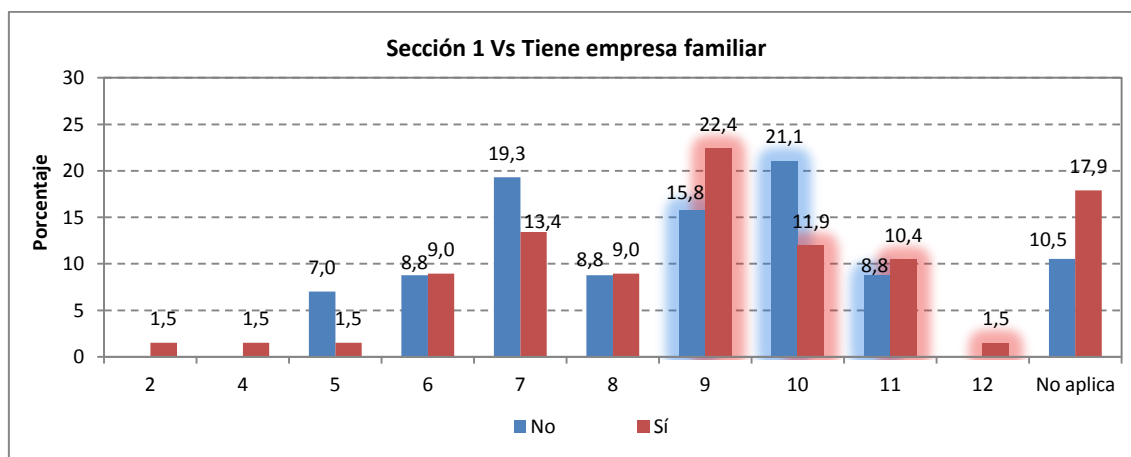


Figura 22. Necesidad de éxito si los estudiantes son parte o no de una empresa familiar. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

Los resultados de la necesidad de éxito de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a quienes se les aplicó el *test*, muestran que el 26,6% tiene mayor necesidad de éxito. Las mujeres (28,2%) tienen ligeramente mayor necesidad de éxito que los hombres (24,6%). Al respecto de la edad, una mayor necesidad de éxito fue más evidente en aquellos estudiantes entre 23 y 24 años (31,3%). Además, se observó que hay un porcentaje superior de estudiantes que mayormente buscan el éxito en aquellos que estudiaron la secundaria en un colegio particular (27,6%), que en uno nacional (12,5%).

Por otro lado, en relación al ciclo que los estudiantes cursaban cuando les fue aplicado el *test*, se estableció que los estudiantes de tercer ciclo (55,6%) son aquellos que tienen mayor necesidad de éxito. Respecto a la relación entre el rendimiento académico de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento y los resultados del *test* en esta sección, se mostró que en aquellos que tienen una calificación entre 8 y 9 puntos de promedio, hay un porcentaje superior (37,5%) de mayor necesidad de éxito. Adicionalmente, la diferencia de necesidad de éxito entre aquellos estudiantes que no tienen una empresa familiar (29,9%) y aquellos que la tienen (23,8%) fue levemente representativa.

7.1.4.2 Sección 2: Necesidad de Autonomía e Independencia

En esta sección se establece el porcentaje de estudiantes que cumplen con las características de gusto por hacer cosas no convencionales, preferencia por trabajar solo, necesidad de hacer sus propias cosas, necesidad de expresar lo que ellos piensan, desagrado al recibir órdenes, gusto por tomar sus propias decisiones, acción de no someterse a la presión del grupo, obstinación, y decisión. Primeramente, se muestra el resultado general de los estudiantes matriculados en la Carrera de Emprendimiento de la UCSG en el semestre A2013 que tienen necesidad de autonomía e independencia. Posteriormente, mediante un análisis descriptivo bivariado se contrastan los resultados generales de esta sección con cada una de las seis variables agregadas: sexo, edad, educación media pública o privada, ciclo de estudios en la Carrera de Emprendimiento, rango de promedio de calificaciones en la Carrera de Emprendimiento, si provienen o no de una familia con emprendimientos. Al respecto, el 39,5% de total de estudiantes evaluados cumplen de mejor manera con las características que se evalúan en esta sección, es decir, tienen una mayor necesidad de autonomía e independencia. La Figura 23 presenta los resultados referentes a esta sección:

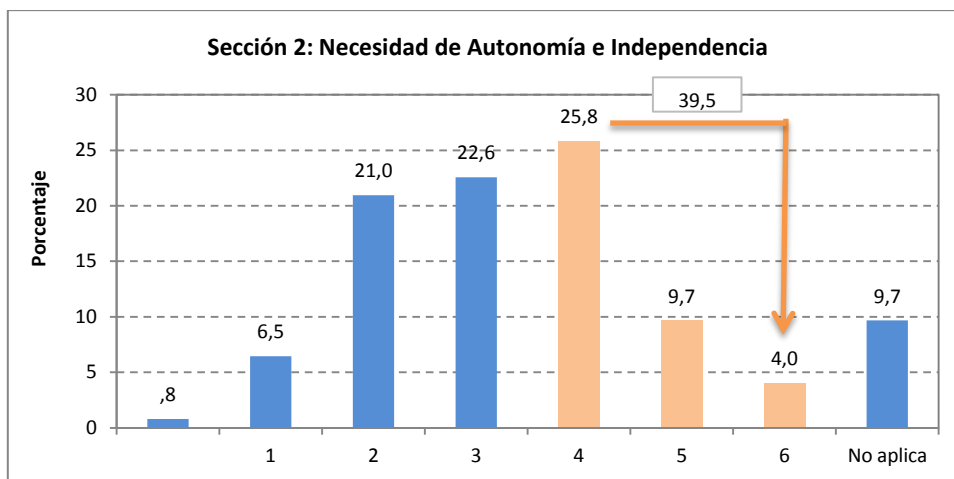


Figura 23. Necesidad de autonomía e independencia de los estudiantes. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

Mediante un análisis descriptivo bivariado se comparó el resultado de la necesidad de autonomía e independencia de los estudiantes con otras variables de contraste. La primera variable es el sexo de los estudiantes, en cuyo análisis (Figura 24) se observó que no hay diferencias significativas. El 39,6% de hombres y el 39,5% de mujeres son independientes, ya que cumplen mayoritariamente con las características evaluadas en esta sección.

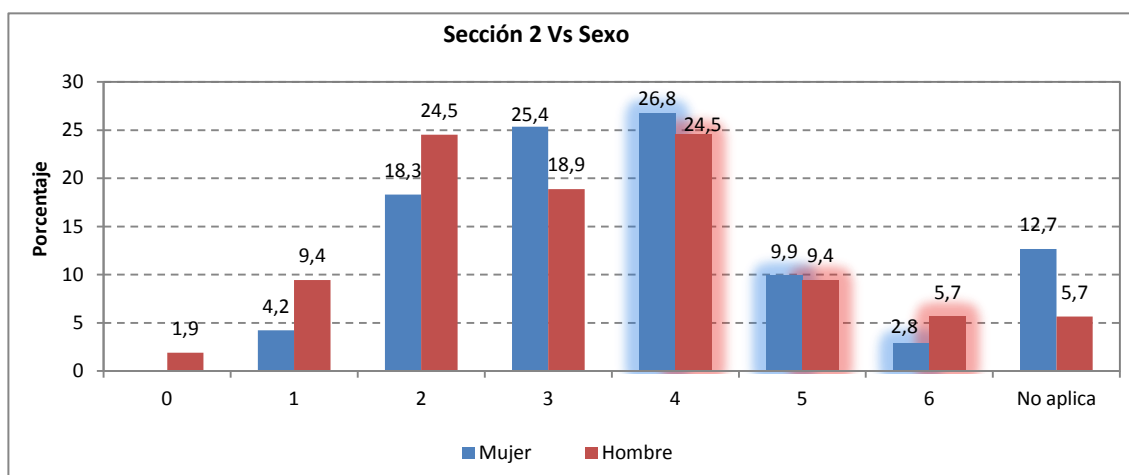


Figura 24. Necesidad de autonomía e independencia por sexo. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La segunda variable de contraste es la edad de los estudiantes (Tabla 56). Los estudiantes que tienen entre 23 y 24 años (56,3%) son los que más se ajustan a las características de esta sección, es decir, tienen mayor necesidad de autonomía e independencia.

Tabla 56

Necesidad de autonomía e independencia por edad

Puntaje Sección 2	EDAD					Total
	17 - 18 años	19 - 20 años	21 - 22 años	23 - 24 años	25 - 27 años	
0	--	--	--	--	9,1	,8
1	9,1	2,3	9,5	--	18,2	6,5
2	--	15,9	35,7	12,5	18,2	21,0
3	27,3	31,8	16,7	18,8	9,1	22,6
4	18,2	27,3	23,8	37,5	18,2	25,8
5	9,1	9,1	4,8	12,5	27,3	9,7
6	9,1	4,5	2,4	6,3	--	4,0
No aplica	27,3	9,1	7,1	12,5	--	9,7
Base	11	44	42	16	11	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La tercera variable de contraste es el colegio de donde provienen, pudiendo ser público o privado (Figura 25). Esta variable está ligada al nivel socio-económico de los estudiantes. Si se observa el porcentaje de estudiantes que se ajustan a este perfil, según el colegio donde recibieron su educación secundaria, se tiene que el 62,5% que vienen de un colegio nacional, poseen mayoritariamente las características de necesidad de autonomía e independencia; mientras que en el caso de aquellos que vienen de un colegio particular, el 37,9% las cumplen mayoritariamente.

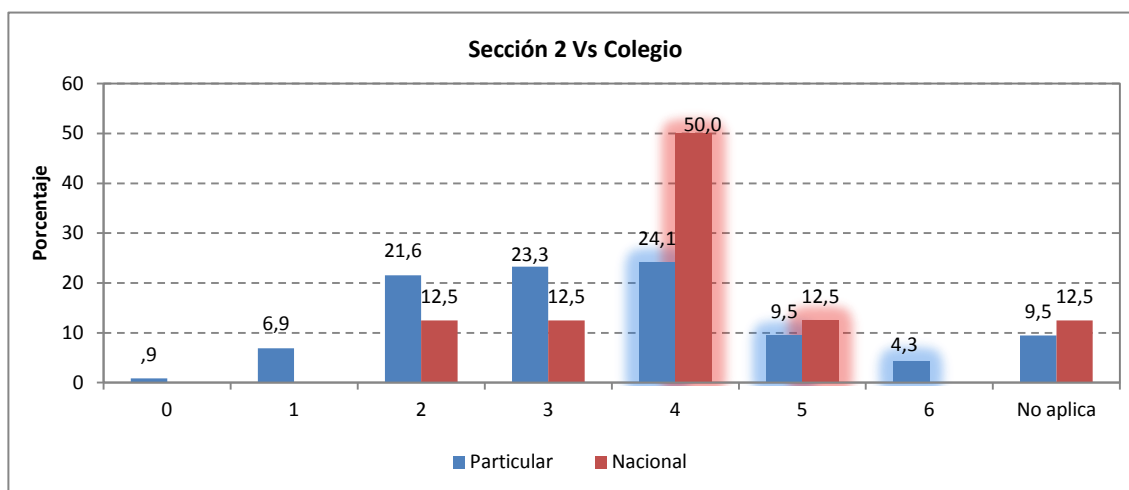


Figura 25. Necesidad de autonomía e independencia por colegio particular y nacional. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La cuarta variable de contraste es el ciclo en el que los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* se encontraban cursando en la carrera (Tabla 57). Del total de estudiantes de II ciclo, el 78,6% se ajustan mayormente a las características evaluadas, respecto a la necesidad de autonomía e independencia.

Tabla 57

Necesidad de autonomía e independencia por ciclo de estudio

Puntaje Sección 2	CICLO								Total
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	
0	--	--	--	--	--	--	7,7	--	,8
1	6,3	--	11,1	--	--	15,4	23,1	--	6,5
2	6,3	--	22,2	14,3	30,6	15,4	30,8	42,9	21,0
3	31,3	14,3	38,9	28,6	11,1	38,5	23,1	--	22,6
4	25,0	42,9	22,2	42,9	27,8	23,1	--	28,6	25,8
5	6,3	14,3	5,6	--	13,9	--	15,4	14,3	9,7
6	--	21,4	--	--	5,6	--	--	--	4,0
No aplica	25,0	7,1	--	14,3	11,1	7,7	--	14,3	9,7
Base	16	14	18	7	36	13	13	7	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La quinta variable de contraste son las calificaciones promedio de los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* (Tabla 58). El 57,2% de estudiantes que tienen entre 9 y 10 puntos de promedio se ajustan mayoritariamente a las características evaluadas, respecto a la necesidad de autonomía e independencia.

Tabla 58

Necesidad de autonomía e independencia por calificaciones

Puntaje Sección 2	Calificaciones promedio					Total
	Menor a 6	De 6 a 7	De 7,01 a 8	De 8,01 a 9	De 9,01 a 10	
0	--	--	2,3	--	--	,8
1	--	4,5	6,8	8,3	--	6,5
2	--	22,7	22,7	22,9	--	21,1
3	--	27,3	22,7	18,8	28,6	22,0
4	50	22,7	27,3	22,9	42,9	26,0
5	--	9,1	4,5	14,6	14,3	9,8
6	--	9,1	4,5	2,1	--	4,1
No aplica	50,0	4,5	9,1	10,4	14,3	9,8
Base	3	22	44	48	7	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La sexta y última variable de contraste es si los estudiantes provienen de una familia con emprendimientos (Figura 26), es decir, si tienen una empresa familiar. No se observaron diferencias significativas en el contraste de esta variable. Del total de estudiantes que no poseen una empresa familiar, el 40,4% se ajusta mayoritariamente a este perfil de necesidad de autonomía e independencia; en relación al 38,8% que poseen una empresa familiar.

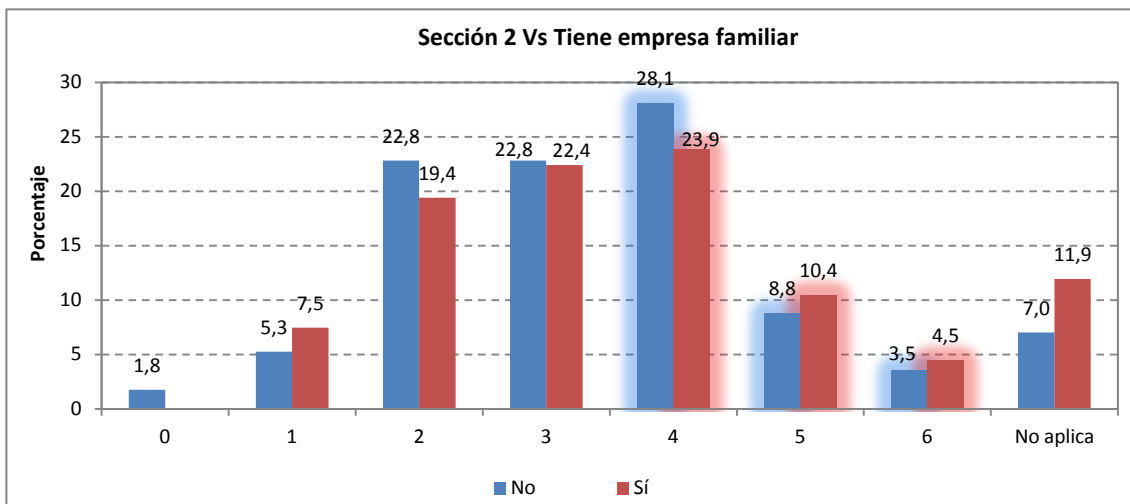


Figura 26. Necesidad de autonomía e independencia si los estudiantes son parte o no de una empresa familiar. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT* (2013)

Los resultados de la necesidad de autonomía e independencia de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a quienes se les aplicó el *test*, muestran que el 39,5% son mayoritariamente independientes y en busca de autonomía. El 39,6% de hombres y el 39,5% de mujeres son independientes, ya que cumplen de mejor manera con las características evaluadas en esta sección. Además, se constató que los estudiantes que tienen entre 23 y 24 años (56,3%) son los que más se ajustan a las características evaluadas. Según el colegio donde recibieron su educación secundaria, se tiene que el 62,5% que vienen de un colegio nacional, poseen mayoritariamente estas características, a diferencia del 37,9% que vienen de un colegio particular.

Por otro lado, en relación al ciclo que los estudiantes cursaban cuando les fue aplicado el *test*, se estableció que los estudiantes de segundo ciclo (78,6%) se ajustan de mejor manera a las características de necesidad por autonomía e independencia. Respecto a la relación entre el rendimiento académico de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento y los resultados del *test* en esta sección, se mostró que el 57,2% de estudiantes que tienen entre 9 y 10 puntos de promedio se ajustan mayoritariamente a las características evaluadas. Adicionalmente, se mostró que del total de aquellos que no poseen una empresa familiar, el 40,4% se ajusta mejor a este perfil, en relación al 38,8% que la poseen.

7.1.4.3 Sección 3: Tendencia Creativa

En esta sección se presenta el porcentaje de estudiantes que cumplen con las características de ser imaginativos e innovadores, tender a soñar despiertos, ser versátiles y curiosos, tener muchas ideas, ser intuitivos, disfrutar tener nuevos desafíos, y gustar de los cambios. Primeramente, se muestra el resultado general de los estudiantes matriculados en la Carrera de Emprendimiento de la UCSG en el semestre A2013 que tienen tendencia creativa. Posteriormente, mediante un análisis descriptivo bivariado se contrastan los resultados generales de esta sección con cada una de las seis variables agregadas: sexo, edad, educación media pública o privada, ciclo de estudios en la Carrera de Emprendimiento, rango de promedio de calificaciones en la Carrera de Emprendimiento, si provienen o no de una familia con emprendimientos. Al respecto, el 7,3% de los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* cumplen mayoritariamente con las características de tendencia creativa. La Figura 27 presenta los resultados referentes a esta sección:

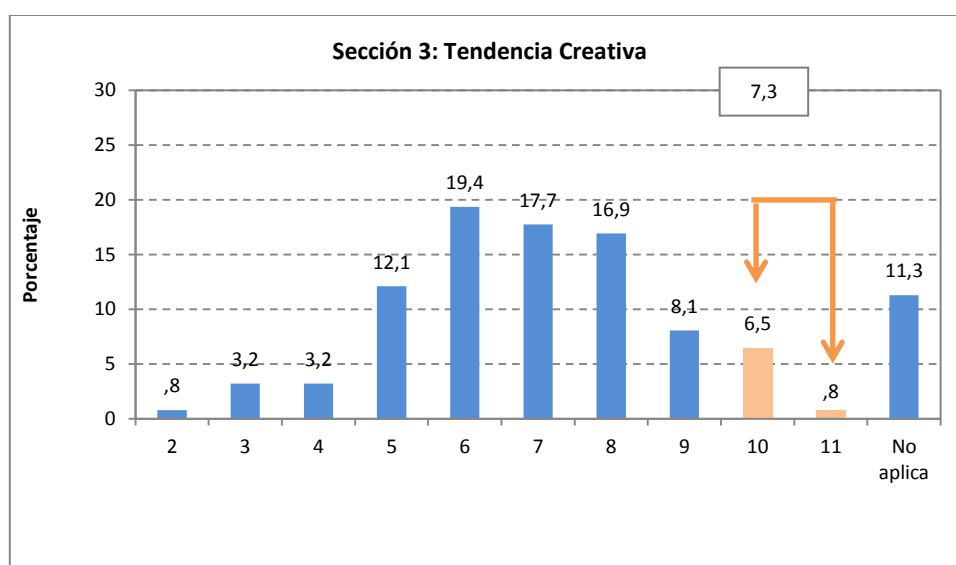


Figura 27. Tendencia creativa de los estudiantes. Elaboración propia a partir de los resultados del GETT (2013)

Mediante un análisis descriptivo bivariado se comparó el resultado de la tendencia creativa de los estudiantes con otras variables de contraste. La primera variable es el sexo de los estudiantes; en cuyo análisis (Figura 28) se obtuvo que el porcentaje de estudiantes mujeres (8,5%) que tienen mayor tendencia creativa es ligeramente superior al de los hombres (5,7%).

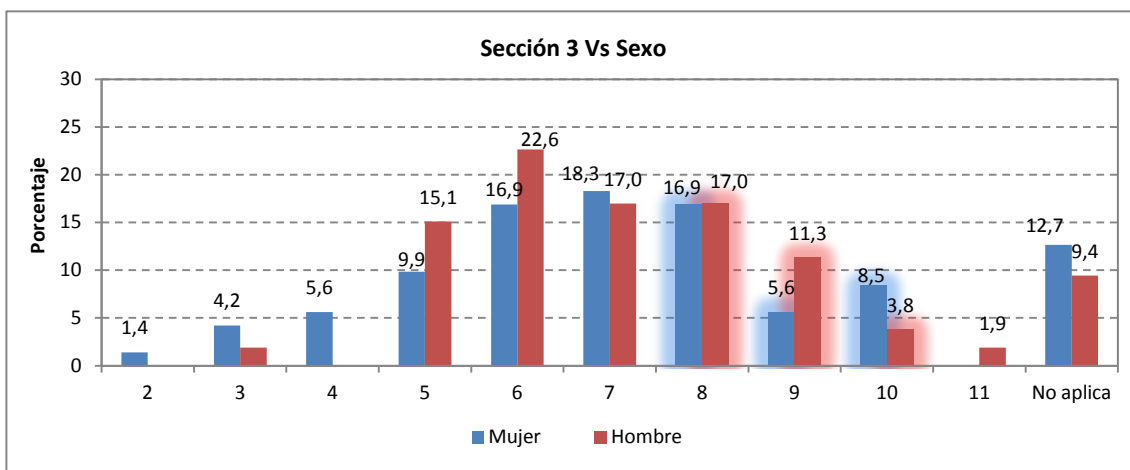


Figura 28. Tendencia creativa por sexo. Elaboración propia a partir de los resultados del GETT (2013)

La segunda variable de contraste es la edad de los estudiantes (Tabla 59). Los estudiantes que tienen mayor tendencia creativa tienen entre 17-18 años (18,2%).

Tabla 59

Tendencia creativa por edad

Puntaje Sección 3	EDAD					Total
	17 - 18 años	19 - 20 años	21 - 22 años	23 - 24 años	25 - 27 años	
2	--	--	2,4	--	--	,8
3	--	6,8	--	--	9,1	3,2
4	--	2,3	7,1	--	--	3,2
5	--	6,8	21,4	6,3	18,18	12,1
6	9,1	20,5	28,6	12,5	--	19,4
7	18,2	22,7	9,5	31,3	9,1	17,7
8	36,4	18,2	11,9	18,8	9,1	16,9
9	--	6,8	9,5	12,5	9,1	8,1
10	18,2	2,3	4,8	12,5	9,1	6,5
11	--	--	2,4	--	--	0,8
No aplica	18,2	13,6	2,4	6,3	36,4	11,3
Base	11	44	42	16	11	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del GETT (2013)

La tercera variable de contraste es el colegio de donde provienen, pudiendo ser público o privado (Figura 29). Esta variable está ligada al nivel socio-económico de los estudiantes. Hay un porcentaje superior de estudiantes con mayor tendencia creativa, en aquellos que estudiaron la secundaria en un colegio nacional (12,5%) que en uno particular (6,9%).

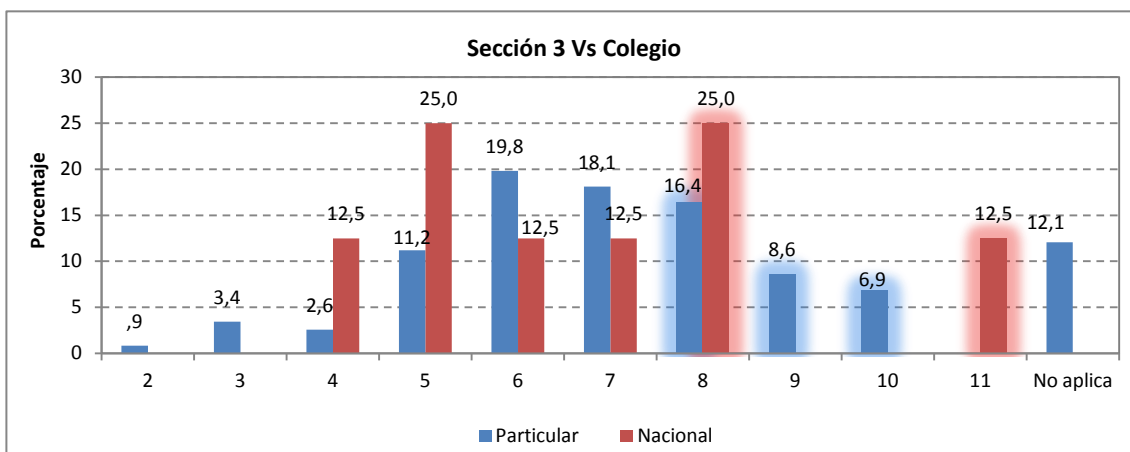


Figura 29. Tendencia creativa por colegio particular y nacional. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La cuarta variable de contraste es el ciclo en el que los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* se encontraban cursando en la carrera (Tabla 60). Si se observan los resultados por ciclo, aquellos estudiantes que están en IV ciclo (14,3%) son aquellos que tienen mayor tendencia creativa.

Tabla 60

Tendencia creativa por ciclo de estudio

Puntaje Sección 3	CICLO								Total
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	
2	--	--	--	--	--	7,7	--	--	,8
3	6,3	--	5,6	--	2,8	--	--	14,3	3,2
4	--	--	5,6	--	2,8	7,7	--	14,3	3,2
5	6,3	--	16,7	28,6	11,1	23,1	15,4	--	12,1
6	6,3	14,3	33,3	28,6	11,1	38,5	23,1	14,3	19,4
7	12,5	50,0	22,2	28,6	11,1	7,7	15,4	--	17,7
8	31,3	21,4	11,1	--	19,4	--	15,4	28,6	16,9
9	12,5	--	5,6	--	11,1	7,7	7,7	14,3	8,1
10	12,5	7,1	--	--	13,9	--	--	--	6,5
11	--	--	--	14,3	--	--	--	--	,8
No aplica	12,5	7,1	--	--	16,7	7,7	23,1	14,3	11,3
Base	16	14	18	7	36	13	13	7	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La quinta variable de contraste son las calificaciones promedio de los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* (Tabla 61). Se observa que en aquellos que tienen una calificación entre 9 y 10 puntos de promedio, hay un porcentaje superior (14,3%) que tiene mayor tendencia creativa.

Tabla 61

Tendencia creativa por calificaciones

Puntaje Sección 3	Calificaciones promedio					Total
	Menor a 6	De 6 a 7	De 7,01 a 8	De 8,01 a 9	De 9,01 a 10	
2	--	--	--	2,1	--	,8
3	--	--	2,3	6,3	--	3,3
4	--	4,5	2,3	4,2	--	3,3
5	--	22,7	15,9	6,3	--	12,2
6	--	18,2	27,3	14,6	14,3	19,5
7	50,0	27,3	15,9	16,7	--	17,9
8	50,0	4,5	13,6	20,8	28,6	16,3
9	--	4,5	4,5	12,5	14,3	8,1
10	--	4,5	4,5	8,3	14,3	6,5
11	--	4,5	--	--	--	,8
No aplica	--	9,1	13,6	8,3	28,6	11,4
Base	3	22	44	48	7	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La sexta y última variable de contraste es si los estudiantes provienen de una familia con emprendimientos (Figura 30), es decir, si tienen una empresa familiar. Entre los estudiantes que cuentan con una empresa familiar (7,5%) y los que no (7%) no existen diferencias significativas referentes a su perfil creativo, ya que ambos se ajustan mayoritariamente al perfil.

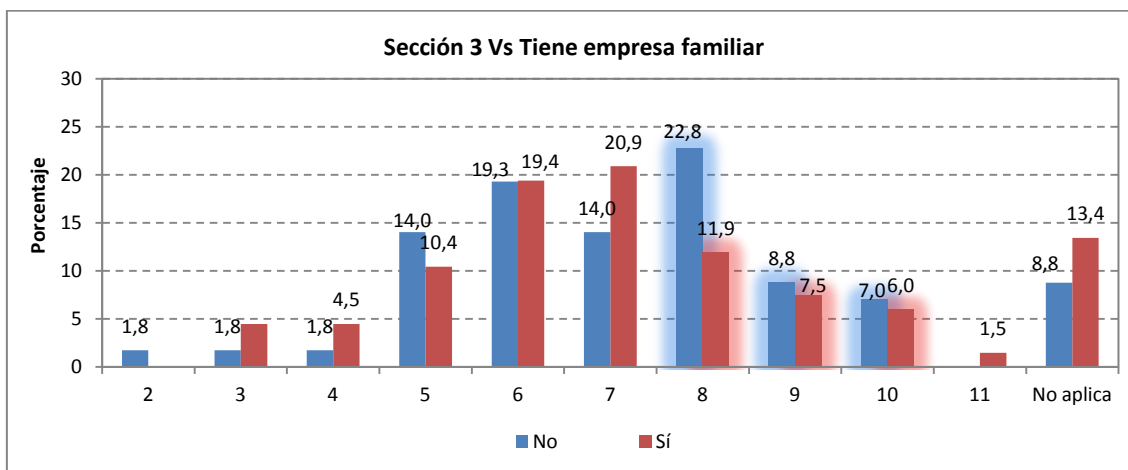


Figura 30. Tendencia creativa si los estudiantes son parte o no de una empresa familiar. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

Los resultados de la tendencia creativa de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a quienes se les aplicó el *test*, muestran que el 7,3% tiene mayor tendencia creativa. Las mujeres (8,5%) tienen mayor tendencia creativa que los hombres (5,7%). Al respecto de la edad, una mayor tendencia creativa fue más evidente en aquellos estudiantes entre 17-18 años (18,2%). Además, se observó que hay un porcentaje superior de estudiantes que mayormente tienen tendencia creativa en aquellos que estudiaron la secundaria en un colegio nacional (12,5%) que en uno particular (6,9%).

Por otro lado, en relación al ciclo que los estudiantes cursaban cuando les fue aplicado el *test*, se estableció que los estudiantes de cuarto ciclo (14,3%) son aquellos que tienen mayor tendencia creativa. Respecto a la relación entre el rendimiento académico de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento y los resultados del *test* en esta sección, se mostró que en aquellos que tienen un promedio entre 9 y 10 puntos de promedio, hay un porcentaje superior (14,3%) de mayor tendencia creativa. Finalmente, la diferencia de tendencia creativa entre aquellos estudiantes que tienen una empresa familiar (7,5%) y aquellos que no la tienen (7%) no fue significativa, ya que ambos se ajustan mayoritariamente al perfil creativo.

7.1.4.4 Sección 4: Capacidad de Asumir Riesgos Moderados

En esta sección se establece el porcentaje de estudiantes que cumplen con las características de actuar con información incompleta, juzgar cuando los datos incompletos son suficientes, evaluar con precisión sus propias capacidades, no estar ni por encima ni por debajo de sus ambiciones, evaluar costo-beneficio, y proponerse metas desafiantes pero alcanzables. Primeramente, se muestra el resultado general de los estudiantes matriculados en la Carrera de Emprendimiento de la UCSG en el semestre A2013 que toman riesgos moderados. Posteriormente, mediante un análisis descriptivo bivariado se contrastan los resultados generales de esta sección con cada una de las seis variables agregadas: sexo, edad, educación media pública o privada, ciclo de estudios en la Carrera de Emprendimiento, rango de promedio de calificaciones en la Carrera de Emprendimiento, si provienen o no de una familia con emprendimientos. Al respecto, el 5,6% de total de estudiantes evaluados cumplen de mejor manera con las características que se evalúan en esta sección, es decir, toman mayoritariamente riesgos moderados. La Figura 31 presenta los resultados referentes a esta sección:

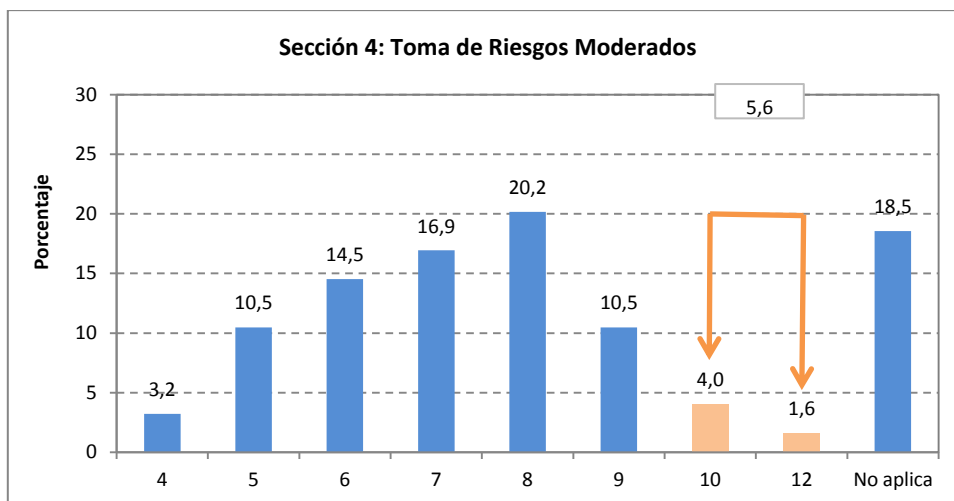


Figura 31 Toma de riesgos moderados de los estudiantes. Elaboración propia a partir de los resultados del GETT (2013)

Mediante un análisis descriptivo bivariado se comparó el resultado de la toma de riesgos moderados de los estudiantes con otras variables de contraste. La primera variable es el sexo de los estudiantes; en cuyo análisis (Figura 32) se observó que el porcentaje de hombres (9,4%) que toman mayoritariamente riesgos moderados es superior al de las mujeres (2,8%), ya que cumplen mayoritariamente con las características evaluadas en esta sección.

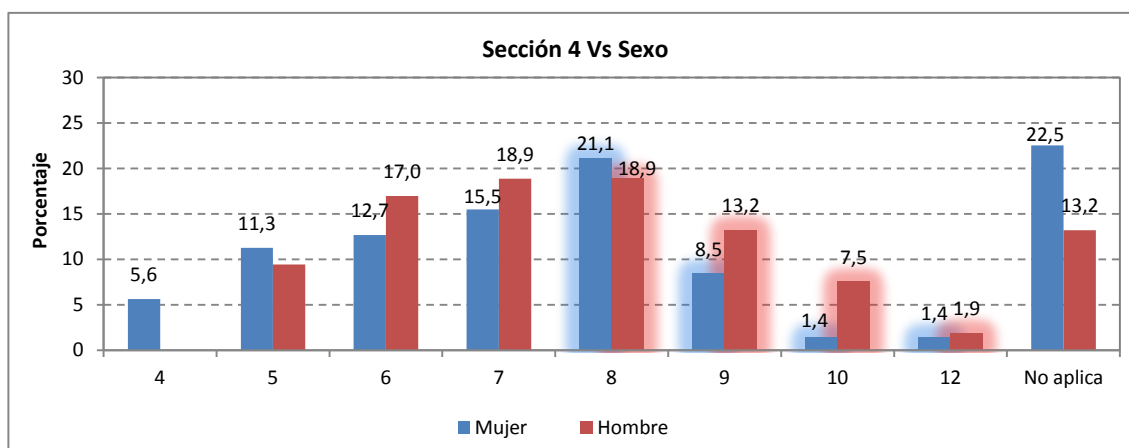


Figura 32. Toma de riesgos moderados por sexo. Elaboración propia a partir de los resultados del GETT (2013)

La segunda variable de contraste es la edad de los estudiantes (Tabla 62). Los estudiantes que tienen entre 25 y 27 años (9,1%) son los que más se ajustan a las características de esta sección, es decir, tienen mayor toma de riesgos moderados.

Tabla 62

Toma de riesgos moderados por edad

Puntaje Sección 4	EDAD					Total
	17 - 18 años	19 - 20 años	21 - 22 años	23 - 24 años	25 - 27 años	
4	--	4,5	4,8	--	--	3,2
5	9,1	9,1	16,7	6,3	--	10,5
6	9,1	11,4	14,3	18,8	27,3	14,5
7	27,3	13,6	16,7	6,3	36,4	16,9
8	9,1	25,0	16,7	18,8	27,3	20,2
9	9,1	11,4	9,5	18,8	--	10,5
10	--	2,3	4,8	6,3	9,1	4,0
12	--	4,5	--	--	--	1,6
No aplica	36,4	18,2	16,7	25,0	--	18,5
Base	11	44	42	16	11	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La tercera variable de contraste es el colegio de donde provienen, pudiendo ser público o privado (Figura 33). Esta variable está ligada al nivel socio-económico de los estudiantes. Si se observa el porcentaje de estudiantes que se ajustan a este perfil, según el colegio donde recibieron su educación secundaria, se tiene que el 6% que vienen de un colegio particular, poseen mayoritariamente las características de toma de riesgos moderados evaluadas en esta sección.

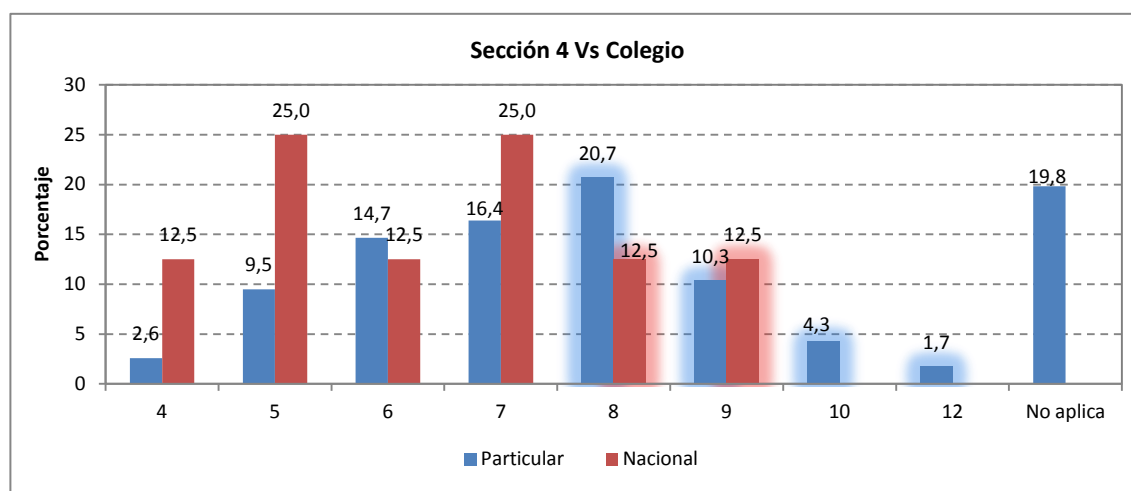


Figura 33. Toma de riesgos moderados por colegio particular y nacional. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La cuarta variable de contraste es el ciclo en el que los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* se encontraban cursando en la carrera (Tabla 63). Del total de estudiantes de V ciclo, el 13,9% se ajustan mayormente a las características evaluadas, respecto a la toma de riesgos moderados.

Tabla 63*Toma de riesgos moderados por ciclo de estudio*

Puntaje Sección 4	CICLO								Total
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	
4	--	--	--	--	5,6	--	15,4	--	3,2
5	6,3	7,1	11,1	14,3	11,1	7,7	15,4	14,3	10,5
6	12,5	7,1	11,1	14,3	16,7	23,1	7,7	28,6	14,5
7	18,8	28,6	22,2	28,6	2,8	23,1	23,1	14,3	16,9
8	6,3	42,9	22,2	28,6	22,2	15,4	15,4	--	20,2
9	18,8	7,1	22,2	--	8,3	7,7	--	14,3	10,5
10	--	--	--	--	11,1	--	7,7	--	4,0
12	6,3	--	--	--	2,8	--	--	--	1,6
No aplica	31,3	7,1	11,1	14,3	19,4	23,1	15,4	28,6	18,5
Base	16	14	18	7	36	13	13	7	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La quinta variable de contraste son las calificaciones promedio de los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* (Tabla 64). El 9,1% de estudiantes que tienen entre 6 y 7 puntos de promedio se ajustan mayoritariamente a las características evaluadas, respecto a la toma de riesgos moderados.

Tabla 64*Toma de riesgos moderados por calificaciones*

Puntaje Sección 4	Calificaciones promedio					Total
	Menor a 6	De 6 a 7	De 7,01 a 8	De 8,01 a 9	De 9,01 a 10	
4	--	--	2,3	6,3	--	3,3
5	--	18,2	9,1	10,4	--	10,6
6	--	27,3	6,8	18,8	--	14,6
7	50,0	18,2	18,2	10,4	28,6	16,3
8	--	9,1	38,6	10,4	14,3	20,3
9	50,0	9,1	4,5	10,4	42,9	10,6
10	--	9,1	4,5	2,1	--	4,1
12	--	--	2,3	2,1	--	1,6
No aplica	--	9,1	13,6	29,2	14,3	18,7
Base	3	22	44	48	7	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La sexta y última variable de contraste es si los estudiantes provienen de una familia con emprendimientos (Figura 34), es decir, si tienen una empresa familiar. No se observaron diferencias significativas en el contraste de esta variable. Del total de estudiantes que si poseen una empresa familiar, el 6% se ajusta mayoritariamente a este perfil de toma de riesgos moderados; en relación al 5,3% que no poseen empresa familiar.

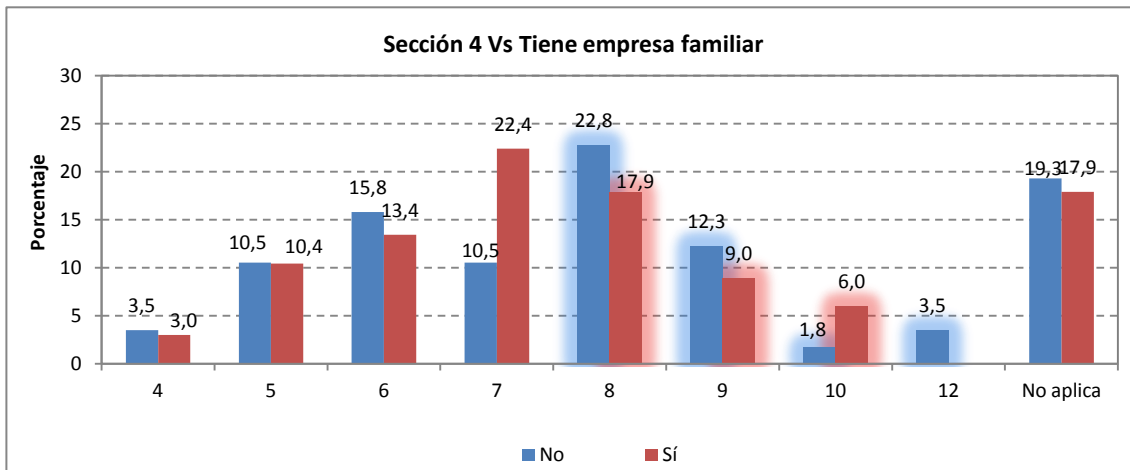


Figura 34. Toma de riesgos moderados si los estudiantes son parte o no de una empresa familiar. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

Los resultados de la toma de riesgos moderados de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a quienes se les aplicó el *test*, muestran que el 5,6% toman mayoritariamente riesgos moderados. El porcentaje de hombres (9,4%) que toman mayoritariamente riesgos moderados es superior al de las mujeres (2,8%). Al respecto de la edad, una mayor toma de riesgos moderados fue más evidente en aquellos estudiantes entre 25 y 27 años (9,1%). Además, se observó que hay un porcentaje superior de estudiantes que mayormente toman riesgos moderados en aquellos que estudiaron la secundaria en un colegio particular (6%).

Por otro lado, en relación al ciclo que los estudiantes cursaban cuando les fue aplicado el *test*, se estableció que los estudiantes de quinto ciclo (13,9%) son aquellos que tienen mayor toma de riesgos moderados. Respecto a la relación entre el rendimiento académico de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento y los resultados del *test* en esta sección, se mostró que en aquellos que tienen una calificación entre 6 y 7 puntos de promedio, hay un porcentaje superior (9,1%) de mayor toma de riesgos moderados. Finalmente, la diferencia de toma de riesgos moderados entre aquellos estudiantes que tienen una empresa familiar (6%) y aquellos que no la tienen (5,3%) no fue significativa, ya que ambos se ajustan mayoritariamente al perfil de esta sección.

7.1.4.5 Sección 5: Empuje y Determinación

En esta sección se presenta el porcentaje de estudiantes que cumplen con las características de una actitud de aprovechar las oportunidades, tener fe en su propio destino, crear su propia suerte, ser seguros de sí mismo, creer que controlan su propio destino, equiparar resultados con esfuerzo, y mostrar determinación. Primeramente, se presenta el resultado general de los estudiantes matriculados en la Carrera de Emprendimiento de la UCSG en el semestre A2013 que tienen empuje y determinación. Posteriormente, mediante un análisis descriptivo bivariado se contrastan los resultados generales de esta sección con cada una de las seis variables agregadas: sexo, edad, educación media pública o privada, ciclo de estudios en la Carrera de Emprendimiento, rango de promedio de calificaciones en la Carrera de Emprendimiento, si provienen o no de una familia con emprendimientos. Al respecto, el 19,4% de total de estudiantes evaluados cumplen de mejor manera con las características que se evalúan en esta sección, es decir, tienen un mayor empuje y determinación. La Figura 35 presenta los resultados referentes a esta sección:

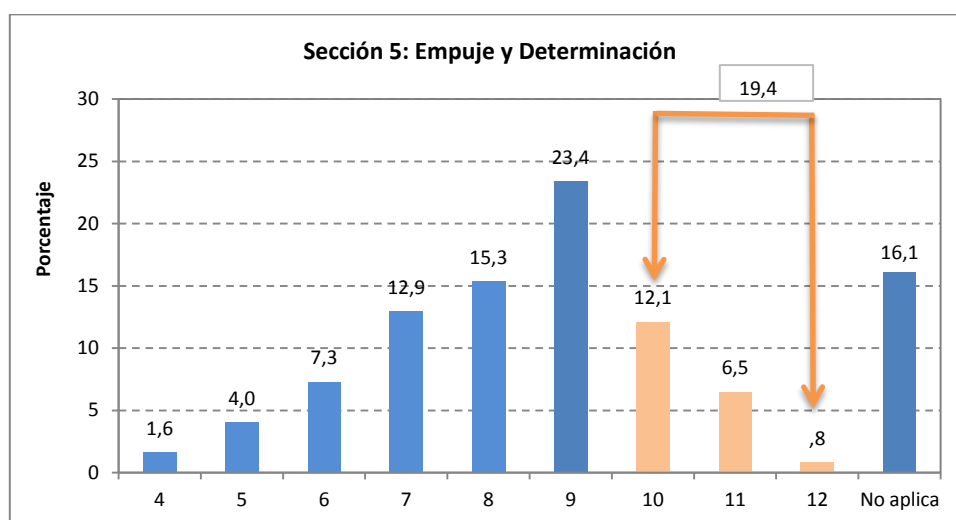


Figura 35. Empuje y determinación de los estudiantes. Elaboración propia a partir de los resultados del GETT (2013)

Mediante un análisis descriptivo bivariado se comparó el resultado del empuje y determinación de los estudiantes con otras variables de contraste. La primera variable es el sexo de los estudiantes, en cuyo análisis (Figura 36) se observó que hay ligeras diferencias entre ambos sexos. El 20,7% de hombres cumplen mayoritariamente con las características evaluadas en esta sección, en relación al 18,3% de mujeres que se ajustan a este perfil.

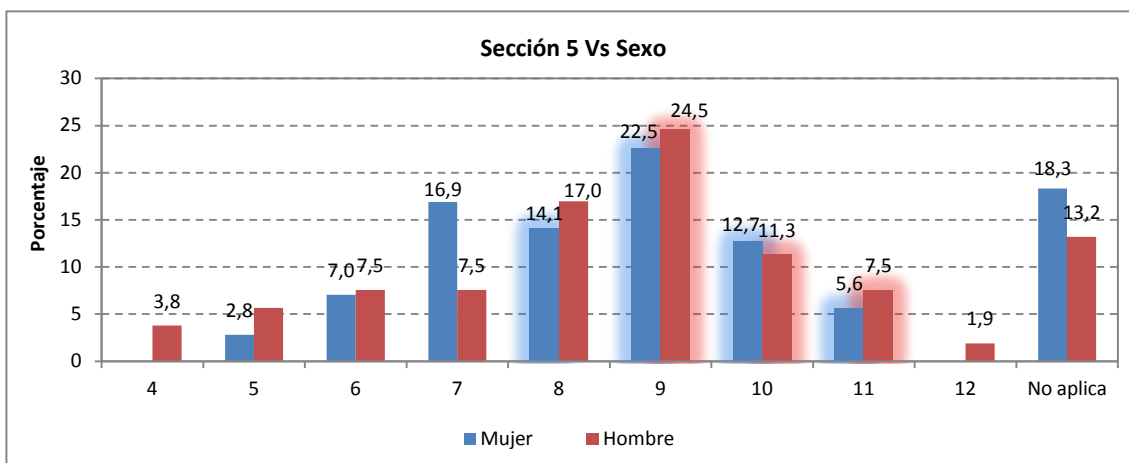


Figura 36. Empuje y determinación por sexo. Elaboración propia a partir de los resultados del GETT (2013)

La segunda variable de contraste es la edad de los estudiantes (Tabla 65). Los estudiantes que tienen entre 25 y 27 años (45,5%) son los que más se ajustan a las características de esta sección, es decir, tienen mayor empuje y determinación.

Tabla 65

Empuje y determinación por edad

Puntaje Sección 5	EDAD					Total
	17 - 18 años	19 - 20 años	21 - 22 años	23 - 24 años	25 - 27 años	
4	--	--	2,4	6,3	--	1,6
5	9,1	2,3	4,8	6,3	--	4,0
6	18,2	4,5	7,1	6,3	9,1	7,3
7	9,1	20,5	9,5	--	18,2	12,9
8	9,1	15,9	11,9	25,0	18,2	15,3
9	18,2	25,0	26,2	31,3	--	23,4
10	--	11,4	21,4	--	9,1	12,1
11	9,1	2,3	--	12,5	36,4	6,5
12	--	2,3	--	--	--	0,8
No aplica	27,3	15,9	16,7	12,5	9,1	16,1

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del GETT (2013)

La tercera variable de contraste es el colegio de donde provienen, pudiendo ser público o privado (Figura 37). Esta variable está ligada al nivel socio-económico de los estudiantes. Si se observa el porcentaje de estudiantes que se ajustan a este perfil, según el colegio donde recibieron su educación secundaria, se tiene que el 19,9% que vienen de un colegio particular, poseen mayoritariamente las características de empuje y determinación; mientras que en el caso de aquellos que vienen de un colegio nacional, el 12,5% las cumplen mayoritariamente.

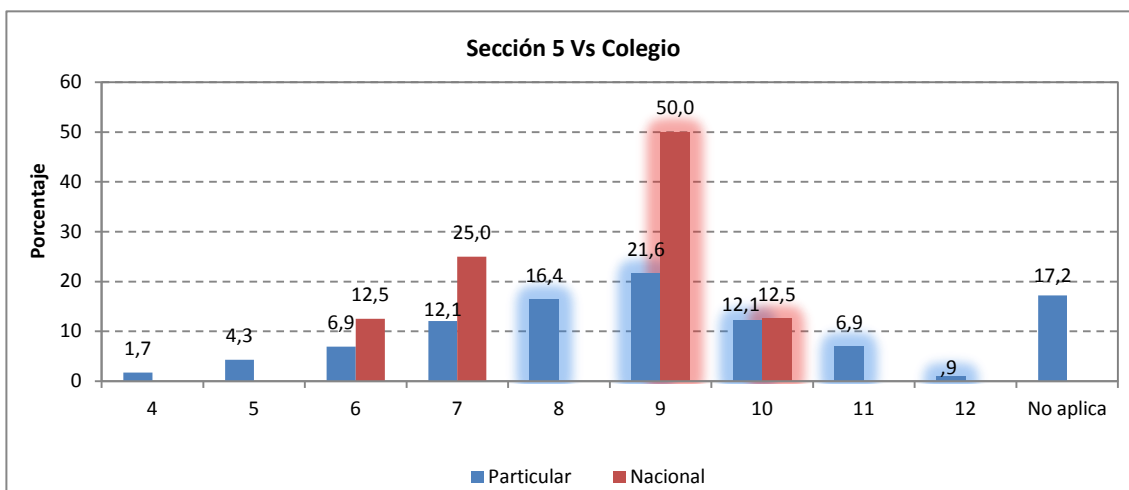


Figura 37. Empuje y determinación por colegio particular y nacional. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La cuarta variable de contraste es el ciclo en el que los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* se encontraban cursando en la carrera (Tabla 66). Del total de estudiantes de VIII ciclo, el 42,9% se ajustan mayormente a las características evaluadas, respecto al empuje y determinación.

Tabla 66

Empuje y determinación por ciclo de estudio

Puntaje Sección 5	CICLO								Total
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	
4	--	14,3	--	--	--	--	--	--	1,6
5	12,5	--	--	--	5,6	7,7	--	--	4,0
6	12,5	--	--	14,3	2,8	23,1	15,4	--	7,3
7	12,5	14,3	11,1	--	8,3	15,4	30,8	14,3	12,9
8	25,0	7,1	22,2	--	19,4	15,4	--	14,3	15,3
9	6,3	35,7	27,8	14,3	33,3	7,7	23,1	14,3	23,4
10	--	7,1	22,2	14,3	8,3	15,4	15,4	28,6	12,1
11	--	7,1	11,1	28,6	--	--	15,4	14,3	6,5
12	6,3	--	--	--	--	--	--	--	,8
No aplica	25,0	14,3	5,6	28,6	22,2	15,4	--	14,3	16,1
Base	16	14	18	7	36	13	13	7	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La quinta variable de contraste son las calificaciones promedio de los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* (Tabla 67). El 28,6% de estudiantes que tienen entre 9 y 10 puntos de promedio se ajustan mayoritariamente a las características evaluadas, respecto al empuje y determinación.

Tabla 67

Empuje y determinación por calificaciones

Puntaje Sección 5	Calificaciones promedio					Total
	Menor a 6	De 6 a 7	De 7,01 a 8	De 8,01 a 9	De 9,01 a 10	
4	50	--	2,3	--	--	1,6
5	--	4,5	4,5	4,2	--	4,1
6	--	13,6	2,3	8,3	14,3	7,3
7	--	4,5	15,9	14,6	14,3	13,0
8	50	9,1	11,4	18,8	14,3	14,6
9	--	22,7	27,3	25,0	--	23,6
10	--	4,5	15,9	12,5	14,3	12,2
11	--	13,6	4,5	4,2	14,3	6,5
12	--	--	--	2,1	--	,8
No aplica	--	27,3	15,9	10,4	28,6	16,3
Base	3	22	44	48	7	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La sexta y última variable de contraste es si los estudiantes provienen de una familia con emprendimientos (Figura 38), es decir, si tienen una empresa familiar. Del total de estudiantes que no poseen una empresa familiar, el 24,6% se ajusta mayoritariamente a este perfil de empuje y determinación; en relación al 15% que poseen empresa familiar.

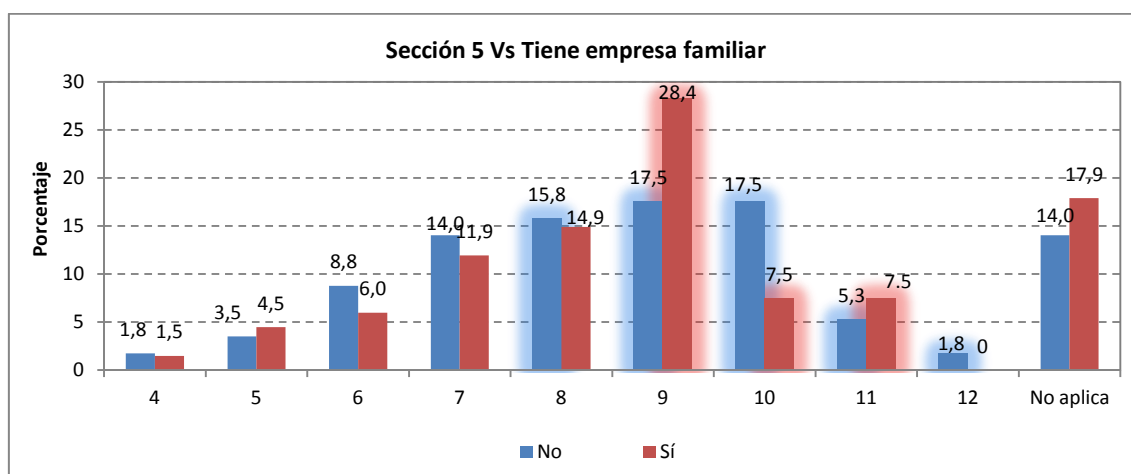


Figura 38. Empuje y determinación si los estudiantes son parte o no de una empresa familiar. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

Los resultados del empuje y determinación de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a quienes se les aplicó el *test*, muestran que el 19,4% tienen mayoritariamente empuje y determinación.

El porcentaje de hombres (20,7%) que tienen mayoritariamente empuje y determinación es superior al de las mujeres (18,3%). Al respecto de la edad, un mayor empuje y determinación fue más evidente en aquellos estudiantes entre 25 y 27 años (45,5%). Además, se observó que hay un porcentaje superior de estudiantes que mayormente tienen empuje y determinación en aquellos que estudiaron la secundaria en un colegio particular (19,9%), que aquellos que estudiaron en un colegio nacional (12,5%).

Por otro lado, en relación al ciclo que los estudiantes cursaban cuando les fue aplicado el *test*, se estableció que los estudiantes de octavo ciclo (42,9%) son aquellos que tienen mayor empuje y determinación. Respecto a la relación entre el rendimiento académico de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento y los resultados del *test* en esta sección, se mostró que en aquellos que tienen un promedio entre 9 y 10 puntos de promedio, hay un porcentaje superior (28,6%) de mayor empuje y determinación. Finalmente, la diferencia de empuje y determinación entre aquellos estudiantes que no tienen una empresa familiar (24,6%) fue mayormente significativa, en relación de aquellos que la tienen (15%).

7.1.4.6 Resultados Acumulativos

Para la presentación de los datos, se creó de la Tabla 68 con equivalencias, en la escala de 0 a 4, de acuerdo al puntaje del *Test* de Tendencia General de Emprendimiento (*General Enterprising Tendency Test - GETT*).

Tabla 68

Resultados acumulativos

Puntaje	Escala	%
0	0	3,2
01-26	1	33,1
27-43	2	27,4
44-53	3	5,6
54	4	0
No aplica	No aplica	30,6
Base	124	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT* (2013)

Del total de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a quienes se les aplicó el *test*, nadie alcanzó la escala acumulativa 4, es decir, nadie obtuvo el puntaje máximo de 54 puntos. La concentración (60,5%) se dio entre los niveles 1 y 2 de la escala.

Primeramente, los resultados permiten evidenciar que la mayor parte de los estudiantes (36,3%) recaen en el nivel más bajo de calificación del *test* (0-26 puntos).

Las recomendaciones del *test* indican, de manera no definitiva, que estos estudiantes tienden a apoyar la empresa en lugar de tomar la iniciativa. Sin embargo, se destaca que puede realizarse un proceso de transformación personal en estos estudiantes si desean volverse emprendedores. De manera general, estos resultados sugieren que este grupo de estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil pueden ser mejores empleados que emprendedores.

En segundo lugar, el 27,4% de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, recae en una tendencia general de emprendimiento media (27-43 puntos). Las recomendaciones del *test* indican, de manera no definitiva, que estos estudiantes tienen fortalezas en algunas de las características emprendedoras y pueden ser emprendedores en algunos contextos. De manera general, estos resultados sugieren que este grupo de estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil pueden ser más intraemprendedores que emprendedores, o bien ayudar a la comunidad.

En tercer lugar, el 5,6% de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, recae en una tendencia general de emprendimiento alta (44-54 puntos). Las recomendaciones del *test* indican, de manera no definitiva, que estos estudiantes tienen una tendencia a iniciar y gestionar proyectos, para sí mismos, terceros, o la comunidad. De manera general, estos resultados sugieren que este grupo de estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil pueden ser emprendedores que desarrollen emprendimientos innovadores, orientados hacia el crecimiento.

Por otra parte, mediante un análisis descriptivo bivariado se contrastaron los resultados generales de esta sección con cada una de las seis variables agregadas: sexo, edad, educación media pública o privada, ciclo de estudios en la Carrera de Emprendimiento, rango de promedio de calificaciones en la Carrera de Emprendimiento, si provienen o no de una familia con emprendimientos. Esta parte del análisis se concentrará en el porcentaje de estudiantes que obtuvieron una tendencia general de emprendimiento alta (5,6%).

La primera variable de contraste es el sexo de los estudiantes (Figura 39). Entre hombres (5,7%) y mujeres (5,6%) para la calificación de 3 en la escala acumulativa, no existen diferencias significativas.

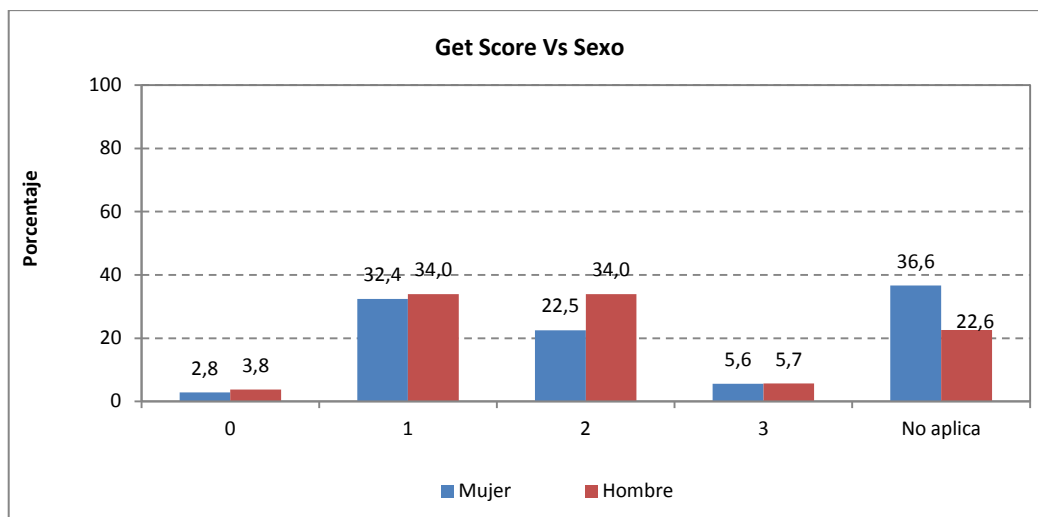


Figura 39. Resultados acumulativos por sexo. Elaboración propia a partir de los resultados del GETT (2013)

La segunda variable de contraste es la edad de los estudiantes (Tabla 69). El 18,8% de los estudiantes que tienen entre 23 y 24 años obtuvieron una calificación de 3 en la escala acumulativa.

Tabla 69

Resultados acumulativos por edad

Puntaje	EDAD					Total
	17 - 18 años	19 - 20 años	21 - 22 años	23 - 24 años	25 - 27 años	
0	9,1	2,3	2,4	6,3	--	3,2
1	18,2	29,5	42,9	25,0	36,4	33,1
2	18,2	31,8	26,2	31,3	18,2	27,4
3	--	4,5	2,4	18,8	9,1	5,6
4	--	--	--	--	--	--
No aplica	54,5	31,8	26,2	18,8	36,4	30,6
Base	11	44	42	16	11	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del GETT (2013)

La tercera variable de contraste es el colegio de donde provienen, pudiendo ser público o privado (Figura 40). Esta variable está ligada al nivel socio-económico de los estudiantes. Aquellos que provienen de un colegio particular corresponden, en su mayoría, a un nivel socio-económico más alto. El 12,5% de los estudiantes que vienen de un colegio nacional obtuvieron una calificación de 3 en la escala acumulativa, en relación a los que vienen de un colegio particular (5,2%). Este resultado es muy representativo para este análisis, en el sentido de que la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil es una universidad particular, y sus estudiantes mayoritariamente provienen de un colegio particular.

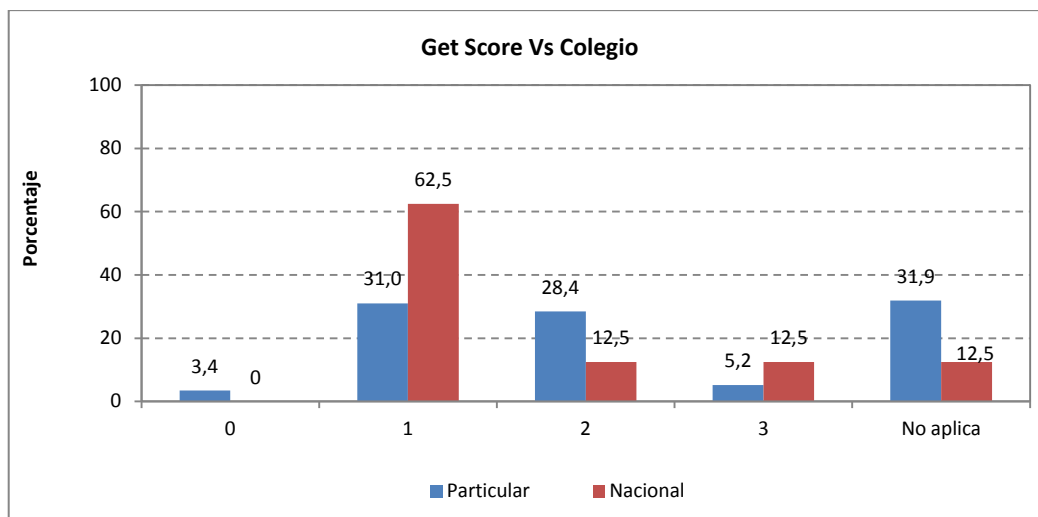


Figura 40. Resultados acumulativos por colegio particular y nacional. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La cuarta variable de contraste es el ciclo en el que los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* se encontraban cursando en la carrera (Tabla 70). El 13.9% de los estudiantes de V ciclo son los que obtuvieron una calificación de 3 en la escala acumulativa.

Tabla 70

Resultados acumulativos por ciclo

Puntaje	CICLO								Total
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	
0	6,3	--	--	--	5,6	7,7	--	--	3,2
1	25,0	42,9	38,9	42,9	16,7	46,2	61,5	14,3	33,1
2	6,3	50,0	50,0	28,6	27,8	7,7	7,7	42,9	27,4
3	6,3	--	5,6	--	13,9	--	--	--	5,6
4	--	--	--	--	--	--	--	--	--
No aplica	56,3	7,1	5,6	28,6	36,1	38,5	30,8	42,9	30,6
Base	16	14	18	7	36	13	13	7	124

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La quinta variable de contraste son las calificaciones promedio de los estudiantes a quienes se les aplicó el *test* (Tabla 71). Los resultados más altos en la escala acumulativa 3, recaen en los estudiantes que tienen notas superiores a 9 puntos de promedio.

Tabla 71

Resultados acumulativos por calificaciones

Sección	Puntaje	Calificaciones promedio				
		Menor a 6	De 6 a 7	De 7,01 a 8	De 8,01 a 9	De 9,01 a 10
1	0	0	0	0	0	0
	1	0	31,7	9,1	12,6	14,3
	2	100	40,8	52,3	35,4	42,9
	3	0	13,6	22,7	37,5	14,3
	4	0	0	0	0	14,3
	No aplica	0	13,6	15,9	14,6	14,3
2	0	0	0	2,3	0	0
	1	0	27,2	29,5	31,2	0
	2	0	27,3	22,7	18,8	28,6
	3	50	31,8	31,8	37,5	57,2
	4	0	9,1	4,5	2,1	0
	No aplica	50	4,5	9,1	10,4	14,3
3	0	0	0	0	0	0
	1	0	45,4	47,8	33,5	14,3
	2	100	36,3	34	50	42,9
	3	0	9	4,5	8,3	14,3
	4	0	0	0	0	0
	No aplica	0	9,1	13,6	8,3	28,6
4	0	0	0	0	0	0
	1	0	45,5	18,2	35,5	0
	2	100	36,4	61,3	31,2	85,8
	3	0	9,1	4,5	2,1	0
	4	0	0	2,3	2,1	0
	No aplica	0	9,1	13,6	29,2	14,3
5	0	0	0	0	0	0
	1	50	18,1	9,1	12,5	14,3
	2	50	36,3	54,6	58,4	28,6
	3	0	18,1	20,4	16,7	28,6
	4	0	0	0	2,1	0
	No aplica	0	27,3	15,9	10,4	28,6
Base	124	3	22	44	48	7

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT (2013)*

La sexta y última variable de contraste es si los estudiantes provienen de una familia con emprendimientos (Figura 41), es decir, si tienen una empresa familiar. Entre los estudiantes que tienen empresa familiar (6%) y los que no la tienen (5,3%) para la calificación de 3 en la escala acumulativa, no existen diferencias significativas.

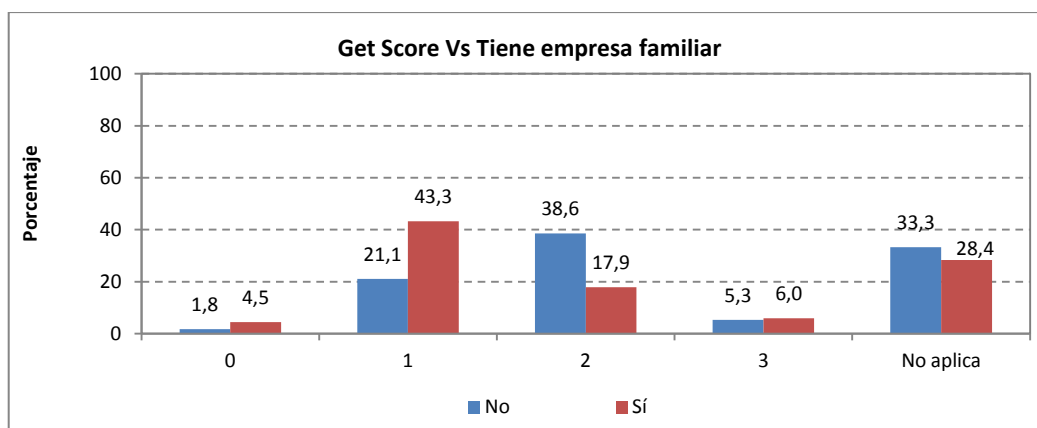


Figura 41. Resultados acumulativos si los estudiantes son parte o no de una empresa familiar. Elaboración propia a partir de los resultados del *GETT* (2013)

Como conclusiones generales del estudio descriptivo, la Tabla 72 muestra los resultados obtenidos del *Test* de Tendencia General de Emprendimiento (*General Enterprising Tendency Test - GETT*) en relación a las hipótesis del trabajo planteadas. Además, se realizan comentarios referentes a los resultados del *test* y al contraste con las seis variables agregadas:

- Sexo
- Edad
- Educación media pública o privada
- Ciclo de estudios en la Carrera de Emprendimiento
- Rango de promedio de calificaciones en la Carrera de Emprendimiento
- Si provienen o no de una familia con emprendimientos

Tabla 72*Interpretación de los resultados del análisis descriptivo*

HIPÓTESIS	RESULTADOS	INTERPRETACIÓN
Los estudiantes de emprendimiento tienen una alta tendencia general de emprendimiento.	No se demostró la hipótesis; ya que la mayor parte de los estudiantes tienen una tendencia de emprendimiento baja, seguida de una tendencia media.	A pesar de rechazar la hipótesis, por no encontrar una mayoritaria tendencia alta de emprendimiento, se evidenció que los estudiantes con alta tendencia de emprendimiento, eran aquellos que obtuvieron calificaciones mayores a nueve puntos sobre diez en la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
Los estudiantes de emprendimiento que provienen de instituciones de educación media particulares y de una familia con emprendimientos tienen una mayor tendencia general de emprendimiento.	No se demostró la hipótesis; ya que la mayor tendencia de emprendimiento recae en los estudiantes que provienen de instituciones de educación media nacional, así como de una familia sin emprendimientos.	Al rechazar las hipótesis, por no encontrar diferencias significativas en el análisis descriptivo bivariado, se puede sugerir que un Modelo Formativo en Emprendimiento puede ser impartido a hombres y mujeres provenientes de diferentes estratos sociales y sistemas de educación, pertenecientes a familias con y sin emprendimientos. Por lo que el modelo podría generalizarse aplicándolo a través del sistema educativo.

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis descriptivo

En la sección de las conclusiones finales de esta investigación doctoral, se retomarán estos hallazgos para ser triangulados y cruzados con la revisión crítica de la literatura y la descripción del contexto; siendo finalmente comparados y analizados en su conjunto.

7.2 Análisis Explicativo

Para el análisis explicativo se aplicó el método cualitativo bajo la técnica de entrevistas en profundidad. Como universo, se estableció a los expertos en emprendimiento, innovación, y/o educación de la ciudad de Guayaquil, se limitó el alcance a esta ciudad por dos razones fundamentales:

- La universidad y la carrera a la que se refiere el estudio están localizadas en la ciudad de Guayaquil.
- Guayaquil es la segunda ciudad más importante de Ecuador, y sus actividades principales son el comercio, la producción y los servicios.

La selección del grupo objetivo se hizo sin necesidad de representatividad, de tal modo que se abarcara un conjunto de personas de interés para el estudio. El cuestionario se elaboró a través de líneas de discusión planteadas como preguntas abiertas. Se procuró que las líneas de discusión sean coherentes con los temas de esta investigación. El personal de campo recibió instrucciones específicas del estudio y se lo capacitó en el uso correcto del cuestionario de la entrevista. Luego, se realizó una entrevista piloto para corregir posibles fallas técnicas o humanas que imposibiliten la aplicación definitiva. El procedimiento para la realización de la entrevista en profundidad se dio de la siguiente forma:

- En oficina se revisaron todas las grabaciones, a medida que fueron realizadas, para detectar errores u omisiones fácticas, y aplicar las correcciones o mejoras en la siguiente entrevista. En este caso, a las preguntas que no fueron discutidas con los entrevistados, sea porque el tema no era pertinente a su conocimiento o experiencia, o porque fue omitido, se colocó la frase “no aplica” en el tratamiento de la información.
- La metodología expuesta permitió reunir las mejores condiciones para la transcripción y el tratamiento analítico de la información.
- La información se estructuró en tablas para su posterior interpretación y análisis crítico.
- Se plantearon conclusiones por pregunta.

7.2.1 Descripción de la Entrevista En Profundidad

Partiendo de la premisa, que el emprendimiento se fundamenta en actitudes, y dichas actitudes pueden ser aprendidas a lo largo de la vida [revisado ampliamente en los capítulos uno y dos]. Se aplicó el método cualitativo bajo la técnica de entrevistas en profundidad a expertos. Para lo cual, se utilizó un modelo semi-estructurado de cuestionario etnográfico compuesto de 58 preguntas distribuidas en tres secciones.

Este análisis se enfoca en los patrones culturales de los educadores. A través de las entrevistas en profundidad, se busca comprender la realidad de los educadores en su contexto, así como descubrir las mejores estrategias didácticas para la formación en emprendimiento. Para esta fase del estudio, se determinaron dos temas de los cuales se desplegaron dos interrogantes, a las que se establecieron dos objetivos de validación del modelo, respectivamente (Tabla 73).

Tabla 73

Interrogantes del trabajo para el análisis explicativo

TEMA	INTERROGANTES	OBJETIVOS DE VALIDACIÓN
Implementación de la pedagogía emprendedora para potenciar el desarrollo de competencias emprendedoras.	¿Cómo los educadores que imparten emprendimiento aplican la pedagogía emprendedora en el proceso de enseñanza-aprendizaje?	Comprender la realidad de los educadores en su contexto: formación en emprendimiento, experiencia en emprendimiento y en la enseñanza del emprendimiento, así como la educación que imparten en la Carrera de Emprendimiento.
Diseño de estrategias didácticas emprendedoras.	¿Cuál es la naturaleza esencial de las estrategias didácticas que generan competencias emprendedoras?	Descubrir las mejores estrategias didácticas empleables en procesos educativo-formativos en la Carrera de Emprendimiento para la culturización del emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia a partir de las preguntas de investigación

Los resultados de esta fase del estudio aportan al desarrollo de los objetivos específicos uno y dos de esta tesis, así como al tercer y cuarto objetivo de validación de este modelo, mediante el desarrollo y contraste de las dos interrogantes del trabajo planteadas. Al evaluar este grupo, se podrá saber cómo es y cómo se manifiesta en relación a las características psicológicas de los emprendedores, y cuál es su potencial emprendedor para educar en emprendimiento. Los resultados obtenidos permitirán determinar estrategias para robustecer el perfil de los docentes que a su vez fortalecerá el perfil de los futuros emprendedores, generando un *spillover effect*.

7.2.2 Muestra

Para el análisis explicativo se abarcó un conjunto de personas de interés para el estudio sin necesidad de representatividad. El criterio utilizado para la selección fue que los sujetos o participantes pertenezcan a los distintos grupos establecidos en la “Matriz de Involucrados” [detallado en el capítulo uno]. Para ello, se aplicó el método de muestreo de conveniencia empleando un “Muestreo por Cuotas”. La muestra dentro del enfoque cualitativo llegó a diez entrevistas en profundidad a expertos de los

diferentes grupos de involucrados, tales como: directivos, docentes y graduados; envueltos en los sectores público y privado, en los ámbitos político, educativo, empresarial y emprendedor (Tabla 74). El número de entrevistas se limitó a diez porque las respuestas eran muy similares. Posteriormente, la información fue organizada y presentada en tablas para realizar su interpretación y análisis.

Tabla 74

Perfil de los expertos y docentes entrevistados

SECTOR	DESCRIPCIÓN	JUSTIFICACIÓN
Público	Hugo Marcos Calle Forrest, Licenciado en Turismo, Magister en Ciencias Internacionales y Diplomacia.	Director Cultural de la Provincia del Guayas, Emprendedor, Docente en diferentes Instituciones de Educación Superior.
Privado	Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo, Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional, Magister en Administración de Empresas, Doctorando en Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Argentina.	Experto en Logística y Comercio Exterior, Ex Docente del Nivel Profesional de la Carrera de Emprendimiento.
Político	Félix Eduardo Pilco del Salto, Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional, Máster Universitario en Acción Política, Fortalecimiento Institucional y Participación Ciudadana en el Estado de Derecho.	Gestor Político, Emprendedor, Ex Docente del Nivel de Titulación de la Carrera de Emprendimiento.
Educativo: Estudiantil	Fátima Estafanía Cunalema Pozo, Ingeniera en Desarrollo de Negocios Bilingüe.	Mejor Graduada de la Carrera de Emprendimiento que tiene una mirada como estudiante y emprendedora.
Educativo: Directivo de Educación Superior	Xavier Antonio Mosquera Rodríguez, Ingeniero Civil, Magister en Sistemas de Información Gerencial, Magister en Administración de Empresas, Doctorando en Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Argentina.	Ex Vicerrector de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Ex Rector del Instituto Tecnológico Superior Blue Hill.
Educativo: Directivo de Educación Media	Whymper Adrián León Kuffó, Bachelor of Science General Business.	Presidente de la Asociación Ecuatoriana de Colegios con Bachillerato Internacional, Ex Docente del Instituto Tecnológico Superior Blue Hill del Área Administrativa-Financiera.

Educativo: Docentes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	Rolando Xavier Farfán Vera, Ingeniero Comercial, Magister en Administración de Empresas con Mención en Sistemas de Información Gerencial, Doctorando en Ciencias Empresariales de la Pontificia Universidad Católica del Perú.	Emprendedor, Docente del Nivel Básico y Coordinador del Área Administrativa-Financiera de la Carrera de Emprendimiento.
	Rosa Inés Carrasco Reyes, Ingeniera en Ciencias Empresariales con Concentración en Sistemas de Información Gerencial, Magister en Administración de Empresas, Doctoranda en Ciencias de la Educación de la Universidad de Palermo.	Emprendedora, Docente del Nivel Básico- Específico y Coordinadora del Área de Inglés de la Carrera de Emprendimiento.
	Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda, Ingeniero en Administración de Ventas, Magister en Sistemas de Producción y Productividad, Doctorando en Ciencias Empresariales de la Pontificia Universidad Católica del Perú.	Emprendedor, Docente del Nivel Profesional y Coordinador de las Prácticas Pre-Profesionales de la Carrera de Emprendimiento.
	Gerson Rosenberg Sopó Montero, Ingeniero en Estadística, Magister en Administración de Empresas Mención en Recursos Humanos y Marketing, Doctorando en Ciencias Empresariales de la Pontificia Universidad Católica del Perú.	Emprendedor, Docente del Nivel Profesional y Coordinador de las Prácticas Pre-Profesionales de la Carrera de Emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia a partir del curriculum profesional de los expertos (2016)

7.2.3 Ficha Técnica

La Tabla 75 detalla la técnica de recogida de datos que se aplicó en esta etapa. Esta ficha indica el tipo de estudio que se realizó. Además, describe la técnica empleada, su justificación, y estructuración. Asimismo, puntualiza las características del grupo objetivo, en el orden de: sexo, rol que ocupan, y condición para ser considerados parte del estudio. Adicionalmente, establece el universo, así como la muestra aplicada, junto con sus especificidades. Finalmente, determina la fecha del estudio de campo y el alcance del mismo.

Tabla 75*Ficha técnica del análisis explicativo*

Tipo de Estudio	Cualitativo
Técnica	El método de recolección de información fue la entrevista en profundidad, cara a cara, de tipo individual, biográfica, y semi-estructurada. Se utilizó un cuestionario etnográfico compuesto de 58 preguntas abiertas distribuidas en tres secciones. El banco de preguntas que se utilizó tiene relación a las preguntas de investigación planteadas en el capítulo uno de este trabajo de investigación.
Grupo Objetivo	Hombres o mujeres, expertos en emprendimiento, innovación, y/o educación que pertenecen a los distintos grupos establecidos en la “Matriz de Involucrados” [detallado en el capítulo uno]. Además, tienen un rol importante en la comunidad, están dispuestos a cooperar, poseen una alta capacidad de comunicación, son imparciales, no son demasiado analíticos, y entienden el propósito de la investigación.
Universo	Hombres o mujeres, expertos en emprendimiento, innovación, y/o educación, localizados en la ciudad de Guayaquil.
Muestra	Los participantes pertenecen a los distintos grupos establecidos en la “Matriz de Involucrados” [detallada en el capítulo uno], sin necesidad de representatividad. Para ello, se aplicó el método de muestreo de conveniencia empleando un “Muestreo por Cuotas”. La muestra dentro del enfoque cualitativo se limitó a diez entrevistas en profundidad porque a partir de la quinta entrevista las respuestas eran cada vez más similares.
Fecha de Campo	De enero a junio de 2016
Alcance	Comprender la realidad de los educadores en su contexto, así como descubrir las mejores estrategias didácticas para la formación en emprendimiento, basadas en las perspectivas que tienen los informantes respecto del emprendimiento y su proceso de formación, tal como lo expresan con sus propias palabras. De los diez entrevistados, dos eran completamente ajenos a la Carrera de Emprendimiento (Mosquera y León), por lo que todas las preguntas referentes a la misma fueron obviadas; de igual manera dos entrevistados (Calle y Cunalema), a pesar de estar relacionados con la Carrera de Emprendimiento, no habían ejercido funciones docentes en la misma, por lo que las preguntas referentes a la práctica docente en la Carrera de Emprendimiento fueron obviadas.

Fuente: Elaboración propia a partir de la propuesta metodológica

7.2.4 Resultados

La presentación de los resultados se realizó mediante tablas temáticas que relacionan las preguntas planteadas con los objetivos de la investigación. Cada tabla contrasta las opiniones de cada experto, en relación a cada tema de discusión desarrollado a modo de pregunta (Tabla 76). Al final de cada tabla se realiza un análisis crítico de la información recopilada. Para ello, los resultados se presentan mediante 58 tablas estructuradas de la siguiente manera:

Tabla 76

Estructura del cuestionario para las entrevistas en profundidad a expertos

Sección	Preguntas	Descripción
1	40	Temas amplios y variados para la identificación de una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores.
2	5	Temas enfocados en la organización de las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a los diferentes rangos de edades de los educandos.
3	13	Temas enfocados en la evaluación del “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”.

Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario para las entrevistas en profundidad a expertos

Las entrevistas en profundidad se realizaron cara a cara en la oficina de la entrevistadora y en los lugares de trabajo de los entrevistados. El análisis e interpretación de los datos se hizo analíticamente, utilizando papel y pluma para realizar notas, formularios para guiar los temas de discusión, una grabadora de voz para el registro mecánico de la entrevista, y un computador portátil para la transcripción y análisis de la información. Consecutivamente, se realizó una transcripción natural (*clean verbatim*), en cuyo proceso se constató que las entrevistas tuvieron un rango superior de duración de dos horas y un rango inferior de duración de una hora. Luego, a través del análisis temático transversal, los patrones recurrentes fueron codificados línea por línea de manera manual por la autora. En el capítulo de las conclusiones, los hallazgos serán triangulados y cruzados con la revisión crítica de la literatura y la descripción del contexto para ser comparados y analizados en su conjunto. A continuación se presentan las preguntas de investigación que fueron realizadas a los expertos, la síntesis de sus respuestas individuales, seguido de un análisis general que permita dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas.

Tabla 77

Emprendedorismo vs. empresarismo

<p>EXPERTO ENTREVISTADO</p>	<p>OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P1: ¿Cómo diferencia usted los términos emprendedorismo de empresarismo? ¿En su opinión, cuáles son las características principales del emprendedorismo? ¿Cuáles son las características principales del empresarismo?</p>
<p>Hugo Marcos Calle Forrest</p>	<p>En el emprendedorismo, personas naturales tienen una idea innovadora y la desarrollan en proyectos de microempresas desde su entorno con sus propios recursos; mientras que el empresarismo se enfoca en un nivel un poco más empresarial.</p>
<p>Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo</p>	<p>Emprendedorismo va relacionado con el crear, con el hacer, con el fomentar, con la creatividad; mientras que el empresarismo es la actividad ya establecida, es un tema más de administración.</p>
<p>Félix Eduardo Pilco del Salto</p>	<p>Emprendedorismo comprende iniciar negocios de una manera poco menos gerencial, de una manera no tan planificada sino en base a una idea buena que va a generar rentabilidad. Mientras que Empresarismo encierra una o más acciones empresariales donde se tiene una planificación previa, donde ya se involucra personas que están trabajando en un área empresarial, que ya tiene experticia.</p>
<p>Fátima Estafanía Cunalema Pozo</p>	<p>El emprendedor siempre busca actualizarse y aunque sea pequeño siempre va a estar más atento a las necesidades del empleado; siempre está enfocado, tiene proyectos y metas, aplica tácticas para que todo le vaya mejor, hace las cosas poco a poco; para él no hay horario, siempre está alerta ante el cambio. El empresario normalmente se rige a las leyes, sólo se basa en sus conocimientos, a veces no se basa en lo que es ser “líder” sino en lo que es ser “jefe”; simplemente quiere utilidad, su contribución, no se preocupa mucho de las nuevas reformas por ejemplo la seguridad del trabajador, la capacitación; mientras que para los empleados siempre va a ser lo básico, o lo que el empresario dice que ellos supuestamente necesitan, pero no lo que en verdad necesitan.</p>
<p>Xavier Antonio Mosquera Rodríguez</p>	<p>Emprendedorismo es la iniciativa de negocios o iniciativa en general para brindar productos o servicios en un mercado determinado con el objetivo de recibir un retorno sobre su inversión. Empresarismo ha pasado por las diferentes etapas como son iniciar, consolidarse, difundir su servicio/producto; es la forma en cómo se maneja la organización una vez que está consolidada a través de procedimientos formales.</p>
<p>Whymper Adrián León Kuffó</p>	<p>El emprendimiento es germinar una idea, crearla y no necesariamente llevarla a la práctica; es generar la posibilidad de satisfacer una necesidad, vender una idea piloto, o vender un proyecto. El empresarismo es obtener los recursos y llevar las ideas a la práctica.</p>

Rolando Xavier Farfán Vera	<p>Emprendedorismo es atreverse a dar el primer paso para poner su negocio. Se refiere a la persona que quiere subsistir, para lo cual lleva a cabo una idea de un negocio que le encanta, que le satisface, que es una oportunidad en el medio.</p> <p>Empresarismo es más superlativo, puede ser un nuevo negocio dentro de la misma empresa. Se refiere a alguien que tiene la estructura mental para desarrollar una empresa, estando consciente de que solo no lo va a lograr y que necesita la ayuda humana de un equipo de trabajo que lo pueda complementar. Además, piensa no solamente en salir adelante en un negocio local, sino en ir más allá de las fronteras de su ciudad, e inclusive de su país.</p>
Rosa Inés Carrasco Reyes	El emprendedor no necesariamente, ya que todas las personas pueden ser emprendedores; mientras que el empresario tiene que tener cierto tipo de formación académica que le permita tener las bases para formar una empresa.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	El emprendedor es alguien que tiene una forma de pensar diferente, que quiere proponer, poner, hacer empresa de algo innovador y creativo; versus el empresario que es otra clase de persona, él es el que administra, hace que las cosas funcionen en base a algo que ya se creó.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Emprendedorismo es el estudio de las personas que identifican oportunidades, evalúan el control y aversión del riesgo, y las ejecutan; mientras que empresarismo es la administración de una organización y sus recursos.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Todos los entrevistados coinciden en que existen diferencias entre los términos emprendedorismo y empresarismo. Por un lado, el emprendedorismo es el estudio de las personas que identifican oportunidades, las evalúan y las ejecutan; también está relacionado con las personas naturales que tienen la creatividad para desarrollar una idea innovadora que en muchas ocasiones no necesariamente la llevan a la práctica, pero en otras ocasiones tienen el control de la aversión al riesgo para implementarla, aunque de una manera un poco menos gerencial, es decir, no tan planificada. Por el otro, el empresarismo es un tema más de administración de una organización y sus recursos a través de procedimientos formales

Además, destacan que el emprendedor tiene una forma de pensar diferente, es innovador y creativo; tiene una idea o proyecto piloto con el que brinda la posibilidad de satisfacer una necesidad; se atreve a dar el primer paso para poner su negocio; siempre está enfocado, tiene proyectos y metas; para él no hay horario, siempre está alerta ante el cambio; no necesariamente tiene una formación empresarial, ya que todas las personas pueden ser emprendedores. Mientras que el empresario hace que las cosas funcionen en base a algo que ya se creó, una actividad ya establecida, se enfoca en un nivel un poco más empresarial; para lo cual necesita cierto tipo de formación académica que le permita tener las bases para formar una empresa, obtener los recursos y llevar las ideas a la práctica de acuerdo a las leyes.

