

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



CENTRO DE POSGRADO

MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA PROFESIONAL (TP) EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS COHORTE 2021

TEMA: “LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y LA INNOVACIÓN EN LOS
EMPRENDEDORES DEL SECTOR UNIVERSITARIO”

Trabajo de titulación, previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en
Dirección de Empresas

Modalidad del Trabajo de Titulación: Proyecto de Titulación con Componentes de
Investigación Aplicada

Autora: Doctora María Alexandra López Paredes

Director: Ingeniero Carlos Fernando Meléndez Tamayo, PhD

Ambato – Ecuador

2022

A la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados

El Tribunal receptor del Trabajo de Titulación, presidido por el Ingeniero Héctor Fernando Gómez Alvarado PhD, e integrado por los señores: Ingeniero Carlos Vinicio Mejía Vayas Magister, e Ingeniero José Bernardo Herrera Herrera Magister, designados por la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Titulación con el tema: “LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y LA INNOVACIÓN EN LOS EMPRENEDORES DEL SECTOR UNIVERSITARIO” elaborado y presentado por la Doctora María Alexandra López Paredes, para optar por el Grado Académico de Magíster en Dirección de Empresas; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

Ing. Héctor Fernando Gómez Alvarado. PhD.
Presidente y Miembro del Tribunal

Ing. Carlos Vinicio Mejía Vayas Mg.
Miembro del Tribunal

Ing. José Bernardo Herrera Herrera Mg.
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Titulación presentado con el tema: LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y LA INNOVACIÓN EN LOS EMPRENDEDORES DEL SECTOR UNIVERSITARIO, le corresponde exclusivamente a: Doctora María Alexandra López Paredes Autora, bajo la Dirección del Ingeniero Carlos Fernando Meléndez Tamayo PhD, Director del Trabajo de Titulación, y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.

Doctora María Alexandra López Paredes
c.c.: 1802795714
AUTORA

Ingeniero Carlos Fernando Meléndez Tamayo PhD
c.c.: 1802733061
DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.

Doctora María Alexandra López Paredes
c.c.:1802795714

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
A la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
AGRADECIMIENTO	xii
DEDICATORIA	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
EXECUTIVE SUMMARY.....	xvi
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 Introducción	1
1.2 Justificación.....	1
1.3. Objetivos	3
1.3.1. General	3
1.3.2. Específicos	3
CAPÍTULO II	4
ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	4
Gestión Organizacional.....	5
Definición.....	5
Importancia	6
Objetivos de la Gestión Organizacional.....	6
Fines organizacionales	7
Emprendedor	9
Tipos de Emprendedores.....	10
Tipologías de emprendedores	11
Emprendimiento.....	12
Antecedentes	12

Etapas del emprendimiento	13
Tipos de emprendimientos	14
Emprendimiento en el Ecuador	14
Actividad emprendedora	15
Etapas de la actividad emprendedora	16
Perfil de los Emprendedores	17
Demografía.....	18
Motivación	19
La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria.....	19
Ley de Emprendimiento e Innovación	19
Educación para el emprendimiento	20
Objetivos específicos para la formación para el Emprendimiento.....	22
Pilares de Actitudes Emprendedoras.....	23
Pilares de Habilidades Emprendedoras	23
Pilares de Aspiraciones Emprendedoras	24
Ecosistema emprendedor	24
Innovación.....	25
Clases de innovación.....	27
Capacidad innovadora y emprendedora	28
Ámbito de Acción del Emprendimiento e Innovación.....	29
Innovación en América Latina	29
El emprendimiento y la innovación en el Ecuador	30
¿Y qué no es la innovación? Emprendimiento no es por sí mismo Innovación ...	30
La creatividad.....	30
Las fuentes de creatividad.....	30
CAPÍTULO III.....	31
MARCO METODOLÓGICO	31
3.1. Ubicación	31
3.2. Equipos y materiales	31
3.3. Tipo de investigación	31
3.4. Prueba de Hipótesis - pregunta científica – idea a defender	33
3.5. Población o muestra	34

3.6. Operalización de las variables:.....	35
3.7. Validación del Instrumento	37
Validación de expertos.....	37
Alfa de Cronbach	37
3.8. Recolección de información:.....	38
3.9. Procesamiento de la información y análisis estadístico:	39
CAPÍTULO IV	40
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	40
4.1. Interpretación de Resultados	40
4.1.1. Resultados Encuesta.....	40
4.2. Comprobación de la hipótesis	73
Variable independiente (ordinal)	73
Variable dependiente (ordinal).....	73
4.2.1. Cálculo del cálculo del coeficiente Spearman r	74
CAPÍTULO V	77
CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES	77
5.1. CONCLUSIONES	77
5.2. RECOMENDACIONES	78
5.3. BIBLIOGRAFÍA	81
5.4. ANEXOS	85
5.4.1. Anexo 1 Guía de validación del instrumento por parte de expertos (Experto 1)	85
5.4.2. Anexo 2 Cuestionario	105
5.4.4. Anexo 4 Guía de entrevista (Profesional experto).....	111
5.4.5. Anexo Entrevista al Personal del Semillero de Empresas	112
5.4.6. Anexo Entrevista al Experto en Gestión Organizacional	123

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población (estudiantes emprendedores).....	34
Tabla 2 Población (Directivo y personal docente del semillero de empresas)	34
Tabla 3 Variable Independiente	35
Tabla 4 Variable Independiente	36
Tabla 5 Alfa de Cronbach para validación del instrumento.....	38
Tabla 6 Recolección de Información	39
Tabla 7 Género.....	40
Tabla 8 Edad	41
Tabla 9 Genero Edad.....	42
Tabla 10 Orientación al negocio	43
Tabla 11 Acompañamiento por parte del Semillero de Empresas	44
Tabla 12 Áreas Especificas	45
Tabla 13 Aspectos importantes del Semillero de Empresas	46
Tabla 14 Acciones del semillero para armar el plan de negocio.....	47
Tabla 15 Servicios que brinda el semillero	48
Tabla 16 Gestión Organizacional.....	49
Tabla 17 Plan de Negocios para iniciar el emprendimiento	50
Tabla 18 Habilidades en el emprendimiento.....	51
Tabla 19 Motivación en el emprendimiento	52
Tabla 20 Liderazgo en el emprendimiento.....	53
Tabla 21 Desarrollo de Emprendimiento	54
Tabla 22 Factores que impiden el crecimiento de los emprendimientos	55
Tabla 23 Financiamiento en el emprendimiento	57
Tabla 24 Manejo del Presupuesto en el emprendimiento	58
Tabla 25 Promedio de Ventas Mensuales	59
Tabla 26 Promedio de clientes al mes.....	60
Tabla 27 Utilidad en el emprendimiento.....	61
Tabla 28 Principales gastos que tienen en el emprendimiento	62
Tabla 29 Actividades para mejorar las ventas.....	63
Tabla 30 Grado de percepción acerca de la satisfacción del producto/servicio.....	64
Tabla 31 Innovación al momento de emprender.....	65

Tabla 32 Oportunidades en innovación.....	66
Tabla 33 Creatividad en el emprendimiento	67
Tabla 34 Satisfacción de necesidades	68
Tabla 35 Consolidación de los proyectos.....	69
Tabla 36 Estrategia para consolidación.....	70
Tabla 37 Innovación de productos/ servicio	71
Tabla 38 Ecosistema emprendedor	72
Tabla 39 Interpretación de los valores de la correlación	73
Tabla 40 Coeficiente de Correlación de Spearman.....	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Género de los emprendedores	40
Gráfico 2 Rango de edad de los emprendedores	41
Gráfico 3 Orientación del negocio	43
Gráfico 4 Acompañamiento por parte del Semillero de Empresas	44
Gráfico 5 Áreas específicas de asesoría del Semillero de Empresas	45
Gráfico 6 Aspectos importantes del Semillero de Empresas	46
Gráfico 7 Acciones del semillero para armar el plan de negocio	47
Gráfico 8 Servicios que brinda el semillero	48
Gráfico 9 Gestión organizacional.....	49
Gráfico 10 Plan de negocios para iniciar el emprendimiento	50
Gráfico 11 Habilidades en el emprendimiento.....	51
Gráfico 12 Motivación en el emprendimiento	52
Gráfico 13 Desarrollo de emprendimiento.....	54
Gráfico 14 Factores que impiden el crecimiento de los emprendimientos	55
Gráfico 15 Financiamiento.....	57
Gráfico 16 Manejo del Presupuesto en el emprendimiento	58
Gráfico 17 Promedio de ventas mensuales	59
Gráfico 18 Promedio de clientes al mes.....	60
Gráfico 19 Utilidad en el emprendimiento.....	61
Gráfico 20 Principales gastos que tienen en el emprendimiento	62
Gráfico 21 Actividades para mejorar las ventas	63
Gráfico 22 Grado de percepción acerca de la satisfacción del producto/servicio..	64
Gráfico 23 Innovación al momento de emprender.....	65
Gráfico 24 Oportunidades en innovación	66
Gráfico 25 Creatividad en el emprendimiento	67
Gráfico 26 Satisfacción de necesidades	68
Gráfico 27 Consolidación de proyectos	69
Gráfico 28 Estrategias de consolidación	70
Gráfico 29 Innovación de productos/servicios.....	71
Gráfico 30 Ecosistema emprendedor	72

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Tipos de emprendedores	10
Ilustración 2 Tipologías de emprendedores	11
Ilustración 3 Etapas de la actividad emprendedora.....	17

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por contar con su bendición en estos tiempos difíciles ¡A mi hijo Mateo, a toda mi familia por apoyarme y creer en mí! A mis compañeros de maestría Pame e Isra quienes fueron el soporte y el mejor equipo de trabajo ¡gracias amigos!

Al Ing. Carlos Meléndez Tamayo tutor del trabajo por su tiempo y valiosos conocimientos.

DEDICATORIA

A mi hijo por ser el motor que impulsa mi vida que me ha enseñado a no rendirme, que cada día es una oportunidad para ser mejor ¡**Mateo** gracias por tu tiempo, comprensión y amor incondicional para que mamá pueda estudiar ¡ ¡TE AMO!

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE POSGRADO
MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA PROFESIONAL
(TP) EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS
COHORTE 2021

TEMA:

*LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y LA INNOVACIÓN EN LOS EMPRENDEDORES
DEL SECTOR UNIVERSITARIO*

MODALIDAD DEL TRABAJO DE TITULACIÓN: Proyecto de Titulación
con Componentes de Investigación Aplicada

AUTORA: *Doctora María Alexandra López Paredes*

DIRECTOR: *Ingeniero Carlos Fernando Meléndez Tamayo, PhD.*

FECHA: *diecisiete de mayo de dos mil veinte y dos*

RESUMEN EJECUTIVO

La innovación en los actuales momentos se ha convertido en pieza fundamental para los negocios en el mundo, las empresas que manejan una adecuada gestión organizacional desarrollan sus productos/servicios con innovación permanente para lograr insertarse en los mercados competitivos y así lograr el cumplimiento de los objetivos.

La investigación se realizó con la finalidad de analizar la gestión organizacional y su incidencia en la innovación en los emprendedores universitarios, la misma que inicia con el planteamiento de los objetivos, justificación y los antecedentes investigativos seguidamente, se realizó el proceso metodológico con la aplicación de técnicas de investigación como son la encuesta y entrevista con sus respectivos instrumentos, mismos que fueron aplicados a 98 estudiantes emprendedores de la Facultad de Ciencias Administrativas de los años 2020-2022.

El instrumento de la encuesta fue sometido a la validación de juicio de expertos y además se aplicó el alpha de Crombach con la finalidad de medir la confiabilidad de las preguntas, el mismo que se obtuvo (0,895) que indica que fue confiable aplicar el instrumento. La entrevista semi estructurada se realizó al personal del Semillero de Empresas, al Coordinador y 5 docentes que tienen asignadas horas, así mismo se realizó una entrevista a un profesional experto en gestión organizacional.

Con los datos obtenidos se realizó el análisis e interpretación para la verificación de la hipótesis, utilizando el coeficiente de correlación de Spearman, estableciendo que la gestión organizacional si incide para que los emprendedores realicen innovación en los productos/servicios.

Para finalizar se redactaron las conclusiones y recomendaciones más relevantes entre las que se puede anotar: que los emprendedores universitarios deben desarrollar sus habilidades para el emprendimiento en función de una correcta planificación, organización, dirección y control de las actividades. Así mismo que cuenten con un plan de negocios para iniciar un emprendimiento.

Por otro lado, es necesario trabajar con procesos innovación a la hora de emprender buscando oportunidades donde otros no ven, utilizando la creatividad, proponiendo nuevas estrategias de comercialización, con ideas innovadoras que les permitan mejorar los productos o servicios para insertarse en el mercado.

DESCRIPTORES: *COMUNICACIÓN, CREATIVIDAD, EMPRENDIMIENTO, ECOSISTEMA EMPRENDEDOR, GESTIÓN, IDEAS, INNOVACIÓN, LIDERAZGO, MOTIVACIÓN, NEGOCIOS.*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE POSGRADO
MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA
PROFESIONAL (TP) EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS
COHORTE 2021

THEME:

*ORGANIZATIONAL MANAGEMENT AND INNOVATION IN ENTREPRENEURS
IN THE UNIVERSITY SECTOR.*

DEGREE MODALITY: *Degree Project with Applied Research Components*

AUTHOR: *Doctora María Alexandra López Paredes*

DIRECTED BY: *Engineer Carlos Fernando Meléndez Tamayo, PhD.*

DATE: *seventeen of May of two thousand twenty-two*

EXECUTIVE SUMMARY

Nowadays, innovation has become a fundamental part of business in the world. Companies that manage an adequate organizational management develop their products/services with permanent innovation to achieve insertion in competitive markets and thus achieve the fulfillment of their objectives.

The research was conducted with the purpose of analyzing organizational management and its impact on innovation in university entrepreneurs, which begins with the statement of objectives, justification and research background, followed by the methodological process with the application of research techniques such as the survey and interview with their respective instruments, which were applied to 98 entrepreneurial students of the Faculty of Administrative Sciences of the years 2020-2022.

The survey instrument was submitted to the validation of expert judgment and the Crombach's alpha was also applied in order to measure the reliability of the questions, which was obtained (0.895), indicating that it was reliable to apply the instrument. The semi-structured interview was conducted with the staff of the

Business Seminar, the Coordinator and 5 teachers who have assigned hours, and an interview was also conducted with a professional expert in organizational management.

With the data obtained, the analysis and interpretation were carried out to verify the hypothesis, using Spearman's correlation coefficient, establishing that organizational management does initiate entrepreneurs to innovate in products/services.

Finally, the most relevant conclusions and recommendations were drawn up, among which the following can be noted: that university entrepreneurs should develop their skills for entrepreneurship based on a correct planning, organization, direction and control of activities. They should also have a business plan to start a business.

On the other hand, it is necessary to work with innovation processes at the time of entrepreneurship looking for opportunities where others do not see, using creativity, proposing new marketing strategies, with innovative ideas that allow them to improve products or services to enter the market.

KEYWORDS: *BUSINESS, COMMUNICATION, CREATIVITY, ENTREPRENEURSHIP, ENTREPRENEURIAL, ECOSYSTEM, IDEAS, INNOVATION, , LEADERSHIP, MANAGEMENT, MOTIVATION.*

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción

En los actuales momentos las universidades, además de formar profesionales deben contribuir al sistema de innovación para el desarrollo socioeconómico del país, utilizando diferentes estrategias para adaptarse a la nueva realidad, integrando el ecosistema universitario de ciencia y tecnología para la generación de innovación y emprendimiento en los estudiantes.

La Gestión organizacional promueve la consecución de objetivos comunes dentro de una organización, a través de la administración adecuada de los recursos, por lo que es necesario tomar en cuenta la planificación, organización, ejecución y el control y seguimiento de las actividades; es por ello que se ha realizado la investigación con la finalidad de determinar como la gestión organizacional incide en los emprendedores universitarios a fin de lograr innovación en sus productos/servicios y adquieran ventajas competitivas en el mercado.

La investigación se estructura en cinco capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I, se detalla el problema de investigación, Capítulo II se desarrolló los antecedentes investigativos, Capítulo III consta del marco metodológico, en donde se detalla la ubicación, equipos y materiales, tipo de investigación, prueba de hipótesis, población y muestra, recolección de la información, procesamiento de la información y análisis estadístico y finalmente los resultados esperados, Capítulo IV se define los resultados y discusión, Capítulo V se desarrollaron las conclusiones y recomendaciones seguidamente se obtienen la bibliografía que se sustenta la base de consulta los fundamentos expuestos y los anexos.

1.2 Justificación

Las Instituciones de Educación Superior (IES) asumen la responsabilidad de desarrollar competencias emprendedoras en los estudiantes, con el fin de crear una cultura de

innovación, es por ello que promueven el desarrollo de programas de emprendimiento para la creación de nuevas empresas. La investigación se realizó en el semillero de empresas de la UTA, debido a que se presenta un limitado fortalecimiento en los procesos de incubación en los emprendimientos de los estudiantes, razón por la que la investigación de la gestión organizacional y la innovación en los emprendimientos universitarios es de suma **importancia** porque a través de la asesoría comercial, financiera, económica y capacitación permanente se dotará de conocimientos y herramientas técnicas a los futuros emprendedores, a fin de que sus ideas se incuben de manera positiva, permitiendo fomentar del espíritu emprendedor y obtener resultados positivos para lograr su permanencia en el mercado.

En la investigación se planearon metodologías que permitieron identificar la realidad del Semillero de Empresas, el servicio que ofrece a los emprendedores universitarios por consiguiente es **original** debido a que no se ha realizado investigaciones en el Semillero de Empresas de la Universidad Técnica de Ambato respecto al emprendimiento e innovación, es fundamental efectuar esta investigación para que sea de beneficio a los 98 emprendedores universitarios de la Facultad de Ciencias Administrativas, con la finalidad de fortalecer el espíritu emprendedor, generar fuentes de empleo y que los emprendimientos aporten al desarrollo productivo del país.

La investigación guarda relación con la **misión y visión institucional** por consiguiente forma profesionales líderes y competentes que promuevan el conocimiento, a través del liderazgo con una proyección nacional e internacional. La Universidad Técnica de Ambato aporta a la sociedad con profesionales con una formación integral para que ayuden a la solución de problemas, es decir sean entes de apoyo para mejorar las condiciones de vida de población en todos los ámbitos.

La investigación es **factible** porque se contó con información de los estudiantes emprendedores que utilizan los servicios del semillero de empresas, lo que permitió obtener información de primera mano para el análisis de la gestión dentro de las organizaciones desde el punto de vista administrativo y financiero.

1.3. Objetivos

1.3.1. General

Analizar la gestión organizacional y la innovación en los emprendedores del sector universitario

1.3.2. Específicos

- Fundamentar teóricamente las variables gestión organizacional e innovación alineados a emprendimientos universitarios
- Diagnosticar la gestión organizacional y su relación con los procesos de innovación de los emprendedores del sector universitario.
- Relacionar la gestión organizacional del Semillero de Empresas y la Innovación de los emprendedores universitarios

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En el presente capítulo se aborda la fundamentación teórica la misma que se investigó en diversos repositorios de Universidades, a través de una revisión bibliográfica de fuentes secundarias, sin embargo, también se realizó una investigación en artículos científicos que guardan relación con las variables del tema de investigación.

Según manifiesta Sánchez (2017) en el transcurso del tiempo, el estudio de las organizaciones se han basado en diferentes teorías, que han ayudado a explicar la realidad de una organización, para entender que en las empresas sus necesidades se enfocan en maximizar beneficios económicos sobre la fuerza de trabajo con la finalidad de conseguir los objetivos.

En este sentido, las organizaciones no son fenómenos modernos, se puede encontrar precedentes en la historia de la civilización y las grandes obras de cada civilización, lo que demuestra cómo se unieron colectivamente los esfuerzos de un grupo de personas para lograr un trabajo colectivo. Es por ello, que las tareas tienen un cierto grado de división del trabajo, autoridad y la responsabilidad, es decir, el trabajo de algunas personas es liderar estos grupos sociales para lograr metas.

La gestión organizacional se origina como estrategia a finales de la década de 1950 y principios de la de 1960 para mejorar el desarrollo de las organizaciones, se basa en dinámicas de grupo y descubrimientos teóricos y prácticos que guardan relación con los cambios planificados hasta que se convierta en una estructura. La integración de la teoría y la práctica que pueden ayudar a resolver problemas, la mayoría de los principales problemas a los que se enfrenta la organización en el contexto es el crecimiento y desarrollo de la misma.

Por otro lado, se establece que la gestión organizacional surge como una necesidad, debido a que el hombre desde que existió necesitó agruparse con otros seres humanos para desarrollar actividades de supervivencia, buscar alimentos y tomar decisiones.

En la actualidad las organizaciones deben hacer frente a un entorno complejo y muy competitivo, en el cual la globalización de la economía y el auge de los mercados comunes generan una constante línea por conquistar clientes, creando un ambiente de competencia constante (Del Río,2017, p. 47)

Es por ello que dentro del contexto empresarial es necesario la innovación permanente de productos y servicios con la finalidad de crear una ventaja competitiva sustentable que se adapte a los cambios constantes del mercado, es por ello que países como Corea, China y Estados Unidos cuentan con sistemas sistemas nacionales de innovación para el fortalecer el desarrollo económico (López & De la Garza, 2020, p.12)

La era industrial ha sido reemplazada por una sociedad de la información y el conocimiento, que ha producido un modelo de organización y gestión más eficaz, donde el servicio y la calidad es la parte esencial. Aproximadamente el 80% del valor de mercado de una organización reside en sus elementos intangibles lo que hace de la gestión la principal tarea administrativa para el desarrollo de una organización.

Gestión Organizacional

Definición

Como lo manifiesta Ospina & Alvarado (2020) la gestión organizacional comprende un ecosistema de rápida evolución, por lo que es necesario que los directivos cuenten con una gran capacidad para analizar e interpretar los escenarios que se presentan en las organizaciones con la finalidad de enfrentar un mundo incierto.

Evidentemente, las organizaciones modernas están integradas en un entorno global, y el sistema se está volviendo cada vez más abierto, requiriendo mayor competitividad, y está indiscutiblemente relacionado con las necesidades generales de crecimiento y desarrollo nacional.

Por otro lado, Rodríguez (2019) manifiesta que la gestión organizacional se encuentra inmerso en diferentes actividades tales como: proceso productivo, creación de objetivos,

verificación de la acción real, análisis de los resultados obtenidos así como también el diseño de estrategias.

Importancia

La gestión organizacional es la parte responsable de definir estrategias efectivas y seguras para el crecimiento y expansión de los resultados organizacionales. Esta es una forma de localizar y utilizar los recursos disponibles dentro de una organización, es una de más importantes porque en el crecimiento y desarrollo organizacional.

Objetivos de la Gestión Organizacional

Ospina & Alvarado (2020), establecen los siguientes objetivos de la gestión organizacional:

- Obtener o generar informaciones objetivas y subjetivas, válidas y pertinentes, sobre las realidades organizacionales, y asegurar la retroinformación de esas informaciones a los participantes del sistema cliente.
- Crear un clima de receptividad para reconocer las realidades organizacionales, y de apertura para diagnosticar y solucionar problemas.
- Diagnosticar problemas y situaciones insatisfactorias.
- Establecer un clima de confianza, respecto a que no haya manipulación entre jefes, colegas y subordinados.
- Desarrollar las potencialidades de los individuos, en las áreas de las tres competencias: técnica, administrativa e interpersonal.

- Desarrollar la capacidad de colaboración entre individuos y grupos, que conduce a la sinergia de esfuerzos y al trabajo en equipo.
- Buscar nuevas fuentes de energía, liberar la energía bloqueada en individuos y grupos, o retenida en los puntos de contacto e interacción entre ella

Fines organizacionales

Según Marco (2016) manifiesta que los fines organizaciones son la razón de ser de una empresa, es decir que las empresas se crean para servir en productos o servicios a través de mantener una justificación social, es decir debe justificar su existencia y con el objetivo de satisfacer necesidades. Los fines en las empresas representan una guía del accionar organizacional.

El desplazamiento de los fines: hace referencia a la sustitución de los fines para los que la empresa no fue creada inicialmente, que pueden cambiarse de acuerdo a las prioridades que se presentan en el mercado. Existen varias razones por las que se da el desplazamiento de los fines:

- **Propia dinámica organizacional:** es este punto se da por las diferentes necesidades que tiene la empresa para conseguir sus objetivos, es por ello que se pueden consumir los recursos y no logran satisfacer las necesidades y sin embargo no consiguen los objetivos.
- **Grupos de interés interno:** se basa fundamentalmente en la búsqueda permanente de los objetivos individuales, objetivos sectoriales que no permiten que se tomen las decisiones en función de la empresas.
- **Sistema burocrático de la organización:** el cumplimiento de las normas dentro de las empresas es un factor fundamental, pero cuando las normas o lineamientos no presentan flexibilidad para que los empleados utilicen su criterio para desarrollar las actividades imprevistas se presentan distorsiones, por las cuáles no se podrán resolver.

En el mismo sentido se establecen las Técnicas de la Gestión Organizacional según Marco (2016) son las siguientes:

a. Gestión por procesos

Se menciona que la gestión por procesos implica comprender a la organización como un sistema cuyos procesos son los elementos que interaccionan para crear valor a los clientes, valor que permite a los grupos directivos retroalimentarlos para reforzar o crear nuevas capacidades y distribuirlo de manera estratégica en los grupos de interés, para activar de esta manera, la dinámica del supra -sistema en el que la empresa se desarrolla, centrada en la identificación y rediseño de sus procesos, dando evidencia del mejoramiento continuo de la organización a través de:

- Procedimientos sistemáticos diseñados para realizar una acción
- Realizar una serie de actividades
- Serie continua o periódica de acciones organizadas y conducidas para lograr un resultado final

b. Gestión por objetivos

Como Ponce señala (2021) la gestión por objetivos surgió como método de evaluación y control sobre el desempeño de áreas y organizaciones en crecimiento rápido, inicialmente constituyó un criterio financiero de evaluación y de control. Como criterio financiero fue válido pues los criterios de ganancia y de costo no son suficientes para explicar la organización social y humana.

La gestión por objetivos es una técnica de gestión empresarial que cubre a su vez objetivos de rendimiento empresarial con objetivos de gestión del capital humano, además la gestión

por objetivos puede ser a su vez el núcleo de otras técnicas para la gestión y el desarrollo de los recursos humanos.

Para el desarrollo de la gestión por objetivos se considera determinar aspectos claves tales como: el logro de los objetivos debe suponer un impacto significativo sobre los resultados. Deben estar alineados con la misión, estrategias y políticas de la organización.

Los objetivos de los puestos de trabajo base deben estar directamente relacionados con los objetivos de los puestos superiores, de forma que apoyen su consecución, consolidando en una estructura coordinada y compatible en los distintos ámbitos de actuación del área.

Emprendedor

El término emprendedor es de origen francés, sus inicios se remontan a principios del siglo XVI y fue utilizado en militares, Moncayo (2008) manifiesta que luego de algunos años el término se aplicó en el comercio, entendiéndose como la capacidad o voluntad de enfrentar la incertidumbre es decir una persona que toma riesgos.

Según Rodríguez & Jiménez (2005) el entrepreneur o emprendedor es el propietario que maneja empresas es decir una persona que asume riesgos, es un líder, que realiza y evalúa los proyectos para que estos generen rentabilidad, detectando oportunidades en los mercados.

Rodríguez & Jiménez (2005) resumen las características de los emprendedores:

1. Para los clásicos: tomador de riesgo, innovador, trabajador superior y sumamente inteligente.
2. En los neoclásicos: toma decisiones (distinguiendo los riesgos asegurables y la incertidumbre no asegurable) y el liderazgo.
3. Para Schumpeter: persona con la idea de negocio, innovador, el que pone las ideas en movimiento, haciéndolas poderosas y potencialmente rentables (destrucción creativa) que quiere decir que por medio de las innovaciones, provoca

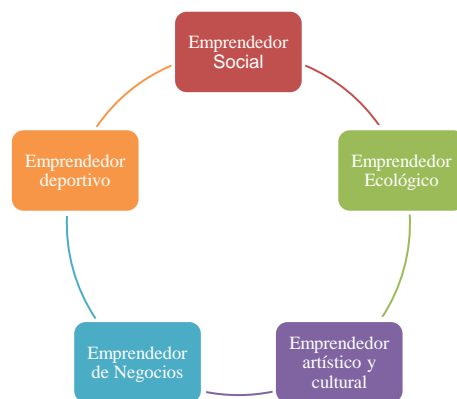
un desequilibrio económico que a su vez le permite la creación de otras innovaciones y con ello genera crecimiento y desarrollo (Borrado, Valdez, & Blanca, 2019)

Tipos de Emprendedores

De acuerdo con López (2019) existen algunos tipos de emprendedores y son los siguientes:

- **Emprendedor Social:** son las personas que se dedican a beneficiar a la sociedad a través de tratar de cubrir las necesidades sociales de una población.
- **Emprendedor Ecológico:** se preocupa por los aspectos ambientales, contribuyendo a mejorar el medio ambiente, a través de las iniciativas emprendedoras.
- **Emprendedor artístico y cultural:** se encarga de crear recursos intangibles a través de la utilización de la creatividad.
- **Emprendedor de Negocios:** con aquellos que fomentan la economía a través de la apertura de nuevos mercados, nuevos productos, nuevas fuentes de empleo.
- **Emprendedor deportivo:** son los que promueven el deporte a través de realizar mejorar continuas a un deporte determinado.

Ilustración 1 Tipos de emprendedores



Fuente: López (2019)

Tipologías de emprendedores

De acuerdo con lo que manifiesta López (2019), existen diferentes tipos de emprendedores:

- **Jugador de poker:** son los que inician sus emprendimientos sin tener formación ni experiencia es decir a la suerte.
- **El atrevido:** son aquellas personas que no tienen experiencia, pero con basto conocimiento y se atreven a realizar todas las acciones para salir adelante.
- **El confiado:** es aquel que está conciente que no dispone de la formación académica adecuada, pero confía en su experiencia para poner en ejecución su emprendimiento.
- **El preparado:** es el que toma buenas decisiones basado en su formación y experiencia.

Ilustración 2 Tipologías de emprendedores



Fuente: López (2019)

Emprendimiento

Antecedentes

De acuerdo con López (2019) El emprendimiento es un campo apasionante, porque permite a los emprendedores o gerentes desarrollar los caracteres cognitivos, emocionales e intuitivos necesarios para iniciar o implementar una idea de negocio. La primera definición de emprendimiento es la siguiente:

Uno de los pioneros que reconoció la importancia del emprendimiento fue Alfred Marshall en 1880. Fue el factor decisivo en el proceso de creación y producción de riqueza, señaló que detrás de la organización es fructífero coordinar y mejorar. Aunque el marco original para la innovación empresarial fue establecido por Schumpeter, muestra que la función del empresario es reformar o innovar los métodos de producción para aprovechar una invención, o más ampliamente, una tecnología no probada para producir productos nuevos o viejos productos, proporcionando nuevas fuentes de insumos o nuevos materiales o reorganizar la industria. (Muñoz, Oscar & Rivera Wilfred, 2011, pags, 63-64).

Ahora bien, entendiendo las definiciones del emprendedor es importante conocer acerca el emprendimiento como afirma Sánchez & Jiménez (2013 “El emprendimiento cobra cada vez má importancia y relevancia en los diferentes escenarios de nuestras sociedades, permitiendo el desarrollo económico de los sectores. En primera instancia el emprendimiento se considera una acción para realizar cualquier tarea o actividad que una persona ejecuta en alguna etapa de su vida”.

Por otro lado, al emprendimiento lo definen Bravo, Bravo, Preciado, & Mendoza (2021) como una actividad llena de objetivos individuales o grupales de las personas, que se comprometen a iniciar, mantener o agrandar una unidad de negocios, con la finalidad de obtener ganancias a través de la prestación de un servicio o la venta de productos. Se puede manifestar que además que es la alerta de oportunidades a través de las cuales un negocio puede transformarse para aprovechar las bondades de mercado y crear valor.

Según Mora Pacheco, Aguirre Quezada, & Alava Atience (2019) definen al emprendimiento como una mezcla de oportunidad, creatividad, innovación y liderazgo para crear valor a partir de una idea, es decir que las personas que tienen una idea para emprender deben trabajar con creatividad e innovación para comercializar productos o servicios que demande el entorno, pensando, actuando y razonando en función del mercado cambiante, para lo cual se requiere que se trabaje con energía y pasión para la creación de nuevas ideas, asumiendo riesgos y con visión para reconocer oportunidades donde otros no ven.

El emprendimiento dentro del desarrollo económico de un país tiene gran importancia, no solo por la generación de plazas de trabajo, sino por la competitividad empresarial, producción económica por la diversidad de empresas que se pueden crear, reduciendo los índices de pobreza y mejorando la calidad de vida de las personas.

Etapas del emprendimiento

Según manifiesta López A. (2019) existen diferentes etapas para desarrollar un proceso emprendedor y son las siguientes:

- **Etapa motivacional:** es la etapa que la cual el emprendedor siente gusto por emprender, estableciéndose el sistema social, cultural y educativo en el que se encuentra la persona.
- **Etapa situacional:** parte del entorno que le rodea para la identificación de oportunidades para emprender.
- **Etapa psicológica:** consiste en analizar lo factible que puede ser la oportunidad del negocio.
- **Etapa analítica:** consiste en revisar las oportunidades del negocio para que se haga realidad.
- **Etapa económica:** en esta etapa es necesario determinar los recursos necesarios para iniciar el negocio.

Tipos de emprendimientos

Como lo indica Yépez, Frías, & Parrales (2019) establecen los tipos de emprendimientos de la siguiente manera:

- **Emprendimiento por necesidad:** este tipo de emprendimiento aparece con la finalidad de generar ingresos diarios debido a que las personas tienen bajos ingresos, la característica principal es que no tienen planificación, crecimiento ni planes a futuro.
- **Emprendimiento tradicional:** generalmente estos emprendimientos no poseen productos o servicios diferenciados debido a que usan poca tecnología y su personal es poco capacitado; tienen un crecimiento estructural competitivo pero no cumplen con un estimado de ventas, rentabilidad y sostenibilidad.
- **Emprendimiento dinámico:** Son aquellos que tienen un nivel de ventas representativo, debido a que su crecimiento es acelerado, rentable y sostenido, debido a que utilizan las nuevas tecnologías y aportan el valor agregado a la sociedad que se las conoce con el nombre de Spinoffs.

Emprendimiento en el Ecuador

De acuerdo con Coba (2021) Ecuador es el segundo país que más emprende a nivel de América Latina solo por detrás de Chile, esto contrasta con el posicionamiento de Ecuador en innovación: puesto 99 de 131 según el Global Innovation Index. Siendo así que Ecuador es uno de los países que más emprendedores existen en América Latina, pero de los últimos en innovación.

En el Registro Nacional de Emprendimiento (RNE), realizado un corte desde el mes de julio del 2020 al 20 de diciembre, en el país existen 657 emprendimientos de los cuáles 253 los realizan las mujeres y 404 representados por varones.

Si bien es cierto el mercado demanda la satisfacción de necesidades a través a soluciones prácticas a bajos costos, es por ello que es necesario que los emprendimientos rompan el status quo de muchas empresas y atiendan a un mercado con múltiples necesidades.

En el Ecuador la mayoría de emprendimientos se realizan por necesidad y no por oportunidad es decir están enfocados a los sectores tradicionales como el comercio con un 53% y el servicio con el 39%, quedando un 8% para otras actividades y una característica especial no superan los seis meses de creación debido a la falta de visión al no contar con un ecosistema emprendedor que permita el conocimiento del mercado.

Actividad emprendedora

Como lo manifiesta Coronel & Ortega (2019) de acuerdo al reporte del GEM 2017, Ecuador tiene la tasa de actividad temprana de emprendimiento (TEA) más alta de la región, es decir el de economías de ingresos medios.

Uno de los indicadores de GEM (Global Entrepreneurship Monitor) es la tasa de actividad empresarial temprana (TEA), que incluye a todos los adultos que están iniciando un negocio o han iniciado un negocio y no han superado los 42 meses.

La TEA se compone de dos tipos de emprendedores: emprendedores nacientes y nuevos, los nacientes su edad oscila entre 18 y 64 años que están poniendo todo su interés para iniciar un negocio, o a lo mejor ya lo han iniciado, pero todavía no han pagado sueldos por más de tres meses, los emprendedores nuevos tienen la misma edad que los anteriores con la diferencia que estos ya han pagado sueldos por más de tres meses, pero menos de 42.