Tabla 78

Definición del término emprendimiento y características del emprendedor

<p>EXPERTO ENTREVISTADO</p>	<p>OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Empezar” dirigida a los educadores. P2: ¿Cómo define usted el término emprendimiento? ¿En su opinión, cuáles son las características principales del emprendedor?</p>
<p>Hugo Marcos Calle Forrest</p>	<p>Emprendimiento es el conjunto de acciones y estrategias para llegar a un fin común que permita un desarrollo en un área determinada. El emprendedor debe ser una persona perseverante, dinámica, planificada, metodológica, con liderazgo y excelente comunicación interpersonal y asertiva.</p>
<p>Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo</p>	<p>Emprendimiento es llevar una idea a la ejecución, plasmar una idea y hacerla realidad. Un emprendedor debe ser creativo, debe tener entusiasmo, debe tener una formación a nivel académica sobre negocios para que su emprendimiento sea realmente sustentable; hay algunos emprendedores empíricos, pero una formación lo puede llevar al éxito.</p>
<p>Félix Eduardo Pilco del Salto</p>	<p>Emprendimiento es toda iniciativa para tener un negocio propio. El emprendedor es una persona que no tiene miedo al fracaso y si se cae se vuelve a levantar las veces que sean necesarias hasta lograr el objetivo que se ha planteado. Las características de un emprendedor son la astucia, las ganas de crecer en el ámbito laboral sin depender de otra persona, ser autónomo, tener ideas claras, estar seguro de que quiere triunfar en la vida, y también tener un concepto de responsabilidad social para generar plazas de trabajo para otras personas.</p>
<p>Fátima Estafanía Cunalema Pozo</p>	<p>Emprendimiento es una actividad que satisface a la persona que lo ejecuta, al mismo tiempo que satisface la necesidad que vio en el mercado, entonces es como una negociación ganar – ganar.</p>
<p>Xavier Antonio Mosquera Rodríguez</p>	<p>Emprendimiento es una iniciativa nueva. Las características del emprendedor son liderazgo, visión, y manejo del riesgo.</p>
<p>Whymper Adrián León Kuffó</p>	<p>Las características principales del emprendedor son una mente fresca, con ideas para romper mercado y satisfacer necesidades no cubiertas, crear algo nuevo, o mejorar algo ya existente.</p>
<p>Rolando Xavier Farfán Vera</p>	<p>Emprendimiento es la capacidad de desarrollar ideas de negocios y llevarlas a cabo, atreverse a dar ese primer paso. El emprendedor es perseverante, atrevido, pragmático, coherente, proactivo.</p>
<p>Rosa Inés Carrasco Reyes</p>	<p>El emprendimiento está vinculado a la automotivación, la necesidad de logro, de reconocimiento, de tener un sustento propio; aunque dadas las características del entorno, puede ser también por necesidad. Los emprendedores son personas creativas, innovadoras, tomadores de riesgo; deben tener cierta formación académica que les permita evaluar de manera óptima los futuros resultados de sus emprendimientos.</p>
<p>Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda</p>	<p>Emprendimiento es ver claro el problema para hallar la solución. Las características principales de un emprendedor son la creatividad, la innovación, y el miedo; el miedo te hace ser emprendedor, es un ingrediente que hace que se detonen los otros factores.</p>

Gerson Rosenberg Sopó Montero	<p>Emprendimiento es la búsqueda, el análisis y la ejecución de oportunidades de negocio; mediante la innovación en procesos, la creación o la oferta de un producto nuevo que satisfaga necesidades nuevas dentro de un mercado.</p> <p>El emprendedor primero debe tener manejo o análisis de riesgo; la evaluación de riesgos es la capacidad de identificar y de analizar oportunidades. Otras características fundamentales son las <i>soft skills</i>, que son básicamente, temas de comunicación y de liderazgo que le van a permitir llevar a cabo sus ideas.</p>
-------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos definen con claridad el emprendimiento como la acción emprendedora y las características del emprendedor que les permite ejercerla. Donde, Emprendimiento es ver claro el problema para hallar la solución a través del conjunto de acciones y estrategias que permitan ejecutar una idea de negocio o desarrollar un área determinada mediante la innovación; es atreverse a dar el primer paso, cuya actividad satisface a la persona que lo ejecuta, al mismo tiempo que la necesidad que vio en el mercado. Y las características del emprendedor son, entre otras: creatividad, innovación, entusiasmo y automotivación, perseverancia, dinamismo, planificación, metodología, atrevimiento, pragmatismo, coherencia, proactividad, asertividad, visión, tolerancia al riesgo, astucia, autonomía, necesidad de logro y de reconocimiento, *soft skills* de liderazgo y excelente comunicación interpersonal, ganas de crecer y seguridad de querer triunfar en la vida, responsabilidad social para generar plazas de trabajo para otras personas, y una formación académica de negocios para que su emprendimiento sea realmente sustentable. Además, destacan el miedo como un factor que hace ser emprendedor; ya que es un ingrediente que hace que se detonen los otros factores, pero también enfatizan en que hay que tener control sobre el miedo al fracaso y ser capaz de levantarse las veces necesarias.

Tabla 79

Semejanzas entre los términos emprendimiento y espíritu emprendedor

EXPERTO ENTREVISTADO	<p>OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores.</p> <p>P3: ¿Qué semejanzas considera que hay en los términos emprendimiento y espíritu emprendedor? ¿En su opinión, cuáles son las características principales del espíritu emprendedor?</p>
Hugo Marcos Calle Forrest	Para hacer un emprendimiento hay que tener un espíritu emprendedor. El espíritu emprendedor permite querer sobresalir, salir adelante y no quedarse estancado, hacer realidad ideas innovadoras y creativas. El emprendimiento es lo que te motiva a llegar a la autorrealización personal.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Emprendimiento es la acción definitivamente, <i>Mise en Place</i> , algo puesto en marcha; mientras que el espíritu emprendedor está ligado al entusiasmo, hacia la generación de ideas, hacia la generación de nuevos negocios. Muchos podemos tener espíritu emprendedor pero no llevarlo a la ejecución.

Félix Eduardo Pilco del Salto	El espíritu emprendedor son las ganas de iniciar un emprendimiento, y el emprendimiento es el acto de haber iniciado aquella actividad. Las características del espíritu emprendedor son ambición, ganas de aprender, hambre de triunfo, de conocer.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	El espíritu emprendedor es el primer paso, es no estar enfocado, ni ver hacia dónde voy; en cambio emprendimiento es la parte activa, donde todas las ideas están en orden para ejecutar su proyecto. El espíritu emprendedor se denota en una persona observadora y activa, quien gusta estar siempre en conjunto, adquiriendo características de su competencia y de sus aliados.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Un líder sin espíritu o un emprendedor sin espíritu de emprendimiento, no es posible. La característica principal del espíritu emprendedor es la aversión al riesgo, es decir, con la visión que tiene a través del espíritu emprendedor, puede tener una medición en el tiempo de la aversión al riesgo, y por ende de la ganancia y retornos sobre la inversión que va a realizar.
Whymper Adrián León Kuffó	El emprendimiento puede ser simplemente tener la idea, pero el espíritu va asociado con la voluntad de llevarlo a la práctica. El espíritu permite aceptar el riesgo potencial de un fracaso; cuántos de estos proyectos de emprendimiento realmente llegan a nacer y a sostenerse en el tiempo. Se dice generalmente que de cinco proyectos, cuatro fallan y uno sale.
Rolando Xavier Farfán Vera	El espíritu emprendedor es aquel que permanentemente innova ideas y las plasma, las lleva a cabo, se atreve a dar ese primer paso; quien tiene espíritu emprendedor es el emprendedor.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Emprendimiento puede ser el negocio y el espíritu emprendedor va relacionado con la persona.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Puedes tener un espíritu emprendedor pero no emprender, porque tú puedes tener muchas cosas por dentro pero si no lo ejecutas, si no lo plasmas, si no las llevas a la realidad, siguió siendo un sueño de un espíritu emprendedor; ya que se puede tener un buen espíritu, pero si no eres arriesgado no te lleva a nada. Las características principales del espíritu emprendedor es interiorizar, salir de la zona de confort, querer tener algo más, y visualizarse mucho más allá.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Emprendimiento yo lo podría catalogar como la ejecución y el espíritu como que algo que tiene dentro la persona y que en algún momento va a llegar a derivar o concluir en un emprendimiento. El espíritu emprendedor es esa proactividad que tienen las personas para derivar y llevar a cabo ideas.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Las respuestas de los expertos presentan diferencias entre los términos Emprendimiento y Espíritu Emprendedor. Primeramente, establecen el emprendimiento como el negocio, la ejecución, el *mise en place*, la acción, el acto de haber iniciado aquella actividad que lo motiva a llegar a la autorrealización personal. Posteriormente, plantean que el espíritu emprendedor va relacionado con la persona observadora y activa, quien gusta estar siempre en conjunto, adquiriendo características de su competencia y de sus aliados; destacándose en ella, su voluntad interior de llevar su idea a la práctica, sus deseos de aprender y conocer, de

interiorizar, su hambre de triunfo, querer salir de la zona de confort y sobresalir, tener algo más, visualizarse mucho más allá, salir adelante y no quedarse estancado, hacer realidad ideas innovadoras y creativas, tener ambición y ganas de iniciar un emprendimiento. Además, el espíritu emprendedor es el primer paso, es no estar enfocado, pero no debe confundirse con el sueño de querer emprender y nunca hacerlo; en cambio, el emprendimiento es la parte activa, donde todas las ideas están en orden para ejecutar su proyecto. Es por ello, que un líder o emprendedor sin espíritu de emprendimiento, no es posible.

Por otro lado, la comparación de estas respuestas con la pregunta anterior muestra que las características principales del espíritu emprendedor coinciden con las características de los emprendedores brindadas anteriormente. Por lo cual, se puede sugerir que el emprendedor es quien posee un espíritu emprendedor que le permite llevar a cabo su emprendimiento.

Tabla 80

Emprendedores vs. intraemprendedores

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P4: ¿Cree usted que hay más intraemprendedores o emprendedores? ¿Por qué cree que hay un mayor número de intraemprendedores (o emprendedores) que (intraemprendedores o) emprendedores?
Hugo Marcos Calle Forrest	Hay más intraemprendedores, debido a que gran parte de los profesionales tienen ideas innovadoras que contribuyen al éxito de una institución.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Hay más emprendedores, ya que el emprendimiento más se desarrolla desde afuera que desde la misma empresa. Como empleado, funcionario, ya entras a un a un lugar donde muchas cosas están dichas y hechas, y es mucho más difícil ejecutar las ideas propias.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Hay más emprendedores que intraemprendedores. Los nuevos emprendedores, que generalmente son aquellas personas que nacieron después del año 2000, tienen una manera diferente de cómo generar riqueza y como ellos quieren integrarse al mercado laboral de Ecuador. Los intraemprendedores son personas que interactúan entre varios emprendedores ya establecidos, y que no tienen claro hacia dónde quieren crecer.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Hay más intraemprendedores, ellos ayudan en las empresas o negocios en los que se encuentran; pero no toman la decisión de aventurarse en su propio negocio por el miedo.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Hay más intraemprendedores porque no todos logran iniciar su propio emprendimiento por diferentes factores: falta de capital, falta de iniciativa, falta de aversión al riesgo; está dentro de una organización consolidada, que le permite, si bien es cierto con una ganancia tal vez mínima, permanecer en su zona de confort sin arriesgarse a hacer emprendimientos propios. A diferencia de aquellos quieren arriesgar hasta su casa e hipotecan lo que tengan para financiar su emprendimiento.

Whymper Adrián León Kuffó	Hay compañías que fomentan el intraemprendimiento, permitiéndoles a los empleados crear e imaginar, sabiendo que van haber errores siempre y cuando sean errores honestos, 3M es una de las compañías que más fomentan el intraemprendimiento, y muchos de sus productos han sido creados gracias a sus empleados y la compañía ha comprado sus ideas. El emprendimiento es bastante difícil por el acceso a recursos, la banca no brinda acceso a líneas de crédito, y más a estos emprendedores que a lo mejor no tienen un <i>back up</i> , un colateral para soportar este potencial préstamo.
Rolando Xavier Farfán Vera	Las circunstancias económicas actuales hacen que hayan salido a flote o se hayan desarrollado una serie de emprendedores. Hay mucho emprendimiento, pero lo que no se ve es que sean proyectos o negocios sostenibles en el tiempo; inclusive hay estudios al respecto en qué se ve que la mayoría de esos negocios, productos de emprendimientos, tienen un ciclo de vida bastante corto, duran menos de un año inclusive.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Hay una cantidad similar de emprendedores como de intraemprendedores. Por experiencia propia puede ser que haya emprendedores que quieran sacar adelante su negocio, sin embargo por razones de contexto, factores económicos u otras cosas, deciden establecerse en una compañía que les brinda cierto tipo de estabilidad, dentro de la cual se convierten en intraemprendedores.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Hay más gente emprendedora que intraemprendedora, si hablamos de intraemprendedores de uno mismo hacia fuera; mientras que otro emprende estando dentro un esquema.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Hay más intraemprendedores por falta de capital y de formación. Un intraemprendedor es aquella persona que lleva a cabo un proyecto en la organización donde labora.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

La idea del número de emprendedores e intraemprendedores está muy dividida entre los expertos. Uno de los diez expertos entrevistados considera que hay igual número de emprendedores que intraemprendedores. A pesar de que haya emprendedores que quieran sacar adelante su negocio, sin embargo, por razones de contexto, factores económicos u otras cosas, deciden establecerse en una compañía que les brinde cierto tipo de estabilidad, dentro de la cual se convierten en intraemprendedores.

Cinco de los diez expertos entrevistados consideran que hay más intraemprendedores. Gran parte de los profesionales tienen ideas innovadoras que contribuyen al éxito de una institución, motivados por programas de intraemprendimiento que les permiten desarrollar proyectos en la organización donde laboran; pero no toman la decisión de aventurarse en su propio negocio por el miedo, falta de capital, falta iniciativa, falta de aversión al riesgo, falta de formación, por lo que no tienen claro hacia dónde quieren crecer e interactúan entre varios emprendedores ya establecidos. Cuatro de los diez expertos entrevistados consideran que hay más emprendedores que intraemprendedores; ya que como empleado se entra a un lugar donde muchas cosas están dichas y hechas, y es mucho más difícil ejecutar las ideas

propias. Además, las circunstancias económicas actuales hacen que se hayan desarrollado una serie de emprendimientos, aunque no sean sostenibles en el tiempo. Asimismo, hay nuevos emprendedores, que generalmente, son aquellas personas que nacieron después del año 2000.

Tabla 81

Emprendimiento social vs. emprendimiento empresarial con responsabilidad social

<p>EXPERTO ENTREVISTADO</p>	<p>OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P5: ¿Cómo cree que se distingue el emprendimiento social del emprendimiento empresarial con responsabilidad social? ¿Cuáles son sus diferencias? ¿Cuáles son sus semejanzas?</p>
<p>Hugo Marcos Calle Forrest</p>	<p>El emprendimiento social se desarrolla dentro de las comunidades para darles una alternativa de desarrollo y una mejor calidad de vida. Los proyectos con responsabilidad social son proyectos comunitarios desarrollados por instituciones públicas o privadas con la finalidad de que sus utilidades tengan un fin social y que contribuyan al desarrollo de esos ciudadanos, que por diversos factores no logran satisfacer sus necesidades básicas y viven de manera precaria.</p>
<p>Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo</p>	<p>El emprendimiento social está asociado a la responsabilidad social corporativa y va ligado a temas medioambientales, sociales, y socioeconómicos en ayuda a sectores vulnerables.</p>
<p>Félix Eduardo Pilco del Salto</p>	<p>El emprendimiento social no tiene fines de lucro. El emprendimiento empresarial social es una actividad donde todo individuo que tiene una empresa y tiene éxito en su negocio o emprendimiento, quiere destinar parte de su éxito a una actividad donde genere un <i>plus</i> y una mejora en la condición de vida de su entorno, para de esta manera retribuir en algo lo que él piensa que la sociedad le está entregando.</p>
<p>Fátima Estafanía Cunalema Pozo</p>	<p>El emprendimiento social se basa en no siempre tener esa retribución económica sino ayudar a la sociedad y sólo se es feliz con la satisfacción que se brinda a las personas. En cambio, el emprendimiento empresarial con responsabilidad social da una retribución a la sociedad, mostrando su imagen corporativa para agradar a las personas.</p>
<p>Xavier Antonio Mosquera Rodríguez</p>	<p>El emprendimiento social es el emprendimiento en áreas netamente sociales, por ejemplo el que ejecutan las fundaciones, ONGs, organizaciones sin fines de lucro en general. Este tipo de emprendimiento busca más que una retribución o un retorno sobre algún tipo de inversión, el hecho de servir; enfocándose en los estratos menos favorecidos de la sociedad. Mientras que la responsabilidad social de las empresas busca una retribución económica, al promover sus productos que tienen características de responsabilidad social como mejores que aquellos productos que no lo tienen.</p>
<p>Whymper Adrián León Kuffó</p>	<p>Todo proyecto de emprendimiento debe tener su connotación social, es decir, responsabilidad social.</p>
<p>Rolando Xavier Farfán Vera</p>	<p>Las empresas que practican la responsabilidad social la enfocan a su comunidad local, a la comunidad que es parte o de alguna manera está ligada a su objetivo; en cambio el emprendimiento social busca hacer negocios exclusivamente generando bienestar social.</p>

Rosa Inés Carrasco Reyes	El emprendimiento social genera beneficio a sectores que no han sido tomados en cuenta anteriormente, va de la mano de la inclusión; mientras que el emprendimiento con responsabilidad social puede ser simplemente alguna actividad de vinculación de la empresa con algún sector del entorno.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	La responsabilidad social, por temas de globalización, es parte de la empresa, incluso como un departamento. A diferencia del emprendimiento social en el cual se piensa diferente, se sabe cómo hacer, como entregarse a la sociedad, no necesita estar estipulado en algún lado, sino que el emprendimiento genera un servicio, un proyecto, visualizado hacia la sociedad.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	El emprendimiento social está orientado a un objetivo social; mientras que el emprendimiento con responsabilidad social, toma la responsabilidad social como punto secundario, no es el centro de su organización.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos coinciden en las diferencias existentes entre el emprendimiento social y el emprendimiento empresarial con responsabilidad social; aunque destacan que todo proyecto de emprendimiento debe tener su connotación social, es decir, responsabilidad social. En este sentido, se define el emprendimiento social, como aquel que no tiene fines de lucro, ya que está orientado a un objetivo social que es ayudar a la sociedad y generar bienestar social; permitiendo, a su vez, que el emprendedor se sienta feliz con la satisfacción que les brinda a las personas. Además, el emprendimiento social está dirigido a los estratos menos favorecidos de la sociedad, va de la mano de la inclusión, se desarrolla dentro de comunidades para darles una alternativa de desarrollo y una mejor calidad de vida.

Por otro lado, para algunas empresas, la responsabilidad social es parte de la empresa, incluso como un departamento, pero es un punto secundario, no es el centro de su organización. Por medio de la responsabilidad social, las empresas muestran a la sociedad su imagen corporativa para agradar a las personas, con miras a obtener una retribución económica al promover sus productos. Mientras que para otras empresas, la responsabilidad social significa destinar parte de su éxito a una actividad que genere un *plus* y una mejora en la condición de vida de su entorno, para de esta manera retribuir en algo lo que piensan que la sociedad les está entregando. Asimismo, las empresas que practican la responsabilidad social, la enfocan a su comunidad local, a través de alguna actividad de vinculación de la empresa, en temas medioambientales, sociales, y socioeconómicos, o con algún sector del entorno que está ligado a su objetivo.

Tabla 82*Emprendimientos empresariales vs. emprendimientos sociales*

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P6: ¿Cree usted que hay más emprendimientos empresariales que emprendimientos sociales?
Hugo Marcos Calle Forrest	Hay más emprendimientos empresariales que sociales. Por otra parte, la mayor parte de la población guayaquileña estudia carreras empresariales.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Hay mayormente emprendimientos empresariales que sociales, porque el enfoque va más por el ganar, el lucrar, el generar riqueza. Sobre todo en Ecuador y América Latina, el enfoque social vinculado al crecimiento económico aún no se lo palpa en las empresas.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Hay más emprendimientos empresariales que emprendimientos sociales porque la gente tiene un espíritu, primero, de asegurar su éxito económico, y a partir de ese éxito económico, poder retribuir a la sociedad en parte lo que han alcanzado en la vida.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Hay más emprendimientos empresariales, ya que prima la economía. Además, hay un mayor número de emprendimientos por necesidad que por oportunidad.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Hay más emprendimientos empresariales que emprendimientos sociales. En el primer caso, las grandes organizaciones tienen dentro de sus estrategias corporativas iniciativas de responsabilidad social, las cuales están definidas en sus presupuestos. Y en el segundo, es notorio el número de organizaciones sin fines de lucro dedicadas a emprendimientos sociales en general.
Whymper Adrián León Kuffó	En muchachos Ecuador la asignatura de emprendimiento es parte de los programas de estudio desde el colegio; pero aún no se han creado líneas de crédito eficaces para satisfacer a estos que de 17 a 18 años tienen una idea pero no pueden acceder a un crédito.
Rolando Xavier Farfán Vera	En la empresa privada hay más emprendimientos empresariales que emprendimientos sociales. La mentalidad del empresario siempre busca cómo generar más ingresos.
Rosa Inés Carrasco Reyes	La mayoría son emprendimientos empresariales. Los emprendimiento sociales están vinculados más bien con las organizaciones de inclusión o que buscan brindar equidad a las minorías.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Naturalmente, creo que hay más emprendimientos empresariales que sociales.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Hay más emprendimientos empresariales porque creo que hay un desconocimiento; la gente piensa que el emprendimiento social no es lucrativo, que no va a generar ingresos y la concepción que tenemos por racionalidad de las personas es buscar generar ingresos, entonces, eso lleva a que sean más orientados a emprendimientos empresariales con la búsqueda de generar renta.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados coinciden en que hay más emprendimientos empresariales que sociales; dado al paradigma de que el emprendimiento social no es lucrativo y que no va a generar ingresos. Además, el emprendimiento empresarial es motivado por los programas de emprendimiento tanto del colegio como de la universidad.

Tabla 83*Emprendimientos empresariales con y sin programas de responsabilidad social*

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P7: ¿Cree usted que hay más emprendimientos empresariales con programas de responsabilidad social que sin programas de responsabilidad social?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Sin programas de responsabilidad social. La cultura de responsabilidad social aún no está en nuestro ADN, aún no está en nuestro día a día, en nuestra actividad como emprendedores, como empresas, como empresarios. Los programas de responsabilidad social, mayormente, se tiene en empresas multinacionales con una cultura de mayor alcance.
Félix Eduardo Pilco del Salto	No todos tienen el espíritu de la responsabilidad social, pero si un porcentaje importante. Esto depende de sus directivos, de quiénes son los dueños de las empresas.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No, todavía hace falta incentivar esta parte.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No, este tipo de iniciativas son de las grandes empresas.
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica.
Rolando Xavier Farfán Vera	Si hay programas de responsabilidad social, pero, como un ciudadano, percibo que las empresas buscan congraciarse con la comunidad como una estrategia de mercadeo.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Las multinacionales sí tienen programas de responsabilidad social, pero no las empresas pequeñas, que son la gran mayoría en nuestro medio.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	El emprendimiento empresarial generalmente anda necesitando de más capital, por lo que en Ecuador no todas las empresas hacen emprendimiento social, sino las que están financieramente sólidas.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	No creo que haya emprendimientos con responsabilidad social o hay muy pocos, porque la gente ve la responsabilidad social como un gasto.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados coinciden en que hay más emprendimientos empresariales sin programas de responsabilidad social que con programas de responsabilidad social; dado que la cultura de responsabilidad social aún no está desarrollada, ya que se la ve como un gasto, por lo que este tipo de iniciativas son mayoritariamente de las grandes empresas.

Tabla 84*Relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico*

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P8: ¿Considera que existe alguna relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico?
Hugo Marcos Calle Forrest	El emprendimiento es fundamental para el desarrollo de todas las naciones. Un buen desarrollo económico social no puede existir si no hay primero emprendimiento. Para esto, se necesita que los ciudadanos tengan libertad, sobre todo en un marco político y jurídico que les permita desarrollar sus niveles emprendimiento.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	El emprendimiento puede ir amarrado a un crecimiento económico, mas no a un desarrollo, es netamente crecimiento del flujo de efectivo, ingresos y ganancias.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Sí. El emprendimiento genera trabajo, el trabajo genera producción y la producción genera riqueza. Ese círculo debería multiplicarse de manera bastante saludable y de esa manera hacer crecer económicamente a un país.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	El emprendimiento se basa en mejorar la economía, y que la economía llegue a la empresa.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	El nivel de emprendimiento puede ser un indicador económico e inclusive un indicador financiero sobre la situación de un país. Las facilidades legales y tributarias para realizar emprendimientos empresariales, así como el tiempo en que se realizó un trámite para iniciar una empresa, miden que tan desarrollado está un país con respecto a otros países de su entorno económico, y por ende puede ser un indicador que mida el crecimiento, el cual se ve reflejado en el producto interno bruto e incluso en el ingreso per cápita de ese país.
Whymper Adrián León Kuffó	La riqueza se crea a nivel micro no a nivel macro. A nivel macro, el gobierno puede brindar las condiciones, pero si estas condiciones no están bien puestas, no hay un ente regulador, líneas de acceso a créditos, infraestructura, tecnología, ni canales de distribución, es muy difícil que a nivel micro haya gente con la capacidad o con el deseo de invertir.
Rolando Xavier Farfán Vera	Debería trabajarse en conjunto las políticas gubernamentales con los emprendedores y así fundamentar el desarrollo económico. Lastimosamente, el emprendedor surge en vista de una necesidad económica latente en su familia, pero no veo un programa sustancioso, más allá de cosas esporádicas.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Está conectado literalmente, va conectado con el desarrollo social ya que está generando empleo, y está aportando un aumento en el PIB.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	El emprendimiento es un detonante para el desarrollo económico.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	El emprendimiento genera una dinamización de la economía por generación de empleo, creo que ese es el aporte fundamental.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

La mayoría de los expertos entrevistados coinciden en que el emprendimiento es un detonante fundamental para el desarrollo económico y social; ya que es un indicador económico y financiero sobre la situación de un país. Entendiéndose que la

riqueza se crea a nivel micro y no a nivel macro, porque el emprendimiento genera trabajo, el trabajo genera producción, y la producción genera mejora y riqueza en la economía. Además, existe la necesidad de que el gobierno brinde las condiciones de infraestructura y tecnología, libertades en un marco político y jurídico estable, así como facilidades legales y tributarias que fomenten líneas de acceso a créditos y canales de distribución que promuevan el deseo de invertir. Por otro lado, uno de los expertos indicó que el emprendimiento puede ir amarrado a un crecimiento económico más no a un desarrollo, ya que netamente se refiere al aumento de flujo de efectivo, ingresos y ganancias.

Tabla 85

Relación entre el índice de emprendimiento y el nivel de calidad de vida

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P9: ¿Es el emprendimiento un factor conducente a mejorar el nivel de calidad de vida de las personas?
Hugo Marcos Calle Forrest	El emprendimiento permite mejorar la calidad de vida de la población. El Estado debe garantizar un buen marco legal y jurídico que permita la participación de la sociedad en el desarrollo del emprendimiento; y la academia debe apoyar y fortalecer los emprendimientos de personas naturales con conocimiento empírico y ancestral.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Sí, porque los emprendimientos ofertan nuevos productos que mejoren la condición de vida.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Sí, porque al tener mayores recursos, debido a su actividad emprendedora, puede permitirse el adquirir ciertos bienes y servicios, tener acceso a otros tipos de cosas físicas e incluso intelectuales. Además, mejoraría la calidad de vida de toda la gente que trabaja con el emprendedor, y si tiene un espíritu de emprendimiento social y responsabilidad social, también ayudaría a mejorar las condiciones de vida de las personas en los sectores donde él estaría prestando esa ayuda.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Sí, en primera instancia va a dar empleo a una o dos personas, pero luego, dará empleo a un grupo de personas mucho más grande que ayuden en el desarrollo de la empresa.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Eso está demostrado, por ejemplo, los microcréditos orientados hacia las mujeres para que realicen emprendimientos, mejoran la situación económica de su hogar y eso tiene un efecto multiplicador impresionante, especialmente sobre la familia, además de la comunidad y el país.
Whymper Adrián León Kuffó	Así es, porque eso contribuye a la generación de empleo, con esta generación de empleo también se generan impuestos que van a ser reinvertidos en el sistema.
Rolando Xavier Farfán Vera	Primero para subsistir, lo cual genera, de todas maneras, mayores ingresos a la economía.

Rosa Inés Carrasco Reyes	El sentido de tener un emprendimiento provoca que la persona como tal se sienta mejor, porque ha logrado algo que le permita salir adelante, un medio para subsistir y tiene una razón para levantarse todos los días. Esto va generando a la persona un sentimiento de satisfacción que lo puede transmitir a sus vecinos, a su comunidad y a la vez generar bienestar en una nación.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	El nivel de vida de la persona debe mejorar continuamente, eso debería ser parte de la motivación intrínseca. La educación de la persona permite que la mente se abra, que los nuevos proyectos puedan dar a luz en base de alguna idea, de algún servicio, de algún problema que existe.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Definitivamente sí, primero porque se los empodera, las personas tienen la posibilidad de apoderarse o conducir su propio estilo de vida a través del emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados coinciden en que el emprendimiento permite mejorar la calidad de vida de la población; tanto el emprendedor como toda la gente que trabaja a su lado, pueden permitirse adquirir ciertos bienes y servicios, físicos e intelectuales; y el mejorar la situación económica de su hogar tiene un efecto multiplicador impresionante sobre la familia, la comunidad y el país. Incluso el emprendimiento por subsistencia genera ingresos a la economía; además, el sentido de motivación intrínseca de tener un emprendimiento, provoca que la persona, como tal, se sienta mejor, se empodere, y este sentimiento de satisfacción lo puede transmitir a sus vecinos, y a su comunidad. La educación de la persona permite que la mente se abra, que los nuevos proyectos puedan dar a luz en base de alguna idea, de algún servicio, de algún problema que existe. De esta manera, se contribuye a la generación de empleo, y con esta generación de empleo, también se generan impuestos que van a ser reinvertidos en el sistema.

Tabla 86

Aporte de las MIPYMES al Producto Interno Bruto de Ecuador

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P10: ¿Cuál es el aporte de las MIPYMES al Producto Interno Bruto de Ecuador?
Hugo Marcos Calle Forrest	En la década de los 90 hubo mucho desarrollo de MIPYMES en el campo turístico y artesanal.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Las MIPYMES agrícolas y pesqueras son las que normalmente generan mayor participación del Producto Interno Bruto de Ecuador.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Las MIPYMES son poco representativas en Ecuador hoy en día; a pesar de que son uno de los mayores generadores de empleo dentro de los mercados mundiales. En Ecuador, las PYMES no tienen un entorno adecuado para poder desarrollarse por varios factores: unos podrán mencionar que por tener una moneda fuerte, otros por la falta de seguridad jurídica, otro por la escasez del mercado mundial que tiene Ecuador, ya que casi no tiene acuerdos comerciales con los principales mercados mundiales.

Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Medianamente importante, porque se necesitan más incentivos.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Existe una relación directa entre el desarrollo personal de quienes reciben crédito para emprender y el desarrollo de la comunidad.
Whymper Adrián León Kuffó	Hay bastantes MIPYMES pero no creo que su real contribución sea tan significativa dado nuestro pequeño tamaño de mercado.
Rolando Xavier Farfán Vera	Las MIPYMES son las que están sustentando en gran parte la economía, está comprobado que aquellas podrían ser muy buenas contribuyentes fiscales más que algunas grandes empresas que podrían practicar la evasión.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Medianamente representativo dado a que la mayor parte del ingreso proviene del petróleo.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Podría inferir que no es mucho, porque no sé si las MIPYMES aportan o no aportan impuestos.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	95% son MIPYMES pero el aporte al PIB del país es bajo.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados coinciden en que el mayor aporte de las MIPYMES es la generación de empleo, ya que su aporte al PIB del país es bajo, dado que necesitan un entorno adecuado y más incentivos para desarrollarse. En Ecuador, la mayor parte del ingreso proviene del petróleo, y dado el pequeño mercado turístico, artesanal, agrícola, pesquero, y otros, que atienden las MIPYMES, su real contribución no parece ser tan significativa por su aporte de impuestos.

Tabla 87

Emprendimiento y desarrollo de Ecuador

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P11: ¿Puede el Emprendimiento generar un tejido empresarial fuerte, dinámico y creciente en Ecuador?
Hugo Marcos Calle Forrest	El emprendimiento puede ser el hilo conductual o mecanismo estratégico para establecer un plan de desarrollo de nuestro país.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Se dice que el 80% de las empresas en Ecuador son emprendimientos familiares y por ende son pilares muy importantes en la economía del país.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Así es, pero deben darse pasos previos como tener un proceso de capacitación o <i>know-how</i> de la personas que van a implementar o introducirse en el emprendimiento y lograr que Ecuador tenga acuerdos comerciales con la mayor cantidad de países posibles; ya que confiamos plenamente en la capacidad de los ecuatorianos para poder competir a nivel mundial.

Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Sí, si las personas lo enfocaran como un emprendimiento social o un emprendimiento económico, y no solamente en crear restaurantes o temas de comida, sino explotar un nuevo producto o productos.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Sí, de hecho las economías actuales buscan mucho las asociaciones para poder generar sinergia en un sector determinado. Al igual que se habla de los bloques económicos dentro de un país, dentro de las organizaciones o en las empresas como tal, debe empezar a generarse este tipo de sinergia que va a favorecer al tejido empresarial del país en general.
Whymper Adrián León Kuffó	Si el gobierno apoyara las iniciativas empresariales, si hubiera más unión entre el Estado, las multinacionales, y las universidades, el emprendimiento podría resultar algo bastante efectivo para el desarrollo del país.
Rolando Xavier Farfán Vera	Si se sabe apoyar y canalizar todo ese esfuerzo del emprendedor con todas esas MIPYMES, algo se podría lograr al respecto.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Si los microempresarios, entre ellos, se convierten en productores y consumidores de los productos que realizan, por supuesto que sí; de esta manera no habría la necesidad de importar nada. En un plazo de cinco o diez años se puede dar la capacitación adecuada, con la intervención de políticas públicas, que fomenten la conexión entre micro empresarios.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Siempre y cuando la gente desee cooperar entre ellos, a través de cooperativas de emprendimiento, en las cuales se puedan unir y formar un buen núcleo, una buena asociación.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Dependiendo de las políticas que se manejen.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados coinciden en que el emprendimiento es un pilar muy importante en la economía del país, existiendo, por tal razón, una relación directa entre el emprendimiento y la generación de un tejido empresarial fuerte, dinámico y creciente en Ecuador. De igual manera, consideran que se debe: establecer un plan de desarrollo del país; implementar un proceso de formación o *know-how* para las personas que van a introducirse en el emprendimiento; lograr que Ecuador tenga acuerdos comerciales con la mayor cantidad de países posibles; desarrollar emprendimientos más sofisticados de tipo social y económico; generar sinergia en un sector determinado; apoyar y canalizar todo el esfuerzo emprendedor de las MIPYMES; construir políticas públicas de manera conjunta que fomenten la conexión entre micro empresarios; e impulsar cooperativas de emprendimiento.

Tabla 88

Políticas y normas para promover el emprendimiento en Ecuador

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P12: ¿Cuáles son las políticas y normas para promover el emprendimiento en Ecuador?
Hugo Marcos Calle Forrest	El emprendimiento social, turístico, y cultural a través del desarrollo comunitario; aunque en muchos casos se mantienen de manera teórica porque no se han vuelto prácticos.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	El Ministerio de Comercio Exterior y el Ministerio de Industrias y Productividad promueven ideas nuevas a través de préstamos, asesoría técnica, y campañas de promoción en el exterior. En las universidades existen programas que incuban ideas de negocios, y una vez que han sido sustentadas y proyectadas a través de simulaciones, se otorgan préstamos para poner en marcha el negocio.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Las políticas son escasas, la inseguridad jurídica atenta contra este tipo de emprendimientos e iniciativas. Se necesitan ventajas tributarias.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	La CFN motiva los emprendimientos, los estudiantes mediante concursos obtienen un porcentaje de financiamiento de su emprendimiento.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	En nuestro país desafortunadamente las reglas cambian continuamente. La ley para la creación de empresas de economía mixta, de alguna u otra manera, incentivaba el emprendimiento a través de la asociación.
Whymper Adrián León Kuffó	Solo a nivel educativo en los programas que se demanda como parte del currículum nacional.
Rolando Xavier Farfán Vera	Hay ciertos incentivos tributarios, por ejemplo, que en los cinco primeros años no se tributen impuestos.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Ha habido programas para promover el emprendimiento social a través del Ministerio Coordinador de Producción, Empleo, y Competitividad pero no se hace un seguimiento.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Algo está haciendo el Ministerio de Industrias y Productividad, pero como emprendedor no he obtenido nada, he tocado puertas, he visto por aquí y por allá, pero nada. Para llegar a instancias del gobierno y obtener algún préstamo o ayuda hacia el emprendimiento, es duro si no se está en ese círculo. Por eso hay personas que emprenden y a veces ven sus sueños truncados, por no tener a estos entes de gobierno que puedan ayudar.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Capital en entidades estatales, más aún si están orientados al cambio de la matriz productiva. Y en la parte privada, ahora es más común, los inversionistas ángeles.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados conocen, de manera muy vaga, pocas políticas y normas para promover el emprendimiento en Ecuador; considerándose estas escasas, dada la inseguridad jurídica, ya que las reglas cambian continuamente. De parte del gobierno, existen programas del Servicio de Rentas Internas con incentivos tributarios, del Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo, y Competitividad del Ministerio

de Industrias y Productividad, de la Corporación Financiera Nacional, mediante los que se promueve el desarrollo comunitario, y se ofrece ayuda técnica e incluso capital orientado al cambio de la matriz productiva, a través de concursos. Además, el emprendimiento forma parte del currículum nacional a nivel de bachillerato y universitario; y existe en Ecuador la nueva participación de inversionistas ángeles. De igual manera, destacan que estos programas carecen de seguimiento y que en muchos casos llegar a instancias del gobierno para obtener algún préstamo o alguna ayuda hacia el emprendimiento, es duro si no se está en ese círculo.

Tabla 89

Enseñanza del emprendimiento en Ecuador

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Empezar” dirigida a los educadores. P13: ¿Cómo se aborda actualmente en Ecuador la enseñanza del emprendimiento?
Hugo Marcos Calle Forrest	La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil tiene una Carrera de Emprendimiento; además, se estudia muy ligeramente el término emprendimiento en escuelas y colegios. El emprendimiento es un factor que involucra a todas las carreras; debería ser una materia que se dicte desde la escuela, que en el colegio se vaya afianzando, para cuando culmine su carrera ya puedan hacer emprendimientos.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	En la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil existe una Carrera de Emprendimiento enfocada a que los chicos que estudien allí, generen y promueven ideas a través de emprendimientos e intraemprendimientos; porque no todos tienen la ocasión de contar tal vez con un préstamo, capital, o socios por lo que desde sus puestos de trabajo o dentro de empresas familiares generan nuevas ideas de emprendimientos. A nivel universitario, en general, se promueve el tema del emprendimiento, porque inculcamos en los estudiantes la generación de nuevas ideas, nuevas ventajas competitivas, cómo generar valor para la empresa, cómo genera valor para el mercado y justamente esos temas promueven particularmente el emprendimiento.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Desde hace una década veo que el tema emprendimiento ha tomado fuerza en el país. Las universidades lo han tomado con mayor seriedad, aunque la metodología de estudios en colegios y en la mayoría de universidades sigue siendo aún equivocada para este tipo de iniciativa.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Hay colegios en los que desde pequeños ya les enseñan lo que es emprendimiento, a veces no está al alcance de todas las personas; pero se llega a un punto que en la universidad también se ve esta materia, pero necesita reforzarse más y que esté al alcance de toda la sociedad.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Las universidades tienen carreras relacionadas con el emprendimiento o por lo menos materias dentro de las carreras, algunas cuentan con sus propias incubadoras de empresas.
Whympers Adrián León Kuffó	Creo que los estudiantes están interesados porque hay una cultura empresarial en el país, muchos de estos estudiantes a lo mejor especialmente en colegios públicos vienen de hogares en los cuales los mismos padres tienen una pequeña tienda, un pequeño negocio; lastimosamente, quizás, falta profundizar en lo que es la enseñanza porque emprendimiento es una materia del currículum nacional, pero hay que ver si en

	las regiones muy lejanas hay profesores capacitados para poder dar este tipo de entrenamiento a los estudiantes especialmente en lo que es finanzas, contabilidad, acceso a la información; ya que no todas las regiones de Ecuador tienen un acceso a internet tan difundido como lo existe en las grandes ciudades.
Rolando Xavier Farfán Vera	Hoy en día ya es un eje transversal en la mayoría de universidades e inclusive en colegios.
Rosa Inés Carrasco Reyes	La Carrera de Emprendedores, los centros de emprendimiento de las universidades, cursos de capacitación que dictan las empresas privadas a la comunidad. Sin embargo, se necesita llegar a las comunidades para establecer relaciones de las cuales se puedan crear lluvia de ideas de personas que quieran establecer sus negocios o identificar necesidades potenciales en su comunidad, y empezar a mejorar con esas ideas cada cantón, cada parroquia, para generar un cambio a nivel nacional.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Las universidades están hablando bastante emprendimiento. La Universidad Católica tiene una Carrera de Emprendimiento, hay charlas que se dan de emprendimiento, pero una charla no es suficiente. Emprendimiento es otra cosa, emprendimiento es una carrera, una profesión, hasta cierto momento algo puede ser transversal, pero el emprendedor es otra cosa, es un ser diferente a los demás, yo soy emprendedor a veces somos incomprensibles.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Carreras orientadas al emprendimiento y si no hay materias dentro de las mallas de emprendimiento, se incluyen actividades en los micros currículos.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados coinciden en que las universidades lideran la enseñanza de emprendimiento en Ecuador; donde la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil cuenta con una Carrera de Emprendimiento, y las demás, cuentan con materias dentro de las carreras, y si no hay materias de emprendimiento dentro de las mallas, se incluyen actividades de emprendimiento en los micro currículos, e incluso, algunas cuentan con sus propias incubadoras de empresas. Además, resaltan que el término emprendimiento, aunque ligeramente, ya se imparte en escuelas y colegios. De igual manera, sugieren que el emprendimiento debería ser una materia que se dicte desde la escuela, que en el colegio se vaya afianzando, para cuando culmine su carrera universitaria ya puedan hacer emprendimientos.

Por otra parte, los expertos entrevistados consideran que hay una cultura empresarial en el país y que el emprendimiento es un eje transversal, que desde hace una década, el emprendimiento ha tomado fuerza en el país, pero a pesar de ser abordado en las instituciones educativas y en centros de capacitación, este no llega a las comunidades de cada cantón, de cada parroquia, para generar un cambio a nivel nacional. A pesar de lo anterior, los expertos manifiestan su preocupación en la metodología de estudios equivocada para este tipo de iniciativas. Además, las regiones muy lejanas no cuentan con profesores capacitados para poder dar este tipo

de entrenamiento a los estudiantes, ni cuentan con un acceso a internet que les permita acceder a la información necesaria.

Tabla 90

Experiencia en emprendimiento de los expertos y docentes entrevistados

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P14: ¿Ha tenido alguna experiencia directa o indirecta con el Emprendimiento? ¿Qué tipo de experiencia?
Hugo Marcos Calle Forrest	Tantos proyectos y emprendimientos que han sido motivados por las deudas, para salir adelante. Las características filosóficas que generan en el ser humano el desarrollar un emprendimiento, involucran, entre otras, la necesidad de sentirse útil, mejorar la calidad de vida, salir del caos, mejorar la condición, tener una motivación, alcanzar la felicidad, sentirse contento con lo que se ha hecho, sentirse en paz, cumplir con un fin social, para que la permanencia haya sido fructífera para terceras personas, que haya podido contribuir en algo.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	He participado en proyectos en las universidades donde he trabajado, además desarrollo un emprendimiento familiar.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Sí en el área micro industrial y comercial.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Indirectamente.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Indirectamente sí, conozco muchos amigos con emprendimientos, unos han sido exitosos, otros no tan exitosos; y los que han sido exitosos, han logrado mantenerse en sus respectivos mercados, pese a las dificultades que se encontraron, lo que sí es cierto es que ningún emprendimiento es sencillo ni fácil de elaborar.
Whymper Adrián León Kuffó	Se creó una empresa de consultoría legal pero por circunstancias de la vida se la tuvo que cerrar. Es difícil porque a nivel de consultoría legal y tributaria cuando recién estás empezando, no confían en tus credenciales, es bastante difícil competir contra marcas ya establecidas en el mercado, como la de abogados, contadores, y auditores de mucho renombre, entonces hay industrias en las cuales donde solamente el título, el nombre y la reputación tuyo ya pesan mucho, o el respaldo de alguna corporación o de algún grupo ya con renombre en el país, es bastante complicado.
Rolando Xavier Farfán Vera	En mi juventud tuve un negocio de bares de venta de cócteles. Tenía vocación, me gustaba hacer todos los oficios que demanda ese tipo de trabajo, y lo hacía con amor porque era mi negocio.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Fui dueña de empresa con un micro emprendimiento unipersonal, fue una experiencia buena, porque me dio un sentido de satisfacción al notar que mi idea se veía plasmada en la realidad. Sin embargo, sentí una falta de apoyo al microempresario en las políticas económicas; ya que para participar en concursos te piden requisitos que los pueden cumplir empresas grandes, el ambiente es muy competitivo, y no hay una regulación de precios con respecto a la mercadería. Además de emprendedora soy capacitadora y docente universitaria en emprendimiento.

Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Sí, tengo mi compañía. Es muy importante visualizar a tu compañero, al accionista; en un emprendimiento anterior, tomé una mala decisión y mi accionista no actuó como debió haber actuado, fue un mal análisis, porque yo era el emprendedor, quien hacía el control de calidad, el hombre que hacía los negocios, los contactos, el networking y toda la atención a clientes.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Soy hijo de un emprendedor y un emprendedor, hemos desarrollado varios negocios en conjunto; eso incide, el hecho de que tu papá te indique o te mencione la importancia de tener un negocio, de poder tener cierta independencia, de poder tener algo propio, en algún momento te lleva a guiarte por ese lado y alimenta tu espíritu emprendedor.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Todos los expertos entrevistados han tenido alguna experiencia directa o indirecta con el Emprendimiento; por lo que destacan que las características filosóficas que generan en el ser humano el desarrollar un emprendimiento, involucran, entre otras, la necesidad de sentirse útil, mejorar la calidad de vida, salir del caos, mejorar la condición, tener una motivación, alcanzar la felicidad, sentirse contento con lo que se ha hecho, sentirse en paz, cumplir con un fin social, para que su permanencia en este mundo haya sido fructífera para terceras personas, al sentir que ha podido contribuir en algo. Por otra parte, todos coinciden en que ningún emprendimiento es sencillo ni fácil de elaborar, ya hay una falta de apoyo al microempresario en las políticas económicas, que hace bastante difícil competir contra marcas ya establecidas en el mercado; por lo que tener vocación, y amor por su propio negocio es fundamental; saber escoger a su compañero accionista es estratégicamente necesario; y provenir de una familia emprendedora es una ventaja.

Tabla 91

Modelo educativo de la Carrera de Emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P15: ¿Conoce usted el modelo educativo de la Carrera de Emprendimiento?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Se trata de generar conocimiento técnico y académico que promueva en los chicos ese interés de poder generar negocios. A través de <i>business cases</i> , simulaciones, ferias, participación con la empresa pública y privada, se genera conocimiento de cómo promover local e internacionalmente los negocios.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Los estudiantes ahí aprenden cómo crear una empresa, y cómo llevar a cabo una iniciativa.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Si

Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	Van con una idea de negocio desde el primer ciclo y la llevan a la práctica. En primer ciclo se enseña a los chicos a desarrollar un plan de negocio, en el segundo ciclo tienen que llevarlo a cabo, ejecutarlo, es decir que se constituye una realidad con un mercado objetivo que es dentro de la universidad, en su propia facultad. En tercero desarrollan un nuevo plan de negocio, pero ya en un ambiente no controlado, en un mercado objetivo fuera de la universidad, más local, más en la ciudad. Posteriormente en quinto desarrollan un proyecto más a nivel global, ya utilizan herramientas tecnológicas y se proyectan a mercados internacionales, inclusive tienen que exportar ese producto, y generan una red de contactos que le permitan saber de comercio exterior.
Rosa Inés Carrasco Reyes	El modelo educativo es <i>learning by doing</i> y se refleja en base a proyectos donde los estudiantes siguen todo el proceso que necesitan para emprender su propio negocio.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	La base del modelo es su gente. Existen ciertas áreas que deben cubrirse como creatividad, financiero y calidad con personal que además de estar involucrado en la parte académica tenga experiencia.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Se forman emprendedores de una manera participativa, lo que se busca allí es que los chicos sean formados activamente en el mundo de los negocios. Desde primer semestre, ellos ya tienen que desarrollar su primer plan de negocios, el cual va a ser puesto en marcha en segundo semestre. De manera que en cada semestre impar se diseña una nueva propuesta para un nuevo negocio; la cual va variando desde productos, eventos, servicios hasta productos para la exportación, pues lo que se busca es formar emprendedores, desde un punto muy participativo para que ellos se vean expuestos a lo que realmente es ejecutar un negocio.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Siete de los diez expertos entrevistados fueron parte de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, e indicaron conocer su modelo educativo. El modelo educativo es *learning by doing*, mediante de una manera participativa, los estudiantes van con una idea de negocio desde el primer ciclo y la llevan a la práctica a lo largo de toda su carrera; aprendiendo cómo crear una empresa, y cómo llevar a cabo una iniciativa, a través de business cases, simulaciones, ferias, participación con la empresa pública y privada, se genera conocimiento de cómo promover local e internacionalmente los negocios. La base del modelo es su gente; pero las áreas de creatividad, finanzas y calidad deben cubrirse con personal que además de estar involucrado en la parte académica, tenga experiencia.

Tabla 92

Fortalezas y debilidades de la Carrera de Emprendimiento

<p>EXPERTO ENTREVISTADO</p>	<p>OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Empezar” dirigida a los educadores. P16: ¿Según su punto de vista, cuáles son las fortalezas y debilidades del mismo?</p>
<p>Hugo Marcos Calle Forrest</p>	<p>No aplica.</p>
<p>Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo</p>	<p>La fortaleza se basa en un diseño académico de una universidad con prestigio. La Carrera de Emprendimiento tiene ya algunos años en el mercado, tiene una participación interesante ya que ha crecido durante los últimos años en número de estudiantes, ha tenido o tiene convenios y relaciones académicas con grandes empresas del país. Como debilidades pudiese mencionar que no hay una participación <i>in situ</i> o <i>in house</i> dentro de empresas, entiendo que en ocasiones se han dictado cursos, algunos seminarios, prácticas, ensayos dentro de la empresa, pero debería ser un poco más real, una participación directa donde se puedan generar e incubar ideas a través de la interacción con la empresa privada.</p>
<p>Félix Eduardo Pilco del Salto</p>	<p>La Carrera de Emprendimiento trata de generar líderes en emprendimiento, personas que sean capaces de crear emprendimientos, más empresas, nuevos negocios. La metodología no funcionó bien, no fue la misma, o no tuvo el mismo impacto en los diversos años donde iniciaron los estudiantes porque noté una gran diferencia entre las diferentes cohortes.</p>
<p>Fátima Estafanía Cunalema Pozo</p>	<p>La fortaleza es que siempre están activos con proyectos, con alguna actividad en mente, planeando algo, sea social o económico, siempre con ayuda a la sociedad. Por el contrario, carece de enfoque, en algunas ocasiones, por ejemplo, un emprendedor debe tener ciertas áreas más fortalecidas, debe haber una materia que los lleve a eso.</p>
<p>Xavier Antonio Mosquera Rodríguez</p>	<p>No aplica</p>
<p>Whymper Adrián León Kuffó</p>	<p>No aplica</p>
<p>Rolando Xavier Farfán Vera</p>	<p>La fortaleza es que son pragmáticos, es decir, desde el primer ciclo ya el joven experimenta lo que es manejar un negocio y los problemas que ello conlleva. Así un poco jugando, aprende a tomar decisiones, y la carrera lleva ese proyecto, más allá del juego, como una práctica empresarial real. No le veo mayores debilidades, tal vez el no ser frontal con los chicos cuando vemos que algunos creen ser emprendedores o creen ser gerentes, pero aún no están con esa mentalidad.</p>
<p>Rosa Inés Carrasco Reyes</p>	<p>Creo que es exitoso, pero tienen mucho más empuje en los primeros años de estudio. Considero que debería haber un seguimiento en el cual los estudiantes continúen ejecutando proyectos hasta el final de la carrera. Una observación al proyecto es que los estudiantes muchas veces se los hace evadir la realidad, porque los proyectos que hacen al inicio del ciclo se los trata de impulsar a que tengan una ganancia, si o</p>

	<p>si, cuando en la realidad, en el mundo de los negocios, no siempre obtienes ganancias con tus primeros emprendimientos.</p> <p>La fortaleza más grande es exponer al alumnado al proceso real de creación del negocio desde su inicio hasta la exportación, es decir, un mercado global; pero una de las debilidades, considero que es la relación con el entorno, la vinculación con la comunidad para que el emprendimiento que lanzan los estudiantes o las personas sean más relacionados con las necesidades reales de la sociedad, no tanto ideas similares como las que ellos generaban.</p>
<p>Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda</p>	<p>Si el personal inmerso en este modelo no está alineado con el emprendimiento, fracasamos; si la gente solamente va a dar clases por dinero, fracasa el modelo. La contratación docente es el detonante.</p>
<p>Gerson Rosenberg Sopó Montero</p>	<p>La fortaleza es que los chicos aprenden de forma experiencial y heurística.</p> <p>Como debilidad principal veo que en muchas ocasiones los chicos no toman en serio el aprendizaje, porque como que se orienta mucho a la parte práctica, dejan a un lado la parte teórica, no les interesa mucho la lectura de libros, el análisis de casos y prefieren vivir la experiencia antes de recibir una forma teórica.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los siete expertos entrevistados relacionados con la Carrera de Emprendimiento consideran que es un modelo exitoso pero con algunas debilidades. Las fortalezas del modelo, se basan en un diseño académico de una universidad con prestigio, en la que los estudiantes siempre están activos con proyectos, con alguna actividad en mente, planeando algo, sea social o económico, siempre en favor de la sociedad, lo que les permite aprender de forma experiencial y heurística.

Las debilidades del modelo son el tener mucho más empuje en los primeros años de estudio, debería haber un seguimiento en el cual los estudiantes continúen ejecutando proyectos hasta el final de la carrera; la metodología no funciona bien, o no es la misma entre las diferentes cohortes; el tener una limitada vinculación con la comunidad, por lo que los emprendimientos no están relacionados con las necesidades reales de la sociedad; el no ser frontal con los estudiantes, cuando algunos creen ser emprendedores o creen ser gerentes, pero aún no están con esa mentalidad; evadir la realidad, porque se trata de impulsar los proyectos de los estudiantes para que den ganancias, si o si, cuando en la realidad, en el mundo de los negocios, no siempre se obtienen ganancias con los primeros emprendimientos; el no tomar en serio el aprendizaje de parte de los estudiantes, porque como que se orienta mucho a la parte práctica, dejan a un lado la parte teórica; el que no todos los docentes estén alineados con el emprendimiento, si la gente solamente va a dar clases por dinero, fracasa el modelo, por lo que la contratación docente es el detonante.

Tabla 93*Cumplimiento de la misión y visión de la Carrera de Emprendimiento*

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P17: ¿Cree usted que este modelo de educación en emprendimiento a nivel de pregrado permitirá a los estudiantes desarrollar las capacidades de generar y evaluar ideas de negocio; generar y estructurar oportunidades de negocio; discriminar y procesar información de utilidad para ejecutar el emprendimiento?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Definitivamente. Todos estos modelos de ensayo y estrategia de planificación son elementales para ejecutar una idea de negocio y llevarla hacia una gestión sustentable.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Por supuesto que sí. La carrera es muy buena, quizás faltó un poco más de experticia y menos conceptos.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Sí, porque el pregrado es la base y el posgrado es el nivel experto que permite fortalecer lo que ya se sabe.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	La carrera si se puede generar eso. Se deben pulir las habilidades personales de los jóvenes emprendedores, de aquellos que visualizan oportunidades de negocio.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Sí, sin embargo se debería fortalecer la evaluación de proyectos de negocios, y obtener fondos de inversión.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Sí porque la mayoría del cuerpo docente que hay en la carrera son buenos.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Sí.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los siete expertos entrevistados relacionados con la Carrera de Emprendimiento consideran que este modelo de educación en emprendimiento a nivel de pregrado permitirá a los estudiantes desarrollar las capacidades de generar y evaluar ideas de negocio; generar y estructurar oportunidades de negocio; discriminar y procesar información de utilidad para ejecutar el emprendimiento. Lo cual está fundamentado por todos los modelos de ensayo y estrategia de planificación que son elementales para ejecutar una idea de negocio y llevarla hacia una gestión sustentable; siendo el pregrado la base y el posgrado el nivel experto que permite fortalecer lo que ya se sabe; la mayoría del cuerpo docente que hay en la carrera son buenos; la carrera es muy buena, quizás falta un poco más de experticia y menos conceptos, así como pulir las habilidades personales de los jóvenes emprendedores,

de aquellos que visualizan oportunidades de negocio, a través del fortalecimiento de la evaluación de proyectos de negocios, y la obtención de fondos de inversión.

Tabla 94

Competencias claves de los graduados de la Carrera de Emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P18: ¿Qué competencias claves considera que los estudiantes deberían desarrollar al finalizar la carrera?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Deben ser muy analíticos para saber medir el riesgo de la ejecución de un negocio; ya que este tema es muy importante en el emprendimiento. Otros elementos claves que debe tener un emprendedor como formación son: el análisis financiero, económico, y de factibilidad, manejo y penetración de mercado, administración para la toma de decisiones, y planificación.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Construir un plan de negocios sustentable en el tiempo y que tenga el acceso adecuado a financiamiento.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Tener conocimiento de que hay obligaciones con el mismo y con el empleado, más conocimiento de las entidades a las que deben dirigirse como el IESS, SRI, también de los lugares donde les pueden dar préstamos, además de ayudar a los estudiantes a ser ubicarlos en empresas para realizar sus prácticas pre-profesionales.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	Auscultar oportunidades, la competencia y visualizar un negocio sostenible en el tiempo, es decir, darse cuenta si esa idea de negocios si va a tener sostenibilidad, siendo lo suficientemente analítico como para plasmar en un proyecto todas esas ideas y mediante las herramientas que conoce darse cuenta si su idea de negocios realmente va a ser rentable y sostenible.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Deberían tener competencias de innovación, porque emprender no consiste solamente en lanzar cosas nuevas al mercado, sino generar una modificación que permita agregar valor a los productos que ya existen; tener habilidad de negociación, de detectar oportunidades, y de realizar propuestas. En la parte de intraemprendimiento, muchas veces a los egresados les cuesta un poco hacer escuchar su voz en las instituciones.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Tener un pensamiento lógico, racional, creativo, poder volcarse hacia la sociedad y romper paradigmas.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	El tema de competencias soft es muy importante, como las relaciones sociales y el liderazgo; además de la evaluación de proyectos, el análisis de oportunidades, la evaluación financiera, la investigación de mercado, y el networking.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los siete expertos entrevistados relacionados con la Carrera de Emprendimiento consideran que las competencias claves que los estudiantes deberían desarrollar al finalizar la carrera son construir un plan de negocios sustentable en el

tiempo y que tenga el acceso adecuado a financiamiento; el análisis financiero, económico, y de factibilidad, manejo y penetración de mercado, administración para la toma de decisiones, y planificación; tener conocimiento de que hay obligaciones con el mismo y con el empleado, más conocimiento de las entidades a las que deben dirigirse como el IESS, SRI, también de los lugares donde les pueden dar préstamos; auscultar oportunidades, la competencia y visualizar un negocio sostenible en el tiempo; tener competencias de innovación, porque emprender no consiste solamente en lanzar cosas nuevas al mercado, sino generar una modificación que permita agregar valor a los productos que ya existen; tener habilidad de negociación, de detectar oportunidades, y de realizar propuestas; tener un pensamiento lógico, racional, creativo, poder volcarse hacia la sociedad y romper paradigmas; dominar las competencias soft, como las relaciones sociales, el liderazgo y el networking.

Tabla 95

Áreas curriculares y propósito de formación de la Carrera de Emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P19: ¿Qué áreas curriculares deberían articularse con los propósitos de formación? ¿Cómo deberían ser articuladas?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Finanzas, Economía, Administración y Planificación deberían articularse a través de proyectos, actividades combinadas, tareas, evaluación de escenarios, toma de decisiones, evaluación de riesgos y administración de los recursos y bienes de la empresa.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Lo que un emprendedor tiene que saber es cómo crear una empresa, cómo generar riqueza; además de tener nociones básicas de contabilidad y economía.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	Todas las materias de la actual malla, tributan a desarrollar una fortaleza emprendedora, pero se necesita un mayor trabajo en conjunto entre las áreas de mercadeo, finanzas, y liderazgo; mediante un coordinador que pueda desarrollar proyectos conjuntos en un mismo nivel o ciclo que involucre todas esas áreas.
Rosa Inés Carrasco Reyes	A través de cátedras como análisis del entorno político social del país que les permita a ellos conectar las necesidades de políticas públicas; más áreas de vinculación, innovación y creatividad.

Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Hay que darle bastante énfasis a todo lo que es tecnología, creatividad, innovación, y calidad. Se debe llegar a la creatividad, ya que después de la creatividad comienza la innovación, después de la innovación debería estar la aplicación del proyecto, para después seguir con una mejora continua y calidad.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Mediante la investigación de mercado.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los siete expertos entrevistados relacionados con la Carrera de Emprendimiento consideran que las áreas curriculares que deberían articularse con los propósitos de formación son Contabilidad, Finanzas, Economía, Administración, Mercadeo y Planificación. Todas las materias de la malla curricular tributan a desarrollar una fortaleza emprendedora, pero se necesita un coordinador que pueda desarrollar proyectos conjuntos en un mismo nivel o ciclo que involucre todas esas áreas. Además, estas áreas deberían articularse a través de proyectos, actividades combinadas, tareas, evaluación de escenarios, toma de decisiones, evaluación de riesgos y administración de los recursos y bienes de la empresa. De igual manera, una cátedra como análisis del entorno político social del país, les permitiría vincular las necesidades de políticas públicas con la tecnología, innovación, creatividad y calidad.

Tabla 96

Requerimientos para una cultura empresarial en la Carrera de Emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P20: ¿Cuáles considera que son los requerimientos pedagógicos, tecnológicos y curriculares necesarios para el desarrollo de una cultura empresarial en el programa de la Carrera de Emprendimiento?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Existen muchas plataformas que pueden permitir desarrollar negocios, incluso en línea, reduciendo muchos costos operativos, físicos, de comunicación y tecnología. Muchos softwares permiten integrar totalmente el giro del negocio, desde el aprovisionamiento, el servicio de facturación, hasta el producto final; estos son elementos que pueden ayudar de forma integral a la empresa.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Depende del tipo de emprendimientos.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica

Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	Cuando empezó la carrera, una de las fortalezas y valores agregados que tenía era que los profesores estaban vinculados al área empresarial o tenían experticia empresarial suficiente como para transmitir a sus estudiantes esa fortaleza directamente de su experiencia. La persona que vaya a dictar una cátedra debe tener la experiencia profesional y empresarial real de lo que va a dictar; y en el aspecto tecnológico debe conocer las herramientas tecnológicas actuales que le permiten llegar a la población a nivel global.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Los docentes, porque si los docentes solamente se limitan a enseñar lo mismo que han enseñado toda su vida y no tienen una visión ni comparten la visión del modelo, ni lo conocen, ni lo socializan, pues va a ser muy difícil. Entonces, es necesario tener primero trabajo en equipo, observaciones áulicas seguidas que permitan monitorear que el modelo se cumpla y siempre llegar a un conceso, la vinculación a través de los MOOCs (<i>Massive Open Online Courses</i>) o COMAs (<i>Cursos Online Masivo Abierto</i>), incubadoras de negocios, y <i>Crowdfundings</i> es muy importante.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Si el docente no está inmerso en la tecnología no debería dar clases. El docente debería ser alguien que pueda mezclar el objetivo de la clase del día con lo que quiere enseñar a través de ejemplos.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Los docentes deben tener cierta experiencia en el mundo de los negocios o llevar a cabo proyectos dentro de una organización. Además, el acceso a simuladores de negocio, a competencias a nivel web con otros países o en el país. Y en la parte curricular, profundizar en la parte cuantitativa, tributaria y en la simulación de negocios.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los siete expertos entrevistados relacionados con la Carrera de Emprendimiento consideran que los requerimientos pedagógicos, tecnológicos y curriculares necesarios para el desarrollo de una cultura empresarial en el programa de la Carrera de Emprendimiento dependen del tipo de emprendimientos. Sin embargo, algunos requerimientos básicos son profesores con experiencia empresarial y amplio conocimiento de herramientas tecnológicas; el uso de plataformas, softwares y simuladores de negocios; trabajo en equipo; la realización de observaciones áulicas seguidas que permitan monitorear que el modelo se cumpla y siempre llegar a un conceso; así como la vinculación a través de los MOOCs (*Massive Open Online Courses*) o COMAs (*Cursos Online Masivo Abierto*), incubadoras de negocios, y *Crowdfundings*.

Tabla 97

Competencias que deben adquirir los graduados de la Carrera de Emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Empezar” dirigida a los educadores. P21: ¿Qué competencias deben ser desarrolladas en los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento para dar cumplimiento a la misión y visión de la carrera?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Formación técnica en evaluación de proyectos, financiera, de factibilidad, manejo de portafolio, de información para la evaluación de escenarios y toma de decisiones, el ámbito legal y ético en el marco ecuatoriano de comercio, entre esos puntos.
Félix Eduardo Pilco del Salto	El emprendedor debe generar o crear deseo de comprar algo, la habilidad de saber levantarse cuando uno cae porque muchas veces deciden buscar un empleo fijo y nunca más emprender. Además de sistemas, finanzas, y mercadeo.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Deben ser más independientes y perder el miedo.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	Liderazgo, responsabilidad social con su propia gente y sus familias, tener una visión para ver oportunidades donde otros solamente ven crisis, y ser lo suficientemente analíticos como para analizar los diversos escenarios y tomar la mejor decisión.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Ser capaces de generar ideas de negocios y de ser ciudadanos responsables.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Presentar su proyecto, poderlo analizar, saber cuándo hacerle los cambios respectivos, y ser perseverante.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Competencias técnicas de tipo cuantitativo como análisis y evaluación de datos. Y competencias humanas como relaciones sociales, liderazgo y fundamentalmente el manejo de recursos humanos.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los siete expertos entrevistados relacionados con la Carrera de Emprendimiento consideran que las competencias que deben ser desarrolladas en los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento para dar cumplimiento a la misión y visión de la carrera son técnicas de tipo cuantitativo como análisis y evaluación de datos, evaluación financiera de factibilidad de proyectos, manejo de portafolio y de la información para la toma de decisiones, el ámbito legal y ético en el marco ecuatoriano de comercio, y mercadeo; así como humanas para el manejo de liderazgo, relaciones sociales, y fundamentalmente recursos humanos. Esto les permitirá ser más

independientes y perder el miedo; tener una visión para ver oportunidades donde otros solamente ven crisis; poder presentar su proyecto, poderlo analizar, saber cuándo hacerle los cambios respectivos, y ser perseverante; saber generar o crear el deseo de comprar algo, la habilidad de saber levantarse cuando uno cae, porque muchas veces deciden buscar un empleo fijo y nunca más emprender; tener responsabilidad social con su propia gente y sus familias; ser ciudadanos responsables.

Tabla 98

Estrategias de enseñanza en la Carrera de Emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P22: Desde la dimensión didáctica, ¿Qué estrategias deberían ser implementadas en el aula para lograr los objetivos formativos y el perfil de egreso?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Análisis de casos para poder estudiar hacia atrás eventos exitosos y no exitosos que permitan identificar como las empresas exitosas sacaron adelante sus negocios y las que fracasaron porque fracasaron; las tutorías para que los estudiantes pongan en práctica sus conocimientos; el manejo de simulaciones y otras herramientas; y la participación directa en empresas reales.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Ejemplos empresariales de emprendimiento tanto de éxito como de fracaso que permitan hacer un análisis de porque fue exitoso un emprendimiento o de porqué llegaron al fracaso.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Los docentes deben ser más didácticos en el aula, no necesariamente deben basarse en el resultado, sino en: ¿cómo comenzó?, ¿qué hacer?, ¿cómo lo hizo? ¿por qué esta donde está? ¿cómo mejorar el networking?
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	Simulaciones de negocios, no solamente decir cuánto gano o cuánto pierdo, sino inclusive, explicar qué pasa con las diversas situaciones que puedan presentarse en el manejo de recursos humanos en el interior de las empresas.
Rosa Inés Carrasco Reyes	El docente debe estar actualizado y conocer nuevas didácticas para la generación de ideas como por ejemplo el <i>Canvas Business Model, Design Thinking, History Telling</i> , entre otras, que permitan inspirar a los estudiantes y a su vez hacer que las clases sean menos monótonas y más prácticas, para de este modo aprovechar al máximo los diferentes niveles culturales de los estudiantes de la carrera.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	La infraestructura para hacer emprendimiento, una universidad estilo Google.

Gerson Rosenberg Sopó Montero	El desarrollo de casos, evaluación de proyectos, el uso de videos para el análisis de situaciones, fragmentos de películas donde haya situaciones en las cuales ellos pueden ver un modelo de negocios y su desarrollo para que de esta manera analicen la situación, concluyan y sugieran cuáles serían las mejores opciones que pudieron haber tomado cada uno de los personajes que forman parte del video.
-------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los siete expertos entrevistados relacionados con la Carrera de Emprendimiento recomiendan, desde la dimensión didáctica, las estrategias que deberían ser implementadas en el aula para lograr los objetivos formativos y el perfil de egreso. Primeramente, la infraestructura para hacer emprendimiento, una universidad estilo Google. Posteriormente, la didáctica que aplica el docente en el aula, no necesariamente deben basarse en el resultado, sino en: ¿cómo comenzó?, ¿qué hacer?, ¿cómo lo hizo? ¿por qué está donde está? ¿cómo mejorar el networking?; deben aplicar nuevas herramientas didácticas para la generación de ideas como por ejemplo el *Canvas Business Model*, *Design Thinking*, *History Telling*, el uso de videos para el análisis de situaciones, fragmentos de películas. Además, análisis de casos para poder estudiar hacia atrás eventos exitosos y no exitosos que permitan identificar como las empresas exitosas sacaron adelante sus negocios y las que fracasaron porque fracasaron; evaluación de proyectos; simuladores de negocios; las tutorías para que los estudiantes pongan en práctica sus conocimientos; y la participación directa en empresas reales.

Tabla 99

Significado de emprendimiento y objetivo de la Carrera de Emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P23: ¿Entienden con claridad sus estudiantes el significado de emprendimiento y el objetivo de la carrera?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Cuando los chicos ingresaban a la Carrera de Emprendimiento tenían en mente crear su propia empresa, generar negocios, brindar fuentes de trabajo, generar riqueza para ellos y para el país.
Félix Eduardo Pilco del Salto	No todos tenían ese concepto muy claro.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica

Rolando Xavier Farfán Vera	No se ha hecho énfasis en aclararle esos conceptos; como los valores agregados que le doy a mi materia, trato de inculcarles esos roles, esos conocimientos, esas diferencias.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Algunos sí, algunos no, algunos entran porque era la única carrera que los admitió, algunos piensan que al salir de la carrera van a tener su propio negocio, pienso que son diferentes miradas, diferentes razones por las cuales ellos entran a la carrera.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Al principio no, pero al egresar si comprenden.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Para ellos entrar a emprendedores, es tener su negocio; y el emprendimiento no es fácil, y ellos toman de manera muy a la ligera el tema del emprendimiento. El emprendimiento es medio complejo, ser emprendedor no es fácil y me parece que la equivocación fundamental está en que cuando ellos entran piensan que van a ser gerentes y no se dan cuenta que cuando eres emprendedor tienes que ser cobrador, cajero, persona de logística, tienes que hacer de todo y eso como que no les gusta, esa es la principal debilidad.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los siete expertos entrevistados relacionados con la Carrera de Emprendimiento consideran que no todos entendían con claridad el significado de emprendimiento y el objetivo de la carrera al principio, pero al egresar si lo comprendían; algunos entran porque era la única carrera que los admitió, algunos piensan que al salir de la carrera van a tener su propio negocio; y el emprendimiento no es fácil, ellos toman de manera muy a la ligera el tema del emprendimiento porque no se ha hecho énfasis en aclararle esos conceptos.

Tabla 100

Asignaturas claves para el desarrollo de competencias en emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Empezar” dirigida a los educadores. P24: De las asignaturas de la malla curricular de la carrera, cuáles considera clave para el desarrollo de competencias en emprendimiento?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Comercio exterior ayuda a los estudiantes a conocer las oportunidades del mercado internacional. Planificación Estratégica es muy importante para la planificación, control, ejecución y medición del desempeño en la empresa.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Materias de estudios sociales para desarrollar la capacidad de analizar la idiosincrasia del consumidor. Marketing y Análisis de Mercado para estudiar no solamente el mercado, sino cómo piensa el consumidor. Relaciones Interpersonales, Planificación de Proyectos, Ventas, Idiomas como el inglés y mandarín, los idiomas que dominan el mundo empresarial. Conocimientos básicos de Derecho, Gestión Ambiental, Responsabilidad Social, Matemáticas, Economía y Contabilidad. No creo que sea necesario en la carrera emprendimiento tener una materia como la de teología.

Fátima Estafanía Cunalema Pozo	BAE, Marketing, y Finanzas.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	BAE I y BAE II porque mezcla la teoría y la práctica; en BAE I es ideal como controlar e implementar los resultados de hacer negocio en primero, y en segundo ciclo él tiene su primera experiencia empresarial y eso es clave para tratar de seguir y fortalecer el espíritu emprendedor. De ahí viene Contabilidad Gerencial, Análisis Financiero, Marketing, Impacto Global, Comercio Exterior, Consultoría Comunitaria que tiene que ver con la Responsabilidad Social, Emprendimiento en las Organizaciones para hacer intraemprendimiento.
Rosa Inés Carrasco Reyes	BAE principalmente, considero que debería haber proyectos BAE al final de la carrera donde los estudiantes puedan desarrollar un producto, no uno por el curso sino uno individual o en grupo y que entre ellos compitan y por último contactarse con alguna incubadora para que los motiven a terminar su carrera con un negocio en marcha.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	BAE I y BAE II, Ventas, y Negociación.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	BAE I, BAE II, Negociación, Liderazgo, Estadística, Análisis Financiero, y Comercio Electrónico.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los siete expertos entrevistados relacionados con la Carrera de Emprendimiento consideran que de las asignaturas de la malla curricular de la carrera, las asignaturas clave para el desarrollo de competencias en emprendimiento son BAE I y BAE II, Ventas, y Negociación, Liderazgo, Estadística, Contabilidad Gerencial, Análisis Financiero, Marketing, Impacto Global, Comercio Exterior, Planificación Estratégica, Comercio Electrónico, Consultoría Comunitaria que tiene que ver con la Responsabilidad Social, Emprendimiento en las Organizaciones para hacer intraemprendimiento. Por otra parte, recomiendan incluir materias de estudios sociales para desarrollar la capacidad de analizar la idiosincrasia del consumidor; Relaciones Interpersonales, los idiomas que dominan el mundo empresarial, conocimientos básicos de Matemáticas, Economía, Derecho, Gestión Ambiental, y Responsabilidad Social. Además, enfatizan que debería haber proyectos BAE al final de la carrera donde los estudiantes puedan desarrollar un producto, no uno por el curso sino uno individual o en grupo y que entre ellos compitan y por último contactarse con alguna incubadora para que los motiven a terminar su carrera con un negocio en marcha.

Tabla 101*Alcance de los contenidos de las materias de la Carrera de Emprendimiento*

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Empezar” dirigida a los educadores. P25: ¿Considera que los programas de algunas de las otras materias se traslapan o son redundantes entre sí?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	En ocasiones habían temas redundantes entre materias, por ejemplo, en Planificación Estratégica se traían a discusión temas de los cuales ya habían hablado de forma básica, de forma conceptual, pero se los llevaba a un nivel más alto de análisis y crítica de contraposición para poderle sacar mucho más provecho a ese conocimiento.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Algunas materias si las conocían como Plan de Negocios; lo que no conocían a profundidad eran las maneras que existían para poder conseguir recursos. Gerencia Política no conocían, y es importante saber que un emprendedor debe hacer un análisis macro de cuáles son las circunstancias políticas y económicas del país para tomar la decisión de emprender o no emprender.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No tanto, pero si les hacía falta ir más allá, por ejemplo, hay dos semestres en los que se ven Finanzas parecidas, además, no creo que sea tan bueno ver lo que es la bolsa de valores, sino más bien Finanzas aplicadas en Ecuador, en ese sentido habría que establecer nuevos contenidos para Finanzas.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	Estuvimos un tiempo revisando syllabus y revisamos que concadenen y que los contenidos no se dupliquen como tal si no que se concadenen las materias entre ellas.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Sí, en los últimos niveles, no por las materias como tal, sino por los contenidos.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Liderazgo y Negociación se dictan en español y en inglés con los mismos contenidos; se necesitan más reuniones para saber que no más se debe topar.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Desde el punto de vista en cuanto a lo que es la concepción de la carrera me parece que es positivo porque se está reforzando Desarrollo del Plan de Negocio, Investigación de Mercado, Planeación Estratégica; sin embargo, a los estudiantes como que se les vuelve la materia monótona. No se deben hacer tan básicos los proyectos. La entidad educativa debe donar dinero o conseguir un auspiciante o una empresa que les presten dinero para que se cumpla la idea. Si hubiera más capital, hubiera más responsabilidad, hubieran más ganancias, hubieran más pérdidas, lo que haría que los chicos sean un poco más conscientes de lo que realmente puede pasar.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los siete expertos entrevistados relacionados con la Carrera de Emprendimiento consideran que los programas de algunas materias se traslapan o son redundantes entre sí a pesar de haber revisando syllabus para que los contenidos no se dupliquen como tal si no que se concadenen las materias entre ellas. En los últimos niveles, no se repetían las materias como tal, sino los contenidos; algunos temas habían sido tratados de forma básica, de forma conceptual; algunas materias se dictan en español y en inglés, por lo que se les vuelve la materia monótona. Para ello, se realizaba un nivel más alto de análisis y crítica de contraposición para poderle sacar mucho más provecho a ese conocimiento. Adicionalmente, recomiendan profundizar en temas que no dominan como las maneras que existen para poder conseguir recursos; o no hacer tan básicos los proyectos, ya que si hubiera más capital, hubiera más responsabilidad, hubieran más ganancias, hubieran más pérdidas, lo que haría que los estudiantes sean un poco más conscientes de lo que realmente puede pasar.

Tabla 102

Actualización de la malla curricular de la Carrera de Emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P26: ¿Considera que existen materias que faltan implementar, o por el contrario, que existen y no deberían seguir en la malla curricular?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Faltan materias como Ética en los Negocios, Manejo de Información y Tecnología, Comercio Electrónico. Todas las materias pueden ser optimizadas o complementadas con mayor contenido.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Faltan materias como <i>Fundraising</i> porque les interesa mucho cómo conseguir recursos; Oratoria porque no hay mejor vendedor que aquél individuo que sabe transmitir la idea de manera clara y concisa. Existen muchos emprendedores que tienen muchas ganas de emprender, que saben cómo hacerlo, pero no saben cómo expresarlo. Teología no es necesaria.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Falta una materia que los ayude a enfocarse en qué área de verdad desean trabajar, o son fuertes; además de otras materias como Psicología Organizacional, Seguridad Ocupacional en el Trabajo, Recursos Humanos. Matemáticas Financieras puede ser sustituida no solamente el nombre sino también el aprendizaje, tal vez reemplazada por Finanzas, pero llevarla más a la práctica.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica

Rolando Xavier Farfán Vera	Una materia como Tributación, o en alguno de los syllabus que tengan que ver con Finanzas incluir capítulos que tengan que ver con tributos, impuestos. No existe una materia que esté de más, siempre hay algo en lo que aportan.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Se podría hacer un rediseño de materias. Gestión Ambiental es bueno aprenderlo, pero no está conectada con el emprendimiento; Derecho no está orientado a la parte de emprendimiento, sino a la parte civil o penal. Introducción al Marketing que di en cuarto, los estudiantes me dijeron que, era muy similar en contenido, e incluso usaban los mismos libros que utilizaban en tercero o segundo. Cabe recalcar que el profesor de segundo y tercero abarcaba mucho más de lo que tenía que abarcar.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Se deben incluir Calidad con temas como 5s, espina de pescado, y mapas mentales. No podría indicar cuáles deberían ser eliminadas.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Faltan más temas analíticos como matemáticas y análisis de datos, emprendimiento social, administración de presupuesto personal. Las prácticas quitan créditos y carga horaria.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los siete expertos entrevistados relacionados con la Carrera de Emprendimiento consideran que existen materias que faltan implementar como Manejo de Información y Tecnología, Fundrasing, Oratoria, Psicología Organizacional, Seguridad Ocupacional en el Trabajo, Recursos Humanos, Calidad con temas como 5s, espina de pescado, y mapas mentales, Matemáticas y Análisis de datos, Emprendimiento Social, Administración de Presupuesto Personal; además de una materia que los ayude a enfocarse en qué área de verdad desean trabajar, o son fuertes.

Por el contrario, las materias que existen y no deberían seguir en la malla curricular son Teología, o Marketing que se dicta con los mismos contenidos en diferentes ciclos; las Prácticas quitan créditos y carga horaria. Pero, en general, todas las materias pueden ser rediseñadas para optimizarlas y complementarlas con mayor contenido; se puede incluir capítulos de Tributación en alguno de los syllabus de Finanzas, Gestión Ambiental y Derecho pueden ser orientados a la parte de emprendimiento, y Matemáticas Financieras puede ser llevada más a la práctica.

Tabla 103*Complementariedad de materias en la Carrera de Emprendimiento*

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Empezar” dirigida a los educadores. P27: ¿Considera que la materia que usted imparte es complementaria a las demás materias de la malla curricular?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Definitivamente. Teníamos una práctica de hacer tutorías integradas que era básicamente complementar y conglomerar diferentes análisis, diferentes trabajos de cada materia para sacar adelante la factibilidad y ejecución de un proyecto.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Gerencia política es complementaria. Fundrasing es importante porque da varias herramientas al futuro emprendedor de cómo poder conseguir recursos.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	Sí, definitivamente sí. En contabilidad Gerencial por ejemplo se enseña no sólo a hacer asientos contables sino a ver la contabilidad como una herramienta para la toma de decisiones.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Sin respuesta.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Sí, porque en cualquier área que tú manejes hay ventas y por ello son necesarias las materias de Negociación y de Liderazgo.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Sí. Plan de Negocios, Negociación Comercial e Informática I.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Seis de los diez expertos entrevistados, docentes de la Carrera de Emprendimiento, consideran que las materias que impartían eran complementarias a las demás materias de la malla curricular; lo cual se veía reflejado en las tutorías integradas, y en los diferentes trabajos de cada materia para sacar adelante la factibilidad y ejecución de un proyecto.

Tabla 104

Recursos didácticos para la formación del espíritu emprendedor

<p>EXPERTO ENTREVISTADO</p>	<p>OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P28: ¿Cuáles son los recursos didácticos que usted usa para el desarrollo de su materia? De los recursos mencionados ¿Cuáles considera que aportan más a la formación del espíritu emprendedor? ¿Por qué?</p>
<p>Hugo Marcos Calle Forrest</p>	<p>No aplica.</p>
<p>Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo</p>	<p>Me baso en resúmenes de libros que son <i>abstracts</i>, en presentaciones de editoriales y de libros, análisis de casos de otras universidades y discusión a través de foros. El análisis de casos, teniendo el contenido teórico, se puede identificar buenas prácticas, buenos manejos de administración y pueden tomarse como ejemplo para la puesta en marcha de los negocios.</p>
<p>Félix Eduardo Pilco del Salto</p>	<p>Ejemplos prácticos, videos y ejercicios en el aula. Los ejemplos son importantes porque nos daba cabida a los análisis; ejercicios grupales para que les permitieran desarrollar habilidades; y el proceso de conseguir recursos, el cual era evaluado por mi persona y por otros estudiantes.</p>
<p>Fátima Estafanía Cunalema Pozo</p>	<p>No aplica</p>
<p>Xavier Antonio Mosquera Rodríguez</p>	<p>No aplica</p>
<p>Whymper Adrián León Kuffó</p>	<p>No aplica</p>
<p>Rolando Xavier Farfán Vera</p>	<p>La solución de casos, el analizar contable y financieramente los proyectos que ellos mismos emprendieron en los semestres anteriores. De los recursos mencionados, aporta más a la formación del espíritu emprendedor, las simulaciones, porque a través de ellas descubren que pudieron haber conseguido más mercados objetivos, más nichos de mercados que satisfacer, ahí se dan cuenta que pudieron haber ganado mucho más de lo que ganaron, o haber perdido menos de lo que perdieron, si hubieran conocido ciertas herramientas de planificación financiera y de negocios.</p>
<p>Rosa Inés Carrasco Reyes</p>	<p>Usaba videos, desarrollo de casos, trabajos en grupo, exposiciones y trataba de vincularlos mucho con organizaciones locales, los enviaba a investigar que organismos locales podían brindar apoyo a los emprendedores para que ellos supieran con qué recursos contar, o sea en lugar de darles la información los enviaba a buscarla. El que más aportó fue el trabajo de campo, ya que permitía discusiones posteriores, analizar si lo que hicieron estuvo bien, tomar acciones de mejora, que entre grupos comparen de qué modo lo podrían haber hecho mejor.</p>
<p>Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda</p>	<p>Utilizo videos, <i>papers</i>, mandó a leer, investigar, expongo casos de la vida nacional para tratar de buscar soluciones a lo que está sucediendo. El que más aporta son los papers porque son investigaciones actuales y hago que los analicen y vean lo que falta, lo que se puede hacer.</p>

Gerson Rosenberg Sopó Montero	Análisis de casos, videos, Análisis de películas, el tema de que los chicos mismos tengan que llevar a cabo sus videos, la negociación de roles en negociación comercial. El juego de roles, las presentaciones, salir a conseguir auspiciantes, hacen que ellos tengan un poco más de facilidad del habla y desarrollen las habilidades humanas que son fundamentales en el proceso de emprendimiento.
-------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Seis de los diez expertos entrevistados, docentes de la Carrera de Emprendimiento, consideran que de los recursos didácticos que usan en el desarrollo de su materia, los que más aportan a la formación del espíritu emprendedor son: resúmenes de libros (*abstracts*), presentaciones de editoriales y de libros, papers, análisis de casos de otras universidades, discusión a través de foros, ejemplos prácticos, videos, análisis de películas, que los mismos estudiantes tengan que llevar a cabo sus videos, ejercicios grupales en el aula, simulaciones de planificación financiera y de negocios, exposiciones, y vincularlos mucho con organizaciones locales a través de trabajo de campo, presentación de casos de la vida nacional para tratar de buscar soluciones a lo que está sucediendo, juego de roles, y salir a conseguir auspiciantes.

Tabla 105

Dificultades en la enseñanza del emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P29: ¿Qué tipo de dificultades tiene que sortear para el logro de los objetivos de aprendizaje de la materia que dicta?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	La mayor dificultad es atraer la atención del 100% de los estudiantes. En la Carrera de Emprendimiento había chicos que no tenían experiencia, no venían con una formación familiar empresarial, en algunos casos sí en otros no. Por el contrario, en otra institución donde trabajo actualmente, debido a que los estudiantes son personas con empresas o negocios en marcha, por lo general pueden llegar a pensar que su estudio es muy complementario y que muchas veces ya saben cómo manejar una empresa, sin embargo trato de destacar que se debe aprender lo teórico para complementar lo práctico y viceversa.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Existían algunos estudiantes que al principio no se tomaba en serio el tema. Ellos pensaban que estaban graduados y era obligación del profesor ponerle la nota que sea necesaria para poder graduarse y ahí hubo bastante problema.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica

Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	Hay algunos chicos que no tienen ese espíritu emprendedor, tal vez soy muy duro en esto, pero algunos equivocaron de carrera, debieron estudiar simplemente Ingeniería Comercial donde se enfoca en que los estudiantes sean mejores empleados antes que desarrollar su propia empresa.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Cuando los grupos tenían un poco más de vacíos se iba un poco más lento y puede que se hayan quedado ciertos contenidos fuera, pero en general no.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Los papers saben estar en inglés y eso es un problema porque no todos manejan el idioma.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Los estudiantes están confiados, se encuentran en la zona de confort, y deben ir un poco más allá, investigar un poco más, inclusive analizar sus características.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Seis de los diez expertos entrevistados, docentes de la Carrera de Emprendimiento, consideran que las dificultades que tienen que sortear para el logro de los objetivos de aprendizaje de las materias que dictan es atraer la atención del 100% de los estudiantes, sea porque tienen vacíos de otras materias, carecen de experiencia, no toman en serio el tema, se les dificulta leer o entender contenidos o materias en inglés, están confiados porque se encuentran en su zona de confort, o simplemente algunos no tienen ese espíritu emprendedor.

Tabla 106

Actualización de los programas de estudio de la Carrera de Emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para "Inspirar a Emprender" dirigida a los educadores. P30: ¿Con qué periodicidad actualiza sus programas de estudio? ¿Qué profundidad o trascendencia han tenido dichas actualizaciones en los últimos cinco años?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Cada período académico. El contenido suele ser muy similar, pero los formatos y las fuentes han cambiado, ahora tenemos herramientas muy valiosas como foros de discusión, plataformas tecnológicas. En Marketing hay muchos contenidos que han cambiado considerablemente por la misma situación mediática y de globalización.
Félix Eduardo Pilco del Salto	En cada curso. Siempre hay cosas nuevas que no se pueden quedar sin explorar. Los cambios no son profundos, pero si hay cambios importantes como el entorno político y la situación económica de Ecuador.

Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	Anualmente. En los últimos cinco años la implementación de las NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera) ha influido en la materia y en la formación actual de los profesionales.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Semestralmente se revisan y luego se ve que se modifica. Las actualizaciones no eran tan profundas en realidad; no había una coordinación de las áreas como para obtener una misma línea, simplemente las actualizaciones dependían del criterio del docente.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Los programas como programas no los actualizo muy continuamente, lo que actualizo son las formas en que doy la clase y el contenido de la clase. Los contenidos han cambiado semestre a semestre porque si bien es cierto, negociación y ventas es una materia bien establecida, lo importante de la materia es ahondar lo que no se vio en otros semestres. Hay cosas nuevas que salen, entonces tú tienes que poner cosas que sean impactantes, cosas que te lleven al debate, que te saquen de la zona de confort.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Una vez al año. El análisis de emprendimientos es evolutivo.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Seis de los diez expertos entrevistados, docentes de la Carrera de Emprendimiento, consideran que actualizan sus programas de estudio en cada periodo académico, en algunos casos no hay cambios muy significativos, pero en otros casos sí.

Tabla 107

Evaluación de los logros alcanzados en la Carrera de Emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	<p>OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores.</p> <p>P31: ¿De qué manera evalúa los resultados obtenidos al término de su materia?, es decir, ¿Cómo puede decir, más allá de las calificaciones, que el proceso si se alcanzaron o no los objetivos del curso, los resultados de aprendizaje de la materia, y sobre sentir como docente que se ha llegado al estudiante con el mensaje que se quería transmitir?</p>
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	A través de exámenes, presentaciones de proyectos, y actividades escritas; pero a nivel personal, mediante una discusión inicial con los estudiantes sobre las materia y las expectativas del curso, trato de identificar que saben del contenido y que esperan aprender, lo discutimos, lo hablamos y al final de cada módulo o de cada ciclo, volvemos a revisar lo mismo; cuando su lectura, su lenguaje, su vocabulario es completamente distinto, es cuando yo digo que los chicos han aprendido.

Félix Eduardo Pilco del Salto	Cuando te agradecen los estudiantes, cuando aprecian tu trabajo, tu conocimiento, cuando te dicen que les han servido las materias que les he podido dar, ahí yo puedo comprobar que realmente sirvió de mucho la materia dictada.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	<p>Evalúo si es que el joven ya está en capacidad de tomar decisiones basado en análisis financiero.</p> <p>El primer mes trato de transmitir mis objetivos a los estudiantes, hago una primera evaluación para saber cómo están sus conocimientos actuales, de ahí sacó una media de cómo están sus notas; después de dos o tres meses vuelvo hacer una prueba para evaluar cómo están esos mismos estudiantes en sus notas, entonces ahí veo si he calado o no en ellos en cuanto a la actitud, a la motivación en cuanto a la carrera; cuando veo que ese índice se ha incrementado entonces ahí me genera satisfacción de haber cumplido.</p>
Rosa Inés Carrasco Reyes	De manera sumativa a través de la evaluación.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Cuando llegan los estudiantes y el día siguiente te dicen “hice esto y es verdad, lo que usted dice da resultados”, esa evaluación del día a día, para mí es mucho más satisfactoria.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Cuando me doy cuenta que algún chico emprendió, me doy cuenta en el caso mío llegué en la parte teórica y llegué también la parte humana.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Seis de los diez expertos entrevistados, docentes de la Carrera de Emprendimiento, consideran que la mejor forma de evaluar los resultados obtenidos al término de su materia es de manera sumativa a través de la evaluación; pero el sentir como docente que se ha llegado al estudiante con el mensaje que se quería transmitirse da, cuando, al final del curso, notan que su lectura, su lenguaje, su vocabulario es completamente distinto, están en capacidad de tomar decisiones basado en análisis financiero, cuando comunican que han aplicado con éxito lo aprendido y agradecen; o lo más importante, cuando emprenden su propio negocio.