De acuerdo con Escuela de Negocios de la Escuela Politécnica del Litoral (ESPAE) (2020), Ecuador presentó una TEA de 36,2% en el año 2020, superior al año 2017 que fue de 29,62%, lo que significa que alrededor de 36 millones de personas estuvieron involucrados en la puesta en marcha de un negocio.

En la Revista Líderes (2021) en el último estudio de GEM (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019), señala que el 15% de los adultos son propietarios de un negocio establecido, lo que posiciona a Ecuador como uno de los más emprendedores del mundo, sin embargo, la tasa de discontinuación de un negocio llega al 10%, esto evidencia que,

aunque exista potencial de creación de nuevas empresas, estas no son competitivas, ni innovadoras, ni sostenibles en el tiempo.

Etapas de la actividad emprendedora

Según ESPAE (2020) el GEM establece como emprendimiento como un proceso continuo, por las cuales deben transitar las personas, según el grado de madurez del negocio y son las siguientes:

- **Potencial:** Percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses.
- **Intencional:** Espera iniciar un nuevo negocio dentro de los próximos 3 años.
- **Naciente:** Realizó acciones durante el último año que contribuyen a la creación de un negocio, o es actualmente propietario de uno, pero ha operado durante 3 meses.
- **Nuevo:** Es actualmente propietario de un negocio que ha operado por más de 3 y menos de 42 meses.
- **Establecido:** es actualmente propietario de un negocio que ha operado durante más de 42 meses.
- **Salida de negocios:** Dejó la gestión de un negocio durante el último año, por cualquier motivo.

Ilustración 3 Etapas de la actividad emprendedora



Fuente: ESPAE (2020)

Perfil de los Emprendedores

Según el GEM (2019), establece una perspectiva ocupacional en la cual las personas y sus características son fundamentales en la creación de un negocio, entre las que se destacan

son: género, edad, nivel de educación, geografía, ocupación y motivaciones que cuentan para emprender. A continuación, se un perfil sociodemográfico de los emprendedores:

Demografía

- **Género:** De acuerdo a los reportes de la TEA para el año 2019 del total de emprendedores en el Ecuador, el 53,5% son hombres, mientras que el 46,5% son mujeres, se debe considerar que en el país existe una mayor paridad en cuanto al género; con estas cifras se puede entender que los hombres logran sostener los negocios por más de 42 meses.
- **Edad:** En el Ecuador más de la mitad de emprendedores tienen menos de 35 años y casi un tercio del total tiene entre 25 a 34 años.
- **Educación:** En el año 2019, el 34,7% de personas que iniciaron sus emprendimientos cuentan con educación primaria o secundaria; mientras que el 38,6% aquellas personas que tienen estudios post secundarios concluidos y universitarios.
- **Geografía:** El 57,6% de los nuevos emprendimientos se ubican en las zonas urbanas, mientras que el 42,4 están en la zona rural.
- **Ocupación:** las personas que inician sus emprendimientos lo comparten con sus actividades laborales en un 39,7%; el 8,7% se dedican al hogar y el 5.3% no tienen empleo, por lo que es importante manifestar que en cuanto el negocio se pone en marcha las personas les ponen total atención.
- **Ingresos:** Para el año 2019, la TEA de Ecuador muestra una mayor concentración de emprendedores cuyos ingresos se ubican en el rango de más de 2 SBUs (39.6%); los emprendimientos nacientes se concentran en el rango entre 1 SBU y menos de 2 SBUs (41.1%). A diferencia de los emprendimientos nacientes, los nuevos se concentran en el intervalo de ingresos de más de 2 SBUs (43%). Finalmente, el 40.5% de los emprendedores que tienen negocios establecidos alcanzan un rango entre 1 SBU y menos de dos SBUs como ingresos, y el 37,4% de los establecidos perciben más de dos SBUs.

Motivación

Anteriormente la GEM (2019) mantenía 2 motivos para que las personas puedan emprender: por necesidad u oportunidad, pero a partir del 2019 se pueden considerar los siguientes motivos:

- **Marcar una diferencia en el mundo:** en el Ecuador el 52,65% de emprendedores se motivan por marcar una diferencia en el mundo.
- **Acumular gran riqueza o incrementar los ingresos personales:** en el país se presenta el 36,53% es decir una de las tasas más bajas de emprender para acumular riqueza.
- **Continuar con la tradición familiar:** el 35,72% de los emprendedores realizan sus emprendimientos para continuar una tradición familiar.
- **Ganarse la vida porque el empleo es escaso:** con un 82,71% los ecuatorianos emprenden porque no cuentan con un empleo.

La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria

Los emprendimientos en el Ecuador se definen como sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus integrantes (Asamblea Nacional, 2011).

Por ello, en los artículos Art. 73 y 75 de la LOEPS, se manifiesta que los emprendimientos son unidades económicas que permiten a los ciudadanos ecuatorianos participar en la creación de empresas ya sea de carácter unipersonal, familiar o doméstico.

Ley de Emprendimiento e Innovación

Según el ESPAE (2020) En el mes de febrero de 2020, entró en vigencia la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, presentada por la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI), en la cual se presentan los principales ejes de la Ley:

- Implementación de las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), una nueva figura legal para negocios, que simplifica el proceso de empezar un negocio formal. A través de esta figura, se pueden constituir sociedades unipersonales sin capital mínimo.
- Creación del Registro Nacional de Emprendedores (RNE) que permitirá focalizar políticas dirigidas a promover el crecimiento de los nuevos negocios.
- Creación de fuentes alternativas de financiamientos, que incluyen, capital semilla, capital de riesgo, e inversión.
- Promoción de fondos de colaboración o “crowdfunding” para emprendimientos potenciales.
- Contratos laborales más flexibles.
- Reestructuración de las empresas, por medio de la cual los emprendedores pueden crear acuerdos entre sus acreedores con respecto a sus deudas.

A través de la Ley para el Emprendimiento e Innovación (2020), se debe fortalecer los sistemas educativos que permitan que los estudiantes en todos los niveles desarrollen las habilidades emprendedoras, fortaleciendo una educación que cambie de mentalidad a los jóvenes y niños permitiéndoles generar competencias, conocimientos y actitudes básicas para adoptar una cultura de emprendimiento.

Educación para el emprendimiento

Cuando una persona decide estudiar una carrera profesional, inicia el mejor emprendimiento que se puede realizar en la nueva sociedad de la información y el conocimiento, por lo que implica que será una decisión que cambiará la vida de aquella persona, lo que le permitirá aprender a desarrollar habilidades, destrezas, actitudes que son importantes para desarrollar con éxito su profesión.

Para Westlund (2010) el emprendimiento académico conlleva el descubrimiento, la evaluación y explotación de oportunidades que pueden traducirse en negocios, patentes, capital social y colaboraciones con la industria o con el sector público. Es decir, estudiar una carrera profesional es la mejor empresa que una persona puede emprender y la mejor

inversión que como sociedad se pueda hacer. De esta forma, realizar algún estudio profesional es el mejor ejemplo de emprendimiento que pueda desarrollar el ser humano.

Para Hernández (2020) en su artículo denominado “Experiencias en temas de Emprendimiento e Innovación. Un caso del IPN y la UAM”, en las Universidades es un hecho la formación de emprendedores e incubación de empresas requiere de un ambiente propicio para la creatividad y el desarrollo de talento, es decir un ecosistema de innovación que considere entre otros factores el fortalecer la investigación y acrecentar el capital intelectual (pág. 83).

La educación en emprendimiento en el país es un factor fundamental para incrementar la cantidad de emprendedores nuevos y potenciales, por ello es indispensable tener en cuenta la actitud personal y el control conductual de cada uno de cada una de las personas, dichos elementos influirán en la generación de nuevas empresas.

Es por ello que la educación y capacitación en emprendimiento ha tenido gran afluencia en estos tiempos, en la cual se topan contenidos como: habilidades para negociar, liderazgo, desarrollo de nuevos productos, pensamiento creativo e innovación tecnológica.

Según Herruzo, Hernandez, Guiseppina, & Sanchez (2019) el papel fundamental de una educación emprendedora tiene aspectos importantes en el desarrollo integral del ser humano como: la autoestima, autonomía, sentido de pertenencia, trabajo en equipo, adquisición de conocimientos y estrategias para empezar la idea de negocios y el desarrollo del gusto por la innovación.

De acuerdo con Bravo, Bravo, Preciado, & Mendoza (2021), hace referencia a la teoría de la conducta planificada que indica que es la capacidad que tiene un individuo para poner en marcha sus ideas, los factores que motivan son los que influyen en el comportamiento y deseo de las personas para realizar una acción y el esfuerzo que realizan para alcanzar sus objetivos propuestos.

Por lo anterior se puede explicar que el acto de emprender se da por las creencias del emprendedor acerca de sus actitudes y del grado de aprobación y desaprobación en la situación particular que se encuentre, tomando en consideración las oportunidades y obstáculos que se presenten.

En el Ecuador según Vélez (2020) se han encontrado estudios donde afirma que la educación emprendedora por sí sola no tiene incidencia significativa sobre la intención emprendedora, sin embargo permite mejorar competencias emprendedoras y potenciar algunas habilidades prácticas.

Es así como desde las Universidades deben mejorar el empleo juvenil dotándoles recursos, a través de las incubadoras o semilleros de empresas a fin de desarrollar el espíritu emprendedor haciéndoles pensar, razonar y actuar en base a una oportunidad o necesidad.

Objetivos específicos para la formación para el Emprendimiento

Según Ley de Emprendimiento e Innovación de la República del Ecuador (2020) en el Artículo 18 de los Objetivos de la formación para el emprendimiento son:

- a. Mejorar las capacidades, habilidades y destrezas que permitan emprender con éxito iniciativas productivas;
- b. Promover la educación financiera para los servidores de instituciones públicas y privadas, así como en instituciones de educación básica, secundaria y superior;
- c. Promover el acercamiento de las instituciones educativas al sector productivo;
- d. Formar en la cultura de cooperación, ahorro e inversión; y,
- e. Fortalecer actitudes, aptitudes, la capacidad de emprender y adaptarse a las nuevas tendencias tecnológicas y al avance de la ciencia.

En la misma Ley de Emprendimiento e Innovación (2020) establece en el Artículo 23 el emprendimiento y la innovación en la enseñanza universitaria, a través del CACES Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, tomará en cuenta el emprendimiento y la innovación para el acompañamiento de procesos de evaluación, acreditación de las Instituciones de Educación Superior.

Pilares de Actitudes Emprendedoras

Según el ESPAE (2020) establece los cinco pilares de actitudes emprendedoras y son:

- **Percepción de oportunidades:** la disminución en oportunidades identificadas por los emprendedores, coincide en los años en los que ha existido mayor contracción económica.
- **Habilidades para start-ups:** el acceso a la educación superior así como el poseer habilidades en los emprendedores es uno de los pilares más importantes en los últimos cuatro años.
- **Aceptación de riesgo:** un gran porcentaje de la población no cree que el miedo al fracaso les impedirá iniciar con un negocio.
- **Networking:** se trata de la capacidad de conocer y contactar emprendedores y otros stakeholders, este indicador ha mejorado en los últimos años debido al mejoramiento de la comunicación entre emprendedores.
- **Apoyo cultural:** se refiere al estatus del emprendimiento en términos de ser aceptado como una carrera.

Pilares de Habilidades Emprendedoras

Según el ESPAE (2020) establece los cuatro pilares de habilidades emprendedoras y son:

- **Emprendimiento por oportunidad:** combina la motivación por oportunidad, es decir toma en consideración las preocupaciones por regulaciones estatales.
- **Absorción tecnológica:** se basa en crear firmas innovadoras y con potencial de crecimiento y es uno de los grandes desafíos para el ecosistema emprendedor ecuatoriano.
- **Capital Humano:** se analiza el nivel de educación del emprendedor con las limitaciones específicamente laborales.
- **Competencia:** combina la competencia que perciben los emprendedores con las medidas de dominación de mercado.

Pilares de Aspiraciones Emprendedoras

Según el ESPAE (2020) establece los cinco pilares de aspiraciones emprendedoras y son:

- **Innovación de productos:** se debe al desarrollo tecnológico que los emprendedores les otorgan a sus productos.
- **Innovación de procesos:** se utiliza la tecnología en procesos, la capacidad del país de crear a través de investigación y desarrollo.
- **Alto crecimiento:** establece la escalabilidad de los negocios en el Ecuador.
- **Internacionalización:** se trata que los emprendedores inserten sus productos en mercados internacionales.
- **Capital de riesgo:** incluye a los inversionistas informales así como la profundidad del mercado de capital.

Ecosistema emprendedor

Según Mora Pacheco, Aguirre Quezada, & Alava Atience (2019) definen al ecosistema emprendedor como el entorno que rodea a las organizaciones o a los individuos que se encuentran inmersos en el campo del emprendimiento e impacta en su intención emprendedora, es por ello que las Universidades juegan un papel importante dentro de la sociedad pues son las que deben fomentar, preparar y motivar a los estudiantes para emprender. El análisis del ecosistema emprendedor de las Instituciones de Educación Superior (IES) se centra en las intenciones emprendedoras de los alumnos, la formación del docente, las estrategias de promoción y los planes de negocio para establecer una línea de base para el desarrollo de la cultura emprendedora.

Las universidades están en la capacidad de potenciar el capital humano de los estudiantes en dos ámbitos: la difusión de la cultura emprendedora y el desarrollo de capacidades específicas; el entorno o ecosistema empresarial puede ser decisivo para establecer una estructura empresarial sostenible.

Como lo señala Segura-Barona & Burbano-Pedraza (2019) las Universidades deben establecer la diferencia entre el emprendimiento por necesidad o por oportunidad, el primero promueve el entusiasmo empresarial como estrategia para garantizar el autoempleo, sin conocimientos lo que no permitirá que se logre ser competitivo a largo plazo; y el segundo que aproveche la invención generando innovación para generar competitividad, es decir que el papel de la Universidad es ir más allá de dictar asignaturas de emprendimiento sino más bien ayudar a la creación de empresas sostenibles en el entorno.

Es importante que las Universidades promuevan programas y cursos apropiados con la finalidad de que los estudiantes adquieran habilidades genéricas y horizontales que podrían garantizar personas creativas, innovadores, altamente motivados, buenos comunicadores, líderes, negociadores y con un amplio sentido para tomar las mejores decisiones y capaces de reconocer las oportunidades que se presentan en el entorno de la sociedad (Gómez, Sánchez, & García, 2019, pág. 12)

Innovación

Según manifiesta López (2019) En una economía en crecimiento, la innovación es un proceso de desarrollo fundamental basado en la investigación que contribuye a los procesos de gestión empresarial, académica y técnica. Por lo tanto, es importante comprender los orígenes de los distintos tipos de innovaciones aplicadas en los distintos procesos comerciales que se mencionan a continuación:

- **Innovación tecnológica:** se basa en un nuevo conocimiento tecnológico que aporta al mejoramiento de los procesos del producto o servicio.
- **Innovación gerencial:** se trata de la implementación de nuevas formas de organización en la empresa
- **Innovación comercial:** se basa en el marketing, es decir con la utilización de nuevas formas para la comercialización, canales de ventas, promociones o precios.

Teniendo en cuenta a Coba (2021) que indica que la pandemia ha sido una enorme prueba para el tejido productivo de la economía ecuatoriana, en la cual se han relevado muchas debilidades una de ellas es la innovación.

Por innovación se entienden todos los cambios significativos en el producto, en el servicio, en el proceso, y en la cadena de valor de la empresa con el fin de obtener mejores resultados.

Para innovar no solo se necesita ideas innovadoras sino también capital, de ahí nacen las incubadoras que son organismos del sector público o privado que permiten colocar los capitales semilla o inteligentes a través de plataformas para ayudar al emprendedor, además también existe la inversión extranjera con capital para inyectar a los emprendimientos.

La innovación entendida como herramienta específica para las personas emprendedoras, a través de la cual se pueden crear oportunidades para diferentes negocios o servicios, se la considera como una disciplina en donde se aprende y practica, es por ello que los emprendedores deben encontrar la fuente de innovación y cambio para mejorar las oportunidades para que la innovación sea exitosa (Vargas, 2020, pág. 712).

Según el ESPAPE (2020) la innovación en el Ecuador se determina por un puñado de emprendedores, se da que de cada 3 de cada 4 emprendedores ofertan productos y servicios que no son nuevos ni siquiera en el mercado local; mientras 1 de cada 5 ofrecen productos que no existían en el mercado local, pero si en otros lugares.

Los niveles de innovación local, tanto en productos como en servicios, los emprendedores tienen un nivel de educación superior, en cuanto a sectores tecnológicos y motivados por aumentar sus ingresos y no son emprendedores por necesidad.

Por otro lado Boston Consulting Group (2019) establece que en la actualidad los emprendedores tratan de introducir nuevos productos y servicios en el mercado, con el objetivo de mejorar su rentabilidad, por ejemplo indica que empresas como Alfababet, Amazon, Apple, Microsoft, Samsung, IBM, Facebook, Telsa, Adidas son las que más

innovan en sus productos y servicios; es por consiguiente que tienen una ventaja competitiva en función de las otras empresas.

Clases de innovación

Por otro lado (Cueva, 2007) establece la clasificación de la innovación tomando en consideración tres puntos elementales: objeto, grado de novedad y finalidad.

a. Según el objeto de la innovación

- **Innovación en el producto (bienes y servicios):** El proceso de idealizar, diseñar e implementar un nuevo producto o servicio, a través del deseo de mejorar las características y el rendimiento del producto terminado, es decir ubicar en el mercado un nuevo producto con la utilización de estándares de calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes.
- **Innovación en el proceso:** Cuando las empresas han tomado la decisión de innovar los productos, es fundamental que innoven en los procesos a través de mejorarlos, reduciendo costos, aumentando la producción, mejorado procesos y preservando el medio ambiente.

Por otro lado (Yépez, Frías, & Parrales, 2019) establecen otro tipo de innovación:

- **Innovación en los mercados:** “consiste en crear, ampliar o segmentar los mercados de ventas y crear o mejorar las fuentes de aprovisionamiento de materias primas y productos” (pág. 38)

b. Según el grado de novedad de la innovación

Los grados de innovación según manifiestan Yépez, Frías, & Parrales (2019) son:

- **Innovaciones radicales:** llamadas también básicas, primarias o totales, hacen referencia a productos o procesos totalmente nuevos, ya que presentan diferencias significativas en cuanto a su finalidad, prestaciones, características, propiedades teóricas, materias primas o componentes utilizados en su fabricación.