Tabla 108*Canales de retroalimentación en la Carrera de Emprendimiento*

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P32: ¿Tiene algún canal directo de retroalimentación entre la dirección de la carrera, los estudiantes de su materia, y la comunidad?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Había la evaluación que hacían los estudiantes, luego de eso tenía una conversación directa con la directora de la carrera, quien me daba cifras referentes a la posición de los estudiantes y al cumplimiento de mis actividades como docente, entrega de información, y organización del syllabus. Con la comunidad no tenía mayor retroalimentación formal, sino comentarios entre los colegas.
Félix Eduardo Pilco del Salto	No. Tenía un canal directo de retroalimentación con la dirección de la carrera.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Siempre ha habido esa comunicación.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	Reunión de vocales de cursos con la dirección y con la comunidad a través de la presentación de los proyectos. A nivel de estudiantes, mediante talleres voy evaluando los grupos y permanentemente intento interactuar con ellos para que haya una retroalimentación y comunicación fluida para saber las fallas que están teniendo y que ellos mejoren; así mismo solicitó a ellos que me retroalimenten para saber cómo llegar a ellos.
Rosa Inés Carrasco Reyes	La única retroalimentación es con los chicos, el docente debe hacer un tipo de mesa redonda y preguntar en qué aspecto puede mejorar y qué les gustaría ver, de ese modo se hace más llevadero el curso.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Conversación entre la dirección de la carrera y los docentes a tiempo completo, pero nunca una reunión entre todos.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	A través de reuniones periódicas con los vocales de cada ciclo; mediante proyectos que beneficien a terceras personas, donde los resultados que nos han mencionado son bastante interesantes.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Seis de los diez expertos entrevistados, docentes de la Carrera de Emprendimiento, consideran que los canales de retroalimentación entre ellos, la dirección de la carrera, los estudiantes de su materia, y la comunidad eran a través de

la evaluación que hacían los estudiantes, una conversación directa con la directora de la carrera, reunión de vocales de cursos con la dirección, proyectos que beneficien a terceras personas y la presentación de sus resultados a la comunidad. Además de ello, comentarios entre los colegas pero nunca una reunión entre todos, así como mediante talleres y mesas redondas con los estudiantes para saber qué aspectos pueden mejorar y qué les gustaría ver, y hacer más llevadero el curso.

Tabla 109

Acompañamiento empresarial en la Carrera de Emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Empezar” dirigida a los educadores. P33: ¿Mantiene alguna relación de acompañamiento empresarial con sus estudiantes? ¿Qué relación mantiene con sus educandos?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Sí, tuve el gusto de mantener contacto posterior al periodo de la materia a través de consultas que me hacen en redes sociales.
Félix Eduardo Pilco del Salto	No, he perdido el hilo de cuál fue el éxito o fracaso de cada uno de ellos, cuál fue su participación dentro de la sociedad. Sería una muy buena idea tener un link que le permita al docente saber qué le pasó a ese alumno en los próximos dos años, ¿si tuvo éxito? ¿cómo le fue y qué hizo en su vida? ¿qué emprendimiento tuvo? para poder retroalimentarse con información válida y hacer correcciones en las aulas; porque no necesariamente el fracaso de un emprendedor que salió de las aulas y aprendió en esta carrera, es culpa de él, sino quizás faltó repasar algunas áreas o quizás faltó llenar ciertas expectativas en ciertas materias que no le permitieron ser más competitivo al momento de iniciar un emprendimiento.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	Los he ayudado en las materias que tienen en quinto, sexto y séptimo; por lo que ellos sienten la confianza y me buscan para que resuelva dudas en otros tópicos, debido a eso veo que me buscan para el desarrollo de sus tesis.
Rosa Inés Carrasco Reyes	De tipo mentoría, consulta de ideas, de qué modo podrían mejorar ciertos aspectos.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	A través de un mail o una llamada.

Gerson Rosenberg Sopó Montero	En algún momento recomendé a un par de estudiantes a una gran organización y tuve la oportunidad de conversar con ellos y con sus jefes acerca de su desempeño, y eso fue bastante interesante, de hecho ingresaron para realizar sus prácticas pre-profesionales y ahora están contratados. A través de las redes sociales uno tiene bastante contacto con los ex estudiantes.
-------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Seis de los diez expertos entrevistados, docentes de la Carrera de Emprendimiento, consideran que la relación de acompañamiento empresarial con sus estudiantes luego de terminado el curso, se a través de consultas personales, telefónicas, vía mail o mediante redes sociales, ayudarlos en materias posteriores, o después de que se gradúan de la carrera. Aunque, consideran que sería una muy buena idea tener un link que permita al docente saber qué le pasó a ese alumno en los próximos años para saber si tuvo éxito, cómo le fue, qué hizo en su vida, en qué emprendimiento para poder retroalimentarse con información válida y hacer correcciones en las aulas.

Tabla 110

Condiciones para la formación del espíritu emprendedor

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Empezar” dirigida a los educadores. P34: ¿Qué condiciones deben brindar las instituciones educativas para formar el espíritu emprendedor de sus estudiantes?
Hugo Marcos Calle Forrest	Se requiere un líder y un equipo de trabajo que sean realmente emprendedores; para que la institución, así como los educadores y educandos manejen un mismo discurso, y no de manera teórica, sino que realmente lo lleven a la práctica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Definitivamente promover la generación de ideas pero no sólo eso, sino empujar a través del microcrédito, acompañamiento de banca, a través de contactos con otras empresas, contactos en el exterior, acompañándolos a formalizar la creación de la empresa en este caso sacar el RUC, registrar una marca en el IEPI, cosas más de ejecución, que netamente ensayos de clases.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Tener alianzas con más empresas que les permitan tener experiencia laboral para que adquieran el know-how. Los estudiantes deberían conversar con las instituciones financieras, bolsa de valores, empresarios, con gente que tenga dinero y tenga necesidad de invertir y no sabe dónde; para de esa manera generar expectativas y motivación para desarrollar planes y proyectos sustentables que puedan tener éxito en la vida.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Un departamento, un área para escuchar sus dudas y que estas sean resueltas; también organizar capacitaciones con personas e instituciones que pueden ayudar a que se formen más emprendedores. De igual, ya sea una empresa, una institución educativa o social deben actualizarse en el emprendimiento.

Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Incluir dentro de su syllabus temas relacionados con el emprendimiento; a nivel transversal para que vaya desde los primeros semestres hasta llegar a proyectos empresariales, al final inclusive como parte de su proceso de graduación.
Whymper Adrián León Kuffó	Las instituciones educativas de nivel medio, cuyos estudiantes son de una clase media, media alta, su plan de vida todavía no está en iniciar a trabajar o emprender una empresa, su plan de vida está en seguir una carrera universitaria para luego desarrollar ello. A nivel de los colegios públicos, por las necesidades que ellos tienen, muchos de estos muchachos no tienen plan ni siquiera de salir de su locación, de su ciudad, de su pueblo, de su recinto, tienen la idea de que allí se van a quedar, entonces en función de eso, ellos sí tienen un poco más el espíritu emprendedor de abrir una pequeña tienda, de vender un producto, alguna circunstancia que apoye a su familia.
Rolando Xavier Farfán Vera	Debe generarse alguna incubadora, entre comillas, un banco al interior de la universidad que pueda financiar ese tipo de proyectos, casa dentro.
Rosa Inés Carrasco Reyes	El espíritu emprendedor debe ser algo transversal, debe haber una coordinación entre los docentes de cada ciclo que promueva que cada materia aporte con la formación del espíritu emprendedor.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Un ambiente donde exista clima laboral y estudiantil de compañerismo.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	El tema de los recursos es importante, los auspicios, los contactos con las empresas, por ejemplo, que sea posible llevar las empresas con desafíos para estudiantes, con problemas que tengan dentro de la organización para ver cómo lo resolverían los estudiantes, eso fomentaría un poco más la creatividad, del desarrollo de soluciones por parte de los chicos.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados consideran que las condiciones que deben brindar las instituciones educativas para formar el espíritu emprendedor de sus estudiantes son tener un líder y un equipo de trabajo que sean realmente emprendedores; brindar un ambiente donde exista clima laboral y estudiantil de compañerismo; organizar capacitaciones dirigidas a los docentes y a los estudiantes con personas e instituciones que pueden ayudar a que se formen más emprendedores; implementar un departamento, un área para escuchar sus dudas y que estas sean resueltas; incluir, a nivel transversal, dentro de los syllabi temas relacionados con el emprendimiento, bajo una coordinación entre los docentes de cada ciclo; tener alianzas con más empresas que les permitan tener experiencia laboral para que adquieran el know-how, y pongan en las manos de los estudiantes proyectos reales; promover la generación de ideas e impulsarlas a través del microcrédito vía incubadoras o de un banco universitario.

Tabla 111

Instituciones que deben involucrarse en la formación de emprendedores

<p>EXPERTO ENTREVISTADO</p>	<p>OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P35: ¿Qué otras instituciones deberían apoyar en la formación? ¿Por qué? ¿Con qué? ¿Cómo?</p>
<p>Hugo Marcos Calle Forrest</p>	<p>La institución educativa, la familia y el Estado. La familia es el pilar fundamental de donde el educando obtiene su saber ancestral, de generación en generación. De ahí, él aprende ese conocimiento empírico que va a forjar su personalidad y su conducta. Posteriormente, a través de los educadores, ese conocimiento será parte de una dinámica constante de aprender y desaprender. El Estado debe garantizar a sus ciudadanos una buena subsistencia y convivencia.</p>
<p>Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo</p>	<p>El Estado debe ser un gran gestor. Como catedrático he visto campañas, pero no todas son efectivas. El estado debe participar a través de comisiones, secretarías, ministerios para poder promover más el emprendimiento. Además, existen instituciones no gubernamentales internacionales que promueven el emprendimiento social. Asimismo, la banca local pública y privada debería promover el emprendimiento, puesto que también lleva un beneficio, ya que son clientes con ideas de generar empresas.</p>
<p>Félix Eduardo Pilco del Salto</p>	<p>Tiene que haber un marco legal dado por el gobierno; leyes adecuadas que permitan a los emprendedores iniciar su negocio de manera más rápida, masiva y amplia. Además, hacen falta acuerdos comerciales, menos impuestos, menos “<i>tramitología</i>”, y menos burocracia para poder incentivar más el emprendimiento.</p>
<p>Fátima Estafanía Cunalema Pozo</p>	<p>Algún ministerio debería incentivar la parte financiera y las exportaciones, no basarse en darles la información, sino en cómo utilizar esta información para que puedan formar emprendimientos en un futuro.</p>
<p>Xavier Antonio Mosquera Rodríguez</p>	<p>El involucramiento de la empresa privada y del sector público a través de convenios, de pasantías que permitan al estudiante tener un contacto directo con las diferentes empresas públicas y privadas.</p>
<p>Whymper Adrián León Kuffó</p>	<p>Las cámaras porque se van a beneficiar directamente de estas empresas, cámara de turismo, cámara de comercio, cámara del libro, etc. Lógicamente también las universidades.</p>
<p>Rolando Xavier Farfán Vera</p>	<p>Debe buscarse como socio estratégico un banco, un banco del estado que financie ese tipo de proyectos.</p>
<p>Rosa Inés Carrasco Reyes</p>	<p>La universidad puede vincularse con el estado y con las empresas, a través de la función del docente y la indagación de los estudiantes mediante el trabajo de campo.</p>
<p>Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda</p>	<p>Las empresas deben tener como coach a la universidad, y un profesor debe tutorear a algunos estudiantes para presentar diferentes proyectos.</p>
<p>Gerson Rosenberg Sopó Montero</p>	<p>La empresa privada y sin lugar a dudas el estado, mediante recursos, dinámicas, casos, y concursos. Ese tipo de actividades que desafíen y pongan a los chicos a pensar cómo resolver un problema que ellos tienen dentro de su organización, esto fomentaría el análisis clínico y el desarrollo de los chicos.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados consideran que las otras instituciones deberían apoyar en la formación de emprendedores son la institución educativa, la familia, la empresa privada, los bancos, las Cámaras por sectores, y principalmente el Estado.

Tabla 112

Elementos teóricos para la enseñanza del emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P36: ¿Qué elementos teóricos debe tener una propuesta metodológica para la enseñanza del emprendimiento?
Hugo Marcos Calle Forrest	Pensamiento Crítico y Filosofía de la Ciencia para hacer la diferencia entre lo racional y la pasión; ya que el éxito de cada ser humano al aplicar el emprendimiento, es motivado por la pasión más que por la racionalidad, permitiendo al estudiante aprender a razonar y a mantener un equilibrio entre la razón y la pasión. Además de otras materias que permitan formar su personalidad y su conducta; generar habilidades de buena comunicación interpersonal, intrapersonal, afectiva y efectiva, organizacional, y de convencimiento; desarrollar el liderazgo, a pesar de que hoy en día se habla de una nueva teoría de cero liderazgo, de cero líderes, permitiendo que todos se desarrollen por sí mismos, porque quieren obtener sus propias metas y para ello no deben depender de otra persona, ya que todos están en capacidad de ser su propio líder. Obviamente, las materias administrativas, un emprendedor debe de conocer planificación, desarrollo de proyectos, y dinámicas grupales para establecer los equipos que necesitan las empresas, para realmente generar mayor productividad.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Administración, finanzas, manejo de herramientas tecnológicas, Mercadeo que abarque temas como innovación, calidad, valor y servicio al cliente, el cual es un pilar fundamental de ventaja competitiva.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Elementos teóricos de un proyecto como los objetivos y metas, análisis financiero y plan de negocios para que sea sustentable financieramente.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Finanzas, marketing, liderazgo, y recursos humanos.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Liderazgo, contabilidad, finanzas, marketing, proyectos, marco legal.
Whymper Adrián León Kuffó	Marketing, marco legal, contabilidad, finanzas, logística, y responsabilidad social.
Rolando Xavier Farfán Vera	Simulaciones de negocios.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Primero debes incluir los horizontes epistemológicos para ver cuál va a hacer el fundamento teórico que guíe el modelo, más adelante los objetivos y de qué manera o bajo qué premisas esos objetivos van a hacer cumplidos.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Primero deben tener conciencia, deben ver a la gente que ha triunfado mediante sus emprendimientos. Además de elementos teóricos focalizados de contabilidad, finanzas, creatividad, innovación y emprendimiento.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Fundamentarse mucho en la parte teórica de lo que es emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados consideran que los elementos teóricos que debe tener una propuesta metodológica para la enseñanza del emprendimiento son Fundamentación Teórica de lo que es emprendimiento y sus horizontes epistemológicos; Pensamiento Crítico y Filosofía de la Ciencia; materias que permitan formar su personalidad, su conducta, desarrollando habilidades de buena comunicación de las personas y organizacional, interpersonal e intrapersonal, afectiva y efectiva, el poder de convencimiento, y el liderazgo personal; así como materias administrativas, de Planificación, Proyectos, Finanzas, Manejo de Herramientas Tecnológicas, Mercadeo que abarque temas como innovación, calidad, valor y servicio al cliente, Recursos Humanos, Marco Legal, Contabilidad, Logística, y Responsabilidad Social, Simulación de Negocios, Creatividad, Innovación y Emprendimiento práctico.

Tabla 113

Propuestas didácticas para la enseñanza del emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Empezar” dirigida a los educadores. P37: ¿Qué propuestas didácticas se pueden aplicar para la enseñanza del Emprendimiento?
Hugo Marcos Calle Forrest	La dinámica de grupos enfocada al diagnóstico de casos reales, y en base a ello proponer un proyecto de emprendimiento; permitiendo al estudiante poner en práctica su conocimiento en el lugar donde se lo necesita.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Llevar una idea a la vida real, inicialmente a través de simulaciones o de ejemplos reales, y posteriormente establecer la empresa, crear la empresa, ponerla en marcha, eso debe promover una institución que se quiere dedicar al emprendimiento.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Ejemplos de éxitos y fracasos en el área de emprendimiento.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Usar simuladores que muestren la realidad de Ecuador, en la cual se manejen plataformas de nivel intermedio en áreas contables, de recursos humanos, y de exportación. Como institución siempre adquiriendo el personal adecuado que haya trabajado en esa área, con conocimientos. Y si ya es un profesional siempre debe estar actualizado si ya es un profesional ir a capacitaciones o el mismo ir a la fuente
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Estudio de casos y prácticas pre-profesionales
Whymper Adrián León Kuffó	Estudiar modelos de compañías exitosas, con buena reputación y trayectoria de mercado de al menos unos 20 años de vida, ver qué hicieron ellos, cómo iniciaron, cómo se capitalizan, cómo hacen la innovación de productos, cómo es la relación que ellos tienen entre todas las áreas de la compañía. Esto permitiría que los estudiantes puedan evaluar como la innovación puede afectar al marketing, a los estados financieros, cómo hace que un producto tenga que ser mantenido por otras líneas o productos de la compañía bien establecidos en el mercado, hasta cuándo se podría invertir para no meter a la compañía en problemas de bancarrota.

Rolando Xavier Farfán Vera	Soluciones de casos, esas son las propuestas didácticas.
Rosa Inés Carrasco Reyes	A través de estudios de caso, de semilleros de investigación que permitan identificar necesidades de emprendimiento a nivel local, a nivel nacional y luego contactarse con proyectos similares en otros países y desarrollar proyectos en común.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Videos, historias, hacer charlas con expertos que hablen de emprendimiento.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Fomento de la creatividad equilibrada con la parte teórica.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados consideran que primeramente hay que contratar docentes con experiencia en su campo de estudio; de ahí, las didácticas que se pueden aplicar para la enseñanza del Emprendimiento son videos y charlas con expertos que hablen de emprendimiento; semilleros de investigación que permitan identificar necesidades de emprendimiento a nivel local, a nivel nacional y luego contactarse con proyectos similares en otros países y desarrollar proyectos en común; dinámica de grupos en el estudio de modelos de compañías que muestren sus éxitos y fracasos en el área de emprendimiento; prácticas pre-profesionales para el diagnóstico de casos reales, y en base a ello proponer un proyecto de emprendimiento; simuladores que muestren la realidad de Ecuador, en la cual se manejen plataformas de nivel intermedio en áreas contables, de recursos humanos, y de exportación; y fomento de la creatividad equilibrada con la parte teórica para llevar una idea a la vida real.

Tabla 114

Carrera de Emprendimiento vs. ejecución de emprendimientos

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Empezar” dirigida a los educadores. P38: ¿Considera que la Carrera de Emprendedores ayuda a ejecutar emprendimientos? ¿Por qué?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Muchos de los proyectos quedan en una simulación o un proyecto de papel; particularmente creo que la carrera ayuda mucho a los estudiantes que tienen su negocio y quieren que siga creciendo, pero de aquellos estudiantes que se gradúan, no todos cumplen con el objetivo de crear empresas. En los últimos semestres, normalmente, encuentran actividades en la empresa privada como empleados, entonces entran a trabajar, se enfocan en crecer como empleados, pero no entran a formar parte de un grupo independiente empresarial, se acostumbran a recibir un sueldo y no a generar riqueza.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Si debería ser así.

Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Más bien se han enfocado en ser intraemprendedores que en ser emprendedores: Considero que el 15% de los graduados son los que directamente van a hacer un emprendimiento.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	Sí ayuda porque algunos no se atreven a dar ese primer paso, acá se ven forzados, entre comillas forzados, a dar ese primer paso porque es requisito fundamental para aprobar el semestre, que tienen que poner en práctica la puesta en marcha de ese negocio; pero hay muchos formados y muy pocos emprendedores.
Rosa Inés Carrasco Reyes	No hay un seguimiento como tal, pero de lo que conozco, en general, si son bastantes competentes. Lamentablemente por el entorno, muy pocos son los que han puesto en marcha sus emprendimientos. No es una relación directa son pocos los graduados que tienen ejecutados sus proyectos.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Sí, porque cuando tú coges al alumno y lo haces tener en cuenta y lo mandas a crear, a que te traiga nuevas ideas, hace que la gente sea más productiva.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Sí, definitivamente. Me parece que la formación que ellos tienen, de alguna manera u otra, aporta a que ellos en algún momento tomen la decisión de emprender.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

De los siete expertos entrevistados relacionados con la Carrera de Emprendimiento, cuatro consideran que haber recibido una formación en emprendimiento de alguna manera ayuda a los graduados para que en algún momento emprendan; mientras que tres coinciden en que muy pocos graduados cumplen con el objetivo de crear empresas.

Tabla 115

Formación profesional en emprendimiento vs. el número de emprendedores

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P39: ¿Considera que existe una relación entre la formación profesional en general y el número de emprendedores? ¿Considera que existe una relación entre la formación profesional de la Carrera de Emprendedores y el número de emprendedores?
Hugo Marcos Calle Forrest	Hay muchos profesionales graduados pero muchos no son competentes, no tienen ganas de salir adelante, no son perseverantes, se han conformado con lo que tienen, un título, en lugar de desarrollar algún proyecto de emprendimiento por el cual lo reconozcan. Los profesionales emprendedores luchan por sus ideales cueste lo que cueste.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	No está regularmente o directamente relacionado. Existen y conozco médicos emprendedores, que estudiaron medicina y le dieron un enfoque empresarial; abogados que se enfocan en un sentido empresarial. El emprendimiento va más allá de una profesión, no es único y exclusivo de carreras de negocios, sino desde cualquier profesión se puede establecer un emprendimiento.

	No tengo una estadística particular de cuántos graduados de esta carrera han emprendido o generado un negocio, pero particularmente creería que es bajo.
Félix Eduardo Pilco del Salto	No, debería haber más emprendedores. Otras personas que han estudiado cualquier otro tipo de carreras puedan emprender un negocio. No creo que vaya por la vía de incluir una materia de emprendimiento dentro de otra carrera, eso no es así, porque el emprendimiento involucra mucha más cosas.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	En cierta parte hay una relación porque siempre se necesita un nivel de educación para llegar a hacer un emprendimiento. Podemos ver que en el emprendimiento por necesidad, los emprendedores normalmente no llegan a ser profesionales y tienen años siendo emprendedores, pero a veces carecen de las características de un emprendedor que debe conocer su campo.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Definitivamente no, si bien es cierto que la educación formal permite tener un concepto claro acerca de la forma de cómo se deben llevar sus empresas o emprendimientos, hay incontables casos de personas que sin haber llegado a la universidad lograron hacer empresas exitosas. Entonces, yo creo que sí ayuda, pero no es un factor determinante; o sea, no es que entre más carreras de emprendimiento existan, habrá una relación directa con emprendimientos exitosos, me atrevería a decir, sin tener datos fidedignos, que es mitad y mitad, probablemente 50-50.
Whymper Adrián León Kuffó	No creo necesariamente, yo creo que va en función de las necesidades individuales, es una de las formas de cubrir una necesidad no cubierta en lo laboral, o para crear algo adicional.
Rolando Xavier Farfán Vera	No todos los profesionales son emprendedores. Yo creo que un reducido número de profesionales son emprendedores; muchos emprendedores han sido obligados por las circunstancias que están atravesando, más no por vocación. No es que se gradúan 100 profesionales en emprendimiento y los 100 son emprendedores, el porcentaje no varía mucho, sí comparo los emprendedores reales con el número de profesionales que se gradúa en general, son relativamente pocos los verdaderos emprendedores.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Hay muchos formados pero muy pocos emprendedores.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	No creo que el “x” de profesionales sea igual al “x” de emprendimientos; puedo ver emprendedores que están trabajando en algún área “x” pero no emprendiendo. Tal vez dado por el problema económico; si el ecosistema, si la familia no tiene un recurso que los pueda ayudar, pues tienen que subsistir y ¿cómo subsisten? buscando trabajo. Necesitan cierta edad, cierto entorno para emprender.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	El estudio del GEM indica que la mayor cantidad de emprendedores no tiene formación profesional. En mi opinión hace falta un poco más de decisión de parte de las personas, de los profesionales a emprender. La formación profesional no influye en la medida que esperaríamos en los emprendedores. La formación que los estudiantes han recibido en la Carrera de Emprendimiento, complementada con ciertas actitudes que ellos tienen, ha sido un catalizador para que ellos desarrollen sus emprendimientos.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados consideran que si bien se necesita un nivel de educación para llegar a hacer un emprendimiento, hay incontables casos de personas que sin haber llegado a la universidad lograron hacer empresas exitosas. Por otra parte, el emprendimiento va más allá de una profesión, no es única y exclusiva de generación de negocios, sino desde cualquier profesión se puede establecer un emprendimiento. Finalmente, enfatizan que el emprendimiento no se trata de incluir una materia de emprendimiento dentro de otra carrera, porque el emprendimiento involucra muchas más cosas; ya que estudiar emprendimiento no es un factor determinante, o sea, no es que entre más carreras de emprendimiento existan, habrá una relación directa con emprendimientos exitosos.

De igual manera, reflexionan respecto a que la formación profesional, por sí sola, no influye en la medida que se esperaría en los emprendedores, esta complementada con ciertas actitudes de los estudiantes, ha sido un catalizador para que ellos desarrollen sus emprendimientos. El emprendimiento es una de las formas de cubrir una necesidad no cubierta en lo laboral; ya que muchos emprendedores han sido obligados por las circunstancias que están atravesando, más no por vocación. Se necesita cierta edad, cierto entorno para emprender, si la familia no tiene un recurso que los pueda ayudar, pues tienen que subsistir buscando trabajo. Hace falta un poco más de decisión de parte de las personas, de los profesionales para emprender.

Tabla 116

Recomendaciones para la mejora de la Carrera de Emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P40: ¿Qué comentario adicional puede aportar respecto a la Carrera de Emprendimiento?
Hugo Marcos Calle Forrest	No aplica.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Es una carrera que les permite a los estudiantes tener las herramientas y bases para formar su propio negocio. Cada materia, cada día de trabajo, cada tutor debería estar enfocado en la cultura, visión y misión de generar emprendimientos.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Mejorar su metodología de enseñanza para permitir que sus estudiantes tengan mayores posibilidades de éxito cuando salgan de esta carrera.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Mejoraría la parte en que enfoquen más al alumno, hacia qué área ellos van a ser fuertes en la vida profesional, cambiar ciertas materias y siempre estar promocionando lo que es el emprendimiento, no solamente lo que es escrito, un emprendimiento alrededor de la universidad o dentro de la universidad, sino basarse en otras provincias, buscar las necesidades de otras provincias, buscar las características de Ecuador que pueden ser exportadas, ver la necesidad que en Ecuador está latente para decir “quiero probar algo nuevo”, y si no funciona aquí, también buscar en el ámbito internacional.

Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica
Rolando Xavier Farfán Vera	La carrera se esmera en inculcar en los jóvenes las herramientas que les permitan desarrollar de mejor manera esas ideas emprendedoras, a llevarlas a cabo, a ser sostenibles en el tiempo, a tratar de que no se caigan en los primeros pasos de esta carrera empresarial.
Rosa Inés Carrasco Reyes	El emprendimiento es un área en la que se pueden hacer muchas cosas, pero se requiere de mucha coordinación, mucho tiempo y mucho compromiso.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Hay que actualizar a los docentes.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Más eventos y actividades como competencias internas para llevar a cabo planes de negocio, con eso se puede potencializar la carrera y hacer que los estudiantes sean un poco más investigativos. Me parece una carrera interesante, de hecho me parece que debería ser difundida a nivel nacional porque lastimosamente en Ecuador hay demasiados emprendedores que no están estudiando, y si se pudiera llevar a cabo algún tipo de capacitación adicional de acuerdo a la formación profesional sería mucho mejor.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los siete expertos entrevistados relacionados con la Carrera de Emprendimiento, consideran que hay que actualizar a los docentes, mejorar su metodología, cada materia, cada día de trabajo, cada tutor debería estar enfocado en la cultura, visión y misión de generar emprendimientos. Se requiere de mucha coordinación, mucho tiempo y mucho compromiso para inculcar en los jóvenes las herramientas que les permitan desarrollar ideas emprendedoras sostenibles. Se debe enfocar más al alumno, realizar más eventos y actividades como competencias internas hacia qué área ellos van a ser fuertes en la vida profesional, cambiar ciertas materias y siempre estar promocionando lo que es el emprendimiento. Es una carrera interesante que debería ser difundida a nivel nacional porque lastimosamente en Ecuador hay demasiados emprendedores que no están estudiando, y si se pudiera llevar a cabo algún tipo de capacitación adicional de acuerdo a la formación profesional sería mucho mejor.

Tabla 117

Organización de los participantes para la formación en emprendimiento

<p>EXPERTO ENTREVISTADO</p>	<p>OE2: Organizar las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a los diferentes rangos de edades. P1: ¿En qué rangos de edades organizaría las etapas para enseñar a emprender y compartir conocimientos de emprendimiento?</p>
<p>Hugo Marcos Calle Forrest</p>	<p>Aplicaría las etapas del ciclo de desarrollo de educación, de enseñanza - aprendizaje que establece la psicología social; desde la niñez, adolescencia, la etapa pre adulta, los adultos, e inclusive los adultos mayores. Es importante que en cada nivel, el emprendimiento se relacione con el desarrollo habilidades y del pensamiento de las personas, correspondiente a sus edades.</p>
<p>Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo</p>	<p>A toda edad se puede enseñar emprendimientos, siempre y cuando ya esté dentro de una etapa escolar, es decir, desde los 5 años hasta que tenga un sano juicio, su mente lúcida, hasta los 70 años. Una formación con visión comercial y empresarial en el colegio de 17 a 18 años para desde muy jóvenes inculcar el tema del emprendimiento; luego una formación académica de 18 a 25 años que sea más profesional y técnica.</p>
<p>Félix Eduardo Pilco del Salto</p>	<p>Haría un análisis previo a las personas independientemente de su sexo y de su edad. Los agruparía según sus habilidades, no por sus edades, se puede aprender mucho de un niño que tiene ideas frescas provenientes de un espíritu emprendedor innato o el niño puede aprender del adulto, su experiencia, conocimientos, e incluso hasta las mañas de cómo desenvolverse en el ámbito del emprendimiento. Un niño debería aprender cómo manejar sus finanzas desde pequeño; en el colegio deben dictarse materias mucho más prácticas, técnicas; y en la universidad, carreras como emprendimiento, medicina, ingeniería; pero ese proceso debería seguir los canales de enseñanza en nuestro país.</p>
<p>Fátima Estafanía Cunalema Pozo</p>	<p>Formaría grupos porque cuando uno va a emprender se encuentra con todas las edades. El entorno en Ecuador va cambiando hacia emprender desde pequeños, he visto que hay una cuenta en <i>Instagram</i> que enseña emprendimiento a niños desde los 12 años, los universitarios ya saben que es emprender, y los ancianos tienen toda la experiencia, por lo que todos se pueden adaptar en un grupo.</p>
<p>Xavier Antonio Mosquera Rodríguez</p>	<p>Desde primer año de bachillerato, en el colegio, se debería enseñar emprendimiento, los más chicos no están preparados para asimilar ciertos conceptos que en un momento determinado se les pueden tornar complejos.</p>
<p>Whymper Adrián León Kuffó</p>	<p>Creo que desde unos 11 o 12 años, en estas edades ya manejen más cosas numéricas. Entre 14 o 15 años pueden manejar un mini proyecto de venta de caramelos, donde presenten una factura de cuánto costó y notas de venta de cuánto vendió para simplemente hacerle notar cuánto ganó. De ahí, como seres humanos siempre estamos aprendiendo, hay personas que se han graduado de la universidad con edades bastante mayores.</p>
<p>Rolando Xavier Farfán Vera</p>	<p>Los grupos serían organizados por experiencia y no por edades: personas que han trabajado, personas sin ninguna experiencia laboral; o según la teoría de los clientes internos, personas que hayan tenido una relación con un mercado objetivo con el usuario, otras que no hayan tenido una</p>

	<p>relación directa con el consumidor final.</p> <p>No hay edad para enseñar a emprender y compartir conocimientos de emprendimiento; pero si tuviese que organizar grupos por edades, estas serían: de 8 a 12 años, de 12 a 16 años, de 16 a 23 años, de 23 a 35 años, y de 35 años en adelante, hasta cuando esa persona tenga capacidad para generar negocios.</p>
Rosa Inés Carrasco Reyes	<p>Si clasificamos y vinculamos por edades, los estaríamos limitando; se podrían clasificar por edades pero que interactúen entre grupos. Los mayores tienen ideas de negocios muy buenas que a los jóvenes no se les hubiesen ocurrido y que para los adultos son difíciles de aplicar, pero para los jóvenes con su mejor manejo de recursos tecnológicos o red de contactos podrían ayudarse y ser un buen equipo. De acuerdo a este ejemplo, puede ser que las personas mayores tengan ideas muy buenas, pero que no sean actuales; los jóvenes pueden tener ideas muy actuales, pero ser muy acelerados en tomarlas y no tengan la paciencia o los procesos que tienen las personas mayores; entonces al combinar experiencia con juventud puedes tener mejores resultados.</p>
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	<p>Se debería enseñar emprendimiento desde pequeños: de 10 a 13 años, de 14 a 18 años, de 19 a 25 años, de 26 a 35 años, y de 36 a 70 años.</p>
Gerson Rosenberg Sopó Montero	<p>De 6 a 10, de 11 a 15 se les podría dar cierto tipo de actividades creativas o exposición de videos. A partir de los 16 años se puede brindar una introducción al mundo del emprendimiento. Hasta los 65 se puede enseñar emprendimiento porque tiene que haber una edad en la que hay limitaciones físicas que no permiten aprender.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Cuatro de los expertos no consideran que la enseñanza del emprendimiento se deba agrupar por edades, sino por habilidades. Cuatro de los expertos consideran que se debería enseñar emprendimiento desde una edad escolar de 5 años hasta que tenga un sano juicio, su mente lúcida, hasta los 70 años. Dos de los expertos consideran que es mejor enseñar emprendimiento desde el bachillerato. Si los expertos entrevistados tuvieran que organizar la enseñanza del emprendimiento por rango de edades, lo harían de manera muy variada: 6 a 10 años, 8 a 12 años, 10 a 13 años, 11 a 15 años, 12 a 16 años, 14 a 18 años, 16 a 23 años, 19 a 25 años, 23 a 35 años, 26 a 35 años, 16 a 65 años, 36 a 70 años, 35 años en adelante, hasta que su sano juicio o facultades físicas le permitan aprender.

En general, aplicarían las etapas del ciclo de desarrollo de educación, de enseñanza - aprendizaje que establece la psicología social, para que en cada nivel, el emprendimiento se relacione con el desarrollo de habilidades y del pensamiento de las personas, correspondiente a sus edades. Un niño debería aprender cómo manejar sus finanzas desde pequeño, mediante cierto tipo de actividades creativas o exposición de videos. En el colegio, deben dictarse materias mucho más prácticas, técnicas,

numéricas, un mini proyecto visión comercial y empresarial, inclusive. En la universidad, ya se imparte una formación académica profesional y técnica.

Tabla 118

Prácticas pedagógicas en la formación de emprendedores

<p>EXPERTO ENTREVISTADO</p>	<p>OE2: Organizar las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a los diferentes rangos de edades. P2: ¿Qué prácticas pedagógicas aplicaría en el desarrollo didáctico para la formación de competencias actitudinales de Emprendimiento de los educandos en cada etapa?</p>
<p>Hugo Marcos Calle Forrest</p>	<p>Todos tenemos mentes diferentes y hay diversos tipos de inteligencia, eso hay que aplicarlo en el emprendimiento, para que la educación constructivista vaya acorde a la teoría de las inteligencias múltiples.</p> <p>En los niños, se debe fortalecer la motricidad gruesa y fina según su entorno a través de actividades que desarrollen en ellos ciertas destrezas: programas cuentacuentos donde ellos puedan desarrollar la parte verbal de una manera didáctica; sembrar un huerto para tener contacto con la naturaleza y ser desde pequeños más solidarios y establecer una convicción con el medio ambiente; perseverancia y disciplina a través de un deporte; un proyecto de artes escénicas u obras de teatro que les permite ser más ellos mismos, manejando su personalidad, su conducta y saber proyectarse ante los demás, mejorando inclusive hasta su visión. Un emprendedor también tiene que ser un buen vendedor, para ello, debe conocer el manejo de las ventas, debe venderse a sí mismo y luego vender su idea.</p> <p>A los jóvenes hay que motivarlos, realizando proyectos tutoriales, salidas y estudios de campo, análisis de casos reales, desarrollar y emprender proyectos en el mismo colegio, realizar una feria y obtener los fondos para esa feria; permitiéndoles asimilar la teoría de una manera práctica, donde ellos puedan resolver problemas en diferentes entornos, siendo partícipes de esos hechos.</p> <p>A los jóvenes adultos, se les debe dar la materia emprendimiento de una manera netamente práctica; no hay que llenarlos con mucha teoría, sino realmente hacerlos que trabajen en la práctica. Se los debe vincular a un proyecto relacionado con la colectividad, trabajando con las comunidades o que trabajen dentro de su mismo entorno, para que sea una presión que también disfruten. De esta manera, se definirá una tutoría de manera conjunta, donde van a tener que resolver problemas a través del emprendimiento. En ese momento, ellos tendrán que pensar en ideas innovadoras y creativas que les permita obtener el resultado final, y para eso debe haber el docente que dirija ese proceso. Finalmente deben hacer que la comunidad sola se haga cargo de ese proyecto. Se debe sincerar al estudiante, para que en base a la carrera que ellos siguen, definan qué es lo que más les gusta de su área, en qué se sienten capaces, cómo se ven a largo plazo trabajando en qué área; y en base a lo que ellos respondan, hacer que trabajen en un proyecto práctico.</p> <p>A los adultos, sean o no graduados, hay que revisar con ellos su vocación, para qué son buenos, y en base a eso direccionarlos a un proyecto de emprendimiento. A través de talleres, se puede escuchar al adulto y saber cuáles son sus temores; porque si ha llegado a esa etapa y no emprendió algo, no significa que no tenga la idea o la creatividad o carezca de algún tipo de destreza, porque todos los seres humanos</p>

	<p>tenemos diferentes tipos de inteligencias, habilidades, si no lo hizo es porque hay un temor, entonces es importante acabar con esos temores.</p> <p>El adulto mayor se ve que envejece en la parte física, pero no en la mente; y ese es el gran problema de la educación, uno no tiene que trabajar con lo físico sino que tiene que trabajar con las mentes. A los adultos mayores hay que motivarlos a que se sigan sintiendo útiles para la sociedad, hay que reconocerlos, porque a esa edad todos tienen una gran habilidad, un gran saber, y hay que hacer que ese saber lo emprendan en base al poder que tienen, y ellos se van a sentir útiles.</p> <p>En todas las etapas siempre debe haber una asesoría psicológica, la psicología juega un papel fundamental en el desarrollo de los seres humanos, se debe revisar por qué no han llegado a emprender y luego hacer que ellos se sientan orgullosos de sí mismo y se sientan valiosos ante la vida por lo que saben hacer, y una vez que ellos cojan el gusto de lo que saben hacer, a través de talleres decirles que tienen que ver la manera de cómo sobrevivir para salir del caos en el que se encuentran. De esta manera, a partir del perfil psicológico hacer que ellos reconozcan donde se encuentran y hacia dónde pueden promover su calidad de vida; ya que si ellos llegan a comprender para qué sirven, se van a sentir útiles en la sociedad y de ahí emprenderán su propio proyecto de vida.</p>
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	<p>De 5 a 12 años, son etapas infantiles donde el emprendimiento se lo puede hacer en base a temas escolares y de casa a través de juegos, simulaciones, intercambio, no necesariamente dinero o servicios, sino más bien de un intercambio tipo trueque donde se vea la optimización y la mejor utilización de los bienes y de los recursos. Los beneficios que se pueden obtener en el intercambio de cosas muy básicas como juguetes o útiles escolares con el objetivo de tener una idea de cómo maximizar la ventaja sobre lo que tienen o poseen.</p> <p>Luego de 13 a 18 años, cuando ya el estudiante tiene un grado de raciocinio y de mayor análisis, se le puede dar un enfoque económico mediante una estrategia un poco más basada en casos, lecturas, análisis, simulaciones, archivos, manejo de información.</p> <p>De 19 a 25 años, es la etapa de madurez profesional, la mejor edad para una formación académica, ya se pueden hacer simulaciones con presencia de empresas respecto a cosas que hayan pasado, ya pueden generar una marca, legalizar un negocio sacando su registro de contribuyentes, es decir, hacer una práctica mucho más real.</p> <p>Finalmente, de 26 años en adelante, es una etapa de mayor madurez, se puede hacer algo más <i>senior</i> y estratégico con los negocios que tengan estas personas o hacer consultorías a negocios que tengan problemas para ver como estas empresas van mejorando.</p>
Félix Eduardo Pilco del Salto	<p>Al niño las finanzas. Al joven temas técnicos. Al universitario, materias de marketing y relaciones interpersonales. A un adulto entre 30 y 60 años le daría motivación porque a esas edades las personas tienden a ser un poco más conformistas o pueden estar un poco desilusionadas después de haber tenido una mala experiencia con el emprendimiento. A partir de los 65 años, le daría el conjunto de cosas previas y a su vez adquiriría la experiencia de estas personas.</p>
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica

<p>Xavier Antonio Mosquera Rodríguez</p>	<p>El proceder de familias que han sido emprendedores es un <i>plus</i>, sin hacer de esto una conexión, pero es un <i>plus</i> para aquellos que se les insertaron esta semilla o este primer <i>know-how</i> del emprendimiento, ya que van a captar más fácil este conocimiento.</p> <p>Con los niños, hacer una recaudación de fondos, organizarlos para que unos vendan limonada y otros traigan <i>snacks</i>. Con los jóvenes y adultos mayores, revisar el trayecto de emprendedores exitosos, trayéndolos para que expliquen sus experiencias, lo que han pasado, es decir, utilizar el ejemplo para entender lo que han vivido. El adulto mayor tiene la ventaja de haber aprendido a lo largo del tiempo acerca de muchos errores de emprendimiento o mini emprendimiento que pudo haber cometido, y ese <i>click</i>, nexa, o empujón que le faltó para continuar podría tomarlo del ejemplo de alguien que se haya esforzado más y haya terminado y alcanzado la milla adicional para poder ser exitoso.</p>
<p>Whymper Adrián León Kuffó</p>	<p>Con los chicos de 14 y 15 años realizar actividades de mini emprendedores. Con los jóvenes universitarios hacer una feria, en la cual ellos presenten sus empresas. Con un adulto mayor hay que ajustarse bastante, a veces hay que salirse totalmente del contenido. Se debe hacer un estudio bien detallado de cuál es el perfil profesional que tienen para poder darles un pre curso, y pueden ponerse a la par con otras personas que ya tienen una competencia en emprendimiento, que han manejado sus negocios, o que vienen de una carrera administrativa.</p>
<p>Rolando Xavier Farfán Vera</p>	<p>Con los infantes de 8 a 12 años, desarrollar una lluvia de ideas de negocios, según la visión que ellos tienen del mundo, que identifiquen que hace falta en sus conciudadanos o sus familiares. Luego, a través del juego trabajar cómo cristalizar esa idea en un producto o servicio para venderlo. Finalmente reflexionar, por ejemplo, ¿cómo vender limonada?, ¿cómo hacer limonada?, ¿está consciente de que para hacer limonada se necesitan una serie de insumos?, ¿qué pasa si no hay azúcar?</p> <p>Con los jóvenes de 13 a 16 años, desarrollar ideas para analizarlas desde un punto de vista más pragmático, más financiero, más contable. De esta manera, desarrollar la idea e inclusive ir documentando un concepto de mercado, al cuestionarse ¿cómo vender ese producto?, ¿a quién venderlo?, ¿cuáles son esas ideas de mercadeo?, ¿cuánto costaría?, ¿cuánto se requiere?, ¿qué hace sostenible a ese producto?, ¿qué insumos se requieren?, ¿van haber siempre esos insumos?, ¿qué pasa si no los hay?</p> <p>De 17 a 22 años, desarrollar el conocimiento “masterizado”, más contable, más financiero, mediante la simulación de negocios, usando utilitarios informáticos. Además, se debe trabajar más allá del contexto de Guayaquil, Ecuador; sino abrir la mentalidad hacia otras comunidades internacionales, que pueden consumir ese producto que ya se vende localmente.</p> <p>De los 23 a los 35 años, desarrollar la puesta en práctica, el vivir la experiencia, ya sea en una empresa o poniendo una empresa, hay que consolidar la idea, tecnificarla y pulirla mediante la diversificación de la primera idea de negocio en productos suplementarios y complementarios.</p> <p>De los 36 años en adelante, desarrollar la puesta en práctica de una MIPYMES que produzca un producto sencillo que permita determinar cómo venderlo, cuánto se necesita para desarrollar toda la estructura organizacional que se requiere para dicho producto. Pueden haber dos casos de educandos, el que ha recibido ese <i>background</i> de conocimientos</p>

	<p>o el que recién se va formar; entonces, si recién se va a formar hay que empezar desde cero pero a una velocidad más vertiginosa, dado que ya cuenta con experticia habiendo sido empleado en una empresa, por lo que entiende perfectamente el mundo empresarial y de atención al cliente. Si se forma a las personas en emprendimiento desde la infancia, desde la adolescencia, desde la juventud, estamos frente a una persona que puede ser dueña de <i>holdings</i> con diversidad de productos o servicios.</p>
Rosa Inés Carrasco Reyes	<p>Una de las propuestas de la UNESCO, es que el emprendimiento se vea de modo transversal desde la escuela; por lo que están tratando de incluir dentro de las materias, temas básicos ¿quién es un emprendedor? ¿cómo se logra emprender? A los niños, se puede llegar a través de cuentos e historias de superación. A los jóvenes, a través de charlas magistrales, de ferias, donde los jóvenes, los adultos y los de mediana edad expongan, y luego hacer un tipo de ruedas de negocios, en las cuales, a los que les interesó la propuesta puedan interactuar. Se debe crear “un portafolio” donde se presenten todos los proyectos, y finalmente los que quieran pertenecer a cierto proyecto se puedan mezclar.</p>
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	<p>A los de 10 años, enseñarles jugando. A los de 15 años, también enseñarles jugando, pero evaluando. A los de 20 años, enseñarles a ser más analíticos. A los de 35 años, enseñarles viendo la realidad como es, para que ellos puedan solucionar problemas. A los de 60 años, preguntarles qué quisieran tener para mejorar su calidad de vida, haciéndolos coger a ellos mismos conciencia, de qué deberían tener para seguir activos en la vida.</p>
Gerson Rosenberg Sopó Montero	<p>De 6 a 10 años, realizar cierto tipo de actividades básicas orientadas a la creatividad. Las <i>tablets</i> pueden usarse como herramientas didácticas a través de juegos o aplicaciones que fomenten su creatividad y desarrollo como ¿qué te gusta?, ¿qué te gustaría comprar?, ¿si tu tuvieras la posibilidad de crear un producto que harías?</p> <p>De 11 a 15 años, profundizar otros elementos como planes de negocios, control financiero, control de gastos, complementándolos con la parte tecnológica, a través de un pequeño simulador, un juego de administración de dinero. Además, se puede empezar a trabajar con videos, el análisis de las películas es importante en ellos que tanto están viendo <i>Disney Channel</i>, se podría pedirles que analicen ¿qué pasa? ¿qué sucede allí?</p> <p>De 16 a 22 años, desarrollar un tema mucho más orientado a lo que es el análisis y la evolución de proyectos a través de análisis de casos, lecturas, videos, exposiciones, y presentaciones de proyectos.</p> <p>De 23 a 40 años, trabajar un poco más allá del espíritu emprendedor que en teoría ya habían trabajado anteriormente, es decir, trabajar en la evaluación y análisis de datos, así como en la evaluación de oportunidades mediante cursos de administración financiera y talleres tributarios para que no dependan de otras personas.</p> <p>Los de 41 años hasta los 65 años, trabajar mucho la identificación de oportunidades para que las lleven a cabo. Este rango de edad es de igual importancia que el de los jóvenes de 23 años, porque en esta edad las personas comienzan a necesitar emprendimientos para no depender de sus hijos.</p> <p>Después de los 65 años, darles talleres motivacionales que les levante la estima; además, se pueden estudiar temas de control de negocios.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Nueve de los expertos entrevistados, que se dedican a la docencia, aplicarían diferentes prácticas pedagógicas en el desarrollo didáctico para la formación de competencias actitudinales de Emprendimiento de los educandos en cada etapa. Los expertos entrevistados consideran que la educación constructivista debe ir acorde a la teoría de las inteligencias múltiples. Además, en todas las etapas siempre debe haber una asesoría psicológica, ya que juega un papel fundamental en el desarrollo de los seres humanos. De igual manera, el proceder de familias que han sido emprendedoras es un plus en el know-how del emprendimiento, sin hacer de esto una condición única. De igual manera, reflexionan acerca de la propuesta de la UNESCO referente a la transversalidad del emprendimiento, por lo que estiman que si se forman a las personas en emprendimiento desde la infancia, estamos frente a personas que van a ser dueñas de holdings empresariales con diversidad de productos o servicios.

En los niños, se debe fortalecer la motricidad gruesa y fina según su entorno a través de actividades que desarrollen en ellos ciertas destrezas, aplicar programas como el cuentacuentos, sembrar un huerto; formar su perseverancia y disciplina a través de un deporte; realizar un proyecto de artes escénicas u obras de teatros que les permite ser mas ellos mismos, manejando su personalidad, su conducta y saber proyectarse ante los demás; aplicar juegos, simulaciones e intercambio tipo trueque donde se vea la optimización y la mejor utilización de los bienes y de los recursos; estudiar las finanzas a través de una recaudación de fondos como venta de limonada y *snacks*; desarrollar una lluvia de ideas de negocios, según la visión que ellos tienen del mundo para que identifiquen que hace falta en su ciudad; cristalizar esa idea en un producto o servicio para venderlo; reflexionar procesos simples para que estén conscientes de que insumos se necesitan para hacer limonada, o qué pasa si no hay azúcar; mostrar historias de superación; realizar cierto tipo de actividades básicas orientadas a la creatividad; emplear las *tablets* como herramientas didácticas a través de juegos o aplicaciones que fomenten su creatividad y desarrollo sobre qué les gustaría comprar o que crearían si tuvieran la posibilidad de inventar un producto.

En los jóvenes, se debe mantener la motivación realizando proyectos tutoriales, salidas y estudios de campo, análisis de casos reales donde sean partícipes de esos hechos; desarrollar y emprender proyectos en el mismo colegio; realizar una feria y obtener los fondos para esa feria; aplicar mayor análisis con un enfoque económico mediante una estrategia un poco más basada en casos, lecturas, análisis, simulaciones, archivos, manejo de información; trabajar temas técnicos; realizar actividades de mini emprendedores donde presenten sus empresas; emplear la estrategia didáctica para desarrollar ideas y analizarlas desde un punto de vista más pragmático, mas financiero, más contable; cuestionar temas del mercado ¿cómo

vender ese producto?, ¿a quién venderlo?, ¿cuáles son esas ideas de mercadeo?, ¿cuánto costaría?, ¿cuánto se requiere?, ¿qué hace sostenible a ese producto?, ¿qué insumos se requieren?, ¿van haber siempre esos insumos?, ¿qué pasa si no los hay?; realizar charlas magistrales donde otros jóvenes, y adultos expongan, y se realicen ruedas de negocios, en las cuales, a los que les interesó la propuesta puedan interactuar; crear “un portafolio” donde se presenten todos los proyectos y finalmente los que quieran pertenecer a cierto proyecto se puedan mezclar; evaluar proyectos les enseñaría a ser más analíticos; profundizar en ciertos elementos como planes de negocios, control financiero, control de gastos complementándolo con la parte tecnológica, a través de un pequeño simulador, un juego de administración de dinero; usar videos y analizar películas para que establezcan ¿qué pasa? ¿qué sucede allí?

En los jóvenes adultos, se debe impartir la materia emprendimiento de una manera netamente práctica; definiendo una tutoría de manera conjunta, donde van a tener que resolver problemas a través del emprendimiento, en este momento ellos tendrán que pensar en ideas innovadoras y creativas que les permita obtener el resultado final; participando en simulaciones con presencia de empresas respecto a cosas que hayan pasado, pueden generar una marca, legalizar un negocio sacando su registro de contribuyentes, es decir, hacer una práctica mucho más real; dictar materias de marketing y relaciones interpersonales; revisar el trayecto de emprendedores exitosos; impartir un conocimiento masterizado de tipo contable y financiero usando utilitarios informáticos; estudiar la factibilidad de productos en las comunidades internacionales; consolidar la idea, tecnificarla y pulirla mediante la diversificación de la primera idea de negocio, en productos suplementarios y complementarios; analizar la evolución de proyectos a través de casos, lecturas, videos, exposiciones, y presentaciones.

En los adultos, sean o no graduados, hay que revisar con ellos su vocación, para qué son buenos, y en base a eso direccionarlos a un proyecto de emprendimiento; realizar talleres que permitan escuchar al adulto y saber cuáles son sus temores, porque si ha llegado a esa etapa y no emprendió nada, no significa que no tengan la idea o la creatividad o carezca de algún tipo de destreza, porque yo pienso que todos los seres humanos tenemos diferentes tipos de inteligencias, destrezas o habilidades, si no lo hizo es porque hay un temor; hacer consultorías a negocios que tengan problemas para mediante sus asesorías ver como estas empresas van mejorando; motivarlos, porque a esas edades las personas tienden a ser un poco más conformistas o pueden estar un poco desilusionadas después de haber tenido una mala experiencia con el emprendimiento; poner en práctica una MIPYMES, que produzca un producto sencillo que permita determinar cómo venderlo,

cuánto se necesita para desarrollar toda la estructura organizacional que se requiere para dicho producto; empezar de cero a una velocidad vertiginosa con los que recién se van a formar, dado que ya cuenta con experticia habiendo empleado en una empresa, por lo que entiende perfectamente el mundo empresarial y de atención al cliente; enseñar viendo la realidad para que ellos pueden brindar solucionar; trabajar un poco más allá el espíritu emprendedor, que en teoría ya habían trabajado anteriormente; profundizar la evaluación y análisis de datos, la administración financiera y tributación; trabajar mucho la identificación de oportunidades para que ellos las lleven a cabo.

En los adultos mayores, hay que hacer que se sigan sintiendo útiles para la sociedad a través de la motivación, hay que reconocerlos, porque a esa edad todos tienen una gran habilidad, un gran saber, y hay que hacer que ese saber lo emprendan en base al poder que tienen; impartirles un conjunto de cosas previas para potenciar lo que han aprendido a lo largo del tiempo acerca de muchos errores de emprendimiento o mini emprendimiento que pudieron haber cometido; ajustar el programa y salirse totalmente del contenido; hacer un estudio bien detallado de cuál es el perfil profesional que tienen para poder darles un pre curso que les permitan ponerse a la par con otras personas que ya tienen una competencia en emprendimiento, que han manejado sus negocios, o que vienen de una carrera administrativa; preguntarles qué quisieran tener para mejorar su calidad de vida, haciéndolos coger a ellos mismos conciencia que deberían tener para seguir activos en la vida; hacer talleres de control de negocios.

Tabla 119

Edades más receptivas para la formación de emprendedores

EXPERTO ENTREVISTADO	OE2: Organizar las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a los diferentes rangos de edades. P3: ¿Qué etapa para Compartir Conocimiento es la más representativa?, es decir, ¿En qué rango o grupo de edad, consideras que somos más receptivos para aprender a emprender?
Hugo Marcos Calle Forrest	Desde la niñez y adolescencia, porque son los primeros años en el cual se forjan nuestros componentes actitudinales. Para aprender a aprender hay que ser creativos entonces la creatividad hay que impulsarla desde la niñez.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Entre los 18 y 25 años se aprende mejor a emprender porque está natural y químicamente más activo, es más dinámico, tiene mucha más energía, tiene deseos de crecimiento y de superación.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Mientras más temprana sea su edad, aceptan, receptan y asimilan con mucha mayor facilidad conceptos de ideas y comportamientos; pero tiene que ir acompañado de una participación familiar.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica.

Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica.
Whymper Adrián León Kuffó	Los chicos de los dos últimos años de colegio están en la mejor edad parara sembrar el espíritu y conocimiento emprendedor.
Rolando Xavier Farfán Vera	De los 12 años en adelante es más receptivo.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Los jóvenes van a tener un poco más de ventaja porque de recibir los conocimientos a tiempo tendrán muchas más herramientas para arrancar bien y no equivocarse en el principio.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Entre los 10 y 14 años son más receptivos.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Desde los 22 años en adelante se es más receptivo en cuanto a la importancia del emprendimiento, ya que empiezas a crecer, a independizarte, necesitas tus propias cosas, y cuando valoras tu tiempo es cuando más valor se le da al emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Cuatro de los expertos entrevistados consideran que el rango o grupo de edad más receptivo para aprender a emprender es desde los 10 años de edad. Dos de los expertos entrevistados consideran que el rango o grupo de edad más receptivo para aprender a emprender es desde los 18 años de edad. Dos de los expertos entrevistados consideran que el rango o grupo de edad más receptivo para aprender a emprender es desde la infancia. Dos expertos no brindaron respuestas al respecto.

Tabla 120

Edades de mayor potencial para emprender

EXPERTO ENTREVISTADO	OE2: Organizar las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a los diferentes rangos de edades. P4: ¿Cuál es el potencial empresarial dominante del grupo de la etapa más representativa para Compartir Conocimiento?, es decir, ¿En qué rango o grupo de edad, consideras que tiene mayor potencial para emprender?
Hugo Marcos Calle Forrest	Los adultos, los universitarios, que están en la edad dorada para desarrollar los proyectos porque ya son independientes, porque son mayores de edad, y por ello, son responsables de sus acciones; cuando ya el ser humano es responsable de sus acciones, ya tiene justamente la garantía de emprender cualquier cosa.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	De 25 años en adelante tiene un ingreso económico, tal vez tiene un ahorro, tiene socios, o tiene un historial crediticio que le permita obtener un préstamo bancario.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Desde los 16 años porque tienen ese espíritu de arriesgarse, de querer conquistar el mundo, de creer que sus ideas son las mejores del universo y con ellas quieren cambiar la humanidad entera.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	No aplica.

Whymper Adrián León Kuffó	El joven adulto porque tiene un bagaje de conocimientos, de experiencia, de contactos que va desarrollando, a lo mejor cuenta con el apoyo de sus padres o amigos para la inversión o inserción de capital semilla.
Rolando Xavier Farfán Vera	De 22 años en adelante, porque hay mayor capacidad analítica, mayor necesidad, mayor conocimiento, y hasta cierta experticia.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Todos tienen potencial de emprendedor.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	De los 18 a 25 años están cobijados en la familia y cualquier error pueden tomarlo bien, mientras que a mayor edad un error pega directamente al hogar.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	No aplica.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Seis de los expertos entrevistados consideran que el rango o grupo de edad que tiene mayor potencial para emprender corresponde a los jóvenes adultos, desde los 16 años en adelante. Un experto considera que todos tienen potencial emprendedor. Tres expertos no brindaron una respuesta al respecto.

Tabla 121

Importancia del el plan de negocio

EXPERTO ENTREVISTADO	OE2: Organizar las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a los diferentes rangos de edades. P5: ¿Qué tan importante es el Plan de Negocio de acuerdo al tipo de emprendimiento, su tamaño y de la edad en la que se emprende?
Hugo Marcos Calle Forrest	El plan de negocios es fundamental para todo lo que uno emprende en la vida, primero hay que planificar, sin planificación no hay nada. El plan de negocios es importante porque va a permitir enfocar las diversas fases que enmarca el desarrollo de un proyecto, esa metodología hace que sea alcanzable, que no sea utópico. Existen preguntas fundamentales que son importantes responder: ¿dónde lo vas a aplicar?, ¿por qué?, el por qué lo vas a hacer es lo que realmente te va a motivar a emprender ese plan negocios, ¿a quién? es importante el estudio de marketing, saber el perfil de quiénes son esas personas que se van a beneficiar con mi emprendimiento, conocer la estadística de la oferta y demanda existentes, así como la demás información que forma parte de un plan de negocio.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	El plan de negocios es vital porque te indica qué es lo que vas a hacer, como lo vas hacer, cuáles son tus objetivos, tus expectativas e inclusive la forma en que lo vas a transformar; por lo que es tan importante la planificación como la ejecución.
Félix Eduardo Pilco del Salto	El plan de negocios es muy importante para todos y para cualquier negocio porque es la ruta por donde tienes que caminar para minimizar las posibilidades de fracaso de tu negocio.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	El plan de negocios es importante porque siempre vamos a necesitar un guía para llegar a los objetivos; un plan de negocios permite aterrizar las ideas y se convierte en nuestra guía para poder emprender.

Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Tener un plan de negocios formal es importante pero no es una condición sine qua non para hacer un emprendimiento, de pronto ayuda para medir que me imaginé y hasta dónde ha llegado; de hecho los que han tenido mucho éxito, han tenido una idea, no un plan de negocios formal, han habido muchos factores, como por suerte pegarle a una idea que nadie había tenido.
Whymper Adrián León Kuffó	El plan de negocios es el currículum y la proyección futura de tu empresa. Sin un plan de negocios no te dan líneas de crédito, los bancos te lo van a pedir, los inversionistas te lo van a pedir.
Rolando Xavier Farfán Vera	Es importante, yo le doy una ponderación alta porque en el momento en que se desarrolla el plan de negocios se está desarrollando los por menores del proyecto y se comienza a analizar cuáles van a ser los competidores, las ventajas y desventajas, las fortalezas y debilidades, el análisis FODA permite hacer escenarios ¿qué pasa si vendo esto? ¿qué pasa si no vendo una cantidad? ¿qué pasa si no llego al punto de equilibrio? ¿cuánto sería mi pérdida? todo eso va en el plan de negocios; permitiendo que esa idea este súper aterrizada y preparándote para las diversas circunstancias que te van a tocar vivir con el negocio.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Considero que siempre es importante tener un plan de negocios y un plan de contingencia para que la persona tenga claro hacia dónde va a llegar; porque si no tiene claro a dónde va a llegar, simplemente vas a estar trabajando al ritmo de lo que pase día a día.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	El plan de negocios como plan de negocios escrito con su resumen ejecutivo y un montón de cosas, a veces no es muy importante para mí. Primero diseño un modelo y después del modelo hago mi plan de negocios; es decir, cuantifico el modelo, lo hago operativo.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	El plan de negocios es fundamental, independientemente del tipo de emprendimiento; se lo debería introducir desde los 16 años en adelante.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Nueve de los expertos entrevistados consideran que el Plan de Negocio es importante porque permite enfocar o aterrizar la idea, indica lo que se va a hacer, es una guía u hoja de ruta que permite minimizar el fracaso, permite comparar lo que se imaginó y el alcance logrado, es el currículum para obtener líneas de crédito; brinda la proyección futura de tu empresa; prepara al emprendedor para las diversas circunstancias que le van a tocar vivir con el negocio; direcciona el ritmo de trabajo; es fundamental independientemente del tipo de emprendimiento. Uno de los expertos considera que primero se diseña un modelo y después del modelo se hace el plan de negocios, es decir, se cuantifica el modelo para hacerlo operativo.

Tabla 122*Posibilidad de emprendimiento a cualquier edad*

EXPERTO ENTREVISTADO	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P1: ¿Es posible emprender a cualquier edad?
Hugo Marcos Calle Forrest	Sí, emprender a cualquier edad es posible porque dependiendo la edad que tengamos y de nuestro grado de madurez vamos a tener emprendimientos pequeños, medianos o grandes.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Sí.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Incluso un niño podría emprender, hay niños que son millonarios a los 10 años porque emprendieron su negocio. El niño o el joven emprenden porque se divierten, y para tener éxito en un negocio, ese negocio debe divertirse y llenarte.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Sí, es posible emprender a cualquier edad, solamente debe tener los recursos necesarios o las personas necesarias para que sea paso a paso, a veces vemos negocios pequeños, pero en 10 años el emprendedor y el negocio crecieron.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Sí, es posible.
Whymper Adrián León Kuffó	Sí, es posible emprender a cualquier edad porque es satisfacer una necesidad. El emprendimiento debe ser entendido como que va a ser una compañía, que va a existir a lo largo del tiempo, porque emprendimiento no es “necesito dinero para irme al viaje de fin de año y vendo caramelos por 3 meses”, el emprendimiento es el entendimiento de que va a continuar este negocio en forma continua.
Rolando Xavier Farfán Vera	Sí, porque si lo haces ya adulto es porque el espíritu emprendedor recién ha salido a flote, si lo has tenido pero no se había despertado todavía, no te habías dado cuenta que lo tenías. Al menos yo soy de los que piensa que todos lo tienen, que siempre ha estado ahí. Todos tienen el emprendimiento dentro de sí mismos, pero no se despierta a tiempo, algunos lo despiertan obligados por las circunstancias económicas, y otros nunca lo despiertan porque de pronto como empleado se convierten en conformista con los ingresos que tienen y no necesitan más, entonces no sale a flote.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Sí, yo pienso que sí.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Si se puede enseñar a cualquier edad, se puede emprender a cualquier edad.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	No, no es posible emprender a cualquier edad desde mi punto de vista, porque debes tener una preparación, una formación para llevar a cabo un emprendimiento. También depende de la necesidad, a los 8 años puedes vender limonadas y generar ingresos para tus juguetes y eso podría ser catalogado como emprendimiento, pero el emprendimiento que aporta a la economía es a partir de los 22 años.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Nueve de los expertos entrevistados consideran que sí es posible emprender a cualquier edad y dependiendo del grado de madurez, recursos, o de la necesidad que van a satisfacer, se desarrollarán emprendimientos pequeños, medianos o grandes.

Uno de los expertos entrevistados considera que no es posible emprender a cualquier edad porque se debe tener una preparación, una formación para llevar a cabo un emprendimiento.

Tabla 123

Edad con mayor probabilidad de éxito para que el emprendimiento subsista

EXPERTO ENTREVISTADO	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P2: ¿A qué edad es más favorable emprender?, es decir, ¿En qué rango o grupo de edad, consideras que hay una mayor probabilidad de éxito para que el emprendimiento subsista?
Hugo Marcos Calle Forrest	Cuando estén en el plano universitario, a pesar que también depende de la genialidad y del talento, porque puede ser que haya un emprendimiento desde la adolescencia.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Mayor trascendencia y mayor éxito desde los 25 años en adelante; ya que pudieron haber pasado por fracasos, pudieron haber generado un ahorro para emprender con bases más sólidas, pudieron haber buscado socios estratégicos para emprender, tienen más posibilidades de tener un préstamo bancario, tienen experiencia y posiblemente una formación académica.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Entre los 18 y 19 años porque tienes ese espíritu, ese físico, estás en pleno proceso de aprendizaje, estás con esas ganas de conquistar el mundo.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Considero que una edad de mayor éxito vendría a ser entre los 20 años, dependiendo del networking que se manejen. A veces hay personas que esperan tener un rango de mayor de edad, hasta los 30 años, porque ya tienen todo ese “expertise” de lo que han vivido y más contactos.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	El joven adulto.
Whymper Adrián León Kuffó	No aplica.
Rolando Xavier Farfán Vera	Mientras más joven mejor, porque si tienes la actitud puedes levantarte cuántas veces te caigas.
Rosa Inés Carrasco Reyes	A partir de los 25 o 26 años, porque las personas han culminado su carrera profesional o tienen un nivel de madurez más alto.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	El que tenga 18 años creo que puede tener más éxito.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Emprender es más favorable a partir de los 22 o 23 años, porque se empiezan a presentar ciertas circunstancias en la vida que te llevan a tomar la decisión de tener tu propia idea de negocio.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Nueve de los expertos entrevistados consideran que los jóvenes adultos, es decir, entre los 18 y 30 años, tienen una mayor probabilidad de éxito para que el emprendimiento subsista; ya que tienen conocimiento, experiencia, juventud, ganas de conquistar el mundo, y probablemente ahorros. Uno de los expertos entrevistados no brindó una respuesta al respecto.

Tabla 124

Tipo y alcance del emprendimiento a cualquier edad

<p>EXPERTO ENTREVISTADO</p>	<p>OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P3: ¿Cómo se puede emprender en cada etapa de la vida?</p>
<p>Hugo Marcos Calle Forrest</p>	<p>Desde su campo de acción un niño podría emprender en base a lo que direcciona su tutor, su maestro, “Yo quiero que en este momento sueñes cómo vas a emprender tu futuro...”; para ello, se necesitan docentes más comprometidos, pero eso no pasa en un sistema mal pagado.</p> <p>En todos los niveles es importante detectar los grados de talento y genialidades que tiene el ser humano, el gran problema que tiene la educación formal es que el educador no ha buscado el talento del ser humano.</p> <p>Muchos estudiantes saben para qué son buenos, pero muchos tienen el temor o una personalidad introvertida y no quieren demostrar lo que saben porque temen que se les vayan a burlar, entonces el educador tiene que darles esa confianza, tiene que hacer una terapia, un taller justamente para descubrir su talento.</p> <p>Hay que enseñarles a pensar en grande, enseñarles que ellos pueden ser iguales o mejor que muchas personas exitosas, no hay que limitar a los estudiantes, pero hay que trabajar desde ya, porque una persona exitosa para llegar donde está, tuvo que pasar mucho; tienen que reconocer su talento y gestionar un plan de vida para su emprendimiento.</p>
<p>Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo</p>	<p>El entusiasmo por tener éxito en su emprendimiento va a ser el mismo, pero la forma de ejecutarlo podría ser diferente. Un niño de 5 años particularmente no creo que sea su mayor logro el lucro porque va a encontrar diversión, va a encontrar una actividad que hacer en su día de una forma más superficial. En cambio el adulto, en este caso de 45 años, va a ver el emprendimiento como su subsistencia, va a ser su objetivo, va a poner en riesgo lo mucho o poco que tenga, el entorno de su familia, va a tener que lidiar con normativas, marcos legales, situaciones económicas, es un escenario mucho más crítico y por ende su accionar va a ser totalmente diferente.</p>
<p>Félix Eduardo Pilco del Salto</p>	<p>Con un buen proyecto, con una buena idea y de ahí con el financiamiento.</p>
<p>Fátima Estafanía Cunalema Pozo</p>	<p>El niño puede ser el de las ideas porque no se queda callado; el joven tiene ciertos prejuicios, pero sus ideas están más aterrizadas y ahí entra la parte de la tecnología en este caso, él también sería un núcleo de la tecnología; y el anciano sería más bien quien guíe, porque el joven en ocasiones todavía no tiene las ideas visualizadas y teme de algo que no ha visto, pero el anciano lo aterriza.</p>
<p>Xavier Antonio Mosquera Rodríguez</p>	<p>Un niño tiene una idea y la lleva a sus padres, quienes van a ser sus primeros inversionistas. Un joven adolescente a lo mejor hacer una sociedad con sus propios compañeros de estudios. De los 30 años en adelante, tiene una ventaja, que es la experiencia para tratar de vender su idea a inversionistas.</p> <p>Todo se reduce a tener un inversionista que le permita capitalizar su idea y ponerla en práctica.</p>

Whymper Adrián León Kuffó	No aplica.
Rolando Xavier Farfán Vera	Todos pueden poner un negocio dependiendo de su mercado objetivo, por ejemplo, el niño va a vender determinado producto o servicio los fines de semana de casa en casa, en las tardes a sus primos, su papá, tíos etc. Según va avanzando en edad, poco a poco va expandiendo su mercado objetivo, de 12 a 16 años puede ampliar su red de contactos, hoy en día por medio de redes sociales, tiene a sus compañeros de colegio en <i>Facebook</i> , etc, inclusive a través de ellos puede ampliar ese mercado objetivo más y más. Los adultos mantienen un status laboral activo que les permite contactar amuchas personas para poder brindar su producto o servicio. El adulto mayor tiene una red de contactos mucho mayor que la de los niños, y que la de los adolescentes; él tiene toda una lista enorme de contactos que ha acumulado durante toda su vida, compañeros de trabajo, familiares. Definitivamente un buen activo que tiene una persona o empresa es su red de contactos.
Rosa Inés Carrasco Reyes	En la escuela, se me ocurre, vendiendo <i>stickers</i> o dibujitos.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Todo depende de la edad.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	De los 16 a 22 años se pueden llevar a cabo cierto tipo de emprendimientos, por ejemplo, gastronómicos. A partir de los 23 años, podrían llevarse a cabo ciertos tipos de emprendimiento tecnológicos; a través de la web aprenden y desarrollan habilidades de diseño de páginas web, aplicaciones y juegos.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados consideran que la forma de emprender en cada etapa de la vida, depende de la edad, el entusiasmo por tener éxito en su emprendimiento va a ser el mismo, pero la forma de ejecutarlo podría ser diferente. Una buena idea, un buen proyecto y el financiamiento necesario para capitalizar su idea, permitirá ponerla en práctica. Además, se necesitan maestros que sepan detectar y fomentar los grados de talentos en todos los niveles, para que les enseñen a pensar en grande y a trabajar desde temprano para alcanzar sus metas; ya que muchos estudiantes saben para qué son buenos, pero tienen temor o una personalidad introvertida y no quieren demostrar lo que saben.

Los niños son los de las ideas porque no se quedan callados, sus padres van a ser sus primeros inversionistas, donde su mayor logro es encontrar diversión. Pueden emprender bajo la dirección de su tutor, su maestro, dependiendo de su mercado objetivo, el cual va a ir creciendo según vayan avanzando en edad, por ejemplo, pueden vender *stickers* o dibujitos los fines de semana de casa en casa, a sus primos, su papá, tíos etc. Los jóvenes a pesar de tener ciertos prejuicios, sus ideas están más aterrizadas y hacer una sociedad con sus propios compañeros de estudios. Ellos pueden emprender en las áreas de la tecnología o de la gastronomía; están en

capacidad de ampliar su mercado objetivo, su red de contactos, a través de las redes sociales.

Los jóvenes adultos pueden llevar a cabo cierto tipo de emprendimientos tecnológicos a través del diseño de páginas web, y el desarrollo de aplicaciones y juegos. Los adultos tienen la ventaja de su experiencia para tratar de vender sus ideas a inversionistas; además, mantienen un status laboral activo que les permite contactar a muchas personas para poder brindar su producto o servicio. Por otra parte, va a tener que lidiar con normativas, marcos legales, situaciones económicas, un escenario mucho más crítico. Es por ello, que su accionar va a ser totalmente diferente porque va a poner en riesgo lo mucho o poco que tenga, el entorno de su familia; por lo que va a ver el emprendimiento como su subsistencia, su objetivo. Los adultos mayores guían y aterrizan las ideas; además, poseen una red enorme de contactos que han acumulado durante toda su vida.

Tabla 125

Tipos de Emprendimiento más adecuado para cada edad

EXPERTO ENTREVISTADO	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P4: ¿Qué tipo de emprendimiento es más adecuado para cada etapa?
Hugo Marcos Calle Forrest	Para generar una epistemología del emprendimiento, que no existe, hay que hacer definiciones técnicas, existen cuatro tipos de emprendimiento: artístico, científico, tecnológico y de servicio. El tipo de emprendimiento va a depender del grado inteligencia de las personas: emprendimientos artísticos o culturales para aquellos que hagan arte, emprendimientos científicos para aquellos que hagan ciencia, emprendimientos tecnológicos para aquellos que hagan tecnología, la empresa se relaciona con el servicio, también puede haber una combinación de ciencia y tecnología.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Académicamente se debería promover un aspecto económico pero basado en lo social para que sea sustentable. Los primeros grupos de edades van a emprender en el ámbito netamente comercial porque van a comprar y posiblemente re vender. De 18 a 25 años va a ser productivo porque va a proponer crear, manufacturar un producto; en esa edad hay mucha expectativa y mucho interés en las herramientas tecnológicas. De 26 años en adelante, una mezcla de comercial, productivo y tecnológico, para poder sacar un producto o servicio muy competitivo en el mercado.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Un niño tiene que ir con la ayuda de un adulto necesariamente. Un adolescente puede emprender, dependiendo del tipo de emprendimiento. Un joven adulto, estamos hablando entre los 18 y 30 años, bueno tanto el joven, el adulto y el adulto mayor tienen las mismas características, pueden emprender a través de un buen proyecto, de una buena idea.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Más que un emprendimiento yo creo que las ideas de cada edad son las que difieren. Un niño y un adolescente van estar más orientados a emprendimientos de tipo tecnológico. Un joven adulto y un adulto, es decir, entre los 30 y 65 años van a estar orientados hacia temas no tan

	<p>tecnológicos, sino temas más tradicionales. Un adulto mayor se orientará hacia negocios tradicionales, pero más por la idea que por el tipo de emprendimiento.</p> <p>Hay una relación entre la edad y el tipo de emprendimiento en el que se está involucrado; los niños, los jóvenes e incluso los jóvenes adultos pueden tener ideas muy revolucionarias y romper un mercado en el ámbito tecnológico, mientras que los adultos y adultos mayores se centran en emprendimientos más tradicionales.</p>
Whymper Adrián León Kuffó	A los 14 años, simplemente algo de <i>merchandising</i> , comprar un producto finalizado y revenderlo.
Rolando Xavier Farfán Vera	La primera experiencia de un niño va a ser en algo que él percibe que haga falta en su comunidad inmediata, entiéndase familiares o amigos cercanos, esto puede ser un producto o un servicio. El pre adolescente, se dedicará a otros productos y servicios, porque las necesidades de ese grupo de amigos de 15 años ya son otras. El adolescente se va apoyar siempre con tecnología, ahora que, si él tiene un conocimiento tecnológico avanzado, entonces puede desarrollar nuevas aplicaciones, nuevos utilitarios, cosas que le puedan servir a su entorno inmediato, que son sus amigos, que están conectados a través de un software, o mejorar aún más el uso de ese dispositivo que está usando. Un adulto dada su experiencia, puede mejorar ese producto o mejorar ese servicio y llegar a un nicho insatisfecho. El adulto mayor va a ir más hacia un emprendimiento social que igual va a generar ingresos.
Rosa Inés Carrasco Reyes	No pienso que haya un emprendimiento adecuado para cada edad, varía dependiendo del entorno.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Un niño de 10 años lo hace por jugar, ellos tienen esa inocencia, ahí toca al mentor, al profesor escucharlos y guiarlos. Los de 20 años están volcados a la tecnología. Los de 40 años están enfocados más a la parte de producción. Los de 60 años se dedican más a los servicios, la gente mayor debe innovar para tener una mejor calidad de vida.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	A mayor edad, mayor madurez, mayor responsabilidad, se llevan a cabo emprendimientos más profesionales.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados consideran que el tipo de emprendimiento más adecuado para cada etapa va a depender de la madurez, el entorno, y del grado de inteligencia de las personas, pudiendo ser emprendimientos artístico, científico, tecnológico o de servicio. Los niños y jóvenes pueden tener ideas muy revolucionarias y romper un mercado en el ámbito tecnológico; aunque en la mayoría de los casos, van a emprender en el ámbito netamente comercial porque van a comprar y posiblemente revender, probablemente con la ayuda de un adulto necesariamente. La primera experiencia de un niño va a ser en algo que él percibe que haga falta en su comunidad inmediata, entiéndase familiares o amigos cercanos, esto puede ser un producto o un servicio. El adolescente se va apoyar siempre en la tecnología, ahora que si él tiene un conocimiento tecnológico avanzado, entonces puede desarrollar nuevas aplicaciones, nuevos utilitarios, cosas que le puedan servir a su entorno

inmediato, que son sus amigos, que están conectados a través de un software, o mejorar aún más el uso de ese dispositivo que está usando. Ellos tienen esa inocencia, ahí toca al mentor, al profesor escucharlos y guiarlos.

Los jóvenes adultos van a desarrollar emprendimientos productivos porque van a proponer, crear, manufacturar un producto; ya que a esa edad hay mucha expectativa e interés en las herramientas tecnológicas. Los adultos pueden desarrollar una mezcla de emprendimientos comercial, productivo y tecnológico, para poder sacar un producto o servicio muy competitivo en el mercado; aunque en la mayoría de los casos van a estar orientados a temas más tradicionales como la producción. Dada su experiencia, puede mejorar ese producto o servicio y llegar a un nicho insatisfecho. Los adultos mayores se orientarán hacia negocios tradicionales, o hacia un emprendimiento social que les permita innovar para tener una mejor calidad de vida.

Tabla 126

Contexto para emprender

EXPERTO ENTREVISTADO	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P5: ¿En qué contexto se debería emprender?
Hugo Marcos Calle Forrest	El contexto fundamental de los emprendimientos son las necesidades de la sociedad, y eso va a hacer que ese proyecto tenga mayor éxito. El nivel de éxito se mide en base al ámbito en el cual se desarrolla, por eso es que nunca puede competir o compararse entre los diferentes tipos de emprendimiento en los que se desarrolla el ser humano, donde el contexto que debe primar es que ese emprendimiento sea de utilidad.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Yo sugeriría un emprendimiento que sí definitivamente te de una retribución económica, pero con enfoque en tres pilares: calidad porque esa calidad va a devengar una mejor situación de vida para la persona, va a estar a gusto y va a recibir un producto con beneficios; e innovación y tecnología enfocadas hacia el servicio de preventa, venta y posventa para que pueda ganar sustentabilidad durante el tiempo.
Félix Eduardo Pilco del Salto	El entorno óptimo sería un país donde haya estabilidad jurídica y económica, donde exista una moneda que le permita pensar a largo plazo y donde haya una necesidad del producto o servicio que esta persona quiere iniciar.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	En tiempos de crisis salen todos los emprendimientos por necesidad, habidos y por haber. Cuando no hay crisis, se está en su estado de confort, pero cuando hay crisis, adiós estado de confort, y las ideas se procesan más, porque están en un estado de shock, y dicen yo tengo que hacerlo ahora, porque si no, no lo hago nunca.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Contexto de mercado y económico; aunque no hay un contexto definido para que las oportunidades se den.
Whymper Adrián León Kuffó	El entorno familiar donde te desenvuelves es lo que te crea por lo menos una base para poder continuar.
Rolando Xavier Farfán Vera	Dado que no hay la cultura de emprendimiento, lo que yo percibo, es que la mayoría de los emprendedores han surgido por necesidad.

Rosa Inés Carrasco Reyes	El contexto ecuatoriano es un contexto de riesgo, la cultura es cambiante, voluble y no brinda las seguridades del caso para poder emprender; se debe emprender en todo contexto.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	En tiempo de crisis uno emprende mucho más rápido, pero hay que definir crisis, no solamente crisis económica en el país, sino crisis interna de la persona, yo siempre lo denomino tu ecosistema, lo que está a tu alrededor, tu <i>environment</i> o medio ambiente personal.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Me parece que para un emprendedor, hablo por mí, la estabilidad emocional y familiar es importante, el apoyo de personas allegadas es importante. Yo emprendería, desde mi punto de vista, en un ambiente familiar y emocional estable; este tipo de ambiente es propenso para poder llevar a cabo un emprendimiento. En cuanto a la parte de un contexto económico, creo que no lo limitaría a ningún tipo de contexto, porque se puede emprender tanto en crisis como en bonanza, y es más, si me preguntan a mí, en épocas de crisis es más propenso el emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados consideran que no hay un contexto definido para que las oportunidades se den; ya que se puede emprender tanto en crisis como en bonanza, y es más, en épocas de crisis es más propenso el emprendimiento. Esta crisis no es solo económica sino interna de la persona, su ecosistema, lo que está a su alrededor, su *environment* o medio ambiente personal. Dos expertos destacan que el entorno familiar donde se desenvuelve, es lo que crea, por lo menos, una base para poder continuar; ya que la estabilidad emocional y familiar, es decir, el apoyo de personas allegadas es importante. Mientras que otros expertos plantean que el contexto ecuatoriano es un contexto de riesgo, no hay la cultura de emprendimiento, lo que yo percibo, es que la mayoría de los emprendedores han surgido por necesidad. El entorno óptimo sería un país donde haya estabilidad jurídica y económica, donde exista una moneda que le permita pensar a largo plazo y donde haya una necesidad del producto o servicio que esta persona quiere iniciar; para lo cual se requiere conocer las necesidades de la sociedad, es decir, que ese emprendimiento sea de utilidad, van a hacer que ese proyecto tenga mayor éxito. Para ello, un emprendimiento que brinde una retribución económica, deber ser un emprendimiento de calidad, innovador, y que aplique la tecnología al servicio del cliente.

Tabla 127

Desarrollo de un modelo de negocio

EXPERTO ENTREVISTADO	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P6: ¿Cómo convertir una idea dispersa en un modelo de negocio?
Hugo Marcos Calle Forrest	A través de la lluvia de ideas se generan ideas dispersas, posteriormente hay que saber seleccionar las mejores ideas; para lo cual, hay que generar un proceso metodológico que permita que esa idea llegue a una realidad, porque nosotros tenemos que finalmente cumplir con una realidad física.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Hay que pensar de lo macro a lo micro a través de un análisis de mercado, ¿qué se necesita?, ¿qué específicamente requiere el mercado?, conocer si ese producto va a satisfacer una necesidad ya cubierta por un competidor actual, saber si tiene sustitutos, si tiene posibles productos complementarios que pudiesen ser fabricados por esa empresa, saber si tiene algún tipo de restricción para producirlo y comercializarlo en el país; si es una idea muy dispersa pudiese hacer un tipo de encuesta para saber cuál es el producto específico que se requiere entre otros temas.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Concretando las ideas, comenzando a planificar, escribiendo el plan de negocios.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Para aterrizar una idea dispersa necesitamos el plan de negocios; así se pueden ir enfocando las áreas, por ejemplo, ¿a qué sector vamos a dirigirnos?, ¿cuánto vamos a gastar?, ¿cómo lo podemos hacer socialmente responsable?, ¿cómo vamos a manejar el personal?, entonces esas ideas dispersas se van aclarando si las ponemos en conjunto.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Una característica del emprendedor es poder cumplir o concretar sus sueños o sus ideas mediante la creación de un producto o servicio que haga que esa idea que él tuvo puede concretarse y ofrecerla en el mercado. Las ideas dispersas pueden convertirse en modelos de negocios a través de proyectos.
Whymper Adrián León Kuffó	Recibiendo ayuda de entes que apoyan el emprendimiento como las Cámaras, que te dan el estudio de mercado, cuántas empresas hay en el entorno, cuál es el tamaño del mercado, te asesoran en propiedad intelectual. No es solamente lanzarte tú, necesitas el apoyo de varios entes para darle forma final al producto, a lo mejor también conversar con amigos para poder definir un producto y finalizarlo de una mejor manera.
Rolando Xavier Farfán Vera	Desarrollando un plan de negocios que permita aterrizar, poner en frío, en blanco y negro, esa idea dispersa.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Con un asesor o un mentor de negocios que te pueda ayudar a aterrizar la idea.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Hay muchas personas que tienen miedo a conversar, conversar con unos y otros es la única manera de saber si lo que estás haciendo te puede dar éxito y tal vez la retroalimentación que tenga de esas conversaciones te pueden afianzar mucho más la idea. Mi recomendación siempre es conversar, porque si tú conversas con la persona indicada obviamente vas a tener una retroalimentación importante y vas a saber si estás bien o no.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Primero, el joven emprendedor que tuvo la idea, debe consultar la opinión de terceros para hacer una pequeña evaluación con diversas personas. Segundo, aplicando la metodología <i>Lean Start Up</i> , empezaría a

	desarrollar el producto mínimo viable sin tener que hacer tanta inversión para ver qué aceptación tiene en el mercado y una vez que empiece a conocer las opiniones de terceras personas que puedan hacer que su producto sea mejorado, irlo mejorando en función de estas recomendaciones, para ahí sí, desarrollar su plan de negocios.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados proponen diferentes estrategias para convertir una idea dispersa en un modelo de negocio, tales como: realizar una lluvia de ideas; conversar acerca de la idea para recibir retroalimentación; solicitar ayuda a entes que apoyan el emprendimiento; trabajar con un asesor o un mentor de negocios que te pueda ayudar a aterrizar la idea; planificar y crear modelos de negocios a través de proyectos; crear un producto o servicio aplicando la metodología *Lean Startup* del producto mínimo viable, para que sin tener que hacer tanta inversión se mida la aceptación que tiene en el mercado y conocer las opiniones de terceras personas para hacer que su producto sea mejorado. La mayoría de los expertos recomendó escribir un plan de negocios como la mejor alternativa.

Tabla 128

Alcance del emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P7: ¿Por qué el emprendimiento va más allá del emprendedor?
Hugo Marcos Calle Forrest	Porque con sus ideas innovadoras crearon un plan de negocios, levantaron su emprendimiento, lo desarrollaron, y ellos se sintieron exitosos por su emprendimiento, pero de pronto fue más allá, porque su emprendimiento hizo posible que surgieran otros emprendimientos, porque esos emprendimientos inspiraron otros, que a su vez crearon otros niveles de emprendimiento que van a fortalecer ese emprendimiento; y así se forma una cadena de emprendimiento, una especie desarrollo el emprendimiento, la cadena productiva del emprendimiento.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	El emprendimiento es mucho más amplio, el emprendedor es parte del emprendimiento. El emprendimiento es una secuencia de eventos, pasos o situaciones, personas, y entidades que deben complementarse. La idea que nace del emprendedor debe ser promovida y ayudada por los sectores productivos, y debe ser protegida por el Estado; es por ello que yo creo que el emprendimiento abarca muchas otras cosas, no sólo el emprendedor.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Todos podemos tener un espíritu emprendedor, pero no todos tienen la capacidad de iniciar un emprendimiento.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Sí, va más allá, porque es una superación de todos sus miedos y de la experiencia que ha tenido. Siempre va a soñar más y a aterrizar estas ideas en el plan de negocios, entonces, se va dando cuenta si esta idea es más grande de lo que él había pensado.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	El emprendimiento va más allá que el emprendedor por todos los efectos que tiene, ya sea en el mercado en que se va aplicar, o en los <i>stakeholders</i> a los que va a afectar ese producto o servicio, porque si

	tienen una idea fabulosa va a romper mercados y paradigmas; sin dejar de lado el efecto que tiene sobre la economía del país.
Whymper Adrián León Kuffó	El emprendimiento va más allá del emprendedor, la idea va más allá de la persona, que la idea pueda ser mejorada por otros es lo más riesgoso en el emprendimiento.
Rolando Xavier Farfán Vera	Sí, considero que el emprendimiento va más allá del emprendedor. Quien quiere seguir en emprendiendo va a desarrollar un nuevo producto, de ahí viene el concepto de la diversificación de productos, de nuevos modelos de negocios. Cuando hay una cultura emprendedora, entonces sí, el emprendimiento trasciende o traspasa la voluntad del emprendedor.
Rosa Inés Carrasco Reyes	El emprendimiento va de la mano con el emprendedor, no más allá.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	El emprendimiento no debe morir con el emprendedor sino trascender.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Esa pregunta está confusa, el emprendimiento va más allá del emprendedor, no sé.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Ocho de los expertos entrevistados consideran que el emprendimiento va más allá del emprendedor porque su emprendimiento hizo posible que surgieran otros emprendimientos e inspiraron otros; el emprendimiento es mucho más amplio, donde el emprendedor es parte del emprendimiento; es una superación de todos sus miedos y puede llegar a ser más grande de lo que él había pensado; por todos los efectos que tiene, ya sea en el mercado en que se va aplicar, en los *stakeholders*, y en la economía del país; la idea va más allá de la persona; va a diversificar sus productos; el emprendimiento trasciende o traspasa la voluntad del emprendedor, no muere con él. Uno de los expertos considera que el emprendimiento va de la mano con el emprendedor, no más allá; mientras que otro no brindó una respuesta al respecto.

Tabla 129

Definición y proceso de desemrender

EXPERTO ENTREVISTADO	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P8: ¿Qué entiende por desemrender? ¿Cómo se puede desemrender?
Hugo Marcos Calle Forrest	La evolución de la sociedad permite cambiar ciertos paradigmas, esto obliga a modificar nuestros procesos metodológicos; entonces, hay que desemrender ciertos factores, ciertas normas, ciertas políticas de emprender, ciertas metodologías, los cambios políticos por ejemplo obligan a desemrender. Desemrender sería volver a establecer o dejar los mismos procesos metodológicos del emprendimiento, y volver a establecer nuevos proceso de emprender para “dejar de seguir” y “actualizar”.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Desemrender lo entendería como dos opciones posibles: que el número o índice de emprendimientos se reduzca en un país o desertar de una actividad que ya está en marcha.

Félix Eduardo Pilco del Salto	Cuando una persona ya no quiere emprender por haber vivido un fracaso, o por algún otro tipo de razón decidió trabajar en una empresa o tener un empleo.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	Desemprender es básicamente darse por vencido en el emprendimiento, dejarlo atrás y no seguir en este proceso; al desemprender ya no sigue aprendiendo de este negocio y prefiere dedicarse a alguna cosa más segura, más dependiente.
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Entiendo desemprender como dejar de lado una idea que al principio pareció exitosa, pero en el camino se notó que no era tan fácil realizarla, o que muchas veces el mercado no está preparado para recibirla, entonces hay que desechar el emprendimiento a mitad de camino.
Whymper Adrián León Kuffó	Una desinversión de la idea de negocios.
Rolando Xavier Farfán Vera	Desemprender no lo he escuchado; entiéndase cómo desbaratar lo que se ha hecho para emprender una idea o un producto nuevo; a diferencia de mejoramiento continuo, que es determinar en qué se puede mejorar la misma idea. Cuando un producto o servicio ya no es lo que se necesita para salir adelante y calar fuerte en la voluntad de compra de los consumidores, podría darme cuenta que me he equivocado en eso, entonces tengo que desemprender lo que ya emprendí, para retroceder todo y volver a innovar, es decir, innovar es totalmente una nueva idea, un nuevo producto, un nuevo modelo de negocio.
Rosa Inés Carrasco Reyes	No, desaprender sí.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Hay cosas que uno tiene que dejar de costado y hacer reingeniería, porque si bien es cierto, algo que hiciste fue bueno, pero en algún momento debes dejarlo o debes cambiarlo, debes modificar ciertas cosas.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Entiendo por desemprender, el no aferrarse a un emprendimiento y tomar la decisión en el momento adecuado de salir del emprendimiento y dejarlo.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados proponen que desemprender puede ser, a nivel macro, la reducción del número o índice de emprendimientos en un país, o a nivel micro, desertar de una actividad que ya está en marcha. A nivel micro, desemprender es dejar de lado una idea que al principio pareció exitosa, pero en el camino se notó que no era tan fácil realizarla, o que muchas veces el mercado no está preparado para recibirla, es decir, desinvertir de la idea de negocios; no aferrarse a un emprendimiento y tomar la decisión en el momento adecuado de salir del emprendimiento y dejarlo; darse cuenta que se ha equivocado en eso, y desemprender lo que se emprendió, retroceder todo y volver a innovar, es decir, realizar totalmente una nueva idea, un nuevo producto, un nuevo modelo de negocio; dejar de costado y hacer reingeniería dado el cambio de paradigmas que obligan al emprendedor a modificar ciertas normas, políticas y metodologías y establecer nuevos procesos para emprender ; y puede llegar a no querer emprender por haber vivido un fracaso, darse por vencido, o por algún otro tipo de razón decidir trabajar en una empresa o tener un empleo.