- **Innovaciones incrementales:** son aquellas en las que se mejoran los productos o procesos que ya existen, son conocidas también como parciales, progresivas o secundarias.

c. Según la finalidad estratégica de la innovación

Generalmente se categorizan por innovaciones aplicadas a criterios básicos tales como mercado y características técnicas del sector.

Capacidad innovadora y emprendedora

El bienestar en el país se refleja en gran medida por el desarrollo del mismo a través del ingreso per cápita de los habitantes. La capacidad para el emprendimiento e innovación en la sociedad constituye un gran soporte que promueve el nivel competitivo de la economía del mundo. (Pernia, 2007).

Como lo manifiestan Yépez, Frías, & Parrales (2019) la capacidad en innovación y emprendimiento depende en gran medida de la competitividad, tratando de mantener una ventaja competitiva a través del fortalecimiento del perfil productivo en el entorno, es por lo que el emprendedor investiga sus capacidades de innovador, es decir realiza las cosas con motivación.

Al hablar de las capacidades se puede entender como los comportamientos o actitudes cotidianas que posee el ser humano. Dentro de las áreas de trabajo es imprescindible asumir y desarrollar las capacidades innovadoras y creativas que aporten al crecimiento del emprendimiento.

La capacidad emprendedora que las personas desarrollan se relaciona con la iniciativa y perseverancia que le ponen a las actividades que realizan, para aportar soluciones innovadoras a las empresas para el cumplimiento de los objetivos. Como lo manifiestan Yépez, Frías, & Parrales (2019) la capacidad innovadora se relaciona con tres aspectos:

1. Tener, ideas, habilidades;

2. Desarrollar las ideas identificando las oportunidades, proponer nuevos proyectos; y,
3. Organizar los recursos para poner en marcha la idea inicial.

Ámbito de Acción del Emprendimiento e Innovación

Debido a la situación actual que vive el mundo el emprendimiento con la innovación son dos elementos que van de la mano, desde la perspectiva que completa la vida de las personas, quienes pierden sus trabajos quedando desempleados y difícilmente consiguen otro empleo, por lo que deben recurrir sin otras opciones a emprender.

Es por ello que la educación para el emprendimiento es un factor fundamental para que las nuevas generaciones o profesionales se den cuenta que no sólo dependen de un trabajo en el ámbito público o privado para ganar un sueldo sino más bien piensen que al generar un emprendimiento pueden abrir fuentes de empleo.

Innovación en América Latina

De acuerdo con Espinoza & Romero (2016) en América Latina en los últimos años varias empresas son innovadoras gracias a la sociedad del conocimiento que ha permitido un crecimiento económico en los países gracias al mejoramiento de los niveles de productividad e innovación, los mismos que están relacionados entre sí.

Además es importante tomar en consideración la I+D (investigación y desarrollo) que constituye un elemento fundamental para el mejoramiento de la transferencia tecnológica para que las empresas puedan tener conocimientos para realizar investigación y generen nuevas ideas a través del desarrollo de las habilidades y destrezas para adaptarse a la utilización de nuevas tecnologías.

Por otro lado Alvaro & Calvo (2011) el acrónimo I+D+I hace referencia a la investigación, desarrollo e innovación, es decir todo esto abarca el trabajo creativo para incrementar el

conocimiento para que sea utilizado en nuevas aplicaciones, es decir con la utilización de la innovación.

El emprendimiento y la innovación en el Ecuador

El emprendimiento en el Ecuador se ha incorporado en la cultura ecuatoriana para transformar la economía a través de la generación de ingresos de los ciudadanos, es por ello que aparece el emprendimiento innovador va de acuerdo con la matriz productiva en los cuales se promueve el emprendimiento en diferentes sectores sociales y económicos del país.

¿Y qué no es la innovación? Emprendimiento no es por sí mismo Innovación

De acuerdo con Jaramillo Restrepo (2012) explica que se confunde abrir un nuevo negocio con innovación, por otro lado algunas innovaciones si pueden generar nuevos negocios.

La creatividad

Como lo manifiestan Shepherd, Ahmed, Ramos, & Ramos (2012) “la creatividad es la capacidad de generar en forma consistente resultados valiosos y diferentes” (pág. 43), es decir un proceso de generación de nuevas ideas, ideas originales, útiles que permitan mejorar los productos o servicios a través de mantener un pensamiento divergente. Existen 3 formas de creatividad:

- La creación: consiste en hacer las cosas a partir de nada
- La modificación: es cambiar algo que existe
- La síntesis: es a combinación de las cosas

Las fuentes de creatividad

Para Morcillo (2006) las fuentes de creatividad se dan por la experiencia y la observación (curiosidad), cada una de ellas se absorbe de manera consciente e inconsciente que puede generar posibles innovaciones y la experiencia se acumula a través del aprendizaje.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Ubicación

La investigación se llevó a cabo en el Semillero de Empresas de la Universidad Técnica de Ambato, que es un espacio para apoyar a los emprendimientos que se generen en la Institución con el fin de brindar asistencia técnica para que las ideas que proponen los emprendedores sean sólidas y se puedan plasmar en emprendimientos que ayuden a la generación de empleo en la Provincia.

La base fundamental es el promover el desarrollo económico, gerencial y social de la provincia, este espacio cuenta con 5 diferentes áreas como son: coordinación, tanque de pensamiento, sala de reuniones, laboratorio de ideas y tres áreas de mentor (UTA, 2019).

El semillero de empresas se encuentra acreditado por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (Senescyt) para el período de dos años (UTA, 2019).

3.2. Equipos y materiales

Se utilizó dispositivos de almacenamiento, internet para búsqueda de información en diferentes fuentes.

3.3. Tipo de investigación

Enfoque

De acuerdo con Sampieri (2014) “el enfoque cuantitativo es un conjunto de procesos es secuencial y probatorio, tiene un orden riguroso y parte de una idea que va acotándose y una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación” (pág. 5)

El enfoque cualitativo como lo señala Sampiere (2014) “utiliza la recolección y análisis de los datos para afirmar preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación ” (pág. 7).

En la investigación se utilizó el enfoque mixto (cuanti-cualitativo), es decir se aplicó el enfoque cuantitativo a través de la lógica deductiva y midieron las variables de la investigación es decir la gestión organizacional y la innovación en emprendimientos, con la utilización de la técnica de la encuesta.

Así mismo se utilizó el enfoque cualitativo utilizando la lógica inductiva, con la aplicación de una entrevista semi estructurada, la misma que permitió explorar a profundidad las variables de estudio, además se realizó un análisis causal de las variables de investigación desde el planteamiento del problema hasta llegar a los resultados.

Investigación documental

Según Bernal (2010) manifiesta que la “investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema de estudio” (pág. 111).

En la investigación se utilizó fuentes de carácter secundarias tales como: libros, artículos científicos que permitieron obtener información como fuente de referencia de documentos, los mismos que se obtuvieron de diferentes repositorios de universidades; además es necesario manifestar que los artículos científicos fueron revisados de las Bases de datos Redalyc, Scopus, Scielo y Latindex.

Investigación de campo

Según Naranjo (2004) es un estudio que recopilar información en el lugar en que se producen los hechos, es decir el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos de la investigación.

En la investigación se aplicó el cuestionario como instrumento para la recolección de la información (encuesta) a 98 emprendedores universitarios de los últimos semestres de la Facultad de Ciencias Administrativas de los años 2020-2022, además de una guía de entrevista al personal que labora en el Semillero de Empresas de la UTA y experto profesional en la rama de gestión organizacional.

Investigación descriptiva

La Investigación descriptiva según Bernal (2010) “una de las funciones de esta investigación es la capacidad de seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías de ese objeto” (pág. 113), es en ese sentido que, se aplicó la investigación descriptiva ya que se caracterizó a la población objeto de estudio, considerando factores como: estudiantes de los últimos semestres, emprendedores con su proyecto aprobado en el semillero de empresas de la UTA, así como también los datos de las variables en cuanto a su comportamiento para finalmente elaborar las conclusiones y recomendaciones.

Investigación correlacional

Según manifiesta Bernal (2010) “La correlación examina relaciones entre variables o sus resultados, es decir examina asociaciones, pero no relaciones causales” (pag. 114) se aplicó la investigación correlacional la misma que permitió identificar la relación entre las variables de la gestión organizacional y la innovación en los emprendimientos, aplicando el coeficiente de correlación Spearman.

3.4. Prueba de Hipótesis - pregunta científica – idea a defender

Se trabajó con la hipótesis: La gestión organizacional del Semillero de Empresas incide para que los emprendedores innoven sus productos/servicios.

3.5. Población o muestra

Como afirma Bernal (2010) “la población es la totalidad de elementos que se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (pág. 160).

La población a la que se aplicó los instrumentos de recopilación de información a través del cuestionario fue 98 estudiantes que realizan emprendimientos en la Facultad de Ciencias Administrativas, y la guía de entrevista al personal que integra el Semillero de Empresas, Coordinador y cinco docentes que colaboran en el Semillero, así como también a un profesional experto en gestión organizacional de la localidad; es importante mencionar que se presenta en el anexo el detalle de las entrevistas realizadas.

Tabla 1 Población (estudiantes emprendedores)

Periodos académicos	Estudiantes emprendedores
Semestre octubre 2021-marzo 2022	24
Semestre abril- septiembre 2021	27
Semestre octubre 2020-febrero 2021	44
TOTAL	98

Tabla 2 Población (Directivo y personal docente del semillero de empresas)

Cargos	Profesionales entrevistados
Personal del semillero (Coordinador y docentes)	5
TOTAL	5

3.6. Operalización de las variables:

Tabla 3 Variable Independiente

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica-Instrumento
Gestión Organizacional Permite planear, ejecutar y evaluar los procesos que permitirán cumplir los objetivos, además conforma un aspecto importante en la administración de funciones y recursos de las empresas.	Planeación	Estratégica Táctica Operativa	
	Ejecución	Motivación Comunicación Habilidades	
	Evaluación	Liderazgo Satisfacción	Encuesta Cuestionario
	Recursos	Humanos Económicos Materiales	Entrevista Guia de entrevista

Tabla 4 Variable Independiente

Variable	Dimensión	Indicador	Técnica/Instrumentos
Innovación en emprendimientos Consiste en la transformación productiva que tiene que ver con la introducción de nuevos productos, nuevos procesos y mejoras organizacionales en los procesos de comercialización	transformación productiva	Productos o servicios	
	nuevos productos	Producción	Encuesta Cuestionario
	nuevos procesos	Marketing Materias primas Mano de obra	Entrevista Guia de entrevista
	mejoras o novedades	Ventas Creatividad Tecnología	

3.7. Validación del Instrumento

Validación de expertos

Para Robles Garrote & Rojas (2015) el juicio de expertos es un método muy valioso para valorar la fiabilidad de la investigación, es decir una opinión de personas expertas en el tema de estudio. Al momento de someter el instrumento a la consulta y al juicio de expertos se debe tomar en cuenta 2 aspectos importantes como son: la validez y la fiabilidad.

En primera instancia se realizó la construcción de la operacionalización de variables que según Espinoza Freire (2019) manifiesta que es un proceso lógico que consiste en la desintegración de las variables en dimensiones y estas a su vez se desagregan a indicadores los mismos que permiten realizar la medición. Seguidamente se efectuó el proceso de desagregación y se diseñaron preguntas de cada una de las variables y posteriormente se construyó un cuestionario.

Para la validación del cuestionario se contó con la experticia de 2 profesionales que tienen su formación profesional en cada una de las variables (gestión organizacional y la innovación en el emprendimiento) los mismos que son: Leonardo Ballesteros López Ingeniero Comercial y Magister en Gestión Estratégica Empresarial y Ximena Morales Urrutia, Ingeniera Comercial, Magister Universitario en Desarrollo Económico e Innovación y Doctora en Economía y Empresas PhD, quienes revisaron y validaron el instrumento de recopilación de la información, como se puede apreciar en el anexo 1 que corresponde a la validación de la guía firmada por los expertos y el anexo 2 que es el instrumento de recopilación de la información (cuestionario).

Alfa de Cronbach

De acuerdo con Maese, Alvarado, Valles, & Báez (2016) el alfa de cronbach mide la fiabilidad de consistencia interna, el grado en que las respuestas son consistentes a través de los ítems dentro de una medición.

Para confiabilidad se utilizó el software especializado Statiscal Product and Service Solutions (SPSS), a través del cálculo de alfa de cronbach aplicando al 10% de la población objeto de estudio con los ítems (medidos en escala de Likert), es decir se tomó una muestra de 10 estudiantes emprendedores de la UTA con el propósito de conocer el nivel de confiabilidad.

Tabla 5 Alfa de Cronbach para validación del instrumento

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,895	16

Como lo menciona el coeficiente de Alfa de Cronbach si el resultado está próximo a 1 el instrumento de recolección resulta útil. Por lo tanto, con los datos obtenidos se puede decir que el instrumento cuenta con un nivel de confiabilidad efectivo y se procede a la aplicación de este.

3.8. Recolección de información:

De acuerdo con Naranjo (2004) la encuesta es una técnica que permite la recolección de información, por la cual los investigados responden por escrito a preguntas entregadas por el investigador; así mismo también la entrevista es una técnica que consiste en el dialogo directo entre uno o varios entrevistadores y uno o varios entrevistados, con el fin de obtener información vinculada al objeto de estudio.

Las técnicas que se utilizaron en la investigación son la encuesta y la entrevista con sus respectivos instrumentos. En el mes de abril de 2022, se procedió a recopilar la información, en primera instancia se diseñó el cuestionario de la encuesta en línea a través de la herramienta de google forms, para posteriormente compartir el link a los estudiantes emprendedores con el fin de recopilar la información; se aplicó la entrevista semi estructurada al Coordinador y 5 docentes en semillero de empresas de la UTA, que se mencionó anteriormente, así como tambien a un profesional experto en gestión organizacional.

Tabla 6 Recolección de Información

Técnica	Procedimiento
Encuesta en campo	<p>¿Cómo? Mediante un el instrumento que es el cuestionario</p> <p>¿Dónde? En el semillero de empresas de la UTA</p> <p>¿Cuándo? En el primer trimestre del año 2022</p>
Entrevista	<p>¿Cómo? Entrevista semi estructurada</p> <p>¿Dónde? En el semillero de empresas de la UTA y un profesional empresario de la localidad</p> <p>¿Cuándo? En el primer trimestre del año 2022</p>

3.9. Procesamiento de la información y análisis estadístico:

Para el procesamiento de la información y análisis estadístico se utilizó herramientas estadísticas que permitieron tabular los datos obtenidos de manera numérica y gráfica. Una vez recolectada la información del cuestionario, se exportó desde google forms hasta un archivo plano en .csv, seguidamente se tabularon los datos en una hoja de cálculo Excel hasta convertirla en una base de datos confiable, luego se procedió a la tabulación en el programa SPSS ingresando información de cada una de las preguntas y posteriormente se realizó el análisis a través de la misma herramienta para obtener las tablas y gráficos para luego analizar e interpretar los resultados de las preguntas.

Adicionalmente se realizó una entrevista semiestructurada al Coordinador del Semillero de Empresas y personal docente asignado, con una guía de entrevista compuesta de 12 preguntas, logrando recopilar información acerca del desarrollo del emprendimiento de los estudiantes; así mismo se entrevistó a un profesional experto en gestión organizacional con una guía de entrevista de 6 preguntas, mismo que labora en una empresa de la localidad.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Interpretación de Resultados

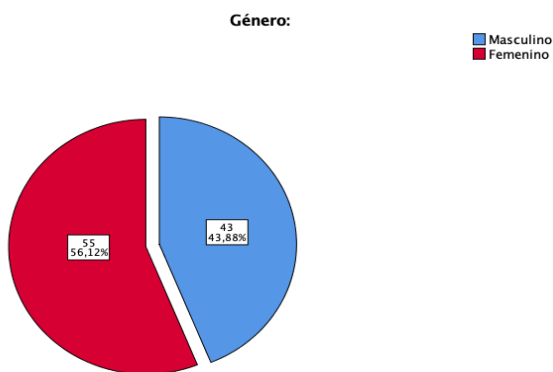
4.1.1. Resultados Encuesta

La investigación se la realizó utilizando la técnica de la encuesta para la recolección de la información, con su respectivo instrumento que fue el cuestionario, el cual permitió en las primeras preguntas determinar características demográficas de la población como el género y la edad de los estudiantes emprendedores como se demuestra a continuación:

Tabla 7 Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	43	43,9	43,9	43,9
	Femenino	55	56,1	56,1	100,0
Total		98	100,0	100,0	

Gráfico 1 Género de los emprendedores



Análisis: Del total de personas encuestadas el 56,1% que corresponde a 55 personas son de género femenino y el 43,9% son de género masculino.

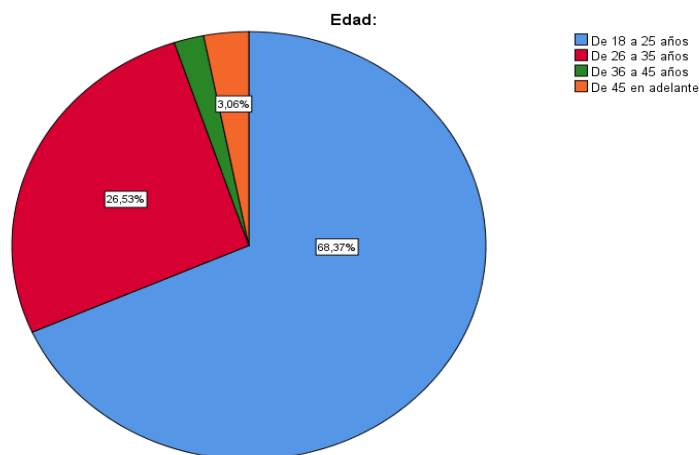
Interpretación: Con los datos obtenidos en la generación de emprendimientos prevalece el género femenino, debido a las mujeres son las que protagonistas del desarrollo económico en el país, por tanto, generan empleo y son las que sostienen los emprendimientos a largo plazo y tienen además más impulso para emprender.

Otro elemento analizado es la edad de los emprendedores como se muestra:

Tabla 8 Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 25 años	67	68,4	68,4	68,4
	De 26 a 35 años	26	26,5	26,5	94,9
	De 36 a 45 años	2	2,0	2,0	96,9
	De 45 en adelante	3	3,1	3,1	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 2 Rango de edad de los emprendedores



Análisis: Del total de personas encuestadas en lo que respecta a la edad el 68,4% están de entre 18 a 25 años; el 26,25% oscilan la edad entre 26 a 35; el 3,1% de personas de 45 años en adelante y finalmente el 2% de personas entre 26 y 45 años.

Interpretación: Con los datos obtenidos que puede deducir que son los jóvenes quienes inician sus emprendimientos al cursar sus estudios universitarios o concluir los mismos. Cabe destacar que la mejor edad para emprender está entre los 35 y 38 años, debido a que han logrado estabilidad económica y poseen experiencia.

Para establecer una mejor relación entre el género y la edad de los emprendedores universitarios se realizó una combinación de variables a través de una tabla cruzada que se muestra a continuación:

Tabla 9 Genero Edad

		Género:		Total
		Masculino	Femenino	
Edad:	De 18 a 25 años	24	43	67
	De 26 a 35 años	15	11	26
	De 36 a 45 años	2	0	2
	De 45 en adelante	2	1	3
Total		43	55	98

Análisis: En el cuadro se denota que los emprendimientos son generados por estudiantes De entre 18 a 25 años, seguido de 26 a 35 años y finalmente 5 de 26 a 45 años en adelante y predomina el género femenino.

Interpretación: El rango de edad en la que los emprendedores inician sus emprendimientos va desde los 18 a 25 año es decir en la etapa estudiantil cuentan con los conocimientos básicos para llevar a cabo el emprendimiento, el mismo que se va consolidando a pasar el tiempo de acuerdo a las necesidades de los clientes y oportunidades que se presentan en el mercado. El género femenino inicia su emprendimiento debido a que las mujeres en su mayoría están en capacidad de asumir riesgos.

1. ¿El negocio que usted tiene se orienta a?

Tabla 10 Orientación al negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Productos	65	66,3	66,3	66,3
	Servicio	33	33,7	33,7	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 3 Orientación del negocio



Análisis: Del total de personas encuestadas en lo que respecta a la orientación del negocio, el 88,3% se dedican a productos mientras que el 33,7% son servicios.

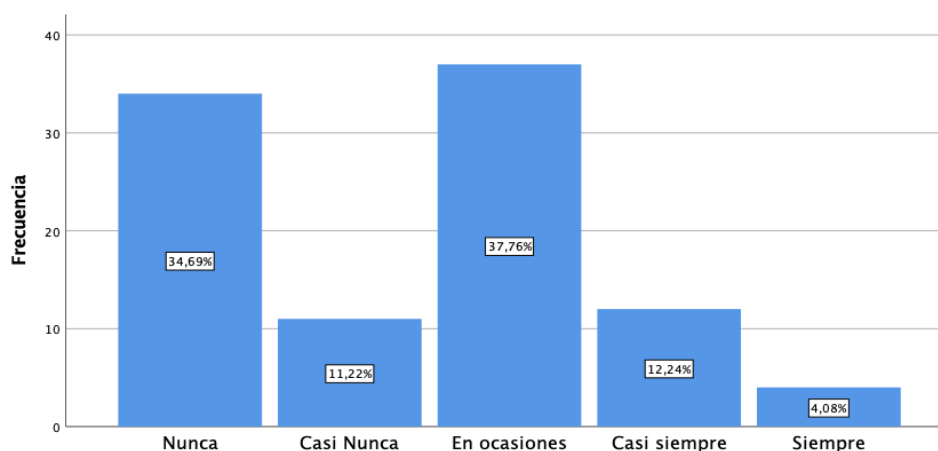
Interpretación: Como se puede apreciar los emprendimientos de los jóvenes universitarios los realizan en base a productos más que a servicios. El producto es un bien tangible que el cliente lo puede percibir a través de los sentidos, mientras que el servicio requiere la presencia obligatoria del cliente para ofertarlo, es por ello que los jóvenes emprendedores plasman la mayor cantidad de ideas en productos y en menor cantidad en servicios.

2. ¿Recibió (e) usted en la ejecución de su emprendimiento algún tipo de asesoría, acompañamiento o apoyo por parte del Semillero de Empresas?

Tabla 11 Acompañamiento por parte del Semillero de Empresas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	34	34,7	34,7	34,7
	Casi Nunca	11	11,2	11,2	45,9
	En ocasiones	37	37,8	37,8	83,7
	Casi siempre	12	12,2	12,2	95,9
	Siempre	4	4,1	4,1	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 4 Acompañamiento por parte del Semillero de Empresas



Análisis: Del total de emprendedores encuestados en lo que respecta al acompañamiento por parte del semillero de empresas para iniciar su emprendimiento el 37,8% manifiestan que, en ocasiones es decir una vez al mes; seguido del 34,7% que indican que nunca y el 11,2 casi nunca; finalmente un 16,3% que manifiestan siempre y casi siempre, es decir una vez a la semana o 1 vez cada 15 días.

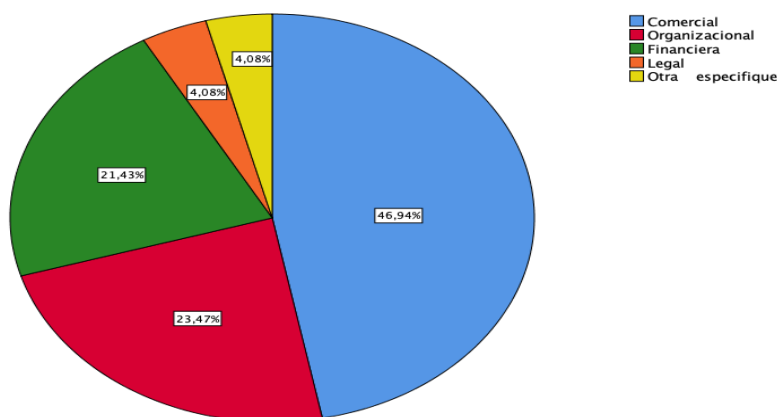
Interpretación: El acompañamiento a través del Semillero de Empresas de la UTA es fundamental para que los estudiantes emprendedores logren consolidar sus negocios en el mercado, a través capacitación permanente, asesoría, ferias y otras estrategias que permitan mejorar las ventas y obtener rentabilidad.

3. ¿En qué áreas específicas usted recibió asesoría del semillero de empresas?

Tabla 12 Áreas Específicas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Comercial	46	46,9	46,9	46,9
	Organizacional	23	23,5	23,5	70,4
	Financiera	21	21,4	21,4	91,8
	Legal	4	4,1	4,1	95,9
	Otra especifique	4	4,1	4,1	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 5 Áreas específicas de asesoría del Semillero de Empresas



Análisis: Del total de emprendedores universitarios encuestados en lo que respecta a las áreas que han recibido asesoría el 46,9% manifiesta que han recibido en el área comercial, mientras que el 23,24% en el área organizacional, el 21,4% en el área financiera y el 8,2% en el área legal y otras como ventas, producción.

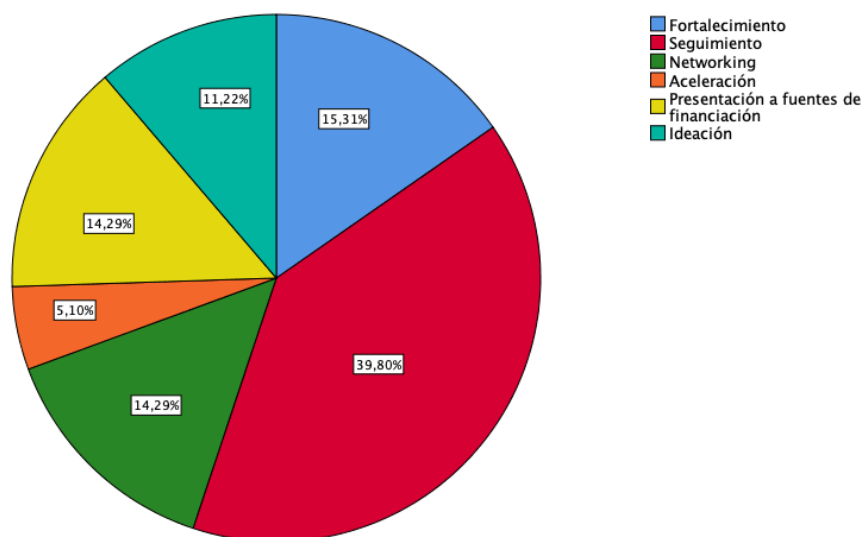
Interpretación: Con los datos obtenidos que puede evidenciar que los emprendedores universitarios han recibido asesoría en el área comercial, que es una de las más importantes para iniciar cualquier tipo de emprendimiento, seguido del área organizacional y financiera.

4. ¿Qué aspectos considera el más importante que el semillero de empresas puede brindar para la consolidación de su emprendimiento?

Tabla 13 Aspectos importantes del Semillero de Empresas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Fortalecimiento	15	15,3	15,3	15,3
	Seguimiento	39	39,8	39,8	55,1
	Networking	14	14,3	14,3	69,4
	Aceleración	5	5,1	5,1	74,5
	Presentación a fuentes de financiación	14	14,3	14,3	88,8
	Ideación	11	11,2	11,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 6 Aspectos importantes del Semillero de Empresas



Análisis: Del total de emprendedores encuestados en lo que respecta al aspecto más importante que el semillero puede ayudar a conolidar los emprendimientos, el 39,8% manifiestan que es el seguimiento que se le pueda brindar al emprendimiento, el 15,3% indica que es el fortalecimiento; el 14,3% el networking y la presentación de las fuentes de financiamiento; el 11,2% la ideación, finalmente el 5,1% la aceleración.

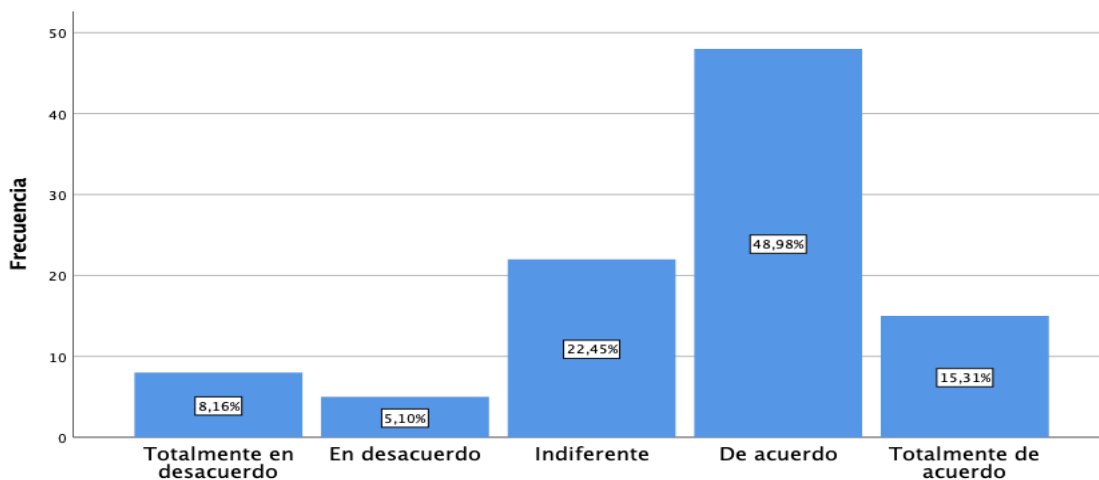
Interpretación: Los emprendedores universitarios piensan que uno de los aspectos importantes que el semillero debería fortalecer es el seguimiento al emprendimiento, con la finalidad que ayuden a consolidarse en el mercado a través de la utilización de herramientas novedosas y capacitación permanente.

5. ¿Considera usted que las acciones que realiza el semillero le permitieron armar su plan de negocios?

Tabla 14 Acciones del semillero para armar el plan de negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	8,2	8,2	8,2
	En desacuerdo	5	5,1	5,1	13,3
	Indiferente	22	22,4	22,4	35,7
	De acuerdo	48	49,0	49,0	84,7
	Totalmente de acuerdo	15	15,3	15,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 7 Acciones del semillero para armar el plan de negocio



Análisis: De los datos arrojados 54,3% está totalmente de acuerdo y de acuerdo que las acciones que realiza el semillero les permitió armar su plan de negocios; mientras que el 22% es indiferente y el 11,3% está totalmente en desacuerdo y desacuerdo.

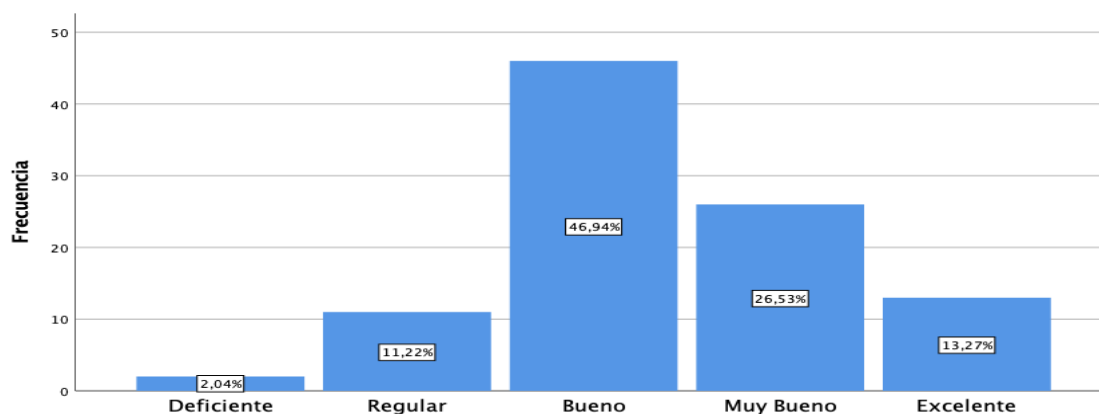
Interpretación: Con los datos obtenidos que puede evidenciar que los emprendedores armaron su plan de negocio gracias a las acciones que realiza el semillero de empresas de la UTA, lo que permite que amplíen sus conocimientos para poner en marcha el giro del negocio, así mismo impulsa al estudiante a realizar sus proyectos de emprendimiento creativos e innovadores.

6. ¿Cómo califica el servicio que brinda el semillero de empresas para los emprendedores universitarios?

Tabla 15 Servicios que brinda el semillero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	2	2,0	2,0	2,0
	Regular	11	11,2	11,2	13,3
	Bueno	46	46,9	46,9	60,2
	Muy Bueno	26	26,5	26,5	86,7
	Excelente	13	13,3	13,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 8 Servicios que brinda el semillero



Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos el 46,9% califica como bueno al servicio que ofrece el semillero de empresas; el 39,8% lo califica como muy bueno y excelente; mientras que el 13,2% como deficiente y regular.

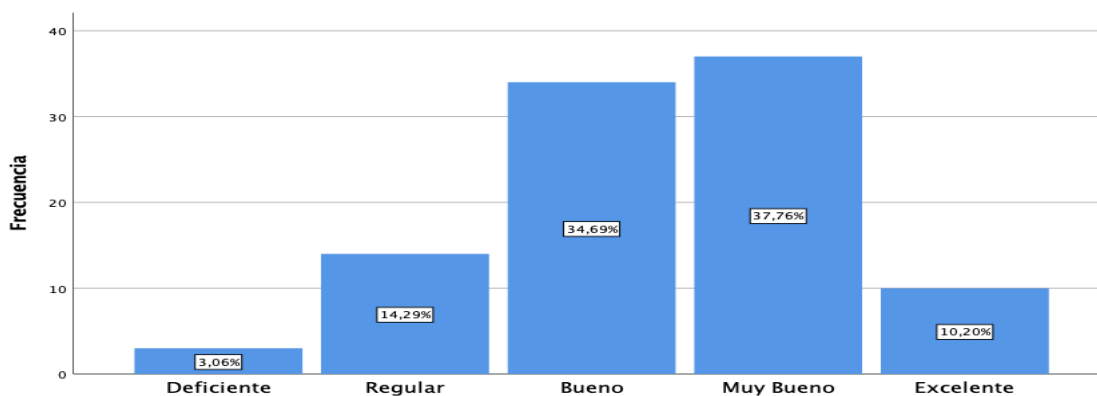
Interpretación: Los servicios que brindan las empresas son fundamentales para el cumplimiento de los objetivos dentro de una organización, por lo es necesario que se utilicen todos los esfuerzos para brindar un servicio con calidad y calidez.

7. ¿Dentro de su emprendimiento como considera que es la gestión organizacional?

Tabla 16 Gestión Organizacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	3	3,1	3,1	3,1
	Regular	14	14,3	14,3	17,3
	Bueno	34	34,7	34,7	52,0
	Muy Bueno	37	37,8	37,8	89,8
	Excelente	10	10,2	10,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 9 Gestión organizacional



Análisis: Como se puede evidenciar el 37,8% considera que la gestión organizacional que desarrolla en su emprendimiento es muy buena; el 34,7% lo califica como buena; el 17,4% la califica como deficiente y regular finalmente el 10,2% piensa que es excelente.

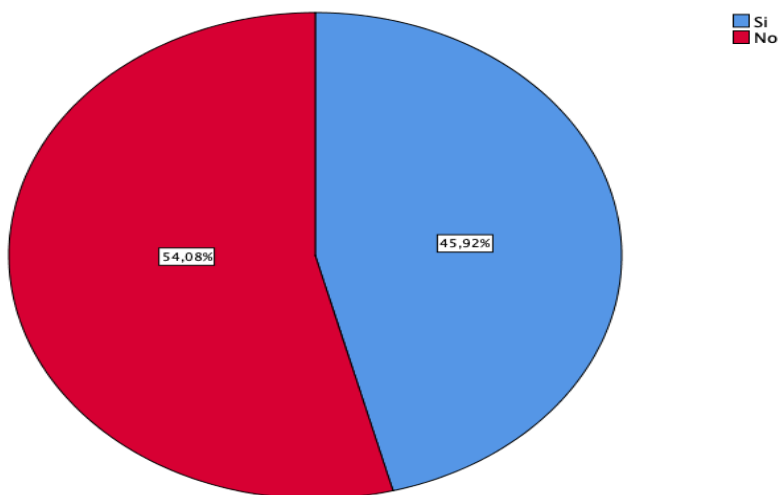
Interpretación: La gestión organizacional dentro de una organización es la capacidad que posee para el cumplimiento de los objetivos, a través del empleo adecuado de los recursos aplicando proceso administrativo, por tanto, el estudiante emprendedor debe contar con información precisa que permita mejorar e innovar sus productos.

8. ¿Al empezar su emprendimiento contó con un plan de negocios?