Tabla 130

Desarrollo de una mentalidad empresarial en los estudiantes de pregrado

<p>EXPERTO ENTREVISTADO</p>	<p>OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”.</p> <p>P9: ¿Cree usted que es posible desarrollar en los estudiantes de pregrado una mentalidad empresarial? De ser afirmativa su respuesta explique ¿De qué modo?</p>
<p>Hugo Marcos Calle Forrest</p>	<p>Se lo puede influir más por el entorno. Al decir que una idea innovadora va a generar un buen servicio a la humanidad, así como éxito y resultado, incrementando las utilidades. La empresa tiene sinónimo de utilidad, de rentabilidad y quién no quiere tener una mejor calidad de vida y qué bueno que sea a través de un emprendimiento empresarial.</p>
<p>Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo</p>	<p>Sí. A través de materias complementarias a la formación general de un profesional como manejo de información y tecnología, desde allí se podría promover y proyectar emprendimientos; otras materias complementarias pueden promover el destino emprendedor para cada profesional, ética, manejo de comercio, y temas empresariales están normalmente ligados a todas las carreras.</p>
<p>Félix Eduardo Pilco del Salto</p>	<p>Por supuesto, relacionándolos con más empresarios, el entorno es lo que te convierte en alguien en la vida.</p>
<p>Fátima Estafanía Cunalema Pozo</p>	<p>De lo que he visto tratan de que las personas tenga esa mentalidad empresarial, porque ellos pueden desarrollar su propio negocio en su área específica, pero todavía no es algo explotado porque los profesionales prefieren tomar la materia de emprendimiento como materia de relleno u optativa.</p>
<p>Xavier Antonio Mosquera Rodríguez</p>	<p>Sí, pero es todo un proceso que deben tener desde los primeros años de colegio.</p>
<p>Whymper Adrián León Kuffó</p>	<p>Es posible desarrollar en los estudiantes de pregrado una mentalidad empresarial, todo se vende, y si eres pintor, vas a tener que saber cómo vender tu obra, tú tienes que ver como vendes ese producto.</p> <p>Yo creo que haciendo un currículo más unificado que integre varias áreas, por ejemplo, el modelo de educación por créditos apoya bastante, no importa qué carreras sigas, vas a tener que tomar ciertos créditos en humanidades, aún cuando estés estudiando leyes o para ser doctor.</p>
<p>Rolando Xavier Farfán Vera</p>	<p>Sí, pero no con una charla motivadora reflexiva, sino con una demostración con cifras que demuestre que emprender es el camino a seguir. Yo he analizando financieramente con mis estudiantes cómo sería su vida como empleado y cómo sería su vida, económicamente hablando, como empresario; entonces ahí se dan cuenta que la diferencia es exponencial y que vale la pena esos primeros meses o esos primeros años de sacrificio de trabajar 10 o 100 veces más que un empleado, pero que los frutos se van a ver más adelante.</p>
<p>Rosa Inés Carrasco Reyes</p>	<p>Sí, de hecho esa es la idea de las carreras, insertar el chip de empresario en los estudiantes para que generen formas de generar empleo a través de la creación de empresas en el medio. Esto depende de las personas, depende de que los docentes sean inspiradores, depende de que el modelo no sean las mismas materias aburridas y sin sentido que hacen que los estudiantes se desmotiven en aprender.</p>
<p>Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda</p>	<p>No necesariamente tienen que estudiar emprendimiento, porque estamos hablando de mentalidad empresarial, que no es lo mismo que</p>

	emprendiendo, entonces no necesariamente necesitas estudiar emprendimiento para mantener una mentalidad empresarial. No todo el mundo, no todas las carreras pueden desarrollar eso, algunos tenemos esa chispa para ver de un problema un negocio, una solución, pero no todo el mundo puede hacerlo.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Sí claro que sí. Es importante inculcar valores y principios básicos para ser empresario como la honestidad, cumplimiento, compromiso y respeto; si se logra inculcar los valores y se los complementa con una formación de competencias técnicas, conceptuales, y humanas se puede formar un buen empresario.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados consideran que para desarrollar en los estudiantes de pregrado una mentalidad empresarial, se debe enseñar materias complementarias a la formación general de un profesional; relacionarlos con empresarios, ya que el entorno permite que una idea innovadora genere un buen servicio a la humanidad, éxito e incremento de utilidades; hacer un currículo más unificado que integre varias áreas; insertar el chip de empresario en los estudiantes para que generen formas de generar empleo a través de la creación de empresas en el medio, a través de una demostración con cifras que demuestre que emprender es el camino a seguir; seguir un proceso de emprendimiento desde los primeros años de colegio; inculcar valores y complementarlos con una formación de competencias técnicas, conceptuales, y humanas a estudiantes de cualquier carrera, no necesariamente de emprendimiento, para de esta manera formar un buen empresario; ayudar a los estudiantes a desarrollar su propio negocio en su área específica.

Tabla 131

Enseñanza de emprendimiento

EXPERTO ENTREVISTADO	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P10: Desde su punto de vista, ¿Qué componentes básicos y qué módulos de formación conformarían un modelo ideal para la enseñanza de emprendimiento?
Hugo Marcos Calle Forrest	Un modelo educativo constructivista aplicado a la educación, donde básicamente el estudiante pueda poner en práctica lo que aprende, el emprendimiento se relaciona con todas las carreras.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	A través de la maduración progresiva de una idea de negocios en el tiempo, mediante materias y ciclos, para finalmente evaluar como ese emprendimiento llegó a un nivel de maduración, y en conclusión determinar si se lo puedo realizar o no, si fue factible o no, que correcciones se hicieron durante la etapa de maduración.

Félix Eduardo Pilco del Salto	El intercambio de experiencias positivas y exitosas, inculcándolos y motivándolos para hacer su propio esfuerzo y que tengan el sueño de ser alguien importante en el futuro.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Contenidos como historia del emprendimiento explicados mediante casos de éxitos y fracasos, cálculos numéricos, finanzas, y marketing.
Whymper Adrián León Kuffó	Componentes básicos de las carreras administrativas como marketing, administración, <i>business law</i> , contabilidad, finanzas, negocios internacionales, además, es muy importante que los estudiantes vean asignaturas en inglés porque ellos se van a desenvolver en entornos internacionales y cuando vean cierta terminología van a saber de qué están hablando.
Rolando Xavier Farfán Vera	Lo que se ve en la materia de BAE, es fundamental, son principios de administración, mercadeo y contabilidad, los cuales son fundamentales para cualquier negocio; en términos generales mediante esa clase cualquiera emprendedor va a aprender ¿cómo administro?, ¿cómo llevo el producto al consumidor?, ¿cómo hago para que él me compre?, ¿cómo hago para yo venderle?, y luego llevar las cuentas de ¿cuánto vendí?, ¿cuánto costó?, ¿cuánto gané?, así en cifras. Este modelo puede ser replicable en otras universidades, colegios, escuelas, centros gerontológicos.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Un módulo que combine teoría, práctica y cierto punto de autonomía que le permita al alumno investigar en su propia línea de interés, y luego compartir eso más adelante en el curso, generando discusión, tratando de que no sea impuesto el contenido, sino orientando el modelo hacia la necesidad de emprender, tipo doctorado, donde cada quien se enfoca e investiga la temática en la que esté más interesado.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Hay que enseñar innovación, creatividad, y ventas.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Introducción al pensamiento crítico es una materia que los chicos no le prestan atención, y me parece fundamental potencializar la capacidad de razonar y analizar para la toma de decisiones. Crear un ambiente en el que ellos tengan que tomar decisiones como seguir invirtiendo para ganar o perder dinero, y lo que siempre menciono es el tema de las habilidades humanas, las relaciones sociales, el networking, el liderazgo, y eso se puede empezar a formar desde un principio.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados consideran que los componentes básicos deben estar basados en un modelo educativo constructivista, el mismo es replicable en todas las universidades, colegios, escuelas, y centros gerontológicos. Este modelo puede ser aplicable en un ambiente en el que los estudiantes tengan que tomar decisiones; donde la combinación de teoría, práctica y cierto punto de autonomía les permita

investigar en su propia línea de interés; donde el docente se convierta en un facilitador y coach del aprendizaje, que realiza el intercambio de experiencias positivas y exitosas, inculcándolos y motivándolos para hacer su propio esfuerzo y que tengan el sueño de ser alguien importante en el futuro.

Los módulos de formación que conformarían un modelo ideal para la enseñanza de emprendimiento son Introducción al Pensamiento Crítico, Innovación, Creatividad, Ventas, Relaciones Sociales, Networking, Liderazgo, Administración, Mercadeo, Contabilidad, Finanzas, Derecho, Negocios Internacionales, y asignaturas en inglés. A través de la maduración progresiva de una idea de negocio en el tiempo que permita finalmente evaluarla y determinar si se la puede realizar o no, si es factible o no.

Tabla 132

Factores que influyen en la formación de emprendedores

EXPERTO ENTREVISTADO	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P11: ¿Considera que existen factores que influyen en la formación? ¿Qué rol juega el entorno cultural y social en la formación de nuevos emprendedores?
Hugo Marcos Calle Forrest	Factores internos como el su conocimiento y su necesidad de mejorar su calidad de vida o sea sus circunstancias, van a influenciar justamente sus componentes actitudinales, su grado de motivación, y su grado de pasión. Factores externos como las oportunidades que ofrecen el mercado, las políticas y normas públicas, así como la competencia de otros proyectos de emprendimientos que pueden existir en el campo empresarial, van a influenciar en el emprendimiento. El entorno cultural juega un rol fundamental porque la cultura es la base de todo; entonces siempre van a enfocar el emprendimiento de acuerdo a su identidad cultural, no pueden generar algo diferente, sino algo propio de lo que él forma parte en el sistema cultural.
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Factores que van desde el aula, en donde, por ejemplo, un catedrático/profesor con experiencia en emprendimiento o intraemprendimiento pueda llevar a catapultar con recomendaciones, con vivencias, con casos mucho más que cuando no se tiene una experiencia previa. Factores como las relaciones y colaciones de la carrera hacia otras universidades, hacia otras entidades públicas o privadas afectan también en la formación. Si no existe una cultura de emprendimiento y de promoción de emprendimiento en una sociedad, aunque existan las ganas del emprendimiento y la formación adecuada, estas innovaciones y emprendimientos saldrían de esta sociedad, ese espíritu va a migrar. Si más bien existe una sociedad que promueve y ayuda al emprendimiento local, va a ser mucho más creciente.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Factores familiares y sociales, como tus amistades.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica.

Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	<p>Yo creo que una persona que viene de una familia de emprendedores, va a tener mayor tendencia a seguir con ese mismo esquema de vida, que una que no lo ha vivido, entonces ese es un factor, la familia emprendedora. La educación es otro factor, si el chico sigue una carrera donde se le va a incentivar que realice emprendimientos y que no solamente vaya a desarrollarse como un intraemprendedor, sino como un emprendedor, independiente si eso se le va enseñando desde colegios, las universidades (su carrera), es un factor que va a coadyuvar a que sean emprendedores.</p> <p>En Guayaquil hay muchísimos emprendedores, tenemos una cultura de comerciantes, de hacer comercio, buscar iniciativas, buscar la forma de cómo hacer negocios, entonces, si influye el aspecto social y cultural, influye definitivamente, cuando uno va a otra ciudad del país, ve que no hay las mismas ganas de hacer cosas nuevas.</p>
Whympers Adrián León Kuffó	<p>Un factor muy importante es el entorno en el que se desarrollan, que los chicos tengan cubiertas sus necesidades, invita al emprendimiento; por otro lado, el entorno macro que no permite el acceso a las líneas de crédito, los aranceles que hay que pagar limitan el emprendimiento.</p> <p>A nivel nacional quizás uno de los mayores problemas es que muchos de los profesores son licenciados en educación, con concentración en un área. Este licenciado en educación no tiene conocimientos profundos en carreras administrativas para transmitir a sus estudiantes. Si los profesores no están bien capacitados en el área que van a enseñar el sistema va a fracasar.</p>
Rolando Xavier Farfán Vera	<p>Va a ser mucho más fácil en aquella persona que tenga actitud para poner nuevos negocios, que tenga esa voluntad socrática de no querer ser un empleado de una empresa, sino poner su propio negocio, eso va a facilitar la tarea, porque en su entorno cultural, en su gremio, su sociedad más cercana no concebían que sus amistades los vean haciendo tareas de esa índole, se manejaban en un círculo en que ellos eran gerentes, dueños y no hacían ninguna actividad de mandos medios, entonces considero que la parte cultural podría influir positiva o negativamente en el desarrollo de las capacidades emprendedoras.</p>
Rosa Inés Carrasco Reyes	<p>El entorno social juega en la mentalidad de las personas: el factor docente, el factor económico, que tengas una familia que tengan emprendimientos exitosos y sean tu modelo a seguir.</p>
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	<p>La crisis, el hambre por seguir adelante, si tú estás en una zona de confort posiblemente para ti emprender no es necesario.</p>
Gerson Rosenberg Sopó Montero	<p>El entorno familiar juega un rol importante.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados consideran que factores internos y externos influyen en la formación de emprendedores. Los factores internos como su conocimiento, su necesidad de mejorar su calidad de vida o sea sus circunstancias, van a influenciar justamente sus componentes actitudinales para poner nuevos negocios, su grado de motivación, y su grado de pasión. La crisis, el hambre por seguir adelante, si una persona está en una zona de confort, posiblemente emprender no va a ser necesario.

Los factores externos como el apoyo de la familia, es muy importante, o provenir de una familia que tenga emprendimientos exitosos y sean un modelo a seguir, las amistades, los docentes, ya que si no están bien capacitados en el área que van a enseñar, el sistema va a fracasar. El entorno cultural y social podría influir positiva o negativamente en el desarrollo de las capacidades emprendedoras. Si no existe una cultura de emprendimiento y de promoción de emprendimiento en una sociedad, aunque existan las ganas del emprendimiento y la formación adecuada, estas innovaciones y emprendimientos saldrían de esta sociedad, ese espíritu va a migrar. Un factor muy importante es el entorno en el que se desarrollan, que las personas tengan cubiertas sus necesidades, invita al emprendimiento; las oportunidades que ofrecen el mercado, las políticas y normas públicas, así como la competencia de otros proyectos de emprendimientos que pueden existir en el campo empresarial, van a influenciar en el emprendimiento. Por otro lado, el entorno macro, la situación económica, que no permite el acceso a las líneas de crédito, los aranceles que hay que pagar limitan el emprendimiento.

Tabla 133

Implementación de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo

<p>EXPERTO ENTREVISTADO</p>	<p>OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P12: ¿Considera posible la generación de un Modelo Formativo de Emprendimiento Prospectivo? ¿Cómo se puede implementar el modelo propuesto?</p>
<p>Hugo Marcos Calle Forrest</p>	<p>Sí, considero necesario establecer un programa de emprendimiento formativo prospectivo; porque esto va a permitir más que nada orientar, direccionar la educación a estos jóvenes de diferentes carreras a elegir una carrera para poder alcanzar el éxito.</p> <p>Se debe implementar este sistema de emprendimiento desde el órgano rector, es decir, el Ministerio de Educación, porque debería ser un pilar fundamental de la educación, en todas las áreas, porque no tenemos emprendimiento en todas las áreas, y tenemos emprendedores de diferentes categorías, luego se podría desarrollar carreras de emprendimiento en las universidades.</p> <p>La educación es una política de Estado, por lo que se lo debe proponer como un plan vital de emprendimiento en el Ministerio de Educación, que sería el encargado de establecer centros de formación de emprendimiento en zonas urbanas y rurales del país. No pueden ser los gobiernos seccionales porque la educación no es competencia de gobiernos seccionales; en los gobiernos seccionales se podría crear la Dirección de Educación, Cultura y Deporte, siempre y cuando el Ministerio de Educación lo permita, ya que los gobiernos seccionales no pueden involucrarse. Esto juega un rol político, ya que la educación es manejada directamente desde el gobierno, siendo los únicos que autorizan qué libros usar, entre otros.</p>

Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	Definitivamente debe ir acompañado de una intención institucional a través de la carrera o carreras que quieran promoverlo, alianzas y compromisos con la empresa privada, y el Estado.
Félix Eduardo Pilco del Salto	Es complejo pero posible. Todo se resume en el ejemplo, la experiencia, y el intercambio empresarial e institucional. Hacer cosas más complejas como salones de exposición, charlas con empresarios para exponer sus propuestas e ideas de proyectos; y de esa manera ir inculcando e incentivando el emprendimiento.
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Yo creo que sí, para ello habría que revisar el marco legal para que se articulen la educación media, la educación superior, las maestrías y los estudios de posgrado de tal forma que el producto final sea una persona preparada para hacer emprendimiento.
Whymper Adrián León Kuffó	Es posible, pero hay que ver quiénes son las personas, los asesores que generan estos modelos; deben tener conocimiento de la materia en la cual ellos están creando estos currículos. Además, debería ser un modelo completo, tú le enseñas a los chicos pero de dónde obtienen los recursos para lanzar esa idea de negocios, se necesitan líneas de crédito flexibles con los bancos, inversionistas ángeles; que cada colegio tenga una feria interna y al ganador un ente le financie la idea.
Rolando Xavier Farfán Vera	Sí, analizando prospectivamente los diversos escenarios con la medición de diferentes variables y tendencias desde el punto de vista numérico, contable, financiero de cifras que permita determinar el tamaño del mercado y cómo vamos a satisfacerse esa gran demanda de dicho servicio.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Sí, siempre y cuando vaya de la mano con docentes comprometidos con el modelo, hayan evaluaciones constantes del modelo, se hagan ajustes al modelo, y luego la rendición de cuentas para observar que tipos de resultados se obtuvieron con la aplicación de este modelo, para posteriormente de mejorarlo. Se podría aplicarlo a través de una buena dirección comprometida con el modelo, que se lo socialice, y hacer que los estudiantes respiren ese modelo, como en las grandes universidades de los Estados Unidos que se respira la cultura de emprendimiento y de investigación, y los estudiantes lo viven cada día.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Ese modelo no debe ser rígido, sino flexible porque debe actualizarse, modificarse según la globalización, lo que piden las nuevas cosas. Se puede implementar mediante la universidad, la gente que estamos ahí en la universidad podríamos armar un modelo básico que se vaya adecuando con los requisitos del mercado.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Sí, si es posible, el país lo necesita, lo está demandando, lo requiere. Si me preguntan a mí, el emprendimiento no debería ser una profesión o una carrera universitaria, sino que debería haber programas a las que accedan personas que no tengan la capacidad de pago de una educación formal; se lo podría implementar a través de auspicios de la empresa privada.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados consideran complejo, pero posible la generación de un Modelo Formativo de Emprendimiento Prospectivo que permita orientar, direccionar la educación para poder alcanzar el éxito. Para implementar el modelo propuesto, se debe saber que la educación es una política de Estado, por lo que la implementación de este sistema de emprendimiento, se la debe proponer como un proyecto vital, desde el órgano rector, es decir, el Ministerio de Educación. Se debe revisar el marco legal para que se articulen la educación media, la educación superior, y los estudios de posgrado de tal forma que el producto final sea una persona preparada para hacer emprendimientos. Además, debe ir acompañado de una intención institucional para promoverlo, alianzas y compromisos con la empresa privada, y el Estado; así como, una buena dirección comprometida con el modelo, que se lo socialice, para que los estudiantes respiren ese modelo, los asesores que generan estos modelos deben tener conocimiento de la materia en la cual ellos están creando estos currículos, y docentes comprometidos con el modelo. Además, debe ser un modelo completo, en el que se provean los recursos para lanzar esa idea de negocios, a través de líneas de crédito flexibles con los bancos, o de inversionistas ángeles.

Analizando prospectivamente los diversos escenarios, este modelo no debe ser rígido, sino flexible porque debe actualizarse, modificarse según la globalización; por lo que se requieren evaluaciones constantes del modelo, para que se hagan justes necesarios, y una rendición de cuentas para observar que tipos de resultados se obtuvieron con la aplicación de este modelo, para rediseñarlo continuamente. Por otra parte, deben haber programas a las que accedan personas que no tengan la capacidad de pago de una educación formal; estos programas deben brindar ejemplos, experiencia, e intercambio empresarial e institucional a través de salones de exposición, charlas con empresarios para exponer sus propuestas e ideas de proyectos, que mediante ferias de emprendimiento se financien los mejores proyectos; y de esa manera ir inculcando e incentivando el emprendimiento. Las universidades, a través de sus docentes, podrían armar un modelo básico que se vaya adecuando con los requisitos del mercado.

Tabla 134

Efectos de un modelo formativo orientado al emprendimiento para toda la vida

EXPERTO ENTREVISTADO	<p>OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”.</p> <p>P13: ¿Qué efecto tendría un Modelo Formativo orientado al Emprendimiento para toda la Vida en Ecuador?</p>
Hugo Marcos Calle Forrest	Este modelo sería realmente positivo, este tipo de modelo considero que debería ser permanente, ya que es un modelo a largo plazo, porque los resultados no son inmediatos y mediáticos sino a largo plazo. Uno puede

	<p>ver un emprendimiento bien desarrollado a largo plazo; no quisiera establecer límites porque habría que hacer un estudio, pero diría unos cinco años, ya que es lo que realmente dura una visión, y en el emprendimiento es lo mismo, tienes que proyectarte a través del tiempo.</p> <p>El efecto de este modelo sería que pensaríamos diferente, este país necesita de emprendedores para sobresalir, necesita de líderes emprendedores, bajo una teoría de cero líderes, es decir que todos desde nuestro propio campo de acción somos líderes.</p>
Gabriel Alberto Rodríguez Hidrovo	<p>El efecto sería muy positivo, el emprendimiento puede hacerse desde mi puesto de trabajo, desde mi casa, desde cualquier lugar, solo o acompañado.</p> <p>Todo este concepto debe ser promovido por instituciones especializadas y con el acompañamiento del Estado a través de ministerios, secretarías comisiones, e instituciones académicas que promuevan el crecimiento y desarrollo económico.</p> <p>Deben estar muy enfocados en que el emprendimiento es una de las herramientas para poder generar ideas, construir ideas, desarrollar empresas, crecer empresas obviamente eso desemboca en mayor productividad mayor ingreso y movimiento de flujo en la economía, generación de empleo, siendo un sistema que iría mejorando la condición de vida de los ecuatorianos.</p>
Félix Eduardo Pilco del Salto	<p>No significa que todo el mundo tiene las ganas de emprender, todos tienen el sueño de ser emprendedores, empresarios. Además, sería absurdo, utópico porque si todo mundo fuera un emprendedor no hubiera gente con quién trabajar, partamos de aquello.</p> <p>Entre los efectos que tendría una cantidad importante de emprendedores, está la generación de trabajo, que a su vez generaría riqueza y beneficiaría al país.</p>
Fátima Estafanía Cunalema Pozo	No aplica
Xavier Antonio Mosquera Rodríguez	Yo creo que sería muy positivo, desde el punto de vista de que se generaría en el país un círculo virtuoso de nuevos emprendedores y nuevos emprendimientos, que ayudarían a fortalecer el desarrollo de la economía nacional.
Whymper Adrián León Kuffó	<p>La riqueza se genera a nivel micro, generaría una fuente continua de ingresos para el país, o hablando de flujo circular entre los <i>households</i>, y los mercados de productos y recursos.</p> <p>Podríamos llegar hasta una economía de empleo pleno en la cual toda la economía, todas sus personas tengan una plaza de empleo asegurada, que todos los recursos que se están enviando a través de un modelo emprendimiento pleno, que todos los recursos que generan las economías, sean invertidos de nuevo en el sistema, esto genera nuevos ingresos para el país, vuelves a generar recursos, los compran nuevamente los households, los households invierten de nuevo en el sistema, entonces esto generaría una economía plena, en la cual puede existir empleo pleno, en la cual al haber empleo va a haber más inversión, y al haber más inversión tienden a bajar los costos y el Estado genera renta.</p> <p>Mientras a nivel macro no se hayan creado las condiciones para motivar al nivel micro a invertir, es una utopía.</p>

Rolando Xavier Farfán Vera	Un modelo formativo que se va a aplicar a todo nivel, en el que permanente nuestros estudiantes, nuestro jóvenes van a ser capacitados a través de centro de estudios, adquiriendo conocimientos y aptitudes, así como actitudes competentes para desarrollar negocios, eso va a permitir a él, a ella, a su familia, a su prójimo, a su ciudad, a su país, generar más ingresos, mejorar la economía a todo nivel.
Rosa Inés Carrasco Reyes	Sería fantástico porque permitiría que más personas se arriesguen a emprender, no por necesidad sino porque les gusta.
Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda	Sería positivo siempre y cuando ese modelo se ejecute, de resultados y aporte a la sociedad, aporte el gobierno, y aporte de alguna manera al crecimiento del país.
Gerson Rosenberg Sopó Montero	Sería muy positivo, ojalá lo ejecuten en algún momento, porque es como educar a un niño, si se les inculca el emprendimiento desde corta edad, inclusive muy posiblemente cuando este en edad mayor no tenga que ver tanta formación. Si logramos formar una cultura emprendedora desde cortas edades, el resultado va a derivar en que en algún momento el país mejore.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a expertos (2016)

Los expertos entrevistados consideran que un Modelo Formativo orientado al Emprendimiento para toda la Vida en Ecuador, tendría efectos positivos a largo plazo porque el emprendimiento tiene que proyectarte a través del tiempo; este modelo haría que pensemos diferente, bajo una teoría de cero líderes, todos desde nuestro propio campo de acción seremos líderes, desde mi puesto de trabajo, desde mi casa, desde cualquier lugar, solo o acompañado. Este modelo, siempre y cuando se ejecute, de resultados y aporte a la sociedad, aporte el gobierno, y aporte de alguna manera al crecimiento del país; permitiría que más personas se arriesguen a emprender, no por necesidad, sino porque les gusta. Al desarrollar negocios, eso va a permitir al emprendedor, a su familia, a su prójimo, a su ciudad, a su país, generar más ingresos, mejorar la economía a todo nivel. Dos de los expertos entrevistados, consideran este modelo utópico; ya que todos tienen el sueño de ser emprendedores, pero no todo el mundo tiene las ganas de emprender, de ser así, se llegaría a una economía de empleo pleno, o no habría gente con quién trabajar porque todos son emprendedores.

Si se logra formar una cultura emprendedora desde cortas edades, el resultado va a derivar en un círculo virtuoso de nuevos emprendedores y nuevos emprendimientos, que harán que en que en algún momento el país mejore; ya que el emprendimiento es una de las herramientas para poder generar ideas, construir ideas, desarrollar empresas, tener mayor productividad, mayor ingreso y movimiento de flujo en la economía, generación de empleo, siendo un sistema que iría mejorando la condición de vida de los ecuatorianos, dado que la generación de trabajo, a su vez genera riqueza y beneficia al país, al promover el crecimiento y desarrollo económico.

7.3 Análisis Interpretativo

Para el análisis interpretativo se aplicó el método cualitativo bajo la técnica de entrevistas en profundidad. Como universo, se estableció a los graduados de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG), por una razón fundamental:

- Se graduaron en emprendimiento en la única Carrera de Emprendimiento en Ecuador registrada en la SENESCYT.

La selección del grupo objetivo se hizo sin necesidad de representatividad, de tal modo que se abarcara un conjunto de personas de interés para el estudio. El cuestionario se elaboró a través de líneas de discusión planteadas como preguntas abiertas. Se procuró que las líneas de discusión sean coherentes con los temas de esta investigación. El personal de campo recibió instrucciones específicas del estudio y se lo capacitó en el uso correcto del cuestionario de la entrevista. Luego, se realizó una entrevista piloto para corregir posibles fallas técnicas o humanas que imposibiliten la aplicación definitiva. El procedimiento para la realización de la entrevista en profundidad se dio de la siguiente forma:

- En oficina se revisaron todas las grabaciones, a medida que fueron realizadas, para detectar errores u omisiones fácticas, y aplicar las correcciones o mejoras en la siguiente entrevista. En este caso, a las preguntas que no fueron discutidas con los entrevistados, sea porque el tema no era pertinente a su conocimiento o experiencia, o porque fue omitido, se colocó la frase “no aplica” en el tratamiento de la información.
- La metodología expuesta permitió reunir las mejores condiciones para la transcripción y el tratamiento analítico de la información.
- La información se estructuró en tablas para su posterior interpretación y análisis crítico.
- Se plantearon conclusiones por pregunta.

7.3.1 Descripción de la Entrevista En Profundidad

Partiendo de la premisa, que el emprendimiento se fundamenta en actitudes, y dichas actitudes pueden ser aprendidas a lo largo de la vida [revisado ampliamente en los capítulos uno y dos]. Se aplicó el método cualitativo bajo la técnica de entrevistas en profundidad a graduados de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG). Para lo cual, se utilizó un modelo semi-estructurado de cuestionario etnográfico compuesto de 27 preguntas distribuidas en cuatro secciones.

Este análisis se enfoca en los patrones culturales de los educandos. A través de las entrevistas en profundidad a los graduados, se busca describir los procesos de acompañamiento, las causas del emprendimiento y las mejores condiciones para emprender. Para esta fase del estudio, se determinó un tema del cual se desplegó una interrogante, a la que se estableció un objetivo de validación del modelo (Tabla 135).

Tabla 135

Interrogantes del trabajo para el análisis interpretativo

TEMA	INTERROGANTES	OBJETIVOS DE VALIDACIÓN
Desarrollo de procesos de prealimentación y retroalimentación continuos que fomenten la aplicación de competencias emprendedoras en cada uno de los aspectos de la vida.	¿Cómo son vividos por los graduados los procesos de seguimiento, evaluación y adaptación permanente de competencias emprendedoras que promuevan la ejecución de emprendimientos de calidad y acciones emprendedoras en general?	Describir el proceso de acompañamiento que se realiza a los graduados de la Carrera de Emprendimiento, además de esclarecer las causas del emprendimiento y las mejores condiciones para emprender según su experiencia.

Fuente: Elaboración propia a partir de las preguntas de investigación

Los resultados de esta fase del estudio aportan al desarrollo del objetivo específico tres de esta tesis, así como al quinto objetivo de validación de este modelo, mediante el desarrollo y contraste de la interrogante del trabajo. Al evaluar este grupo, se podrá saber las causas del emprendimiento y las mejores condiciones para emprender de acuerdo a los graduados de la Carrera de Emprendimiento que hoy cuentan con su propio negocio. Los resultados obtenidos permitirán determinar estrategias prospectivas de emprendimiento en la línea de educación, aportando al fortalecimiento de una cultura de emprendimiento e innovación que lleve a Ecuador a desarrollar emprendimientos de calidad, sostenibles a largo plazo e internacionalizables.

7.3.2 Muestra

Para el análisis interpretativo se abarcó un conjunto de personas de interés para el estudio sin necesidad de representatividad. El criterio utilizado para la selección fue que los sujetos o participantes sean graduados de la Carrera de Emprendimiento, que hayan emprendido, y que al momento de la entrevista sus emprendimientos estuvieran en normal funcionamiento (Tabla 136). El método de muestreo aplicado fue un muestreo de conveniencia empleando un “Muestreo por Cuotas”, por lo que los entrevistados recayeron en diferentes cohortes de acuerdo a su fecha de ingreso a la Carrera y a su fecha de graduación. El número de entrevistas se limitó a diez porque

las respuestas eran muy similares. Posteriormente, la información fue organizada y presentada en tablas para realizar su interpretación y análisis.

Tabla 136

Perfil de los emprendedores graduados y descripción de sus emprendimientos

GRADUADO ENTREVISTADO	PERFIL DEL EMPRENDEDOR	DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO
<p>Manuel Antonio Toro Jaramillo</p>	<p>Tiene 25 años de edad. Se graduó en el año 2015, en la décimo primera promoción de la Carrera de Emprendimiento. Labora en una empresa familiar, que es un estudio contable, donde los dueños son su tío y su abuelita; ese trabajo le permite darse tiempo para llevar su emprendimiento adelante.</p>	<p>La idea de este emprendimiento nace en el año 2015, cuando trabajaba para una compañía que importaba productos para policías y fuerzas armadas; en un viaje a Panamá tuvo contacto con un importador que le dio la posibilidad de representar marcas deportivas, como: <i>Nike, Adidas, Under Armor</i>; para esto bosquejaba un negocio relacionado al deporte, porque es deportista; así nació la idea que actualmente es "Mía Sport" que se dedica a la venta de calzado deportivo para básquet, fútbol, para trotar o para usarlo con ropa deportiva.</p> <p>"Mía Sport" es una tienda en línea que atiende el nicho orientado al deporte del baloncesto, el cual está dirigido a deportistas de baloncesto, ofreciéndoles zapatos exclusivos de jugadores de la NBA, correspondiente a un target medio a medio alto, porque son zapatos de un valor que oscilan entre 150 y 180 USD. Este emprendimiento nació exactamente el 15 de enero de 2016, cuando obtuvo la representación de las marcas, tuvo contacto con los proveedores, e hizo sus primeros pedidos; destaca que cuando se empieza un emprendimiento, los primeros en comprarte son tus papás, tus amigos, tus tíos. El internet da bastantes ventajas para atacar porque brinda muchos métodos para promocionarse y es mucho más barato que tener un local. "Mía Sport" trabaja bajo pedido, entonces como máximo tiene de 5 a 10 pares de zapatos en stock, aunque es poco, el negocio se maneja bajo pedido y por confianza, bajo referencia, quien compra es la referencia para sus amigos y redes sociales, haciendo una cadena.</p> <p>Actualmente, "Mía Sport" ejerce sus actividades como persona natural aunque se quiere sacar un RISE para ver cómo va este primer año, y según el rendimiento, hacer declaraciones más fuertes para manejar todo el tema tributario, cuya asesoría es recibida por su abuelito, quien es el contador que le brinda el asesoramiento. A futuro se quiere que sea una empresa que cubra las necesidades de ciertos deportes como el baloncesto, <i>tennis, volley</i>, y otros que no están cubiertos actualmente, se quieren traer zapatos de ciertos jugadores extranjeros, cada jugador tiene su marca y su zapato, entonces como admirador o fan de un Kobe Bryant o Michael Jordan usas su zapato</p> <p>"Mía Sport" no tiene empleados sino socios o ayudantes, por ejemplo, en la parte tributaria y comercial lo ayuda su abuelito, él se encarga de todo lo que es logístico, ir a ver la mercadería, a veces entregarla, un mi primo se encarga del</p>

		<p>despacho, además de emprendedor está en el área de cobranzas; y un socio directo, que está inyectando un pequeño capital para tener stock en todo lo que es camisetas deportivas de Nike, Adidas y Under Armor, una nueva línea en la que está incursionando. La sociedad se realizó con un buen amigo mío, quien no es un prestamista, ni un; él pone dinero, como emprendedor le explica el modelo de negocio, y el socio gana un porcentaje de la utilidad, que es variable, un 5% un día otro día un 15%, es un porcentaje diario por venta de camisetas, que le permite recuperar su inversión más un porcentaje, según las camisetas vendidas; de esta manera pierden o ganan los dos, su dinero va a seguir dando vueltas mientras él quiera, si él quiere sacar su dinero, hay una cláusula en que va a tener una penalidad por sacar su dinero antes de tiempo. El ciclo de venta de un lote de importación es de alrededor de 4 meses, hasta recuperar el capital, e importar un nuevo lote.</p>
<p>María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez</p>	<p>Ma. Dolores tiene 24 años y Juan tiene 25 años. Terminaron la Carrera de Emprendimiento en el año 2012 y se graduaron en el año 2013. Cuando terminaron la carrera, Juan laboró en una empresa de facturas electrónicas durante 6 meses, y María Dolores trabajó en dos empresas del sector Industrial, pero decidieron dejar de sus trabajos y dedicarse a su emprendimiento.</p>	<p>El emprendimiento tiene como nombre “Metodología CISU, Creando Innovadores Start-Ups”, nació a través de la participación en un ejercicio, Juan no quiso complicarse con un proyecto tan grande y creó la metodología CISU que fue posteriormente validada en distintas universidades de Ecuador, Argentina, y Colombia; cuando le presentó la metodología a María Dolores, ella vio su potencial para ayudar a conceptualizar ideas a la comunidad emprendedora, a través de ideas de negocio totalmente disruptivas, que no sean las mismas innovaciones incrementales; donde la innovación incremental, no es nada más que la mejora continua, pero sigue con cambios mínimos en el mismo esquema, mientras que la innovación disruptiva, son creaciones que salen totalmente de lo tradicional, por ejemplo, con el uso de geolocalización, o mediante negociaciones directas entre el vendedor y el comprador, sin comisiones, sino a través de la valorización de la aplicación, conocidas como una “empresa unicornio”, fundada por equipos pequeños de alrededor de tres emprendedores, en la cual se invierte mucho dinero en marketing, pero está valorada en más de 1 billón USD.</p> <p>“Metodología CISU, Creando Innovadores Start -Ups” no tiene más de 5 meses, en el mes de agosto se desarrolló la página web, la cual fue terminada en Septiembre de 2016. A través de la metodología CISU de emprendimiento colaborativo, los emprendedores se registran en www.metodologiacisu.com, y acceden a un video que explica la metodología CISU para que desarrollen su idea. Cuando Juan y María Dolores eran estudiantes, solo les decían que tenían que realizar un proyecto, pero no les brindaban ayuda para conceptualizar la idea, encontrándose con vacíos de cómo realizarlo, así se vio la factibilidad de este proyecto, donde la metodología CISU está ayudando a que los emprendedores puedan desarrollar su idea y transformarla en una idea de negocio.</p> <p>Este emprendimiento es una hibridación, porque la</p>

		<p>Metodología Cisu no es una empresa, es una herramienta metodológica, la cual la manejan como personas naturales. El enfoque de ganancia, por decirlo así, se genera a través de los aliados y brindando consultoría a clientes. La valorización de la metodología está creciendo, ya que está siendo usada por sus colaboradores en Colombia, "Pixel Group" y "Solo Innova". Juan y María Dolores, como creadores de la metodología, trabajan con los emprendedores de "Solo Innova", donde después de un diagnóstico individual aplicando la metodología, ven que necesitan. Actualmente, buscan que más instituciones privadas o públicas utilicen esta herramienta para que su valorización siga creciendo. Como no pueden registrar una idea, la metodología está registrada como una obra literaria; más adelante se podría crear una empresa consultora que sea quien maneje la herramienta.</p> <p>Cuentan con su aliada Andrea Gómez, que trabaja en Colombia, quien los ha ayudado en temas de la aplicación de la metodología en sus emprendimientos a través de "Solo Innova", "Pixelin" que es la empresa desarrolladora de la página web y la explicación de la metodología, y todos los colaboradores que aportan artículos de interés, fruto de su aprendizaje y conocimientos, no solamente en temas de emprendimiento e innovación, sino con experiencias emprendedoras reales, casos reales en los que han trabajado, en los que han luchado para sacar adelante su emprendimiento, entre ellos, Fátima Cunalema ha aportado con el tema disruptivo de emprendimiento con una opción de inclusión, de esta manera, semanalmente se van agregando ciertos colaboradores, aliados que los van ayudando y que les permite irse convirtiendo en una comunidad.</p>
<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>Tiene 24 años. Terminó la Carrera de Emprendimiento en enero de 2016 y se graduará en diciembre de este año. Está enfocada en su emprendimiento que brinda capacitación y consultoría en desarrollo personal y emprendimiento, pero paralelamente da asesoría a una empresa.</p>	<p>El emprendimiento se llama "Evo Ideas", que significa "Evolución de Ideas". La idea nació desde que tenía 10 años, edad en la que ya aconsejaba y brindaba amor a personas de 25 a 30 años. Para Tania, cada persona tiene una misión de vida importante y su misión de vida tiene que ver con ayudar a las personas, darles consejos y motivarlas. Muchas veces veía personas desmotivadas que parecían no saber qué hacer con su vida, en qué creer o cómo innovar algo; por lo que notó que la parte de desarrollo personal como tal, no estaba bien vista, la gente no le daba la importancia que debería, cuando es muy importante porque esto involucra tener un equilibrio en su vida, tanto para poner una empresa, como para estar bien consigo mismo.</p> <p>Desde la edad de 12 años hasta la actualidad ha estudiando <i>coaching</i>, lenguaje corporal, desarrollo humano, y examinación poligráfica, ya que considera que cuando se enseña a otras personas hay que estudiar y nunca dejar de hacerlo. Estudió emprendimiento porque ayuda a las personas a emprender, y al mismo tiempo, estudió <i>coaching</i> porque ayuda a las personas a empoderarse en su desarrollo; encontrando dos carreras afines con propósito de vida, que convirtió en su misión. De toda esta problemática nació "Evo</p>

		<p>Ideas”, y el nombre nació en un <i>campus party</i>; sus servicios incluyen desarrollo personal, asesoramiento a empresas en la contratación de personal, la realización de conferencias, capacitaciones, y seminarios.</p> <p>“Evo Ideas” opera como persona natural, pero ya está siendo formalizada como empresa, y de esta manera ampliar sus áreas a través de una cartera de servicios. El personal está compuesto de Tania, como emprendedora y capacitadora, una persona de diseño, y otra persona adicional. Además, trabajan con pasantes y personas que buscan desarrollarse y crecer profesionalmente ayudando en el área logística, armando los eventos, también tienen alianzas estratégicas con otras empresas de capacitación para hacer seminarios en conjunto.</p>
Raisha Lisseth Burgos Zambrano	<p>Tiene 26 años. Se graduó en la Carrera de Emprendimiento en el año 2015. Renunció a su trabajo en Migración del Gobierno del Ecuador para dedicarse a su emprendimiento, ahora que ya lo tiene un poco más encaminado, está buscando un trabajo para complementar su desarrollo profesional.</p>	<p>Su emprendimiento, “Mom’s Restaurant”, nació en diciembre de 2015, y la razón de su nombre es porque es corto, fácil de recordar, y sepa o no inglés va a ser fácil de pronunciar, además que para Raisha el ambiente familiar es muy importante. En sus inicios solo ofrecían desayunos americanos, <i>pancakes</i>, <i>waffles</i>, crepas, y ahora ya tienen dos opciones más de desayunos ecuatorianos con plátano como enfoque principal, además de almuerzos.</p> <p>“Mom’s Restaurant” fue inspirado en “IHOP” de Estados Unidos, a Raisha siempre le rondó en la cabeza la idea de algo diferente en Ecuador; ya que el ecuatoriano típico, y sobre todo el guayaquileño, quiere reunirse en la mañana, y hay pocos lugares decentes para desayunar, porque la mayoría son lugares sin un buen ambiente donde venden ceviches, encebollados, y cosas así. En base a eso, le gustaba la idea de traer los desayunos americanos a Ecuador, y crear un ambiente para reunirse en familia o entre amigos, especialmente en la mañana; los platos son un poco más ecuatorianos, porque dentro de la familia, los niños adoran los desayunos americanos, pero el papá no, entonces “Mom’s” atiende a todos.</p> <p>“Mom’s” se desarrolla como una persona jurídica. Actualmente cuenta con dos empleados, aunque empezó con cuatro, adentro es donde más se necesitan personas porque entran pedidos, hay platos sucios, y se necesita mantener la limpieza; afuera no hay mesera en este momento, por lo que es necesaria una persona más. Entonces, el emprendimiento empezó con cuatro, actualmente hay dos, pero el mínimo serían tres personas.</p>
Mario Alberto Redrován Escobar	<p>Tiene 25 años. Se graduó en la Carrera de Emprendimiento en el año 2014. Trabajó tres años con un tío en el área automotriz y posteriormente</p>	<p>Su emprendimiento se llama “MarMotors”, inició el 18 de Agosto de 2016, “Mar” viene de su nombre Mario y “Motors” es una manera de globalizar los repuestos a través del motor. Al principio trabajó en el área contable de una empresa, pero definitivamente se dio cuenta que no era lo suyo; como siempre le llamó la atención el tema de los repuestos, de servicio al cliente, y de la mecánica automotriz trabajó en el área automotriz durante seis años. Desde ese entonces su idea siempre fue emprender un negocio relacionado al sector</p>

	<p>trabajó dos años en Mavesa, hasta que hace tres meses renunció para dedicarse por completo a su emprendimiento.</p>	<p>automotriz, específicamente de repuestos, para lo cual necesitaba adquirir experiencia y crear una red de clientes para después emprender, porque considera que no es de coger y lanzarse así nomás al ruedo del emprendimiento, más aún si se es nuevo en el área. Primero, trabajó para un tío que cuenta con un local de repuestos de la línea Chevrolet, y un “tecni-centro” multi-marcas; y después, trabajó en Mavesa, una gran empresa automotriz. Mario tenía planificado empezar a sus 30 años con su emprendimiento, pero se dio el momento de hacerlo mucho antes. Actualmente lleva a cabo sus actividades comerciales como persona natural, pero tiene pensado, cuando cumpla 30 años, dedicarse netamente a la importación de repuestos como persona jurídica. En estos últimos días ha estado un poco lleno de trabajo, por lo que ya siente la necesidad de alguien más que lo ayude en el negocio.</p>
<p>Daniela Belén Muñoz Salinas</p>	<p>Tiene 24 años. Se graduó en la Carrera de Emprendimiento en el año 2015. No labora en ningún lugar a parte de su emprendimiento.</p>	<p>Su emprendimiento se llama “Vinilizarte”, aunque al principio se llamaba el Arte del Corte y lo cambió porque las personas pensaban que era un lugar de costura o algo así, buscó un nombre que se asocie al vinil y lo fusionó con la palabra arte del nombre anterior.</p> <p>La idea de negocio nació un día que decidió hacer algo en su dormitorio, como era fanática a muerte de R.K.M. y Ken-Y los hizo en su pared, tomó una foto de su dormitorio decorado y la subió a Facebook, la gente comenzó a comentar y pensó que si lo hacía en su dormitorio, lo podía hacer en otro lado. Investigó en Google, puso “vinil en casa” y descubrió que es una tendencia con bastante tiempo en Europa y que en Argentina tiene mucha acogida. Le gustó todo eso y comenzó con un mini catálogo en Facebook, lo subió y la gente lo aceptó. El concepto de Vinilizarte es vinilizar a las personas, personalizando y renovando sus espacios: oficina, sala, dormitorio, cocina, con vinilos decorativos, que son artes gráficas en vinil adhesivo, y darle un ambiente; manejan toda la línea de vinilos: impresos, cortados, foto murales, y otros.</p> <p>Sus papás se dedican a la decoración vehicular con vinil adhesivo, pero a ella la línea vehicular no le llamaba la atención. En el negocio de su papá aprendió el manejo de varios programas de diseño y de máquinas que le sirven para llevar a cabo su emprendimiento; posteriormente tomó un curso básico de diseño y siempre está actualizándose en temas de diseño de interiores y de ambientes en general.</p> <p>En el año 2011, comenzó trabajando a domicilio, sin puntos de venta y hace quince meses decidió con su socio, Edgar, abrir una oficina, más que todo como un punto de confianza para el cliente. Vinilizarte opera como una persona natural porque el costo de hacerlo jurídica les parece terrible. El negocio ha crecido bastante, en relación a años atrás que todo lo manejaba Daniela. Su socio Edgar es quien hace la parte comercial, de ventas, y ella está encargada de la producción y la parte administrativa. Tienen algunos proyectos por realizar para seguir expandiendo su negocio.</p>

<p>Gustavo Xavier Suárez Martínez</p>	<p>Tiene 32 años, se considera un <i>sorprendedor</i> joven y muy emprendedor. Se graduó en la Carrera de Emprendimiento en el año 2014. Se dedica por completo a desarrollar su emprendimiento porque cree fervientemente que su emprendimiento puede mejorar la vida de muchas personas. Ocasionalmente brinda sus servicios prestados en proyectos de de redes tecnológicas.</p>	<p>Su emprendimiento se llama "Netfaster", aunque estemos en un país de habla española, escogió ese nombre por ser conciso y fácil de pronunciar. "Netfaster" brinda servicios de internet banda ancha, a sectores desatendidos en el cantón Durán de la provincia del Guayas, donde es muy difícil que las grandes operadoras como Claro, Movistar, Tv Cable, CNT, entre otras, lleguen y satisfagan a dichas personas, que al igual que otras personas, tienen muchas necesidades de acceder a internet porque trabajan, hacen tareas y requieren tiempo de ocio.</p> <p>El 26 de septiembre de 2009 comenzó con el plan "Netfaster", en aquella época tenía un <i>cyber</i> y para poder cubrir sus costos operativos, consiguió que los clientes que iban todos los días al cyber, se engancharan con el servicio desde sus casas. Gustavo considera que no fue nada fácil en verdad, pero con una buena actitud pudo lograr vender su servicio.</p> <p>El emprendimiento es ejercido como persona jurídica porque así lo demanda este medio para poder seguir creciendo y ser reconocido; es básicamente una estrategia de confianza para que sus usuarios se sientan seguros, porque no es fácil llegar hasta estos lugares. No tiene empleados sino colaboradores, son dos personas que realizan su trabajo con esfuerzo para ganar el día a día, así todos tienen un crecimiento personal y laboral.</p>
<p>Jonathan Alexander Rojas Reyes</p>	<p>Tiene 26 años de edad. Se graduó en la Carrera de Emprendimiento en el año 2015. Tiene su propio negocio y no labora en otro lugar.</p>	<p>Su emprendimiento, "Cosolem Soluciones Empresariales", se encarga de la distribución de papel A4, venta y alquiler de equipos multifuncionales como fotocopiadoras, y asesorías empresariales en el área de diseño gráfico, digitación, y programación de <i>apps</i>. El emprendimiento nació en el año 2012, aunque este tipo de negocios no es nuevo, para Jonathan, un emprendedor siempre tiene que ver ideas que estén en el mercado y tratar de mejorarlas.</p> <p>Jonathan trabajó en este tipo de área y aunque trató de modificar y mejorar el concepto, como trabajador sus recomendaciones no estaban bien vistas ni eran tomadas en cuenta, así que cansado de no poder mejorar su función, decidió hacerlo por su propia cuenta. Su necesidad primordial es la auto superación, una razón de auto mejora, de sobresalir con la actitud y conocimientos que había adquirido en la universidad, de día a día abrir el negocio, madrugar y cerrar tarde, muchas veces no dormir, y tratar de conseguir una estabilidad económica y social.</p> <p>Actualmente, "Cosolem" es una persona jurídica, pero durante cuatro años el emprendimiento se llevó a cabo como persona natural; cuenta con un socio, que es su mano derecha, y tiene a cargo seis personas.</p>

<p>Erick Lenin Tigrero Villón</p>	<p>Tiene 28 años de edad. Se graduó en la Carrera de Emprendimiento en el año 2016. Tiene su propio negocio y no labora en otro lugar.</p>	<p>Su emprendimiento es “Electro Hogar”, el cual se dedica a las ventas al por menor y al por mayor de electrodomésticos de línea blanca; todo lo que tiene que ver con licuadoras, ollas arroceras, cosas pequeñas que se implantan en el hogar. El negocio nació en el año 2010, mi novia, mi esposa en la actualidad, traía lo que es la línea blanca, posteriormente se dio la oportunidad de buscar un local, ponernos todo lo que es la línea de electrodomésticos, a los que su familia ya se dedicaba, de ahí coger un poco de práctica sobre el negocio, y después de eso ya tomé la decisión de emprender yo sólo. Aún trabajo como persona natural, pero en dos meses ya seré persona jurídica; cuento con dos locales, donde trabajan dos empleados en cada uno.</p>
<p>Jenniffer Estefanía Chora García</p>	<p>Tiene 23 años de edad. Se graduó en la Carrera de Emprendimiento en el año 2013. Tiene su propio negocio y ayuda a sus padres en sus negocios familiares.</p>	<p>Su emprendimiento nació como tema de trabajo de titulación en el año 2013 con el nombre de “<i>Organic Life</i>”, pero actualmente se llama “OWEI”. Se dedica a la producción y comercialización de productos orgánicos de consumo masivo bajo la marca de “<i>Life Choice</i>”, “Paccari”, entre otros; tales como <i>snacks</i> saludables, leche de almendras, jugos desintoxicantes o detox. Cuenta con un local en Babahoyo, y distribuye a diferentes puntos de venta en la provincia de los Ríos, la promoción y ventas se realiza a través de redes sociales. Los jugos detox por ser altamente perecibles, 5 días, solo se entregan a domicilio bajo pedido.</p> <p>La idea se desarrolló porque necesitaba un tema para graduarse, en esa época estuvo muy inmersa en el tema de la salud; y en un viaje al exterior tuvo la oportunidad de aprender cómo se desarrollaba todo el tema de los jugos detox y su impacto en la salud. Mientras realizaba su trabajo de titulación, los estudios de se dio cuenta que la industria iba a crecer y que este podría ser su negocio a futuro. Cuando inició a penas tenía un competidor importante y actualmente hay más competidores.</p> <p>OWEI es una <i>startup</i>, que funciona como empresa natural; la misma se encuentra en su segundo año y espera convertirse en persona jurídica al año cinco. Actualmente cuenta con tres colaboradores, uno en el área de marketing, otro en la planta, y otro en el área de entregas.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

7.3.3 Ficha Técnica

La Tabla 137 detalla la técnica de recogida de datos que se aplicó en esta etapa. Esta ficha indica el tipo de estudio que se realizó. Además, describe la técnica empleada, su justificación, y estructuración. Asimismo, puntualiza las características del grupo objetivo, en el orden de: sexo, rol que ocupan, y condición para ser considerados parte del estudio. Adicionalmente, establece el universo, así como la muestra aplicada, junto con sus especificidades. Finalmente, determina la fecha del estudio de campo y el alcance del mismo.

Tabla 137*Ficha técnica del análisis interpretativo*

Tipo de Estudio	Cualitativo
Técnica	El método de recolección de información fue la entrevista en profundidad, cara a cara, de tipo individual, biográfica, y semi-estructurada. Se utilizó un cuestionario etnográfico compuesto de 27 preguntas abiertas distribuidas en tres secciones. El banco de preguntas que se utilizó tiene relación a las preguntas de investigación planteadas en el capítulo uno de este trabajo de investigación.
Grupo Objetivo	Hombres o mujeres, graduados de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, que hayan emprendido, y que al momento de la entrevista sus emprendimientos estuvieran en normal funcionamiento. Además, tienen un rol importante en la comunidad, están dispuestos a cooperar, poseen una alta capacidad de comunicación, son imparciales, no son demasiado analíticos, y entienden el propósito de la investigación.
Universo	Hombres o mujeres, graduados de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, que hayan emprendido, y que al momento de la entrevista sus emprendimientos estuvieran en normal funcionamiento.
Muestra	El método de muestreo aplicado fue un muestreo de conveniencia empleando un "Muestreo por Cuotas", por lo que los entrevistados recayeron en diferentes cohortes de acuerdo a su fecha de ingreso a la Carrera y a su fecha de graduación. La muestra dentro del enfoque cualitativo se limitó a diez entrevistas en profundidad porque a partir de la quinta entrevista las respuestas eran cada vez más similares.
Fecha de Campo	De enero a junio de 2016
Alcance	Describir los procesos de acompañamiento, las causas del emprendimiento y las mejores condiciones para emprender por medio de entrevistas en profundidad a graduados de la Carrera de Emprendimiento que han emprendido negocios.

Fuente: Elaboración propia a partir de la propuesta metodológica

7.3.4 Resultados

La presentación de los resultados se realizó mediante tablas temáticas que relacionan las preguntas planteadas con los objetivos de la investigación. Cada tabla contrasta las opiniones de cada experto, en relación a cada tema de discusión desarrollado a modo de pregunta. Al final de cada tabla se realiza un análisis crítico de la información recopilada. Para ello, los resultados se presentan mediante 18 tablas estructuradas de la siguiente manera (Tabla 138):

Tabla 138*Estructura del cuestionario para las entrevistas en profundidad a expertos*

Sección	Preguntas	Descripción
1	10	Información preliminar con enfoque de estudio de caso, para conocer el perfil de los entrevistados en calidad de emprendedores y la descripción de sus emprendimientos. [Las síntesis de las diez preguntas se presentaron en una tabla en la especificación de la muestra.]
2	9	Temas amplios y variados para que los graduados emprendedores entrevistados aportaran en la identificación de una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores.
3	1	Tema indirecto dirigido a determinar la organización de las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a los diferentes rangos de edades de los educandos.
4	7	Temas enfocados en la evaluación del “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”.

Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario para las entrevistas en profundidad a graduados

Las entrevistas en profundidad se realizaron cara a cara en los hogares y en los lugares de trabajo de los entrevistados. El análisis e interpretación de los datos se hizo analíticamente, utilizando papel y pluma para realizar notas, formularios para guiar los temas de discusión, una grabadora de voz para el registro mecánico de la entrevista, y un computador portátil para la transcripción y análisis de la información. Consecutivamente, se realizó una transcripción natural (*clean verbatim*) de las 27 preguntas discutidas, en cuyo proceso se constató que las entrevistas tuvieron un rango superior de duración de una hora y media, y un rango inferior de duración de media hora. Luego, a través del análisis temático transversal, los patrones recurrentes fueron codificados línea por línea de manera manual por la autora. En el capítulo de las conclusiones, los hallazgos serán triangulados y cruzados con la revisión crítica de la literatura y la descripción del contexto para ser comparados y analizados en su conjunto. A continuación se presentan las preguntas de investigación, correspondientes a las secciones dos, tres y cuatro, que fueron realizadas a los graduados, la síntesis de sus respuestas individuales, seguido de un análisis general.

Tabla 139

Retos para emprender un negocio propio

<p>GRADUADO ENTREVISTADO</p>	<p>OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P1: ¿Qué fue lo más difícil que tuviste que superar para emprender tu negocio?</p>
<p>Manuel Antonio Toro Jaramillo</p>	<p>El factor “dinero” y el factor “actitud” fue lo más difícil que me tocó superar. Tuve que salir de mi anterior trabajo, estaba endeudado con la representación de la marca, y al comienzo es complicado, no vendes, nadie te escribe ni te llama; y por otro lado crees que tú no eres bueno y no vas a poder superarte, hasta que yo mismo agarré confianza, y empecé a incrementar el nivel de ventas, supe que era bueno y que puedo ser mejor, yo mismo dije si voy a estar negándome, no voy a poder seguir adelante, tengo que buscármela como yo pueda y ya está.</p>
<p>María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez</p>	<p>Lo más difícil que tuvimos que superar fue la parte tecnológica, cuando nosotros quisimos implementar y desarrollar la metodología a través de una plataforma tecnológica buscamos opciones en Ecuador, buscamos muchas opciones en Guayaquil, Quito, Cuenca, pero nos cerraron puertas al decirnos que no tenían tiempo, o que no sabían lo que queríamos. Nosotros estamos haciendo una maestría en innovación y emprendimiento, gracias a Dios tuvimos la oportunidad de realizarla, hemos tenido muchos contactos, el networking con personas de otros lados te abre la mente muchísimo, y encontramos la empresa “Pixelin” en Colombia, unos grandes amigos que nos han ayudado muchísimo en el desarrollo; y ellos en cuestión de 5 minutos nos dieron la solución, nos ayudaron y desarrollaron la metodología en un lapso de un mes y con excelentes resultados; con esto no digo que el trabajo de Ecuador no funciona, pero hay que estar un poco más preparados para atender a nuestros clientes, porque con esto ya perdieron un cliente, y después hablamos que no hay trabajo en Ecuador y eso es otro tema.</p>
<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>Al principio comencé yo sola, tenía que ser diseñadora, llamar a los clientes, hacer todo, porque un emprendedor muchas veces comienza siendo uno mismo, tiene que vérselas, tocar puertas, unas te van a decir “No, no quiero” o “No tienes la edad suficiente” Aparento ser mucho menor de la edad que tengo, y muchas veces eso también es una limitante, pero al mismo tiempo es una oportunidad, porque te permite dar a las personas a entender, que siendo tan joven puedes lograr muchas cosas, entonces algo negativo se convirtió en algo positivo, para mí. Entonces yo poco a poco fui creciendo, profesionalmente, fui aprendiendo, porque siempre digo que de los errores se aprende, siempre me decían que no, pero yo seguía insistiendo para que me digan que sí; y muchas veces también los conflictos en la parte de la universidad, porque los profesores, en sin número de ocasiones, no creían en lo que yo hacía, pero ya con el tiempo y con el trabajo que he demostrado, solitos se han dado cuenta de la labor que hago, entonces ahora aplauden mi trabajo. Pienso que ha sido un trabajo de lucha constante porque eso es un emprendimiento, uno tiene que superar muchísimos obstáculos, siempre estar en constante aprendizaje, siempre estar innovando porque hay mucha competencia y te copian, quiere decir que estás haciendo algo bueno.</p>

<p>Raisha Lisseth Burgos Zambrano</p>	<p>Lo más difícil, son los empleados, dentro de todo el estrés de un negocio, ésta la inestabilidad de los empleados, tener que estar detrás de ellos para que todo esté bien, aunque les indiques el procedimiento claro de cómo hay que hacer las cosas, cómo se entregan los platos, cómo se presentan los platos, por qué lado entregas los platos, de qué lado sirves la bebida, todo, no siempre lo hacen así, entonces tener que estar detrás de ellos, es complicadísimo, es lo más complicado que me ha tocado aquí. Dentro de la cocina, para la presentación de los platos hay folletos, con fotos, todo claro de cómo se tiene que presentar el plato, y afuera, lo que es atención al cliente; además de recibir una capacitación previa, pero hay cositas que sí se pasan por alto.</p> <p>Se han dado problemas entre los empleados, y eso ya causa un mal ambiente laboral, tener que trabajar en eso, tener que estar pendiente de que todos se sientan bien, de que no cambie el ambiente laboral, eso es terrible, es lo más difícil que tengo que manejar. Los empleados que eran personas problemas, que al hacerles una petición o indicarles la actividad que tenían que hacer, se hacían los que no te habían escuchado, o tenías que estarles rogando para que ellos aporten con ideas, cuando ese es su trabajo, esas personas las sacamos, dos personas. Estuve aproximadamente cinco meses con ese problema, tú tienes que solucionar problemas, y para terminar el contrato es un lío, entonces tuve que conversar con la contadora que es la que nos maneja los recursos humanos, para que ella proceda, de acuerdo a la ley.</p>
<p>Mario Alberto Redrován Escobar</p>	<p>Lo más difícil, no para mí, sino para cualquier emprendedor, es el tema de dejar la dependencia laboral, a la que uno siempre estuvo acostumbrado durante mucho tiempo. Dependencia laboralmente de alguien tiene su pro y su contra, una de las cosas muy favorables que tienes al trabajar en otra empresa o depender laboralmente de alguien, es que conoces más el mercado donde te desenvuelves, conoces clientes, conoces personas, conoces negocios del mismo mercado; por otro lado, te acostumbras a tener tu propio sueldo, haciendo algo monótono.</p> <p>Dejar esa dependencia laboral con un sueldo fijo, creo que es lo más difícil, cuando inicias tienes algo de complicaciones al principio, más que todo porque muchas personas que te rodean te dicen “no, mira que es un tiempo difícil, no trabajar para una empresa significa no tener seguro”, entonces estás con esa incertidumbre y llega un momento de que te dices “¿será verdad?, creo que sí me estoy desanimando un poco”; sin embargo de eso trata ser emprendedor, de que pese a todos los criterios, puntos de vista, al ambiente económico y social que te rodea, tengas ese ánimo de emprender, de trabajar para ti mismo, y de aquí mañana darle un puesto de trabajo, no sólo a uno, sino a varias personas, y de aportar de esa manera al país.</p>
<p>Daniela Belén Muñoz Salinas</p>	<p>Superar que tenía que delegar actividades y confiar en otras personas porque mi pensamiento era que nadie más lo iba a hacer bien, de confiar y organizar.</p>
<p>Gustavo Xavier Suárez Martínez</p>	<p>La capitalización, en mi caso, los equipos de transmisión son caros como para poder adquirirlos de una sola vez, o buscar inversionistas que estén interesados, ya que al inicio nadie daba nada por mí idea, sobre todo al tener grandes competidores.</p>

Jonathan Alexander Rojas Reyes	La desconfianza que tiene el mundo ante ti por diversos factores, porque eres joven, porque no eres renombrado, por la falta de apoyo de tu familia, porque al principio todo el mundo te apoya, pero ya después del 4to o el 5to mes que vas a pérdida, ellos te incitan a que dejes de soñar, pero es cuando tú debes creer en ti mismo, en tus capacidades, y a seguir adelante sin creer en los demás.
Erick Lenin Tigreiro Villón	Lo más difícil fue la competencia. Al principio no, pero creo que yo desperté esta necesidad de poner esta clase de negocios; y tenía que competir con precios, con la diversificación del producto y sobre todo vender al por mayor, pero como ellos eran más pequeños porque eran nuevos negocios, yo todavía tenía las de ganar, porque sabía más sobre el negocio y ya tenía mis clientes. Luego, ya fue cuestión de perseverancia ante la competencia.
Jennifer Estefanía Chora García	El problema cultural, ya que al ser los Ríos una provincia pequeña, algunos clientes pensaban que los jugos los iban a hacer bajar de peso, cuando un jugo detox hace que el cuerpo se desintoxique y de esta forma empieza a desarrollar una nueva calidad de vida.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Los emprendedores entrevistados presentaron diversos factores como aquello que fue lo más difícil que tuvieron que superar para emprender su negocio, únicamente dos emprendedores mencionaron el dinero o capital como el factor más difícil. Los factores de dificultad están directamente relacionados con su tipo de emprendimiento, de esta manera se enuncian: el factor “dinero” y el factor “actitud”; la parte tecnológica; iniciar solo; manejar empleados; dejar la dependencia laboral; delegar actividades y confiar en otras personas; la desconfianza porque eres joven, no eres renombrado, y la falta de apoyo de tu familia; la competencia; y el problema cultural dada la falta de conocimiento del cliente.

Tabla 140

Valor agregado del modelo de negocio

GRADUADO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P2: ¿Cuál es el valor agregado de tu idea de negocio?
Manuel Antonio Toro Jaramillo	La innovación porque marqué un nicho de mercado con un producto exclusivo para un cliente especial. Mía Sport trae bajo pedido zapatos deportivos y camisetas exclusivas, que no se encuentran en Ecuador, a un mejor precio de los productos tradicionales de tiendas establecidas o del mismo producto si alguien lo trajera por su propia cuenta; ya que Mía Sport importa directamente de la fábrica. Además, mi catálogo es bien variado, cuenta con alrededor de 400 o 500 modelos y colores.
María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez	El valor agregado son sus principios, el principio de economía colaborativa, el cual aquí en Ecuador creo que todavía no se desarrolla, por lo general un emprendimiento, o cualquier empresa que funcione lo que busca es la monetización ¿Cómo genero ingresos en menos de 1 o 2 meses? Y si no genera ingresos, cierro esa empresa o emprendimiento y migro a otro. Entonces, el valor agregado es que esta metodología es de uso gratuito, las

	<p>capacitaciones que se realizan son de forma gratuita, ya que nosotros la monetización la estamos dejando un plano secundario, aquí una consultora que realice esa actividad de forma gratuita, no se lo ha realizado, y creo que eso va a valorizar mucho la comunidad emprendedora de Ecuador.</p>
<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>El valor agregado es que nosotros hacemos que cada persona tenga un cambio positivo en su vida, cuando me llaman a decirme que han cambiado, que han puesto su emprendimiento, se les da una asesoría más personal, que quizás otros no lo hacen, sólo dan una conferencia, muchas veces lo hacen sólo teórico, acá es 70% práctico y 30% teoría.</p> <p>Se dan los conceptos y comenzamos la capacitación, la parte de 70% práctica, donde hago que comiencen a escribir, también usamos herramientas lúdicas, para que comiencen a generar esa parte vivencial, para que se den cuenta que tienen que salir de esa silla, no sólo tienen que estar escuchando y que comience a generar ideas, los involucramos para que esa parte siempre sea vivencial; porque para que algo sea vivencial o algo sea aprendido, tienes que sentirlo y vivirlo en carne propia, entonces va ahí el valor agregado.</p>
<p>Raisha Lisseth Burgos Zambrano</p>	<p>El valor agregado pensábamos que era brindar desayunos diferentes, pero en el transcurso del negocio nos dimos cuenta de que ya existían lugares con desayunos americanos; entonces descubrimos que nuestro valor agregado es el ambiente, el espacio, la decoración, todo se presta para crear un ambiente familiar. En principio nos gustaba la decoración, sólo nos gustaba, el diseño es ecléctico, mezcla varios tipos de decoración, pero nos enfocamos en cositas antiguas. Normalmente, en un restaurante tú tienes que esperar mientras te atienden, sobre todo si es un restaurante de platos a la carta, entonces nos indicaron que era indispensable que el cliente tenga con qué distraerse, aparte de la televisión, cosas interesantes, las personas comen y de repente se levantan a tomarse fotos, en el local hay bastantes cosas con que distraerse, y entablar diferentes tipos de conversación. A "Mom's" vienen grupos grandes, familias, empresas, hacen reuniones de cumpleaños, reuniones de trabajo, desayunos de oficina; nos llaman y nos dicen que reservemos para 15 personas, los domingos esto es lleno de familias, la gente normalmente viene en familia.</p>
<p>Mario Alberto Redrován Escobar</p>	<p>Mi valor agregado es el servicio al cliente, es la diferenciación ante los demás locales de repuesto, normalmente un local de repuestos, es algo estático, donde se espera que el cliente vaya para realizar la venta; yo voy y busco al cliente, lo visito y le doy ese plus de entregarle a domicilio el repuesto, en su casa, oficina o taller mecánico, además de la asesoría que le doy en temas de repuestos.</p> <p>Mi plus, es pensar en lo que necesita el cliente, porque no es un simple repuesto, sino un tiempo que se le quita de su horario cotidiano, de pedir permiso en la empresa para ir a cotizar unos repuestos, yo me pongo en el puesto del cliente, yo lo ayudo ahorrándole ese tiempo, lo asesoro, y le entrego los repuestos, sin necesidad de que él se mueva de su domicilio, de su lugar de trabajo, dónde se encuentre.</p>

Daniela Belén Muñoz Salinas	Si bien es cierto que hay bastantes personas que se dedican a esto, los clientes nos elijen o nos buscan porque estamos en las redes sociales, de boca a oído, y creemos que cuando un cliente te refiere es porque el servicio es bueno y eso tratamos de hacer, de entregar una buena experiencia, el debido respeto; después de todo el cliente te está llevando a su casa, qué es un lugar muy íntimo para alguien, para su familia, y más aún el dormitorio de su bebé, es algo súper especial. Nosotros valoramos mucho cuando una mamá nos dice “Es que quiero algo porque sus trabajos me encantan”, escuchamos lo que ella desea, le brindamos toda la asesoría completa; siempre manejamos buenos precios y a nuestros mejores clientes les hacemos descuentos.
Gustavo Xavier Suárez Martínez	Nosotros no vemos al cliente como una cifra sino como un ser de carne y hueso por el cual nuestra empresa existe, por eso tratamos de darle al máximo de nuestro servicio, con soluciones rápidas y esperadas por los clientes, es una operación de ganar – ganar.
Jonathan Alexander Rojas Reyes	Pienso que es netamente la asesoría, nosotros nos manejamos al 100% con atención directa al público, no con agentes externos que lleven a nuestros clientes. Nosotros nos manejamos personalmente y si tienen algún tipo de inconveniente, nosotros con la preparación recibida les damos la debida atención.
Erick Lenin Tigrero Villón	La toma de decisiones, la constancia, abrir todos los días, manejar el negocio sobre las ganancias. Las personas que trabajan en ventas, son el valor agregado del negocio, porque crean la fidelización de los clientes.
Jennifer Estefanía Chora García	Calidad y servicio. Los proveedores cuentan con calificaciones que garantizan que sus productos son orgánicos, además cuenta con una maquinaria que realiza prensado al frio, por ende la calidad es garantizada. El servicio al cliente, como <i>Health Coach</i> , se brinda una guía nutricional y se sigue en contacto con el cliente o consumidor final hasta el último; además de mantener una alta puntualidad en las entregas.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Los emprendedores entrevistados indicaron que el servicio es el valor agregado de su idea de negocio: exclusividad, precio y variedad; el principio de economía colaborativa; experiencias vivenciales para que cada persona tenga un cambio positivo en su vida; la decoración es indispensable que el cliente tenga con qué distraerse; servicio al cliente; excelente servicio y buenos precios; máximo servicio con soluciones rápidas; asesoría con 100% de atención directa al público; constancia, buena administración, y el personal de ventas que crea la fidelización de los clientes; calidad y servicio.

Tabla 141

Proyección del emprendimiento a corto, mediano, y largo plazo

<p>GRADUADO ENTREVISTADO</p>	<p>OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P3: Dadas las características de tu emprendimiento y las condiciones del entorno, ¿qué alternativas de crecimiento consideras que tienes a corto, mediano y largo plazo?</p>
<p>Manuel Antonio Toro Jaramillo</p>	<p>A corto plazo Mía Sport tiene que empezar a tener productos en stock; a mediano plazo debe ser una compañía constituida y con una publicidad más agresiva debe empezar a auspiciar a equipos más grandes, para ser una compañía reconocida en básquet, en futbol, para que todos sepan que esta compañía puede conseguir productos de disciplinas especializadas; y a largo plazo, debe tener un local, algo ya más físico, más directo, pero obviamente nunca dejando nuestro modelo de negocio en línea, porque si tu negocio no está en internet, no existe.</p>
<p>María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez</p>	<p>Hay muchas metodologías que han salido a lo largo de todos estos años, pero yo creo que los emprendedores y las personas en general debemos entender que lo que buscamos a corto plazo quizás no es lo que estamos buscando, tenemos que tener mucha paciencia, siempre he pensado y creído que las cosas se dan en un largo plazo, trabajar de a poco, trabajar en todas las opciones, estudiar mucho, aprender cada día de todos los temas que estamos trabajando, y continuar. Es un proceso a largo plazo, que en muy poco tiempo ha tomado una hoja muy grande, pero va para largo y continuará en un plazo largo. A corto plazo, estamos trabajando con las universidades; a mediano plazo; estamos con las empresas; a largo plazo puede ser parte de un cambio de mentalidad, para que puedan trabajarla sin ningún inconveniente.</p>
<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>A corto plazo, queremos cambiar la estructura de Evo Ideas, unos enfoques, la cartera de servicios. A mediano plazo, queremos hacernos conocer internacionalmente dar capacitaciones internacionalmente; justamente se armó una alianza, por medio de la cual me voy a Perú a dar una capacitación en Octubre, entonces ahí ya comienzan los pequeños pasitos de Evo Ideas. A largo plazo, queremos que Evo Ideas sea un centro de desarrollo humano, posicionado en la mente de cada persona, tanto nacional como internacionalmente, y que siga desarrollando proyectos en ayuda para las personas, enfocándose en el valor, en la valorización de la persona, una incubadora de desarrollo humano que nos permita estar en las grandes ligas, con los grandes expositores, capacitadores, quizás abriendo más sucursales, tanto nacionales como internacionales, en varios países, posicionada la empresa, habiendo ayudado a más de 1'000.000 de personas a poner su emprendimiento, y a que se desarrollen en la parte humanitaria. Yo pienso que Evo Ideas va para largo, y también se vienen más proyectos que van de la mano, porque Evo Ideas es el hijo principal, y de ahí vienen los “mini hijitos”; así como comencé con Evo Ideas, de ahí tienen que nacer los demás proyectos.</p>

<p>Raisha Lisseth Burgos Zambrano</p>	<p>Yo creo que hice las cosas de atrás para adelante, creo que lo planteo muy grande, precisamente creo que debía empezar más pequeño, ganar clientela, e irme empleando, pero fue al revés, hice el lugar muy grande; estoy consciente de que yo lo vendería, y que la persona que venga ponga un 80% o 70% de inversión en comprarlo, y el otro 30% en publicidad y esto revienta, entonces ese 30% que a mí me falta, y que ya no lo quiero invertir porque la otra idea me parece mejor.</p>
<p>Mario Alberto Redrován Escobar</p>	<p>La situación económica en el país es complicada, antes los repuestos eran más asequibles, pero no con las salvaguardia de ahora. Antes uno siempre estaba alineado a vender la mejor calidad posible para el cliente, ahora, muchas veces hay que ofrecer la mejor calidad y a la vez también la calidad más baja, hablando de repuestos alternos, según el poder adquisitivo que tiene la persona. Entonces, a corto plazo, me veo con un local simplemente administrativo, donde pueda gestionar todas mis compras y ventas; a mediano plazo, me veo con un local donde pueda distribuir mis repuestos, donde pueda entregar y vender los repuestos; y a largo plazo, hacerme importador, porque la verdad que para tener una parte segura en el sector de repuestos automotrices, no hay mejor cosa que hacerse importador, más que todo por el margen de ganancia.</p>
<p>Daniela Belén Muñoz Salinas</p>	<p>A mediano plazo tenemos pensado abrir varios puntos de comercialización a través de islas en centros comerciales. Hemos tenido clientes con retraso en pagos, de proveedores porque el asunto si ha llevado a esto; sin embargo la inversión es algo que debe darse para que el comercio y la actividad económica se sigan generando porque si dejamos de invertir, si dejamos de producir es peor.</p>
<p>Gustavo Xavier Suárez Martínez</p>	<p>Siendo honesto hay tanto que explotar en tecnología, que a la mano no tengo una idea directa, pero sería ofrecer los que nos falta, telefonía y televisión en un solo paquete para optimizar el funcionamiento de la red, aunque las combinaciones son posibles de acuerdo a lo que demande el mercado; la tecnología siempre está innovándose, entonces no sé qué podría salir en unos años más adelante.</p>
<p>Jonathan Alexander Rojas Reyes</p>	<p>Una vez un profesor de la Universidad Católica me dijo “aprende a vivir el día a día”. Al principio no le entendí porque nosotros planificamos todo. Planificamos un futuro inmediato, un futuro cercano y otro a largo plazo, no entendía que era aprender cosas nuevas. Día a día vas tratando de alcanzar nuevas metas, lo que debes tener es un objetivo claro, yo soy visionario en ese sentido, tengo una sola meta presente y día a día hago algo diferente para llegar a la esa meta.</p>
<p>Erick Lenin Tigreiro Villón</p>	<p>A corto plazo ya tengo pensado expandir el negocio, porque se están dando oportunidades de tener un local más grande. A mediano plazo me gustaría poder sacar otra sucursal en otro sector de Guayaquil, podría ser en el norte o el sur dentro de la ciudad.</p>

Jennifer Estefanía Chora García	Dado que es un tema cultural, las alternativas de crecimiento son: a corto plazo, continuar con el negocio y los talleres a los consumidores respecto al cuidado de la salud; a mediano plazo, tener un Green Mark en la ciudad de Babahoyo, porque no hay; y a largo plazo dar conferencias y talleres de cómo hacer <i>health coaching</i> , no sólo en Babahoyo, sino en varias ciudades del país.
---------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Los emprendedores entrevistados tienen claras sus alternativas de crecimiento, las cuales a corto plazo consisten en mantenerse, a mediano plazo consolidarse, y a largo plazo crecer en unos casos y en otros diversificarse.

Tabla 142

Factores externos que afectan positiva y negativamente el emprendimiento

GRADUADO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P4: ¿Cuáles son los factores externos que pueden generar consecuencias positivas (oportunidades) o negativas (amenazas) para tu emprendimiento?
Manuel Antonio Toro Jaramillo	La oportunidad de Mía Sport, es que soy uno de los únicos que trae productos exclusivos para un deporte específico. Yo soy basquetbolista, he jugado a nivel nacional, y he visto que para conseguir un zapato que te guste es muy difícil, tienes que irte de viaje o pedirlo por internet repagando el costo para que llegue a casa. Al comprar en Mía Sport, ahorras tiempo y dinero, el precio es el mismo que comprarlos en Estados Unidos, sin tener que viajar. Una amenaza, es que en algún momento saldrá alguien que lo haga como yo, o mejor que yo, que sea representante y venda los mismos zapatos. Otra amenaza, son los aranceles y las salvaguardias. Son factores externos, contra los que tenemos que seguir adelante. Entonces si la situación económica se pone peor, más dura, lo que tocará hacer es promociones, el margen de utilidad que yo le pongo a Mía Sport bajará un poco, pero no me voy a quedar sin ventas.
María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez	En cuanto a lo positivo, la Metodología Cisu intenta lograr la creación de nuevas ideas y hay un mercado un segmento de emprendedores, que están así como nosotros estuvimos, buscando nuevos conceptos, buscando nuevas herramientas, que permitan lograr esto, entonces hay esa apertura y nos dirigimos hacia ellos En la parte negativa, hay cierta resistencia a lo nuevo, a una nueva filosofía, una nueva tendencia, de parte de empresas o universidades, siempre ha funcionado así la humanidad, entonces al presentar nosotros esta herramienta, la Metodología Cisu, en muchas ocasiones nos han dicho que ni siquiera un gigante lo ha hecho, ¿Cómo lo van hacer ustedes? Entonces, esas barreras son los factores externos negativos, que afectarían el crecimiento de la metodología, más no en el sentido de competencia, ya que una metodología no busca competir con otra, sino simplemente colaborar.

<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>Una amenaza es la tecnología, la gente se preocupa en aprender cosas que tengan que ver con la tecnología, además, las capacitaciones ya no son presenciales, más que nada son en línea. Siempre he querido darlo en línea, pero siento que no es lo mismo, no es lo mismo que tú vayas y que escribas, que rayes en un papel, que escuches una conferencia vivencial, que algo en línea, no es lo mismo.</p> <p>Al mismo tiempo es una oportunidad, tenemos que aprender los temas que la gente demanda, e irnos por esa línea, ampliar la cartera de servicios como robótica, marketing digital, entre otras cosas, estar a la vanguardia; quizás no lo realice yo, pero sí otra persona, entonces hay que abrir el <i>staff</i> de de mentores, que ellos también enseñen y ellos también se desarrollen.</p>
<p>Raisha Lisseth Burgos Zambrano</p>	<p>La positivas, es la apertura de un Hotel, que no tiene nada que ver con nosotros, pero sabemos que va a hacer la zona más comercial, que va a brindar seguridad hasta la noche, todo el día, porque aquí por la noche han habido asaltos, entonces eso es lo que hemos estado esperando para que el lugar se haga más comercial, el hotel es grande, y los turistas que lleguen se interesarán por cosas diferentes.</p> <p>Lo negativo, que avance más la crisis, más bien creo que no es tanto que haya crisis, sino que la gente está muy preocupada, esa preocupación detiene a la gente en el gasto, prefieren no gastar mucho, como por si acaso, llega a pasar algo, la gente está con eso en la cabeza, las noticias han dicho que las ventas han bajado en 50% y 60%.</p>
<p>Mario Alberto Redrován Escobar</p>	<p>La oportunidad, es que antes las personas tenían un poder adquisitivo más grande y optaban simplemente por ir a las concesionarias, que les brindaban servicio técnico y repuestos, porque no les importa pagar un poquito más por un trabajo de calidad. Ahora, las personas van a talleres particulares de buena calidad, pero más baratos, donde les brindan un servicio de calidad pero tienen que comprar los repuestos. Eso amplifica el mercado de la venta de repuestos, además crea un nicho, al que uno puede entrar y atacar, que es la necesidad que el cliente tiene de ir a buscar los repuestos, y yo ahorro ese tiempo.</p> <p>Por otra parte, la amenaza es que existen más personas que emprenden en el mercado en el que tú te desenvuelves; si bien es cierto que la competencia te hace mejorar, también crea esa disputa de estar bajando tus precios, bajando hasta donde más puedes el margen de ganancia, o te dicen “pero acá lo venden más barato” y aunque tú les digas “sí, pero yo le doy un plus adicional, un servicio adicional”, han habido casos, en que prefieren ir y buscar lo más barato.</p>
<p>Daniela Belén Muñoz Salinas</p>	<p>La oportunidad, es el hecho de que los materiales de construcción, especialmente para temas decorativos, han tenido altos costos en los últimos años, por lo que el vinil surge para suplir esa necesidad, ya que es una opción no costosa que le da un cambio radical a sus ambientes, y que está al alcance de toda persona que desee hacer una modificación en sus hogares, versus el costo de remodelar una casa completa. Tenemos materiales texturizados que simulan un ladrillo, ese tipo de acabado pero más económico. Entonces viendo la situación económica del país, de todos nuestros clientes, hemos</p>

	optado por estas opciones para los clientes. Las amenazas como la competencia y los impuestos los hemos podido manejar de una manera adecuada.
Gustavo Xavier Suárez Martínez	Una amenaza sería la aparición de competidores ilegales, que no juegan bien y abaratan costos, dañando la calidad del servicio. La oportunidad es seguir llegando a los sectores desatendidos donde aún los grandes competidores no quieren invertir. Y bien dice el pionero, con buena atención al cliente se triunfa.
Jonathan Alexander Rojas Reyes	Una gran oportunidad y una gran amenaza es la política, porque influye en todo emprendimiento, por lo que creo que una de las cosas favorables que se harían en el país, sería mejorar la política.
Erick Lenin Tigrero Villón	Que la economía esté nivelada para poder poner locales en otros lugares; me han pedido distribuir en otros lados, y se ha dado esta ocasión, y he entregado a ciertos lugares del país. Las amenazas son la baja de ingresos en el país y que las personas no quieran comprar cosas.
Jennifer Estefanía Chora García	La industria del cuidado de la salud, y la del <i>fitness</i> son muy atractivas. He sido designada como Embajadora de la Salud para Ecuador, y espero poder dar conferencias en todo en Ecuador y en el extranjero, así como crear la franquicia de la marca. Por otra parte, las amenazas son los competidores, pero al ser productora de productos orgánicos y colocar el Green Market, me convertiré en su proveedora, como hasta ahora lo he sido.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Cinco de los emprendedores entrevistados exponen a la competencia como un factor externo negativo que puede llegar afectar sus emprendimientos, especialmente si son competidores ilegales o ingresan al mercado con precios más bajos. El segundo factor más importante es la inestabilidad política y económica que puede hacer que aumente la crisis y sigan bajando los ingresos de las personas. Otros factores externos de tipo negativo que fueron mencionados son los impuestos, la tecnología, y la resistencia a una nueva filosofía y tendencia.

Por otra parte, cinco de los emprendedores entrevistados destacan el mercado como el factor externo positivo más representativo: mercado insatisfecho que requiere herramientas para consolidar sus ideas; la demanda de nuevos temas de capacitación; seguir llegando a sectores desatendidos; falta de competencia especializada en el área deportiva que cuente con una representación; la industria del cuidado de la salud, y la del *fitness* son muy atractivas. Cuatro de los emprendedores entrevistados mencionaron el sistema político y económico como una oportunidad: la crisis hace que los clientes no vayan a concesionarias sino que busquen proveedores pequeños de servicio; el incremento de los costos de materiales de construcción ha brindado la oportunidad de que el vinil sea considerado como un producto sustituto; el sistema de política nacional; que la economía esté nivelada y que esto permita atender otros sectores de la ciudad y del país. Uno de los emprendedores entrevistados mencionó la

infraestructura del sector como un factor externo positivo para su emprendimiento: la apertura de un hotel en las cercanías del local mejorará la seguridad del sector y generará tráfico de clientes.

Tabla 143

Factores internos que apoyan el emprendimiento

<p>GRADUADO ENTREVISTADO</p>	<p>OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P5: ¿Cuáles son los factores internos positivos (fortalezas) en los que se debe apoyar tu emprendimiento para afrontar el futuro?</p>
<p>Manuel Antonio Toro Jaramillo</p>	<p>Mis conocimientos en marketing, en E-Commerce. Cada dos meses me capacito en todo lo que es comercio electrónico, publicidad por internet, todo eso que es lo que se viene; más adelante todas las empresas, si es que ya no es ahora, tendrán publicidad por internet. Entonces todo lo manejo por internet, hasta que un momento tenga algo físico para generar más confianza, más no para lucrarme del local, porque todo mi negocio fuerte va a ser por internet.</p>
<p>María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez</p>	<p>Como se trabaja con emprendimiento colaborativo, la opción de que las personas puedan acceder fácilmente a la metodología es una fortaleza como tal, ya que muchas veces tenemos resistencia a gastar, a pagar algo; esa fortaleza brinda la apertura para llegar a muchos países del mundo, como ya lo estamos realizando, esa fortaleza luego se convierte en una fuerte oportunidad.</p>
<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>La fortaleza es tener personas comprometidas. Yo siempre digo que la persona que esté con Evo Ideas tiene que tener alma, vida y corazón, esos son los tres elementos claves, por lo que además de ver el currículum, analizo el perfil de cada persona. Las tres personas que están en Evo Ideas son personas que pueden acostarse a las 3 o 4 de la mañana, pero hacen un diseño bien hecho y me gusta como lo hacen porque están trabajando para que Evo Ideas crezca, ahora estamos ampliándonos un poco para que más personas ingresen a Evo Ideas y se desarrollen como en una carrera, porque estar en Evo Ideas es desarrollarse y aprender constantemente. En Evo Ideas los colaboradores también tienen poder de decisión para que se sientan parte de la empresa, para que la vean como una familia y no como una empresa cualquiera.</p>
<p>Raisha Lisseth Burgos Zambrano</p>	<p>No dejar de ser novedosos, entramos con desayunos diferentes, mantener eso, crear cada vez más platos nuevos platos, y el servicio al cliente.</p>
<p>Mario Alberto Redrován Escobar</p>	<p>MarMotors se destaca por ofrecer un servicio de calidad al cliente, un servicio en el que el cliente se dé cuenta que a MarMotors le interesa que él esté satisfecho. De un 100% de prospectos, un 80% han decidido comprar los repuestos a MarMotors, y un 20% optó por ellos mismos ir a buscar lo más barato. Si veo que no puedo enganchar a los clientes únicamente por los repuestos, lo engancho ofreciéndole asesoramiento gratuito para seleccionar un servicio técnico.</p>
<p>Daniela Belén Muñoz Salinas</p>	<p>Contamos con un equipo capacitado al 100%, personas adecuadas para ayudar a los clientes como un diseñador gráfico, y un instalador, que nos permiten brindar una asesoría completa. Y si los clientes necesitan un trabajo de diseño de interiores, cortinas, sábanas, contamos con los contactos adecuados para podernos referir. Estamos realizando alianzas con empresas que a la vez que no refieren nosotros los referimos, le damos ese contacto, si le gusta lo puede contactar, sino no, ya es una negociación entre el cliente y el otro profesional.</p>

Gustavo Xavier Suárez Martínez	La atención al cliente, definitivamente, ya que hasta ahora ha sido nuestro fuerte, y nuestros amigos de la red siempre han demostrado estar contentos con este servicio. Es un sentimiento de satisfacción inigualable, porque es difícil satisfacer a mundos distintos.
Jonathan Alexander Rojas Reyes	El personal humano que brinda servicio personalizado, en mi área tecnológica, aún sin personal técnico podría sobrevivir, pero sin el personal humano que trabaja detrás de los técnicos, existiría un descontrol total.
Erick Lenin Tigreiro Villón	El capital humano, apoyarme en las personas que han luchado conmigo desde los inicios, y perseveran, entonces no se los ha cambiado. Ellos me han ayudado, y hoy he podido delegarles funciones, y ya no hacerme cargo solo del negocio.
Jennifer Estefanía Chora García	La fortaleza está dada por los proveedores, la maquinaria, y la emprendedora, ya que estoy muy involucrada en temas de la salud y eso brinda imagen a la marca.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Cuatro de los emprendedores entrevistados indicaron que su personal es el factor interno positivos en el que se apoya su emprendimiento para afrontar el futuro: personal comprometido; personal capacitado; personal humano que brinda servicio personalizado; capital humano. Dos de los emprendedores entrevistados destacaron como fortaleza el servicio: servicio de calidad, atención al cliente. Cuatro de los emprendedores entrevistados destacaron diversos factores internos que apoyan sus emprendimientos: la exclusividad y experiencia en el área; la capacitación continua; el emprendimiento colaborativo que brinda acceso a una metodología fácil y gratuita; la innovación permanente; los proveedores, la maquinaria y la capacidad emprendedora.

Tabla 144

Factores internos que afectan el emprendimiento

GRADUADO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P6: ¿Cuáles son los factores internos negativos (debilidades) que tu emprendimiento debe mejorar o erradicar omitir para incrementar su competitividad en el mercado?
Manuel Antonio Toro Jaramillo	Mejorar mis procesos, hay procesos que no los tengo claro y por hacerlos rápido los hago mal, ahí es cuando pierdo plata y puedo hasta perder clientes por unos zapatos mal pedidos o por un envío mal hecho. Más adelante, estoy pensando contratar dos o tres personas que me ayuden a hacer los pedidos, retirar la mercadería, y realizar entregas personalizadas.
María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez	Como debilidades, el recurso humano que está trabajando como tal, estamos luchando con nuestros miedos, el pánico escénico cuando tenemos que presentar la metodología, al presentar algo no sabes cómo lo vaya a tomar la gente, esto puede causar ciertas dudas o inquietudes. Hemos trabajado muy fuerte en nuestra parte mental y la continuamos trabajando. A través de los propios resultados que genere CISU, creando innovaciones diferentes, y con las personas que utilicen esa herramienta, estaríamos mitigando esos factores que son como barreras.

Tania Alejandra Alarcón Segovia	Todavía estamos aprendiendo, a veces los pasantes que colaboran aún son irresponsables, estamos en constante evolución buscando personas que realmente se comprometan con esto y que realmente le pongan amor a lo que están haciendo.
Raisha Lisseth Burgos Zambrano	Que se mantengan los procedimientos sin que yo esté aquí presente, la administración del modelo de negocio para que no necesite al jefe aquí, esa es la debilidad de Mom's, si no están de los jefes aquí, el empleado hace lo que le da la gana, aún no descubro cómo cambiarlo.
Mario Alberto Redrován Escobar	Empiezo a necesitar un poco de ayuda, ya sólo no me abastezco, eso es un punto en que estoy trabajando; el otro punto es la movilidad, yo me muevo en un carro y muchas veces el cliente así como se le brinda un servicio de calidad, hay que brindarle un tiempo de entrega óptima, entonces lo que me ha pasado algunas veces es que yendo de un lugar a otro, me coge tráfico y al cliente le crea esa duda, tengo que trabajar en que no debo entregar en un carro, sino en una moto.
Daniela Belén Muñoz Salinas	En nuestro país el vinilo no es algo que sea tan usual, así que hemos tenido que arreglarnos por nuestra propia cuenta, y capacitarnos mediante la experiencia de los trabajos instalados; mientras que en otros países hay cursos de eso, pero la inversión es alta.
Gustavo Xavier Suárez Martínez	Mejorar la tecnología para ofrecer nuevos productos, pero se requiere capacitación y preparación para ofrecer servicios que hasta ahora para nosotros son nuevos, refiriéndose a esas transmisiones.
Jonathan Alexander Rojas Reyes	Los costos adicionales de post venta al adquirir los productos.
Erick Lenin Tigreiro Villón	Haberle dado mucha confianza o empoderamiento de tomar una decisión a mis empleados cuando el jefe no está presente, es decir, yo. Tener problemas tanto con el cliente como con ellos, ya que no he estado yo, darles mucha responsabilidad de decidir en cosas que no deberían.
Jennifer Estefanía Chora García	El espacio físico para capacitar a las personas, ya que actualmente me reciben en sus casas, y se necesita brindar un espacio acogedor, que se espera cubrir con el Green Mark.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Dos de los emprendedores entrevistados destacaron como punto crítico la contratación de personal responsable y comprometido. Además, mencionaron diferentes factores internos negativos, correspondientes a su tipo de emprendimiento: procesos internos, sus propios miedos y el pánico escénico, el proceso de aprendizaje, la logística y movilización, la capacitación limitada, la tecnología limitada. Los costos de post venta, el otorgamiento de excesivo poder de decisión a los empleados, y espacio físico limitado.

Tabla 145

Justificación económica para emprender

<p>GRADUADO ENTREVISTADO</p>	<p>OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P7: ¿Consideras que tus ingresos como emprendedor son superiores a que si te dedicaras al ejercicio de tu profesión bajo dependencia de terceros?</p>
<p>Manuel Antonio Toro Jaramillo</p>	<p>Con 9 meses de Mía Sport estoy en un 50% - 40% que si tuviera un trabajo para terceros; pero dedicarme 100% a Mia Sport tampoco fuera lo más saludable, porque no soy sólo, tengo una familia. Bajo relación de dependencia estoy asegurado, tengo asegurada a mi esposa y a mi hija; cosas que no se ven en dinero físico, pero son beneficios que Mía Sport todavía no me los puede. Lo que quiero hacer con Mía Sport es ahorrar y ahorrar para tener un capital, en un futuro, en unos 4 o 5 años, espero poder dedicarme 100% a Mía Sport. El dinero que yo gano en relación de dependencia, me sirve para sobrevivir y quiero que Mía Sport con sus propias utilidades se vaya capitalizando para muy pronto tener un stock. Esto no se hace de la noche a la mañana, un stock en mercadería deportiva significa que tienes que tener de un modelo 10 tallas, 10 pares en cada talla, es decir, una inversión de 15.000 USD, 20.000 USD y 30.000 USD que no la tengo. Por el momento trabajo al menudeo, hasta capitalizarme y al mismo tiempo aprender el tipo, modelo y talla de zapatos que más se vende, el precio que más o menos el cliente está dispuesto a pagar, para con esas directrices poder <i>stockear</i> el negocio. Yo tengo anotado desde mi primera venta, mi primera perdida, hasta la última, o sea yo tengo anotado todo, los tres primeros zapatos que vendí me dejaron pérdidas entre 8 y 10 USD, yo pensé que estaba ganando, hasta que saqué todos mis costos y descubrí que tenía que elevar el precio del zapato de un 20% a un 30%, gracias a Dios fueron mis primeras 5 o 6 ventas, que fueron a mi familia, mis amigos, entonces se podía entender como una ayuda.</p>
<p>María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez</p>	<p>Nosotros trabajamos en la metodología y en otros emprendimientos, no te sabría decir cuáles podrían ser los ingresos o las aspiraciones en la metodología, todo es parte del proceso. Yo no me siento cómoda trabajando para alguien más, trabajé en dos empresas tradicionales, donde tuve muchos inconvenientes por temas de mentalidad, las personas son muy cerradas al cambio, son muy susceptibles al cambio, y cuando tú das tu punto de vista, tratan de callar tu opinión, nunca formé parte de ese sector, de saber que me tengo que acoplar o acostumbrar a eso. La mejor decisión que pude tomar, aunque no es para nada fácil, fue trabajar en un emprendimiento, por la satisfacción de que lo estoy logrando, no ha sido un camino corto, ya voy más de dos años en esto, pero me siento súper bien trabajando para mí y no para alguien más. Comparto el criterio de María Dolores, y una de las razones para iniciar este emprendimiento, fue que tampoco me sentía a gusto en el trabajo, en la empresa en la cual yo laboraba cuando terminé la universidad. Creo que ningún ingreso que manejamos en nuestro medio, puede llenar la satisfacción personal que he tenido con el desarrollo de estos emprendimientos, e incluso saber que personas que en su momento nos dieron la espalda, o pusieron barreras, al conocer el trabajo que se está realizando, nos feliciten y nos contacten para realizar algo, vale mucho más que cualquier sueldo que nos puedan ofertar en Ecuador.</p>

<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>Yo creo que puede ser mucho más, porque yo me pongo el sueldo que quiera ganar, si yo dedico bastante tiempo, sé que voy a ganar bastante, pero si dedico poco tiempo, sé que no voy a ganar bastante; pero hago lo que me gusta, disfruto esto que me gusta y aparte estoy ayudando a las personas. Yo estuve trabajando para algunas instituciones, pero no era lo mío, estaba sentada, quizás hacía cosas que también me gustaban, pero no me sentía feliz, vivía amargada y estresada, y entonces dije: “no, no, no tengo que hacer lo que me gusta”, quizás al principio no gane, pero sé que después voy a ganar, y estoy haciendo algo que me gusta, que es medicinal e importante también. Hay competencia, pero esa competencia me permite ampliar mi mercado, ver ¿qué puedo hacer?, ¿cómo puedo crecer?, ¿qué otras alternativas puedo tener? y como tengo tantas ideas, estoy en constante innovación.</p>
<p>Raisha Lisseth Burgos Zambrano</p>	<p>No, no son superiores, están a la par, es tan inestable el ingreso, es extremadamente inestable, en una semana tú puedes reventar totalmente y estar súper bien, súper bien y de repente la siguiente semana no hay nada. Es súper estresante, saber que un día estás full, y hoy por ejemplo, fue súper bajo para nosotros, normalmente no podemos ni detenernos a pensar, porque estamos entra y sale, hay meses que ha sido superior pero no en exceso, he llegado a mi sueldo, por poco he superado mi sueldo, y he estado muy por debajo de mi sueldo, y así es muy cambiante. Yo creo que es más bien la libertad que tienes de trabajar como dueño que como empleado, pero en cuestión de ingresos son muy cambiantes.</p>
<p>Mario Alberto Redrován Escobar</p>	<p>Claro, la utilidad mensual, es mucho mejor que lo que uno recibe mensualmente como un cheque de pago de una empresa. Después de haber pagado todos tus gastos, todo lo que debes o consumes, la utilidad neta se compara a lo que yo recibía como ingreso en la última empresa donde trabajé; esa utilidad la puedo invertir en el negocio para crear más crédito, o posiblemente no reinvertir todo, sino un porcentaje pequeño dirigirlo a un gasto.</p>
<p>Daniela Belén Muñoz Salinas</p>	<p>Yo considero que sí, pero va más allá de ganar más que otras personas, porque de hecho trabajo más de 8 horas, si trabajara para otra persona más de 8 horas y me pagaran 700 u 800 USD no me sentiría bien, además conozco personas que realmente ganan bien, pero se sienten súper mal porque son esclavos de una empresa. Yo soy esclava de mi negocio pero me siento bien haciendo algo para mí.</p>
<p>Gustavo Xavier Suárez Martínez</p>	<p>No creo, aun no puedo ganar como si trabajara en una multinacional. Pero por ahora pienso que estoy a la par, algo más del básico, porque las ganancias es capital para Netfaster.</p>
<p>Jonathan Alexander Rojas Reyes</p>	<p>Si. Existen diferentes tipos de beneficio que tú recibes como dueño de tu propio negocio, así mismo tienes muchas obligaciones que cumplir. Si hablamos monetariamente, tú eres libre de coger el dinero que quieras, pero no significa que puedas gastar el dinero que tengas; si hablamos de tiempo, tú eres el dueño de tu propio tiempo, pero no significa que no debas trabajar. Comparando un sueldo normal de un Ing. en Desarrollo de Negocios, como mi hermana que trabajaba en la Cámara de Comercio, hablemos de 600 USD, mis ingresos son superiores a ese valor, teniendo el mismo título. Es duro ser emprendedor, pero es muy gratificante lograr serlo.</p>

Erick Lenin Tigrero Villón	Yo conozco compañeros que comienzan como asesores de negocios, asesores contables, y cosas así, por lo que obtienen un sueldo de 3000 USD; cuando mis ingresos si superan los 6000 USD mensuales, y eso es lo que me ayuda a pagar todos los gastos de mi casa, carro, entre otros.
Jennifer Estefanía Chora García	Los ingresos percibidos a través de mi emprendimiento, son mayores que si estuviera trabajando para una persona en relación de dependencia; incluso se está creando una página web para promocionar el emprendimiento y para apoyar a los pequeños emprendedores de productos orgánicos que se encuentran dispersos, tales como los pequeños productores de mantequilla de maní, mermelada, entre otros.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Cinco de los emprendedores entrevistados indicaron que sus ingresos son superiores a que si te dedicaras al ejercicio de tu profesión bajo dependencia de terceros; dos indicaron que sus ingresos como emprendedores aún son inferiores que si trabajaran para terceros; dos indicaron que sus ingresos aún son variables o inestables; uno indicó que su ingreso era el mismo que si trabajara para terceros porque dada la naturaleza de su negocio debe reinvertir todas las utilidades. Todos los emprendedores destacaron que a pesar de haber trabajado para terceros, esta actividad no los hacía felices; además indicaron que es duro ser emprendedor, pero es muy gratificante lograr serlo; ningún ingreso puede llenar la satisfacción personal que brinda el desarrollo de emprendimientos; es mejor ser esclavo de un negocio propio que los hace sentir bien por estar haciendo algo para ellos mismos; la libertad que se tiene de trabajar como dueño que como empleado es invaluable; y sobretodo están seguros que después van a ganar, y que están haciendo algo que les gusta, que es medicinal e importante también.

Tabla 146

Influencia de los estudios en emprendimiento en la acción emprendedora

GRADUADO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P8: ¿Qué influencia ha tenido el hecho de que te hayas graduado en la Carrera de Emprendimiento de la UCSG en que hayas emprendido tu propio negocio?
Manuel Antonio Toro Jaramillo	Tuvo mucha influencia. Antes de estudiar la Carrera de Emprendimiento, yo quería estudiar algo en Administración que no me tenga sentado en un escritorio, porque nunca me vi como el típico oficinista clavado ocho horas en una computadora, esperando quincena y fin de mes para cobrar mi sueldo, nunca me vi así, casi nunca duraba en los trabajos porque yo mismo me hostigaba, me iba, me peleaba o lo que sea. Ahora con Mía Sport tengo esa libertad, gano plata un lunes, un miércoles, un jueves, diariamente se podría decir, no en cantidades, pero si uno sabe ahorrar, ve a fin de mes su rentabilidad, y no tengo que estar esperando a quincena para comprar un tarro de leche, muevo mi dinero acorde a mis necesidades. Mi papá es Ingeniero Comercial, mis tíos son CPA, y estamos en una

	<p>oficina donde están las computadoras y tú tienes que estar aquí 8 horas, pero tengo la libertad de que esto es familiar y tengo cierto privilegio, como salir a las 2 pm a pagar un despacho de aduana, a las 6 pm a retirar una mercadería, o irme a las 10 am a hacer un giro al exterior, cosas que no podría hacer en una empresa normal.</p>
<p>María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez</p>	<p>Para mí, Juan Fariño, Emprendedores de la Católica, fue la base. Originalmente yo iba a estudiar una Carrera de Ventas cuando terminé el colegio, y la decisión que tomé a último momento y la directora, en ese momento, totalmente agradecido porque me convenció de estudiar esta carrera, si no hubiera estudiado esta carrera tal vez ahorita sería un muy buen empleado del sector público o privado, pero creo que en algún momento no hubiera sido de mi total satisfacción. Entonces Emprendedores para mí fue la base y totalmente agradecido con la carrera con sus ventajas y desventajas, como todo, todo lo que tiene la vida, pero creo Emprendedores fue la base.</p> <p>Yo, María Dolores, siempre tuve, no la visión, sino mi familia, desde mi abuela han sido emprendedores, siempre han trabajado para ellos, mi abuela, mis padres nunca han trabajado para nadie más. Cuando yo decidí estudiar emprendedores, creo que nunca estuvieron de acuerdo porque ellos me veían en una empresa trabajando con una estabilidad, quizás para que no pase las dificultades que han pasado ellos; entonces cuando yo decidí estudiar emprendedores siempre fue porque quería tener mi negocio propio. Entonces Emprendedores se convirtió en eso, en la base, en los conocimientos previos, para poder empezar a creer que yo podía con cualquier asunto, cualquier trabajo o proyecto que quisiera realizar; dentro de la carrera trabajamos varios proyectos muy buenos algunos, otros que dejaron grandes enseñanzas, pero así mismo con excelentes profesores que nos dieron muy buenas bases. Fue una experiencia gratificante que hayamos venido a complementar, con otro nivel de estudios, pues dentro de la misma rama de Emprendimiento, pero con otros ideales, con otras visiones mucho más abiertas que la sociedad a la que Ecuador ha estado acostumbrada.</p>
<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>Aunque yo tenía otros títulos, tener una ingeniería es un poco más pesado para la gente y las empresas, o para alguna persona. La Carrera de Emprendimiento no sólo es teoría sino práctica, porque tienes que estar innovando, viendo, y constante movimiento.</p>
<p>Raisha Lisseth Burgos Zambrano</p>	<p>De parte y parte, el alma emprendedora es heredada de mi papá, pero sí muchas cosas fueron aprendidas y adquiridas en la Carrera, esto de tener conciencia de las necesidades, por ejemplo, si tú le hablas a mi papá de publicidad, para él es una tontería, eso no existe, pero yo estoy consciente que necesito la publicidad, es algo que está ahí, que mueve masas, sobre todo en las redes sociales. Siempre me llamó la atención poner un negocio, en mi familia siempre es negocio no empleo, al menos en mi casa a nadie se le ha pasado por la cabeza hacer su vida como empleado; de ahí los conocimientos que adquirí en la carrera me han servido aquí.</p>
<p>Mario Alberto Redrován Escobar</p>	<p>Mucho, yo creo que es un tanto irónico cómo llegué a la Carrera, siempre me gusta contar esta anécdota, porque mi idea siempre fue estudiar Gestión Empresarial en la Católica, un día fui a averiguar, era la primera vez que entraba a la Católica, yo fui al edificio principal porque imaginé que estaban todas las carreras, y era cuestión de ir de ventanilla en ventanilla preguntando, o directamente a la ventanilla de Gestión</p>

	<p>Empresarial, recuerdo que fui al edificio principal, y nada que ver, sólo estaban las carreras de la Facultad de Especialidades Empresariales, yo buscando y no había nada, y un guardia me supo informar, pasando por ahí, encuentro la Carrera de Emprendedores, y emprendedores nada que ver, pero pasé y regresé, dije “es algo interesante, algo nuevo que nunca lo había escuchado” y me matriculé en ese mismo rato, sólo iba a averiguar, pero terminé matriculándome, inscribiéndome en Emprendedores. El haber retrocedido y preguntado más por la carrera, fue algo muy increíble, no me arrepentiré jamás en la vida, y me ha ayudado mucho desde que me inscribí, desde que empecé mi primera clase, el pre, todo, las materias BAE. Típico tienes una materia que no te gusta, pero se aprende de todo.</p> <p>¿Cómo me ha ayudado? En algo esencial para todos los emprendedores, aprender un poco de todo, el emprendedor necesita eso, aprender un poco de Finanzas, un poco de Contabilidad, un poco de Administración, un poco de Negociación, un poco de Marketing, un poco de Informática, aprender un poco de todo. Porque el emprendedor empieza así, emprende sólo, me atrevo a decir que por más de que tú crees una empresa de un día para el otro y tengas 10, 20 o 30 empleados, igual empiezas sólo, porque tú eres la semilla en esa empresa, porque tú eres el que tienes que empezar a germinar la esencia de ese negocio, tú puedes tener 20 o 30 personas a cargo apenas inicia el negocio, pero si esas personas no se sienten conectadas contigo, con lo que tú quieres, de qué te sirve tener 30 personas a cargo, entonces por más de que empieces así el negocio, en esencia nace de ti mismo, empieza por uno mismo.</p>
Daniela Belén Muñoz Salinas	<p>Mucho, realmente la Carrera me dio muchas pautas para yo poder emprender. De hecho yo emprendí desde que estudiaba en la Carrera. Mi negocio iba creciendo con la carrera, cada materia que yo veía trataba de implementarla en lo que estaba haciendo. Una de ellas, fue “comercio electrónico” donde manejamos el tema de redes sociales y ahí aprendí un poco de <i>Google Adwords</i> y son cosas que se aplican en mi negocio. Todas las materias me ayudaron bastante a poder desenvolverme BAE, Introducción a Emprendedores son materias básicas y primordiales, porque muestran la experiencia de emprender ¿cómo es eso? cuando tu lanzas tu producto, tu idea, estás en ventas.</p>
Gustavo Xavier Suárez Martínez	<p>Mi emprendimiento estaba en marcha como un cyber antes de estudiar Emprendimiento, pero si puedo decir que me ayudó a potencializarlo, a que si hubiese estudiado otra carrera. Es que en la carrera se veían materias básicas que ayudan en el día a día de un negocio.</p>
Jonathan Alexander Rojas Reyes	<p>El hecho de nos manden a vender alfajores, que nos hayan puesto a vender rifas, hacer tortas y venderlas al público, en general, ha sido un factor muy importante para mí, ya que ha influenciado en mí el carácter, no es el tipo de producto que vendas, no es lo grande ni pequeño del producto, ni lo que cuesta sino como lo ofreces; no es lo mismo venderle a una persona en la calle tocando puertas, que a un ejecutivo sentado en su gran imperio dominante, de eso es lo que tiene que darse cuenta el emprendedor, hoy en día, no solo debe promocionar su producto, sino a promocionarse el mismo.</p>

Erick Lenin Tigrero Villón	Emprendí en tiempos de estudio, y las materias que en realidad me ayudaron fueron contabilidad, ventas y finanzas porque me ayudaron a poder administrar el local, sobre todo lo que son los inventarios, y pienso que es una de las partes más difíciles, ya que en un negocio se deben manejar inventarios correctos y tener las cuentas claras. La materia marketing me ayudó bastante para poder darle promoción al negocio; tanto como <i>E-commerce</i> , ya que en la actualidad cuento con una página web, y anuncios en páginas amarillas. Las cosas que aprendí en la carrera me ayudan bastante.
Jennifer Estefanía Chora García	Sin duda alguna mi carrera ha sido de mucha ayuda para establecer mi negocio; pero vengo de una familia que se dedica mucho al comercio, eso también influye en no depender de otra persona para tener ingresos en cuanto a mi trabajo.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Todos los emprendedores entrevistados aseguran que haberse graduado en la Carrera de Emprendimiento de la UCSG ha influenciado en su acción emprendedora y en sus emprendimientos; ya que les brindó las bases por las materias que recibieron, dada la práctica, e innovación a través de las cuales fueron impartidas. Además, indican que jamás en la vida se arrepentirán de esa elección, porque además de adquirir conocimientos, la Carrera influenció en su carácter.

Tabla 147

Recomendaciones para la Carrera de Emprendimiento

GRADUADO ENTREVISTADO	OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores. P9: ¿Qué mejorarías en la Carrera de Emprendimiento si tuvieras la oportunidad de hacerlo?
Manuel Antonio Toro Jaramillo	Yo le añadiría un poquito más de concentración en comercio electrónico; todo lo sea emprendimiento es algo para vender, tú puedes vender sándwiches, zapatos, cosméticos, y si no estás en internet, no estás en nada. Cuando estudié en emprendedores vimos materias de E-Commerce en los dos últimos semestres y pare de contar, claro que sirve de pauta, pero si quieres ser un emprendedor del futuro, tienes que ver eso desde el primer semestre. Yo destaco de la carrera que fue práctica casi 100%, un semestre veías contabilidad, al siguiente ponías un negocio, para que tú veas y empieces a hacer tus primeros balances, tu primer estado de resultado y ese tipo de cosas, pero si metes más profesores capacitados para que te den una clase de Facebook analítico, Google analítico, todo lo que tiene que ver con el comercio electrónico, mejoraría la Carrera. Si yo fuera un Decano, hiciera que las Carreras de Comercio Electrónico y Emprendedores se fusionaran, porque van de la mano, también va con Marketing, pero Emprendedores ve un poco de todo. Pero lo que tiene que ver el emprendedor de hoy tiene que ver con el internet, entonces yo fusionaría esas carreras. Yo conozco amigos, compañeros de la carrera, todos están en internet, venden directamente por internet, tienen locales que se promocionan en internet, hacen propaganda por internet, la misma carrera se promociona por internet.

<p>María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez</p>	<p>La selección del personal docente, que realmente sean docentes que incentiven al desarrollo de la creatividad de sus estudiantes, el hecho estudiar una carrera de Emprendimiento no hace a los estudiantes emprendedores, y eso es uno de los errores que se está generando ahora, están llegando a esa carrera con esa mentalidad, pero como resultado, al graduarse van a trabajar a una empresa pública o privada, que no está mal, pero si se meten a esa carrera, un gran porcentaje de ellos deberían continuar con emprendimientos y que sean sustentados.</p> <p>Sin menospreciar el trabajo de nadie, porque todo trabajo es digno, muchos, un gran porcentaje, un nivel muy alto de estudiantes que han salido graduados de la carrera no están emprendiendo, son contados con los dedos de las manos cuántos son los que están trabajando en un emprendimiento como tal. Entonces esa selección de docentes y también de estudiantes, considero que es fundamental, porque tú ingresas a estudiar emprendimiento y tú ya te crees emprendedor, no es así, yo creo que puedes desarrollar tu capacidad de emprendimiento, pero no autoproclamarte emprendedor con el simple hecho de decir “Estoy estudiando emprendimiento”. Entonces esta selección de docentes y estudiantes puede crear una universidad, una carrera de mucha más calidad, mucho más real, hace dos o tres años que no estamos en la carrera, ha cambiado mucho el mercado, la sociedad. La cultura de emprendimiento en Ecuador está creciendo, y hay muchos centros de emprendimiento donde puedes desarrollar habilidades y se pueden potenciar convenios, alianzas con estos centros de emprendimiento para que los estudiantes puedan aprender cómo se trabaja un emprendimiento desde cero, no en algo ya establecidos, como hacer prácticas en empresas, sino en algo que ellos vean la parte práctica y la parte teórica de cómo se lo realiza, y no sólo en papeles.</p>
<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>Siento que los profesores no están lo suficientemente capacitados como para dar la materia, en diferentes ámbitos; algunos sí lo están y me saco el sombrero, pero son muy poquitos. Desde mi tutor, que no fue un buen tutor, y lo digo, y si algún día lo escucha pues ya no importa, no fue un buen tutor porque yo pienso que para tu ser educador tienes que tener pasión en lo que haces, enseñar, y si el alumno supera al maestro quiere decir que estoy haciendo las cosas bien y debes sentirte orgulloso, mientras que si tú superas al maestro, te está atacando, se está yendo por la tangente, haciéndote que todo te vaya mal, yo muchas veces sabía muchas cosas. Como me gusta estar haciendo una cosa y otra cosa, pero muchas veces me detenía, sentía que me ponía muchas barreras, y no me apoyaba. Se deben contratar personas, que quizás tengan un emprendimiento porque para enseñar a emprender tienes que demostrar que has emprendido algo, porque si no que puedes decir que has emprendido, o quizás que sea comprometido. Yo he tenido profesores que realmente han enseñado más de lo que deberían haber enseñado, que es la típica malla en la que tienes que seguir los mismos procedimientos, no, ellos enseñaban muchas más cosas, y yo me voy feliz por haber aprendido eso. Porque son cosas que tú te das cuenta, “ese profesor tiene compromiso, está enseñando más de lo que debería enseñar y realmente está poniéndole ese amor”, porque tú te das cuenta que poquitos son los que tienen vocación, los que no tienen vocación solamente están ahí por tener dinero, y menosprecian el trabajo, de quizás, un alumno, menosprecian el trabajo de otras personas. Pienso</p>

	<p>que un educador no debe ser así, un educador debe ser como un mentor de ese joven que recién es como un frutito que está naciendo; entonces debe dar las herramientas, debe ayudarlo a que mejore, pero no menospreciarlo, ni tratar de humillarlo, porque he visto casos en que humillan.</p> <p>Un sinnúmero de cosas que hay que cambiar, si cambia ese tipo de cosas la carrera va a mejorar, la parte que sea más vivencial, que hagan más viajes, que hagan algo más de responsabilidad social, que antes hacían el BAE Match que ahora ya no lo hacen. Yo pienso que esas cosas también involucran que el joven tenga más compromiso, no sólo con ellos, sino con la persona, como Evo Ideas que hace viajes de cambios, nosotros íbamos, ayudábamos a una comunidad, como nosotros somos capacitadores, los ayudamos a que sus emprendimientos crezcan.</p>
Raisha Lisseth Burgos Zambrano	<p>Pusiera en niveles un poco más avanzados Contabilidad, para que el estudiante tenga la madurez suficiente para apreciar esas materias, porque en los primeros semestres, uno tiene que pasar y punto, pero no le preste la atención suficiente. Tienen que dictar un poco de recursos humanos, que a mí tanto me ha estresado la vida.</p>
Mario Alberto Redrován Escobar	<p>Creo yo que faltaban un poco más de materias prácticas, si bien es cierto la materia de BAE es algo muy fuerte en términos de práctica, en esto de los negocios, creería que no debería quedarse ahí la práctica, sino que se amplifique, que se creen otras materias donde tú practiques mucho el tema de empezar negocios, administrar negocios, y cómo negociar; de ahí el resto todo bien, la verdad que me parece una malla muy buena en el resto de materias.</p>
Daniela Belén Muñoz Salinas	<p>Los emprendimientos que inician en primer ciclo, deberían seguir hasta el final de la Carrera para que tenga un crecimiento, así en cuatro años que toma graduarse también se puede ponerlo en funcionamiento.</p> <p>Los proyectos deben empezar desde cero y de ahí ir avanzando según la Carrera porque siempre son proyectos distintos, en BAE I era un proyecto, en BAE II otro, en tercer y cuarto semestre otro, por ejemplo: “dulces”, “desfile”, “mascarillas”, los proyectos quedan allí y no siguen, quedan en nada.</p>
Gustavo Xavier Suárez Martínez	<p>Debe ser más práctica y crear negocios que duren toda la carrera, para ya salir con esa idea al mercado. Me refiero a que no solo sea académico, sino que al final de la carrera uno ya salga con su negocio, algo bien establecido que se lo pueda potencializar en el país o en el exterior.</p>
Jonathan Alexander Rojas Reyes	<p>Me parecía genial la carrera, me parecía estupenda en los tiempos en que yo estaba, no le cambiaría nada. Me tocaron buenos profesores, una muy buena Directora, buen compañerismo en el aula y fuera del aula, logré hacer muy buenas relaciones comerciales allí dentro. Actualmente, los chicos que he visto no tienen los estándares que tenían antes, el emprendimiento no sé cómo lo están manejando ahora, pero creo que la vieja escuela es buena para estos tiempos, la vieja escuela es la que te enseña realmente que debes de ponerte en el lugar de la persona, y en lugar del Gerente General.</p>
Erick Lenin Tigrero Villón	<p>Al terminar la carrera, en el seminario de graduación, tuve problemas con mi tutor de trabajo de titulación, ya que era dejado, y eso debería ser controlado por la carrera para que haya la obligación de guiar a los estudiantes en un determinado número de horas.</p>

Jennifer Estefanía Chora García	Que existan tipos de concursos de idea de negocio y si es rentable seguir con lo mismo hasta el final. Hacer más tipos de concursos que nos lleven o nos inviten a viajes en otros países para competir. Para constituir una marca, se debe ir a registrar a las instituciones, visitar la aduana donde pueda palpar las cosas, no solo que te manden a investigarlo sino que te lleven a la aduana, y otras instituciones donde te hagan palpar las cosas.
---------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Cuatro de los emprendedores entrevistados indicaron que mejorarían la selección de docentes en la Carrera de Emprendimiento; ya que no están lo suficientemente capacitados y en otros casos no eran lo suficientemente dedicados. Cuatro de los emprendedores entrevistados indicaron que la Carrera debería ser más práctica; por lo que los emprendimientos que inician en primer ciclo, deberían seguir hasta el final de la Carrera, para que tenga un crecimiento, y salir con esa idea al mercado. Uno de los emprendedores entrevistados destacó que en su época todo fue perfecto y que no hubiera cambiado nada. De los diez emprendedores entrevistados, tres de los emprendedores sugirieron que se profundice en el área de Comercio Electrónico y que se incluya Recursos Humanos; así como que se muevan materias de Contabilidad y Finanzas a ciclos más avanzados, en los cuales los estudiantes serán más maduros por su edad.

Tabla 148

Fomento de la cultura del emprendimiento en Ecuador

GRADUADO ENTREVISTADO	OE2: Organizar las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a los diferentes rangos de edades. P1: ¿Qué recomendarías que se aplique en los programas de fomento de la cultura del emprendimiento en Ecuador?
Manuel Antonio Toro Jaramillo	Tú le puedes enseñar a alguien, pero el que es emprendedor, lo es por sí sólo, no necesita un programa, una carrera, algo que lo motive, sino tú mismo y las propias ganas de salir adelante, el dinero lo puedes conseguir como sea, hay algunos tienen facilidades, pero otros no. El emprendimiento es una cosa de actitud, porque la aptitud la tenemos todos; si está el negocio puesto, vas a hacer plata, pero diferente es que necesites conseguir tanto porque hay una oportunidad de negocio, si no tienes la actitud para hacerlo, no lo vas a hacer, así te ponga 10.000 programas y conocimientos o todo lo que hemos hablado. Podría quedarme con un sueldo y vivir tranquilo, pero no es mi aspiración, yo puedo más, dar más. Si tengo un negocio que ya está afinando, que es un estudio contable, por qué no hacer algo diferente, que está surgiendo, y seguir aumentando el patrimonio de la familia. Recomiendo un programa que te enseñe no sólo los emprendimientos de afuera, sino que empiece a enseñar los emprendimientos de aquí adentro, que se vea que se puede. Porque bastantes negocios hay aquí que son buenos. Entonces no fomentar el emprendimiento sólo copiando o viendo a los de afuera, sino mostrando que aquí podemos hacer negocio. Hay bastante gente, ya no son emprendedores dos o tres personas, somos bastantes.

<p>María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez</p>	<p>Actualmente hay un auge y una saturación en Ecuador, por temas de innovación y emprendimiento, actualmente toda capacitación es acerca de innovación y emprendimiento, pero lamentablemente voy a una capacitación y de innovación no hay nada. Es cierto que estamos empezando con un cambio de paradigmas y rompiendo esta ortodoxia, pero todavía falta un poco más, pero es ahí donde la Carrera de Emprendimiento, porque es la primera carrera que se llama “Emprendimiento” debería ser un pilar; entonces puede ser que la gente cambie a nivel nacional y convertirse en el eje del emprendimiento e innovación como tal, pero no sólo de nombre, sino de trabajo. Hay que crear alianzas no sólo nacionales, sino internacionales con casos de éxitos y de fracaso; los casos de fracasos son muy importantes, no llamarlo fracaso sino experiencias, entonces aquellos emprendedores que hemos trabajado, y conocemos lo difícil que es, te podemos hablar de aquellas experiencias enriquecedoras para los estudiantes.</p>
<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>Que vaya a la par, la parte humana como la del emprendimiento, porque pienso que más se enfocan en técnicas de emprendimiento, pero no en la parte humana; entonces cuando voy a una empresa, presento mi proyecto, y me dicen “no”, me caí, me desmotive, ya no quiero hacerlo, y me meto a una empresa a trabajar. Si no estás lo suficientemente capacitado en temas de la parte humana, de tener ese control emocional, esa educación emocional, no vas a estar preparado para la vida.</p> <p>Que se desarrollen más programas donde te financien, la CFN lo hace, pero en las convocatorias, de las mil personas que pone su proyecto, sólo escogen a una o dos, y las otras personas se van desmotivadas sin saber qué hacer. Deben ampliarse las redes de Networking, donde gente apoye el proyecto no solamente tres años. Capacitarlos, asesorarlos e involucrarse con el proyecto, ser parte del proyecto.</p> <p>Que no se cierran puertas sólo por tu edad, algún título, falta de confianza, convencimiento, o alguna otra cosa, porque muchas veces eso pasa.</p> <p>Que existan más seminarios de comunicación, porque algunos no saben cómo expresar sus ideas y tienen a veces que expresar su proyecto en 30 segundos, qué significa su idea, muchas veces no lo hacen bien, y por eso fracasan, aunque tengan muy buenas ideas.</p> <p>Que existan más <i>co-workings</i>, hay <i>co-workings</i> pero no lo están manejando de la manera que debería ser, sino solamente se están beneficiando, en cuanto a “Alquilo un sitio y gano dinero”, deberían abrir todo este panorama e incluir otras cosas.</p> <p>Poder impartir cómo ha sido la vida de una emprendedora, porque si nosotros damos ese enfoque invitaremos a muchos jóvenes para que sigan el mundo del emprendiendo.</p>
<p>Raisha Lisseth Burgos Zambrano</p>	<p>Considerar el movimiento económico de Ecuador, el cual va a requerir gastos cortos, los negocios que ahorita pueden pegar son los que vendes en el máximo de 1 USD, que se venden en masa; algo pequeño, una micro-empresa, productos de venta rápida, con valores que a nadie le va a costar sacarse del bolsillo. Deben enfocarse mucho en cosas que sirvan, lo que nunca va a cambiar en el mercado es la alimentación, el servicio de la alimentación es una cosa espectacular donde tú ganas el doble, pero por valores cortos, súper cortos, precios bajos para que sea rentable, no la idea de valor agregado porque par cosas un poco más elaboradas, el ambiente, cosas intangibles, el ecuatoriano se va a volver un poco más tacaño por la situación. Incluso como dicen que las crisis son oportunidades, creo que</p>

	<p>esta es la oportunidad de lanzar negocios de corta inversión; de algo que sea pequeño, que tú sepas que estás ayudando a esa persona, que le estás facilitando la vida por un precio súper bajo, eso sí va a funcionar.</p>
<p>Mario Alberto Redrován Escobar</p>	<p>El primer paso es inculcar que para emprender un negocio no es cuestión de tener grandes cantidades de dinero, sino predisposición, confianza, y una buena idea. Eso es algo muy esencial para crear una cultura de emprendimiento porque a muchos, en algún momento, nos detuvo, o nos sigue deteniendo. Muchas veces el emprendedor se enfoca mucho en que necesita tener dinero, mucho dinero para empezar. Pues yo creo que haría énfasis en que inculquen eso diciendo todo lo contrario; que para crear tu negocio no necesitas tener un capital de 5.000 USD, 10.000 USD, 15.000 USD; basta con tener la predisposición, una idea buena, la confianza en ti mismo, hasta por último, si tu proyecto en papel es un proyecto que amerita mucha inversión, con el simple hecho de que sea una buena idea, tú la puedes presentar a una entidad financiera o pública para que te financien el proyecto sin ningún problema. Entonces tenemos ese tabú, no sé si nos han criado con eso, o lo hemos absorbido de la sociedad, pero muchas veces pensamos que si no tenemos cierta cantidad de dinero, no podemos invertir, no podemos empezar un negocio, en mi caso, yo empecé con 800 USD, quién se iba a imaginar que un negocio se empezaba con 800 USD, yo no lo pensaba, no lo pensaba hasta que empecé con el negocio y me di cuenta que no es cuestión de tener 5.000 USD, 10.000 USD, 15.000 USD, 20.000 USD para emprender un negocio, sino predisposición, confianza, y una buena idea.</p>
<p>Daniela Belén Muñoz Salinas</p>	<p>Está tomando fuerza el emprendimiento en el país, sin embargo creo que falta un poco más de apoyo a los emprendedores, de pronto guiarnos en la parte de comenzar a implementar un negocio porque a veces tienes una idea muy clara pero tienes esa duda de cómo iniciar, y ese es el problema por el que no inician. Tengo amigas que estudiaron comercio exterior y quieren hacer un negocio en su área y no tienen una idea de ¿cómo hacer? ¿cómo iniciar?, cosas tan pequeñas desde pensar en un nombre, un logo. Dar una base de cómo poner un emprendimiento, de ¿Cómo iniciar su camino? ¿Cuál sería el primer paso? Aparte de sus ideas ¿qué más van a necesitar?, ¿cómo financiar el negocio?, ¿cuánto vas a necesitar para comenzar? también pensar bien las ideas y tenerlas más claras, porque de nada sirve tener ideas de productos sino lo vas a lanzar o no lo vas a poder comercializar. Si alguien te ayudara en esas cosas tan pequeñas, de pronto estarías un poco más claro.</p>
<p>Gustavo Xavier Suárez Martínez</p>	<p>Que faciliten capitales para invertir en proyectos, es verdad que a veces somos muy jóvenes, pero deberían tomar otras medidas de evaluación, y puedan brindar varias alternativas para emprender un negocio.</p>
<p>Jonathan Alexander Rojas Reyes</p>	<p>Básicamente investigué todos los programas de emprendimiento que existen en Ecuador, y todas son muy buenas propuestas. Yo si pediría que apuesten directamente en la educación de los jóvenes, no tanto en darles dinero a las personas porque es endeudarlo. Por ejemplo, un joven que recién comienza, tiene todas las ganas de sobresalir, pero poca experiencia; han existido muchos casos en los que familias con bastante dinero se quedan en la ruina, y personas pobres que han aprendido a trabajar han tenido bastante dinero. Entonces yo no creo que el incentivo mayoritario sea el dinero sino sería la educación. Si tuviéramos una buena educación en emprendimiento impartida desde la escuela, una buena educación empresarial, nadie necesitaría tener dinero para llegar a tener más dinero.</p>

Erick Lenin Tigrero Villón	Dar un seguimiento a las personas, más que todo, a quienes estén interesadas en emprender; ya que ahora todo es emprendimiento, así sea médico, arquitecto, porque ahora todo podría ser emprendimiento. Que el emprendimiento sea difundido como las noticias, que tenga mayor publicidad, que se lo haga a diario, esto incentivaría a las personas a poner un tipo de negocios o algo similar.
Jenniffer Estefanía Chora García	Para impulsar a los emprendedores, no debe haber tantas trabas ni permisos; así, no sería tan difícil poner tu propio negocio.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Los emprendedores entrevistados hacen las siguientes recomendaciones para que se apliquen en los programas de fomento de la cultura del emprendimiento en Ecuador:

- Programas que muestren las opciones de emprendimiento en Ecuador y no ideas de otros países.
- Aplicar verdadera innovación en los programas de emprendimiento.
- Crear alianzas no sólo nacionales, sino internacionales con casos de éxitos y de fracaso, que no son, sino experiencias.
- Capacitar a los emprendedores en la parte humana que les permita tener control emocional, educación emocional que los prepare para la vida.
- Ampliar las redes de networking, donde gente apoye el proyecto no solamente tres años, sino que se involucren con el proyecto y sean parte del mismo.
- Lanzar negocios de corta inversión, con productos y/o servicios de bajo precio.
- Cambiar la mentalidad en las personas de que para emprender se necesitan grandes cantidades de dinero, sino predisposición, confianza, y una buena idea.
- Brindar más de apoyo a los emprendedores, guiarlos en la parte de comenzar a implementar un negocio, porque a veces tienes una idea muy clara pero tienes esa duda de cómo iniciar, y ese es el problema por el que no inician.
- Facilitar capitales para invertir en proyectos.
- Dar un seguimiento a las personas, más que todo, a quienes estén interesadas en emprender.
- Impulsar a los emprendedores, sin que hayan tantas trabas ni permisos; así, no sería tan difícil poner un negocio propio.
- Tener una buena educación en emprendimiento impartida desde la escuela, una buena educación empresarial, así, nadie necesitaría tener dinero para llegar a tener más dinero.

Tabla 149

Dinero como factor conducente para el emprendimiento

<p>GRADUADO ENTREVISTADO</p>	<p>OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P1: ¿Consideras que el dinero es la clave del éxito para emprender?</p>
<p>Manuel Antonio Toro Jaramillo</p>	<p>El dinero obviamente nos va a apoyar, si tú lo sabes manejar. No te puedo decir que el dinero no te va ayudar o no es lo principal, sí es una empresa, un negocio lo que estamos haciendo. Entonces si tú tienes inyección de plata obviamente vas producir más, pero no lo es todo, tienes que tener la capacidad para saber manejar ese dinero. Pero la mayoría de los emprendedores no tenemos plata, lo que tenemos son los recursos para conseguir ese dinero, y tenemos que saberlo explotar.</p> <p>Apoyo en “dinero”, solo el préstamo con el que inicié Mía Sport; de ahí lo que tengo ahorita es apoyo logístico, para retirar la mercadería y despacharla, el gasto de ir a ver zapatos, sacarlos de la aduana, traerlos a la casa, empacarlos y llevarlos al transporte interno para su entrega final, lo tengo solventado por mi abuelo, los dos trabajamos en conjunto, cuando es de ir a ver un paquete o una carga, nos vamos en su carro o alquilamos un carro más grande, y todo eso lo solventa él. Ese apoyo, es igual a dinero, si me tocara hacerlo sólo incurriría en gastos, mi hermano también me ayuda. En mis proyecciones el gasto logístico está considerado, pero si por el momento, me lo puedo ahorrar, no estoy haciendo nada malo. Mía Sport también puede vender fuera del país, me han escrito desde Argentina, he vendido en Perú y en Colombia, lo que hago es que la fábrica directamente envíe la mercadería a su correo nacional, en ese país. Pero en Ecuador, me llega a mí y lo que hago es abrir, revisar la mercadería y ponerle mi logo en la caja del zapato; esto me sirve bastante, porque cuando te llegue el zapato a Ibarra, Zamora Chinchipe, donde vivas; tú lo vas a abrir, vas a ver mi marca, te vas a tomar una foto, porque es lo que yo pido de referencia, de favor, que me envíen esa foto, y eso me sirve como publicidad, porque como cliente generas confianza, ya que el internet está lleno de estafadores y contra ellos competimos también.</p>
<p>María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez</p>	<p>El dinero, personalmente es un recurso muy necesario, todo se realiza a través del dinero, nuestra herramienta tecnológica, todo eso nos ha costado, hemos invertido, pero lo que estamos dando nosotros a la comunidad, y lo que nos está generando en cuanto a satisfacción personal y en todos sus ámbitos, es mucho más valioso que lo que nos puede generar un ingreso económico.</p>
<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>No, yo pienso que hay muchas otras cosas que son claves del éxito, como la propia felicidad, la felicidad de uno debería ser la clave del éxito para todos; si yo tengo felicidad voy a tener éxito en mi vida, pero si yo solamente pienso en ganar, ganar, ganar como tal, no tendría un propósito en la vida; siempre tienes que tener una misión y un propósito, propósito es igual a felicidad, y eso involucra tener éxito y muchas cosas grandes en mi vida.</p> <p>Entonces si yo solamente estoy en Evo Ideas sólo por ganar dinero, no estaría cumpliendo mi misión de vida y no estaría feliz, porque sólo sería quiero dinero, quiero dinero y estoy en busca de dinero, y no todo tiene que ser dinero, claro que tienes que ganar, porque tienes que pagar personal, tienes que tener para tus costos, pero nosotros siempre nos</p>

	<p>enfocamos en la parte humana, nosotros muchas veces damos capacitaciones y es netamente social, no cobramos nada, vamos a los pueblitos, vamos a las provincias y damos la capacitación sin ninguna remuneración, porque esa es la parte de tener responsabilidad social con las personas, ayudarlos a ponerse en su desarrollo.</p> <p>Pero para mí, el éxito es felicidad, hacer algo que te guste de la mejor forma, y disfrutar eso que te guste; porque hay muchas personas que están en un trabajo, pero en realidad están en el trabajo por ganar dinero, pero no porque son felices, y están haciendo cosas que en su vida se imaginaron hacer, pero lo hacen porque les toca trabajar, y Dios mismo lo dice. Entonces cambiar un poco el enfoque que se tiene, dar las herramientas a las personas para que se den cuenta que pueden emprender en algo que les guste, es la mejor forma de ser feliz.</p>
Raisha Lisseth Burgos Zambrano	<p>Bueno, es lo que buscas, la fluidez de efectivo, éxito profesional, porque personal ya es de otro tipo. Pero si te refieres a lo que necesitas para conseguir el éxito, no creo que sea necesario tener dinero, puedes empezar con poco, incluso actualmente tenemos una idea de negocio que no representa el 10% de lo que invertimos aquí, que puede darnos utilidades más fuertes que las que nos da este lugar. Para tener éxito necesitas una cierta cantidad de dinero para empezar, pero no es la base más sólida ni lo más indispensable; tengo una amiga que acaba de recibir una herencia de 390.000 USD y no sabe qué hacer con el dinero, entonces más bien creo que en tu cabeza, si tienes la idea, la puedes acoplar a tu bolsillo, o conseguir quién te ayude a financiarlo.</p>
Mario Alberto Redrován Escobar	<p>La clave del éxito es uno mismo, nace internamente de uno mismo, es decidirse, si tú te decides, ya tienes el éxito seguro, me atrevo a decirlo, porque a mí me pasó. El dinero no es la clave del éxito, pero sí es necesario, pero no en gran importancia.</p>
Daniela Belén Muñoz Salinas	<p>Cuando Edgar y yo iniciamos fue con poco capital, a pesar de que hemos tenido varios problemas, creemos que más importante que el dinero es que el negocio salga adelante con una buena estrategia, un buen plan, porque pueden haber muchos factores y el dinero es algo superficial. Lamentablemente a muchos emprendedores les afecta la falta de dinero para emprender, a veces pensamos en iniciar a lo grande, cuando no está en nuestras posibilidades y nos frustramos si no lo hacemos, el dinero más bien es un impedimento.</p> <p>La clave del éxito es salir de dónde estás, y en ese momento caminar, saber a dónde quieres llegar, porque no sabe dar ese paso es lo que siempre te hace estar allí. El primer paso para mí es lo más importante ya que cuando das el primer paso, ya no vas a retroceder.</p>
Gustavo Xavier Suárez Martínez	<p>No lo creo, más bien el éxito está en la felicidad de satisfacer a los clientes, ya que más que clientes, son "Amigos de la Red", esa es la clave de Netfaster, que su confianza sea retribuida con satisfacción, la cual se evidencia en el pago del servicio y su recomendación, pero es algo que se da por añadidura.</p>
Jonathan Alexander Rojas Reyes	<p>Yo pienso que la clave del éxito es ser feliz, la felicidad es lo que te impulsa día a día a levantarte, la que te impulsa día a día a mejorar, a dar lo mejor de ti mismo; y un joven emprendedor, la encuentra en su negocio porque es su superación.</p>
Erick Lenin Tigreiro Villón	<p>La clave del éxito es cómo puedes administrar tu dinero en este caso porque por más que uno tenga su dinerito, la forma en que lo administre es la fórmula para lograr el éxito.</p>

Jennifer Estefanía Chora García	No, el dinero no es la clave ni el requisito, pero es un factor que ayuda a que llegues al éxito. Lo primordial vuelvo y repito es la satisfacción de ver a un cliente feliz con un producto de calidad, eso nos hemos percatado siempre, no minimizamos costos de productos. Además de ello, es muy importante identificar el target del producto.
---------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Todos los emprendedores entrevistados coinciden que si bien el dinero es importante, no es la clave del éxito para emprender; se necesita la capacidad para saber administrar ese dinero. Además, destacaron que la satisfacción personal y la felicidad son lo más importante; para ello, la clave del éxito es uno mismo, hacer lo que te guste. Por otra parte, indicaron que si se tiene la idea, se la puede acoplar al bolsillo, empezando con poco, o consiguiendo quién ayude a financiarla; por lo que tener una buena estrategia, un buen plan es fundamental, e incluso el dinero puede ser un impedimento. Finalmente, resaltaron que satisfacer a los clientes con un producto y servicio de calidad, es lo que genera dinero.

Tabla 150

Fuentes de financiamiento del negocio

GRADUADO ENTREVISTADO	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P2: ¿Cómo pudiste financiar tu idea de negocio?
Manuel Antonio Toro Jaramillo	Empecé Mía Sport con 10.000 USD, que me prestó un tío para la representación y tener algo de capital; pero cometí errores, por ejemplo: para reunirme con un socio tuve que ir a Quito, como tenía plata en la cuenta, en vez de irme en un bus, me fui en avión, me hospedaba en un hotel más o menos caro, cosas así; cuando ese era un capital para empezar el negocio, no para gastármelo en cosas vanas porque esa plata no era mía, y el centavo tenía que hacerlo producir porque lo tengo que devolver.
María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez	Con nuestros ahorros, y prestando a familiares; eso es básicamente, capital propio, y familiares que nos han ayudado. Se hizo una inversión para el desarrollo de la plataforma, pero creo que la retribución viene de a poco y la gratificación también es inmensa, entonces vamos trabajando cada día.
Tania Alejandra Alarcón Segovia	Al inicio fue con recursos propios, yo tenía que financiarme, hacer una capacitación, poner dinero, luego hacer diseños, yo misma buscaba los recursos; y la familia es la primera que te apoya, a veces si necesitas dinero, te dan. Actualmente, nos financiamos cuando vamos a una empresa y cobramos, más que nada a las personas que tienen poder adquisitivo, con esa parte nosotros nos financiamos, porque a las personas de bajos recursos no les podemos cobrar, nosotros tenemos siempre ese aporte a la comunidad.
Raisha Lisseth Burgos Zambrano	Somos dos socios, mi novio y yo; yo vendí mi carro y mi novio recibió un préstamo de su papá, 50% y 50%, así se financió Mom's. El 18 de Diciembre de 2016 cumplimos un año, no hemos recuperado lo que esperábamos, estaremos por un 40%, la inversión fue demasiado fuerte, porque queríamos darle personalidad al lugar; actualmente evitaría eso, bajaría full los valores de inversión.

<p>Mario Alberto Redrován Escobar</p>	<p>La verdad es que es un tanto irónico, porque yo me acuerdo cuando me dieron la liquidación de cuando trabajaba en Mavesa, lo primero que hice fue salir de las deudas que tenía, tarjetas, letras del carro que todavía estoy pagando, entonces de todo eso se redujo, a casi, unos 1500 USD y esos 1500 USD durante un mes, que yo seguía buscando un trabajo en otra empresa, se fueron gastando, y al final me quedé con 800 USD, bueno en ese momento dije “ya no puedo seguir gastando”, porque habrá un momento que los 800 USD serán 0 USD y ¿Qué voy a hacer?, si no encuentro un trabajo. Entonces, en ese momento, retomé la idea del negocio y empecé con 800 USD, los invertí de una manera en la que no me <i>stockeaba</i> casi que nada, más era compra-venta. Primero planifiqué, me planteé trabajar con liquidez, cobrando al momento, porque si yo iba a ofrecer crédito, esos 800 USD iban a ser 0 USD, aparte tenía que seguir comprando y no tenía de dónde. Entonces, al principio lo que hice fue trabajar con mucha liquidez para gestionar un poco más de dinero, de capital, para poder invertir un poco más, y ahora, ya puedo trabajar a crédito con ciertas empresas o personas. Lo bueno era, que no tenía que hacer una inversión grande para <i>stockearme</i>, y aparte no tenía que pagar un alquiler, porque la oficina la manejo directamente aquí en la casa, en el domicilio, y no gasto en alquiler de un local.</p>
<p>Daniela Belén Muñoz Salinas</p>	<p>Para iniciar yo no necesite realmente nada porque gracias a Dios contaba con los recursos de mi papá, con sus máquinas, se las prestaba, obviamente, con una proyección de tener mi propia máquina, a veces tenemos los recursos cerca, no los aprovechamos, y vemos afuera, cuando realmente están cerca de nosotros. Después lo financiamos, Edgar y yo, estamos a punto de comprar nuestras propias máquinas.</p>
<p>Gustavo Xavier Suárez Martínez</p>	<p>De formas inimaginables, tuve que prestar dinero a familiares y amigos, porque en ese entonces el banco no era una opción eficiente al tener que pagar tantos intereses, incluso llegué a prestarle a un chulquero.</p>
<p>Jonathan Alexander Rojas Reyes</p>	<p>No lo financié yo mismo, al inicio utilicé estrategias poco convencionales, pero gracias a Dios, resultaron un éxito en su debido momento. La principal estrategia que tú puedes usar es jamás verte pequeño, jamás creerte pequeño, tú siempre tienes que verte imponente, por más pequeño que seas, debes verte de esta manera porque así como te tratas tú, te van a tratar el resto de personas. Actualmente si cuento con financiamiento bancario porque ya cuento con un registro único de contribuyente, entonces esto me permite financiarme mucho más allá de lo que eran mis capacidades iniciales.</p>
<p>Erick Lenin Tigero Villón</p>	<p>Recibí una herencia, que sólo fue el capital óptimo para poder conseguir un local y comprar la mercadería que se necesitaba. Después de eso, poco a poco se pudo <i>stockear</i> la línea de productos.</p>
<p>Jenniffer Estefanía Chora García</p>	<p>Un préstamo bancario que fue pagado en 18 meses.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Los emprendedores entrevistados financiaron su emprendimiento a través de diversas fuentes de financiamiento: préstamos a familiares, amigos y chulqueros; ahorros; venta de su vehículo; liquidación de su trabajo; recursos de los negocios familiares; créditos de proveedores, herencia, y préstamo bancario.

Tabla 151

Logros alcanzados por graduados en la Carrera de Emprendimiento

<p>GRADUADO ENTREVISTADO</p>	<p>OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P3: ¿Cuál ha sido el mayor logro que has alcanzado con tu emprendimiento hasta ahora?</p>
<p>Manuel Antonio Toro Jaramillo</p>	<p>Noto como Mía Sport va creciendo, va generando confianza, en tan sólo 8 o 9 meses de trabajo, ya tenemos 2 equipos que nos han permitido ser sus auspiciantes. No damos dinero ni capitalizamos un equipo, lo que les ofrezco es Cómprame 2 zapatos a un buen precio y Mía Sport te regala el tercero, ese es mi apoyo, un zapato caro, un zapato bueno, que te sirve y quizás es más de lo que me estás pidiendo como auspiciante. Al momento tengo 2 equipos, de ex estudiantes de colegios de Guayaquil que he auspiciado, ellos han confiado en mí, y puesto mi logo en sus camisetas, y esto va aumentando la confianza.</p>
<p>María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez</p>	<p>Un cúmulo de cosas, en realidad tenemos poco tiempo pero cada vez que aparece una nueva oportunidad, es muy gratificante. Cada vez que una persona nos dice: “pude hacer la idea que tenía, me dio otro enfoque”, cada cosa se va convirtiendo en un logro. Estuvimos en dos universidades aplicando la metodología; ahora estamos con esta empresa colombiana trabajando en la consultoría donde se aplica la metodología; también en Argentina la están utilizando; estamos creando otra alianza, mediante un acercamiento con una universidad colombiana que la va a trabajar en temas de investigación; vamos a dar una capacitación a una de las aceleradoras más importantes de Ecuador, como es “iNoise”. Cada día que pasa es una sorpresa más y un logro más.</p>
<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>En realidad el logro lo alcanzo todos los días, porque todos los días sé que tengo una misión importante que hacer, y eso me motiva para seguir aprendiendo. Cuando la gente no creía en nosotros, era cuando yo más creía en mí misma y en lo que Evo Ideas podía significar en cada persona; eso se vio reflejado cuando nos entrevistó el periódico El Universo, he salido en diferentes revistas, periódicos, entrevistas; ahí dije: “Esa parte de contribuir está dando sus frutos, quizás muchos no creían, pero como yo seguía creyendo fervientemente en que esto podía ser posible, mucha gente se dio cuenta y es una cadena, entonces la gente se da cuenta de eso”. Yo pienso que todos los días para mí son los mejores momentos de Evo Ideas; todos los días que yo tengo que levantarme, y pensar qué puedo hacer, qué seminario puedo innovar, qué evento puedo hacer; qué puedo hacer para brindar siempre un buen servicio humanitario a las personas. Ahorita estamos desarrollando un evento que se llama “Coaching Emocional”, para que las personas despierten esa parte emocional que tienen, porque siempre están como robot, y no se dan cuenta quienes son: encontrarse, entenderse, desarrollarse, y sacar siempre su máximo potencial. Para mí el mejor logro de Evo Ideas sería todos los días, los reconocimientos y premios de altas conciencias dados por instituciones, porque siempre estamos a la vanguardia de lo que hacemos.</p>
<p>Raisha Lisseth Burgos Zambrano</p>	<p>Me ha dado las bases que necesitaba para los negocios que quiero hacer, aquí yo aprendí que por la situación del país, a menos que seas una marca reconocida con una inversión fuerte, no va a valer la pena, por la</p>

	<p>crisis y la poca fluidez de dinero del ecuatoriano. Hay que buscar cosas de 1 USD, es más fácil que tú le saques a un ecuatoriano del bolsillo una moneda, entonces los productos más populares son los que se vienen para hacer negocios en Ecuador.</p> <p>Eso no lo hubiera aprendido cruzada de brazos en un <i>counter</i> en migración, detrás de una computadora. Para poner mi negocio, el que quiero poner ahorita, era necesario vivir esto, la experiencia, me he enriquecido personalmente, he aprendido muchísimo de servicio al cliente, de manejo de personal, muchísimas cosas, que no se aprenden hasta que uno está acá, hasta inteligencia emocional, tú puedes practicar absolutamente todo. Nosotros hemos tenido ayuda de amigos y familiares, en días que tenemos promociones y que sabemos que va a estar fuerte el trabajo, feriados, día del padre, de la madre, y les encanta el lugar, les encanta el movimiento, de estar en contacto con el cliente, porque se aprende bastante, se aprende muchísimo.</p>
Mario Alberto Redrován Escobar	<p>Los mayores logros son en el ámbito personal y laboral. Personal, porque me he vuelto una persona sumamente decidida para la toma de decisiones, antes era una persona que lo pensaba dos o tres veces, ahora me decido completamente por las cosas que veo me van a hacer bien a mí y al negocio. En lo laboral, obviamente, tener esa dependencia única de trabajar para uno mismo, de entregar los pulmones para uno mismo y no para otra persona.</p>
Daniela Belén Muñoz Salinas	<p>El paso que justamente estamos dando ahorita, abrir un local, un lugar más grande donde atender a los clientes, donde hay un diseñador. Además de venderle a empresas grandes como la Chilenita, Soy, Almacenes Figueroa.</p>
Gustavo Xavier Suárez Martínez	<p>El tiempo lo es todo para mí, haber llegado a 7 años de existencia de Netfaster, no es nada fácil. Recuerdo que había muchas personas que antes no daban nada por la idea y hasta pensaban que ya el segundo año, estaríamos fuera del mercado. Lo importante es que el emprendedor siempre debe creer en su idea y ver las maneras de actuar en el mercado que uno quiere alcanzar.</p>
Jonathan Alexander Rojas Reyes	<p>No cerrar, se vino una época muy difícil para el mercado en general, cuando trataron de que los equipos tengan la entrada prohibida al país, y cuatro negocios cerraron, cuatro negocios legendarios, fue un golpe muy duro para todos, y créeme que estuvimos en la banca rota, pero gracias a Dios hemos mejorado.</p>
Erick Lenin Tigrero Villón	<p>El mayor logro alcanzado, ha sido poder expandirme a los tres años y medio de iniciado el negocio, poder tener otra sucursal de la misma actividad del negocio; esto me ayuda bastante, porque ya no sólo tengo un ingreso de un local sino de dos locales.</p>
Jennifer Estefanía Chora García	<p>Ser un círculo de ayuda, a través de la responsabilidad social, ya que los desechos de OWEI son usados por los productores como abono orgánico.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Todos los emprendedores entrevistados han alcanzado logros a través de sus emprendimientos, tales como: ser auspiciantes de dos equipos deportivos; el uso de la metodología en otros países; los reconocimientos y premios de altas conciencias dados por instituciones; enriquecimiento personal y nuevos conocimientos en servicio al cliente; ser una persona más decidida, y tener esa dependencia única de trabajar

para uno mismo; abrir el primer local; haber llegado a siete años de experiencia con el negocio; haber salido de la banca rota dado el contexto político y económico en el que se encontraba el sector; abrir una sucursal a los tres años y medio de iniciado el negocio; ser parte de un círculo productivo de responsabilidad social, ya que los desechos se usan como abono orgánico de los proveedores.

Tabla 152

Aspectos claves del modelo de negocio

GRADUADO ENTREVISTADO	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P4: ¿Qué aspectos consideras que son claves de tu negocio?
Manuel Antonio Toro Jaramillo	La confianza del mercado, el tipo de negocio en el que estoy se desarrolla a través de internet, es un mercado tan amplio, pero tan desconfiado. Para vender zapatos de Mía Sport en 150 USD sin que tú hayas visto a esa persona, genero confianza en los clientes, subo papeletas de depósito, subo los zapatos que he traído, hago captura de las publicaciones de mis clientes, y esto va generando una rueda de confianza, es una rueda. Sin querer, te topas a un amigo que te dice que compraste en Mía Sport y que él también, y que ya están llegando sus zapatos, porque el zapato se demora 3 semanas en llegar; entonces para que un cliente acepte eso, y te dé plata sin conocerte, entenderás que es 100% confianza, basta que tú le falles a uno y todo se viene abajo, por eso yo manejo esa parte, es bien delicada y la manejo yo solamente.
María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez	Dentro de la metodología, que es de siete pasos. Uno de ellos es la idea de valor, el punto principal, donde está el valor percibido y el valor entregado. Muchas veces los emprendedores nos olvidamos de aquel valor percibido, muchas veces nos enfocamos en el dinero y no vemos la gratificación que nos pueda dar, y yo creo que ese es el éxito de los emprendedores, la gratificación, ese sentimiento de “lo estoy realizando y es lo que me gusta”. El otro es el valor entregado, que es el valor que la gente ve y que le estoy entregando, que lo pueda realizar.
Tania Alejandra Alarcón Segovia	El desarrollo humano, como tal, la parte de que nosotros hagamos entender a la sociedad que necesita despertar de esa zona de confort en la que estamos, que necesita despertar de ese “No puedo”, de ese “Debo hacerlo, pero no lo hago”, esa parte humana que para mí es la más importante; esa parte, de que te des cuenta que puedes lograr muchas cosas, que todo mundo si logra algo es porque creen algo, y para alcanzar ese algo la lucha es constante. Entonces yo creía tanto que quería hacer algo, y luché tanto, que estoy haciendo algo, es un proceso; entonces hacer entender a las personas que si yo puedo hacerlo, ellas pueden hacerlo, y todos podemos hacerlo. Entonces el núcleo es, básicamente, esa parte del desarrollo humano, esa parte de hacer entender a la persona que debe crecer interiormente, para que exteriormente se vea bien.
Raisha Lisseth Burgos Zambrano	El servicio es indispensable; nosotros estuvimos de viaje 4 días, se quedó la mamá de mi novio, y todos los clientes preguntaban por los dueños, todos y cada uno de ellos, dice ella que le decían “¿Y qué pasó con los chicos, qué pasó con ellos?, ¿Qué, vendieron el lugar?” Porque

	<p>hemos estado pensando en eso, en vender, no porque no haya ventas, sino porque tal vez los jóvenes somos así, la desesperación de querer hacer todo, no querer esperar tanto tiempo, hasta que se vea el retorno de la inversión, sino que sea un negocio más cortito, con una inversión más corta, entonces habíamos comentado que queríamos vender el lugar, y llegaban los clientes y le decían: “No me diga, ya lo vendieron. ¿Los chicos dónde están?” No, sólo se fueron de vacaciones 4 días. Desde el principio pensamos en el servicio al cliente, pero esos 4 días, nos confirmaron que definitivamente eso es básico, la gente full y en familia, se han hecho amigos, mucha gente viene porque han venido varias veces y son amigos, la atención es fundamental.</p>
<p>Mario Alberto Redrován Escobar</p>	<p>Un servicio al cliente sumamente personalizado. Yo busco los mejores precios de acuerdo a lo que necesita el cliente y se lo entrego. Además, los asesoro técnicamente y si considero que el repuesto que solicitó su mecánico no va a resolver su problema, los derivo a mis técnicos de confianza, los talleres que les refiero son muy buenos y trabajo mucho con ellos. Al cliente hay que decirle las cosas como son “si tienes ese sonido, es por esto, y la solución es esta”, eso es lo que le gusta al cliente, que le digan la verdad, que se preocupen por él, y por eso vuelven a buscarte.</p>
<p>Daniela Belén Muñoz Salinas</p>	<p>Consideró que es la perseverancia y la constancia tanto en lo personal como en lo comercial, seguir a pesar del “no” de un cliente, conseguir un descuento de tus proveedores, cosas así.</p>
<p>Gustavo Xavier Suárez Martínez</p>	<p>La atención al cliente es lo más importante en mi negocio porque hablamos de usuarios, ya que usan nuestros servicios, y requieren soluciones inmediatas.</p>
<p>Jonathan Alexander Rojas Reyes</p>	<p>La atención al cliente, con atención logras todo. Netamente atender bien a los clientes, porque el dinero se va, pero son los clientes que te lo tratan día a día. El cliente ve la diferencia entre que le quieras vender un producto a que le vendas lo que necesitan.</p>
<p>Erick Lenin Tigrero Villón</p>	<p>Manejarse bien con lo que es el stock de mercadería, stockearme de la mercadería que se necesita y adquirir lo que esté en la temporada; es bastante indispensable manejarse bien con el inventario y ver la línea de productos que se puedan armar para no quedarse con productos que no tienen mucha rotación; además hay que mantener los precios de los productos bajos y poner promociones.</p>
<p>Jenniffer Estefanía Chora García</p>	<p>Tener un producto de calidad, el servicio de post venta, la responsabilidad social, y la capacitación permanente.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Los emprendedores entrevistados consideran aspectos claves de sus negocios: la confianza mutua; el valor percibido y el valor entregado; el desarrollo humano; el servicio; es la perseverancia y la constancia; soluciones inmediatas; buen y correcto stock; productos y servicios de calidad.

Tabla 153

Realidad versus proyección del modelo de negocio

<p>GRADUADO ENTREVISTADO</p>	<p>OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”. P5: ¿Consideras que lo que has vivido con tu emprendimiento se asemeja a lo que pensaste?</p>
<p>Manuel Antonio Toro Jaramillo</p>	<p>Yo pensé que era algo más fácil, tuve desmotivaciones al principio, quise dejarlo, dije sólo es de publicar y las ventas llegan, me van a llamar, y no fue así, pensé que la gente confiaba en el internet y ben realidad no confían en ti, te escriben, te cotizan, te llaman para preguntarte precios y tu cuenta sigue vacía. Ahora quizás tengo algo de nombre en el internet, en el tema de básquet que me conocen un poco más, ya que le vendo a jugadores profesionales, ellos son un plus adicional para mí, cada vez que yo les vendo a uno de estos jugadores, me aseguro 5 o 6 ventas más, porque ellos atraen más gente.</p> <p>Le empecé a poner ganas, empecé a seguir trabajando, seguir publicando, seguir cambiando mi forma de publicar, sacando fotos, escribiéndole a los pocos clientes que tenía para que por favor me envíen una foto, que me hagan un post, cambiando la modalidad para que los clientes empiecen a confiar en mí; hasta que apareció una buena amiga mía, jugadora profesional que se llama Denisse Figueroa, y ella me dice: “Torito por favor, necesito dos zapatos y quiero que Mía Sport me los traiga, no los encuentro en ningún lado, ni por internet, ni nada; quiero que si tú me los consigas, yo te aseguro que te van a escribir porque te voy a dar una buena publicación”. Pues listo, yo escribí y coticé con la fábrica, me dijeron que había en el stock, en la talla que ella quería, le traje sus dos modelos de zapatos, y ella fue mi catapulta, una vez que yo le vendí a ella, una de las mejores jugadoras del país, fue inmediato, en la misma noche, tenía 20 o 30 personas escribiéndome, y la semana siguiente más, y de esas personas 10 quisieron comprar, de las 10 me compraron 5, de esas 5 me escribieron 2 más, y esto se fue haciendo más grande, de ahí salió un referido, luego otro referido, que el otro refirió, yo fui generando confianza, y con la táctica que había cambiado de tomarle fotos a mis clientes, subir sus comentarios, subir sus agradecimientos, sus captures de mensaje, todo eso generó confianza en ellos, y esto empezó a dar la vuelta.</p> <p>El día que yo no publicó, la semana que yo quiero tirarme abajo o algo así, es una semana perdida para mí porque la siguiente semana no tengo ventas, si yo me quiero dar un fin de semana libre o 3 días que no publicó, algo así, es automático, es una semana vaga, que no tengo ventas, no tengo nada, son semanas que no tengo que ir a ver zapatos, son semanas que mi flujo baja.</p>
<p>María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez</p>	<p>No, en absoluto. En un principio no nos imaginamos nunca cuál iba a ser el alcance de la metodología, poco a poco se fueron dando cosas, muchas puertas se cerraron, pero si toqué 100 puertas, una puerta se abrió, y así van poco a poco abriéndose; cada día nos vamos sorprendiendo más.</p>
<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>La verdad es lo que yo amaba, yo siempre quise ser una gran conferencista y todos los días estoy aprendiendo, estoy en ese proceso, no digo que lo he logrado todo, porque yo digo que el ser</p>

	<p>humano no lo logra todo; siempre quiere más, y más, y más, y eso es bueno, porque si yo quiero esto no más, y me quedo con los brazos cruzados porque ya lo logré, se acabó mi sueño y se acabó mi misión; pero como yo siempre estoy en constante crecimiento, siempre quiero más, más, más, por eso Evo Ideas está siempre en evolución, por eso, esa parte de Evo Ideas tiene que ver con lo que yo soy como persona; crece Evo Ideas y crezco yo, y hago que crezcan otras personas. Yo creo que si hay esa cadena de dar y recibir es lo mejor, sí es algo que yo lo he soñado y quiero que siga creciendo y se haga mucho más grande; que esto no sea sólo nacionalmente, sino internacionalmente.</p> <p>Los cambios son todos los días, todos los días estás en constante cambio, la innovación tiene que ser constante, porque todos los días estamos cambiando en algo, estamos evolucionando y de eso se trata Evo Ideas de estar siempre en evolución, viendo la demanda, lo que la gente quiere, los problemas de las personas, escuchar lo que demandan a las personas que representan la demanda del mercado.</p>
Raisha Lisseth Burgos Zambrano	<p>No, hay cosas que sí, hay otras cosas que no. Por ejemplo, si me imaginé que iba a haber momentos de locura, y que yo iba a tener que ayudar; pero lo que no me imaginé es que me afectaría tanto manejar empleados, yo dije “Seré una buena líder, no pasa nada, no es difícil”, pero es súper complicado, es como si tuvieras que tratar con cuatro mundos diferentes, y hay que tener mucho tacto, estar pendiente de tus beneficios y los beneficios de ellos. Lo que también me sorprendió muchísimo, nadie se lo esperaba, fue el impacto que nos dejó el terremoto, el bajón que nos dejó, no me lo esperé jamás, me dijeron “Vas a emprender en una época muy difícil porque se viene crisis”, pero nunca me esperé la reacción tan fuerte de los Ecuatorianos, todo aquí era pelado, no había un alma, la gente como que se sumió en tanta tristeza, que no había ventas para nada, recién ahora, hace 2 meses, está subiendo, pero al principio fue algo horrible, eso nunca me lo esperé. La gente quería pasar más tiempo en familia, por cualquier cosa que pasara, quedarse en casa, estar como más juntitos por cualquier cosa, entonces eso sí nos bajó millón.</p>
Mario Alberto Redrován Escobar	<p>No, mi idea era tener un local, un lugar fijo donde yo pueda vender repuestos, y lo que hago es entregar a domicilio porque no tengo un lugar fijo donde pueda vender repuestos. Lo bueno es que no me quedé con los brazos cruzados, por el simple hecho de no tener dinero para alquilar un local, o para invertir en stock de repuestos.</p>
Daniela Belén Muñoz Salinas	<p>Han cambiado muchas cosas porque son más responsabilidades, pero se asemeja a lo que soñé, siempre supe que iba a ser algo como lo que está pasando, sabía lo que esto iba a llegar a ser, crecer y seguir creciendo, es decir, emprender es así, no es que tú vas creciendo y ya no haces nada, vas creciendo y tienes más responsabilidad que antes.</p>
Gustavo Xavier Suárez Martínez	<p>Sinceramente no todo, porque a medida que uno va creciendo nos damos cuenta de los errores, pero en si se está convirtiendo en lo que uno sueña.</p>
Jonathan Alexander Rojas Reyes	<p>No, mis expectativas eran mucho menores, pero día a día con lo que voy viviendo, con lo que voy dando, y con la marcha con la que voy avanzando, me doy cuenta que mis expectativas pueden aumentar mucho más de lo que tenía en mente.</p>

Erick Lenin Tigrero Villón	Al inicio tenía planeado muchas cosas: manejarme con una misma línea, o manejarme con una propia marca. Yo sé que un par de años más, posiblemente ya podré empezar cumpliendo con lo que tenía pensado, sólo dedicarme a la venta al por mayor de la línea blanca, y ya no más directamente al cliente, sino al por mayor.
Jennifer Estefanía Chora García	Es muchísimo mejor, porque este proceso también lo he tomado como parte de mi hobby que es entrenar, ya que debo ser la imagen de mi negocio. No tiene comparación, ni nada, pues hago lo que me gusta, talleres de cocina saludable y cómo llevar una vida saludable, hago lo que me apasiona, y ese es mi trabajo.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Cinco de los emprendedores entrevistados consideran que lo que han vivido con su emprendimiento no se asemeja completamente a lo que pensaron antes de iniciar; en algunos casos, pensaron que iba a ser más fácil vender, o administrar el personal; en otros casos, pensaron iniciar con algo mucho más grande o establecido; y en otros, el tiempo les fue mostrando sus errores. Por otro lado, los otros cinco emprendedores entrevistados consideran que lo que han vivido con su emprendimiento, es mucho mejor y más grande de lo que se imaginaron; dado su alcance; la materialización de sus sueños de la infancia; las responsabilidades; los logros que han superado sus expectativas; y especialmente, hacer lo que los apasiona.

Tabla 154

Recomendaciones para emprender

GRADUADO	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”.
ENTREVISTADO	P6: ¿Qué podrías haber hecho de otra forma para llevar a cabo tu emprendimiento?
Manuel Antonio Toro Jaramillo	No gastarme el capital, porque del 100% del capital, siquiera un 30% me lo gasté en vanidades, que me hubieran servido para tener un stock, y poder promocionar más Mía Sport, ya que solo se promociona en Facebook, Instagram y a través de mis contactos de <i>WhatsApp</i> . Si invierto en publicidad radial, o en un equipo más o menos conocido, Mía Sport fuera más vista, fuera mejor vista y estuviera un poco más arriba. El negocio funciona cuando ahorras, ahorras, ahorras y ahorras, porque yo importaba, vendía y mi utilidad de una me la gastaba por distintas situaciones, e incluso gastaba el capital que tenía para invertir; pero hay que irse auto-educando. Primero ordené mis ventas, categoricé mi dinero, abrí varias cuentas: una para el capital, otra para las utilidades, y otra para ahorrar poco a poco, que de ahí se puede sacar algo, porque también guardo el sueldo que gano de mi trabajo en la empresa de mis abuelitos. Cuando tienes un capital te confundes, piensas que tienes plata y lo que tienes es deudas. Tuve que empezar a planificar, a proyectar para tener una estabilidad económica, porque todo lo que ganaba me lo gastaba y cuando tenía que invertir ya no tenía plata. Actualmente tengo pagado casi el 75% del préstamo inicial y las utilidades que día a día va teniendo, las voy planificando y aumentando. Entonces, al principio tienes que planificar, si yo hubiera planificado, estuviera más arriba.

María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez	Cuando iniciamos esto nunca supimos el alcance que iba a tener, el crecimiento que ha generado nos sigue sorprendiendo, cada día sigue creciendo; entonces mencionar los inconvenientes que hemos tenido queda a un lado, al ver el proceso que la metodología ha tenido.
Tania Alejandra Alarcón Segovia	No le he dedicado el 100% a mi emprendimiento, por un sinnúmero de cosas, la universidad te quita tiempo; siempre me gusta dedicarme bien a uno o a otro, entonces muchas veces dejaba de lado mi emprendimiento por tal cosa; y es ahí cuando yo lo dejo, vienen otras personas y las ideas que yo tenía las ponen en práctica; ese es el problema de un emprendedor, dicen “la idea que yo quería poner, ya otros lo están poniendo, pero lo hago o no lo hago, hoy no”; entonces ahí va ese valor agregado, poniéndole más cosas que siempre tuve en mente. Soy bien comprometida con lo que hago, esa parte de saber tener prioridades, mi prioridad era sacar mi título como Ingeniera, ahora que lo tengo, mi prioridad va a ser Evo Ideas, seguir capacitándome en más cursos, obtener más certificaciones, tengo que dar y dar.
Raisha Lisseth Burgos Zambrano	La inversión, un lugar más pequeño, mucho más pequeño, definitivamente no hice una proyección de lo que se le venía a Ecuador, y que se iba a complicar bastante el poder adquisitivo; tengo planes de hacer algo más pequeño, con la misma inversión poner varios lugares, pero más pequeños. Lo más costoso es el alquiler, y la decoración, montar este negocio fue mucho dinero.
Mario Alberto Redrován Escobar	Me pasó por la cabeza realizar un préstamo de casi 10.000 USD para un local y stockearme con repuestos, pero en ese momento dije “ya tengo la deuda del carro que estoy pagando, entonces con otra deuda, es poner la otra mano en el cuello que te ahorque y dije no” Esa idea no era la más viable, por lo que tomé la decisión correcta. Me valió de mucho trabajar 6 años en el área automotriz, conocí mucha gente que trabajaba en el área y que siguen trabajando en concesionarias o se pusieron sus propios talleres como técnicos, vendedores, asesores, y cree una red de contactos muy grande, inclusive con los mismos clientes del área de técnicos, en la que trabajaba, clientes que tienen flota, uno o dos carros por lo que no necesité hacer mucho marketing, simplemente empezar a llamar a mis conocidos, y sólo me stockeaba de lo que necesitaba.
Daniela Belén Muñoz Salinas	De pronto me demoré un poco, espere 5 años para llevarlo a otro nivel, cuando pude haberlo hecho mucho antes, pero ¡no sé! de pronto fue porque no tenía tiempo para hacerlo, pero me gradué y lo hice. Tal vez sí lo hubiera hecho antes, si hubiera delegado mucho más rápido, si hubiera delegado muchas cosas, el crecimiento hubiese sido mucho más rápido, y hubiese estado más avanzado.
Gustavo Xavier Suárez Martínez	Buscar un financiamiento no tan arriesgado, definitivamente, por lo del chulco, tú sabes que esas cosas son delicadas, pero gracias a Dios seguimos en el ruedo con mejores estrategias.
Jonathan Alexander Rojas Reyes	Tienes que aprender a cambiar a ritmo de la necesidad del cliente, no puedes esperar a que el cliente venga. El cambio constante de vivir en un país económicamente inestable, hace necesario un espacio físico porque el cliente no piensa que lo que está en internet sea lo más seguro.
Erick Lenin Tigreiro Villón	El haber buscado un local mucho más grande, porque el local en que estoy actualmente es un poco pequeño. Si hubiese adquirido un local más grande, yo hubiese puesto en exhibición refrigeradoras. En este sector es difícil conseguir locales grandes.

Jennifer Estefanía Chora García	Todas las cosas que he hecho, cada paso, me ha acercado a algo y las cosas que tengo hasta ahora, han sido en su momento, y han estado bien; porque yo soy muy <i>planning</i> y por eso hice un proyecto de titulación, y de cierta manera me he guiado mucho con él, sólo que van cambiando las variables.
---------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Siete de los emprendedores entrevistados consideran que pudieron haber hecho ciertas cosas de otra forma mejor para llevar a cabo tu emprendimiento: no gastarse el capital, haberse dedicado al 100% a su emprendimiento, haber invertido en un local más pequeño, no haber esperado cinco años para establecer un local, no buscar financiamiento arriesgado; haber buscado un local mucho más grande. Tres de los emprendedores entrevistados consideran que apenas han tenido pequeños inconvenientes que no se comparan con los logros; que en su momento replantearon la idea de negocio y evitaron préstamos que les hubieran traído problemas; haber realizado un buen plan de negocios, el cual se ha ido adaptando a la realidad.

Tabla 155

Rasgos necesarios del emprendedor para alcanzar el éxito

GRADUADO	OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”.
ENTREVISTADO	P7: ¿Qué rasgos principales identificas para alcanzar el éxito como emprendedor?
Manuel Antonio Toro Jaramillo	<p>Constancia, disciplina y confianza. Constancia: porque me di cuenta que el día que yo no publicó, el día que yo no trabajo para Mía Sport, en lo que sea, esto no me repercute ni hoy ni mañana, porque puede que esta semana haya tenido buenas ventas y tuve buen dinero, pero como tiré la toalla, a las 3 semanas estoy buscando clientes como loco. Disciplina: pública, trabaja, escríbeles a tus clientes, pregúntales cómo van, si tienen algún referido. Confianza: 100% confianza con la persona que te está escribiendo, muchos te escriben, te preguntan cuánto cuesta, te dicen espéreme mañana, pero ellos te pueden decir eso, porque es la plata de ellos, pero tú no puedes hacer esperar a tus clientes, tú les tienes que dar una fecha y esa fecha le tienes que cumplir, porque estás trabajando con plata ajena, confianza más que todo, si le fallo, a uno que me haya pagado y yo no le haya traído el zapato, Mía Sport se va al piso. Porque así como en internet tú puedes ser el rey, una publicidad o algo tajante te hace caer.</p> <p>Hasta el momento he cumplido al 100% con las fechas de entrega, he cometido errores, he traído mal los zapatos, las tallas y todo, pero cuando Mía Sport comete el error, le pide las disculpas del caso al cliente y le regala una Jersey NBA valorada en 60 USD que es un costo para nosotros, pero preferimos asumir ese costo a perder un cliente, porque un cliente mal trabajado son 5 o 6 más perdidos, que no nos pueden referenciar. Ya me ha pasado 3 o 4 veces, ya te digo porque por apuros mandé una talla mal y me despachan mal, entonces tengo que volver a pedir el zapato, pedir una en la talla correcta y pedir una camiseta para que el cliente se sienta bien.</p>

	<p>Una vez pasó que de fábrica vinieron mal las tallas, y eso lo asume la marca, envían un zapato totalmente nuevo, y el que me enviaron mal queda para mí. Ese sería mi stock, el que me envían mal, y lo que yo hago es decirle mil disculpas, su zapato con su talla es otra, por favor acépteme una Jersey NBA por este inconveniente, recíbala usted y le sale totalmente gratis, hay clientes comprensivos y otros que se molestan mucho, pero se han resuelto los problemas.</p>
<p>María Dolores Mendoza Solórzano y Juan David Fariño Cortez</p>	<p>Un emprendedor debe ser un catalizador corporativo; este catalizador corporativo está dentro de una organización, en la cual no responde una línea jerárquica, sino que tiene toda la potestad de analizar, de cambiar, decidir, implementar, sugerir algún cambio o realizar una actividad, sin miedo a un regaño, una observación de su jefe inmediato o de algún colaborador.</p>
<p>Tania Alejandra Alarcón Segovia</p>	<p>La verdad yo pienso que lo principal es el amor. Si tú no tienes amor, no vas a tener compromiso con lo que estás haciendo, no vas a tener la seguridad de que, a pesar de que la gente diga que “No”, lo vas a seguir intentando. No desesperarse, tomar calma, pensar, analizar: ¿Qué es lo que está pasando? Y decir: No, yo tengo que hacerlo, porque si no lo hago, otros lo van a hacer. Entonces para mí el amor es lo más importante, la pasión, la lucha diaria, ser constante, ser responsable con lo que se está haciendo, hacerlo lo mejor posible e innovar; tenemos todo el día que estar en constante innovación, porque las ideas cambian, las personas cambian, el mundo cambia y uno también cambia. Cuando una persona hace lo que le gusta se siente feliz y disfrutar lo que hace, en cambio otras no hacen lo que le gusta y viven embargadas, no saben qué hacer con su vida y ahí es el problema, y en eso yo insisto en la gente.</p>
<p>Raisha Lisseth Burgos Zambrano</p>	<p>Ser valiente, perseverante, estar seguro de sí mismo, porque siempre van a haber momentos en que las cosas no van a ir bien, y si tú no estás seguro contigo mismo, vas a tirar la toalla, tener que levantarte tú misma, no estar esperando que alguien te esté hincando “Vamos tú puedes”, porque no es así, sino te vas a quedar sentado y no vas a hacer nada, ya cuando te lanzas al estrellato, no existe eso, los amigos sí están como “¡Que chévere, el lugar!”, pero es rápido, momentáneo porque cada quien tiene sus cosas.</p> <p>Soy valiente, dejé mi trabajo, vendí mi carro, y todo mundo me decía: ¿Raisha estás segura? Y yo decía: Sí, sí estoy segura, yo quiero. He pulido en mí la confianza en mí misma, y la perseverancia, como me ha costado, cómo me ha costado continuar, cada día yo me levanto y digo: “Ay Diosito, vamos dale, vamos dale” es lo que más me ha costado, la perseverancia me ha costado muchísimo.</p> <p>Siempre hablo con mi papá, y él me dice que antes tenías que luchar por tu negocio, él tiene un negocio que le dejó mi abuelo hace 50 años, y él continúa con eso, que así debe ser, que debes continuar con tu trabajo, pero yo no lo creo, si tú crees que puedes continuar con otra cosa en la que te va a ir mucho mejor, yo creo que precisamente eso también es importante, que el emprendedor no se enamore mucho de su negocio, porque si te está yendo mal, y sabes que puedes hacer otra cosa y que te va a ir mejor, cámbialo. Que no se acabe la valentía, eso es lo que alimenta al emprendedor, esa es la esencia de la vida, de nosotros los emprendedores, esa emoción por el negocio, tener otro negocio y planearlo, armarlo todo.</p>

Mario Alberto Redrován Escobar	La esencia del emprendedor para poder empezar es la confianza en uno mismo, la decisión, la proactividad de salir a buscar, de estar ahí muchas veces hostigando “¿necesitas algo, qué necesitas?, me voy ahorita al taller, ¿tienes una muestra?”, te dicen “pero, sí te acabas de ir, y ya estás aquí de nuevo, ¿necesitas otro repuesto para un carro?”. Terminas dándote cuenta que eso es lo que te da el impulso para seguir adelante, hacerte sentir que estás ahí, presente, volverte indispensable en los talleres, en las concesionarias, saber que los clientes te solicitan.
Daniela Belén Muñoz Salinas	La constancia y la perseverancia, luchar por tus sueños, por lo que realmente quieres, es lo fundamental. No te sirve de nada esforzarte por algo que realmente no te gusta, porque algún día eso no te va a dar la retribución que tú buscas y vas a estar luchando por algo que no te llena.
Gustavo Xavier Suárez Martínez	Lo planteo de la siguiente manera: 99% de transpiración y 1% de inspiración; no es solo soñar, sino que todos los días uno se esfuerce en buscar soluciones y cumplirlas. De nada me sirve estar quieto o estancado en un solo lugar, sino salir a buscar clientes, arreglar algo que este obstruido en la red, y siempre atender al cliente como se merece.
Jonathan Alexander Rojas Reyes	<p>Todos nacemos emprendedores, no muchos lo potenciamos, es verdad, pero todos somos emprendedores. Sea el área que tú te manejes, si estas a cargo de las finanzas de una empresa, y sabes llevarla, eso es ser emprendedor. Ser emprendedor es usar los desafíos más grandes como aliados y llevarlos mucho más allá.</p> <p>El deseo de auto superación, una persona emprendedora es la que trabaja día a día trabaja, y crea algo mejor para él; no necesitamos tener un rasgo específico, sino potencializar lo que se nos está dando en la vida.</p>
Erick Lenin Tigreiro Villón	La experiencia con la que cuento en la actualidad y el apoyo; porque un local lo administra mi esposa y el otro local yo. El conocimiento, la experiencia, y el apoyo son indispensables para poder alcanzar el éxito.
Jenniffer Estefanía Chora García	Tener mucha pasión, buscar algo que te apasione, convertirlo en algo muy tuyo, ver una oportunidad a eso para poner tu negocio hablando como emprendedora y ahí creando una disciplina y perseverancia y no tenerle miedo y aunque existe el miedo que esa sea tu fortaleza, que estés dispuesto a alcanzar a eso y que si sientes miedo y que están en contra entonces tú misma te digas no yo sí puedo. La perseverancia y constancia lo llevas en la vida personal, cómo en la laboral.

Fuente: Elaboración propia a partir de la entrevista a graduados (2016)

Cinco de los emprendedores entrevistados destacaron la constancia y perseverancia como los rasgos principales para alcanzar el éxito como emprendedor. Dos destacaron la confianza en sí mismos y el miedo, y aunque exista el miedo, que esa sea la fortaleza. Otros rasgos de éxitos que permiten a un emprendedor debe ser un catalizador corporativo son: la disciplina, el amor, la valentía, la decisión, la proactividad, el trabajo diario, la experiencia, el apoyo, el deseo de auto superación, luchar por los sueños, la búsqueda permanente de soluciones y cumplirlas, así como la pasión.

8. CONCLUSIONES

En la introducción de esta investigación doctoral “Propuesta de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo” se realizaron los siguientes planteamientos:

1. La premisa de partida que las cualidades emprendedoras pueden ser aprendidas.
2. El desarrollo de un estado del arte basado en un marco conceptual que brinde referentes, definiciones y una caracterización del emprendimiento.
3. La Fundamentación Teórica del Emprendimiento Prospectivo, Fundamentación Teórica del Emprendimiento de Calidad, Fundamentación Teórica de la Competitividad Emprendedora, Fundamentación Teórica de la Educación Emprendedora, Fundamentación Teórica de la Formación Emprendedora, Fundamentación Teórica de la Pedagogía Emprendedora, y Fundamentación Teórica de la Metodología Emprendedora.
4. La descripción de la situación de Ecuador y su ecosistema de emprendimiento, para así descubrir el sentido y el significado de las acciones sociales en el entorno del desarrollo y crecimiento económico, la microeconomía y las competencias microempresariales, la responsabilidad social, además de los modelos empresariales y redes de intercambio que favorecen el desarrollo integral y armónico de los habitantes de Ecuador.
5. La Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil como de base del modelo.
6. Los dos núcleos de investigación del Emprendimiento en Ecuador: desde el campo concreto de la actividad empresarial, que describió la situación de Ecuador en temas de emprendimiento; y, desde las perspectivas de los modelos formativos aplicados en Ecuador que podrían vincularse con el Emprendimiento.