Tabla 17 Plan de Negocios para iniciar el emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	45	45,9	45,9	45,9
	No	53	54,1	54,1	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 10 Plan de negocios para iniciar el emprendimiento



Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos el 54,1% manifiesta que no contó con un plan de negocios cuando inició su emprendimiento, mientras que el 45,9% contaba con un plan de negocios para su emprendimiento.

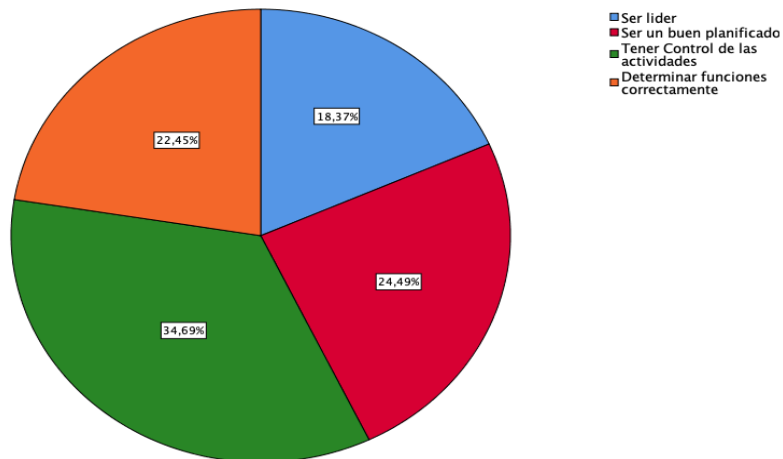
Interpretación: El plan de negocios es un elemento en el cual se plasman los objetivos que se quiere alcanzar y las estrategias a desarrollar para el cumplimiento de los mismos, iniciando con el estudio de mercado en el cual identifique las principales necesidades del mercado, seguidamente el estudio de financiero que determina la viabilidad del proyecto, el estudio administrativo que permite conocer la estructura del proyecto y el estudio legal.

9. ¿Seleccione una de las habilidades que usted desarrolla en su emprendimiento?

Tabla 18 Habilidades en el emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ser líder	18	18,4	18,4	18,4
	Ser un buen planificador	24	24,5	24,5	42,9
	Tener Control de las actividades	34	34,7	34,7	77,6
	Determinar funciones correctamente	22	22,4	22,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 11 Habilidades en el emprendimiento



Análisis: Los emprendedores universitarios desarrollan habilidades en sus emprendimientos tal como se puede observar el 37,4% manifiesta que tiene el control de las actividades que realiza; el 24,5% dice ser un buen planificador; el 22,4% determina correctamente las funciones y finalmente el 18,4 indica que tienen un buen liderazgo.

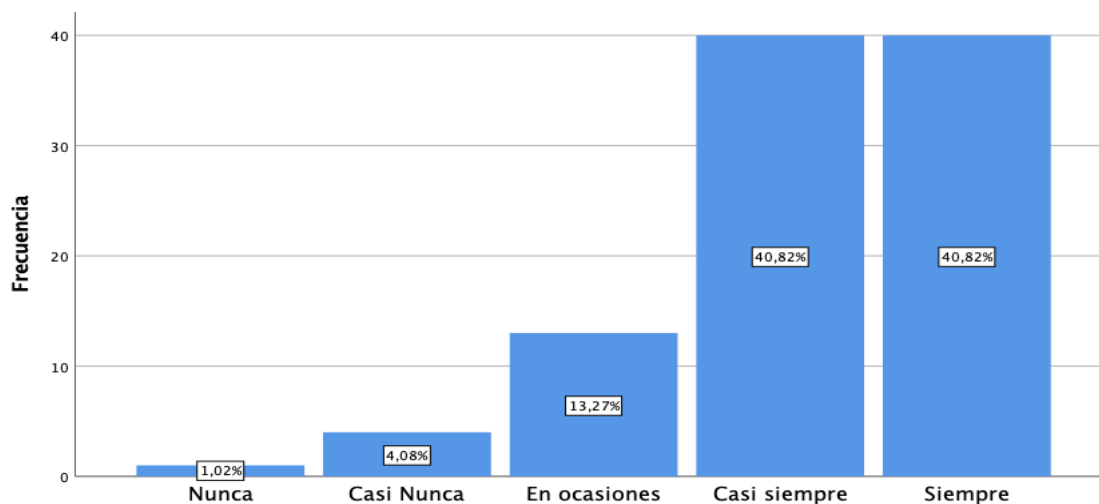
Interpretación: Las habilidades que desarrollan los emprendedores son muy importantes porque a través de estas se logran la consecución de los objetivos planteados, por lo tanto, los emprendimientos de los estudiantes se estimulan con la ideas creativas e innovadoras de puesta en marcha del negocio.

10. ¿Se siente motivado con su emprendimiento?

Tabla 19 Motivación en el emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,0	1,0	1,0
	Casi Nunca	4	4,1	4,1	5,1
	En ocasiones	13	13,3	13,3	18,4
	Casi siempre	40	40,8	40,8	59,2
	Siempre	40	40,8	40,8	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 12 Motivación en el emprendimiento



Análisis: Los emprendedores universitarios responden en un 81,6% que siempre y casi siempre se sienten motivados con su emprendimiento; en ocasiones el 13,3% y el 5,1% manifiestan que casi nunca y nunca.

Interpretación: La motivación es un factor fundamental para la realización de las actividades del ser humano y más aún cuando se emprende un negocio o se ejecuta un proyecto, por tanto, los estudiantes se sienten motivados con las ideas que tienen para mejorar los emprendimientos y poder generar recursos económicos.

11. ¿Considera usted que el liderazgo es un elemento importante para desarrollar emprendimiento?

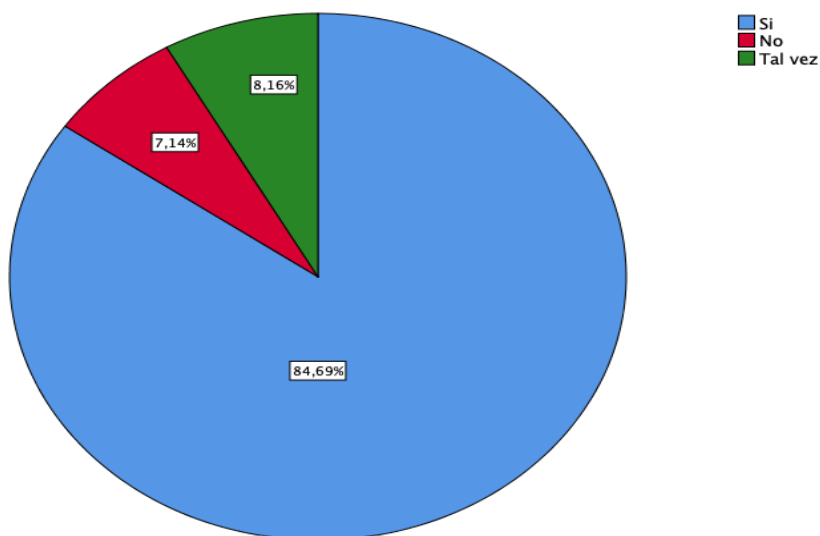
Tabla 20 Liderazgo en el emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	83	84,7	84,7	84,7
	No	7	7,1	7,1	91,8
	Tal vez	8	8,2	8,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: propia del autor

Gráfico 13 Liderazgo en el emprendimiento



Análisis: Los emprendedores universitarios están concientes que el liderazgo es fundamental para desarrollar un emprendimiento tal como se puede apreciar que el 84,7% afirma que es un elemento importante mientras que el 8,2 responde que tal vez, finalmente el 7,1% considera que no es importante.

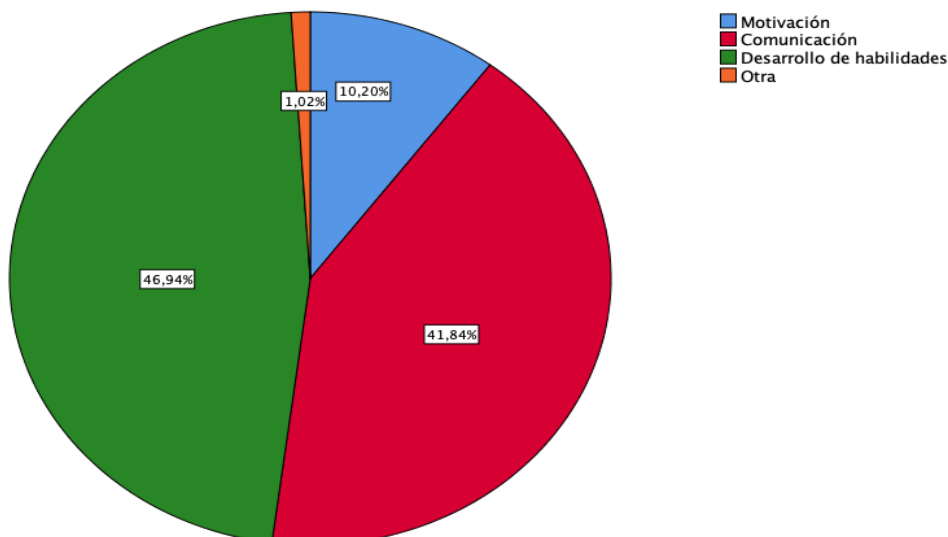
Interpretación: El liderazgo dentro de las organizaciones se entiende como la capacidad de influir, motivar y organizar a las personas para que cumplan los objetivos, por lo tanto, es un elemento fundamental para llevar a cabo las actividades dentro de un emprendimiento.

12. ¿Seleccione 2 opciones que usted considera importante para desarrollar su emprendimiento?

Tabla 21 Desarrollo de Emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Motivación	10	10,2	10,2	10,2
	Comunicación	41	41,8	41,8	52,0
	Desarrollo de habilidades	46	46,9	46,9	99,0
	Otras	1	1,0	1,0	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 13 Desarrollo de emprendimiento



Análisis: Los emprendedores universitarios manifiestan que el desarrollo de habilidades y comunicación son aspectos importantes para desarrollar el emprendimiento tal como se puede observar el 46,9% y 41,8% respectivamente, mientras que la motivación con un 10% y otras como la experiencia y el conocimiento con 1% respectivamente.

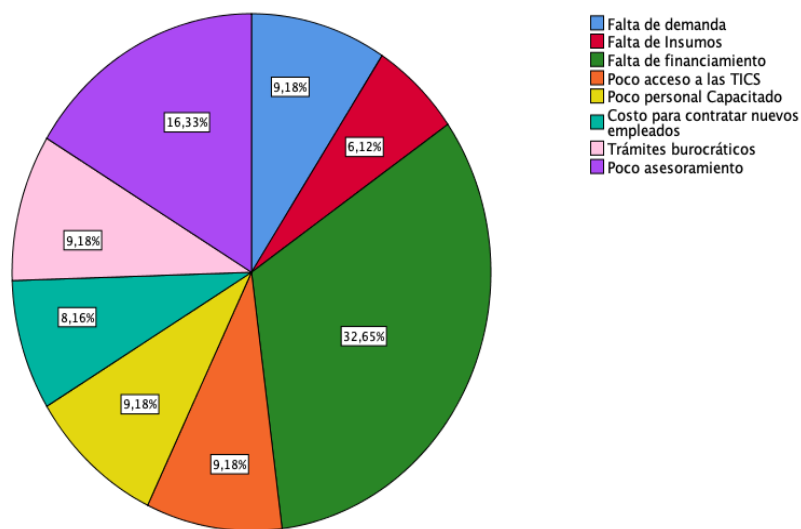
Interpretación: El desarrollo de habilidades tales como: la comunicación, la motivación, la experiencia y el conocimiento son factores fundamentales para poner en marcha el emprendimiento, por lo tanto, es necesario el asesoramiento permanente a fin de que los emprendedores mejoren sus habilidades.

13. ¿De la lista seleccione 1 factor que usted considera que impiden el crecimiento de los emprendimientos?

Tabla 22 Factores que impiden el crecimiento de los emprendimientos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Falta de demanda	9	9,2	9,2	9,2
	Falta de Insumos	6	6,1	6,1	15,3
	Falta de financiamiento	32	32,7	32,7	48,0
	Poco acceso a las TICS	9	9,2	9,2	57,1
	Poco personal Capacitado	9	9,2	9,2	66,3
	Costo para contratar nuevos empleados	8	8,2	8,2	74,5
	Trámites burocráticos	9	9,2	9,2	83,7
	Poco asesoramiento	16	16,3	16,3	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 14 Factores que impiden el crecimiento de los emprendimientos



Análisis: Los emprendedores universitarios consideran que uno de los factores que impiden el crecimiento del emprendimiento es el económico en un 32,7%; el poco asesoramiento con un 16,3%; los trámites burocráticos, el poco personal capacitado y el poco acceso a las TICS con un 9,2% y la falta de insumos con un 6,1%.

Interpretación: El factor económico es muy importante porque los emprendimientos necesitan recursos para iniciar sus actividades, muchos emprendedores piensan que el

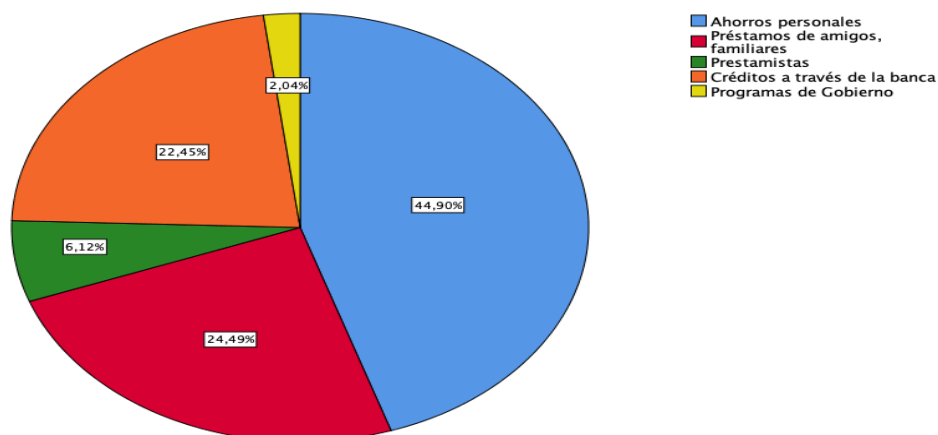
contar con los recursos económicos ya se puede poner en marcha el negocio, dejando de lado otros aspectos que son importantes tales como: el conocimiento a profundidad del producto/servicio que se desea ofrecer.

14. Al iniciar sus negocios ¿Cómo financió su emprendimiento? Seleccione una opción.

Tabla 23 Financiamiento en el emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ahorros personales	44	44,9	44,9	44,9
	Préstamos de amigos, familiares	24	24,5	24,5	69,4
	Prestamistas	6	6,1	6,1	75,5
	Créditos a través de la banca	22	22,4	22,4	98,0
	Programas de Gobierno	2	2,0	2,0	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 15 Financiamiento



Análisis: Como se puede observar en lo que respecta al financiamiento del emprendimiento, los emprendedores en un 44,9% se han financiado con ahorros personales; el 24,5% a través de préstamos de amigos; el 22,4% créditos de la banca y finalmente el 6,1% prestamistas y programas de gobierno.

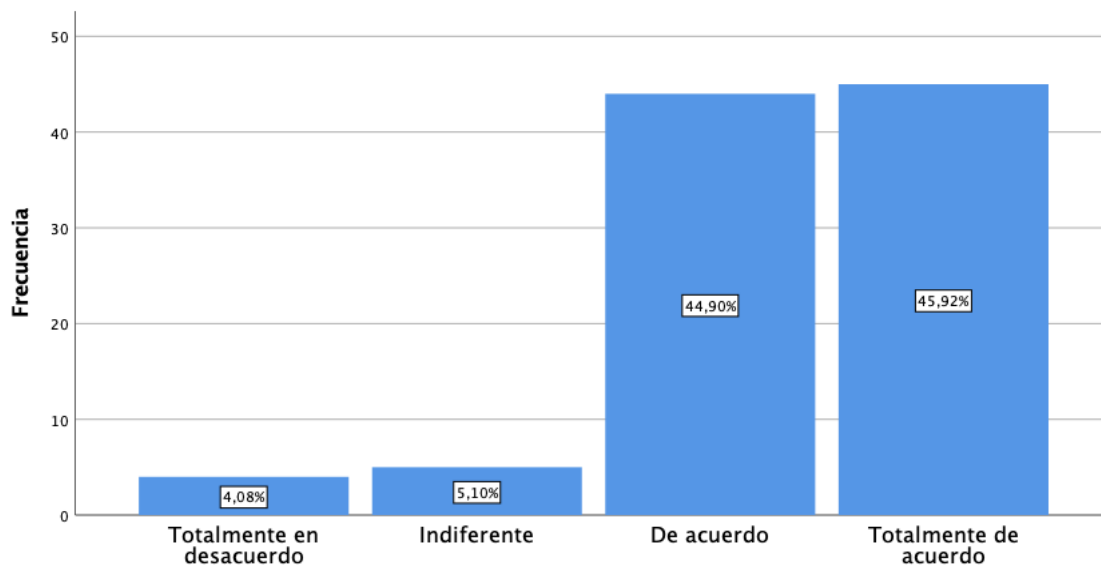
Interpretación: El financiamiento dentro de un emprendimiento es un factor importante para iniciar las actividades, por lo tanto, es necesario contar con los recursos necesarios para poner en marcha el negocio, el establecer una proyección de gastos e ingresos es lo más aconsejable para iniciar el negocio.

15. ¿Considera usted que es necesario manejar un presupuesto para el emprendimiento?

Tabla 24 Manejo del Presupuesto en el emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	4,1	4,1	4,1
	Indiferente	5	5,1	5,1	9,2
	De acuerdo	44	44,9	44,9	54,1
	Totalmente de acuerdo	45	45,9	45,9	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 16 Manejo del Presupuesto en el emprendimiento



Análisis: En lo que respecta al presupuesto del emprendimiento, los emprendedores en un 90,8% están totalmente de acuerdo y de acuerdo que se debe manejar un presupuesto, mientras que el 5,1% se muestra indiferente y el 4,1% está totalmente en desacuerdo.