Los seis planteamientos antes mencionados fueron ampliamente desarrollados a lo largo de esta tesis doctoral, a continuación se presentan los ámbitos de las conclusiones:

Tabla 156*Ámbitos de las conclusiones*

CRITERIOS	CONCLUSIONES
Propósito	El propósito de esta tesis doctoral es aportar al mejoramiento de la calidad del emprendimiento en Ecuador, como elemento indispensable para impulsar el emprendimiento internacional (relaciones causales), a través de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo (implicación práctica), el cual impacte positivamente en la calidad de vida de las personas y el desarrollo del país.
Perspectiva Teórica	La fundamentación teórica del emprendimiento prospectivo, y de la formación integral a través de la pedagogía emprendedora, tienen el potencial de proporcionar otra visión sobre el fenómeno del emprendimiento.
Enfoque	El enfoque adoptado en esta investigación es contextual y orientado al proceso; ya que se centra en la relación entre las personas, el sistema educativo formal e informal, y en el proceso aplicado para la educación emprendedora cuyas resultados afectan la cultura de emprendimiento. A través de este enfoque, se trata de explicar la interacción de diversos factores situacionales y culturales que aporten en la construcción de un marco dinámico de la culturización del emprendimiento por medio de la educación emprendedora que conduzca a la puesta en marcha de nuevos negocios.
Nivel de Análisis	Esta investigación incorpora múltiples niveles de análisis: social al estudiar el contexto histórico del emprendimiento y el ecosistema del emprendimiento en Ecuador; grupal al analizar análisis de la personalidad de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG; e individual al estudiar el nivel de emprendimiento de los docentes y su relación con la educación emprendedora impartida, así como las causas del emprendimiento y las mejores condiciones para emprender según los graduados en emprendimiento.
Línea de Tiempo	El diseño planteado es de tipo transeccional descriptivo; transeccional ya que la recolección de datos se realiza en una sola ocasión (<i>test</i> estandarizado en 2013) (entrevistas en profundidad en 2016) y descriptivo porque indaga la incidencia y potencial empresarial aplicando el <i>Test</i> de Tendencia General de Emprendimiento.
Metodología	El modelo aplicado es un modelo formal de tesis doctoral. Los paradigmas respecto al tema propuesto son educativos, empresariales y del emprendimiento. El método usado es el Fenomenológico-Hermenéutico, descriptivo (Fenomenológico) e interpretativo (Hermenéutico) con un enfoque ecléctico; siendo el momento descriptivo cuantitativo, y los momentos exploratorio e interpretativo cualitativos. Se analizaron diferentes hipótesis e interrogantes generadas a partir de sus elementos fundamentales: el Emprendimiento Prospectivo y el Modelo Formativo Integral. La formulación declarativa del problema fue investigada mediante fuentes primarias y secundarias válidas y verificables proporcionadas por organismos oficiales o los involucrados en el área, según sea el caso.

	<p>El procedimiento empleado para la elaboración de esta investigación doctoral, primeramente involucra el desarrollo de un marco conceptual que brinde definiciones, caracterizaciones, clasificaciones y referentes del emprendimiento; así como el planteamiento de la fundamentación teórica del emprendimiento prospectivo, y de la formación integral a través de la pedagogía emprendedora. Esta tesis está compuesta de tres momentos: descriptivo a través del análisis de la personalidad de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento en base a cinco dimensiones: logros, autonomía, creatividad, toma de riesgos y determinación a través de la aplicación del <i>Test</i> de Tendencia General de Emprendimiento; explicativo mediante el análisis de la formación en emprendimiento, el nivel de emprendimiento y su relación con la educación impartida a los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento mediante entrevistas a expertos y docentes; e interpretativo dado al esclarecimiento de las causas del emprendimiento y las mejores condiciones para emprender por medio de entrevistas a los graduados de la Carrera que han desarrollado diferentes emprendimientos. Las entrevistas a expertos y graduados utilizaron un modelo semi-estructurado de cuestionario etnográfico; y la selección de los sujetos o participantes fue mediante “muestreo por cuotas”.</p>
Resultados	<p>Primeramente, el análisis descriptivo realizado a través del estudio de la personalidad empresarial de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, de acuerdo a las cinco dimensiones de la personalidad emprendedora (necesidad de éxito, autonomía e independencia, tendencia creativa, asumir riesgos moderados, empuje y determinación), que establece el <i>Test</i> de Tendencia General de Emprendimiento (General Enterprising Tendency Test - <i>GETT</i>), permitió inferir, a través de sus resultados, que el modelo propuesto es aplicable en el Sistema de Educación tanto en el ámbito público como privado, sin restricción de sexos, edades, o experiencia familiar en emprendimiento.</p> <p>En segundo lugar, el análisis explicativo de la formación en emprendimiento, el nivel de emprendimiento y su relación con la educación impartida a los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento, realizado mediante entrevistas a expertos y docentes determinó que la propuesta de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo, establecería los cimientos de una cultura de emprendimiento en Ecuador; permitiendo abarcar a todas las personas desde temprana hasta avanzada edad, donde, dicho por los expertos, cada persona emprenderá de acuerdo a su propia condición y según el entorno que la rodea. Además, la cultura de emprendimiento fomentará emprendimientos e intraemprendimientos de todo tipo y alcance; siendo beneficioso en el ámbito económico, dada la generación de empleo; así como en el ámbito personal, dado a la satisfacción y el equilibrio emocional que produce.</p> <p>Finalmente, el análisis interpretativo, dado al esclarecimiento de las causas del emprendimiento y las mejores condiciones para emprender, realizado por medio de entrevistas a los graduados</p>

	<p>de la Carrera que han desarrollado diferentes emprendimientos, resaltó que la educación emprendedora debe ser impartida desde la infancia, a través de metodologías adecuadas, y sobretodo esta debe ser impartida por docentes capacitados.</p> <p>Tanto los expertos, como los graduados que cuentan con emprendimientos, destacaron que la educación emprendedora debe estar acompañada de la incubación de negocios, es decir, que los programas de emprendimiento deben brindar los recursos (humanos, materiales, financieros, tecnológicos, mercadológicos, administrativos, de conocimiento y redes de contacto, entre otros) o los medios para alcanzarlos.</p>
Limitaciones	<p>Los resultados no pueden generalizarse debido al tamaño pequeño de la muestra y la restricción de la muestra a una carrera de emprendimiento, de una universidad, de una sola ciudad, y de un solo país (Ecuador). Sin embargo, las conclusiones son válidas conceptualmente, dado que es la única Carrera de Emprendimiento reconocida por el Gobierno del Ecuador a través de la SENESCYT y los demás organismos de control; por lo tanto, el estudio hace importantes aportaciones al conocimiento.</p>
Implicaciones prácticas	<p>Estos hallazgos proporcionan una valiosa visión para los formuladores de políticas públicas y los educadores, para fomentar la cultura del emprendimiento en Ecuador a través de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo. Este documento propone que el emprendimiento debe ser parte de todos los niveles de educación formal e informal para incidir en la calidad de los emprendimientos, dando como resultado un entorno de competitividad social emprendedora. Además, se sugiere que la aplicación de este modelo mejoraría la vida de las personas más allá del sólo hecho de emprender, ya que las competencias emprendedoras pueden ser aplicadas en todas las situaciones de la vida cotidiana bajo cualquier contexto.</p>
Originalidad/valor	<p>Si bien se ha llevado a cabo un considerable trabajo en el ámbito de la educación emprendedora aplicada a todos los niveles de educación formal e informal, aún no hay estudios similares aplicados a la realidad de Ecuador; por lo que esta tesis proporciona un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo para Ecuador, inexistente hasta la fecha de presentación de esta investigación doctoral.</p> <p>El documento muestra la eficacia de las iniciativas de educación y formación emprendedora en Ecuador y propone áreas de mejora a nivel nacional basadas en las teorías educativas, los procesos de aprendizaje y modelos de enseñanza de la educación emprendedora. Además, se proponen definiciones y clasificaciones de elaboración propia como aporte a la comunidad científica.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir del desarrollo de esta tesis doctoral

8.1 Resultados de la Validación del Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo

Primeramente, el análisis descriptivo (Tabla 157) realizado a través del estudio de la personalidad empresarial de los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, de acuerdo a las cinco dimensiones de la personalidad emprendedora (necesidad de éxito, autonomía e independencia, tendencia creativa, asumir riesgos moderados, empuje y determinación), que establece el *Test de Tendencia General de Emprendimiento (General Enterprising Tendency Test - GETT)*, indica:

- Que existe mayoritariamente una baja tendencia de emprendimiento en los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento, pero esta puede ser mejorada.

Tabla 157

Resultados del Análisis descriptivo

RESULTADOS ACUMULATIVOS
Del total de estudiantes investigados, nadie obtuvo un puntaje de 4, haciendo concentración entre 1 y 2 puntos (60,5%); no existen diferencias representativas entre sexo, ni entre aquellos que provienen de una empresa familiar y aquellos que no; la mayor concentración de 3 puntos, aunque poco representativa, se dio en los estudiantes con mejores calificaciones, destacándose los que tienen entre 23 a 24 años, los de quinto ciclo, así como los que provienen de colegios nacionales (pagados por el Estado).

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis descriptivo

De acuerdo a la Tabla 157, se puede inferir que un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo es aplicable en el Sistema de Educación tanto en el ámbito público como privado, sin restricción de sexos, edades, o experiencia familiar en emprendimiento. En segundo lugar, el análisis explicativo de la formación en emprendimiento, el nivel de emprendimiento y su relación con la educación impartida a los estudiantes de la Carrera de Emprendimiento (Tabla 158, Tabla 159, Tabla 160), realizado mediante entrevistas a expertos y docentes determinó:

- Que una metodología para “Inspirar a Emprender” involucra promover aspectos positivos y combatir los aspectos negativos:

Tabla 158

Resultados del Análisis Explicativo: “Inspirar a Emprender”

Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
El reconocimiento del emprendimiento como un detonante fundamental del desarrollo económico social.	Escasas políticas públicas de emprendimiento, y falta de seguimiento permanente a sus programas, así como la inexistencia de cooperativas de emprendimiento.
La educación emprendedora como guía para el desarrollo de emprendimientos más sofisticados.	Docentes poco o nada capacitados en temas de emprendimiento, ni herramientas tecnológicas, como el uso de plataformas, softwares y simuladores de negocios; o que estén relacionados directa o indirectamente con la actividad emprendedora.
El liderazgo de las universidades en la enseñanza de emprendimiento en Ecuador.	La falta de fomento en la connotación social del emprendimiento, a través del emprendimiento social, o de emprendimientos empresariales con programas de responsabilidad social.
La inclusión del emprendimiento en el programa de bachillerato.	Limitado alcance de los programas de emprendimiento en las comunidades de cada cantón, de cada parroquia, que generen un cambio a nivel nacional.
La aplicación de un modelo educativo bajo la metodología learning by doing altamente participativa; que permita a los estudiantes desarrollar las capacidades de generar y evaluar ideas de negocio; generar y estructurar oportunidades a través de un plan de negocios sustentable en el tiempo que tenga el acceso adecuado a financiamiento; discriminar y procesar información de utilidad para ejecutar el emprendimiento: técnicas de tipo cuantitativo como análisis y evaluación de datos, evaluación financiera de factibilidad de proyectos, manejo de portafolio y de la información para la toma de decisiones, el ámbito legal y ético en el marco ecuatoriano de comercio, y mercadeo; dominar las competencias soft, como las relaciones sociales, el liderazgo, el networking, y fundamentalmente recursos humanos.	Metodología de estudios equivocada para la educación emprendedora.
La propuesta metodológica para la enseñanza del emprendimiento debe incluir la fundamentación teórica de lo que es emprendimiento y sus horizontes epistemológicos. Además, debe incluir materias que permitan formar su personalidad, su conducta, desarrollando habilidades de buena comunicación de las personas y la organización, interpersonal e intrapersonal, afectiva y efectiva, el poder de convencimiento, y el liderazgo personal, tales como: Pensamiento Crítico, Filosofía de la Ciencia, Creatividad, Innovación y Emprendimiento práctico,	No todos los estudiantes entienden con claridad el significado de emprendimiento y el objetivo de su aprendizaje.

<p>Análisis del Entorno Político Social del País, Oratoria, Ventas, Calidad, Valor y Servicio al Cliente, Negociación, Liderazgo, Psicología Organizacional, Relaciones Interpersonales, Recursos Humanos, Responsabilidad Social, y Emprendimiento Social; así como materias cuantitativas, administrativas, y financieras, como: Matemáticas, Estadística, Mercadeo, Planificación, Proyectos, Logística, Contabilidad, Finanzas, Economía, Administración, <i>Fundraising</i>, Administración de Presupuesto Personal, Tributación, Manejo de Herramientas Tecnológicas, Simulación de Negocios, Impacto Global, Comercio Exterior, Comercio Electrónico, Emprendimiento en las Organizaciones, Marco Legal, Derecho, Seguridad Ocupacional en el Trabajo, Gestión Ambiental, y los idiomas que dominan el mundo empresarial.</p>	
<p>Se requiere de una infraestructura para emprender y de recursos didácticos como: resúmenes de libros (<i>abstracts</i>); presentaciones de editoriales y de libros; <i>papers</i>; análisis de casos; discusión a través de foros; ejemplos prácticos; videos; análisis de películas; que los mismos estudiantes tengan que llevar a cabo sus videos; ejercicios grupales en el aula; simulaciones de planificación financiera y de negocios; exposiciones; vinculación con organizaciones locales a través de trabajo de campo; presentación de casos de la vida nacional para tratar de buscar soluciones a lo que está sucediendo; juego de roles; salir a conseguir auspiciantes; charlas con expertos que hablen de emprendimiento; semilleros de investigación que permitan identificar necesidades de emprendimiento a nivel local, a nivel nacional y luego contactarse con proyectos similares en otros países y desarrollar proyectos en común; estudio de modelos de compañías que muestren sus éxitos y fracasos en el área de emprendimiento; prácticas pre-profesionales para el diagnóstico de casos reales, y en base a ello proponer un proyecto de emprendimiento; simuladores que muestren la realidad de Ecuador, en la cual se manejen plataformas de nivel intermedio en áreas contables, de recursos humanos, y de exportación; fomento de la creatividad; la aplicación de nuevas herramientas didácticas para la generación de ideas como por ejemplo el <i>Canvas Business Model</i>, <i>Design Thinking</i>, <i>History Telling</i>; evaluación de proyectos; tutorías para que los estudiantes pongan en práctica sus conocimientos; y la participación directa en empresas reales; vinculación a través de los <i>MOOCs</i> (<i>Massive Open Online Courses</i>) o <i>COMAs</i> (<i>Cursos Online Masivo Abierto</i>); participación en incubadoras</p>	<p>Falta de acceso a internet en la mayor parte de Ecuador que permita acceder a la información necesaria.</p>

<p>de negocios y <i>crowdfundings</i>; tutorías integradas a través del aporte de cada materia para sacar adelante la factibilidad y ejecución de un proyecto y desarrollar competencias internas; el mantenimiento de proyectos de inicio de carrera hasta el final de la misma; además, de un balance entre la parte práctica y la parte teórica.</p>	
<p>Los docentes deben ser parte de la cultura de emprendimiento; además, deben actualizar sus syllabus cada periodo; estar comprometidos y dedicar mucho tiempo a la coordinación de eventos y actividades; usar herramientas que les permitan enfocar a los estudiantes en las áreas en las que ellos van a ser fuertes en la vida profesional, así como en desarrollar ideas emprendedoras sostenibles.</p>	<p>Falta de atención de los estudiantes, sea porque tienen vacíos de otras materias, carecen de experiencia, no toman en serio el tema, se les dificulta leer o entender contenidos, están confiados porque se encuentran en su zona de confort, o simplemente algunos no tienen ese espíritu emprendedor.</p>
<p>El establecimiento de canales de retroalimentación a través de evaluaciones sumativas, una conversación directa con la dirección de la carrera, reunión de vocales de cursos con la dirección, proyectos que beneficien a terceras personas y la presentación de sus resultados a la comunidad, comentarios entre los colegas, talleres y mesas redondas con los estudiantes para saber qué aspectos pueden mejorar y qué les gustaría ver.</p>	<p>Proyectos muy básicos que no permiten que los estudiantes desarrollen la responsabilidad, y que sean un poco más conscientes de lo que realmente puede pasar.</p>
<p>El mantenimiento de una relación de acompañamiento empresarial con sus estudiantes luego de terminado el curso, a través de consultas personales, telefónicas, vía mail o mediante redes sociales, ayudarlos en materias posteriores, o cuando ya son profesionales o han emprendido.</p>	<p>Difícil competencia contra marcas ya establecidas en el mercado.</p>
<p>La habilitación de un <i>link</i> que permita al docente saber qué pasó con sus estudiantes en los próximos años para saber si tuvo éxito, cómo le fue, qué hizo en su vida, en qué emprendió; para de esta manera poder retroalimentarse con información válida y hacer correcciones en las aulas.</p>	
<p>Las instituciones educativas para formar el espíritu emprendedor de sus estudiantes deben tener un líder y un equipo de trabajo que sean realmente emprendedores; brindar un ambiente donde exista clima laboral y estudiantil de compañerismo; organizar capacitaciones dirigidas a los docentes y a los estudiantes con personas e instituciones que pueden ayudar a que se formen más emprendedores; implementar un departamento, un área para escuchar sus dudas y que estas sean resueltas; incluir, a nivel transversal, dentro de los syllabi temas relacionados con el emprendimiento, bajo una coordinación entre los docentes de cada ciclo; tener alianzas con más empresas que les permitan tener experiencia laboral para que</p>	

<p>adquieran el <i>know-how</i>, y pongan en las manos de los estudiantes proyectos reales; promover la generación de ideas e impulsarlas a través del microcrédito vía incubadoras o de un banco universitario; realizar observaciones áulicas seguidas que permitan monitorear que el modelo se cumpla y siempre llegar a un consenso. De igual manera, otras instituciones que deberían apoyar en la formación de emprendedores son: las instituciones educativas, la familia, la empresa privada, los bancos, las Cámaras por sectores, y principalmente el Estado.</p>	
<p>La formación profesional, por sí sola, no influye en la medida que se esperaría en los emprendedores, esta complementada con ciertas actitudes como la vocación y la decisión; así como circunstancias dadas por la edad, entorno, la familia, la situación económica en la que se encuentra, entre otros. Una formación en emprendimiento de alguna manera ayuda a que en algún momento emprendan. Sin embargo, hay incontables casos de personas que sin haber llegado a la universidad lograron hacer empresas exitosas. Por otra parte, el emprendimiento va más allá de una profesión, no es única y exclusiva de generación de negocios, sino desde cualquier profesión se puede establecer un emprendimiento.</p>	
<p>La vocación y el amor por su propio negocio son fundamentales; la selección de su compañero accionista es estratégicamente necesaria; y provenir de una familia emprendedora puede ser una ventaja.</p>	

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis explicativo

- Que la organización de etapas para “Compartir Conocimiento”, comprende los siguientes aspectos:

Tabla 159

Resultados del Análisis Explicativo: “Compartir Conocimiento”

ASPECTOS
La enseñanza del emprendimiento debe impartirse desde una edad escolar de 5 años hasta que se tenga un sano juicio, es decir, una mente lúcida. Todas las personas tienen potencial emprendedor, siendo los niños los más receptivos para el aprendizaje del emprendimiento, y los jóvenes adultos quienes tienen mayor potencial para emprender.
La educación constructivista debe ir acorde a la teoría de las inteligencias múltiples, y en base a la propuesta de la UNESCO referente a la transversalidad del emprendimiento, y su enseñanza desde la infancia.
La organización de la enseñanza debe ser por grupos de acuerdo a las habilidades de los participantes, según las etapas del ciclo de desarrollo de educación basado en la psicología social; para que en cada nivel, el emprendimiento se relacione con el pensamiento de las personas según sus edades, y se apliquen diferentes prácticas pedagógicas y una asesoría psicológica para la formación de competencias actitudinales de emprendimiento en los educandos en cada etapa.
En los niños, se debe fortalecer la motricidad gruesa y fina según su entorno a través de actividades que desarrollen en ellos ciertas destrezas, aplicar programas como el cuento cuentos, sembrar un huerto; formar su perseverancia y disciplina a través de un deporte; realizar un proyecto de artes escénicas u obras de teatro que les permita ser más ellos mismos, manejando su personalidad, su conducta y saber proyectarse ante los demás; aplicar juegos, simulaciones e intercambio tipo trueque donde se vea la optimización y la mejor utilización de los bienes y de los recursos; estudiar las finanzas a través de una recaudación de fondos como venta de limonada y snacks; desarrollar una lluvia de ideas de negocios, según la visión que ellos tienen del mundo para que identifiquen que hace falta en su ciudad; cristalizar esa idea en un producto o servicio para venderlo; reflexionar procesos simples para que estén conscientes de que insumos se necesitan para hacer limonada, o qué pasa si no hay azúcar; mostrar historias de superación; realizar cierto tipo de actividades básicas orientadas a la creatividad; emplear las <i>tablets</i> como herramientas didácticas a través de juegos o aplicaciones que fomenten su creatividad y desarrollo sobre qué les gustaría comprar o que crearían si tuvieran la posibilidad de inventar un producto.
En los jóvenes, se debe mantener la motivación realizando proyectos tutoriales, salidas y estudios de campo, análisis de casos reales donde sean partícipes de esos hechos; desarrollar y emprender proyectos en el mismo colegio; realizar una feria y obtener los fondos para esa feria; aplicar mayor análisis con un enfoque económico mediante una estrategia un poco más basada en casos, lecturas, análisis, simulaciones, archivos, y manejo de información; trabajar temas técnicos; realizar actividades de mini emprendedores donde presenten sus empresas; emplear la estrategia didáctica para desarrollar ideas y analizarlas desde un punto de vista más pragmático, más financiero, más contable; cuestionar temas del mercado ¿cómo vender ese producto?, ¿a quién venderlo?, ¿cuáles son las ideas de mercadeo?, ¿cuánto costaría?, ¿cuánto se requiere?, ¿qué hace sostenible ese producto?, ¿qué insumos se requieren?, ¿van haber siempre esos insumos?, ¿qué pasa si no los hay?; realizar charlas magistrales donde otros jóvenes, y adultos expongan; efectuar ruedas de negocios, en las cuáles, a los que les interesó la propuesta puedan interactuar; crear “un portafolio” donde se presenten todos los proyectos y finalmente los que quieran pertenecer a cierto proyecto se puedan mezclar; evaluar proyectos para enseñarles a ser más analíticos; profundizar en ciertos elementos como planes de negocios, control financiero, control de gastos complementándolo con la parte tecnológica, a través de un pequeño simulador, un juego de administración de dinero; usar videos y analizar películas para que establezcan ¿qué pasa? ¿qué sucede allí?
En los jóvenes adultos, se debe impartir la materia emprendimiento de una manera netamente práctica; definiendo una tutoría de manera conjunta, donde van a tener que resolver problemas a través del emprendimiento, en este momento ellos tendrán que pensar en ideas innovadoras y

creativas que les permita obtener el resultado final; participando en simulaciones con presencia de empresas respecto a cosas que hayan pasado, y pueden generar una marca, legalizar un negocio sacando su registro de contribuyentes, es decir, hacer una práctica mucho más real; dictar materias de *marketing* y relaciones interpersonales; revisar el trayecto de emprendedores exitosos; impartir un conocimiento masterizado de tipo contable y financiero usando utilitarios informáticos; estudiar la factibilidad de productos en las comunidades internacionales; consolidar una idea, tecnificarla y pulirla mediante la diversificación de la primera idea de negocio, en productos suplementarios y complementarios; analizar la evolución de proyectos a través de casos, lecturas, videos, exposiciones, y presentaciones.

En los adultos, sean o no graduados, hay que revisar con ellos su vocación, para qué son buenos, y en base a eso direccionarlos a un proyecto de emprendimiento; realizar talleres que permitan escuchar al adulto y saber cuáles son sus temores, porque si ha llegado a esa etapa y no emprendió algo, no significa que no tengan la idea ni la creatividad o carezca de algún tipo de destreza, ya que todos los seres humanos tenemos diferentes tipos de inteligencias, destrezas o habilidades, si no lo hizo es porque hay un temor; hacer que brinden consultorías a negocios que tengan problemas para mediante sus asesorías ver como estas empresas van mejorando; motivarlos, porque a esa edad las personas tienden a ser un poco más conformistas o pueden estar un poco desilusionadas después de haber tenido una mala experiencia con el emprendimiento; poner en práctica una MIPYMES, que produzca un producto sencillo que permita determinar cómo venderlo, cuánto se necesita para desarrollar toda la estructura organizacional que se requiere para dicho producto; empezar de cero a una velocidad vertiginosa con los que recién se van a formar, dado que ya cuenta con experticia habiendo sido empleados en una empresa, por lo que entienden perfectamente el mundo empresarial y de atención al cliente; enseñar viendo la realidad para que ellos pueden brindar soluciones; trabajar un poco más allá el espíritu emprendedor, que en teoría ya lo habían trabajado anteriormente; profundizar la evaluación y análisis de datos, la administración financiera y tributación; trabajar mucho en la identificación de oportunidades para que ellos las lleven a cabo.

En los adultos mayores, hay que hacer que se sigan sintiéndose útiles para la sociedad a través de la motivación, hay que reconocerlos, porque a esa edad todos tienen una gran habilidad, un gran saber, y hay que hacer que ese saber lo emprendan en base al poder que tienen; impartirles un conjunto de cosas previas para potenciar lo que han aprendido a lo largo del tiempo acerca de muchos errores de emprendimiento o mini emprendimiento que pudieron haber cometido; ajustar el programa y salirse totalmente del contenido; hacer un estudio bien detallado de cuál es el perfil profesional que tienen para poder darles un pre curso que les permita ponerse a la par con otras personas que ya tienen una competencia en emprendimiento, que han manejado sus negocios, o que vienen de una carrera administrativa; preguntarles qué quisieran tener para mejorar su calidad de vida, haciéndolos coger a ellos mismos conciencia de que deberían tener para seguir activos en la vida; hacer talleres de control de negocios.

El Plan de Negocio es importante porque permite enfocar o aterrizar la idea, indica lo que se va a hacer, es una guía u hoja de ruta que permite minimizar el fracaso, permite comparar lo que se imaginó y el alcance logrado, es el currículum para obtener líneas de crédito; brinda la proyección futura de la empresa; prepara al emprendedor para las diversas circunstancias que le van a tocar vivir con el negocio; direcciona el ritmo de trabajo; es fundamental independientemente del tipo de emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis explicativo

- Que el evaluar el “Emprender Ahora” requiere de los siguientes aspectos:

Tabla 160

Resultados del Análisis Explicativo: “Emprender Ahora”

ASPECTOS
<p>Es posible emprender a cualquier edad, dependiendo del grado de inteligencia de las personas, la madurez, los recursos, el entorno, o de la necesidad que van a satisfacer, pudiendo desarrollar diferentes tipos de emprendimientos: artístico, científico, tecnológico, de servicio, pequeños, medianos o grandes; siendo los jóvenes adultos quienes tienen una mayor probabilidad de éxito para que el emprendimiento subsista, ya que tienen conocimiento, experiencia, juventud, ganas de conquistar el mundo, y probablemente ahorros.</p>
<p>Los niños son los de las ideas porque no se quedan callados, sus padres van a ser sus primeros inversionistas, donde su mayor logro es encontrar diversión. Pueden emprender bajo la dirección de su tutor, su maestro, dependiendo de su mercado objetivo, el cual va a ir creciendo según vayan avanzando en edad, por ejemplo, pueden vender <i>stickers</i> o dibujitos los fines de semana de casa en casa, a sus primos, su papá, tíos, etc. Pueden tener ideas muy revolucionarias y romper un mercado en el ámbito tecnológico; aunque en la mayoría de los casos, van a emprender en el ámbito netamente comercial porque van a comprar y posiblemente revender, probablemente con la ayuda de un adulto necesariamente. La primera experiencia de un niño va a ser en algo que él percibe que haga falta en su comunidad inmediata, entiéndase familiares o amigos cercanos, esto puede ser un producto o un servicio.</p>
<p>Los jóvenes a pesar de tener ciertos prejuicios, sus ideas están más aterrizadas, inclusive pueden hacer una sociedad con sus propios compañeros de estudios. Ellos pueden emprender en las áreas de tecnología o gastronomía; están en capacidad de ampliar su mercado objetivo, su red de contactos, a través de las redes sociales. El adolescente se va apoyar siempre en la tecnología, ahora que si él tiene un conocimiento tecnológico avanzado, entonces puede desarrollar nuevas aplicaciones, nuevos utilitarios, cosas que le puedan servir a su entorno inmediato, que son sus amigos, que están conectados a través de un software, o del dispositivo que están usando. Ellos aún tienen esa inocencia, ahí toca al mentor, al profesor escucharlos y guiarlos.</p>
<p>Los jóvenes adultos pueden llevar a cabo cierto tipo de emprendimientos tecnológicos a través del diseño de páginas web, así como del desarrollo de aplicaciones y juegos. Además, van a desarrollar emprendimientos productivos porque van a proponer, crear, manufacturar un producto; ya que a esa edad, hay mucha expectativa e interés en las herramientas tecnológicas.</p>
<p>Los adultos tienen la ventaja de su experiencia para tratar de vender sus ideas a inversionistas; además, mantienen un status laboral activo que les permite contactar a muchas personas para poder brindar su producto o servicio. Por otra parte, va a tener que lidiar con normativas, marcos legales, situaciones económicas, un escenario mucho más crítico. Es por ello, que su accionar va a ser totalmente diferente porque va a poner en riesgo lo mucho o poco que tenga, y el entorno de su familia; por lo que va a ver el emprendimiento como su subsistencia, su objetivo. Los adultos pueden desarrollar una mezcla de emprendimientos comercial, productivo y tecnológico, para poder sacar un producto o servicio muy competitivo en el mercado; aunque en la mayoría de los casos, van a estar orientados a temas más tradicionales como la producción. Dada su experiencia, pueden mejorar un producto o servicio y llegar a un nicho insatisfecho.</p>
<p>Los adultos mayores guían y aterrizan las ideas; además, poseen una red enorme de contactos que han acumulado durante toda su vida. Es por ello, que se orientarán hacia negocios tradicionales, o hacia un emprendimiento social que les permita innovar para tener una mejor calidad de vida.</p>

No hay un contexto definido para que las oportunidades se den; ya que se puede emprender tanto en crisis como en bonanza, y es más, en épocas de crisis es más propenso el emprendimiento. Esta crisis no es solo económica sino interna de la persona, su ecosistema, lo que está a su alrededor, su *environment* o medio ambiente personal. El entorno familiar donde se desenvuelve, es lo que crea, por lo menos, una base para poder continuar; ya que la estabilidad emocional y familiar, es decir, el apoyo de personas allegadas es importante. Por otro lado, el contexto ecuatoriano es un contexto de riesgo, no hay la cultura de emprendimiento, lo que se percibe, es que la mayoría de los emprendedores han surgido por necesidad. El entorno óptimo sería un país donde haya estabilidad jurídica y económica, donde exista una moneda que le permita pensar a largo plazo y donde haya una necesidad del producto o servicio que esta persona quiere iniciar. Para lo cual, se requiere conocer las necesidades de la sociedad, es decir, que ese emprendimiento sea de utilidad, lo que provoca que ese proyecto tenga mayor éxito. Para ello, un emprendimiento que brinde una retribución económica, deber ser un emprendimiento de calidad, innovador, y que aplique la tecnología al servicio del cliente.

Además, se deben aplicar diferentes estrategias para convertir una idea dispersa en un modelo de negocio, tales como: realizar una lluvia de ideas; conversar acerca de la idea para recibir retroalimentación; solicitar ayuda a antes que apoyan el emprendimiento; trabajar con un asesor o un mentor de negocios que te pueda ayudar a aterrizar la idea; planificar y crear modelos de negocios a través de proyectos; crear un producto o servicio aplicando la metodología *Lean Startup* del producto mínimo viable, para que sin tener que hacer tanta inversión se mida la aceptación que tiene en el mercado y conocer las opiniones de terceras personas para hacer que su producto sea mejorado.

El emprendimiento va más allá del emprendedor porque su emprendimiento hizo posible que surgieran otros emprendimientos e inspiraron otros. Es por ello, que el emprendimiento trasciende o traspasa la voluntad del emprendedor, no muere con él.

El emprendedor puede llegar a no querer emprender por haber vivido un fracaso, darse por vencido, o por algún otro tipo de razón decidir tener un empleo. De allí, que el desemprender puede ser, a nivel macro, la reducción del número o índice de emprendimientos en un país, o a nivel micro, desertar de una actividad que ya está en marcha, y, realizar totalmente una nueva idea, un nuevo producto, un nuevo modelo de negocio.

Para desarrollar en los estudiantes una mentalidad empresarial, se debe enseñar materias complementarias a la formación general de un profesional; relacionarlos con empresarios, ya que el entorno permite que una idea innovadora genere un buen servicio a la humanidad, éxito e incremento de utilidades; hacer un currículo más unificado que integre varias áreas; insertar el chip de empresario en los estudiantes para que inventen formas de generar empleo a través de la creación de empresas en el medio, a través de una demostración con cifras que evidencie que emprender es el camino a seguir; seguir un proceso de emprendimiento desde los primeros años de colegio; inculcar valores y complementarlos con una formación de competencias técnicas, conceptuales, y humanas a estudiantes de cualquier carrera, no necesariamente de emprendimiento, para de esta manera formar un buen empresario; ayudar a los estudiantes a desarrollar su propio negocio desde su área específica.

Los componentes básicos deben estar basados en un modelo educativo constructivista, el mismo es replicable en todas las universidades, colegios, escuelas, y centros gerontológicos. Este modelo puede ser aplicable en un ambiente en el que los estudiantes tengan que tomar decisiones; donde la combinación de teoría, práctica y cierto punto de autonomía les permita investigar en su propia línea de interés; donde el docente se convierta en un facilitador y *coach* del aprendizaje, que realiza el intercambio de experiencias positivas y exitosas, inculcándolos y motivándolos para hacer su propio esfuerzo y que tengan el sueño de ser alguien importante en el futuro.

<p>Los factores internos para la formación de emprendedores son su conocimiento, su necesidad de mejorar su calidad de vida o sea sus circunstancias; éstas van a influenciar justamente sus componentes actitudinales para poner nuevos negocios, su grado de motivación, y su grado de pasión. Se necesita la crisis, el hambre por seguir adelante; ya que si una persona está en una zona de confort, posiblemente emprender no va a ser necesario.</p>
<p>Los factores externos para la formación de emprendedores son el apoyo de la familia, es muy importante; o provenir de una familia que tenga emprendimientos exitosos y sean un modelo a seguir; las amistades; los docentes, ya que si no están bien capacitados en el área que van a enseñar, el sistema va a fracasar. El entorno cultural y social podría influir positiva o negativamente en el desarrollo de las capacidades emprendedoras. Si no existe una cultura de emprendimiento y de promoción de emprendimiento en una sociedad, aunque existan las ganas del emprendimiento y la formación adecuada, estas innovaciones y emprendimientos saldrían de esta sociedad, ese espíritu va a migrar. Otros factores muy importantes que van a influenciar en el emprendimiento son el entorno en el que se desarrollan, que las personas tengan cubiertas sus necesidades básicas invita al emprendimiento (sin recaer en una zona de confort); las oportunidades que ofrece el mercado, las políticas y normas públicas; así como la competencia de otros proyectos de emprendimientos que pueden existir en el campo empresarial. Por otro lado, el entorno macro, la situación económica, que no permite el acceso a las líneas de crédito, los aranceles que hay que pagar limitan el emprendimiento.</p>
<p>Para implementar el modelo propuesto, se debe saber que la educación es una política de Estado, por lo que la implementación de este sistema de emprendimiento, se la debe proponer como un proyecto vital, desde el órgano rector, es decir, el Ministerio de Educación. De igual manera, se requiere una buena dirección comprometida con el modelo, que se lo socialice, para que los estudiantes respiren ese modelo. Además, los asesores que generan estos modelos deben tener conocimiento de la materia en la cual ellos están creando estos currículos. Asimismo, los docentes deben estar comprometidos con el modelo. Por lo demás, debe ser un modelo completo, en el que se provean los recursos económicos para lanzar esa idea de negocios, a través de líneas de crédito flexibles con los bancos, o de inversionistas ángeles. De ahí, es necesario que los programas de emprendimiento brinden los recursos (humanos, materiales, financieros, tecnológicos, mercadológicos, administrativos, de conocimiento y redes de contacto, entre otros) o los medios para alcanzarlos.</p>
<p>Prospectivamente, este modelo no debe ser rígido, sino flexible porque debe actualizarse, modificarse según la globalización. Es por ello, que se requieren evaluaciones constantes del modelo, para que se hagan los ajustes necesarios; además, de una rendición de cuentas para observar que tipos de resultados se obtuvieron con la aplicación de este modelo, para rediseñarlo continuamente. Por otra parte, debe haber programas a los que accedan personas que no tengan la capacidad de pago de una educación formal, para que este modelo sea amplio y llegue a todas las personas con el mismo nivel de oportunidades.</p>
<p>Un modelo formativo orientado al emprendimiento para toda la vida en Ecuador, tendría efectos positivos a largo plazo, porque el emprendimiento tiene que proyectarse a través del tiempo. Este modelo haría que se piense diferente, bajo una teoría de cero líderes, todos desde su propio campo de acción son líderes, desde sus puestos de trabajo, desde sus casas, desde cualquier lugar, solos o acompañados. Siempre y cuando se ejecute, este modelo brindaría resultados y aportes a la sociedad, al gobierno, y de alguna manera al crecimiento del país. Además, la ejecución de este modelo permitiría que más personas se arriesguen a emprender, no por necesidad, sino porque les gusta. Al desarrollar negocios, eso va a permitir al emprendedor, a su familia, a su prójimo, a su ciudad, a su país, generar más ingresos, mejorar la economía a todo nivel. Aunque este modelo puede ser utópico; ya que todos tienen el sueño de ser emprendedores, pero no todo el mundo tiene las ganas de emprender, de ser así, se llegaría a una economía de empleo pleno, o no habría gente con quién trabajar porque todos serían emprendedores.</p>

Si se logra formar una cultura emprendedora desde cortas edades, el resultado va a derivar en un círculo virtuoso de nuevos emprendedores y nuevos emprendimientos, que harán que en algún momento el país mejore.

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis explicativo

A través de la información proporcionada por los expertos y docentes en las tablas anteriores, se pudo validar la propuesta de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo, el cual establecería los cimientos de una cultura de emprendimiento en Ecuador; ya que este modelo abarca a todas las personas desde temprana hasta avanzada edad, donde, cada persona emprenderá de acuerdo a su propia condición y según el entorno que la rodea. Además, la cultura de emprendimiento fomentará emprendimientos e intraemprendimientos de calidad, de todo tipo y alcance; siendo beneficioso en el ámbito económico, dado a la generación de empleo, así como en el ámbito personal, por la satisfacción y el equilibrio emocional que produce.

Finalmente, el análisis interpretativo (Tabla 161) muestra las causas del emprendimiento y las mejores condiciones para emprender, según las entrevistas a los graduados de la Carrera que han desarrollado diferentes emprendimientos, resaltando los siguientes aspectos:

- Que el tener una buena educación en emprendimiento impartida desde la escuela, una buena educación empresarial, haría que nadie necesitara tener dinero para llegar a tener más dinero.

Tabla 161

Resultados del Análisis interpretativo

METODOLOGÍA PARA “INSPIRAR A EMPRENDER”	ORGANIZACIÓN DE ETAPAS PARA “COMPARTIR CONOCIMIENTO”	EVALUACIÓN DEL “EMPRENDER AHORA”
Tener una formación en emprendimiento influencia la acción emprendedora, los emprendimientos, y el carácter del emprendedor; además, brinda las bases por las materias que reciben, y la práctica e innovación mediante las cuales fueron impartidas.	Programas que muestren las opciones de emprendimiento en Ecuador y no ideas de otros países.	La constancia y perseverancia son los rasgos principales para alcanzar el éxito como emprendedor. Otros factores muy importantes son la confianza en sí mismos y el miedo, ya que la existencia del miedo, puede convertirse en una fortaleza. Otros rasgos de éxito que permiten a un emprendedor ser un catalizador corporativo son: la disciplina, el amor, la valentía, la decisión, la proactividad, el trabajo diario, la experiencia, el apoyo, el deseo de auto superación, luchar por los sueños, la búsqueda permanente de soluciones y cumplirlas, así como la pasión.

<p>Un factor clave en la educación emprendedora, es la selección de los docentes, porque no están lo suficientemente capacitados y en otros casos no son lo suficientemente dedicados. Además, la formación debe ser más práctica; los emprendimientos que se dan al inicio del programa deben incubarse a lo largo del mismo, para que al final de la formación y/o capacitación los emprendimientos tengan un crecimiento, y los participantes puedan salir con esa idea al mercado.</p>	<p>Capacitar a los emprendedores en la parte humana, por medio de una educación emocional que los prepare para la vida, les permite tener control emocional.</p>	<p>La clave del éxito es uno mismo, hacer lo que te guste, la satisfacción personal y la felicidad. A más de tener una idea, una buena estrategia y un buen plan son fundamentales; ya que la idea se la puede acoplar. Además, si bien el dinero es importante, se necesita la capacidad para saber administrar ese dinero. Asimismo, es muy importante satisfacer a los clientes con un producto y servicio de calidad. Por otra parte, los logros que se pueden alcanzar dependen del tipo de emprendimiento.</p>
<p>Los factores de dificultad para emprender están directamente relacionados al tipo de emprendimiento: el factor "dinero" y el factor "actitud"; la parte tecnológica; iniciar solo; manejar empleados; dejar la dependencia laboral; delegar actividades y confiar en otras personas; la desconfianza por ser joven, no ser renombrado; la falta de apoyo de la familia; la competencia; y el problema cultural dada la falta de conocimiento del cliente.</p>	<p>Aplicar verdadera innovación en los programas de emprendimiento.</p>	<p>El financiamiento puede venir de diversas fuentes: préstamos a familiares y amigos, ahorros, venta de su vehículo, liquidación de su trabajo, recursos de los negocios familiares, créditos de proveedores, herencia, préstamo bancario, entre otros.</p>
<p>El valor agregado más importante del negocio es el servicio, el que se brinda de diferentes maneras: exclusividad, precio y variedad; el principio de economía colaborativa; experiencias vivenciales para que cada persona tenga un cambio positivo en su vida; la decoración es indispensable para que el cliente tenga con qué distraerse; servicio al cliente; máximo servicio con soluciones rápidas; asesoría con 100% de atención directa; constancia, buena administración, y el personal de ventas que crea la fidelización de los clientes; y por último, pero no menos importante, la calidad.</p>	<p>Cambiar la mentalidad en las personas de que para emprender se necesitan grandes cantidades de dinero; cuando lo más importante es la predisposición, confianza, y una buena idea.</p>	<p>Algunos aspectos claves de los emprendimientos son: la confianza mutua; el valor percibido y el valor entregado; el desarrollo humano; el servicio; la perseverancia y la constancia; soluciones inmediatas; buen y correcto stock; productos y servicios de calidad.</p>

<p>Tener claras las alternativas de crecimiento es muy importante, las cuales a corto plazo consisten en mantenerse, a mediano plazo consolidarse, y a largo plazo crecer en unos casos y en otros diversificarse.</p>	<p>Brindar más apoyo a los emprendedores, guiarlos en cómo comenzar a implementar un negocio; porque a veces se tiene una idea muy clara, pero se tiene esa duda de cómo iniciar, y ese es el problema por el que no inician.</p>	<p>Al principio, el emprendimiento real está por debajo de las expectativas que se soñaron; a medida que el emprendimiento se estabiliza, la realidad y las expectativas son iguales o muy similares; y cuando el emprendimiento está estable, el emprendimiento supera las expectativas.</p>
<p>El primer factor externo negativo que puede llegar afectar un emprendimiento es la competencia, especialmente si son competidores ilegales o ingresan al mercado con precios más bajos. El segundo factor externo negativo es la inestabilidad política y económica que puede hacer que aumente la crisis y sigan bajando los ingresos de las personas. Otros factores externos negativos son los impuestos, la poca accesibilidad a la tecnología, y la resistencia a una nueva filosofía y tendencia.</p>	<p>Facilitar capitales para invertir en proyectos.</p>	<p>En la mayoría de los casos, se cometen errores al emprender, pudiendo haber hecho ciertas cosas de mejor forma, para llevar a cabo el emprendimiento, por ejemplo: no gastarse el capital, no haber buscado financiamiento arriesgado, haberse dedicado al 100% a su emprendimiento, haber invertido en un local más pequeño o más grande, no haber esperado cinco años para establecer un local.</p>
<p>El factor externo positivo más representativo es el mercado, por ejemplo: un mercado insatisfecho que requiere herramientas para consolidar sus ideas; la demanda de nuevos temas de capacitación; seguir llegando a sectores desatendidos; falta de competencia especializada en el área deportiva que cuente con una representación; la industria del cuidado de la salud, y la del fitness son muy atractivas. Otro factor externo positivo es el sistema político y económico, que puede convertirse de una amenaza a una oportunidad, por ejemplo: la crisis hace que los clientes no vayan a concesionarias sino que busquen proveedores pequeños de servicio; el incremento de los costos de materiales de construcción ha brindado la oportunidad de que el vinil sea considerado como un producto sustituto. Otros factores externos positivos son: el sistema de política nacional; que la</p>	<p>Dar un seguimiento a las personas, más que todo, a quienes estén interesadas en emprender.</p>	

<p>economía esté nivelada y que esto permita atender otros sectores de la ciudad y del país; así como la infraestructura del sector.</p>		
<p>El factor interno positivo en el que se apoya un emprendimiento para afrontar el futuro es el capital humano: personal comprometido, capacitado, y humano que brinda servicio personalizado. Otros factores internos positivos son: el servicio, la exclusividad y experiencia en el área; la capacitación continua; el emprendimiento colaborativo que brinda acceso a una metodología fácil y gratuita; la innovación permanente; los proveedores, la maquinaria y la capacidad emprendedora.</p>	<p>Impulsar a los emprendedores, sin que haya tantas trabas ni permisos; así, no sería tan difícil poner un negocio propio.</p>	
<p>Un factor interno negativo que se considera crítico es la contratación de personal responsable y comprometido. Otros factores internos negativos son: sus propios miedos y el pánico escénico, procesos internos, el proceso de aprendizaje, la logística y movilización, la capacitación limitada, el acceso a la tecnología, los costos de post venta, el otorgamiento de excesivo poder de decisión a los empleados, el espacio físico limitado, entre otros.</p>	<p>Crear alianzas no sólo nacionales, sino internacionales con casos de éxitos y de fracaso, que no son, sino experiencias.</p>	
<p>Al inicio, los ingresos por emprender son fluctuantes y pueden estar por debajo de lo que se percibiría bajo relación de dependencia; a medida que el emprendimiento se estabiliza, los ingresos igualan y en ocasiones superan lo que el emprendedor podría recibir como un salario; y una vez que el emprendimiento está estable, emprender brinda ingresos superiores en comparación al ejercicio de una profesión bajo dependencia de terceros. Sin embargo, a pesar de que es duro ser emprendedor, es muy gratificante lograr serlo; y</p>	<p>Ampliar las redes de networking. Buscar gente que apoye el proyecto no solamente durante tres años, sino que se involucren con el proyecto y sean parte del mismo.</p> <p>Lanzar negocios de corta inversión, con productos y/o servicios de bajo precio.</p>	

ningún ingreso puede llenar la satisfacción personal que brinda hacer algo para sí mismo; la libertad que se tiene de trabajar como dueño que como empleado es invaluable, hacer algo que les gusta y los hace felices, de lo cual están seguros que después van a ganar réditos.		
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis interpretativo

De acuerdo a la información brindada por los emprendedores graduados en emprendimiento, se puede establecer que la educación emprendedora debe ser impartida desde la infancia, a través de metodologías adecuadas, y sobre todo por docentes capacitados. Además, destacaron que la educación emprendedora debe estar acompañada de la incubación de negocios, es decir, que los programas de emprendimiento deben brindar los recursos, o los medios para alcanzarlos.

8.2 Comentarios Finales

La educación es la base de la cultura. Si bien los títulos universitarios no nos garantizan el éxito, no hemos desistido en tenerlos. De ahí, si bien una educación en emprendimiento no nos garantiza desarrollar negocios, más aún exitosos, las competencias que se logren alcanzar a través de este proceso formativo, no sólo estarán disponibles para desarrollar negocios, sino para aplicarlas en cada uno de los aspectos de nuestras vidas. Por ejemplo, según Gardner (1983), los seres humanos contamos con inteligencias múltiples que se emplean tanto juntas como por separado, las cuales se activan dadas las condiciones internas y externas de las personas.

A partir de ello, se puede sugerir que existe una inteligencia emprendedora; ya que un emprendedor, una persona con inteligencias múltiples, tiene activa mayoritariamente sus competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) emprendedoras, es decir, las capacidades y potencialidades ligadas al emprendimiento [capítulo dos de esta tesis]. Ahora bien, de acuerdo a los diferentes tipos de emprendimiento, [capítulo dos de esta tesis] se puede proponer que éstos se efectivizan según el orden en que las otras inteligencias se desarrollen. Como consecuencia, se puede plantear que las personas que no desarrollen negocios, emprenderán acciones de su vida cotidiana, de acuerdo a su propia condición y según el entorno que las rodea.

8.3 Perspectivas del Impacto Esperado

La perspectiva del impacto esperado de este Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo se describe en los seis puntos siguientes:

1. Beneficiar a los lectores; ya que este trabajo investigativo puede ser usado como una guía práctica para el emprendedor, quien puede enriquecerse de las aportaciones de los expertos y emprendedores entrevistados; los educadores y facilitadores pueden diseñar sus microcurrículos en base a los resultados de aprendizaje del modelo por etapas, así como del contenido microcurricular del modelo; las empresas e instituciones pueden crear programas de formación en base a este documento; y sobretodo el Gobierno Ecuatoriano puede aplicar este modelo en su política de estado; finalmente, esta tesis doctoral aspira colaborar con la comunidad académica mundial en la teorización práctica del emprendimiento.
2. Fomentar la endogenización formativa del emprendimiento; lo cual permita a cada persona reconocer sus capacidades y potencialidades, así como identificar las oportunidades de su propio ambiente; y de esta manera, llevar a cabo emprendimientos endógenos que aporten al desarrollo social y económico del país y de sí mismo. La endogenización del emprendimiento es un proceso dual que abarca a la persona y a su acción emprendedora. Sincrónicamente, la persona aprende a emprender, aprende emprendiendo, y aprende a desemprender a lo largo de toda su vida; mientras que desarrolla, evoluciona y reinventa su emprendimiento utilizando los recursos disponibles de su entorno socioeconómico.
3. Motivar la construcción de un Proyecto Formativo de Vida de Emprendimiento Prospectivo; es decir, que el Proyecto Formativo de Vida de Emprendimiento Prospectivo se construya a partir del Emprendimiento a Temprana Edad (0 – 5 años), Emprendimiento Infantil (6 – 10 años), Emprendimiento Pre-juvenil (11 – 14 años), Emprendimiento Juvenil (15 – 17 años), Emprendimiento Pre-Profesional (18 – 22 años), Emprendimiento Profesional (23 – 64 años), Emprendimiento Gerontológico (65 años - en adelante), y el Emprendimiento Continuo para toda la vida (12 años - en adelante que no sean parte del sistema de educación formal).
4. Incentivar a las personas para que se conviertan en protagonista de su destino; dado que este Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo es un proceso continuo, cooperativo y colaborativo a través de tres etapas primordiales: Inspirar a Empezar, Compartir Conocimiento y Empezar Ahora. Cada uno de los actores influye positiva o negativamente en las competencias emprendedoras de las personas a su alrededor y por ende en su acción emprendedora. De ahí que

se establece como el actor central al educando o la persona propiamente dicha; los protagonistas son la familia, los educadores, y el gobierno; y otros actores son la academia, los investigadores, las aceleradoras e incubadoras, los inversionistas, las instituciones gubernamentales y no gubernamentales, las comunidades del ecosistema del emprendimiento, los líderes de opinión, los medios de comunicación, las empresas y los empresarios, así como la sociedad en general.

5. Propender al mejoramiento de la calidad de los emprendimientos y aumentar su cantidad; a través de la culturización del emprendimiento y sus buenas prácticas, detalladas en este Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo. Las cualidades emprendedoras críticas en cada etapa del modelo son la curiosidad en el Emprendimiento a Temprana Edad, la creatividad en el Emprendimiento Infantil, la solución de problemas en el Emprendimiento Pre-juvenil, el trabajo en equipo en el Emprendimiento Juvenil, la resiliencia en el Emprendimiento Pre-Profesional, la tolerancia al riesgo en el Emprendimiento Profesional, y la asertividad en el Emprendimiento Gerontológico. En general, todos los procesos cognitivos juegan un rol esencial en el Emprendimiento Continuo para toda la vida, que va a estar determinado por su habilidad para identificar oportunidades, su pasión y capacidad estratégica, la lucha constante entre el miedo y el éxito, así como en el proceso emprendedor.
6. Ayudar a transformar la vida de las personas; no solo en términos de calidad sino más bien de un bienestar integral a través del emprendimiento. La importancia de este modelo va más allá del orden económico, ya que el Emprendimiento Prospectivo tiene una connotación social que lleva a cada persona a una nueva forma de vida que busca formar el mañana a través del ahora, y aunque esta conclusión suene idílica en realidad se sustenta en las teorías de la felicidad, el ocio y la auto realización. Las cualidades que se desarrollan a través del emprendimiento, tales como la creatividad, el trabajo en equipo, la resiliencia, para mencionar algunas, son indispensables para el fortalecimiento emocional de la persona y de esta manera llegar a un desarrollo social; la generación de riqueza que se logra como resultado del éxito esperado es una consecuencia de las cualidades de vida antes mencionas.

8.4 Futuras Líneas de Investigación

Esta tesis doctoral abordó diferentes aristas del emprendimiento, dejando a su vez una gran cantidad de dudas que pueden ser aclaradas a través de futuras investigaciones en diferentes ámbitos (Tabla 162):

Tabla 162

Futuras líneas de investigación

ÁMBITO CIENTÍFICO	ÁMBITO PERSONAL
<i>Entreprenology</i> : aportes de Anderson, Filion, Fayolle, y otros.	Connotación social del emprendimiento
Inteligencia Emprendedora: una propuesta basada en los estudios de Gardner.	Fortalecimiento emocional emprendedor
<i>Makerspaces</i> como generadores de Inteligencia Emprendedora.	Ambiente personal del emprendedor
Emprendedorismo: el emprendedor y su emprendimiento, desde la actitud y capacidad emprendedora.	Emprendedorismo para alcanzar el <i>Mindfulness</i> : estado de bienestar integral y felicidad del emprendedor.
ÁMBITO EDUCATIVO	ÁMBITO PROFESIONAL
Endogenización formativa del emprendimiento	Emprendimiento prospectivo y competitividad social emprendedora.
Proyecto formativo de vida de emprendimiento prospectivo.	Cadena de desarrollo del emprendimiento
Profesionalización microcurricular del emprendimiento.	Cadena productiva del emprendimiento
Pedagogía emprendedora en la enseñanza de programas de administración y gestión.	Emprendimiento a temprana edad
Metodología emprendedora: <i>action, experiential & Immersive learning</i> en combinación con <i>flipped learning</i> y <i>team-based learning</i> .	Emprendimiento pre-juvenil
<i>Emprendizajes</i> para el desarrollo de competencias emprendedoras.	Emprendimiento juvenil
Educación emprendedora para el desarrollo de competencias profesionales y habilidades productivas.	Emprendimiento pre-profesional
Culturización del emprendimiento como catalizador de emprendimientos de calidad con potencial internacional.	Emprendimiento profesional
Estudio de cohorte de la influencia de los programas de educación emprendedora (<i>Entrepreneurship Education Programs, EEP</i>).	Emprendimiento gerontológico
Estudio comparativo de la Carrera de Emprendimiento y las llamadas "carreras afines".	Emprendimiento continuo para toda la vida

Fuente: Elaboración propia a partir del desarrollo de esta tesis doctoral

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abaho, E., Olomi, D. R. y Urassa, G. C. (2015) "Students' entrepreneurial self-efficacy: does the teaching method matter?", *Education and Training*, 57 (8-9), pp. 908-923.
- Academy of Entrepreneurship (sin fecha) [Página web de AKEP]. Disponible en: akep.eu: <http://akep.eu/> (Accedido: 29 julio 2016)
- Acosta R., C. A. (2002) "Cuatro preguntas para iniciarse en el cambio organizacional" *Revista Colombiana de Psicología de la Universidad Nacional de Colombia*, (11), pp. 1-16.
- Active and Assisted Living Programme (sin fecha) [Página web de AAL]. Disponible en: <http://www.aal-europe.eu/about/objectives/> (Accedido: 29 julio 2016)
- Adya, M., Temple, B. K. y Hepburn, D. M. (2015) "Distant yet Near: Promoting Interdisciplinary Learning in Significantly Diverse Teams through Socially Responsible Projects", *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 13 (2), pp. 121-149.
- Aghelie, A., Sorooshian, S. y Azizan, N. A. (2016) "Research gap in sustainopreneurship", *Indian Journal of Science and Technology*, 9 (12), número de artículo 77648.
- Aguado García, D. y Lucía Martínez, B. (2004) "Innovación en Capital Humano: Nuevas Tendencias en la Evaluación de Personas", *Capital Humano*, (173), pp. 38-51.
- Agudíez Calvo P. y Alcoceba Hernando J. (2017) *Programa del Curso. Emprendizaje y comunicación. Estrategias de innovación para un mundo en transformación. Cód. C30. Madrid*, España: Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid.
- Aguirre Sabada, A., Castillo Clavero, A. M. y Tous Zamora, D. (1999) *Administración de Organizaciones: fundamentos y aplicaciones*. Madrid: Pirámide.
- Ahuja, G. y Katila, R. (2004) "Where do resources come from? The role of idiosyncratic situations", *Strategic Management Journal*, 25 (8-9), pp. 887-907.
- Akhter, R. y Ward, K. B. (2009) "Globalization and gender equality: A critical analysis of women's empowerment in the global economy", *Advances in Gender Research*, 13, pp. 141-173.
- Alarcón Segovia, T. A. (2016) *Entrevista a Graduados de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG* (24 septiembre 2016)
- Alegre, J. y Chiva, R. (2013) "Linking Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Role of Organizational Learning Capability and Innovation Performance", *Journal of Small Business Management*, 51 (4), pp. 491-507.
- Allied Academies (sin fecha) *Academy of Entrepreneurship*. Disponible en: <http://www.alliedacademies.org/affiliate-academies-aoe.php> (Accedido: 22 diciembre 2016)
- Alpopi, C., Dociu, M. y Cojan, H. C. (2014) "Urban management - a request of sustainable development", *Quality - Access to Success*, 15 (1), pp. 347-350.

Altena, T., Tuinenburg, P., Eveleens, C. y van Rijnsoever, F. (2014) *Climate-KIC Scout Report – Start-up funding: The (mis)alignment of financiers and start-ups in The Netherlands*. Utrecht, Netherlands: Universiteit Utrecht.

Alvarez, S. A. y Barney, J. B. (2015) “Entrepreneurial Discovery and Alertness”, *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1)

Amar Amar, J. (2002) “Formación integral: Una reflexión a partir de la sociología de la cultura”, *Zona Próxima de la Universidad del Norte - Colombia*, (3), pp. 74-93.

Amit, R., Glosten, L. y Muller, E. (1993) “Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research”, *Journal of Management Studies*, 30 (5), pp. 815 - 834.

Anderson, A. R. (1998) “Cultivating the Garden of Eden: Environmental entrepreneurship”, *Journal of Organizational Change Management*, 11 (2), pp. 135-144.

Anderson, A. R. y Jack, S. L. (2008) “Role typologies for enterprising education: The professional artisan?”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15 (2), pp. 259-273.

Anderson, A. R. y Warren, L. (2011) “The entrepreneur as hero and jester: Enacting the entrepreneurial discourse”, *International Small Business Journal*, 29 (6), pp. 589-609.

Andersson, S., Gabrielsson, J. y Wictor, I. (2004) “International activities in small firms: Examining factors influencing the internationalization and export growth of small firms”, *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 21 (1), pp. 22-34.

Andrews, F. M. y Withey, S. B. (1974) “Developing measures of perceived life quality: Results from several national surveys”, *Social Indicators Research*, 1 (1), pp. 1-26.

Angel Capital Association (sin fecha) [*Página web de ACA*]. Disponible en: <https://www.angelcapitalassociation.org/about-aca/> (Accedido: 22 diciembre 2016)

Aparicio, S., Urbano, D. y Audretsch, D. B. (2016) “Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence”, *Technological Forecasting and Social Change*, 102, pp. 45-61.

Ardito, L., Messeni Petruzzelli, A. y Albino, V. (2015) “From Technological Inventions to New Products: A Systematic Review and Research Agenda of the Main Enabling Factors”, *European Management Review*, 12 (3), pp. 113-147.

Arenius, P. y Minnit, M. (2005) “Perceptual variables and nascent entrepreneurship”, *Small Business Economics*, 24 (3), pp. 233-247.

Arora, P., Haynie, J. M. y Laurence, G. A. (2013) “Counterfactual Thinking and Entrepreneurial Self-Efficacy: The Moderating Role of Self-Esteem and Dispositional Affect”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37 (2), pp. 359–385.

Arzeni, S. y Pellegrin, J. P. (1997) “Entrepreneurship and local development”, *OECD Observer*, (204), pp. 27-29.

Asamblea Constituyente (2008) “Constitución de la República del Ecuador”, *Registro Oficial*, 20 de octubre de 2008, (449), pp. 1-80.

Asamblea Nacional (2010a) “Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones”, *Registro Oficial*, 29 de diciembre de 2010, (351), pp. 1-56.

Asamblea Nacional (2010b) “Ley Orgánica de Educación Superior”, *Registro Oficial*, 12 de octubre de 2010, (298), pp. 1-39.

Asamblea Nacional (2011a) “Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular”. *Registro Oficial*, 28 de mayo de 2011, (444), pp. 1-26.

Asamblea Nacional (2011b) “Ley Orgánica de Educación Intercultural”, *Registro Oficial*, 31 de marzo de 2011, (417), pp. 1-46.

Asamblea Nacional (2016) “Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación”, *Registro Oficial*, 9 de diciembre de 2016, (899), pp. 1-113.

Ashoka (sin fecha) *Ashoka's Programs in the US*. Disponible en: <http://usa.ashoka.org/about-ashoka-united-states> (Accedido: 26 julio 2016)

Ashourizadeh, S., Rezaei, S., Schøtt, T. y Vang, J. (2014) “Entrepreneurs` human and social capital: Direct and reinforcing benefits for export”, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 21 (2), pp. 246-267

Association of European Science and Technology Transfer Professionals (sin fecha) [Página web de ASTP]. Disponible en: <http://www.astp-proton.eu/organisation/about/> (Accedido: 29 julio 2016)

Astigarraga, E. (2015). *Prospectiva*. Bilbao, España: Universidad de Deusto.

Åsvoll, H. y Jacobsen, P. J. (2012) “A case study: Action based Entrepreneurship education how experience problems can be overcome and collaboration problems mitigated”, *Journal of Entrepreneurship Education*, 15 (SPEC), pp. 75-97.

Atlee, T. (1993) *What is Societal Intelligence? An 8-month written dialogue involving Robert Theobald, Fran Peavey, Howard Rheingold, Willis Harman, Hazel Henderson, Andrew Schmookler, Arnold Mindell, Duane Elgin, Charles Johnston, Eleanore M. Cooper and a dozen others*. Eugene, Oregón, U.S.A.: The Co-Intelligence Institute.

Ausubel, D. P. (1968) *Educational Psychology: A Cognitive View*. New York, U.S.A.: Holt, Rinehart and Winston.

Ayala, J. C. y Manzano, G. (2014) “The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. A longitudinal analysis”, *Journal of Economic Psychology*, 42, pp. 126-135.

Ayios, A., Jeurissen, R., Manning, P. y Spence, L. J. (2014) “Social capital: a review from an ethics perspective”, *Business Ethics: A European Review*, 23 (1), pp. 108–124.

Azim, M. T. (2013) "Entrepreneurship training in Bangladesh: A case study on small and cottage industries training institute", *Life Science Journal*, 12 (34), pp. 188-201.

Babson College (2016a) *Entrepreneurship of All Kinds®*. Disponible en: <http://www.babson.edu/about-babson/at-a-glance/Pages/entrepreneurship-of-all-kinds.aspx> (Accedido: 25 julio 2016)

Babson College (2016b) *Mission Statement*. Disponible en: <http://www.babson.edu/about-babson/at-a-glance/Pages/mission-statement.aspx> (Accedido: 25 julio 2016)

Babson College (2016c) *Entrepreneurial Thought and Action*. Disponible en: <http://www.babson.edu/about-babson/at-a-glance/Pages/entrepreneurial-thought-and-action.aspx> (Accedido: 25 julio 2016)

Babson College (2016d) *Babson Entrepreneurship Ecosystem Project*. Disponible en: <http://www.babson.edu/executive-education/custom-programs/entrepreneurship/Pages/entrepreneurship-ecosystem.aspx> (Accedido: 25 julio 2016)

Babson College (2016e) *Goldman Sachs 10,000 Small Businesses*. Disponible en: <http://www.babson.edu/executive-education/custom-programs/entrepreneurship/10k-small-business/Pages/home.aspx> (Accedido: 25 julio 2016)

Babson College (2016f) *Babson College Entrepreneurship Research Conference*. Disponible en: <http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/bcerc/Pages/home.aspx> (Accedido: 25 julio 2016)

Babson College (2016g) *Babson Centers and Institutes*. Disponible en: <http://www.babson.edu/Academics/centers/Pages/home.aspx> (Accedido: 25 julio 2016)

Bagautdinova, N. G., Panasyuk, M. V., Pudovik, E. M. y Gilmanova, A. A. (2014) "Multivariate statistic analysis of the world population ageing", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (28), pp. 50-55.

Baker, G. L. y Gollub, . P. (1990) *Chaotic Dynamics, an introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.

Baker, M. (2015) "Why innovation is the key that will unlock global growth", en *World Economic Forum's ninth Annual Meeting of the New Champions on innovation, science and technology*. Dalian, People's Republic of China. 9-11 September 2015.

Balan, P. y Metcalfe, M. (2012) "Identifying teaching methods that engage entrepreneurship students", *Education and Training*, 54 (5), pp. 368-384.

Balan, P., Clark, M. C. y Restall, G. (2015) "Preparing students for flipped or team-based learning methods", *Education and Training*, 57 (6), pp. 639-657.

Banco Central del Ecuador (BCE) (2013) *Balanza de Pagos: inversión extranjera directa*. Quito, Ecuador: Banco Central del Ecuador (BCE)

Banco Central del Ecuador (BCE) (2015a) *Sistema de Información Macroeconómica: exportaciones por producto*. Quito, Ecuador: Banco Central del Ecuador (BCE)

Banco Central del Ecuador (BCE) (2015b) *Evolución de la Balanza Comercial del Ecuador por países (enero-diciembre 2014)*. Quito, Ecuador: Banco Central del Ecuador (BCE)

Banco Central del Ecuador (BCE) (2015c) *Evolución de la Balanza Comercial de 2011 a 2014*. Quito, Ecuador: Banco Central del Ecuador (BCE)

Banco Central del Ecuador (BCE) (2017) *Evolución de la Deuda Externa Ecuatoriana*. Quito, Ecuador: Banco Central del Ecuador (BCE)

Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) (2013) *Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. Bogotá, Colombia: Banco de Desarrollo de América Latina (Corporación Andina de Fomento), CAF.

Banco Guayaquil (2016) *[Programas de apoyo al emprendimiento]*. Disponible en: <http://www.bancoguayaquil.com/responsive/index.asp> (Accedido: 13 agosto 2016)

Banco Pichincha (2016) *[Programas de apoyo al emprendimiento]*. Disponible en: <https://www.pichincha.com/portal/Inicio> (Accedido: 13 agosto 2016)

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (1997) *Evaluación: Una herramienta de gestión para mejorar el desempeño de los proyectos*. Washington D.C., EE. UU.: Oficina de Evaluación (EVO) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2016) *Innovation Lab*. Washington D. C., EE.UU.: División de Competitividad e Innovación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento y el Banco Mundial [International Bank for Reconstruction and Development (IBRD) and World Bank (WB), en inglés] (2016) *Global Economic Prospects, June 2016: Divergences and Risks*. Washington, DC, USA: International Bank for Reconstruction and Development y World Bank.

Banco Mundial [World Bank, en inglés] (2017) PIB per cápita (US\$ a precios actuales) Todos los países y economías. Ecuador. Disponible en <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?view=chart> (Accedido: 6 mayo 2017)

Banco Mundial y Corporación Financiera Internacional [WB/IFC en inglés] (2016) *Doing Business Report 2012-2015*. Disponible en: <http://espanol.doingbusiness.org/reports/global-reports/> (Accedido: 21 agosto 2016)

Barbos, A. (2015) "Information Acquisition and Innovation under Competitive Pressure", *Journal of Economics y Management Strategy*, 24 (2), pp. 325–347.

Barthel, D., Alférez, Á., Martí Pellón, J. y Salas de la Hera, M. (2014) *Informe de actividad capital de riesgo en España*. Madrid: Asociación Española de Entidades de Capital de Riesgo.

- Bartlett, S. F. (1932) *Remembering: An experimental and social study*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.
- Bastié, F., Cussy, P. y Le Nadant, A. L. (2016) "Network or Independent Business? Entrepreneurs' Human, Social and Financial Capital as Determinants of Mode of Entry" *Managerial and Decision Economics*, 37 (3), pp. 167–181.
- Batabyal, A.A. y Beladi, H. (2015) "Entrepreneurship, innovation and multi-regional economic growth and welfare: A theoretical research agenda", *Studies in Regional Science*, 44 (2), pp. 181-194.
- Baty, G. (1981) *Entrepreneurship in the eighties*. Virginia: Reston Publishing.
- Baty, G. (1990) "*Entrepreneurship for the nineties*". Englewood Cliffs: Prentice Hall Inc.
- Baum, J. R. y Locke, E. A. (2004) "The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth", *Journal of Applied Psychology*, 89 (4), pp. 587-598.
- Baumol, W. J. (1968) "Entrepreneurship in economic theory", *The American Economic Review*, 58, (2), pp. 64-71.
- Baumol, W. J. (1990) "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive", *Journal of Political Economy*, 98 (5), pp. 893-921.
- Baumol, W. J. (1993) "Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds", *Journal of Business Venturing*, 3, pp. 197-210.
- Bayoumi, T. A., Gagnon, J. E. y Saborowski, C. (2015) "Official financial flows, capital mobility, and global imbalances", *Journal of International Money and Finance*, 52, pp. 146-174.
- Béchar, J. P. (1996) *Comprendre le champ de l'entrepreneurship*. Montréal, Québec, Canada: École des Hautes Études Commerciales (HEC)
- Belshaw, C. S. (1955) "The cultural milieu of the entrepreneur", *Explorations in Entrepreneurial History*, I (7), pp. 146-163.
- Bentham, J. (1787) *Defence of Usury*. London, England: T. Payne and son, at the Mews Gates.
- Berger, G. (1959) *L'attitude prospective*, *L'Encyclopédie Française, Tome XX*. Paris: Société nouvelle de l'Encyclopédie française.
- Berger, P. L. y Luckmann, T. (1967) *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Garden City, New York, U.S.A.: Doubleday.
- Berglund, K. A. y Holmgren, C. A. (2008) "What do teachers do when they do entrepreneurship education? ... and How can we ask about it?", *International Journal of Business and Globalisation*, 2 (4), pp. 354-372.

Berglund, K. A. y Johansson, A. W. (2007) "Entrepreneurship, discourses and conscientization in processes of regional development", *Entrepreneurship and Regional Development*, 19 (6), pp. 499-525.

Bermejo, M. (2010) *IE Business School. Dirección de Empresas Familiares*. Madrid, España: IE Business School-Seminarium.

Besiou, M. y Van Wassenhove, L. N. (2015) "Addressing the Challenge of Modeling for Decision-Making in Socially Responsible Operations", *Production and Operations Management*, 24 (9), pp. 1390-1401.

Bharti, N. (2014) "The role of training in reducing poverty: The case of microenterprise development in India", *International Journal of Training and Development*, 18 (4), pp. 291-296.

Bill and Melinda Gates Foundation (sin fecha) *Bill and Melinda Gates Foundation: what we do*. Disponible en: <http://www.gatesfoundation.org/es/What-We-Do> (Accedido: 22 diciembre 2016)

Biraglia, A. y Kadile, V. (2017) "The Role of Entrepreneurial Passion and Creativity in Developing Entrepreneurial Intentions: Insights from American Homebrewers", *Journal of Small Business Management*, 55 (1), pp. 170-188.

Blackstone (sin fecha) *Entrepreneurship Initiative*. Disponible en: <http://www.blackstone.com/our-impact/blackstone-charitable-foundation/overview> (Accedido: 26 julio 2016)

Blanchflower, D. G. y Oswald, A. J. (1998) "What makes an entrepreneur?", *Journal of Labor Economics*, 16 (1), pp. 26-60.

Blank, S. (2013a) "Why the Lean Star-Up Changes Everything", *Harvard Business Review*, pp. 1-9.

Blank, S. (2013b) *The Four Steps to the Epiphany*. Second Edition. EE. UU.: KyS Ranch.

Blawatt, K. R. (1995) "Defining the Entrepreneurs: A Conceptual Model of Entrepreneurship", *Proceedings of the 12th Annual Conference of the CCSBE*. Thunder Bay, Ontario, Canada. Canadian Council for Small Business and Entrepreneurship, pp. 13-37.

Blawatt, K. R. (1998) *Entrepreneurship: process and management*. Scarborough, Ontario: Prentice Hall Canada.

Blawatt, K. R. (2014) *Entrepreneurial Strategic Management*. New York: Business Expert Press.

Blenker, P., Dreisler, P., Fæ, M. H. y Kjeldsen, J. I. (2008) "A framework for developing entrepreneurship education in a university context", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 5 (1), pp. 45-63.

- Block, J., Sandner, P. y Spiegel, F. (2015) "How Do Risk Attitudes Differ within the Group of Entrepreneurs?: The Role of Motivation and Procedural Utility", *Journal of Small Business Management*, 53 (1), pp. 183-206.
- Block, J., Thurik, R., Van der Zwan, P. y Walter, S. (2013) "Business Takeover or New Venture? Individual and Environmental Determinants From a Cross-Country Study", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37 (5), pp. 1099–1121.
- Bloom, D. E., Canning, D. y Lubet, A. (2015) "Global population aging: Facts, challenges, solutions y perspectives", *Daedalus*, 144 (2), pp. 80-92.
- Böckerman, P., Johansson, E., Helakorpi, S. A. y Uutela, A. K. (2009) "Economic inequality and population health: Looking beyond aggregate indicators", *Sociology of Health and Illness*, 31 (3), pp. 422-440.
- Bojei, J., Julian, C. C., Wel, C. A. y Ahmed, Z. U. (2013) "The empirical link between relationship marketing tools and consumer retention in retail marketing", *Journal of Consumer Behaviour*, 12 (3), pp. 171–181.
- Bonsang, E. y Dohmen, T. J. (2015) "Risk attitude and cognitive aging", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 112, pp. 112-126.
- Bönte, W. y Dienes, C. (2013) "Environmental Innovations and Strategies for the Development of New Production Technologies: Empirical Evidence from Europe", *Business Strategy and the Environment*, 22 (8), pp. 501–516.
- Botero, C. (2011a) *Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2010*. Washington, D.C., EE.UU.: Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) de la Organización de los Estados Americanos (OEA)
- Botero, C. (2011b) *Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2011*. Washington, D.C., EE.UU.: Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) de la Organización de los Estados Americanos (OEA)
- Botero, C. (2013a) *Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2012*. Washington, D.C., EE.UU.: Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) de la Organización de los Estados Americanos (OEA)
- Botero, C. (2013b) *Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2013*. Washington, D.C., EE.UU.: Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) de la Organización de los Estados Americanos (OEA)
- Botha, M. (2010) "A project-based learning approach as a method of teaching entrepreneurship to a large group of undergraduate students in South Africa", *Education as Change*, 14 (2), pp. 213-232.
- Boyles, T. (2012) "21st century knowledge, skills, and abilities and entrepreneurial competencies: A model for undergraduate entrepreneurship education", *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, pp. 41-56.

- Bradley, R. T. (2010) "Passionate attention and the psychophysiology of entrepreneurial intuition: A quantum-holographic theory", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9 (3), pp. 324-348.
- Braguinsky, S., Klepper, S. y Oh, A. (2012) "High-Tech Entrepreneurship", *Journal of Law and Economics*, 55 (4), pp. 869-900.
- Branzei, O. y Abdelnour, S. R. (2010) "Another day, another dollar: Enterprise resilience under terrorism in developing countries", *Journal of International Business Studies*, 45 (5), pp. 804-825.
- Brijesh, S. (2016) "Knowledge management: A key driver for entrepreneurship-an empirical study with special reference to software firms in Pune", *Indian Journal of Science and Technology*, 9 (20), número de artículo 90643. DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i20/90643
- Brinckmann, J. y Kim, S. M. (2015) "Why We Plan: The Impact of Nascent Entrepreneurs' Cognitive Characteristics and Human Capital on Business Planning", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9 (2), pp. 153–166.
- Broehl, J. W. (1978) *The Village Entrepreneur: Change Agents in India's Rural Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Brown, L. A. (2014) "The city in 2050: A kaleidoscopic perspective", *Applied Geography*, 49, pp. 4-11.
- Bruhn, M. y Zia, B. H. (2013) "Stimulating managerial capital in emerging markets: The impact of business training for young entrepreneurs", *Journal of Development Effectiveness*, 5 (2), pp. 232-266.
- Brundin, E., Patzelt, H. y Shepherd, D. A. (2008) "Managers' emotional displays and employees' willingness to act entrepreneurially", *Journal of Business Venturing*, 23 (2), pp. 221-243.
- Bruner, J. S. (1966a) *Studies in Cognitive Growth*. New York, U.S.A.: Wiley Inc.
- Bruner, J. S. (1966b) *Toward a Theory of Instruction*. Cambridge, Massachusetts, U.S.A.: Harvard University Press.
- Bruyat, C., y Julien, P. A. (2000) "Defining the field of research in entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, 16, pp. 165–180.
- Buchanan, J. M. y Di Pierro, A. (1980) "Cognition, Choice, and Entrepreneurship", *Southern Economic Journal*, 46 (3), pp. 693-701.
- Buen Vivir (sin fecha) *Agendas Zonales*. Disponible en: <http://www.buenvivir.gob.ec/agendas-zonales> (Accedido: 13 agosto 2016)
- Bueno Campos, E. (1996) *Organización de Empresas: estructura, procesos y modelos*. Madrid: Pirámide.

- Bull, I. y Willard, G. E. (1993) "Towards a theory of entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, 8 (3), pp. 183 - 195.
- Bull, I., Thomas, H. y Willard, G. (1995) *Entrepreneurship: Perspectives on Theory Building 1st Edition*. Oxford: Pergamon Press.
- Bullough, A. y Renko, M. (2013) "Entrepreneurial resilience during challenging times", *Business Horizons*, 56 (3), pp. 343-350.
- Bullough, A., Renko, M. y Myatt, T. (2014) "Danger zone entrepreneurs: The importance of resilience and self-efficacy for entrepreneurial intentions", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38 (3), pp. 473-499.
- Bunge M. (1980) *La investigación científica*. Séptima edición. Barcelona: Ariel.
- Burgos Zambrano, R. L. (2016) *Entrevista a Graduados de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG* (29 septiembre 2016)
- Burmeister-Lamp, K., Lévesque, M. y Schade, C. D. (2012) "Are entrepreneurs influenced by risk attitude, regulatory focus or both? An experiment on entrepreneurs' time allocation", *Journal of Business Venturing*, 27 (4), pp. 456-476.
- Busenitz, L. W., Plummer, L. A., Klotz, A. C., Shahzad, A. M. y Rhoads, K. (2014) "Entrepreneurship Research (1985-2009) and the Emergence of Opportunities", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38 (5), pp. 981-1000.
- Business USA (sin fecha) *About us*. Disponible en: <http://business.usa.gov/about-us> (Accedido: 26 julio 2016)
- Byerlee, D. R. y Deininger, K. W. (2013) "Growing resource scarcity and global farmland investment", *Annual Review of Resource Economics*, 5, pp. 13-34.
- Bygrave, W. D. (1989) "The Entrepreneurship Paradigm (I): A Philosophical Look at its Research Methodologies", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14 (1), pp. 7-26.
- Bygrave, W. D. (1993) "Theory building in the entrepreneurship paradigm", *Journal of Business Venturing*, 8 (3), pp. 255–280.
- Bylund, P. L. (2015) "Explaining Firm Emergence: Specialization, Transaction Costs, and the Integration Process", *Managerial and Decision Economics*, 36 (4), pp. 221–238.
- Byrne, O. y Shepherd, D. A. (2015) "Different Strokes for Different Folks: Entrepreneurial Narratives of Emotion, Cognition, and Making Sense of Business Failure", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39 (2), pp. 375-405.
- Cabero Almenara, J. (1998) "Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones", en Lorenzo, M. y otros (Coords.) *Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales*. Sevilla, España: Granada, Grupo Editorial Universitario de la Universidad de Sevilla, pp. 197-206.

- Cacciotti, G. y Hayton, J. C. (2015) "Fear and Entrepreneurship: A Review and Research Agenda", *International Journal of Management Reviews*, 17 (2), pp. 165–190.
- Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R. y Giazitzoglu, A. G. (2016) "A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, 31 (3), pp. 302-325.
- Cachanosky, J. C. (1994) "Historia de las Teorías del valor y del precio. Parte I", *Revista Libertas 20 del Instituto Universitario ESEADE*, pp. 1-100.
- Cainelli, G. y Lacobucci, D. (2015) "Vertical Integration, Organizational Governance, and Firm Performance: Evidence from Italian Business Groups", *Managerial and Decision Economics*, 36 (8), pp. 517-527.
- Caird, S. (2013) *General Measure of Enterprising Tendency Test*. www.get2test.net. Milton Keynes, UK: The Open University.
- Calabrese, A., Costa, R., Menichini, T., Rosati, F. y Sanfelice, G. (2013) "Turning Corporate Social Responsibility-driven Opportunities in Competitive Advantages: a Two-dimensional Model", *Knowledge and Process Management* 20 (1), pp. 50–58.
- Caldas Blanco, M. E., Carrión Herráez, R. y Heras Fernández, A. J. (2014) *Empresa e iniciativa emprendedora*. Madrid, España: Editex.
- Caliendo, M., Fossen, F. M. y Kritikos, A. S. (2009) "Risk attitudes of nascent entrepreneurs-new evidence from an experimentally validated survey", *Small Business Economics*, 32 (2), pp. 153-167.
- Caliendo, M., Fossen, F. M. y Kritikos, A. S. (2010) "The impact of risk attitudes on entrepreneurial survival", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76 (1), pp. 45-63.
- Calle Forrest, H. M. (2016) *Entrevista a expertos relacionados con las áreas de educación, negocios y emprendimiento* (22 enero 2016)
- Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG) (2000) *Aprender a Emprender*. Guayaquil, Ecuador: Cámara de Comercio de Guayaquil.
- Campbell, A. (1976) "Subjective measures of well-being", *American Psychologist*, 31 (2), pp. 117-124.
- Campden Wealth-UBS (sin fecha) *Family Offices Methodology*. Disponible en: <http://www.globalfamilyofficereport.com/about-family-offices-methodology> (Accedido: 10 julio 2015)
- Canaleta, X., Vernet, D., Vicent, L. y Montero, J. A. (2014) "Master in Teacher Training: A real implementation of Active Learning", *Computers in Human Behavior*, 31 (1), pp. 651-658.
- Cantillon, R. (1755) *Essai sur la nature du commerce en général*. London, England: Fetcher Gyler.

Cardon, M. S. (2008) "Is passion contagious? The transference of entrepreneurial passion to employees", *Human Resource Management Review*, 18 (2), pp. 77-86.

Cardon, M. S. y Kirk, C. P. (2015) "Entrepreneurial Passion as Mediator of the Self-Efficacy to Persistence Relationship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39 (5), pp. 1027–1050.

Cardon, M. S., Foo, M., Shepherd, D. A. y Wiklund, J. (2012) "Exploring the Heart: Entrepreneurial emotion is a hot topic", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36 (1), pp. 1-10.

Cardon, M. S., Grégoire, D. A., Stevens, C. E. y Patel, P. C. (2013) "Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation", *Journal of Business Venturing*, 28 (3), pp. 373-396.

Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J. y Drnovšek, M. (2009) "The nature and experience of entrepreneurial passion", *Academy of Management Review*, 34 (3), pp. 511-532.

Cardon, M. S., Zietsma, C. E., Saparito, P. A., Matherne, B. P. y Davis, C. (2005) "A tale of passion: New insights into entrepreneurship from a parenthood metaphor", *Journal of Business Venturing*, 20 (1), pp. 23-45.

Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R. y Carland, J. A. (1984) "Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization", *Academy of Management Review*, 9 (2), pp. 354-359.

Carnabuci, G. y Opert, E. (2013) "Where do firms' recombinant capabilities come from? Intraorganizational networks, knowledge, and firms' ability to innovate through technological recombination", *Strategic Management Journal*, 34 (13), pp. 1591–1613.

Carrasco Reyes, R. I. (2016) *Entrevista a expertos relacionados con las áreas de educación, negocios y emprendimiento* (16 enero 2016)

Carree, M. A. y Verheul, I. (2012) "What Makes Entrepreneurs Happy? Determinants of Satisfaction Among Founders", *Journal of Happiness Studies*, 13 (2), pp. 371–387.

Carter, S., Shaw, E., Lam, W. y Wilson, F. M. (2007) "Gender, entrepreneurship, and bank lending: The criteria and processes used by bank loan officers in assessing applications", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31 (3), pp. 427-444.

Carvajal, L. (2006) *Metodología de la Investigación Científica. Curso General y Aplicado*. 28º Edición. Santiago de Cali: USC, Cooprusaca, Poemia.

Casillas, J. C. y Acedo, F. J. (2013) "Speed in the Internationalization Process of the Firm", *International Journal of Management Reviews*, 15 (1), pp. 15–29.

Casson, M. (1982) *The entrepreneur: an economic theory*. Totowa, New Jersey: Barnes y Noble Books.

Castilla, E., Lan, G. J. y Rissing, B. A. (2013) "Social Networks and Employment: Outcomes (Part 2)", *Sociology Compass*, 7 (12), pp. 1013–1026.

Castillo, A. H. (1999) *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. "Emprendedores como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional"*. Chile: INTEC Chile.

Cavaller, V. (2011) "Portfolios for entrepreneurship and self-evaluation of higher education institutions", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 12, pp. 19-23.

Cely, N. (2015) *El trabajo conjunto entre el sector público y privado se fortalece*. Quito, Ecuador: Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad.

Center for International Private Enterprise (sin fecha) CIPE Mission and Background. Disponible en: <http://www.cipe.org/about> (Accedido: 27 julio 2016)

Center for International Private Enterprise (sin fecha) *Taller de Trabajo sobre el Sector Informal dictado en la Segunda Asamblea Global de la Democracia del Movimiento Mundial para la Democracia, en Sao Paulo, Brasil*. Disponible en: <http://www.cipe.org/sites/default/files/publication-docs/informalSpanish.pdf> (Accedido: 3 junio de 2016)

Centre for Innovation, Incubation and Entrepreneurship at the Indian Institute of Management Ahmedabad (sin fecha) *Start-up*. Disponible en: <http://www.ciie.co/start-up/> (Accedido: 26 julio 2016)

Centro de Innovación Educativa y Desarrollo Docente (2010) *Jerarquización de Problemas: Curso Docencia y-o Tutoría para la elaboración de Proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación Social (IDIS)*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Cervecería Nacional (2013) *Siembra Futuro*. Disponible en: <http://cervecerianacional.ec/asset/pdf/ContribucionalEcuador/SiembraFuturo/SiembraFuturo.pdf> (Accedido: 13 agosto 2016)

Cervecería Nacional (sin fecha) *Siembra Futuro - 4e, Camino al Progreso*. Disponible en: <http://www.cervecerianacional.ec/siembrafuturo> (Accedido: 13 agosto 2016)

Chadwick, E. (1842) [Reeditado en 1965] *Report on the sanitary condition of the labouring population of Great Britain (1842). Conclussions*. Edimburgo, UK: University Press.

Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) de France (sin fecha) *Régime Auto-Entrepreneur et Régime Micro-Entrepreneur*. Disponible en: <http://www.cci.fr/web/auto-entrepreneur/le-regime-micro-entrepreneur> (Accedido: 14 julio 2016)

Chandler, A. D. (1962) *Strategy and structure :chapters in the history of the american industrial enterprise*. Cambridge, U.S.A.; London, UK: The MIT Press.

Chandler, A. D. (1977) *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business*. Cambridge, MA, U.S.A.: Harvard University Press.

Chandler, J. D. y Teckchandani, A. (2015) "Using Social Constructivist Pedagogy to Implement Liberal Learning in Business Education", *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 13 (3), pp. 327–348.

- Chang, S.J. y Wu, B. (2014) "Institutional barriers and industry dynamics", *Strategic Management Journal*, 35 (8), pp. 1103–1123.
- Charney, A. y Libecap, G. D. (2000) *The Impact of Entrepreneurship Education: An Evaluation of the Berger Entrepreneurship Program at the University of Arizona, 1985-1999*. Tucson, Arizona, U.S.A.: Karl Eller Center of the University of Arizona.
- Chavdarova, T. (2014) "Risky Businesses? Young People in Informal Self-Employment in Sofia", *International Journal of Urban and Regional Research*, 38 (6), pp. 2060–2077.
- Cheeseman, S., Sumsion, J. y Press, F. (2015) "Infants of the productivity agenda: Learning from birth or waiting to learn?", *Australasian Journal of Early Childhood*, 40 (3), pp. 38-45.
- Chell, E. y Baines, S. (2000) "Networking, entrepreneurship and microbusiness behaviour", *Entrepreneurship and Regional Development*, 12 (3), pp. 195-215.
- Chen, M. H., Chang, Y. Y. y Chang, Y. C. (2015) "Entrepreneurial Orientation, Social Networks, and Creative Performance: Middle Managers as Corporate Entrepreneurs", *Creativity and Innovation Management*, 24 (3), pp. 493-507.
- Chen, Y. (2009) "Determinants of industry performance: Region vs. country effects in knowledge-intensive service industries", *Service Industries Journal*, 29 (3), pp. 297-316.
- Cheng, C. C. y Huizingh, E. K. (2014) "When Is Open Innovation Beneficial? The Role of Strategic Orientation", *Journal of Product Innovation Management*, 31 (6), pp. 1235–1253.
- Chesbrough, H. W. (2003) *Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston, MA, U.S.A.: Harvard Business School Press.
- Chesbrough, H. y Rosenbloom, R. S. (2002) "The role of Business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation 's technology spin-off companies", *Industrial and Corporate Change*, 11 (3), pp. 529-555.
- Chia, R. (1996) "Teaching paradigm shifting in management education: University business schools and the entrepreneurial imagination", *Journal of Management Studies*, 33 (4), pp. 409-428.
- Cho, Y. y Honorati, M (2014) "Entrepreneurship programs in developing countries. A meta regression analysis", *Labour Economics*, 28, pp. 110-130.
- Chomsky, N. (1985) *The Logical Structure of Linguistic Theory*. Chicago, U.S.A.: The University of Chicago Press.
- Chora García, J. E. (2016) *Entrevista a Graduados de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG* (31 octubre 2016)
- Chrisman, J. J. y Holt, D. T. (2015) "Entrepreneurship", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-3)

- Chrisman, J. J., Sharma, P., Steier, L. P. y Chua, J. H. (2013) "The Influence of Family Goals, Governance, and Resources on Firm Outcomes", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37 (6), pp. 1249–1261.
- Chua, H. S. y Bedford, O. A. (2016) "A Qualitative Exploration of Fear of Failure and Entrepreneurial Intent in Singapore", *Journal of Career Development*, 43 (4), pp. 319-334.
- Cigno, A., Rosati, F. C. y Guarcello, L. (2002) "Does globalization increase child labor?", *World Development*, 30 (9), pp. 1579-1589.
- Clark, G., y Mountford, D. (2007) *Investment Strategies and Financial Tools for Local Development*. Paris, France: Organization for Economic Co-operation and Development.
- Clark, J. B. (1907) *Essentials of Economic Theory*. New York, U.S.A.: The Macmillan Company.
- Clercq, D., Bouckenooghe, D., Raja, U. y Matsyborska, G. (2014) "Servant Leadership and Work Engagement: The Contingency Effects of Leader–Follower Social Capital", *Human Resource Development Quarterly*, 25 (2), pp. 183–212.
- Clercq, D., Dimov, D. y Belausteguigoitia, I. (2016) "Perceptions of Adverse Work Conditions and Innovative Behavior: The Buffering Roles of Relational Resources", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 40 (3). pp. 515-542.
- Clercq, D., Thongpapanl, N. y Dimov, D. (2013) "Getting More from Cross-Functional Fairness and Product Innovativeness: Contingency Effects of Internal Resource and Conflict Management", *Journal of Product Innovation Management*, 30 (1), pp. 56–69.
- Cochran, T. C. (1949) "Role and Sanctions in Entrepreneurial History", en *H. U. Research Center in Entrepreneurial, Change and the entrepreneur: postulates and the patterns for entrepreneurial history*. Cambridge, MA: Harvard University Press, pp. 93-114
- Cochran, T. C. (1953) *Railroad leaders, 1845-1890: the business mind in action*. Cambridge: Harvard University Press.
- Cochran, T. C. (1964) "The entrepreneur in economic change", *Systems Research and Behavioral Science*, 9 (2), pp. 111–119.
- Cochran, T. C. (1968) "Entrepreneurship", en Sill, D. L. Sills, *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Londres y New York: The MacMillan Co. y The Free Press, pp. 87-91.
- Cochran, T. C. y Miller, W. (1942) *The age of enterprise, a social history of industrial America*. New York, U.S.A.: Macmillan.
- Coduras, A., Saiz-Alvarez, J. M. y Ruiz, J. (2016) "Measuring readiness for entrepreneurship: An information tool proposal", *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(2), pp. 99-108.