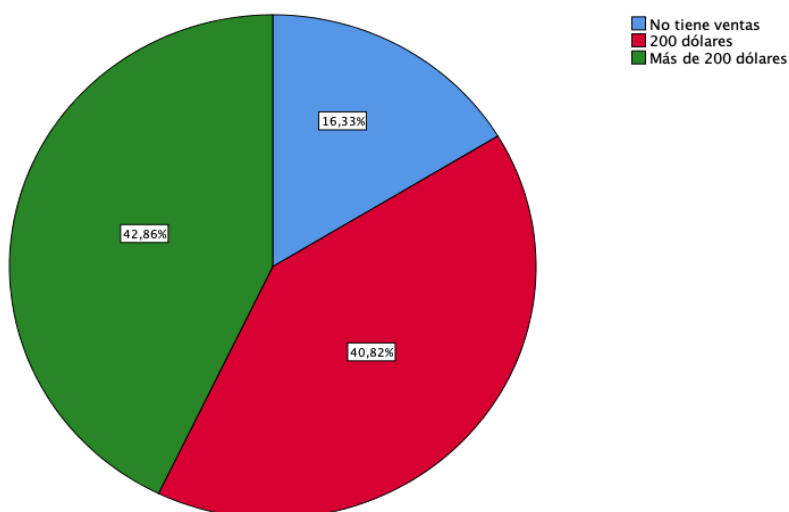
Interpretación: El presupuesto dentro de cualquier negocio, es una herramienta importante que ayudará a tener en cuenta los gastos que demandará el emprendimiento, es una forma de planificar los recursos financieros a fin de equilibrar los gastos e ingresos.

16. ¿Cuál es su promedio de ventas mensuales?

Tabla 25 Promedio de Ventas Mensuales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No tiene ventas	16	16,3	16,3	16,3
	200 dólares	40	40,8	40,8	57,1
	Más de 200 dólares	42	42,9	42,9	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 17 Promedio de ventas mensuales



Análisis: En lo que se refiere al promedio de ventas mensuales de los emprendedores el 42,9% manifiestan que venden más de 200 dólares mensuales; el 40,8% vende 200 dólares y finalmente el 16.3% manifiesta que no tiene ventas.

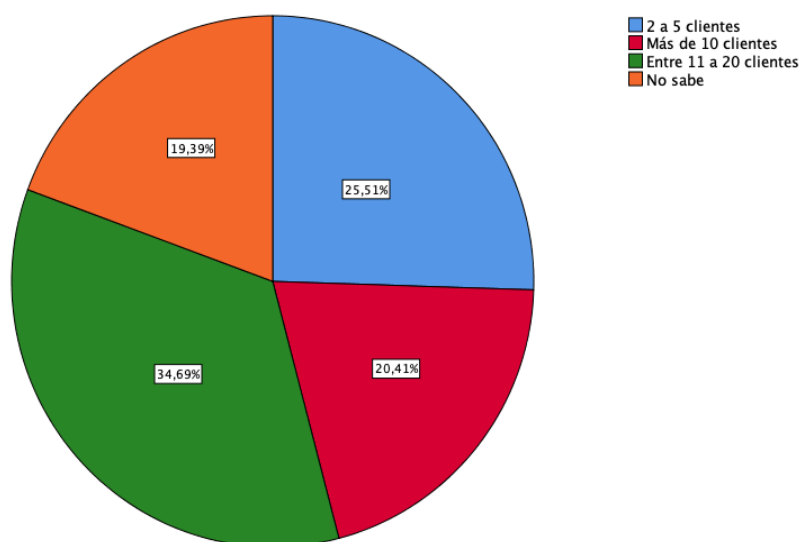
Interpretación: El promedio de ventas mensuales es un indicador de la situación de una empresa en el mercado, por tanto, los emprendedores tienen un considerable promedio de ventas mensuales, lo que les permite financiar los gastos que demanda el negocio, por tanto, obtienen una mínima rentabilidad.

17. ¿Cuántos clientes promedio tiene al mes?

Tabla 26 Promedio de clientes al mes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2 a 5 clientes	25	25,5	25,5	25,5
	Más de 10 clientes	20	20,4	20,4	45,9
	Entre 11 a 20 clientes	34	34,7	34,7	80,6
	No sabe	19	19,4	19,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 18 Promedio de clientes al mes



Análisis: En lo que respecta al promedio de clientes mensuales, los emprendedores manifiestan que tienen entre 11 a 20 clientes que representa el 34,7%; seguido del 25,5% que tienen de 2 a 5 clientes; el 20,4% con más de 2 clientes y finalmente el 19,4% que no sabe con certeza el número de clientes mensuales.

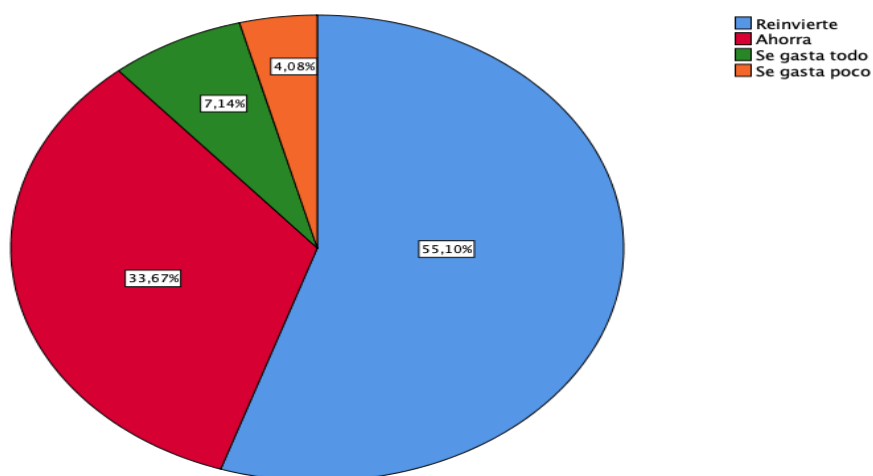
Interpretación: Los clientes dentro de un emprendimiento se constituyen los elementos claves para que se pueda consolidar en el mercado, son quienes demandan del producto/servicio y a los que se deben tratar de satisfacer las necesidades.

18. ¿Cuándo obtiene utilidad de su emprendimiento que hace?

Tabla 27 Utilidad en el emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Reinvierte	54	55,1	55,1	55,1
	Ahorra	33	33,7	33,7	88,8
	Se gasta todo	7	7,1	7,1	95,9
	Se gasta poco	4	4,1	4,1	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 19 Utilidad en el emprendimiento



Análisis: Los emprendedores manifiestan que cuanto obtienen rentabilidad en su emprendimiento un 55,1% reinvierten; el 33,7% ahorra; el 7,1% se gasta todo y el 4,1% se gasta poco.

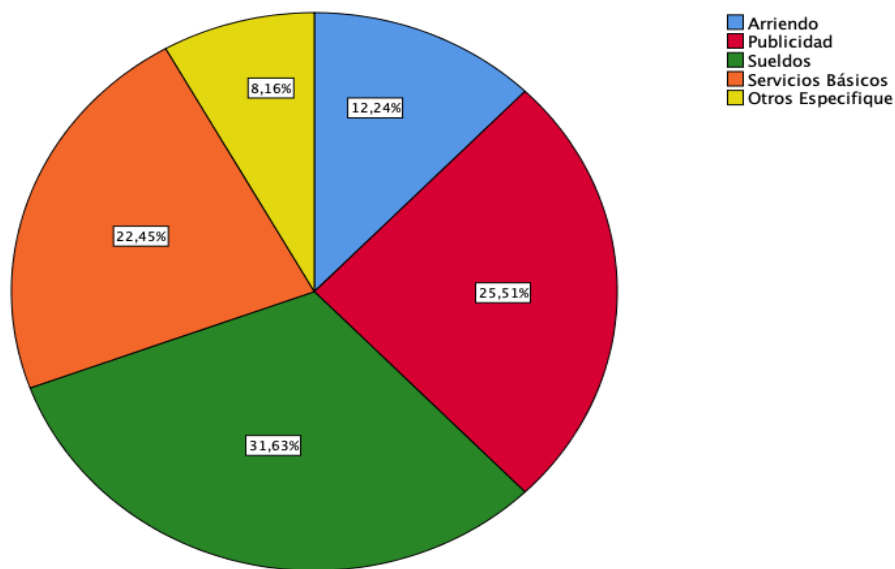
Interpretación: Es importante que cuando el emprendimiento genere rentabilidad se reinvierta para aumentar el capital. La reinversión que se realiza dentro de los negocios permite consolidarlos en el mercado a través de la utilización de estrategias tales como: mejorar la publicidad, contratar asesoría, capacitación, contratación de nuevo personal, entre otras.

19. ¿Cuáles son los principales gastos que Ud. tiene en su emprendimiento?

Tabla 28 Principales gastos que tienen en el emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Arriendo	12	12,2	12,2	12,2
	Publicidad	25	25,5	25,5	37,8
	Sueldos	31	31,6	31,6	69,4
	Servicios Básicos	22	22,4	22,4	91,8
	Otros Especifique	8	8,2	8,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 20 Principales gastos que tienen en el emprendimiento



Análisis: Los principales gastos que tienen los emprendedores universitarios son: los sueldos con un 31,6%, seguido de la publicidad con el 25,5%, los servicios básicos con el 22,4%; el arriendo con el 12,2% y otros como mantenimiento, asesoría con el 8,2%

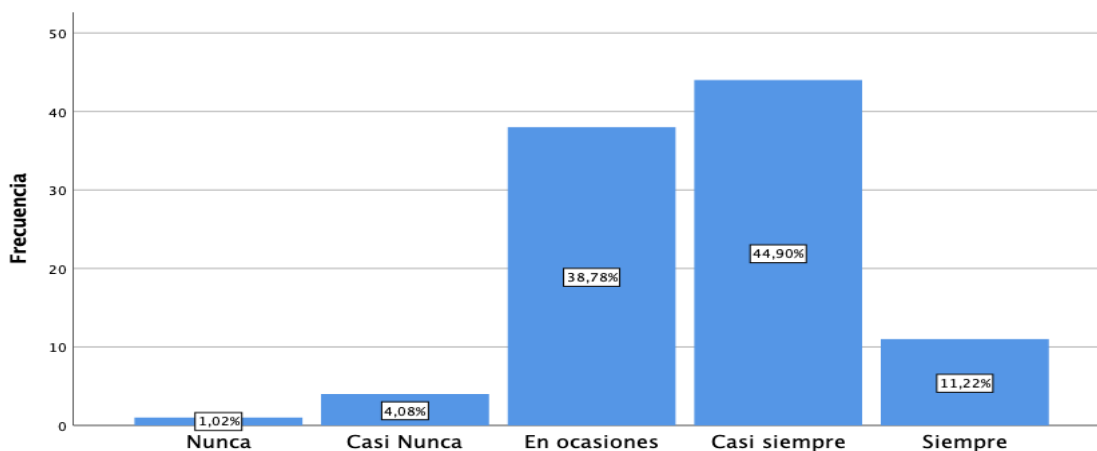
Interpretación: Los gastos que generan los emprendimientos repercuten en la rentabilidad, es por ello que es indispensable realizar correctamente una proyección de gastos que permita tener los recursos necesarios para solventarlos.

20. ¿Están programadas y coordinadas todas las actividades encaminadas a mejorar las ventas dentro de su emprendimiento?

Tabla 29 Actividades para mejorar las ventas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,0	1,0	1,0
	Casi Nunca	4	4,1	4,1	5,1
	En ocasiones	38	38,8	38,8	43,9
	Casi siempre	44	44,9	44,9	88,8
	Siempre	11	11,2	11,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 21 Actividades para mejorar las ventas



Análisis: Los emprendedores universitarios manifiestan en un 56,1% existen acciones que se encaminan a mejorar las ventas casi siempre y siempre; mientras que 38,8% manifiesta que ocasiones realiza actividades para mejorar las ventas y finalmente el 5,1% casi nunca y nunca hace algo para mejorar las ventas

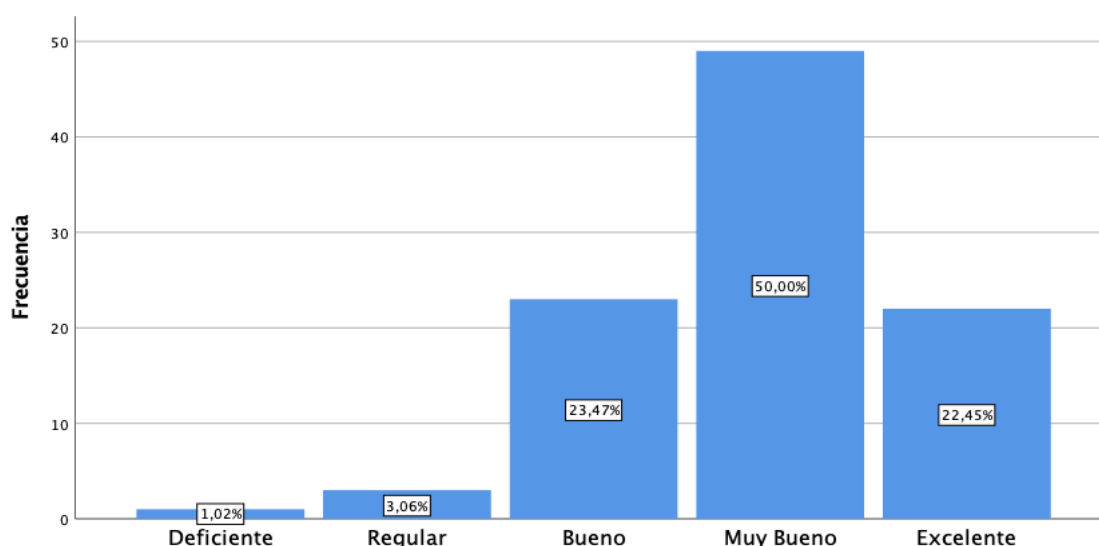
Interpretación: En los emprendimientos se hace necesario llevar a cabo acciones que permitan elevar las ventas permanentemente, a fin de conseguir los objetivos propuestos, por lo tanto, los emprendedores deben plantearse estrategias que permitan mejorar sus niveles de venta, tomando en cuenta la competencia.

21. ¿Cuál es el grado de satisfacción del producto/servicio que usted percibe de sus clientes?

Tabla 30 Grado de percepción acerca de la satisfacción del producto/servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	1,0	1,0	1,0
	Regular	3	3,1	3,1	4,1
	Bueno	23	23,5	23,5	27,6
	Muy Bueno	49	50,0	50,0	77,6
	Excelente	22	22,4	22,4	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 22 Grado de percepción acerca de la satisfacción del producto/servicio



Análisis: En lo que respecta al grado de satisfacción que perciben los emprendedores de sus clientes como se puede observar el 50% perciben que es muy bueno, mientras que el 23,5% que es bueno; 22,4% manifiestan que es excelente y finalmente el 4,2% indican que es regular y deficiente.

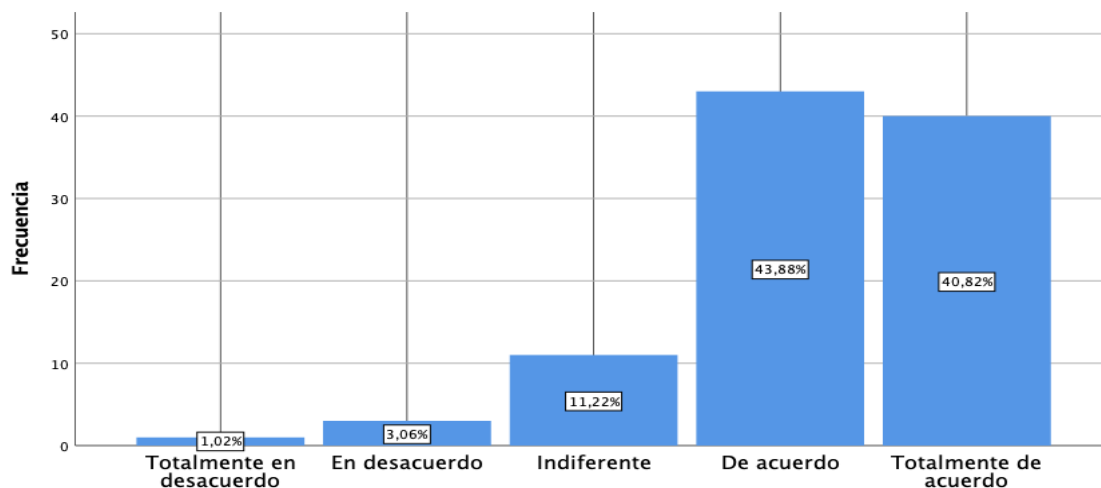
Interpretación: La percepción que tienen los emprendedores en relación a la satisfacción del cliente del producto/servicio es un importante para mantener y mejorar las estrategias de ventas, a fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

22. ¿Cree usted que la innovación es el elemento importante a la hora de emprender?

Tabla 31 Innovación al momento de emprender

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	1,0	1,0	1,0
	En desacuerdo	3	3,1	3,1	4,1
	Indiferente	11	11,2	11,2	15,3
	De acuerdo	43	43,9	43,9	59,2
	Totalmente de acuerdo	40	40,8	40,8	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 23 Innovación al momento de emprender



Análisis: En lo que respecta a la innovación los emprendedores universitarios manifiestan que están de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 84,7%; mientras que el 11,2% se muestran indiferente y el 4,1% manifiestan estar en total desacuerdo y desacuerdo.

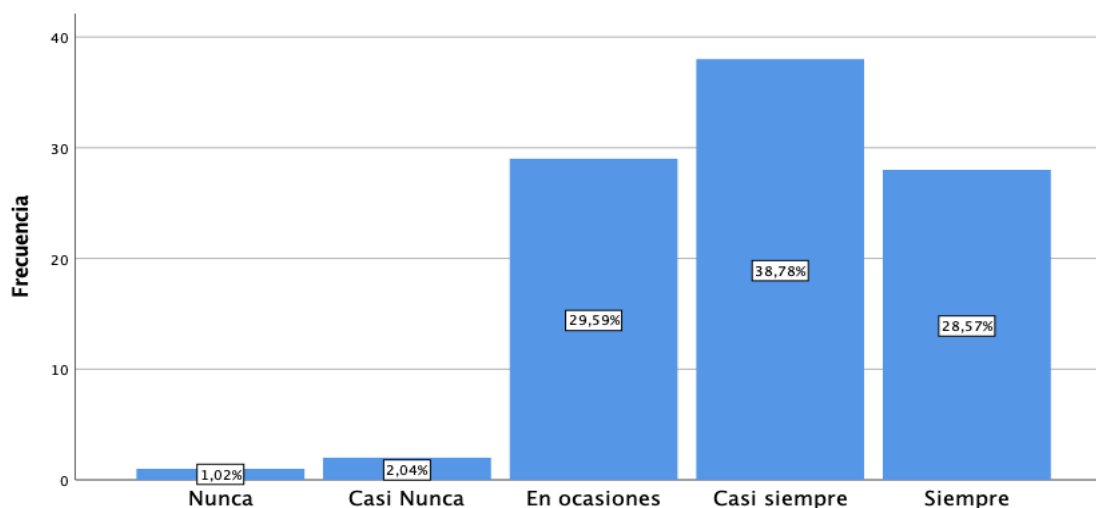
Interpretación: En los emprendimientos la innovación se constituye en un elemento de suma importancia, a través de la generación de nuevas ideas, utilizando la creatividad y buscando oportunidades en el mercado con la finalidad de incrementar la productividad.