- Cohen, A. B. y Varnum, M. E. (2016) "Beyond East vs. West: Social class, region, and religion as forms of culture", *Current Opinion in Psychology*, 8, pp. 5-9.
- Cole, A. H. (1946) "An Approach to the Study of Entrepreneurship: A Tribute to Edwin F. Gay", *The Journal of Economic History*, 6 (S1), pp. 1-15.
- Cole, A. H. (1959) *Business Enterprise in its Social Setting*. Cambridge, MA, U.S.A.: Harvard University Press.
- Cole, A. H. (1968) "Meso-Economics: A Contribution from Entrepreneurial History", *Explorations in Entrepreneurial History*, 2nd. Series, 6 (1), pp. 3-33.
- Collins, L. A., Smith, A. J. y Hannon, P. D. (2006) "Applying a synergistic learning approach in entrepreneurship education", *Management Learning*, 37 (3), pp. 335-354.
- Collins, O. F. y Moore, D. G. (1970) *The organization makers: a behavioral study of independent entrepreneurs*. New York: Appleton-Century-Crofts (Meredith Corp.)
- Collins, O. F., Moore, D. G. y Unwalla, D. B. (1964) *The enterprising man*. East Lansing, Michigan: MSU Business Studies, Bureau of Business and Economic Research, Graduate School of Business Administration.
- Colombo, M. G. y Grilli, L. (2013) "The Creation of A Middle-Management Level by Entrepreneurial Ventures: Testing Economic Theories of Organizational Design", *Journal of Economics y Management Strategy*, 22 (2), pp. 390-422.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2001) *Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano*. Ciudad de México, México: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Organización de las Naciones Unidas (ONU)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2007) *Pymes y articulación productiva. Resultados y lecciones a partir de experiencias en América Latina*. Santiago de Chile, Chile: Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y el Caribe (CEPAL), Organización de las Naciones Unidas (ONU)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2013) *La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe: informe 2013*. Santiago de Chile, Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Organización de las Naciones Unidas (ONU)
- Comisión Europea (2003) *Libro Verde: El espíritu empresarial en Europa*. Bruselas: Dirección General de Empresas e Industrias de la Comisión Europea.
- Comisión Europea (2005) *Proyecto de Procedimiento Best: Miniempresas en Educación Secundaria*. Unión Europea: Dirección General de Empresas e Industrias de la Comisión Europea.
- Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD) (1987) *Nuestro Futuro Común. Reporte de la Comisión Mundial de Ambiente y Desarrollo*. Nueva York, U.S.A.: Organización de las Naciones Unidas.

- Comité Empresarial Ecuatoriano (2016) *Gremios Asociados*. Quito, Ecuador: CEE.
- Comité Interstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva (2015) *Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva*. Quito, Ecuador: Comité Interstitucional para el Cambio de la Matriz (CICMP)
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (sin fecha) United Nations Conference on Trade and Development: Empretec. Disponible en: http://empretec.unctad.org/?page_id=30 (Accedido: 31 diciembre 2015)
- Congreso Nacional (2000) “Ley de Educación Superior del Ecuador”, *Registro Oficial*, 15 de mayo de 2000, (77), pp. 1-25.
- Conroy, D. E. (2004) “The unique psychological meanings of multidimensional fears of failing”, *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 26 (3), pp. 484-491.
- Consejo de Educación Superior (CES) (2013) “Reglamento de Régimen Académico”, *Gaceta Oficial*, 21 de noviembre de 2013, RPC-SE-13-No.051-Z013, pp. 1- 59.
- Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES) (2013) *Informe General sobre la Evaluación, Acreditación, y Categorización de las Universidades y Escuelas Politécnicas*. Quito, Ecuador: Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES)
- Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES) (2015) *Informe General sobre la Evaluación, Acreditación, y Categorización de las Universidades y Escuelas Politécnicas*. Quito, Ecuador: Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES)
- Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) (2003) “Aprobación de la Carrera Ingeniería de Emprendedores”, *Resolución CONESUP – SDE*, 12 de noviembre de 2003 (4091)
- Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (CONEA) (2009) *Evaluación de Desempeño Institucional de las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador*. Quito, Ecuador: Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (CONEA)
- Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (CONEA) (2009) *Evaluación de Desempeño Institucional de las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador*. Quito, Ecuador: Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (CONEA)
- Consejo Nacional Electoral (CNE) (2009) *Partidos Políticos inscritos en las elecciones del 14 de Junio de 2009*. Quito, Ecuador: Consejo Nacional Electoral (CNE)
- Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional (CNII) (2014) *La niñez y adolescencia en el Ecuador contemporáneo: avances y brechas en el ejercicio de derechos*. Quito, Ecuador: Consejo Nacional para la Igualdad Intergeneracional (CNII)

Consejo Sectorial de la Producción (2010) Agenda para la Transformación Productiva. Quito, Ecuador: Consejo Sectorial de la Producción (CSP) y Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC)

Cooney, T. M. (2012) *Entrepreneurship Skills for Growth-Orientated Businesses. Workshop: Skills Development for SMEs and Entrepreneurship*. Copenhagen, Denmark: Organisation for Economic Co-operation and Development/Programme and Danish Business Authority.

Cornell University, INSEAD Business School, y World Intellectual Property Organization (WIPO) (sin fecha) *The Global Innovation Index (GII)*. Disponible en: <https://www.globalinnovationindex.org/about-gii#reports> (Accedido: 21 agosto 2016)

Corporación Financiera Nacional (CFN) (sin fecha) Programa Progresar. Disponible en www.cfn.fin.ec: <http://www.cfn.fin.ec/programa-progresar-3/> (Accedido: 13 agosto 2016)

Corporation for Enterprise Development (CFED) (sin fecha) [Página web de CFED]. Disponible en: <http://cfed.org/about/purpose/> (Accedido: 22 diciembre 2016)

Covin, J. G. y Slevin, D. P. (1991) "A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior", *Entrepreneurship: Theory y Practice*, 16 (1) pp. 7-25.

Craig, J. B. y Johnson, D. (2006) "Establishing individual differences related to opportunity alertness and innovation dependent on academic-career training", *Journal of Management Development*, 25 (1), pp. 28-39.

Cramer, J. S., Hartog, J. A., Jonker, N. y Van Praag, M. M. (2002) "Low risk aversion encourages the choice for entrepreneurship: An empirical test of a truism", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 48 (1), pp. 29-36.

Creative Business Cup [Página web de CBC]. Disponible en: <http://www.creativebusinesscup.com/article/what-cbc> (Accedido: 29 julio 2016)

CREDIFE (sin fecha) [Fundación Credife del Banco Pichincha]. Disponible en: <http://www.credife.com/?q=es> (Accedido: 2 mayo 2014)

CRISFE (2014) (sin fecha) [Fundación Crisfé del Banco Pichincha]. Disponible en: www.crisfe.org (Accedido: 2 mayo 2014)

Cruz Perusia, J. (2015) "La Clasificación Internacional Normalizada de Educación", *IV Reunión del Grupo de Trabajo sobre Clasificaciones Internacionales*, San José, 24-27 de agosto de 2015. Disponible en <http://unstats.un.org/unsd/class/intercop/training/eclac15/ac303-17-s.PPSX> (Accedido: 25 julio 2016)

Cunalema Pozo, F. E. (2016) *Entrevista a expertos relacionados con las áreas de educación, negocios y emprendimiento* (16 febrero 2016)

Cunningham, J. B. y Lischeron, J. (1991) "Defining entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, 29 (1), pp. 45 - 67.

Cyberport (sin fecha) *About*. Disponible en: https://www.cyberport.hk/en/about_cyberport/about_overview (Accedido: 29 julio 2016)

Da Gbadji, L. A., Gailly, B. y Schwienbache, A. (2015) "International Analysis of Venture Capital Programs of Large Corporations and Financial Institutions", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39 (5), pp. 1213-1245.

Dalborg, C., Von Friedrichs, Y. y Wincent, J. (2012) "Beyond the numbers: Qualitative growth in women's businesses", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4 (3), pp. 289-315.

Dana, L. P. (2007) "Toward a multidisciplinary definition of indigenous entrepreneurship", en Dana, L. P. y Anderson, R. B., *International Handbook of Research on Indigenous Entrepreneurship*. Cheltenham UK, Massachusetts USA: Edward Elgar Publishing, pp. 3-7.

Dana, L. P. (2011) *World Encyclopedia of Entrepreneurship*. Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing.

Dana, L. P. y Wright, R. W. (2015) "Bazaar Economies, Modern Networks and Entrepreneurship", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-7)

Dana, L. P., Etemad, H. y Wright, R. W. (2008) "Toward a paradigm of symbiotic entrepreneurship", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 5 (2), pp. 109-126.

Dana, L. P., y Wright, R. W. (2004). Emerging Paradigms of International Entrepreneurship. *Handbook of Research on International Entrepreneurship*, 3-15.

Daspit, J. J. y Long, R. G. (2014) "Mitigating Moral Hazard in Entrepreneurial Networks: Examining Structural and Relational Social Capital in East Africa", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38 (6), pp. 1343–1350.

Davidsson, P. (2015) "Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization", *Journal of Business Venturing*, 30 (5), pp. 674-695.

De Bono, E. (1967) *The use of lateral thinking*. London, U.K.: Jonathan Cape Ltd. Publishers.

De Bono, E. (1994) *El Pensamiento Creativo*. México: Paidós.

De Brentani, U. y Kleinschmidt, E. J. (2015) "The Impact of Company Resources and Capabilities on Global New Product Program Performance", *Project Management Journal*, 46 (1), pp. 12–29.

De Castro, J. O., Khavul, S. y Bruton, G. D. (2014) "Shades of Grey: How do Informal Firms Navigate Between Macro and Meso Institutional Environments?", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8 (1), pp. 75–94.

De Faoite, D., Henry, C., Johnston, K. y Van Der Sijde, P. C. (2003) "Education and training for entrepreneurs: A consideration of initiatives in Ireland and The Netherlands", *Education + Training*, 45, pp. 430-438.

- De Mattos, C. C., Helmsing, E. B. y Guimaraes, J. (1997) *Modelos de crecimiento económico endógeno y divergencia interregional, ¿nuevos caminos para la gestión regional?* La Haya, Reino de los Países Bajos (Holanda): Locality, State and Development.
- De Vries, R. E., Wawoe, K. W. y Holtrop, D. (2016) "What Is Engagement? Proactivity as the Missing Link in the HEXACO Model of Personality", *Journal of Personality*, 84 (2), pp. 178–193.
- Dean, M. A., Shook, C. L. y Payne, G. T. (2007) "The past, present, and future of entrepreneurship research: Data analytic trends and training", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31 (4), pp. 601-618.
- Dean, T. J. (2015) "Equilibrium, Disequilibrium, and Entrepreneurship", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-3)
- Deardorff, A. V. (2001) "Rich and poor countries in neoclassical trade and growth", *Economic Journal*, 111 (470), pp. 277-294.
- Deeds, D. L. (2015) "Geographic Location and Regional Variation in Entrepreneurship", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-4)
- Del Valle, M. (2005) *Forjando emprendedores. Las incubadoras de empresas en el Ecuador*. Caracas, Venezuela: Programa de Apoyo a la Competitividad (PAC) del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF)
- Delors, J. (1966) *La educación encierra un tesoro*. Madrid, España: Santillana.
- Delors, J. (1996) *La Educación o la Utopía Necesaria. La Educación Encierra Un Tesoro. Informe a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia, y la Cultura (UNESCO) de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI*. Madrid: Santillana para la UNESCO.
- Demirbag, M., Tatoglu, E. y Wilkinson, A. (2016) "Adoption of High-Performance Work Systems by Local Subsidiaries of Developed Country and Turkish MNEs and Indigenous Firms in Turkey", *Human Resource Management*, 55 (6), pp. 1001–1024.
- Déry, R. y Toulouse, J. M. (1996) "Social structuration of the field of entrepreneurship: a case study", *Canadian Journal of Administrative Science*, 13 (4), pp. 285-305.
- Desai, J. (2013) *Innovation Engine: Driving Execution for Breakthrough Results*. Wiley. Disponible en: <http://www.wiley.com/WileyCDA/WileyTitle/productCd-1118355032.html>
- Desai, M. (2004) "Gender, health and globalization: A critical social movement perspective". *Development*, 47 (2), pp. 36-42.
- Development Gateway (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://www.developmentgateway.org/about/> (Accedido: 29 julio 2016)
- Devlin, R. y Moguillansky, G. (2009) "Alianzas público-privadas como estrategias nacionales de desarrollo a largo plazo", *Revista CEPAL*, pp. 97-116.

Dew, N., Grichnik, D., Mayer-Haug, K., Read, S. y Brinckmann, J. (2015) "Situated Entrepreneurial Cognition", *International Journal of Management Reviews*, 17 (2), pp. 143–164.

Dewey, J. (1916) *Democracy and Education: An Introduction to the Philosophy of Education*. New York, U.S.A.: Macmillan.

Dewey, J. (1925) *Experience and Nature*. Chicago, Illinois, U.S.A.: Open Court Publishing Company.

Dewey, J. (1938) *Experience and Education*. Indianapolis, Indiana, U.S.A.: Kappa Delta Pi.

Di Domenico, M., Daniel, E. y Nunan, D. (2014) "Mental mobility' in the digital age: entrepreneurs and the Online home-based business", *New Technology, Work and Employment*, 29 (3), pp. 266–281.

Díaz-Casero, J. C., Hernández-Mogollón, R. y Roldán, J. L. (2012) "A structural model of the antecedents to entrepreneurial capacity", *International Small Business Journal*, 30 (8), pp. 850-872.

Dilaver, Ö., Bleda, M. y Uyarra, E. (2014) "Entrepreneurship and the emergence of industrial clusters", *Complexity*, 19 (6), pp. 14–29.

Dodd, S. D., Jack, S. L. y Anderson, A. R. (2013) "From admiration to abhorrence: The contentious appeal of entrepreneurship across Europe", *Entrepreneurship and Regional Development*, 25 (1-2), pp. 69-89.

Doeksen, A. y Symes, D. (2015) "Business Strategies for Resilience: The Case of Zeeland's Oyster Industry", *Sociologia Ruralis*, 55 (3), pp. 325–342.

Doern, R. y Goss, D. (2014) "The Role of Negative Emotions in the Social Processes of Entrepreneurship: Power Rituals and Shame-Related Appeasement Behaviors", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38 (4), pp. 863–890.

Doherty, B., Haugh, H. y Lyon, F. (2014) "Social Enterprises as Hybrid Organizations: A Review and Research Agenda", *International Journal of Management Reviews*, 16 (4), pp. 417–436.

Dolabela Chagas, F. C. (2003) *Pedagogía Emprendedora*. Sao Paulo: Editora de Cultura Ltda.

Dominguinhos, P. M. y Carvalho, L. M. (2009) "Promoting business creation through real world experience: Projecto Começar", *Education and Training*, 51 (2), pp. 150-169.

Dorst, K. (2011) "The core of 'design thinking' and its application", *Design Studies*, 32 (6), pp. 521–532.

Douglas, N. y Douglas, N. (2004) "Small ship cruising - From muddy rivers to blue lagoons", en Novelli, M., *Niche Tourism: Contemporary issues, trends and cases*. Jordan Hill, Oxford, U.K.: Elsevier/Butterworth-Heinemann, pp. 145-156.

Downes, Stephen (2010) "Learning networks and connective knowledge", en Hao Yang, H. y Chi-Yin Yuen S., *Collective Intelligence and E-Learning 2.0: Implications of Web-Based Communities and Networking*. IGI Global. Disponible en: <https://www.igi-global.com/book/collective-intelligence-learning/167>

Draheim, K. P., Howell, R. P. y Shapero, A. (1966) "The Development of a Potential Defense R&D Complex: A Study of Minneapolis", *Stanford Research Institute. R&D series*, pp. 89-105.

DRK Foundation (sin fecha) *Model*. Disponible en: <http://www.drkfoundation.org/model.html> (Accedido: 26 julio 2016)

Drucker, P. (1964) *Managing For Results*. New York: Harper y Row.

Drucker, P. (1985) *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper y Row.

Du, D. y Hu, O. (2014) "Cash flows, currency risk, and the cost of capital", *Journal of Financial Research*, 37 (2), pp. 139-158.

Durand, D. y Shea, D. (1974) "Entrepreneurial Activity as a Function of Achievement Motivation and Reinforcement Control", *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 88 (1), pp. 57-63.

Durham University Business School (DUBS) (1988) *GETT. General Enterprising Tendency Test*. Durham, United Kingdom: Durham University Business School (DUBS)

Durkheim, É. (1912) *Les formes élémentaires de la vie religieuse: Le système totémique en Australie*. Paris, France: F. Alcan.

Duschl, R. A. y Gitomer, D. H. (1991) "Epistemological perspectives on conceptual change: Implications for educational practice", *Journal of research in science teaching*, 28 (9), pp. 839-858.

Easterlin, R. A. (1974) "Does economic growth improve the human lot?", en David, P. A. y Reder, M. W. (eds.) *Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honour of Moses Abramovitz*. New York: Academic Press Inc.

Easterlin, R. A. (2001) "Income and happiness: Towards a unified theory", *Economic Journal*, 111 (473), pp. 465-484.

EBN Innovation Network (sin fecha) *About us*. Disponible en: <http://ebn.be/index.php?lnk=KzF0aDVES1I3bG9TYXFGGeEhLL2dQNmR5NEw4VDsN09KZEwraGpvYVdqcz0=> (Accedido: 28 julio 2016)

Eddleston, K. A., Ladge, J. J., Mitteness, C. y Balachandra, L. (2016) "Do You See What I See? Signaling Effects of Gender and Firm Characteristics on Financing Entrepreneurial Ventures", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 40 (3), pp. 489-514.

Edgeman, R. y Eskildsen, J. (2014) "Modeling and Assessing Sustainable Enterprise Excellence", *Business Strategy and the Environment*, 23 (3), pp. 173-187.

Elert, N., Andersson, F. W. y Wennberg, K. (2015) "The impact of entrepreneurship education in high school on long-term entrepreneurial performance", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 111, pp. 209-223.

Elevator Fund (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://www.elevatorfund.com/> (Accedido: 26 julio 2016)

Elliot, S. (2013) "A Transdisciplinary Exploratory Model of Corporate Responses to the Challenges of Environmental Sustainability", *Business Strategy and the Environment*, 22 (4), pp. 269–282.

Ely, R. T. (1893) *Outlines of Economics*. New York, U.S.A.: Flood and Vincent. The Chautauqua Century Press.

Ely, R. T. y Hess, R. H. (1937) *Outlines of Economics*, Sixth Edition. New York: Mcmillan.

EmprendEcuador (2010) *Ecosistema de Emprendimiento*. Quito, Ecuador: Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Productividad (MCPEC)

Endeavor (sin fecha) *Endeavor's Model*. Disponible en: <http://www.endeavor.org/approach/model/> (Accedido: 26 julio 2016)

Engel, M., Veglio, F. y Cerri, K. (2013) *Soluciones empresarias para un mundo sustentable. Llevar los negocios inclusivos a escala*. Conches-Geneva, Switzerland: World Business Council for Sustainable Development.

Engelen, A., Neumann, C. y Schwens, C. (2014) "Of Course I Can": The Effect of CEO Overconfidence on Entrepreneurially Oriented Firms", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39 (5), pp. 1137-1160.

Enterprise Europe Network (EEN) (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://een.ec.europa.eu/about/about> (Accedido: 28 julio 2016)

Entrepreneur First (EF) (sin fecha) *Introduction*. Disponible en: <http://www.joinef.com/#build-the-future> (Accedido: 26 julio 2016)

Entrepreneurs' Organization (sin fecha) *About*. Disponible en: <https://www.eonetwork.org/about/vision/> (Accedido: 26 de julio de 2016)

Entrepreneurship Development Institute of India (2012) *International Training Programme. Promoting Innovation y Entrepreneurship through Incubation*. Ahmedabad, Guyarat, India: Entrepreneurship Development Institute of India.

Esmaeili, M., Mousavi, S. N. y Zadeh, L. A. (2015) "The impact of organizational culture on entrepreneur trend with intermediate role of creativity of staffs (casestudy: Staffs of productive companies of Ilam city)", *International Journal of Economic Research*, 12 (5), pp. 1851-1859.

ESPAE Graduate School of Management (2016) *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2012-2016*. Guayaquil, Ecuador: Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D. y Meyer-Stamer, J. (1996) "Competitividad sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política", *Revista de la CEPAL*, (59), pp. 39 - 52.

Estes, R. J. (2010) "The World Social Situation: Development Challenges at the Outset of a New Century" *Social Indicators Research*, 98 (3), pp. 363-402.

Eureka (sin fecha) *About Eureka*. Disponible en: <http://www.eurekanetwork.org/about-eureka> (Accedido: 29 julio 2016)

European Commission (2013) *Entrepreneurship 2020 Action Plan*. Brussels, Belgium: European Union.

European Commission (sin fecha) *Projects and studies on entrepreneurship education*. Disponible en: http://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/support/education/projects-studies_es (Accedido: 1 enero 2017)

European Foundation for Quality Management (EFQM) (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://www.efqm.org/> (Accedido: 11 septiembre 2016)

European Intellectual Property Rights helpdesk – Consortium (sin fecha) *Services*. Disponible en: www.iprhelpdesk.eu: <http://www.iprhelpdesk.eu/> (Accedido: 28 julio 2016)

European Network for Rural Development (2013) *Current KTYI support examples across the EU27*. Catalonia, Spain: European Network for Rural Development.

European Research and Project Office GmbH (EURICE) (sin fecha) *Services*. Disponible en: eurice.eu: <http://eurice.eu/services/> (Accedido: 28 julio 2016)

European Venture Market (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://www.europeanventuremarket.com/what/about> (Accedido: 29 julio 2016)

Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME) (sin fecha) *Our mission*. Disponible en: <https://ec.europa.eu/easme/en/about-easme> (Accedido: 28 julio 2016)

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (sin fecha) *Centro de Investigaciones Económicas y de la Pequeña y Mediana Empresa*. Disponible en http://www.flacsoandes.org/ciepymes/index.php?option=com_contentyview=article&id=45&Itemid=57 (Accedido: 28 agosto 2016)

Fairlie, R. W. y Krashinsky, H. A. (2012) "Liquidity constraints, household wealth, and entrepreneurship revisited", *Review of Income and Wealth*, 58 (2), pp. 279-306.

Farashah, A. D. (2013) "The process of impact of entrepreneurship education and training on entrepreneurship perception and intention: Study of educational system of Iran", *Education and Training*, 55 (8-9), pp. 868-885.

Farfán Vera, R. X. (2016) *Entrevista a expertos relacionados con las áreas de educación, negocios y emprendimiento* (2 febrero 2016)

Faure, E. (1972) *Aprender a ser: la educación del futuro. Informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia, y la Cultura (UNESCO)*. Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia, y la Cultura (UNESCO)

Fayolle, A. (2005) "Evaluation of entrepreneurship education: Behaviour performing or intention increasing? Source of the DocumentInternational", *Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2 (1), pp. 89-98.

Fayolle, A. (2007) *Entrepreneurship and new value creation – The dynamic of the entrepreneurial process*. London, UK: Cambridge University Press.

Fayolle, A. (2008) "Three types of learning processes in entrepreneurship education", *International Journal of Business and Globalisation*, 2 (2), pp. 198-207.

Fayolle, A. (2013) "Personal views on the future of entrepreneurship education", *Entrepreneurship and Regional Development*, 25 (7-8), pp. 692-701.

Fayolle, A., Gailly, B. y Lassas-Clerc, N. (2006) "Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology", *Journal of European Industrial Training*, 30 (9), pp. 701-720.

Fayolle, A., y Gailly, B. (2008) "From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education", *Journal of European Industrial Training*, 32 (7), pp. 569-593.

Feldman, D. P. (2012) *Chaos and Fractals: An Elementary Introduction*. Oxford: OUP Oxford.

Feldmann, B. D. (2014) "Dissonance in the academy: The formation of the faculty entrepreneur", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 20 (5), pp. 453-477.

Fellnhöfer, K., Puumalainen, K. y Sjögrén, H. (2016) "Entrepreneurial orientation and performance – are sexes equal?", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 22 (3), pp. 346-374.

Felstead, A., Gallie, D., Green, F. y Inanc, H. (2015) "Fits, misfits and interactions: learning at work, job satisfaction and job-related well-being", *Human Resource Management Journal*, 25 (3), pp. 294–310.

Fennimore, A., y Sementelli, A. J. (2016) "Public entrepreneurship and sub-clinical psychopaths: a conceptual frame and implications", *International Journal of Public Sector Management*, 29 (6), pp. 612-634.

Fernández, M. I. (2012) "Modelando las Articulaciones: ¿Verticalidad o Gobernanza Territorial?", en Delamaza, G., Cunil, N. y Joignant, A. *Nueva agenda de descentralización en Chile. Sentando más actores a la mesa* Santiago de Chile: RIL Editores, pp. 353-355.

Fertala, N. (2009) "Is Emotional Intelligence The Most Intoxicating Factor In The Entrepreneurial Success Equation?", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29 (18), 3.

Filion, L. J. (1988) *The strategy of successful entrepreneurs in small business: vision, relationships and anticipatory learning: (Small-medium sized manufacturing enterprises)*. Thesis (Ph.D.) University of Lancaster. Lancaster, England: University of Lancaster.

Filion, L. J. (1991) "Vision and Relations: Elements for an Entrepreneurial Metamodel", *International Small Business Journal*, 9, pp. 26-40.

Filion, L. J. (1997) *Entrepreneurship: entrepreneurs and small business owner-managers. Cahier de recherche no 97-02*. Montréal, Canadá: École des Hautes Études Commerciales (HEC), Montréal.

Filion, L. J. (1998) "From Entrepreneurship to Entrepreneurology", The 42nd ICSB World Conference. San Francisco, California, USA, June 21-24, 1997. (Publicado en Kunkel, Scott W. Ed. (1997) Journal of Best Papers) *Journal of Enterprising Culture*, 6 (1), pp. 1-23.

Filion, L. J. (1999) "Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios", *Revista de Administracao (Sao Paulo)*, 34 (2), pp. 5-28.

Filion, L. J. (2002) "Entrepreneurs et propriétaires-dirigeants de PME", en Julien, P. A. *Les PME: Bilan et Perspectives*. 3a. ed. Québec, Canada: Groupe de Recherche en Économie et Gestion des PME (GREPME), Presses Inter-Universitaires, Chapitre 9.

Filion, L. J. (2004) "Two types of self-employed in Canada", en Dana, L. P. *Handbook of Research on International Entrepreneurship*. Cheltenham, U.K.: Edward Elgar Publishing, pp. 308-329.

Filion, L. J. (2005) "Entrepreneurs et propriétaires-dirigeants de PME", en Julien, P. A. *Les PME: Bilan et Perspectives*. Québec, Canada: Groupe de Recherche en Économie et Gestion des PME (GREPME), Presses Inter-Universitaires et Économica, pp. 143-182 (Cap-Rouge)

Financial Times (sin fecha) *Top MBAs for entrepreneurship*. Disponible en: <http://rankings.ft.com/businessschoolrankings/top-mba-for-entrepreneurship-2016> (Accedido: 25 julio 2016)

Fiorio, C. y Ferrero, D. (2015) "Entrepreneurial mindset: The orange of entrepreneurship methodology", *Coneect Handbook*, pp. 50-52. Disponible en: <http://e-mindset.eu/wp-content/uploads/2015/11/The-Orange-of-Entrepreneurship-Coneect-handbook.pdf> (Accedido: 1 marzo 2016)

First Tuesday (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://www.firsttuesday.com/> (Accedido: 26 julio 2016)

Fisher, G. A. (2012) "Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36 (5), pp. 1019-1051.

Five hundred startups (500) (sin fecha) *What do startups get out of the program?* Disponible en: 500.co: <http://500.co/partners/> (Accedido: 26 julio 2016)

Flatten, T. C., Engelen, A., Möller, T. y Brettel, M. (2015) "How Entrepreneurial Firms Profit From Pricing Capabilities: An Examination of Technology-Based Ventures", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39 (5), pp. 1111-1136.

Folardi, G. (2000) "Tópicos en Educación Ambiental", *El Pensamiento Ambientalista*, pp. 21-38.

Foley, D., y O'Connor, A. J. (2013) "Social Capital and the Networking Practices of Indigenous Entrepreneurs", *Journal of Small Business Management*, 51 (2), pp. 276–296.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional (sin fecha) [Página web de FEDER]. Disponible en: http://ec.europa.eu/regional_policy/es/funding/erdf/ (Accedido: 26 julio 2016)

Fontela, E, Guzmán, J., Pérez, M., Santos, F.J. (2006) "The art of entrepreneurial foresight", *Foresight*, 8 (6), pp.3-13

Foo, M. (2011) "Emotions and Entrepreneurial Opportunity Evaluation", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35 (2), pp. 375-393.

Foo, M., Uy, M. A. y Baron, R. A. (2009) "How Do Feelings Influence Effort? An Empirical Study of Entrepreneurs' Affect and Venture Effort", *Journal of Applied Psychology*, 94 (4), pp. 1086-1094.

Foo, M., Uy, M. A. y Murnieks, C. (2015) "Beyond Affective Valence: Untangling Valence and Activation Influences on Opportunity Identification", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39 (2), pp. 407–431.

Forbes (sin fecha) *Las mejores escuelas de negocios del mundo y el top 10 de las escuelas estadounidenses.* Disponible en: <http://www.forbes.com/las-mejores-escuelas-de-negocios-del-mundo/#gs.7rTlx0Q> (Accedido: 25 julio 2016)

Formaini, R. L. (2001) "The engine of capitalist process: entrepreneurs in economic theory", *Economic and Financial Review*, Q IV, pp. 2-11.

Foss, N. J. y Klein, P. G. (2004) "Entrepreneurship and the economic theory of the firm: any gains from trade?", *Danish Research Unit for Industrial Dynamics, DRUID*, (4-12), pp. 1-25.

Foss, N. J., Lyngsie, J. y Zahra, S. A. (2013) "The role of external knowledge sources and organizational design in the process of opportunity exploitation", *Strategic Management Journal*, 34 (12), pp. 1453–1471.

Founder Institute (sin fecha) *About Founder Institute.* Disponible en: <http://fi.co/about> (Accedido: 26 julio 2016)

Fransen, L. y Burgoon, B. (2015) "Global Labour-Standards Advocacy by European Civil Society Organizations: Trends and Developments", *British Journal of Industrial Relations*, 53 (2), pp. 204–230.

Fratzcher, M. (2012) "Capital flows, push versus pull factors and the global financial crisis", *Journal of International Economics*, 88 (2), pp. 341-356.

Freire, P. (1965) *La Educación como Práctica de la Libertad*. Montevideo, Uruguay: Tierra Nueva Editora.

Frese, M. (2009) "Toward a psychology of entrepreneurship - An action theory perspective", *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5 (6), pp. 437-496.

Frese, M., Rousseau, D. M. y Wiklund, J. (2014) "The Emergence of Evidence-Based Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38 (2), pp. 209–216.

Fujii, H., Iwata, K., Kaneko, S. y Managi, S. (2013). "Corporate Environmental and Economic Performance of Japanese Manufacturing Firms: Empirical Study for Sustainable Development", *Business Strategy and the Environment*, 22 (3), pp. 187–201.

Fuller, T., Warren, L. (2006) "Entrepreneurship as foresight: A complex social network perspective on organisational foresight", *Futures*, 38 (8), pp. 956-971.

Función Ejecutiva (2011a) "Decreto Ejecutivo No. 757: Reglamento a la estructura e institucionalidad de desarrollo productivo, de la inversión y de los mecanismos e instrumentos de fomento productivo, establecidos en el código de la producción", *Registro Oficial*, 17 de mayo de 2011, (450), pp. 1-51.

Función Ejecutiva (2011b) "Decreto Ejecutivo No. 865: Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Superior", *Registro Oficial*, 2 de septiembre de 2011, (526), pp. 1-14.

Función Ejecutiva (2012) "Decreto Ejecutivo No. 1241: Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Intercultural", *Registro Oficial*, 26 de julio de 2012, (754), pp. 1-62.

Función Ejecutiva (2013) "Decreto No.1505: Creación del Comité Interinstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva" *Registro Oficial*, 6 de mayo de 2013, (958), pp. 1-3.

Función Ejecutiva (2015a) *La Presidencia*. Quito, Ecuador: Presidencia República del Ecuador.

Función Ejecutiva (2015b) "Decreto Ejecutivo No. 680: De la Constitución del Fondo de Capital de Riesgo", *Registro Oficial*, 12 de junio de 2015, (521), pp. 6-8.

Fundación Ecuador (sin fecha) *Programa Aprendamos de la M.I. Municipalidad de Guayaquil*. Disponible en: <http://fe.org.ec/aprendamos-3/> (Accedido: 11 septiembre 2016)

Fundación Emprender (2012) *Global Entrepreneurship Week Ecuador*. Manabí, Ecuador: Fundación Emprender.

- Fundación Emprender (sin fecha) [Programas]. Disponible en: <http://www.emprender.org.ec/> (Accedido: 31 diciembre 2016)
- G2OYEA (sin fecha) *Our Commitment to Young Entrepreneurs*. Disponible en: <http://www.g20yea.com/index.php/our-charter> (Accedido: 25 julio 2016)
- Gadamer H. G. (1960) *Wahrheit und Methode: Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik*. Tübingen: J.C.B. Mohr & Paul Siebeck.
- Gagné, R. M. (1965) *The conditions of learning*. New York, U.S.A: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Gagné, R. M. (1984) "Learning outcomes and their effects: Useful categories of human performance", *American Psychologist*, 39 (4), pp. 377-385.
- Galbraith, J. K. (1967) *The New Industrial State*. Boston: Houghton Mifflin.
- Galbraith, J. K. (2016) "Causes of Changing Inequality in the World", *Intereconomics*, 51 (2), pp. 55-60.
- Gallego Rodríguez, A. y Carrasco Galá, J. (2012) *La calidad ¿ante un nuevo paradigma?* Madrid, España: Asociación Española para la Calidad.
- Gamage, S. (2015) "Globalization, Neoliberal Reforms and Inequality: A Review of Conceptual Tools, Competing Discourses, Responses, and Alternatives", *Journal of Developing Societies*, 31 (1), pp. 8-27.
- Gang, P. S. (1989) *Rethinking Education*. Christchurch, New Zealand: Dagaz Press.
- Gang, P. S. (1992) *Conscious Education*. Christchurch, New Zealand: Dagaz Press.
- García González, A. y Boria Reverter, S. (2006) *Los nuevos emprendedores: creación de empresas en el siglo XXI*. Barcelona, España: Universidad de Barcelona.
- García Jiménez, M. (2002) *Autoempleo y trabajo asalariado. El trabajo en la Economía Social*. Córdoba, España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba.
- Gardner, H. (1983) *Frames of Mind: The theory of multiple intelligences*. New York: Basic Books.
- Gartner, W. B. (1985) "A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation", *The Academy of Management Review*, 10 (4), pp. 696-706.
- Gartner, W. B. (1988) "Who is the entrepreneur? is the wrong question", *American Journal of Small Business*, 12 (4), pp. 11-32.
- Gartner, W. B. (1990) "What Are We Talking about when We Talk about Entrepreneurship?", *Journal of Business Venturing*, 5 (1), pp. 15-28.
- Gartner, W. B. y Shane, S. A. (1995) "Measuring entrepreneurship over time", *Journal of Business Venturing*, 10 (4), pp. 283-301.

Gartner, W. C., Shaver, K. G., Carter, N. M. y Reynolds, P. D. (2004) *Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Business Creation*. Thousand Oaks, California, U.S.A.; London, U.K.: Sage Publications.

Garzón Castrillón, M. A. (2011) "El aprendizaje para impulsar el intra-emprendimiento en organizaciones complejas" *Ideas CONCYTEG*, 6 (74), pp. 919-939.

Gay, A. y Samar, L. (2007) *El diseño industrial en la historia*. Córdoba, Argentina: Ediciones TEC.

George, G., Kotha, R., Parikh, P., Alnuaimi, T. y Bahaj, A. S. (2015) "Social structure, reasonable gain, and entrepreneurship in Africa", *Strategic Management Journal, Research Collection Lee Kong Chian School Of Business*. Disponible en: http://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb_research/4196

Gezer, I. y Cardoso, S. P. (2015) "Entrepreneurship and its impact on innovation and development: A multivariate analysis with socioeconomic indicators", *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, 9 (2), pp. 43-60.

Gibb A., y Price, A. (2014) *A Compendium of Pedagogies for Teaching Entrepreneurship*. Puma Way, Coventry, U.K.: International Entrepreneurship Educators Programme/National Centre for Entrepreneurship in Education (NCEE)

Gibb, A. A. (1987) "Education for Enterprise: Training for Small Business Initiation - Some Contrasts", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 4 (3), pp. 42-70.

Gibb, A. A. (1993) "Enterprise Culture and Education: Understanding Enterprise Education and its Links with Small Business, Entrepreneurship and Wider Educational Goals", *International Small Business Journal*, 11 (3), pp. 11-34.

Gibb, A. A. (2002) "In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning: Creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge", *International Journal of Management Reviews*, 4 (3), pp. 233-269.

Gibb, A. A. (2005) *Towards the Entrepreneurial University. Entrepreneurship education as a lever for change*. Birmingham, U.K.: National Council for Graduate Entrepreneurship (NCGE)

Gibb, A. A. (2011) "Concepts into practice: Meeting the challenge of development of entrepreneurship educators around an innovative paradigm: The case of the International Entrepreneurship Educators` Programme (IEEP)", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 17 (2), pp. 146-165.

Gibb, A. y Ritchie, J. (1981) "Influence on Entrepreneurship: A Study Over Time, in Bolton Ten Years On", *Proceedings of the U.K. Polytechnic of Central London*. November 20 and 21. London, United Kingdom: Small Business Research Conference.

Gielnik, M. M., Krämer, A.-C., Kappel, B. y Frese, M. (2014) "Antecedents of Business Opportunity Identification and Innovation: Investigating the Interplay of Information Processing and Information Acquisition", *Applied Psychology*, 63 (2), pp. 344-381.

GIST Network (sin fecha) *About GIST*. Disponible en: <http://www.gistnetwork.org/content/about-gist> (Accedido: 26 julio 2016)

Glazer, S. (2006) "Social support across cultures", *International Journal of Intercultural Relations*, 30 (5), pp. 605-622.

Gleick, J. (1987) *Chaos: Making a New Science*. New York: Viking Press.

Global Alliance of SMEs (sin fecha) [Página web de GASME]. Disponible en: http://www.globalsmes.org/html/index.php?func=about_v2ylan=en (29 julio 2016)

Global Association of Corporate Universities and Academies (sin fecha) [Página web de G-ACUA]. Disponible en: <http://www.corporateuniversity.org.uk/acua/aboutgacua.htm/acua/aboutgacua.htm> (Accedido: 29 julio 2016)

Global Award for Entrepreneurship Research (2005) *Award Winner: William B. Gartner*. Disponible en: http://www.e-award.org/web/2005_william_b_gartner.aspx (Accedido: 3 abril 2015)

Global Consortium of Entrepreneurship Centers (sin fecha) [Página web de GCEC]. Disponible en: <http://www.globalentrepreneurshipconsortium.org/mission/> (Accedido: 25 julio 2016)

Global EdTech Startups Awards (sin fecha) [Página web de GTA]. Disponible en: <http://www.globaledtechawards.org/> (Accedido: 4 diciembre 2016)

Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI) (sin fecha) *The GEDI Institute. Global Entrepreneurship Index (GEI) 2012-2016*. Disponible en: <http://thegedi.org/theinstitute/> (Accedido: 12 agosto 2016)

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (sin fecha) *About GEM*. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/about/news> (Accedido: 25 julio 2016)

Global Entrepreneurship Network (GEN) (sin fecha) *About GEN*. Disponible en: <http://genglobal.org/content/about-gen> (Accedido: 26 julio 2016)

Global Innovation Fund (GIF) (sin fecha) *About us*. Disponible en: <http://www.globalinnovation.fund/about-us> (Accedido: 29 julio 2016)

Global Shapers (sin fecha) *Global Shapers Community*. Disponible en: <https://www.globalshapers.org/es> (Accedido: 22 diciembre 2016)

Global Silicon Valley Labs (sin fecha) [Página web de GSVLABS]. Disponible en: <http://gsvlabs.com/> (Accedido: 25 julio 2016)

Global Startup Weekend (sin fecha) [Página web de GSW]. Disponible en: <http://global.startupweekend.org/> (Accedido: 4 diciembre 2016)

Gobierno de Chile (2013) *Emprendimiento Formal e Informal en Chile*. Santiago, Chile: Ministerio de Economía, Fomento, y Turismo del Gobierno de Chile.

Gobierno de Chile (2015) *Informe N°3: Pilotos para la incorporación de habilidades de innovación y emprendimiento en el sistema escolar*. Santiago, Chile: División de Innovación de la Subsecretaría de Economía del Ministerio de Economía, Fomento, y Turismo (MEFT)

Gobierno Nacional de la República de Colombia (2006) “Ley de fomento a la cultura del emprendimiento”, *Congreso de Colombia*, 26 de enero de 2006, (1014), pp. 1-10.

Godet, M. y Durance, P. (2009) *La prospectiva estratégica para las empresas y los territorios. Serie de Investigación N° 10*. Paris, Francia: Cuaderno de Lipsor.

Godet, M., Durance, P. y Prospektiker (2007) *Prospectiva Estratégica: problemas y métodos. Cuadernos de Lipsor, Cuaderno n° 20, Segunda edición*. Paris, Francia: Laboratoire d'Investigation Prospective et Stratégique y Prospektiker —Instituto Europeo de Prospectiva y Estrategia.

Goleman, D. (1995) *Emotional intelligence: why it can matter more than IQ*. New York: Bantam Books.

Gonzales Miranda, D. R. (2009) “Estrategias de retención del personal. Una reflexión sobre su efectividad y alcances”, *Revista Universidad EAFIT de Medellín (Colombia)*, 45 (156), pp. 45-72.

González Pérez, T. (1993) “La Figura del Maestro en la Historia del Pensamiento Pedagógico”, *Revista Interuniversitaria de Formación al Profesorado*, (16), pp. 135-144.

Google (2016a) *Entrepreneurship Centers*. Disponible en: <https://www.google.com.ec/search?q=Entrepreneurship+Centers> (Accedido: 21 enero 2016)

Google (2016b) *Google for Entrepreneurs*. Disponible en: <https://www.googleforentrepreneurs.com/about-us/> (Accedido: 20 julio 2016)

Goss, D. D. (2008) “Enterprise ritual: A theory of entrepreneurial emotion and exchange”, *British Journal of Management*, 19 (2), pp. 120-137.

Graycar, A. y Monaghan, O. (2015) “International Journal of Public Administration”, *International Journal of Public Administration*, 38 (8), pp. 586-595.

Grebel, T. (2007) “Neo-Schumpeterian Perspectives in Entrepreneurship Research”, en Hanusch, H. y Pyka, A. *Elgar Companion to Neo-Schumpeterian Economics*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, pp. 147-158.

Greenberg, D., McKone-Sweet, K. y Wilson, H. J. (2011) *The New Entrepreneurial Leader: Developing Leaders Who Shape Social and Economic Opportunity*. San Francisco, U.S.A.: Berrett-Koehler Publishers.

Greenberg, D., McKone-Sweet, K. y Wilson, H. J. (2013) “Entrepreneurial leaders: Creating opportunity in an unknowable world”, *Leader to Leader*, (67), pp. 56–62.

- Groh, A. (2016) "Culture, Language and Thought: Field Studies on Colour Concepts", *Journal of Cognition and Culture*, 16 (1-2), pp. 83-106.
- Grossman, S. A. y Holzer, M. (2016) *Partnership governance in public management: A public solutions handbook*. New York, USA: Taylor and Francis.
- Gruber, M., Kim, S. M. y Brinckmann, J. (2015) "What is an Attractive Business Opportunity? An Empirical Study of Opportunity Evaluation Decisions by Technologists, Managers, and Entrepreneurs" *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9 (3), pp. 205-225.
- Guaipatin, C., y Schwartz, L. (2014) *Ecuador: Análisis del Sistema Nacional de Innovación. Hacia la consolidación de una cultura innovadora*. Washington, D.C., USA: División de Competitividad, Tecnología e Innovación (CTI) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
- Guerrero, M. y Urbano, D. (2012) "The development of an entrepreneurial university", *Journal of Technology Transfer*, 37 (1), pp. 43-74.
- Gundry, L. K., Muñoz-Fernandez, A., Ofstein, L. F. y Ortega-Egea, T. (2015) "Innovating in Organizations: A Model of Climate Components Facilitating the Creation of New Value", *Creativity and Innovation Management*. DOI: 10.1111/caim.12116
- Guo, B., Lou, Y. y Pérez-Castrillo, D. (2015) "Investment, Duration, and Exit Strategies for Corporate and Independent Venture Capital-Backed Start-Ups", *Journal of Economics y Management Strategy*, 24 (2), pp. 415–455.
- Gupta, V. K., Turban, D. B. y Pareek, A. (2013) "Differences Between Men and Women in Opportunity Evaluation as a Function of Gender Stereotypes and Stereotype Activation", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 37 (4), pp. 771–788.
- Gust Startup Network (sin fecha) *About Gust*. Disponible en: <https://gust.com/> (Accedido: 25 julio 2016)
- H.E.C. Montreal (2015) *Louis Jacques Fillion, profesor*. Disponible en: <http://www.hec.ca/en/management/CVHTML/louis-jacques-fillion.html> (Accedido: 25 julio 2016)
- Hagen, E. (1960) "The Entrepreneur As Rebel Against Traditional Society", *Human Organization*, 19 (4), pp. 185-187.
- Harrison, R. T. y Leitch, C. M. (1994) "Entrepreneurship and leadership: The implications for education and development", *Entrepreneurship and Regional Development*, 6 (2), pp. 111-125.
- Hart, O. (1995) "Corporate governance: some theory and implications", *The Economic Journal*, 105 (430), pp. 679-689.
- Hartley, J., Sørensen, E., y Torfing, J. (2013) "Collaborative Innovation: A Viable Alternative to Market Competition and Organizational Entrepreneurship", *Public Administration Review*, 73 (6), pp. 821–830.

Hatos, A., Hatos, R., Bădulescu, A. y Bădulescu, D. (2015) "Are risk attitudes and individualism predictors of entrepreneurship in Romania?", *Amfiteatru Economic*, 17 (38), pp. 148-161.

Hawley, F. B. (1882) *Capital and population, a study of the economic effects of their relations to each other*. New York, U.S.A.: D. Appleton and Company.

Hawley, F. B. (1907) *Enterprise and the productive process*. New York, U.S.A.; London, England: G. P. Putnam's sons.

Hawley, F. B. (1927) "The Orientation of Economics on Enterprise", *The American Economic Review*, 17 (3), pp. 409-428.

Hayek, F. A. (1949) *Individualism and Economic Order*. London, England: Routledge y Kegan Paul Ltd.

Haynes, K. T., Hitt, M. A. y Campbell, J. T. (2015) "The Dark Side of Leadership: Towards a Mid-Range Theory of Hubris and Greed in Entrepreneurial Contexts", *Journal of Management Studies*, 52 (4), pp. 479–505.

Hayton, J. C. y Cholakova, M. (2012) "The role of affect in the creation and intentional pursuit of entrepreneurial ideas", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36 (1), pp. 41-68.

Hébert, R. F. y Link, A. N. (1982) *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques*. New York, U.S.A.: Praeger.

Hecker, A. y Gante, A. (2013) "The Influence of Product Market Competition on Technological and Management Innovation: Firm-Level Evidence from a Large-Scale Survey", *European Management Review*, 10 (1), pp. 17–33.

Heinonen, J. (2007) "An entrepreneurial-directed approach to teaching corporate entrepreneurship at university level", *Education and Training*, 49 (4), pp. 310-324.

Heinonen, J. y Poikkijoki, S. A. (2006) "An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: Mission impossible?", *Journal of Management Development*, 25 (1), pp. 80-94.

Hémond, É. (1997) *Magazine de l'Université du Québec: Pierre-André Julien, Prix Marcel-Vincent de l'Association francophone pour le savoir - Acfas (Association canadienne-française pour l'avancement des sciences, ACFAS)* Disponible en: http://www.uquebec.ca/mag/mag97_11/tete.htm

Hempelmann, F. y Engelen, A. (2015) "Integration of Finance with Marketing and R&D in New Product Development: The Role of Project Stage", *Journal of Product Innovation Management*, 32 (4), pp. 636–654.

Henrekson, M., y Lundström, A. (2009) "The Global Award for Entrepreneurship Research", *Small Business Economics*, 32 (1), pp. 1-14.

Henríquez Sánchez, N. (1996) *Cómo convertir una idea en empresa*. Madrid, España: Editorial Universitas.

- Henry, C. y Treanor, L. (2012) "Exploring entrepreneurship education within veterinary medicine: Can it be taught?", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19 (3), pp. 484-499.
- Henry, C., Hill, F. M. y Leitch, C. M. (2003) "Developing a coherent enterprise support policy: A new challenge for governments. Environment and Planning C", *Government and Policy*, 21 (1), pp. 3-19.
- Henry, C., Hill, F. M. y Leitch, C. M. (2005a) "Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? Part I", *Education and Training*, 47 (2), pp. 98-111.
- Henry, C., Hill, F. M. y Leitch, C. M. (2005b) "Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? Part II", *Education + Training*, 47 (3), pp. 158-169.
- Henttonen, K., Hurmelinna-Laukkane, P. y Ritala, P. (2015) "Managing the appropriability of R&D collaboration", *R&D Management*, 46 (S1), pp. 145-158.
- Herron, L. y Robinson, R. B. (1993) "A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance", *Journal of Business Venturing*, 8, pp. 281-294.
- Hidalgo, G., Kamiya, M. y Reyes, M. (2014) *Emprendimientos Dinámicos En América Latina Avances En Prácticas Y Políticas. Serie políticas públicas y transformación productiva n° 16*. Corporación Andina de Fomento.
- Higgins, B. H. (1959) *Economic Development: Principles, Problems, and Policies*. New York: W.W. Norton and Company.
- Higgs, H. (1931) *Essay on the Nature of Trade in General*. London, England: Macmillan y Co., Ltd. For the Royal Economic Society.
- Hills, P. y Argyle, M. (2002) "The Oxford Happiness Questionnaire: a compact scale for the measurement of psychological well-being", *Personality and Individual Differences*, 33 (7), pp. 1073-1082.
- Hirsch Hadorn, G., Hoffmann-Riem, H., Biber-Klemm, S., Grossenbacher-Mansuy, W., Joye, D., Pohl, C., . . . y Zemp, E. (2008) *Handbook of Transdisciplinary Research*. Bern, Switzerland: Springer.
- Hisrich, R. y Peters, M. (1989) *Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Enterprise*. Homewood, Illinois: BIP/IRWIN.
- Hitt, M. A. y Ireland, R. D. (2015) "Strategic Entrepreneurship", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-3)
- Hockerts, K. (2015) "A Cognitive Perspective on the Business Case for Corporate Sustainability", *Business Strategy and the Environment*, 24 (2), pp. 102-122.
- Hoeyi, P. K. y Dzansi, D. Y. (2014) "Entrepreneurship - the productive ingenuity of the human factor in an ambiguous environment", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (23), pp. 11-19.

- Hofer, C. W. y Bygrave, W. D. (1992) "Researching Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16 (3), pp. 91-100.
- Hoffmann, C. P. y Lutz, C. (2015) "The impact of Online media on stakeholder engagement and the governance of corporations", *Journal of Public Affairs*, 15 (2), pp. 163–174.
- Holienka, M., Pilková, A. y Ostapenko, N. (2015) "Entrepreneurial environment and economic growth: What affects the productiveness of business activity at macro level?", en Dudycz, T., Osbert-Pociecha, G. y Brycz, B. *The Essence and Measurement of Organizational Efficiency*. Gewerbestrasse, Switzerland: Springer International Publishing, pp. 79-95.
- Hollen, R. M., Van Den Bosch, F. A. y Volberda, H. W. (2013) "The Role of Management Innovation in Enabling Technological Process Innovation: An Inter-Organizational Perspective", *European Management Review*, 10 (1), pp. 35–50.
- Höllerer, M. A. (2013) "From Taken-for-Granted to Explicit Commitment: The Rise of CSR in a Corporatist Country", *Journal of Management Studies*, 50 (4), pp. 573–606.
- Hora, M. y Dutta, D. K. (2013) "Entrepreneurial Firms and Downstream Alliance Partnerships: Impact of Portfolio Depth and Scope on Technology Innovation and Commercialization Success", *Production and Operations Management*, 22 (6), pp. 1389–1400.
- Hornaday, J. A. (1982) "Research About Living Entrepreneurs", en Kent, C. A., Sexton, D. L. y Vesper, K. H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, New Jersey, U.S.A.: Prentice Hall, pp. 20-34.
- Hornaday, J. A. y Bunker, C. S. (1970) "The Nature of the Entrepreneur", *Personnel Psychology*, 23 (1), pp. 47–54.
- Hornaday, J. y Aboud, J. (1971) "Characteristics of Successful Entrepreneurs", *Personnel Psychology*, 24 (2), pp. 141-153.
- Hornsby, J. S. y Messersmith, J. G. (2015) "Human Resource Management and Corporate Entrepreneurship", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-6)
- Hoselitz, B. F. (1952a) "Entrepreneurship and Economic Growth", *American Journal of Economics and Sociology*, 12 (1), pp. 97 - 110.
- Hoselitz, B. F. (1952b) "Non-economic Barriers to Economic Development", *Economic Development and Cultural Change*, 1 (1), pp. 8-21.
- Hoselitz, B. F. (1952c) *The Progress of Underdeveloped Areas*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hoselitz, B. F. (1953a) "Social Structure and Economic Growth", *Economia Internazionale*, 6 (3), pp. 52 – 77.
- Hoselitz, B. F. (1953b) "The Scope and History of Theories of Economic Growth", *Revista de Economia Política*, 5 (1), pp. 9 – 28.

Hoselitz, B. F. (1956) "Entrepreneurship and Capital Formation in France and Britain since 1700", en Research, N. B. *Capital Formation and Economic Growth*. Princeton, N.J.: National Bureau for Economic Research, pp. 291–338.

Hoselitz, B. F. (1960) "Theories of Stages of Economic Growth", en *Theories of Economic Growth*. New York: The Free Press, pp. 193 - 238.

Hoselitz, B. F. (1961) "Tradition and Economic Growth", en *Tradition, Values, and Socio-Economic Development*. Durham, NC: Duke University Press. London: Cambridge University Press, pp. 83 – 113.

Hoselitz, B. F. (1962) "The Early History of Entrepreneurial Theory", en Spengler, J. y Allen, W. *Essays in Economic Thought*, Second Edition. Chicago: Rand y McNally: Aristotle to Marshall, pp. 234-258.

Hoselitz, B. F. (1968) *The role of small industry in the process of economic growth: Japan by Miyohai Shinohara and India by Douglas Fisher*. Paris, Mouton: The Hague.

Hovne, A. S., Hovne, B. S. y Schøtt, T. (2014) "Entrepreneurs` innovation benefitting from their education and training and from national policy and culture: A global study", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 23 (1-2), pp. 127-144.

Hsieh, Y. J. (2011) "Cross-cultural communication: East vs. West", *Advances in International Marketing*, 21, pp. 283-307.

Hsu, D. H. y Ziedoni, R. H. (2013) "Resources as dual sources of advantage: Implications for valuing entrepreneurial-firm patents", *Strategic Management Journal*, 34 (7), pp. 761–781.

Huggins, R. y Thompson, P. (2015) "Local entrepreneurial resilience and culture: The role of social values in fostering economic recovery", *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 8 (2), pp. 313-330.

Hughes, J. R. (1983) "Arthur Cole and entrepreneurial history. Business and economic history", *Journal of the Business History Conference*, 12, pp. 133-144.

Hvide, H. K. y Panos, G. A. (2014) "Risk tolerance and entrepreneurship", *Journal of Financial Economics*, 111 (1), pp. 200-223.

Hynes, B. C. (1996) "Entrepreneurship education and training - introducing entrepreneurship into non-business disciplines", *Journal of European Industrial Training*, 20 (8), pp. 10-17.

Hynes, B. C. y Richardson, I. (2007) "Entrepreneurship education: A mechanism for engaging and exchanging with the small business sector", *Education and Training*, 49 (8-9), pp. 732-744.

Hytti, U. (2008) "Enterprise education in different cultural settings and at different school levels", en Fayolle, A. y Kyrö, P. *The Dynamics between Entrepreneurship, Environment and Education*. Cheltenham, U.K.: Edward Elgar Publishing Ltd., pp. 131-148.

Hytti, U. y O’Gorman, C. (2004) “What is ‘enterprise education’? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries”, *Education + Training*, 46 (1), pp. 11-23.

IESE Business School y EMLYON Business School (sin fecha) *Venture Capital y Private Equity Country Attractiveness Index*. Disponible en: <http://blog.iese.edu/vcpeindex/> (Accedido: 21 agosto 2016)

Ilmakunnas, P. y Kannianen, V. (2001) “Entrepreneurship, economic risks, and risk insurance in the welfare state: Results with OECD data 1978-93”, *German Economic Review*, 2 (3), pp. 195-218.

Im, S., Montoya, M. M. y Workman, J. P. (2013) “Antecedents and Consequences of Creativity in Product Innovation Teams”, *Journal of Product Innovation Management*, 30 (1), pp. 170–185.

Industry Disruptors-Game Changers (ID-GC) (sin fecha) About ID-GC. Disponible en: <http://industrydisruptors.org/index.php/aboutid> (Accedido: 25 julio 2016)

Innis, H. A. (1930) *The Fur Trade in Canada: An Introduction to Canadian Economic History*. New Haven, Connecticut, U.S.A.: Yale University Press.

Innovation Management (sin fecha) *About us*. Disponible en: <http://www.innovationmanagement.se/information/about/> (Accedido: 29 julio 2016)

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2002) *La Organización de la Empresa Asociativa*. San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2010) *Censo de Población y Vivienda*. Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2011) *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011*. Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2012) *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. Marzo 2011 y Marzo 2012. Uso del tiempo en Ecuador*. Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2013) *Encuesta nacional de empleo y desempleo urbana y rural (ENEMDUR)*. Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2014) *Ecuador en Cifras. Indicadores Laborales. Características Demográficas y Sociográficas del Ecuador*. Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2015) *División Político Administrativa del Ecuador*. Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2016) *Ecuador en Cifras. Indicadores Laborales. Características Demográficas y Sociográficas del Ecuador*. Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2017) *Ecuador en Cifras. Indicadores Laborales. Características Demográficas y Sociográficas del Ecuador*. Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2014) *Segunda Versión del Directorio de Empresas y Establecimientos*. Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), conjuntamente con la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)

Instituto Nacional de Evaluación Educativa (INEVAL) (2016a) *Rendición de Cuentas 2015. Proyectos*. Quito, Pichincha, Ecuador: Instituto Nacional de Evaluación Educativa (INEVAL)

Instituto Nacional de Evaluación Educativa (INEVAL) (2016b) *Ser Estudiante*. Disponible en: <http://www.evaluacion.gob.ec/ser-estudiante/> (Accedido: 11 septiembre 2016)

Instituto Nacional de Evaluación Educativa (INEVAL) (2016c) *Ser Bachiller*. Disponible en: <http://www.evaluacion.gob.ec/ser-bachiller/> (Accedido: 11 septiembre 2016)

Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) (sin fecha) *[Información institucional]*. Disponible en: <https://www.inadem.gob.mx/institucional/> (22 diciembre 2016)

Instituto Oceanográfico de la Armada del Ministerio del Interior (INOCAR) (2012) *Derrotero de las Costas Ecuatorianas*. Sexta Edición. Guayaquil, Ecuador: Instituto Oceanográfico de la Armada del Ministerio del Interior (INOCAR)

INTEL (sin fecha) *Intel Education Accelerator Program*. Disponible en: <http://www.intel.com/content/www/us/en/education/accelerator/education-accelerator-home.html> (Accedido: 22 diciembre 2016)

International Business Machines Corporation (IBM) (2013) *SPSS Software. IBM Analytics Technology. SPSS Statistics for Windows, Version 22.0*. Armonk, New York, U.S.A.: International Business Machines Corporation (IBM)

International Chamber of Commerce (ICC). (2010). *INCOTERMS 2010*. Paris, Francia: International Chamber of Commerce (ICC)

International Crisis Group (2007) *Informe sobre América Latina N°22. Ecuador: ¿Superando la inestabilidad?* Bogotá, Colombia: International Crisis Group (ICG)

International Network for Small and Medium Sized Enterprises (INSME) (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://www.insme.org/es> (Accedido: 27 julio 2016)

International Network of Research Management Societies (INORMS) (sin fecha) *About*. Disponible en: http://www.inorms2016.org/About_INORMS.html (Accedido: 29 julio 2016)

International Organisation for Knowledge Economy and Enterprise Development (IKED) (sin fecha) *About*. Disponible en: http://www.iked.org/About_us.html (Accedido: 25 julio 2016)

International Youth Foundation (IYFNET) (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://www.iyfnet.org/entrepreneurship> (Accedido: 22 diciembre 2016)

Jack, S. L. y Anderson, A. R. (1998) "Entrepreneurship Education within the Condition of Entrepreneurology", *Proceedings of the Conference on Enterprise and Learning*, pp. 13-28.

Jack, S. L. y Anderson, A. R. (1999) "Entrepreneurship education within the enterprise culture: Producing reflective practitioners", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 5 (3), pp. 110-125.

Jack, S. L. y Anderson, A. R. (2002) "The effects of embeddedness on the entrepreneurial process", *Journal of Business Venturing*, 17 (5), pp. 467-487.

Jackson J. (2016) *The definitive guide of growth hacking tactics*. U.S.A.: CreateSpace Independent Publishing Platform.

Jacobs, B. W. y Singhal, V. R. (2014) "The Effect of Product Development Restructuring on Shareholder Value", *Production and Operations Management*, 23 (5), pp. 728–743.

Jaina, P. y Kutheb, A. (2013) "Feasibility Study of Manufacturing Using Rapid Prototyping: FDM Approach", *Procedia Engineering*, 63, pp. 4-11.

Jayawarna, D. Jones, O. y Macpherson, A. (2014), "Entrepreneurial potential: The role of human and cultural capitals", *International Small Business Journal*, 32 (8), pp. 918-943.

Jeddah Economic Forum (JEF) (sin fecha) *About JEF*. Disponible en: <http://www.jef.org.sa/> (Accedido: 26 julio 2016)

Jenkins, A. S. y McKelvie, A. (2016) "What is entrepreneurial failure? Implications for future research", *International Small Business Journal*, 34 (2), pp. 176-188.

Jennings, J. E., Jennings, P. D. y Sharifian, M. (2016) "Living the Dream? Assessing the "Entrepreneurship as Emancipation" Perspective in a Developed Region", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 40 (1), pp. 81–110.

Jevons, W. S. (1881) "Richard Cantillon and the Nationality of Political Economy", *The Contemporary Review*, XXXIX.

Jiménez, A., Palmero Cámara, C., González-Santos, M. J., González Bernal, J. y Jiménez-Eguizábal, J. A. (2015) "The impact of educational levels on formal and informal entrepreneurship", *BRQ Business Research Quarterly*, 18 (3), pp. 204-212.

Jiménez, D. J., Cegarra-Navarro, J. G., Gattermann Perin, M., Sampaio, C. H. y Lengler, J. B. (2014) "Entrepreneurial capacities as antecedents of business performance in Brazilian firms", *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 31 (2), pp. 90–103.

Jiwa, S., Lavelle, D. y Rose, A. (2005) "E-entrepreneurship: Learning in a simulated environment", *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 3 (3), pp. 42-56.

Jofre-Monseny, J., Marín López, R. y Viladecans Marsal, E. (2014) "The Determinants of Localization and Urbanization Economies: Evidence from the location of new firms in Spain", *Journal of Regional Science*, 54 (2), pp. 313-337.

Johannisson, B. (1995) "Paradigms and entrepreneurial networks-some methodological challenges", *Entrepreneurship and Regional Development*, 7 (3), pp. 215-231.

Johannisson, B. (1999) *The future of entrepreneurship research. An European perspective*. London, U.K.: Keynote speech at the RENT XIII Conference.

Johannisson, B. (2004) *Between arm's length research and policy practices-Interactive approaches in Entrepreneurship Studies*. Tromsø, Norway: Nordic Conference on Small Business Research.

Johannisson, B. (2008) "Networking and entrepreneurship in place", en Martín, M. Á., Cuevas, J. G. y Ribeiro-Soriano, D. *Entrepreneurship and Business: A Regional Perspective*. Heidelberg, Alemania: Springer Berlin Heidelberg, pp. 137-162.

Johannisson, B. (2011) Towards a practice theory of entrepreneuring. *Small Business Economics*, 36, 135-150.

Johannisson, B. y Senneseth, K. (1990) *Paradoxes of entrepreneurship*. Durham, United Kingdom: Rent IV: Research in Entrepreneurship and Small Business 4th Workshop.

Johansen, V. (2010) "Entrepreneurship education and entrepreneurial activity", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9 (1), pp. 74-85.

Jolink, A. y Niesten, E. (2013) "Sustainable Development and Business Models of Entrepreneurs in the Organic Food Industry", *Business Strategy and the Environment*, 24 (6), pp. 386-401.

Jones, B. y Iredale, N. (2009) "Entrepreneurship education and Web 2.0.", *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 11 (1), pp. 66-77.

Jones, B. y Iredale, N. (2010) "Enterprise education as pedagogy", *Education + Training*, 52 (1), pp. 7-19.

Jones, M. V. y Casulli, L. (2014) "International Entrepreneurship: Exploring the Logic and Utility of Individual Experience Through Comparative Reasoning Approaches", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38 (1), pp. 45-69.

Judge, W. Q., Hu, H. W., Gabrielsson, J., Talaulicar, T., Witt, M. A., Zattoni, A., . . . Kibler, B. (2015) "Configurations of Capacity for Change in Entrepreneurial Threshold Firms: Imprinting and Strategic Choice Perspectives", *Journal of Management Studies*, 52 (4), pp. 506–530.

Julien, P. A. (1998) *The state of the art in small business and entrepreneurship*. Aldershot, UK; Brookfield, US: Ashgate Publishing, Limited.

Junior Achievement (sin fecha) *Quiénes somos*. Disponible en: <http://www.jae.org.ec/index.php/quienes-somos.html> (Accedido: 15 de Agosto de 2016)

K5 Ventures (sin fecha) *About K5*. Disponible en: <http://k5ventures.com/> (Accedido: 26 julio 2016)

Kabongo, J. D. y McCaskey, P. H. (2011) "An examination of entrepreneurship educator profiles in business programs in the United States", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18 (1), pp. 27-42.

Kagan, J., Kelman, H., Langer, E. y Winter, D. G. (2007) David Clarence McClelland: Memorial Minute 1. Cambridge, MA: Harvard Gazette.

Kantis, H., Federico, J. e Ibarra Garcia, S. (2014) *Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico: una herramienta para la acción en América Latina*. Rafaela: Asociación Civil Red Pymes Mercosur.

Kantis, H., Federico, J. e Ibarra Garcia, S. (2015) *Condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico: América Latina en el nuevo escenario global*. Rafaela: Asociación Civil Red Pymes Mercosur.

Kantis, H., Federico, J. y Menéndez, C. (2012) Políticas de Fomento al Emprendimiento Dinámico en América Latina: Tendencias y Desafíos. *CAF Documento de Trabajo N° 2012/09*. Caracas, Venezuela: Prodem-UNGS/CAF.

Kantis, H., Ibarra Garcia, S., y Federico, J. (2012) Índice ISI PRODEM. Los Polvorines, Buenos Aires, Argentina: Programa de Desarrollo Emprendedor (PRODEM)/ Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS)

Kariv, D. (2011) *Entrepreneurship: An international introduction*. London, UK; NewYork, USA: Routledge, Taylor and Francis.

Kassean, H. K., Vanevenhoven, J., Liguori, E. W. y Winkel, D. E. (2015) "Entrepreneurship education: a need for reflection, real-world experience and action", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 21 (5), pp. 690-708.

Kato, M., Okamuro, H. y Honjo, Y. (2015) "Does Founders' Human Capital Matter for Innovation? Evidence from Japanese Start-ups", *Journal of Small Business Management*, 53 (1), pp. 114–128.

Kauffman Foundation (sin fecha) *History*. Disponible en: <http://gew.co/gew/history> (Accedido: 30 diciembre 2016)

- Kaufmann, H. R. (2009) "The contribution of entrepreneurship to society", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 7 (1), pp. 59-73.
- Kaul, A. (2013) "Entrepreneurial action, unique assets, and appropriation risk: Firms as a means of appropriating profit from capability creation", *Organization Science*, 24 (6), pp. 1765-1781.
- Kautonen, T., Down, S. y Minniti, M. (2014) "Ageing and entrepreneurial preferences", *Source of the Document Small Business Economics*, 42 (3), pp. 579-594.
- Kautonen, T., Tornikoski, E. T. y Kibler, E. (2011) "Entrepreneurial intentions in the third age: The impact of perceived age norms", *Small Business Economics*, 37 (2), pp. 219-234.
- Kayed, R. N. y Hassan, M. K. (2011) *Islamic Entrepreneurship*. London, UK; New York, USA: Routledge, Taylor y Francis Group.
- Keating, A., Geiger, S., McLoughlin, D. y Cunningham, A. C. (2014) "Riding the Practice Waves: Social Resourcing Practices During New Venture Development", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38 (5), pp. 1207–1235.
- Kenny, C. J. (1999) "Does growth cause happiness, or does happiness cause growth?", *Kyklos*, 52 (1), pp. 3-25.
- Kent, C. A. (1990) "Entrepreneurship Education at the Collegiate Level: A Synopsis and Evaluation", en Kent, C. A. *Entrepreneurship Education: Current Developments, Future Directions*. New York, U.S.A.: Quorum Books, pp. 111-122.
- Kent, C. A., Sexton, D. L. y Vesper, K. H. (1982) *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, New Jersey, U.S.A.: Prentice Hall.
- Kets de Vries, M. (1977) "The entrepreneurial personality: A person at the cross-roads", *Journal of Management Studies*, 14 (1), pp. 34-47.
- Kets de Vries, M. (1985) "The dark side of entrepreneurship", *Harvard Business Review*, 63 (6), pp. 160-167.
- Keynes, J. M. (1936) *The general theory of employment, interest and money*. London, United Kingdom: Macmillan and Co., limited.
- Kibbeling, M., van der Bij, H. y van Weele, A. (2013) "Market Orientation and Innovativeness in Supply Chains: Supplier's Impact on Customer Satisfaction", *Journal of Product Innovation Management*, 30 (3), pp. 500–515.
- Kickert, W. (1993) "Autopoiesis and the Science of (Public) Administration: Essence, Sense and Nonsense", *Organization Studies*, 14 (2), pp. 261-278.
- Kihlstrom, R. E. y Laffont, J. J. (1979) "A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion", *Journal of Political Economy*, 87 (4), pp. 719-748.

- Kirchhoff, B. A. (1992) "Entrepreneurship's Contribution to Economics", *Entrepreneurship: Theory y Practice*, 16 (2), pp. 93-112.
- Kirchhoff, B. A. (1994) *Entrepreneurship and Dynamic Capitalism*. Westport, Connecticut, U.S.A.: Praeger.
- Kirzner, I. M. (1997) "Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach", *Journal of Economic Literature*, 35, pp. 60-85.
- Kistruck, G. M., Beamish, P. W., Qureshi, I. y Sutter, C. J. (2013) "Social Intermediation in Base-of-the-Pyramid Markets", *Journal of Management Studies*, 50 (1), pp. 31–66.
- Klapper, R. G. y Tegtmeier, S. (2010) "Innovating entrepreneurial pedagogy: Examples from France and Germany", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17 (4), pp. 552-568.
- Klepper, S. (2010) "The Origin and Growth of Industry Clusters: The Making of Silicon Valley and Detroit", *Journal of Urban Economics*, 67 (1), pp. 15-32.
- Klepper, S. (2011) "Nano-economics, Spinoffs, and the Wealth of Regions", *Small Business Economics*, 37 (2), pp. 141-154.
- Klepper, S. y Sleeper, S. (2005) "Entry by Spinoffs", *Management Science*, 51 (8), pp. 1291-1306.
- Klepper, S. y Thompson, P. (2010) "Disagreements and Intra-industry Spinoffs", *International Journal of Industrial Organization*, 28 (5), pp. 526-538.
- Klyver, K. y Schenkel, M. T. (2013) "From Resource Access to Use: Exploring the Impact of Resource Combinations on Nascent Entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, 51 (4), pp. 539–556.
- Knight, F. H. (1921) *Risk, Uncertainty and Profit*. Boston, Massachusetts, U.S.A.: Hart, Schaffner y Marx; Houghton Mifflin Co.
- Ko, W. W. y Liu, G. (2015) "Understanding the Process of Knowledge Spillovers: Learning to Become Social Enterprises", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9 (3), pp. 263-285.
- KOF Index (KOF) (2015) *KOF Index of Globalization 2008-2015*. Zurich, Suiza: KOF Swiss Economic Institute (Konjunkturforschungsstelle)
- Kolb, D. A. (1984) *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs, New Jersey, U.S.A.: Prentice-Hall.
- Köllinger, P. y Minniti, M. (2006) "Not for lack of trying: American entrepreneurship in black and white", *Small Business Economics*, 27 (1), pp. 59-79.
- Kollmann, T. y Stöckmann, C. (2014) "Filling the Entrepreneurial Orientation–Performance Gap: The Mediating Effects of Exploratory and Exploitative Innovations", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38 (5), pp. 1001–1026.

- Koltko-Rivera, M. E. (2006) "Rediscovering the Later Version of Maslow's Hierarchy of Needs: Self-Transcendence and Opportunities for Theory, Research, and Unification", *Review of General Psychology by the American Psychological Association*, 10 (4), pp. 302–317.
- Kor, Y. Y. y Mesko, A. (2013) "Dynamic managerial capabilities: Configuration and orchestration of top executives' capabilities and the firm's dominant logic", *Strategic Management Journal*, 34 (2), pp. 233–244.
- Korin, M. (2013) *Empresas Y Emprendimientos Productivos De Inclusión Social Algunos Aspectos Estratégicos. Acerca de la Inclusión Socioproductiva*. Corporación Andina de Fomento.
- Koster, S., y van Stel, A. (2014) "The relationship between start-ups, market mobility and employment growth: An empirical analysis for Dutch regions", *Papers in Regional Science*, 93 (1), pp. 203–217.
- Kotey, B. (2007) "Teaching the attributes of venture teamwork in tertiary entrepreneurship programmes", *Education and Training*, 49 (8-9), pp. 634-655.
- Koudstaal, M., Sloof, R. y Van Praag, M. M. (2016) "Risk, uncertainty, and entrepreneurship: Evidence from a lab-in-the-field experiment", *Management Science*, 62 (10), pp. 2897-2915.
- Kreiser, P. M. (2015) "National Culture and Entrepreneurial Orientation", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-4)
- Kröpotkin, P. (1902) *Mutual Aid: A Factor of Evolution*. London, UK: William Heinemann.
- Krzeminska, A. y Ecker, C. (2016) "Complementarity of internal and external R&D: is there a difference between product versus process innovations?", *R&D Management*, 46 (S3), pp. 931–944
- Kuckertz, A. (2013) "Entrepreneurship education: Status quo and prospective developments", *Journal of Entrepreneurship Education*, 16, pp. 59-71.
- Kuhn, T. S. (1962) *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago, Illinois, U.S.A.: University of Chicago Press.
- Kunkel, S. W. (1991) *The impact of strategy and industry structure on new venture performance*. Doctoral Dissertation. University of Georgia.
- Kunkel, S. W. (2001) "Toward a typology of entrepreneurial activities", *Academy of Entrepreneurship Journal*, 7 (1), pp. 75-90.
- Kuratko, D. F. y Covin, J. G. (2015) "Forms of Corporate Entrepreneurship", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-4)
- Kuratko, D. F., Morris, M. H. y Covin, J. G. (2015) "Corporate Entrepreneurship", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-5)

- Kutzhanova, N., Lyons, T. S. y Lichtenstein, G. A. (2009) "Skill-based development of entrepreneurs and the role of personal and peer group coaching in enterprise development", *Economic Development Quarterly*, 23 (3), pp. 193-210.
- Kwong, C., Thompson, P., Cheung, C. W. y Manzoor, H. (2012) "The role of environment in fostering conducive entrepreneurial learning: Teaching the 'art' of entrepreneurship in boot camps", *Journal of General Management*, 38 (1), pp. 45-71.
- Kwong, C., Thompson, P., Jones Evans, D. y Brooksbank, D. J. (2009) "Nascent entrepreneurial activity within female ethnic minority groups", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 15 (3), pp. 262-281.
- Kyrö, P. (2001) "To grow or not to grow? Entrepreneurship and sustainable development", *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 8 (1), pp. 15-28.
- Kyro, P. (2003) *Entrepreneurship pedagogy-the current state and some future expectations*. Grenoble: Internationalizing entrepreneurship education and training conference.
- Labrianidis, L. y Vogiatzi, N. (2013) "Highly Skilled Migration: What Differentiates the 'Brains' Who Are Drained from Those Who Return in the Case of Greece? Population", *Space and Place*, 19 (5), pp. 472-486.
- Lacerda, R. T., Ensslin, L., Ensslin, S. R. y Dutra, A. (2014) "A Constructivist Approach to Manage Business Process as a Dynamic Capability", *Knowledge and Process Management*, 21 (1), pp. 54-66.
- Lakemond, N. y Detterfelt, J. (2013) "Counterbalancing Exploitative Knowledge Search during Environmental Dynamism: Reinforcing New Ideas for Existing Products", *Creativity and Innovation Management*, 22 (4), pp. 420-434.
- Lamore, P. R., Berkowitz, D. y Farrington, P. A. (2013) "Proactive/Responsive Market Orientation and Marketing-Research and Development Integration", *Journal of Product Innovation Management*, 30 (4), pp. 695-711.
- Landini, F., Leeuwis, C., Long, N. y Murtagh, S. (2014) "Towards a Psychology of Rural Development Processes and Interventions", *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 24 (6), pp. 534-546.
- Landström, H. y Johannisson, B. (1999) *Images of Entrepreneurship and Small Business Research. Emergent Swedish Contributions to Academic Research*. Lund, Swedish: Studentlitteratur.
- Landström, H., y Johannisson, B. (2001) "Theoretical foundations of Swedish entrepreneurship and small-business research", *Scandinavian Journal of Management*, 17 (2), pp. 225-248.
- Lanero, A., Vázquez, J. L. y García, M. P. (2012) "Entrepreneurial universities, entrepreneurial students: Higher education and creation of innovation in the Spanish area", en Capello, R., Gorzelak, G y Olechnicka A. *Universities, Cities and Regions: Loci for Knowledge and Innovation Creation*, pp. 268-288.

- Lanza, A. y Passarelli, M. (2014) "Technology Change and Dynamic Entrepreneurial Capabilities", *Journal of Small Business Management*, 52 (3), pp. 427–450.
- Lanza, E. (2015a) *Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2014*. Washington, D.C., USA: Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Organización de los Estados Americanos CIDH/OEA.
- Lanza, E. (2015b) *Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2015*. Washington, D.C., USA: Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Organización de los Estados Americanos CIDH/OEA.
- Larousse (2016) [Definición del verbo "emprender"] Disponible en: <http://www.larousse.fr/> (Accedido: 5 diciembre 2016)
- Leavy, B. (2011) "Vijay Govindarajan: Innovation coach to the developed and developing world", *Strategy and Leadership*, 39 (5), pp. 4-12.
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S. y Rigolini, J. (2014) *El Emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación*. Washington DC, USA: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial.
- Lee, S., Lim, S., Pathak, R. D., Chang, D. y Li, W. (2006) "Influences on students attitudes toward entrepreneurship: A multi-country study", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2 (3), pp. 351-366.
- Leff, N. H. (1978) "Industrial organization and entrepreneurship in the developing countries: The economic groups", *Economic Development and Cultural Change*, 26 (4), pp. 661-675.
- Leff, N. H. (1979) "Entrepreneurship and Economic Development: The Problem Revisited", *Journal of Economic Literature*, 17 (1-2), pp. 46-64.
- Leibenstein, H. (1968) "Entrepreneurship and development", *American Economic Review*, 58 (2), pp. 72-83.
- Leitch, C. M., McMullan, C. y Harrison, R. T. (2013) "The Development of Entrepreneurial Leadership: The Role of Human, Social and Institutional Capital", *British Journal of Management*, 24 (33), pp. 347–366.
- Lemelson Foundation (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://www.lemelson.org/> (Accedido: 22 diciembre 2016)
- León Kuffó, W. A. *Entrevista a expertos relacionados con las áreas de educación, negocios y emprendimiento* (20 febrero 2016)
- Leskinen, R. (2010) "Entrepreneurs as human actors in the networking process", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 11 (4), pp. 455-471.
- Lévesque, M. y Minniti, M. (2006) "The effect of aging on entrepreneurial behavior", *Journal of Business Venturing*, 21 (2), pp. 177-194.

- Lévesque, M. y Minniti, M. (2011) "Age matters: How demographics influence aggregate entrepreneurship", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5 (3), pp. 269-284.
- Levinsohn, D. (2013) "Disembedded and beheaded? - A critical review of the emerging field of sustainability entrepreneurship", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 19 (2), pp. 190-211.
- Lewin, K. (1943) "Forces behind Food Habits and Methods of Change: The Problem of Changing Food Habits", *National Research Council Bulletin*, 108, pp. 35-65.
- Lewin, K. (1947) "Frontiers in group dynamics", *Human Relations*, 1, pp. 143-153.
- Lewis, K. V. (2015) "Enacting Entrepreneurship and Leadership: A Longitudinal Exploration of Gendered Identity Work", *Journal of Small Business Management*, 53 (3), pp. 662-682.
- Liao, M. N. (2015) "Marketing", *Exchange Models*, 9 (1-2)
- Library of Economics and Liberty (2016) "Joseph Alois Schumpeter" Disponible en: <http://www.econlib.org/library/Enc/bios/Schumpeter.html> (Accedido: 09 diciembre 2016)
- Licha, I. (2009) *Herramientas para la formación de políticas. El análisis de los actores*. Madrid, España: Fondo España-PNUD.
- Linkedin (sin fecha) *Maria del Rocio Vallejo Fiallos*. Disponible en: www.linkedin.com (5 de Noviembre de 2016).
- Liu, P., Rigoulot, S. y Pell, M. D. (2015) "Cultural differences in on-line sensitivity to emotional voices: Comparing East and West", *Frontiers in Human Neuroscience*, 9 (29), pp. 311, 12.
- Lohest, O. (2011) *Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs*. Munich, Germany: MPRA.
- Lombana, J. y Rozas Gutiérrez, S. (2009) "Marco analítico de la competitividad Fundamentos para el estudio de la competitividad regional", *Pensamiento y Gestión de la Universidad del Norte*, (26), pp. 1-38.
- Longenecker, J. y Schoen, J. (1975) "The Essence of entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, 13 (3), pp. 26-32.
- Longenecker, J. y Schoen, J. (1978) "Management of succession in the family business", *Journal of Small Business Management*, 16 (3), pp. 1-6.
- Looi, K. H. y Khoo-Lattimore, C. (2015) "Undergraduate students' entrepreneurial intention: Born or made?", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 26 (1), pp. 1-20.
- Low, M. B. y MacMillan, I. C. (1988) "Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges", *Journal of Management*, 14 (2), pp. 139-161.

- Lubik, S., Garnsey, E., Minshall, T. y Platts, K. (2013) "Value creation from the innovation environment: partnership strategies in university spin-outs", *R&D Management*, 43 (2), pp. 136–150.
- Luke, B, Kearins, K., y Verreyne M. L. (2011) "Developing a conceptual framework of strategic entrepreneurship", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17 (3), pp. 314-337
- Lumpkin, G. T. y Dess, G. G. (2015) "Entrepreneurial Orientation", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-4)
- Lynn, R. (1969) "Personality characteristics of a group of entrepreneurs", *Occupational Psychology*, 43, 151-152.
- M. I. Municipalidad de Guayaquil (2014) *Descripción Política y Administrativa de la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador: Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.
- Macdonald, N. E. y Hyde, J. S. (1980) "Fear of Success, Need Achievement, and Fear of Failure: A factor analytic study", *Sex Roles*, 6 (5), pp. 695-711.
- Madni, A. M. y Sievers, M. (2014) "System of Systems Integration: Key Considerations and Challenges", *Systems Engineering*, 17 (3), pp. 330–347.
- Madsen, H. y Ulhoi, J. P. (2016) "Corporate Environmental Initiatives in Small and Medium Sized Enterprises and Their Outcomes: A Longitudinal Study", *Business Strategy and the Environment*, 25 (2), pp. 92–101
- Madsen, T. K. y Servais, P. (1997) "The internationalization of born globals: An evolutionary process?", *International Business Review*, 6, pp. 561-583.
- Magendzo, A. (2014) *Division: Innovación, Ciencia y Tecnología. LAB4+ Cali-Colombia*. Cali, Colombia: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- Mair, J. y Ganly, K. (2015) "Social Entrepreneurship: Innovation on Dual Frontiers", *Wiley Encyclopedia of Management*, 6 (1-3)
- Malinen, P. (2004) "Problems in transfer of business experienced by Finnish entrepreneurs", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11 (1), pp. 130-139.
- Malka, A., Soto, C. J., Inzlicht, M. y Leikes, Y. (2014) "Do needs for security and certainty predict cultural and economic conservatism? A cross-national analysis", *Journal of Personality and Social Psychology*, 106 (6), pp. 1031-1051.
- Mancuso, J. (1975) "The entrepreneurs' quiz", en *Entrepreneurship and Venture Management*. Englewood, New Jersey: Prentice-Hall.
- Mancuso, J. (1985) *How to write a Winning Business Plan*. Englewood, New Jersey: Prentice-Hall.
- Manroop, L. (2015) "Human resource systems and competitive advantage: an ethical climate perspective", *Business Ethics: A European Review*, 24 (2), pp. 186–204.

Markman, G. D., Russo, M. V., Lumpkin, G. T., Jennings, P. D. y Mair, J. (2016) "Entrepreneurship as a Platform for Pursuing Multiple Goals: A Special Issue on Sustainability, Ethics, and Entrepreneurship", *Journal of Management Studies*, 53 (5), pp. 673-694.

Markovitch, D. G., Steckel, J. H., Michaut, A., Philip, D. y Tracy, W. M. (2015) "Behavioral Reasons for New Product Failure: Does Overconfidence Induce Overforecasts?", *Journal of Product Innovation Management*, 32 (5), pp. 825–841.

Marlow, S. y McAdam, M. (2015) "Incubation or Induction? Gendered Identity Work in the Context of Technology Business Incubation", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39 (4), pp. 791–816.

Marques, C. S., Ferreira, J. J., Gomes, D. N. y Rodrigues, R. G. (2012) "Entrepreneurship education: How psychological, demographic and behavioural factors predict the entrepreneurial intention", *Education and Training*, 54 (8), pp. 657-672.

Marshall, A. (1890) *Principles of Economics*. London, England: Macmillan and Company.

Marshall, A. (1919) *Industry and Trade*. London, England: MacMillan.

Martin de Holan, P., Ortíz Terán, E., Turrero, A. y Ortíz Alonso, T. (2013) "Towards Neuroentrepreneurship? Early Evidence From A Neuroscience Study", *Frontiers of Entrepreneurship Research*: 33 (5), número de artículo 12.

Martin, L. M., Wright, L., Beaven, Z. y Matlay, H. Z. (2015) "An unusual job for a woman? Female entrepreneurs in scientific, engineering and technology sectors", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 21 (4), pp. 539-556.

Maruyama, M. (1974) "Paradigm methodology and its application to cross-disciplinary, cross-professional and cross-cultural communications", *Cybernetica*, 18 (2 y 3), pp. 137-155 y 237-281

Maslow, A. H. (1954) *Motivation and Personality*. New York, U.S.A.: Harper y Brothers.

Maslow, A. H. (1962) *Toward a Psychology of Being*. New York, U.S.A.: Van Nostrand.

Maslow, A. H. (1966) *The Psychology of Science: A Reconnaissance*. New York, U.S.A.: Harper y Row.

Mathias, P. (1983) *The first industrial nation: an economic history of Britain, 1700-1914*. Segunda Edición. London: Methuen Publishing.

Matsuyama, K. (1996) "Why are there rich and poor countries? Symmetry-breaking in the world economy", *Journal of the Japanese and International Economies*, 10 (4), pp. 419-439.

Matus, C. (1985) *Planificación, Libertad y Conflicto*. Caracas, Venezuela: IvePlan.

Max-Neef, M. A. (1993) *Desarrollo a escala Humana: conceptos, aplicaciones y alguna reflexiones*. Montevideo, Uruguay: Editorial Nordan-Comunidad.

Max-Neef, M., Elizalde, A. y Openhayn, M. (1986) "Desarrollo a escala humana: una opción para el futuro", *Development Dialogue*, CEPAUR, *Fundación Dag Hammarskjold*, (número especial), pp.96.

McCarthy, D. J., Puffer, S. M., Graham, L. R. y Satinsky, D. M. (2014) "Emerging Innovation in Emerging Economies: Can Institutional Reforms Help Russia Break Through Its Historical Barriers?", *Thunderbird International Business Review*, 56 (3), pp. 243–260.

McClelland, D. C. (1961) *The Achieving Society*. New Jersey: Van Nostrand.

McClelland, D. C. (1971) *Entrepreneurship and Achievement Motivation Approaches to the Science of Socioeconomic Development*. Paris: Lengyel, P. (Ed.): UNESCO.

McClelland, D. C. (1985) "How Motives, Skills, and Values Determine What People Do", *American Psychologist*, 40 (7), pp. 812-825.

McDougall, P. P. y Oviatt, B. M. (2000) "International entrepreneurship: The intersection of two research paths", *Academy of Management Journal*, 43 (5), pp. 902-906.

McGee, J. (2015) "Focus Strategies", *Wiley Encyclopedia of Management*, 12 (1-2)

McGregor, J. y Tweed, D. (2002) "Profiling a new generation of female small business owners in New Zealand: Networking, mentoring and growth", *Gender, Work and Organization*, 9 (4), pp. 420-438.

McGuire, J. W. (1963) *Business and Society*. New York, U.S.A.: McGraw-Hill.

McGuire, J. W. (1964) *Theories of Business Behavior*. Englewood Cliffs, New Jersey, U.S.A.: Prentice Hall.

McKinsey y Co. (1993) *Emerging Exporters. Australia's High Value-Added Manufacturing Exporters*. Melbourne, Australia: McKinsey y Company and the Australian Manufacturing Council.

McLaren, P. (2005) *La vida en las escuelas: Una introducción a la pedagogía crítica en los fundamentos de la educación*. Cuarta edición en español. México: Siglo XXI editores.

McMullen, J. S. (2015) "Entrepreneurial Action", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-2)

McMullen, J. S., Bagby, D. R. y Palich, L. E. (2008) "Economic freedom and the motivation to engage in entrepreneurial action", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 32 (5), pp. 875-895.

McNally, C. A. (2013) "How emerging forms of capitalism are changing the global economic order", *Asia Pacific Issues*, (107), pp. 1-8.

Melián Navarro, A., Campos Climent, V. y Sanchis Palacio, J. R. (2011) "Emprendimiento Social y Empresas de Inserción en España. Aplicación del Método

Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores”, *Revesco*, (106), pp. 150-172.

Méndez, D. (2010) *Proceso de Planeación Financiera: La Manera Simple de Tomar Control de Su Dinero y Lograr una Independencia Financiera*. Bloomington, Indiana, USA: Author House.

Mendoza Solórzano, M. D., y Fariño Cortez, J. D. (2016) *Entrevista a Graduados de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG* (23 septiembre 2016)

Menger, C. (1871) *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre [Principios de Economía]*. Wien, Österreich: Wilhelm Braumüller, K. K. Hof und Universitätsbuchhändler.

Menger, C. (1892) “On the Origins of Money”, *Economic Journal*, 2, pp. 239-255.

Mensah, S. N. y Benedict, E. A. (2010) “Entrepreneurship training and poverty alleviation: Empowering the poor in the Eastern Free State of South Africa”, *African Journal of Economic and Management Studies*, 1 (2), pp. 138-163.

Meredith, G. G., Nelson, R. E. y Nec, P. A. (1982) *The Practice of Entrepreneurship*. Geneva, Switzerland: International Labour Office.

Mesino Rivero, L. (2009) “La globalización económica y sus implicaciones socio-culturales en América Latina”, *Revista de Ciencias Sociales del Instituto de Investigación de la Universidad del Zulia de Maracaibo- Venezuela*, 15 (1), pp. 126-138.

Messely, L., Dessen, J. y Rogge, E. (2015) “Behind the Scenes of Place Branding: Unraveling the Selective Nature of Regional Branding”, *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 106 (3), pp. 291–306.

Mezger, F. (2014) “Toward a capability-based conceptualization of business model innovation: insights from an explorative study”, *R&D Management*, 44 (5), pp. 429–449.

Mill, J. S. (1844) *Essays on some unsettled questions of political economy*. London, England: John W. Parker.

Mill, J. S. (1863) *Utilitarianism (Reprinted from Fraser's Magazine in 1861)*. London, England: Parker, Son y Bourn.

Miller, T. L., Grimes, M. G., McMullen, J. S. y Vogus, T. J. (2012) “Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship”, *Academy of Management Review*, 37 (4), pp. 616-640.

Ministerio Coordinador de Desarrollo Social del Ecuador (MCDSE) (2007) *Informe de Desarrollo Social 2007: Pobreza, Desigualdad e Inversión Social*. Quito, Ecuador: Secretaría Técnica del Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social (MCDSE)

Ministerio Coordinador de Desarrollo Social del Ecuador (MCDSE) (2015) *Economía Popular y Solidaria. Obtenido de ¿Qué es y para qué sirve la Economía Popular y Solidaria?* Disponible en: <http://www.desarrollosocial.gob.ec/economia-popular-y-solidaria/> (Accedido: 11 febrero 2015)

Ministerio Coordinador de Seguridad (MCS) (2014) *Seguridad Integral, Plan y Agendas 2014-2017*. Quito, Ecuador: Ministerio Coordinador de Seguridad (MCS)

Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad (MCEIPC) (2002) *Diagnóstico de la pequeña y mediana industria del Ecuador*. Quito, Ecuador: Dirección de Competitividad de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad.

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) (2014) *Programas de inversión, promoción, y producción*. Quito, Ecuador: Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC)

Ministerio de Educación del Ecuador (MEE) (2006) *Plan Decenal de Educación del Ecuador 2006-2015*. Quito, Ecuador: Ministerio de Educación del Ecuador (MEE)

Ministerio de Educación del Ecuador (MEE) (2012) *Marco Legal Educativo. Estudio Preliminar: 20 Rupturas al Statu-Quo Educativo Promovidas por el Nuevo Marco Legal*. Quito, Ecuador: Ministerio de Educación del Ecuador (MEE)

Ministerio de Educación del Ecuador (MEE) (2015a) *Emprendimiento y Gestión. Currículo de Bachillerato*. Quito, Ecuador: Ministerio de Educación del Ecuador (MEE)

Ministerio de Educación del Ecuador (MEE) (2015b) *Rendición de Cuentas 2015. Resultados alcanzados*. Quito, Ecuador: Ministerio de Educación del Ecuador (MEE)

Ministerio de Educación del Ecuador (MEE) (2016) *Propuesta de la Comunidad Educativa para el nuevo Plan Decenal de Educación 2016-2025. 8 políticas educativas estructuradas en tres grandes objetivos: calidad, cobertura, y gestión*. Quito, Ecuador: Ministerio de Educación del Ecuador (MEE)

Ministerio de Educación del Ecuador (MEE) (2017) *[Programas: Quiero Ser Maestro, y Ser Profesional]* Disponible en: <http://educacion.gob.ec> (Accedido: 5 enero 2017)

Ministerio de Finanzas (2016) *Saldos de la Deuda Pública Total*. Quito, Ecuador: Subsecretaría de Financiamiento Público del Ministerio de Finanzas.

Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) (2016) *[Programas de apoyo al emprendimiento]*. Disponible en: <http://www.industrias.gob.ec> (Accedido: 11 marzo 2016)

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana (MREMH) (2016) Ecuador y la Comunidad Internacional. Política Multilateral. Quito, Ecuador: Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana (MREMH)

Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (MTSI) (sin fecha) *[Infocentros]*. Disponible en: <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/infocentros-comunitarios/> (Accedido: 14 agosto 2016)

Ministerio de Turismo (2015) *Viaja Primero Ecuador*. Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo.

Ministerio del Ambiente (2010) *Cuarto Informe Nacional para el Convenio sobre la Diversidad Biológica*. Quito, Ecuador: Ministerio del Ambiente.

Ministerio del Ambiente (2015) *Sistema de Información de Biodiversidad del Ecuador*. Quito, Ecuador: Ministerio del Ambiente.

Ministerio del Interior (sin fecha) [Delincuencia]. Disponible en: <http://www.ministeriointerior.gob.ec/> (Accedido: 27 septiembre 2016)

Minkov, M., Bond, M. H. y Blagoev, V. (2015) "Do different national samples yield similar dimensions of national culture?", *Cross Cultural Management*, 22 (2), pp. 259-277.

Minniti, M. (2009) "Gender issues in entrepreneurship", *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5 (7-8), pp. 497-621.

Minniti, M. (2010) "Female entrepreneurship and economic activity", *European Journal of Development Research*, 22 (3), pp. 294-312.

Mintzberg, H. (1973) *The nature of managerial work*. New York: Harper and Row.

Miranda Neira, R. M. (2012) *First Tuesday Ecuador*. Guayaquil, Ecuador: Planbelow.

Mises, L. v. (1949) *Human Action: A Treatise on Economics*. Auburn, Alabama: Irvington-on-Hudson, NY: The Foundation for Economic Education. The Ludwig von Mises Institu.

Mitchell, R. K. (2015) "Cognition and Entrepreneurship: One View of the Entrepreneurial-Expertise Approach", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-10)

Moberg, K. (2014) "Two approaches to entrepreneurship education: The different effects of education for and through entrepreneurship at the lower secondary level", *International Journal of Management Education*, 12 (3), pp. 512-528.

Moen, Ø., Heggseth, A. G. y Lome, O. (2016) "The Positive Effect of Motivation and International Orientation on SME Growth", *Journal of Small Business Management*, 54 (2), pp. 659-678.

Moghadam, V. M. (1994) "Women in societies", *International Social Science Journal*, 139, pp. 95-115.

Molina Jurado, Xavier (1997) *Historia de Límites de la República del Ecuador*. Guayaquil, Ecuador: Instituto de Ciencias Internacionales y Diplomacia de la Universidad de Guayaquil.

Monks, R. A. y Minow, N. (1996) *Corporate governance*. Cambridge, Massachusetts, U.S.A.: Blackwell Publishers.

Montaño Valencia, M. (2013) *Proyecto de Ley Orgánica de Fomento al Emprendimiento*. Quito, Ecuador: Asamblea Nacional.

Monzón, J. L. (2006) "Economía Social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales del tercer sector", *CIRIEC-España*, (56), pp. 9-24.

- Morcillo Ortega, P. (1997) *Dirección Estratégica de la Tecnología y la Innovación: un Enfoque de Competencias*. Madrid: Civitas.
- Morin, E. (1989) "Diriger dans la complexité", en *Conference on "Enterprise and Progress"*. Paris, France: In *Entreprises et Progrès*, pp. 15–23.
- Morris, M. H. (2015) "Entrepreneurship as Experience", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-6)
- Moscardi, E. R. (1991) *Los emprendimientos conjuntos público-privados como variante de la política científico-tecnológica para la agricultura*. Cali, Colombia: Instituto Interamericano para la Cooperación de la Agricultura (IICA).
- Mosquera Rodríguez, X. A. *Entrevista a expertos relacionados con las áreas de educación, negocios y emprendimiento* (18 enero 2016)
- Mueller, B. A. y Shepherd, D. A. (2014) "Making the Most of Failure Experiences: Exploring the Relationship Between Business Failure and the Identification of Business Opportunities", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 40 (3), pp. 457–487
- Mueller, S. (2011) "Increasing entrepreneurial intention: Effective entrepreneurship course characteristics", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13 (1), pp. 55-74.
- Mullins, J. (2006) "Can we teach entrepreneurship?", *Business Strategy Review*, 17 (Special Entrepreneurship Issue), pp. 14-17.
- Mungaray Lagarda, A. y Ramirez Urquidy, M. (2004) *Lecciones de Microeconomía para Microempresas*. México: Universidad Autónoma de Baja California: Miguel Ángel Porrúa Grupo Editorial.
- Munro, J. y Cook, R. (2009) "The small enterprise as the authentic learning environment opportunity (SEALEO)", *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, 60 (6), pp. 686-700.
- Muñiz González, R. (2014) *Marketing en el siglo XXI*. Madrid: Ediciones Profesionales CEF Centro de Estudios Financieros.
- Muñoz Salinas, D. B. (2016) *Entrevista a Graduados de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG* (1 octubre 2016)
- Murray, H. A. (1943) *Thematic Apperception Test*. Cambridge, Massachusetts, U.S.A.: Harvard University Press.
- Mwasalwiba, E. S. (2010) "Entrepreneurship education: A review of its objectives, teaching methods, and impact indicators", *Education and Training*, 52 (1), pp. 20-47.
- Nab, J., Pilot, A., Brinkkemper, S. y Berge, H. T. (2010) "Authentic competence-based learning in university education in entrepreneurship", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9 (1), pp. 20-35.

Nadkarni, S., Chen, T. y Chen, J. (2015) "The clock is ticking! Executive temporal depth, industry velocity, and competitive aggressiveness", *Strategic Management Journal*, 37 (6), pp. 1132–1153.

Nafukho, F. M. y Muyia, M. A. (2010) "Entrepreneurship and socioeconomic development in Africa: A reality or myth?", *Journal of European Industrial Training*, 34 (2), pp. 96-109.

Narkiewicz, W. (2000) *The Development of Prime Number Theory*. Berlin, Germany: Springer.

National Science Foundation (NSF) (sin fecha) *About*. Disponible en: <https://www.nsf.gov/about/> (Accedido: 22 diciembre 2016)

Neck, H. M. y Greene, P. G. (2011) "Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers", *Journal of Small Business Management*, 49 (1), pp. 55-70.

Negoita, M. (2014) "Globalization, state, and innovation: An appraisal of networked industrial policy", *Regulation y Governance*, 8 (3), pp. 371–393.

NESTA Innovation Foundation (sin fecha) *NESTA: About us*. Disponible en: <http://www.nesta.org.uk/about-us> (Accedido: 4 diciembre 2016).

Neulinger, J. (1974) *The Psychology of Leisure. Research Approaches to the study of leisure*. Springfield, Illinois, U.S.A.: Charles C. Thomas Publisher.

Newman, A. F. (2007) "Risk-bearing and entrepreneurship", *Journal of Economic Theory*, 137 (1), pp. 11-26.

Newman, P. C. (1981) *The Canadian Establishment: Volume Two: The Acquisitors*. Toronto, Canada: McClelland and Stewart.

Nicolaou, N., Shane, S. A., Adi, G., Mangino, M. y Harris, J. M. (2011) "A polymorphism associated with entrepreneurship: Evidence from dopamine receptor candidate genes", *Small Business Economics*, 36 (2), pp. 151-155.

Nicolaou, N., Shane, S. A., Cherkas, L. F. y Spector, T. D. (2009) "Opportunity recognition and the tendency to be an entrepreneur: A bivariate genetics perspective", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110 (2), pp. 108-117.

Nicolaou, N., Shane, S. A., Cherkas, L. F., Hunkin, J. L., y Spector, T. D. (2008) "Is the tendency to engage in entrepreneurship genetic?", *Management Science*, 54 (1), pp. 167-179.

Nieman, G. (2001) "Training entrepreneurs and small business enterprises in South Africa: A situational analysis", *Education + Training*, 43 (8-9), pp. 445-450.

Norbäck, P. J., Persson, L. Å. y Douhan, R. (2014) "Entrepreneurship policy and globalization", *Journal of Development Economics*, 110, pp. 22-38.

Norton, W. I. y Moore, W. T. (2006) "The influence of entrepreneurial risk assessment on venture launch or growth decisions", *Small Business Economics*, 26 (3), pp. 215-226.

NovoEd Learning Platform (sin fecha) *About*. Disponible en: <https://novoed.com/> (Accedido: 26 julio 2016)

Novy, A. (2012). *Lateinamerika-studien: Economía Política Internacional. Las ciencias interdisciplinarias*. Viena: Departamento para el Desarrollo Urbano y Regional de la Universidad de Economía de Viena.

Nykvist, J. (2008) "Entrepreneurship and liquidity constraints: Evidence from Sweden", *Scandinavian Journal of Economics*, 110 (1), pp. 23-43.

Ó Cinnéide, B. (2010) "The creative industries and entrepreneurship education: The potential contribution of student-oriented case studies", en Fayolle, A. *Handbook of Research in Entrepreneurship Education, Volume 3: International Perspectives*. Northampton, Massachusetts, USA: Edward Elgar Publishing Ltd., pp. 25-42.

O'Brien, C. (2013) "Happiness and sustainability together at last! Sustainable happiness", *Canadian Journal of Education*, 36 (4), pp. 228-256.

Observatorio de los Derechos de la Niñez y Adolescencia (ODNA) (2010) *Los niños y niñas del Ecuador a inicios del siglo XXI*. Quito, Ecuador: Observatorio de los Derechos de la Niñez y Adolescencia (ODNA)

Observatorio Europeo Leader (2000a) "La competitividad económica", *Cuaderno de la Innovación 6, Fascículo 4*. Bruselas, Bélgica: Observatorio Europeo Leader.

Observatorio Europeo Leader (2000b) "Innovación en el medio rural. La competitividad social", *Cuaderno de la Innovación 6, Fascículo 2*. Bruselas, Bélgica: Observatorio Europeo Leader.

Observatory of European SMEs (OESMEs) (2002) *EIM Business and Policy Research*. Luxembourg, Luxembourg: Observatory of European SMEs (OESMEs)

O'Connor, A. J. (2013) "A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes", *Journal of Business Venturing*, 28 (4), pp. 546-563.

O'Connor, G. C. y Rice, M. P. (2013a) "A Comprehensive Model of Uncertainty Associated with Radical Innovation", *Journal of Product Innovation Management*, 30 (S1), pp. 2-18.

O'Connor, G. C. y Rice, M. P. (2013b) "New Market Creation for Breakthrough Innovations: Enabling and Constraining Mechanisms", *Journal of Product Innovation Management*, 30 (2), pp. 209-227.

Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe (OREALC) y Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2015a) *Tercer Estudio Regional Comparativo y Explicativo (TERCE). Ficha TERCE Factores Asociados Ecuador*. Santiago, Santiago, Chile: Oficina

Regional de Educación para América Latina y el Caribe (OREALC) y Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe (OREALC) y Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2015b) *Informe Anual 2014. Evaluación de Aprendizajes para Avanzar hacia la Calidad - LLECE*. Santiago, Santiago, Chile: Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe (OREALC) y Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe (OREALC) y Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2016) *Media and Information Literacy (MIL)*. Disponible en: http://www.unesco.org/new/es/santiago/press-room/single-new/news/buscan_evaluar_alfabetizacion_mediatica_e_informacional_en_los_docentes_de_america_latina_y_el_caribe_mediante_prueba_piloto/#.V9Xf21vhDIU (Accedido: 11 septiembre 2016)

Ojo, S., Nwankwo, S. y Gbadamosi, A. (2013) "Ethnic entrepreneurship: The myths of informal and illegal enterprises in the UK" *Entrepreneurship and Regional Development*, 25 (7-8), pp. 587-611.

Omar, M. y Lewrick, M. (2010) "Entrepreneurship competencies and management capabilities for innovation and sustainable growth: Empirical study", en Al-Hakim, L. A. y Jin, C. *Innovation in Business and Enterprise: Technologies and Frameworks*. Hershey, Pennsylvania, USA: IGI Global, pp. 105-119.

O'Neill, D., Ballard, S. C. y Levie, J. (2010) *An Overview of the ASU Technopolis Launch Pad Program: Accelerating new ventures*. ASU Technopolis. Arizona, USA: Arizona State University, Research and Economic Research, Office of Economic Affairs.

Oplatka, I. (2014) "Understanding teacher entrepreneurship in the globalized society: Some lessons from self-starter Israeli school teachers in road safety education", *Journal of Enterprising Communities*, 8 (1), pp. 20-33.

Ordeñana, X., y Arteaga, E. (2013) "The effect of social capital on middle-class entrepreneurship in Ecuador", *Entrepreneurship in Latin America. A step up the social ladder?* Washington, DC, USA: The Inter-American Development Bank y The World Bank.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) [OCDE en español] (1999) *Principios de la OCDE para el gobierno de las sociedades*. París, Francia: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) [OCDE en español] (2000) *Policy Brief: Small and Medium-sized Enterprises: Local Strength, Global Reach*. Paris, France: Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) [OCDE en español] (2004) *Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs in a Global Economy: Towards a More Responsible and Inclusive Globalisation. Second OECD Conference of Ministers responsible for Small and Medium-sized Enterprises (SMEs)* Istanbul, Turkey: Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) [OCDE en español] (2007) *Revised Field of Science and Technology (FOS) Classification in the Frascati Manual: Annex 1 y 2*. Paris, France: Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) [OCDE en español] (2011) *Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales*. Paris: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD)

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) [OCDE en español] (2016a) *The OECD Centre for Entrepreneurship*. Disponible en: <http://www.oecd.org/cfe/leed/> OECD (Accedido: 28 julio 2016)

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) [OCDE en español] (2016b) *Programme for International Student Assessment (PISA)* Disponible en: <https://www.oecd.org/pisa/aboutpisa/> (Accedido: 11 septiembre 2016)

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) [OCDE en español] (2016c) *Programme for the International Assessment of Adult Competencies (PIAAC)*. Disponible en: <http://www.oecd.org/skills/evaluaciones-de-competencias/evaluaciondecompetenciasdeadultospiaac.htm> (Accedido: 11 septiembre 2016)

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) y World Bank Group (WB) [OCDE/BM en español] (2015) *PISA for Development. Capacity Needs Analysis*. Ecuador. Paris, Paris, France: Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) y World Bank Group (WB)

Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia, y la Cultura (OEI) (2014) *Miradas sobre la Educación en Iberoamérica. Avances en las Metas Educativas 2021. Metas Educativas 2021*. Madrid, España: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia, y la Cultura.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) (2000) *Bibliografía Comentada, Cambios en la Cobertura Forestal, Ecuador: Perfil General de Ecuador*. Roma, Italia: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) (2001) *Estado de la Información Forestal en Ecuador*. Santiago, Chile: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)

Organización de las Naciones Unidas (ONU) (1995) *Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social*. Copenhague, Dinamarca: Organización de las Naciones Unidas (ONU)

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (UNIDO) (sin fecha) *About UNIDO*. Disponible en: http://www.unido.ru/eng/overview_en/unido_en/ (Accedido: 27 julio 2016)

Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2014) *Campos de Educación y Capacitación 2013 de la CINE (ISCED-F 2013)*. Montréal, Québec, Canadá: Instituto de Estadística de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Ortiz, J. R. (2000) "Paradigmas de la Investigación", *UNAdocumenta*, 14 (1), pp. 42-48.

Ortiz-de-Mandojana, N., y Bansal, P. (2016) "The long-term benefits of organizational resilience through sustainable business practices", *Strategic Management Journal*, 37 (8), pp. 1615–1631.

Osiyevsky, O. y Dewald, J. (2015) "Explorative Versus Exploitative Business Model Change: The Cognitive Antecedents of Firm-Level Responses to Disruptive Innovation", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9 (1), pp. 58–78.

Ostapenko, N. (2015) "National culture, institutions and economic growth: The way of influence on productivity of entrepreneurship", *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 4 (3), pp. 331-351.

Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2010) *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: Jhon Wiley y Sons, Inc.

Otis, J. A. (1923) *Otis Classification Test [basada en Stanford-Binet Intelligence Scale (Terman, 1916)]*. Yonkers, NY: World.

Oviatt, B. M. y McDougall, P. P. (1994) "Toward a Theory of International New Ventures", *Journal of International Business Studies*, 25 (1), pp. 45-64.

Oviatt, B. M. y McDougall, P. P. (2005) "Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29 (5), pp. 537-553.

Owen, D. F. (1976) "Human inequality: an ecologist's point of view", *Oikos*, 27 (1), pp. 2-8.

Oxenfeldt, A. R. (1943) *New firms and free enterprise: pre-war and post-war aspects*. Washington, D.C., U.S.A.: American Council on Public Affairs.

Ozdemir, S. Z., Moran, P., Zhong, X. y Bliemel, M. J. (2014) "Reaching and Acquiring Valuable Resources: The Entrepreneur's Use of Brokerage, Cohesion, and Embeddedness", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 40 (1), pp. 49–79.

Paddock, E. L., Ko, J., Cropanzano, R., Bagger, J., El Akrem, A., Camerman, J., . . . Van den Bos, K. (2015) "Voice and Culture: A Prospect Theory Approach", *Journal of Behavioral Decision Making*, 28 (2), pp. 167–175.

Pallarès-Blanch, M., Tulla, A. F. y Vera Martín, A. (2015) "Environmental capital and women's entrepreneurship: A sustainable local development approach", *Carpathian Journal of Earth and Environmental Sciences*, 10 (3), pp. 133-146.

Palmer, M. (1971) "The Application of Psychological Testing to Entrepreneurial Potential", *California Management Review*, 13 (3), pp. 32-38.

Parlamento y Consejo Europeo (2009) *Recomendación del Parlamento Europeo y el Consejo relativa a la creación del Sistema Europeo de Créditos para la Educación y Formación Profesionales (ECVET). Anexo 1 Definiciones*. Bruselas, Bélgica, Unión Europea: Diario Oficial de la Unión Europea.

Patel, P. C., Fernhaber, S. A., McDougall-Covin, P. P. y van der Have, R. P. (2014) "Beating competitors to international markets: The value of geographically balanced networks for innovation", *Strategic Management Journal*, 35 (5), pp. 691–711.

Payne, G. T., Moore, C. B., Bell, R. G. y Zachary, M. A. (2013) "Signaling Organizational Virtue: an Examination of Virtue Rhetoric, Country-Level Corruption, and Performance of Foreign IPOs from Emerging and Developed Economies", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7 (3), pp. 230–251.

Pech, R. J. y Cameron, A. (2006) "An entrepreneurial decision process model describing opportunity recognition", *European Journal of Innovation Management*, 9 (1), pp. 61-78.

Penaluna, A., Coates, J. y Penaluna, K. (2010) "Creativity-based assessment and neural understandings: A discussion and case study analysis", *Education and Training*, 52 (8), pp. 660-678.

Penrose, E. E. (1959) *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Basil Blackwell.

Pérez Cepeda, M. B. (2016) *Entrevista a expertos relacionados con las áreas de educación, negocios y emprendimiento* (5 febrero 2016)

Pérez de Mendiguren, J. C., Etxezarreta Etxarri, E. y Guridi Aldanondo, L. (2008) *XI Jornadas de Economía Crítica. ¿De qué hablamos cuando hablamos de Economía Social y Solidaria? Concepto y nociones afines*. Bilbao, España: Ecocri.

Peter, M.K. y Jarratt, D.G. (2015) "The practice of foresight in long-term planning", *Technological Forecasting and Social Change*, 101, pp. 49-61.

Peter, R. y Bowes, A. M. (1990) *Entrepreneurship: Some Lessons of Social Anthropology*. Durham, United Kingdom: European Council for Small Business and Entrepreneurship (ECSB) 4th Workshop on Research in Entrepreneurship (RENT), University of Cologne.

Peterson, R. y Ainslie, K. (1988) *Understanding Entrepreneurship*. Dubuque, Iowa, U.S.A.: Kendall/Hunt.

Petit, J. M. y Prevosti, A. (2004) *Filosofía de la Naturaleza. Su configuración a través de sus textos*. Barcelona, España: Scire.

- Petridou, E. y Glaveli, N. (2008) "Rural women entrepreneurship within co-operatives: Training support", *Gender in Management*, 23 (4), pp. 262-277.
- Phan, P. y Chambers, C. (2013) "Advancing Theory in Entrepreneurship from the Lens of Operations Management", *Production and Operations Management*, 22 (6), pp. 1423–1428.
- Philip, L. J. (1998) "Combining quantitative and qualitative approaches to social research in human geography, an impossible mixture?", *Environment and Planning: A*, 30 (2), pp. 261-276.
- Piaget, J. (1964) *Six Études de Psychologie*. Genève, Suisse: Editions Gonthier.
- Piaget, J. (1970) *La epistemología de las relaciones interdisciplinarias. Interdiscipliniedad. Problemas de la Enseñanza y de la Investigación en las Universidades*. Niza, Francia: Centro para la Investigación e Innovación Educativa (CERI)
- Pierce, J. R. y Aguinis, H. (2013) "The Too-Much-of-a-Good-Thing Effect in Management", *Journal of Management*, 39 (2), pp. 313-338.
- Pilco del Salto, F. E. (2016) *Entrevista a expertos relacionados con las áreas de educación, negocios y emprendimiento* (5 febrero 2016)
- Pinchot, G. (1985) *Intrapreneuring why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur*. New York: Harper y Row.
- Pindado, J. y Requejo, I. (2015) "Family Business Performance from a Governance Perspective: A Review of Empirical Research", *International Journal of Management Reviews*, 17 (3), pp. 279–311.
- Pinkse, J. y Groot, K. (2015) "Sustainable Entrepreneurship and Corporate Political Activity: Overcoming Market Barriers in the Clean Energy Sector", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39 (3), pp. 633–654.
- Pitkänen, I., Parvinen, P. y Töytäri, P. (2014) "The Significance of the New Venture's First Sale: The Impact of Founders' Capabilities and Proactive Sales Orientatio", *Journal of Product Innovation Management*, 31 (4), pp. 680–694.
- Pittaway, L. A. (2005) "Philosophies in entrepreneurship: A focus on economic theories", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11 (3), pp. 201-221.
- Pittaway, L. A. y Thorpe, R. (2012) "A framework for entrepreneurial learning: A tribute to Jason Cope", *Entrepreneurship and Regional Development*, 24 (9-10), pp. 837-859.
- Plehn-Dujowich, J. M. (2010) "A theory of serial entrepreneurship", *Small Business Economics*, 35 (4), pp. 377-398.
- Plummer, L. A., Haynie, J. M. y Godesiabois, J. (2007) "An essay on the origins of entrepreneurial opportunity", *Small Business Economics*, 28 (4), pp. 363-379.

- Pollack, J. M., Coy, A. E., Green, J. D. y Davis, J. L. (2015) "Satisfaction, Investment, and Alternatives Predict Entrepreneurs' Networking Group Commitment and Subsequent Revenue Generation", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39 (4), pp. 817–837.
- Ponce Herrero, G. y Martínez Puche, A. (2003) "Factores de Impulso en la Configuración de un Territorio Innovador: La Contribución del Entorno al Sistema Productivo del Calzado Alicanteño", *Investigaciones Geográficas, Instituto Universitario de Geografía de la Universidad de Alicante*, 32, pp. 39-63.
- Porter, M. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. NY:Free Press.
- Porter, M. (1999) *Ser competitivo*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Porter, M., y Kramer, M. (2011) "La Creación de Valor Compartido [Shared Value]", *Harvard Business Review América Latina*, 1-18.
- Posada Álvarez, R. (2004) "Formación Superior Basada en Competencias, Interdisciplinaridad y Trabajo Autónomo del Estudiante", *Revista Iberoamericana de Educación*, pp. 1-34.
- Praag, C. M. y Ophem, H. V. (1995) "Determinants of Willingness and Opportunity to Start as an Entrepreneur", *Kyklos*, 48 (4), pp. 513-540.
- Prahalad, C. K. (2010) *The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating poverty through profits*. New Delhi, India: Dorling Kindersley/Pearson Education Inc.
- Princeton Review (2016) *Top 50 Entrepreneurship Colleges and Business Schools*. Disponible en: <http://www.princetonreview.com/top-entrepreneurial-colleges.aspx> (Accedido: 2 enero 2017)
- PROECUADOR (2013a) *Guía de Certificaciones Internacionales*. Ecuador: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
- PROECUADOR (2013b) *Migrante Emprende*. Ecuador: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
- PROECUADOR (2016) *Cumbre de Inversiones*. Ecuador: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) [UNDP en inglés] (2001) *Programa de las Naciones Unidas en el ámbito del Desarrollo Humano Sostenible*. New York, U.S.A.: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) [UNDP en inglés] (2014) *Human Development Report 2008-2014*. Disponible en: hdr.undp.org/es (Accedido: 21 junio 2016)
- Quer, J. M. (2011) *Planes de Continuidad de la Empresa Familiar*. Madrid, España: Universidad Nebrija.
- Quesnay, F. (1758) *Tableau économique*. Paris, France: Archives nationales.

Quesnay, F. (1765) *Droit naturel*. Paris, France: Journal de L'agriculture, du commerce et des finances.

Quesnay, F. (1767a) *Maximes générales du gouvernement économique d'un royaume agricole*. Paris, France: Dupont de Nemours.

Quesnay, F. (1767b) *Sur les travaux des artisans, Second Dialogue*. Paris, France: Journal de l'agriculture, du commerce et des finances.

Rae, D. (2010) "Universities and enterprise education: Responding to the challenges of the new era", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17 (4), pp. 591-606.

Rafindadi, A. A. y Yusof, Z. (2014) "Are the periods of currency collapse an impediment to entrepreneurship and entrepreneurial haven? Evidence from regional comparison", *International Journal of Economics and Financial Issues*, 4 (4), pp. 886-908.

Ramayah, T., Ahmad, N. H. y Fei, T. H. (2012) "Entrepreneur education: Does prior experience matter?", *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, pp. 65-82.

Rampini, A. A. (2004) "Entrepreneurial activity, risk, and the business cycle", *Journal of Monetary Economics*, 51 (3), pp. 555-573.

Randal, W. S., Hawkins, T. G., Haynie, J. J., Nowicki, D. R., Armenakis, A. A. y Geary, S. R. (2015) "Performance-Based Logistics and Interfirm Team Processes: An Empirical Investigation", *Journal of Business Logistics*, 36 (2), pp. 212-230.

Raposo, M. L., Smallbone, D., Balaton, K. y Hortoványi, L. (2011) "Introduction: Entrepreneurship, Growth and Economic Development", *Frontiers in European Entrepreneurship Research*, pp. 1-10.

Rasheed, H. S. (2004) "Developing Entrepreneurial Characteristics in Youth: The Effects of Education and Enterprise Experience", *International Journal of Entrepreneurship Education*, 88 (5), pp. 253-264.

Ratten, V. (2015) "International Consumer Attitudes Toward Cloud Computing: A Social Cognitive Theory and Technology Acceptance Model Perspective", *Thunderbird International Business Review*, 57 (3), pp. 217-228.

Rawls, J. (1971) *A Theory of Justice*. Cambridge: Harvard University Press.

Real Academia Española (sin fecha) [*Definición de emprender, emprendimiento y emprendedor*] Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=emprendimiento> (Accedido: 23 abril 2014)

Real Academia Española (sin fecha) [*Definición de emprender, emprendimiento y emprendedor*] Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=Esffwg4> (Accedido: 2 enero 2016)

Real Academia Española (sin fecha) [*Definición de sui generis*] Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=Esffwg4> (Accedido: 15 marzo 2016)

- Redrován Escobar, M. A. (2016) *Entrevista a Graduados de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG* (29 septiembre 2016)
- Reigeluth, C. M. (1983) "Meaningfulness and Instruction: Relating What Is Being Learned to What a Student Knows", *Instructional Science*, 12 (3), pp. 197-218.
- Renko, M., El Tarabish, A., Carsrud, A. L. y Brännback, M. (2015), "Understanding and Measuring Entrepreneurial Leadership Style", *Journal of Small Business Management*, 53 (1), pp. 54–74.
- Rerup, C. (2005) "Learning from past experience: Footnotes on mindfulness and habitual entrepreneurship", *Scandinavian Journal of Management*, 21 (4), pp. 451-472.
- Restrepo, E. (2010) *Técnicas Etnográficas*. Quibdó, Chocó - Colombia: Fundación Universitaria Claretiana (FUCLA).
- Reyes-Rodríguez, J. F., Ulhøi, J. P. y Madsen, H. (2016) "Corporate Environmental Sustainability in Danish SMEs: A Longitudinal Study of Motivators, Initiatives, and Strategic Effects", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 23 (4), pp. 193–212.
- Reynolds, P. D. (1991) "Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (2), pp. 47-70.
- Rhisiart, M. y Jones-Evans D. (2016) "The impact of foresight on entrepreneurship: The case study", *Technological Forecasting and Social Change*, 102 (C), pp. 112-119.
- Ries, E. (2011) *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. New York: Crown Business Publishing.
- Rincones, D. (2002) *El modelo androergológico de formación de emprendedores universitarios*. Tesis Doctoral. Universidad Interamericana de Educación a Distancia de Panamá (UNIEDPA).
- Rivas, G. (2014) *El fomento al emprendimiento dinámico en países del Cono Sur de América Latina: Análisis de experiencias y lecciones de política*. Washington D.C., U.S.A.: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- Rivera Butzbach, E. (2012) *CROWDFUNDING: La eclosión de la financiación colectiva, un cambio tecnológico, social y económico*. España: Microtemas.
- Robeson, D. y O'Connor, G. C. (2013) "International Consumer Attitudes Toward Cloud Computing: An Exploration at Multiple Levels", *Journal of Product Innovation Management*, 30 (4), pp. 608–625.
- Rodríguez Garay, R. E., Kobilá, M. T., Morbelli, C. I. y Parolin, M. A. (2013) "Cultura cooperativa y emprendedora: Un nexo conveniente", *Revista de Ciencias Económicas y Estadísticas Saberes*, pp. 87-90.
- Rodríguez Hidrovo, G. A. *Entrevista a expertos relacionados con las áreas de educación, negocios y emprendimiento* (4 febrero 2016)

- Rodríguez-Suárez, P. M., Pico-González, B. y Méndez-Ramírez, F. J. (2013) "Capacidad innovadora en la empresa familiar como área de oportunidad hacia el desarrollo de México", *Economía, Sociedad y Territorio del Colegio Mexiquense, A.C., Toluca, México*, XIII (43), pp. 779-794.
- Rogers, C. R. (1951) *Client-Centered Therapy: Its Current Practice, Implications and Theory*. Boston, Massachusetts, U.S.A.: Houghton Mifflin College Division.
- Rogers, C. R. (1961) *On Becoming a Person: a Therapist's View of Psychotherapy*. Boston, Massachusetts, U.S.A.: Houghton Mifflin Company.
- Rogers, C. R. (1977) *On Personal Power: Inner Strength and Its Revolutionary Impact*. New York, U.S.A.: Delacorte Press.
- Rogers, C. R. (1980) *A Way of Being*. Boston, Massachusetts, U.S.A.: Houghton Mifflin.
- Rojas Reyes, J. A. (2016) *Entrevista a Graduados de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG* (30 octubre 2016)
- Rojas, M. (2007) "Heterogeneity in the relationship between income and happiness: A conceptual-referent-theory explanation", *Journal of Economic Psychology*, 28 (1), pp. 1-14.
- Rönkkö, M. L. y Lepistö, J. (2015) "Finnish student teachers' critical conceptions of entrepreneurship education", *Journal of Enterprising Communities*, 9 (1), pp. 61-75.
- Ronstadt, R. (1984) *Entrepreneurship Text, Cases and Notes*. Dover, Massachusetts: Lord Publishing.
- Rooks, G., Sserwanga, A. y Frese, M. (2014) "Unpacking the Personal Initiative–Performance Relationship: A Multi-Group Analysis of Innovation by Ugandan Rural and Urban Entrepreneurs", *Applied Psychology*, 65 (1), pp. 99-131.
- Rosa, P. J., Kodithuwakku, S. y Balunywa, W. (2006) "Entrepreneurial motivation in developing countries: What does "necessity" and "opportunity" entrepreneurship really mean?", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 20 (26), pp. 4-20.
- Rosales, R. (1997) "La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PYMEs", en *Cambios estratégicos en las políticas industriales*. Edición 51. Caracas, Venezuela: II Reunión del Foro Regional sobre Política Industrial.
- Roure, J., de San José, A. y Segurado, J. L. (2013) *Las Redes de Inversionistas Ángeles en América Latina y el Caribe*. Barcelona: IESE y FOMIN.
- Rowan Jaron (2010) *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid, España: Traficantes de Sueños.
- Roy, J., Dasgupta, S. y Chakravarty, D. (2013) "Energy Efficiency: Technology, Behavior, and Development, en Goldthau, A. *The Handbook of Global Energy Policy*. Oxford, UK: John Wiley & Sons Ltd.

- Royuela, V. y Castells-Quintana, D. (2014) "International migrations and urbanisation: 1960-2010", *International Journal of Global Environmental Issues*, 13 (2-4), pp. 150-169.
- Rueda, P. y Villarroel, I. (1992) "El método hermenéutico-dialéctico una estrategia para las ciencias de la conducta", *Revista Ciencias de la Educación de la Universidad de Carabobo*, 3 (5), pp. 1-11.
- Ruskovaara, E. y Pihkala, T. (2013) "Teachers implementing entrepreneurship education: Classroom practices", *Education and Training*, 55 (2), pp. 204-216.
- Ruskovaara, E. y Pihkala, T. (2015) "Entrepreneurship education in schools: Empirical evidence on the teacher's role", *Journal of Educational Research*, 108 (3), pp. 236-249.
- Sahamie, R., Stindt, D. y Nuss, C. (2013) "Transdisciplinary Research in Sustainable Operations – An Application to Closed-Loop Supply Chains", *Business Strategy and the Environment*, 22 (4), pp. 245–268.
- Saiz-Álvarez, J.M. y García-Vaquero, M. (2017) "Entrepreneurship", en Khosrow-Pour, M. (Ed.) *Encyclopedia of Information Science and Technology*, 4th ed., Hershey, PA (EE.UU.): Information Science Reference (IGI Global), pp. 1214-1220.
- Salmon, C. (2008) *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Atalaya.
- Salovey, P. y Mayer, J. D. (1990) *Imagination, Cognition and Personality*, 9 (3), pp. 185-211.
- Samaja, J. A. (2004) *Episteología y Metodología: elementos para una teoría de la investigación científica*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires, Eudeba.
- Samnani, A.K., Boekhorst, J. A. y Harrison, J. A. (2013) "The acculturation process: Antecedents, strategies, and outcomes", *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 86 (2), pp. 166–183.
- Sanabria Landazábal, N. (2012) "Perdurabilidad empresarial Anotaciones teóricas", *Pensamiento y Gestión: Revista de la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte*, (32), pp. 1657-6276
- Sandeep, M. S. y Ravishankar, M. N. (2015) "Impact sourcing ventures and local communities: a frame alignment perspective", *Information Systems Journal*, 26 (2), pp. 127–155
- Sanguinetti, P. (2013) "El emprendimiento como motor del desarrollo", en CAF, *Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva* Bogotá, Colombia: Corporación Andina de Fomento (CAF), pp. 19-61.
- Sarasvathy, S. (2008) *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*. New Horizons in Entrepreneurship Series. Northampton, Massachusetts, USA: Edward Elgar Publishing.

- Sarasvathy, S. (2012) *Everyone Should Learn the Entrepreneurial Method*. Disponible en: <https://hbr.org/2012/03/everyone-should-learn-the-entr>. (Accedido: 15 mayo 2016)
- Sarri, K. K., Bakouros, I. L. y Petridou, E. (2010) "Entrepreneur training for creativity and innovation", *Journal of European Industrial Training*, 34 (3), pp. 270-288.
- Say, J. B. (1803) *Traité d'Economie Politique*. Paris, France: De l'Imprimerie de Crapelet, Chez Deterville.
- Schindehutte, M. (2015) "Time and Entrepreneurship", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-7)
- Schloss, H. H. (1968) "The Concept of Entrepreneurship in Economic Development", *Journal of Economic Issues*, pp. 228-232.
- Schmutz, V. y Miller, C. N. (2015) "Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences: An Interdisciplinary, Searchable, and Linkable Resource", *Production of Culture*, pp. 1-14.
- Schoon, I. y Duckworth, K. (2012) "Who becomes an entrepreneur? Early life experiences as predictors of entrepreneurship", *Developmental Psychology*, 48 (6), pp. 1719-1726.
- Schrage, H. (1965) "The R&D Entrepreneur: Profile of Success", *Harvard Business Review*, 43 (6), pp. 8-21.
- Schumpeter, J. A. (1912) *The Theory of Economic Development*. Leipzig, Saxony, Germany: Duncker and Humblot.
- Schumpeter, J. A. (1942) *Capitalism, socialism, and democracy*. New York, U.S.A.: Harper and Brothers.
- Schumpeter, J. A. (1952) *Can Capitalism Survive?* New York: Harper y Row.
- Scopelliti, I., Cillo, P., Busacca, B. y Mazursky, D. (2014) "How Do Financial Constraints Affect Creativity?", *Journal of Product Innovation Management*, 31 (5), pp. 880–893.
- SCOPUS (2014) *Integral Formative Model of Prospective Entrepreneurship*. Disponible en: <https://www-scopus-com.ezproxy.nebrija.es/> (Accedido: 8 mayo 2014)
- SCOPUS (2016a) *Integral Formative Model of Prospective Entrepreneurship*. Disponible en: <https://www-scopus-com.ezproxy.nebrija.es/> (Accedido: 27 julio 2016)
- SCOPUS (2016b) *Entreprenology*. Disponible en: <https://www-scopus-com.ezproxy.nebrija.es/> (Accedido: 31 julio 2016)
- Scott, M. G., y Anderson, A. R. (1994) "Entreprenology: The study of the creation and extraction of value from an environment". *15th Babson Entrepreneurship Research Conference*. Wellesley, Massachusetts, U.S.A.: Frontiers of Entrepreneurship Research.

Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) (2014) [*Misión, Visión, y Valores*]. Disponible en: www.educacionsuperior.gob.ec (Accedido: 16 junio 2014)

Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) (2016) [*Programas de Emprendimiento e Innovación*]. Disponible en: <http://www.educacionsuperior.gob.ec/> (Accedido: 27 septiembre 2016)

Secretaría del Buen Vivir (SBV) (2016) *El Sumak Kawsay*. Quito, Ecuador: Secretaría del Buen Vivir (SBV)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2009) *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural*. Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2010a) *Los Nuevos Retos de América Latina: Socialismo y Sumak Kawsay*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2010b) *Sistema Nacional de Información: Indicadores de Educación de la Ciudad de Guayaquil*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2012) *Transformación de la Matriz Productiva*. Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2013) *Plan Nacional de Desarrollo/Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) (2016) *Niveles Administrativos de Planificación*. Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)

Seed Camp (2016) *About us*. Disponible en: <http://seedcamp.com/> (Accedido: 27 diciembre 2016)

Seikkula-Leino, J., Ruskovaara, E., Ikävalko, M., Mattila, J. y Rytkölä, T. (2010) "Promoting entrepreneurship education: The role of the teacher?", *Education and Training*, 52 (2), pp. 117-127.

Semrau, T. y Werner, A. (2014) "How Exactly Do Network Relationships Pay Off? The Effects of Network Size and Relationship Quality on Access to Start-Up Resources", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38 (3), pp. 501–525.

Senior, A., Narvaez, M., Fernandez, G. y Revilla, J. (2007) "Responsabilidad ambiental: factor creador de valor agregado en las organizaciones", *Revista de Ciencias Sociales del Instituto de Investigación Universidad del Zulia (LUZ) Maracaibo- Venezuela*, 13 (3), pp. 484-494.

Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) (2014) *Oferta de Capacitación*. Quito, Ecuador: Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP)

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2016) [*Desafío Universitario*]. Disponible en: <http://desafiouniversitarioempreendedor.sebrae.com.br/plataforma/index.xhtml> (Accedido: 13 agosto 2016)

Sexton, D. L. y Smilor, R. W. (1986) *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, Massachusetts, U.S.A: RGK Foundation., IC Institute., y Baylor University, Ballinger Publishing Company.

Shane, S. A. (1997) "Who is Publishing the Entrepreneurship Research", *Journal of Management*, 23, pp. 83-95.

Shane, S. A. (2000) "Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities", *Organization Science*, 11 (4), pp. 448-469.

Shane, S. A. y Venkataraman, S. (2000) "The promise of entrepreneurship as a field of research", *Academy of Management Review*, 25 (1), pp. 217-226.

Shapiro, A. (1975) "The displaced uncomfortable entrepreneur", *Psychology Today*, 7 (11), pp. 83-89.

Shattuck, L., Banks, J. ., y Abbott, J. (1850) *Report of the Sanitary Commission of the State of Massachusetts*. Boston: Dutton y Wentworth, State Printers.

Shepherd, D. A. y Patzelt, H. (2013) "Operational Entrepreneurship: How Operations Management Research Can Advance Entrepreneurship", *Production and Operations Management*, 22 (6), pp. 1416–1422.

Sherman, C. L., Randall, C. y Kauanui, S. K. (2016) "Are you happy yet? Entrepreneurs' subjective well-being", *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 13 (1), 7-23.

Shleifer, A. y Vishny, R. W. (1997) "A Survey of corporate governance", *Journal of finance*, 52 (2), pp. 737-783.

Shum, P. K. y Lin, G. (2010) "A resource-based view on entrepreneurship and innovation", *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 11 (3), pp. 264-281.

Siemens, G. (2005) "Connectivism: Learning as Network-Creation", Elearnspace. Disponible en: <http://www.elearnspace.org/Articles/networks.htm>. (Accedido: 17 mayo 2016)

Sierra Bravo, Restituto (2003) *Tesis doctorales y Trabajos de investigación científica: metodología general de su elaboración*. Madrid: Paraninfo.

Sierra y Arizmendiarieta, B. y Pérez Ferra, M. (2007) “La comprensión de la relación teoría-práctica: una clave epistemológica de la didáctica”, *Revista de Educación*, 342, pp. 553-576.

Simoës, N., Crespo, N. y Moreira, S. B. (2016) “Individual Determinants of Self-Employment Entry: What Do We Really Know?”, *Journal Of Economic Surveys*, 30 (4), pp. 783–806.

Sistema Nacional de Información de Educación Superior del Ecuador (SNIESE) (sin fecha) Oferta Académica. Disponible en: <https://infoeducacionsuperior.gob.ec/#/oferta-academica-2009/cursos/11534> (25 julio 2016)

Skeldon, R. (2012) “Migration transitions revisited: Their continued relevance for the development of migration theory”, *Population, Space and Place*, 18 (2), pp. 154-166.

Skinner, B. F. (1953) *Science and human behavior*. New York, U.S.A.: The Macmillan Company.

Skinner, B. F. (1971) *Beyond Freedom and Dignity*. Indianapolis, Indiana, U.S.A.: Hackett Publishing Company.

Sköld, B. y Tillmar, M. (2015) “Resilient gender order in entrepreneurship: The case of Swedish welfare industries”, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 7 (1), pp. 2-26.

Skoll Foundation (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://skoll.org/>: <http://skoll.org/> (Accedido: 26 julio 2016)

Slevin, D. P. y Covin, J. G. (2015) “Emergent Strategy”, *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-3)

Smith, A. (1776) *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Second volume. London, England: W. Strahan y T. Cadell.

Smith, N. R. (1967) *The entrepreneur and his firm: the relationship between type of man and type of company*. East Lansing, Michigan: Bureau of Business Research, Michigan State University.

Smith, P. G. (2004) “Accelerated Product Development: Techniques and Traps”, en Kahn, K. B. *The PDMA Handbook of New Product Development*. New Jersey: John Wiley y Sons, pp. 173-187.

Smith, R. (2011) “The role of storyboards and scrapbooks in propagating entrepreneurial value in family business settings”, *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 7 (3), pp. 260-271.

Smith, R. y Anderson, A. R. (2004) “The devil is in the e-tale: forms and structures in the entrepreneurial narratives”, en Hjorth, D. y Steyaert, C. *Narrative and Discursive Approaches in Entrepreneurship*. Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing Limited, pp. 125-143.

Social Enterprise Knowledge Network (SEKN) (2006) *Effective Management of Social Enterprises*. Cambridge, Massachusetts, U.S.A.: Harvard University, David Rockefeller Center for Latin American Studies and Inter-American Development Bank.

Society for Effectual Action (2017) [Introducción]. Disponible en: http://www.effectuation.org/?page_id=18 (Accedido: 5 junio 2017)

Solimano, A., Pollack, M., Wainer, U. y Wurgaft, J. (2007) *Micro Empresas, PyMESy Desarrollo Económico. Chile y la Experiencia Internacional*. Santiago, Chile: CIGLOB.

Solomon, G. (2007) "An examination of entrepreneurship education in the United States", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14 (2), pp. 168-182.

Solórzano H., G. A. (2008) "El hombre, un ser integral", *Foro de Educación*, 6 (10), pp. 347-367.

Sombart, W. (1911) *The Jews and Modern Capitalism (Die Juden und das Wirtschaftsleben)*. Leipzig, Germany: Duncker und Humblot.

Song, M. y Chen, Y. (2014) "Organizational Attributes, Market Growth, and Product Innovation", *Journal of Product Innovation Management*, 31 (6), pp. 1312–1329.

Song, M., Zhao, L., Arend, R. J. e Im, S. (2017) "Strategic planning as a complex and enabling managerial tool", *Strategic Management Journal*, 38 (8), pp. 1741–1752.

Sopó Montero, G. R. (2016) *Entrevista a expertos relacionados con las áreas de educación, negocios y emprendimiento* (2 febrero 2016)

Souitaris, V., Zerbinati, S. y Al-Laham, A. (2007) "Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources", *Journal of Business Venturing*, 22 (4), pp. 566-591.

Spark Global Entrepreneurship (sin fecha) *Our Commitment*. Disponible en: <http://www.startthespark.org/about> (Accedido: 26 julio 2016)

Spearman, C. (1904) "General Intelligence' Objectively Determined and Measured", *American Journal of Psychology*, 15, pp. 201-293.

Spearman, C. (1927) *The Abilities of Man*. London: Macmillan.

SPICE Group (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://www.spice-group.de/about/> (Accedido: 27 julio 2016)

Spieth, P., Schneckenberg, D. y Ricart, J. E. (2014) "Business model innovation – state of the art and future challenges for the field", *R&D Management*, 44 (3), pp. 237–247.

Spire, A. (2000) *El pensamiento de Prigogine. La belleza del caos*. Barcelona: Andrés Bello.

Sridharan, S., Maltz, E., Viswanathan, M. y Gupta, S. (2014), "Transformative Subsistence Entrepreneurship: A Study in India", *Journal of Macromarketing*, 34 (4), pp. 486-504.

Stanford University (2015) *Design Thinking Resources*. Stanford, CA: Stanford University Institute of Design.

Stanford University (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://stvp.stanford.edu/about/> (26 de Julio de 2016)

Stare, A. (2014) "Agile Project Management in Product Development Projects", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 119, pp. 295-304.

Startup Blueprint (sin fecha) *Braintree and PayPal Startups*. Disponible en: <https://blueprint.paypal.com/> (Accedido: 26 julio 2016)

Startupbootcamp (sin fecha) *About us*. Disponible en: <https://www.startupbootcamp.org/about-us/> (Accedido: 26 julio 2016)

Startups Ventures (sin fecha) *About us*. Disponible en: <http://www.startupsventures.com/> (Accedido: 13 agosto 2016)

Steinberg, A. (2008) "Rhizomic network analysis: Toward a better understanding of knowledge dynamics of innovation in business networks", en Zhao, F. *Information Technology Entrepreneurship and Innovation*. Hershey, Pennsylvania, U.S.A.: IGI Global, pp. 224-249.

Steiner, J. F. y Steiner, G. A. (2006) *Business, Government, and Society: A Managerial Perspective, Text and Cases*. New York, U.S.A.: McGraw Hill/Irwin.

Stephan, U. y Uhlaner, L. M. (2010) "Performance-based vs socially supportive culture: A cross-national study of descriptive norms and entrepreneurship", *Journal of International Business Studies*, 41 (8), pp. 1347-1364.

Sternberg, R. J. (1986) *Capacidades Humanas*. Barcelona, España: LABOR.

Stevenson, H. (1983) "A Perspective On Entrepreneurship", *Harvard Business School Working Papers*, 9, pp. 384-131.

Stevenson, H. (1985) "The Heart of Entrepreneurship", *Harvard Business Review*, pp. 85-94.

Stevenson, H. (1988) *Babson College Research Conference*. Calgary, Canadá: Babson College.

Stevenson, H. (2000) "Entrepreneurship Has Won: Now What Do We Do?" en *USASBE/SBIDA Joint Annual National Conference*. San Antonio, Texas, U.S.A. February 17. United States Association for Small Business and Entrepreneurship (USASBE), pp. 1-8.

Stevenson, H. H. y Jarillo, J. C. (1990) "A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management", *Strategic Management Journal*, 11 (Special Issue), pp. 17-27.

Storey, D. J. (1994) *Understanding the Small Business Sector*. London, U.K.: Routledge.

Stough, R., Karlsson, C. y Johansson, B. (2014) "Endogenous regional growth and development: Clusters, agglomeration and entrepreneurship" en Karlsson, C., Johansson, B., y Stough, R. R. *Agglomeration, Clusters and Entrepreneurship: Studies in Regional Economic Development*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Ltd., pp. 3-15.

Strutzenberger, A. y Ambos, T. C. (2014) "Unravelling the Subsidiary Initiative Process: A Multilevel Approach", *International Journal of Management Reviews*, 16 (3), pp. 314–339.

Suárez Martínez, G. X. (2016) *Entrevista a Graduados de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG* (30 octubre 2016)

Subedi, D. (2013) "'Pro-Peace Entrepreneur" or "Conflict Profiteer"? Critical Perspective on the Private Sector and Peacebuilding in Nepal", *Peace History Society and Wiley Periodicals*, 38 (2), pp. 181-206.

Sumanth, D. J. (1979) *Productivity Measurement and Evaluation Models for Manufacturing Companies*. PhD Dissertation. Illinois: Illinois Institute of Technology, University Microfilms, Ann Arbor, Mich.

Sumanth, D. J. (1985) *Productivity Engineering and Management*. Singapore: McGraw-Hill, Inc.

Surowiecki, J. (2004) *The Wisdom of Crowds*. New York: Doubleday.

Sutter, C. J., Kistruck, G. M. y Morris, S. (2014) "Adaptations to Knowledge Templates in Base-of-the-Pyramid Markets: The Role of Social Interaction", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8 (4), pp. 303–320.

Sutton, G. y Kiyosaki, R. (2005) *The ABC's of Writing Winning Business Plans: How to Prepare a Business Plan That Others Will Want to Read and Invest In*. New York: Warner Books.

Sweida, G. L. y Reichard, R. J. (2013) "Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-efficacy and high-growth entrepreneurial intention", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20 (2), pp. 296-313.

Swoboda, B. y Olejnik, E. (2014) "Linking Processes and Dynamic Capabilities of International SMEs: The Mediating Effect of International Entrepreneurial Orientation", *Journal of Small Business Management*, 5, pp. 139-161.

Szirmai, A., Naudé, W. A. y Goedhuys, M. (2011) *Entrepreneurship, Innovation, and Economic Development*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Tallman, S. (2015) *Dynamic Capabilities*. Wiley Encyclopedia of Management Volume 6 (1-3)

Tang, J., Kacmar, K. M. y Busenitz, L. W. (2012) "Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities", *Journal of Business Venturing*, 27 (1), pp. 77-94.

Tang, J., Tang, Z. y Katz, J. A. (2014) "Proactiveness, Stakeholder–Firm Power Difference, and Product Safety and Quality of Chinese SMEs", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38 (5), pp. 1129–1157.

Technology, Innovation, International (TII) (sin fecha) [*Global Online Commercialization Hub*]. Disponible en: http://www.tii.org/index2.php?sm=tii_en-10-tii_in_brief (Accedido: 27 julio 2016)

Techstars (sin fecha) *Techstars Foundation*. Disponible en: <http://www.techstars.com/techstars-foundation/> (Accedido: 26 julio 2016)

Techwadi (sin fecha) About us. Disponible en: <https://techwadi.org/about-us/> (Accedido: 26 julio 2016)

Tete, M. F., Limongi, R., De Almeida, M. I. y Borges, C. (2014) "Experiential learning as teaching strategy for entrepreneurship: Assessment of a Brazilian experience", *International Journal of Innovation and Learning*, 16 (4), pp. 428-447.

Thang, N., Quang, T. y Son, N. (2013) "Knowledge creation and green entrepreneurship: A study of two Vietnamese green firms", *Asian Academy of Management Journal*, 18 (2), pp. 129-151.

Thietart, R. A. (2015) "Strategy dynamics: Agency, path dependency, and self-organized emergence", *Strategic Management Journal*, 37 (4), pp. 774–792.

Thompson, L. L. y Wilson, E. R. (2015) "Creativity in Teams", *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences: An Interdisciplinary, Searchable, and Linkable Resource*, pp. 1-14.

Thorgren, S. y Wincent, J. (2015) "Passion and habitual entrepreneurship", *International Small Business Journal*, 33 (2), pp. 216-227.

Thorndike, E. L. (1920) "Intelligence and Its Uses", *The Harpers Monthly*, pp. 227-235.

Thornton, P. H. (1999) "The Sociology of Entrepreneurship", *Annual Review of Sociology*, 25, pp. 19-46.

Thousand Network (sin fecha) *About*. Disponible en: <https://thousandnetwork.com/> (Accedido: 22 diciembre 2016)

Tian, Y. y Smith, W. K. (2014) "Entrepreneurial Leadership of Social Enterprises: Challenges and Skills for Embracing Paradoxes", *Journal of Leadership Studies*, 8 (3), pp. 42–45.

Tiefer, L. (2002) "The emerging global discourse of sexual rights", *Journal of Sex and Marital Therapy*, 28 (5), pp. 439-444.

Tigrero Villón, E. L. (2016) *Entrevista a Graduados de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG* (30 octubre 2016)

- Timmons, J. (1971) *Entrepreneurial and Leadership Developments in a Inner City Ghetto and a Rural Depressed Area*. Doctoral Dissertation. Boston, Massachusetts, U.S.A.: Graduate School of Business Administration, Harvard University.
- Timmons, J. (1974) *New Venture Creation – Entrepreneurship For The 21st Century*. Boston, Massachusetts, U.S.A.: Richard Irwin.
- Timmons, J. (1978) “Characteristics and Role Demands of Entrepreneurship”, *American Journal of Small Business*, 3 (1), pp. 5-17.
- Timmons, J. (1989) *The entrepreneurial mind*. Andover, Mass: Brick House Publishing.
- Timmons, J. (1994) *New Venture creation, Entrepreneurship for the 21st Century*. Fourth edition. Burr Ridge, Illinois: Irwin Press.
- Timmons, J. y Spinelli, S. (2003) *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. 6th edition. New York: McGraw-Hill.
- Timmons, J., Smollen, L. E., y Dingee, A. L. (1977) *New venture creation: a guide to small business development, Volumen 1*. Michigan: R. D. Irwin.
- Tocher, N., Oswald, S. L. y Hal, D. J. (2015) “Proposing Social Resources as the Fundamental Catalyst Toward Opportunity Creation”, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9 (2), pp. 119–135.
- Tony Elumelu Foundation (sin fecha) *About TEF*. Disponible en: <http://tonyelumelufoundation.org/about/> (Accedido: 26 julio 2016)
- Tornau, K. y Frese, M. (2013) “Construct Clean-Up in Proactivity Research: A Meta-Analysis on the Nomological Net of Work-Related Proactivity Concepts and their Incremental Validities”, *Applied Psychology*, 62 (1), pp. 44-96.
- Toro Jaramillo, M. A. (2016) *Entrevista a Graduados de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG* (21 septiembre 2016)
- Torres, S. J. (1996) *Globalización e interdisciplinariedad: El curriculum integrado*. Madrid, España: Morata.
- Toterh, T., Toterhi, T., y Recardo, R. J. (2013) “The Talent Funnel: How to Surface Key Human Resources”, *Global Business and Organizational Excellence*, 32 (5), pp. 22–44.
- Toulouse, J. M. (1979) *L'entrepreneurship au Québec*. Montreal, Quebec: Les Presses HEC et Fides.
- Townsend, D. M., Busenitz, L. W. y Arthurs, J. D. (2010) “To start or not to start: Outcome and ability expectations in the decision to start a new venture”, *Journal of Business Venturing*, 25 (2), pp. 192-202.
- Transparencia Internacional (2016) *Índice de la Percepción de la Corrupción*. Berlín, Alemania: Transparencia Internacional.

Trivedi, R. H. (2014) "Are we committed to teach entrepreneurship in business school?: An empirical analysis of lecturers in India, Singapore and Malaysia", *Journal of Enterprising Communities*, 8 (1), 71-81.

Troilo, G., De Luca, L. M. y Atuahene-Gima, K. (2014) "More Innovation with Less? A Strategic Contingency View of Slack Resources, Information Search, and Radical Innovation", *Journal of Product Innovation Management*, 31 (2), pp. 259–277.

Tumasjan, A., Welpel, I. y Spörrle, M. (2013) "Easy Now, Desirable Later: The Moderating Role of Temporal Distance in Opportunity Evaluation and Exploitation", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 37 (4), pp. 859–888.

Turgot, A. R. (1766) *Réflexions sur la formation et la distribution des richesses*. Paris, France: Dupont de Nemours.

Tyssen, A. K., Wald, A. y Spieth, P. (2013) *Leadership in Temporary Organizations: A Review of Leadership Theories and a Research Agenda*, *Project Management Journal*, 44 (6), pp. 52-67.

Uen, J. F., Ahlstrom, D., Chen, S. y Liu, J. (2015) "Employer brand management, organizational prestige and employees' word-of-mouth referrals in Taiwan", *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 53 (1), pp. 104–123.

Ugurluoglu, O., Ugurluoglu Aldogan, E. y Dilmac, E. (2013) "The impact of managers' perceptions of learning organizations on innovation in healthcare: sample of Turkey", *The International Journal of Health Planning and Management*, 28 (2), pp. 158-168.

United Nations International Children's Emergency Fund/United Nations Children's Fund (UNICEF) (2011) *Caja de herramientas para emprendedores adolescentes y jóvenes*. Managua, Nicaragua: UNICEF-Nicaragua.

Universidad Andina Simón Bolívar (UASB) (sin fecha) *Observatorio de la PyME*. Disponible en: <http://www.uasb.edu.ec/web/guest/investigacion> (Accedido: 28 agosto 2016)

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) (2002) *Proyecto Aprender a Emprender*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG)

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) (2003a) *Creación de la Carrera de Emprendimiento. Resolución Administrativa 011-03*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG)

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) (2003b) *Plan Director de la Carrera de Emprendimiento*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG)

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) (2009a) *Proceso de Validación del Perfil de Director de la Carrera de Emprendimiento*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG)

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) (2009b) *Proyecto de Implementación Curricular de las Prácticas Pre-Profesionales y Pasantías Estudiantiles de la Carrera de Emprendimiento*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG)

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) (2012a) *Carrera de Emprendimiento. Malla: 5 - Actualización Curricular 2012*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG)

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) (2012b) *Perfil de Egreso de la Carrera de Emprendimiento*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG)

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) (2013a) *Sistema Integrado Universitario (SIU). Estadística y Perfil de los estudiantes matriculados en la Carrera de Emprendimiento A-2013*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG)

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) (2013b) *Actualización Curricular de Carreras: Mallas Curriculares de la Carrera de Emprendedores*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG)

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) (2013c) *Carrera de Emprendimiento: Seguimiento a Graduados*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG)

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) (2013d) *Diseño Curricular. Malla Curricular 3*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG)

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) (2016) *Carrera de Emprendimiento. Syllabus: Base de Administración de Empresas para Emprendedores*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG)

Urban, B. (2014) "The Importance of Attributes in Entrepreneurial Opportunity Evaluations: An Emerging Market Study", *Managerial and Decision Economics*, 35 (8), pp. 523–539.

USAID (sin fecha) *USAID: what we do*. Disponible en: <https://www.usaid.gov/what-we-do> (Accedido: 22 diciembre 2016)

Ushakov, D. S. y Arkhipov, A. Y. (2014) "Urban business systems' globalization: Factors, forms and economic impact", *Research Journal of Business Management*, 8 (3), pp. 189-202.

Vale, G., Correa, V. y Reis, R. (2014) "Motivations for entrepreneurship: Necessity versus opportunity?", *Revista de Administração Contemporânea*, 18 (3), pp. 311-327.

Valerio, A., Parton, B. y Robb, A. (2014) *Entrepreneurship Education and Training Programs around the World. Dimensions for Success*. Washington DC, U.S.A.: International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.

Vallejo Fiallos, M. d. R. (2011) *La Importancia de las Relaciones Internacionales para la Integración Económica y Globalización del Ecuador*. Tesis presentada como requisito para obtener el título de Máster en Ciencias Internacionales y Diplomacia. Guayaquil, Ecuador: Instituto Superior de Postgrado de Ciencias Internacionales y Diplomacia "Dr. Antonio Parra Velasco" de la Universidad de Guayaquil.

Vallejo Fiallos, M. d. R. (2012) *Las Relaciones Internacionales y su impacto en el Emprendimiento Internacional del Ecuador*. Trabajo de Investigación Tutelado para obtener el título oficial de Máster Universitario en Creación y Dirección de Empresas. Madrid, España: Universidad de Nebrija.

Valliere, D. y Peterson, R. N. (2009) "Entrepreneurship and economic growth: Evidence from emerging and developed countries", *Entrepreneurship and Regional Development*, 21 (5-6), pp. 459-480.

Van Burg, E., Romme, A. G., Gilsing, V. A. y Reymen, I. M. (2008) "Creating university spin-offs: A science-based design perspective", *Journal of Product Innovation Management*, 25 (2), pp. 114-128.

Van de Ven, A. H. y Raghu, G. (1993) "Innovation and Industry Development: the case of cochlear implants", *Research on Technological Innovation, Management and Policy*, 5, pp. 1-46.

Van der Duin, P. A., Ortt, J. R. y Aarts, W. T. (2014) "Contextual Innovation Management Using a Stage-Gate Platform: The Case of Philips Shaving and Beauty", *Journal of Product Innovation Management*, 31 (3), pp. 489-500.

Van der Zwan, P. W., Verheul, I., Thurik, R. A. y Grilo, I. (2013) "Entrepreneurial Progress: Climbing the Entrepreneurial Ladder in Europe and the United States", *Regional Studies*, 47 (5), pp. 803-825.

Van Manen, M. (2003) *Researching lived experience: human science for an action sensitive pedagogy*. London: Althouse Press.

Van Vuuren, J. J. y Botha, M. (2010) "The practical application of an entrepreneurial performance training model in South Africa", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17 (4), pp. 607-625.

Vandenbroucke, E., Knockaert, M. y Ucbasaran, D. (2014) "Outside Board Human Capital and Early Stage High-Tech Firm Performance", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 40 (4), pp. 759-779.

Velasco Sánchez, J. (2010) *Gestión de la calidad: Mejora continua y sistemas de gestión. Teoría y Práctica* (Edición en español) Madrid: Pirámide.

VentureWell (sin fecha) *What we do*. Disponible en: <https://venturewell.org/whatwedo/> (Accedido: 26 julio 2016)

Venugopal, V. (2016) "Investigating women's intentions for entrepreneurial growth", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8 (1), pp. 2-27.

- Verbano, C., Crema, M. y Venturini, K. (2015) "The Identification and Characterization of Open Innovation Profiles in Italian Small and Medium-sized Enterprises", *Journal of Small Business Management*, 53 (4), pp. 1052–1075.
- Verbeke, A. y Yuan, W. (2013) "The Drivers of Multinational Enterprise Subsidiary Entrepreneurship in China: A New Resource-Based View Perspective", *Journal of Management Studies*, 50 (2), pp. 236–258.
- Vérin, H. (1982) *Entrepreneurs, entreprise: histoire d'une idée*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Verstraete, T. (2006) *La théorisation dans le domaine de l'entrepreneuriat et ses frontières*. Fribourg, Suisse: Congrès International Francophone sur l'Entrepreneuriat et la PME.
- Verstraete, T. (2012) "Entrepreneuriat: de la théorie à la pratique: nouvelle rubrique de la Revue de l'Entrepreneuriat", *Revue de l'Entrepreneuriat*, 11 (4), pp. 61-65.
- Verstraete, T. y Fayolle, A. (2005) "Paradigmes et entrepreneuriat", *Revue de l'Entrepreneuriat*, 4 (1), pp. 33-52.
- Verstraete, T. y Fillion, L. J. (2001) "L'entrepreneuriat: une perspective internationale", *Editorial de la revue Management International*, 6 (1), pp. 9-14.
- Vesper, K. (1980) *New Venture Strategies*. New Jersey, Estados Unidos: Prentice Hall.
- Vesper, K. (1983) *Entrepreneurship and National Policy*. Chicago, U.S.A.: Heller Institute for Small Business Policy Papers.
- Vidal Molina, P. F. (2009) "La teoría de la justicia social en Rawls ¿Suficiente para enfrentar las consecuencias del capitalismo?", *Polis Santiago Revista de la Universidad Bolivariana*, 8 (23), pp. 225-246.
- Viera, A., Pérez, A., y Paredes, M. (2008) "La Pedagogía Crítica y las competencias de emprendedurismo en estudiantes universitarios", *Pensamiento y Gestión de la Universidad del Norte*, 24, pp. 43-62.
- Villarini Jusino, Á. R. (1997) *El currículo orientado al desarrollo humano integral*. San Juan, Puerto Rico: Biblioteca del Pensamiento Crítico.
- Virick, M., Basu, A. y Rogers, A. (2015) "Antecedents of Entrepreneurial Intention among Laid-Off Individuals: A Cognitive Appraisal Approach", *Journal of Small Business Management*, 53 (2), pp. 450–468.
- Vives, J. L. (1538) *De anima et vita*. Basileae, Suiza: Robertus Winter.
- Von Graevenitz, G., Harhoff, D. y Weber, R. A. (2010) "The effects of entrepreneurship education", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76 (1), pp. 90-112.
- Von Mangoldt, H. K. (1855) *Die Lehre vom Unternehmergewinn. Ein Beitrag zur Volkswirtschaftslehre*. Leipzig, Deutschland: B. G. Teubner.

- Von Thünen, J. H. (1826) *Der Isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie*. Hamburg, Deutschland: Friedrich Perthes Verlag.
- Vora, D. (2015) "Emerging Markets: An Opportunity and a Challenge", *Wiley Encyclopedia of Management*, 6 (1-3)
- Vranceanu, R. (2014) "Corporate profit, entrepreneurship theory and business ethics", *Business Ethics: A European Review*, 23 (1), pp. 50–68.
- Vygotsky, L. S. (1978) (Versión original en Ruso, 1931) *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Cambridge, Massachusetts, U.S.A.: Harvard University Press.
- Wagner, J. B. (2010) "Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: Characteristics and earnings Differentials", *Schmalenbach Business Review*, 62, pp. 154-174.
- Wai-chung Yeung, H. (2002) *Entrepreneurship and the Internationalisation of Asian Firms: An Institutional Perspective*. Cheltenham, U.K./Northampton, Massachusetts, U.S.A.: Edward Elgar Publishing Limited.
- Wainer, H. A. y Rubin, I. M. (1967) "Motivation of R&D entrepreneurs: determinants of company success", *Research Program on the Management of Science and Technology, Alfred P. Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology*, pp. 234-267.
- Walker, A. (1857) *Nature and Uses of Money and Mixed Currency*. Boston, Massachusetts, U.S.A.: Crosby, Nichols, and Company.
- Walker, A. (1866) *The Science of Wealth*. Boston, Massachusetts, U.S.A.: Messrs. Little, Brown, and Co.
- Walker, F. A. (1876) *The Wages Question: A Treatise on Wages and the Wages Class*. New York, U.S.A.: Henry Holt and Company.
- Walker, F. A. (1878) *Money*. New York, U.S.A.: Henry Holt and Company.
- Walras, L. M. (1874) *Éléments d'économie politique pure, ou, Théorie de la richesse sociale*. Lausanne, Suisse: Imprimerie L. Corbaz et Cie.
- Walter, S. G. y Dohse, D. M. (2012) "Why mode and regional context matter for entrepreneurship education", *Entrepreneurship and Regional Development*, 24 (9-10), pp. 807-835.
- Wamda (sin fecha) [Wamda: about]. Disponible en: <https://www.wamda.com/about> (Accedido: 22 diciembre 2016)
- Wang, C. L., Senaratne, C. y Rafiq, M. (2015) "Success Traps, Dynamic Capabilities and Firm Performance", *British Journal of Management*, 26 (1), pp. 26–44.

- Wang, L. y Juslin, H. (2013) "Corporate Social Responsibility in the Chinese Forest Industry: Understanding Multiple Stakeholder Perceptions", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20 (3), pp. 129–145.
- Watkins, D. (2006) *Best Practices y Pedagogical Methods in Entrepreneurship Education in Europe*. Brussels, Belgium: European Commission.
- Watson, T. J. (2009) "Entrepreneurial action, identity work and the use of multiple discursive resources: The case of a rapidly changing family business", *International Small Business Journal*, 27 (3), pp. 251-274.
- Webb, J. W. y Pryor, C. G. (2015) "The Entrepreneurship Process", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-5)
- Weber, M. (1904) "Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus", *Archiv für Sozialwissenschaften und Sozialpolitik*, 20 (1), pp. 1–54.
- Weber, M. (1905) "Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus", *Archiv für Sozialwissenschaften*, 21 (1), pp. 1–110.
- Wee, C. H., Lim, W. S. y Lee, R. (1994) "Entrepreneurship: A review with implications for further research", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 11 (4), pp. 25-49.
- Weigl, M., Müller, A., Hornung, S., Zacher, H. y Angerer, P. (2013) "The moderating effects of job control and selection, optimization, and compensation strategies on the age–work ability relationship", *Journal of Organizational Behavior*, 34 (5), pp. 607–628.
- Weitzel, U., Urbig, D., Desai, S., Sanders, M. W. y Ács, Z. J. (2010) "The good, the bad, and the talented: Entrepreneurial talent and selfish behavior", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76 (1), pp. 64-81.
- Welsch, H. P. (1992) *International Entrepreneurship and Small Business Bibliography*. Chicago, U.S.A.: Paul University.
- Wennekers, S., Thurik, R. A., Van Stel, A. J. y Noorderhaven, N. G. (2007) "Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 21 OECD countries, 1976-2004", *Journal of Evolutionary Economics*, 17 (2), pp. 133-160.
- Wheeler, W. M. (1911) "The ant-colony as an organism", *Journal of Morphology*, 22 (2), pp. 307–325.
- Williams, N. H. y Vorley, T. (2014) "Economic resilience and entrepreneurship: Lessons from the Sheffield City Region", *Entrepreneurship and Regional Development*, 26 (3-4), pp. 257-281.
- Williams, N. H., Vorley, T. y Ketikidis, P. H. (2013) "Economic resilience and entrepreneurship: A case study of the Thessaloniki City Region", *Local Economy*, 28 (4), pp. 399-415.

Williams, N. y Williams, C. (2014) "Beyond necessity versus opportunity entrepreneurship: Some lessons from English deprived urban neighbourhoods", *International Entrepreneurship Management Journal*, 10, pp. 23-40.

Wilson, L., Whittam, G. y Deakins, D. (2004) "Women's enterprise: A critical examination of national policies", *Environment and Planning C: Politics and Space*, 22 (6), pp. 799-815.

Wingham, D. W. (2003) "Entrepreneurship through the ages", en Welsch H. P., *Entrepreneurship: The Way Ahead*. New York, U.S.A.: Routledge, pp. 27-42.

Wish, M., Deutsch, M. R. y Biener, L. B. (1970) "Differences in conceptual structures of nations: An exploratory study", *Journal of Personality and Social Psychology*, 16 (3), pp. 361-373.

WOMENA (sin fecha) *How does WOMENA help the Middle East?* Disponible en: <http://womens.co/faqs/#toggle-id-4> (Accedido: 22 diciembre 2016)

Wood, M. S. y McKelvie, A. (2015) "Opportunity Evaluation as Future Focused Cognition: Identifying Conceptual Themes and Empirical Trends", *International Journal of Management Reviews*, 17 (2), pp. 256-277.

Wood, M. S. y Williams, D. W. (2014) "Opportunity Evaluation as Rule-Based Decision Making", *Journal of Management Studies*, 51 (4), pp. 573-602.

Worinkeng, E., Summers, J., Joshi, S., Mata, I. y Peterson, M., (2013) "Can a Pre-Sketching Activity improve Idea Generation?", *Proceedings of the 23rd CIRP Design Conference*, Ruhr-Universität, Bochum, Germany, pp. 1-16.

World Bank Group (2016) *Doing Business*. Disponible en: <http://www.doingbusiness.org/> (Accedido: 29 julio 2016)

World Business Angels Investment Forum (WBAF) (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://wbaforum.org/> (Accedido: 22 diciembre 2016)

World Economic Forum (WEF) (2014) *Global Competitiveness Index 2008-2014*. Geneva, Switzerland: World Economic Forum (WEF)

World Economic Forum (WEF) (2016) *Global Enabling Trade Index*. Disponible en: <https://www.weforum.org/> (Accedido: 21 agosto 2016)

Wortman, M. J. (1987) "Entrepreneurship: An integrating typology and evaluation of the empirical research in the field", *Journal of Management*, 13 (2), pp. 259-279.

Wortman, M. J. (1989) *Entrepreneurship research and its integration into the curriculum*. Washington, D.C., U.S.A.: Paper presented at the 1989 Annual Meeting of the Academy of Management.

Wortman, M. y Birkenholz, W. (1991) "Entrepreneurship Research on a Global Basis: An Empirically Based Model", *Proceedings of the 36th Annual World Conference ICSB*, Vienna, 1, pp. 67-77.

Wu, F. S. y Haak, R. (2013) "Innovation Mechanisms and Knowledge Communities for Corporate Central R&D", *Creativity and Innovation Management*, 22 (1), pp. 37–52.

Wuebker, R., Hampl, N. y Wüstenhagen, R. (2015) "The Strength of Strong Ties in an Emerging Industry: Experimental Evidence of the Effects of Status Hierarchies and Personal Ties in Venture Capitalist Decision Making", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9 (2), pp. 167–187.

Y Combinator (sin fecha) *About*. Disponible en: <http://www.ycombinator.com/about/> (Accedido: 26 julio 2016)

Yamakawa, Y., Peng, M. W. y Deeds, D. L. (2015) "Rising From the Ashes: Cognitive Determinants of Venture Growth After Entrepreneurial Failure", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39 (2), pp. 209-236.

Yang, Y., Narayanan, V. K. y De Carolis, D. M. (2014) "The relationship between portfolio diversification and firm value: The evidence from corporate venture capital activity", *Strategic Management Journal*, 35 (13), pp. 1993–2011.

Yin, R. K. (1981) "The case study crisis: Some answers", *Administrative Science Quarterly*, 26 (1), pp. 58-65.

Yitshaki, R. y Kropp, F. (2016) "Entrepreneurial passions and identities in different contexts: a comparison between high-tech and social entrepreneurs", *Entrepreneurship and Regional Development*, 28 (3-4), pp. 206-233.

York, J. G. y Lenox, M. J. (2014) "Exploring the sociocultural determinants of de novo versus de alio entry in emerging industries", *Strategic Management Journal*, 35 (13), pp. 1930–1951.

Yu, J. y Chen, S. (2016) "Gender moderates firms' innovation performance and entrepreneurs' self-efficacy and risk propensity", *Social Behavior and Personality*, 44 (4), pp. 679-692.

Yusoff, R., Khan, F., Mubeen, A. y Azam, K. (2013) "A study about factors influencing the university performance", *Jurnal Teknologi (Sciences and Engineering)*, 64 (2), pp. 145-149.

Zahra, S. A. y George, G. (2015) "Absorptive Capacity and the Entrepreneurial Process", *Wiley Encyclopedia of Management*, 3 (1-3)

Zaleznik, A. y Kets de Vries, M. (1975) *Power and the corporate mind*. Boston: Houghton Mifflin.

Zaleznik, A. y Kets de Vries, M. (1976) "What makes entrepreneurs entrepreneurial", *Business and Society Review*, 17, pp. 18-23.

Zheng, X., Liu, E. y Cui, Y. (2009) "Can entrepreneurship be taught? The approach to teaching entrepreneurship", *International Workshop on Intelligent Systems and Applications*, 23 - 24 mayo. Wuhan; China, número de artículo 5072775.

Zimmermann, F. y Foerstl, K. (2014) "A Meta-Analysis of the `Purchasing and Supply Management Practice–Performance Link", *Journal of Supply Chain Management*, 50 (3), pp. 37–54.

10. ANEXOS

Anexo 1

Test de Tendencia General de Emprendimiento

General Enterprising Tendency Test - GETT

disponible en http://oro.open.ac.uk/5393/2/Get2test_guide.pdf

(Caird, 2013)

Anexo 2

Formato de la entrevista a profundidad dirigida a expertos y docentes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Datos Personales

Edad:

Formación:

Institución:

Cargo:

Años de experiencia en docencia:

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
<p>OE1: Identificar una metodología para “Inspirar a Emprender” dirigida a los educadores.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. ¿Cómo diferencia usted los términos emprendedorismo de empresarismo? ¿En su opinión, cuáles son las características principales del emprendedorismo? ¿Cuáles son las características principales del empresarismo?2. ¿Cómo define usted el término emprendimiento? ¿En su opinión, cuáles son las características principales del emprendedor?3. ¿Qué semejanzas considera que hay en los términos emprendimiento y espíritu emprendedor? ¿En su opinión, cuáles son las características principales del espíritu emprendedor?4. ¿Cree usted que hay más intra-emprendedores o emprendedores? ¿Por qué cree que hay un mayor número de intra-emprendedores (o emprendedores) que (intra-emprendedores o) emprendedores?5. ¿Cómo cree que se distingue el emprendimiento social del emprendimiento empresarial con responsabilidad social? ¿Cuáles son sus diferencias? ¿Cuáles son sus semejanzas?6. ¿Cree usted que hay más emprendimientos empresariales que emprendimientos sociales?7. ¿Cree usted que hay más emprendimientos empresariales con programas de responsabilidad social que sin programas de responsabilidad social?8. ¿Considera que existe alguna relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico?9. ¿Es el emprendimiento un factor conducente a mejorar el nivel de calidad de vida de las personas?10. ¿Cuál es el aporte de las MIPYMES al Producto Interno Bruto del

	<p>Ecuador?</p> <ol style="list-style-type: none"> 11. ¿Puede el Emprendimiento generar un tejido empresarial fuerte, dinámico y creciente en el Ecuador? 12. ¿Cuáles son las políticas y normas para promover el Emprendimiento en el Ecuador? 13. ¿Cómo se aborda actualmente en Ecuador la enseñanza del emprendimiento? 14. ¿Ha tenido alguna experiencia directa o indirecta con el Emprendimiento? ¿Qué tipo de experiencia? 15. ¿Conoce usted el modelo educativo de la carrera de Emprendedores? 16. ¿Según su punto de vista, cuáles son las fortalezas y debilidades del mismo? 17. ¿Cree usted que este modelo de educación en emprendimiento a nivel de pregrado permitirá a los estudiantes desarrollar las capacidades de generar y evaluar ideas de negocio; generar y estructurar oportunidades de negocio; discriminar y procesar información de utilidad para ejecutar el emprendimiento? 18. ¿Qué competencias clave considera que los estudiantes deberían desarrollar al finalizar la carrera? 19. ¿Qué áreas curriculares deberían articularse con los propósitos de formación? ¿Cómo deberían ser articuladas? 20. ¿Cuáles considera que son los requerimientos pedagógicos, tecnológicos y curriculares necesarios para el desarrollo de una cultura empresarial en el programa de la carrera de emprendedores? 21. ¿Qué competencias deben ser desarrolladas en los estudiantes de la carrera de emprendedores para dar cumplimiento a la misión y visión de la carrera? 22. Desde la dimensión didáctica, ¿Qué estrategias deberían ser implementadas en el aula para lograr los objetivos formativos y el perfil de egreso? 23. ¿Entienden con claridad sus estudiantes el significado de emprendimiento y el objetivo de la carrera? 24. ¿De las asignaturas de la malla curricular de la carrera, cuales considera clave para el desarrollo de competencias en emprendimiento? 25. ¿Considera que los programas de algunas de las otras materias se traslapan o son redundantes entre sí? 26. ¿Considera que existen materias que faltan implementar, o por el
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>contrario, que existen y no deberían seguir en la malla curricular?</p> <p>27. ¿Considera que la materia que usted imparte es complementaria a las demás materias de la malla curricular?</p> <p>28. ¿Cuáles son los recursos didácticos que usted usa para el desarrollo de su materia? De los recursos mencionados ¿Cuáles considera que aportan más a la formación del espíritu emprendedor? ¿Por qué?</p> <p>29. ¿Qué tipo de dificultades tiene que sortear para el logro de los objetivos de aprendizaje de la materia que dicta?</p> <p>30. ¿Con qué periodicidad actualiza sus programas de estudio? ¿Qué profundidad o trascendencia han tenido dichas actualizaciones en los últimos cinco años?</p> <p>31. ¿De qué manera evalúa los resultados obtenidos al término de su materia?</p> <p>32. ¿Tiene algún canal directo de retroalimentación entre la dirección de la carrera, los estudiantes de su materia, y la comunidad?</p> <p>33. ¿Mantiene alguna relación de acompañamiento empresarial con sus estudiantes? ¿Qué relación mantiene con sus educandos?</p> <p>34. ¿Qué condiciones deben brindar las instituciones educativas para formar el espíritu emprendedor de sus estudiantes?</p> <p>35. ¿Qué otras instituciones deberían apoyar en la formación? ¿Por qué? ¿Con qué? ¿Cómo?</p> <p>36. ¿Qué elementos teóricos debe tener una propuesta metodológica para la enseñanza del emprendimiento?</p> <p>37. ¿Qué propuestas didácticas se pueden aplicar para la enseñanza del Emprendimiento?</p> <p>38. ¿Considera que la Carrera de Emprendedores ayuda a ejecutar emprendimientos? ¿Por qué?</p> <p>39. ¿Considera que existe una relación entre la formación profesional en general y el número de emprendedores? ¿Considera que existe una relación entre la formación profesional de la Carrera de Emprendedores y el número de emprendedores?</p> <p>40. ¿Qué comentario adicional respecto a la Carrera de Emprendedores puede aportar?</p>
<p>OE2: Organizar las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a los diferentes rangos de</p>	<p>1. ¿En qué rangos de edades organizaría las etapas para enseñar a emprender y compartir conocimientos de emprendimiento?</p> <p>2. ¿Qué prácticas pedagógicas aplicaría en el desarrollo didáctico para la formación de competencias actitudinales de Emprendimiento de los educandos en cada etapa?</p> <p>3. ¿Qué etapa para Compartir Conocimiento es la más</p>

<p>edades.</p>	<p>representativa?</p> <p>4. ¿Cuál es el potencial empresarial dominante del grupo de la etapa más representativa para Compartir Conocimiento?</p> <p>5. ¿Qué tan importante es el Plan de Negocio de acuerdo al tipo de emprendimiento, su tamaño y de la edad en la que se emprende?</p>
<p>OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”.</p>	<p>1. ¿Es posible emprender a cualquier edad?</p> <p>2. ¿A qué edad es más favorable emprender?</p> <p>3. ¿Cómo se puede emprender en cada etapa de la vida?</p> <p>4. ¿Qué tipo de emprendimiento es más adecuado para cada etapa?</p> <p>5. ¿En qué contexto se debería emprender?</p> <p>6. ¿Cómo convertir una idea dispersa en un modelo de negocio?</p> <p>7. ¿Por qué el emprendimiento va más allá del emprendedor?</p> <p>8. ¿Qué entiende por desemprender? ¿Cómo se puede desemprender?</p> <p>9. ¿Cree usted que es posible desarrollar en los estudiantes de pregrado una mentalidad empresarial? De ser afirmativa su respuesta explique ¿De qué modo?</p> <p>10. Desde su punto de vista, ¿Qué componentes básicos y qué módulos de formación conformarían un modelo ideal para la enseñanza de emprendimiento?</p> <p>11. ¿Considera que existen factores que influyen en la formación? ¿Qué rol juega el entorno cultural y social en la formación de nuevos emprendedores?</p> <p>12. ¿Considera posible la generación de un Modelo Formativo de Emprendimiento Prospectivo? ¿Cómo se puede implementar el modelo propuesto?</p> <p>13. ¿Qué efecto tendría un Modelo Formativo orientado al Emprendimiento para toda la Vida en el Ecuador?</p>

Fuente: Elaboración propia en base a las preguntas de investigación

Anexo 3

Formato de la entrevista a profundidad dirigida a los graduados de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil que han desarrollado emprendimientos

Información preliminar

1. ¿Cuál es tu nombre completo? (nombres y apellidos)
2. ¿Cuál es tu edad?
3. ¿En qué año te graduaste de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil?
4. ¿Laboras en algún lugar además de dedicarte a tu emprendimiento?
5. ¿Cuál es el nombre de tu emprendimiento?
6. ¿De qué se trata tu emprendimiento? ¿Cuál es tu actividad de negocio?
7. ¿En qué año pusiste en marcha tu emprendimiento?
8. ¿Cuál es el origen de tu idea de negocio? ¿Cómo nació?
9. ¿Ejerces tu actividad como persona natural o jurídica?
10. ¿Qué número de empleados manejas?

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
<p>OE1: Identificar una metodología para "Inspirar a Emprender" dirigida a los educadores.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. ¿Qué fue lo más difícil que tuviste que superar para emprender tu negocio?2. ¿Cuál es el valor agregado de tu idea de negocio?3. Dadas las características de tu emprendimiento y las condiciones del entorno, ¿qué alternativas de crecimiento consideras que tienes a corto, mediano y largo plazo?4. ¿Cuáles son los factores externos que pueden generar consecuencias positivas (oportunidades) o negativas (amenazas) para tu emprendimiento?5. ¿Cuáles son los factores internos positivos (fortalezas) en los que se debe apoyar tu emprendimiento para afrontar el futuro?6. ¿Cuáles son los factores internos negativos (debilidades) que tu emprendimiento debe mejorar o erradicar omitir para incrementar su competitividad en el mercado?7. ¿Consideras que tus ingresos como emprendedor son superiores a que si te dedicaras al ejercicio de tu profesión bajo dependencia de terceros?8. ¿Qué influencia ha tenido el hecho de que te hayas graduado en la Carrera de Emprendimiento de la UCSG en que hayas emprendido tu propio negocio?

	9. ¿Qué mejorarías en la Carrera de Emprendimiento si tuvieras la oportunidad de hacerlo?
OE2: Organizar las etapas para “Compartir Conocimiento” de acuerdo a los diferentes rangos de edades.	1. ¿Qué recomendarías que se aplique en los programas de fomento de la cultura del emprendimiento en el Ecuador?
OE3: Evaluar el “Emprender Ahora” de acuerdo a las etapas para “Compartir Conocimiento”.	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Consideras que el dinero es la clave del éxito para emprender? 2. ¿Cómo pudiste financiar tu idea de negocio? 3. ¿Cuál ha sido el mayor logro que has alcanzado con tu emprendimiento hasta ahora? 4. ¿Qué aspectos consideras que son claves de tu negocio? 5. ¿Consideras que lo que has vivido con tu emprendimiento se asemeja a lo que pensaste? 6. ¿Qué podrías haber hecho de otra forma para llevar a cabo tu emprendimiento? 7. ¿Qué rasgos principales identificas para alcanzar el éxito como emprendedor?

Fuente: Elaboración propia en base a las preguntas de investigación