23. ¿Desde el punto de vista de la innovación usted como emprendedor ve oportunidades donde otros no ven?

Tabla 32 Oportunidades en innovación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,0	1,0	1,0
	Casi Nunca	2	2,0	2,0	3,1
	En ocasiones	29	29,6	29,6	32,7
	Casi siempre	38	38,8	38,8	71,4
	Siempre	28	28,6	28,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 24 Oportunidades en innovación



Análisis: Con los datos obtenidos se puede establecer que los emprendedores universitarios ven oportunidades más allá de los límites en un 67,4%, seguido de un 29,6% manifiesta que en ocasiones y finalmente el 3% que responde casi nunca y nunca.

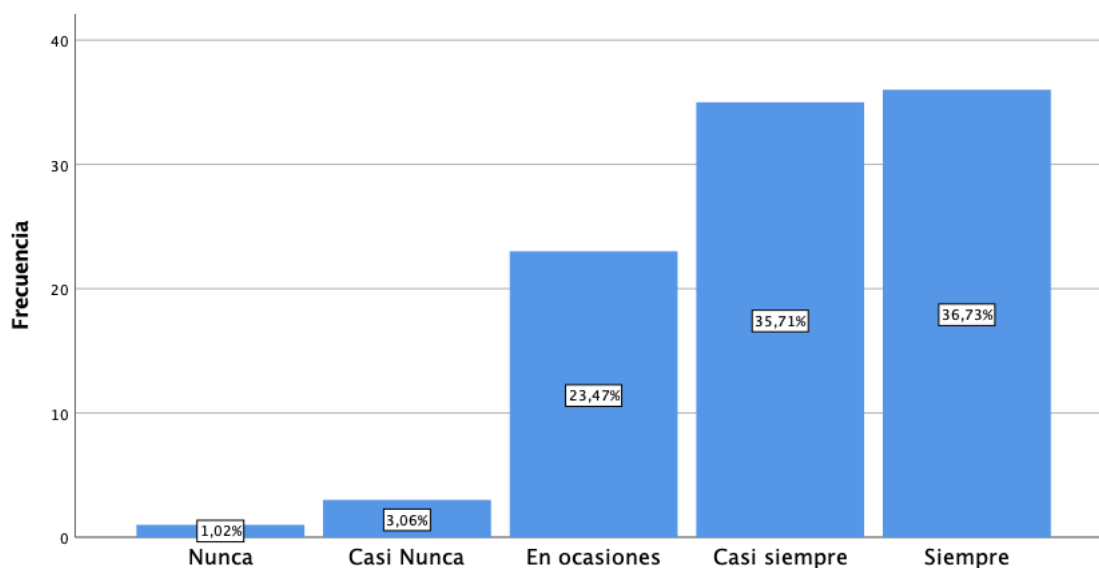
Interpretación: El perfil del emprendedor moderno establece que tiene una visión extensa para buscar nuevas oportunidades en el mercado, es por ello que utilizando diversas estrategias le permitirá incrementar las ventas, por tanto, la incorporación de las Tics en los emprendimientos permite realizar negocios en todo el mundo, por lo que la limitación que se tenía por la comunicación se vé prácticamente eliminada.

24. ¿De su experiencia como emprendedor busca nuevas ideas y utiliza la creatividad?

Tabla 33 Creatividad en el emprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,0	1,0	1,0
	Casi Nunca	3	3,1	3,1	4,1
	En ocasiones	23	23,5	23,5	27,6
	Casi siempre	35	35,7	35,7	63,3
	Siempre	36	36,7	36,7	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 25 Creatividad en el emprendimiento



Análisis: Como se puede observar el 72,4% de los emprendedores universitarios utilizan la creatividad para llevar adelante su emprendimiento casi siempre y siempre; mientras que el 23,5 % en ocasiones y el 4,1% casi nunca y nunca.

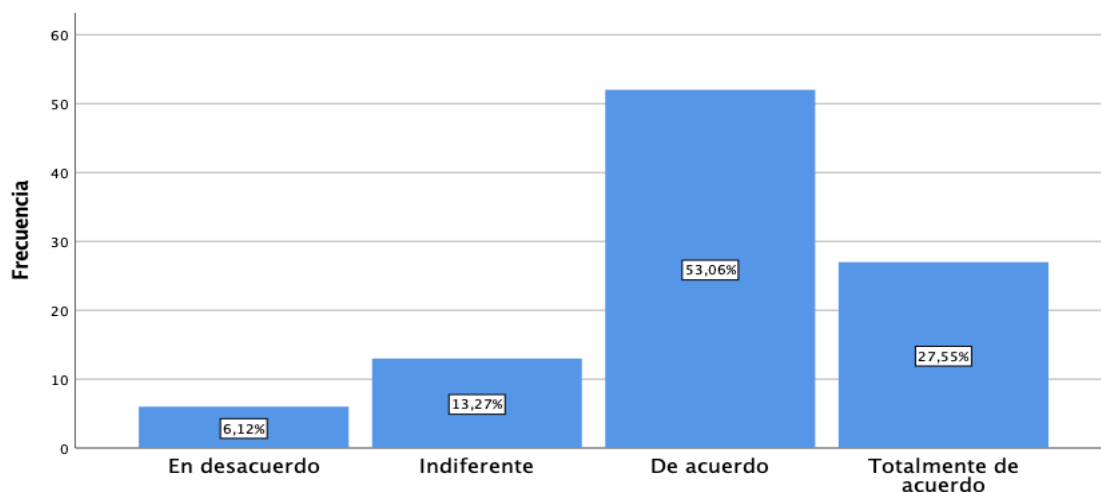
Interpretación: La creatividad dentro de los emprendimientos es el proceso mental que permite a las personas generar nuevas ideas, las mismas que pueden plasmarse nuevos productos o servicios con una única intención que es la satisfacción de las necesidades de los posibles clientes.

25. ¿Considera usted que su emprendimiento permite satisfacer en su totalidad la necesidad de los clientes?

Tabla 34 Satisfacción de necesidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	6,1	6,1	6,1
	Indiferente	13	13,3	13,3	19,4
	De acuerdo	52	53,1	53,1	72,4
	Totalmente de acuerdo	27	27,6	27,6	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 26 Satisfacción de necesidades



Análisis: Como se puede observar el 80,7% de los emprendedores universitarios encuestados manifiestan que están de acuerdo y totalmente de acuerdo que satisfacen en su totalidad las necesidades de los clientes, mientras que el 13,2% se muestra indiferente y el 6,1% está en desacuerdo.

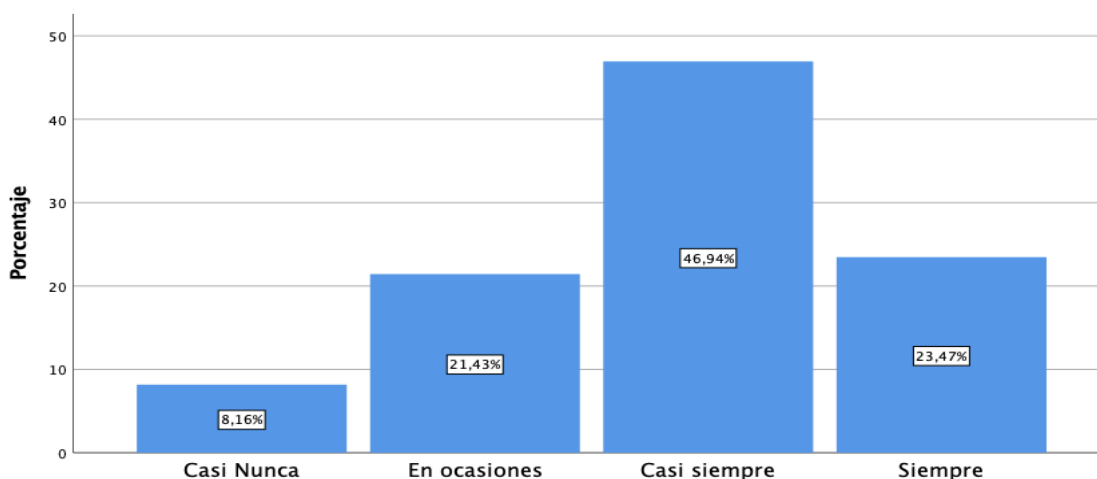
Interpretación: Las necesidades se entiende como carencias que tienen las personas, es por ello que a través de los emprendimientos se busca atender esas necesidades para el bienestar común y por ende mejorar las condiciones de vida de cada emprendedor.

26. ¿Considera que el desarrollo de una línea de apoyo, fomento y acompañamiento (Semillero de empresas), contribuirá a la ejecución y consolidación de proyectos de los emprendedores en la UTA?

Tabla 35 Consolidación de los proyectos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	8	8,2	8,2	8,2
	En ocasiones	21	21,4	21,4	29,6
	Casi siempre	46	46,9	46,9	76,5
	Siempre	23	23,5	23,5	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 27 Consolidación de proyectos



Análisis: En lo que respecta al apoyo por parte del Semillero de Empresas a los emprendedores el 70,4% manifiesta que contribuirá a la consolidación de los emprendimientos siempre y casi siempre, mientras que el 21,4% manifiesta que en ocasiones y el 8,2% casi nunca.

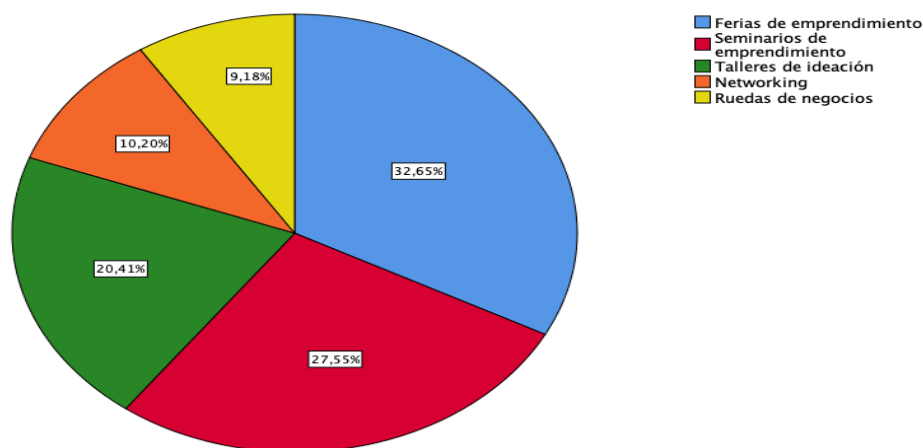
Interpretación: Las acciones que realiza el semillero de empresas para los emprendedores ayuda a que los emprendimientos ejecuten sus actividades y se consoliden de manera eficiente a través de una adecuada asesoría, seguimiento y monitoreo de los proyectos de emprendimiento.

**27. En una escala de 1 a 5 de su experiencia como emprendedor universitario
¿Cuál estrategias considera la más importante para la consolidación de ideas
emprendedoras?**

Tabla 36 Estrategia para consolidación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ferias de emprendimiento	32	32,7	32,7	32,7
	Seminarios de emprendimiento	27	27,6	27,6	60,2
	Talleres de ideación	20	20,4	20,4	80,6
	Networking	10	10,2	10,2	90,8
	Ruedas de negocios	9	9,2	9,2	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 28 Estrategias de consolidación



Análisis: Como se puede observar los emprendedores universitarios consideran que las ferias de emprendimiento con un 32,7% son estrategias que permiten la consolidación de las ideas emprendedoras, el 27,6% los seminarios de emprendimiento, el 20,4% considera que son los talleres de ideación, el 10,2% el networking y finalmente con el 9,2% las ruedas de negocios.

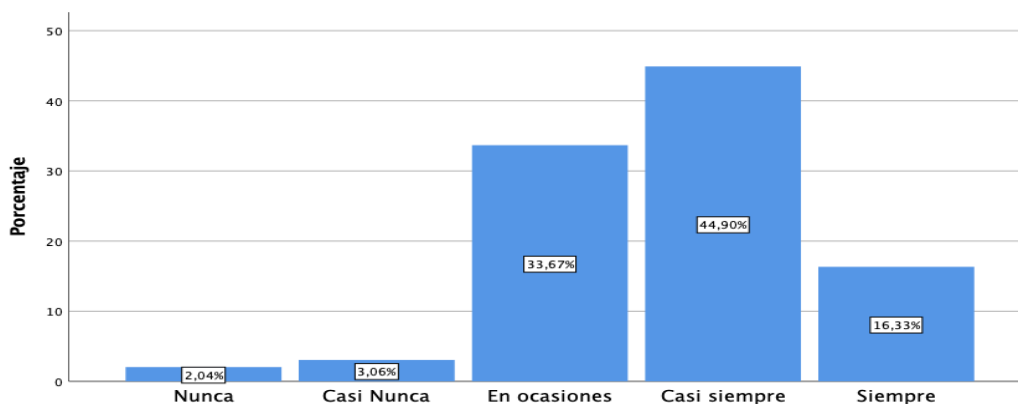
Interpretación: Existen estrategias que permiten a los emprendedores consolidar sus ideas para los emprendimientos, entre las más importantes se destacan las ferias de emprendimientos porque a través de estas les permiten dar a conocer los productos/servicios.

28. ¿Con que frecuencia considera usted que el semillero de empresas ayuda a los emprendedores para que innoven sus productos/servicios?

Tabla 37 Innovación de productos/ servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	2	2,0	2,0	2,0
Casi Nunca	3	3,1	3,1	5,1
En ocasiones	33	33,7	33,7	38,8
Casi siempre	44	44,9	44,9	83,7
Siempre	16	16,3	16,3	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 29 Innovación de productos/servicios



Análisis: Como se puede observar los emprendedores universitarios manifiestan que casi siempre y siempre el semillero de empresas ayuda para que los emprendedores innoven sus productos/servicios en un 61,2%, el 33,7% manifiesta que en ocasiones y finalmente el 5,1% dice que casi nunca y nunca.

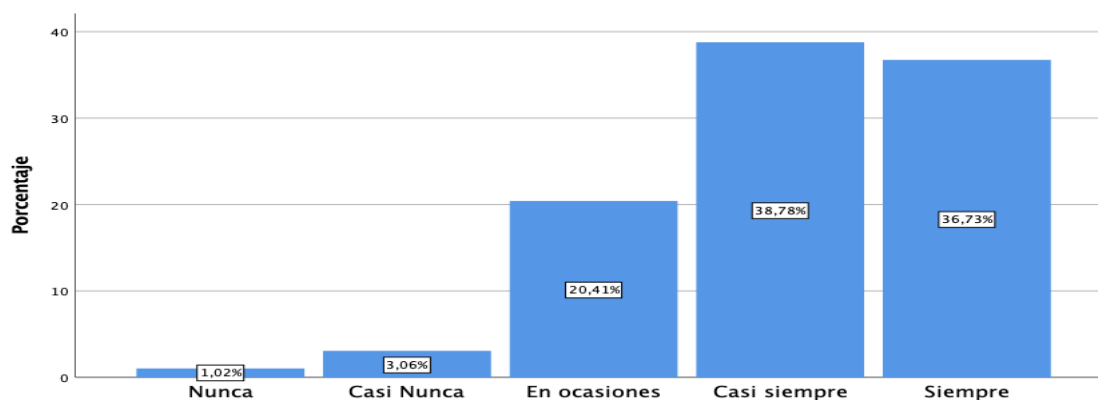
Interpretación: El papel fundamental del semillero de empresas de la UTA es brindar la asesoría para la consolidación de los emprendimientos que vayan de la mano con la innovación, creatividad a través de un asesoramiento permanente y conocimiento del ecosistema emprendedor.

29. ¿Considera usted que el conocimiento sobre el ecosistema emprendedor debe ser fomentado por medio de procesos de capacitación que permitan innovar sus productos o servicios?

Tabla 38 Ecosistema emprendedor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,0	1,0	1,0
	Casi Nunca	3	3,1	3,1	4,1
	En ocasiones	20	20,4	20,4	24,5
	Casi siempre	38	38,8	38,8	63,3
	Siempre	36	36,7	36,7	100,0
	Total	98	100,0	100,0	

Gráfico 30 Ecosistema emprendedor



Análisis: Los emprendedores universitarios manifiestan que casi siempre y siempre en un 75.5% deben conocer el ecosistema emprendedor para la innovación en los productos/servicios; el 20,4% dice que en ocasiones y finalmente el 4,1% manifiesta casi nunca y nunca.

Interpretación: El ecosistema emprendedor es el ambiente a través del cual se puede generar nuevas ideas, tomando en cuenta el entorno, las personas con el objetivo de fomentar la innovación, la creatividad y la creación de nuevos startups.

4.2. Comprobación de la hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis en la investigación se trabajó con 2 variables ordinales, es decir variables cualitativas con escala de medición ordinal con respecto a características evaluadas que se presentan clasificadas u ordenadas de acuerdo con la característica especial que posee (Coronado, 2007, pág. 112)

Asi mismo se verificó la hipótesis en el programa estadístico SPSS, a través del cálculo del coeficiente de correlación de Spearman. Para Reguant, Villa, & Torrado (2018) el coeficiente de correlación de Spearman (r) mide el grado de correspondencia que existe entre los rangos que se asignan a los valores de variables analizadas (gestión organizacional e innovación en emprendedores).

De acuerdo con Mondragón Barrera (2014) el coeficiente de correlación de rangos de Spearman puede puntuar desde -1.0 hasta +1.0, y se interpreta como se muestra en la tabla:

Tabla 39 Interpretación de los valores de la correlación

Valor r	Interpretación
-1	Correlación negativa perfecta- correlación negativa
-0,5	Moderada
0	Ninguna correlación
+ 0,5	Correlación positiva moderada
+1	Correlación positiva perfecta

Fuente: Basado en Reguant Alvarez (2018)

Variable independiente (ordinal)

- Gestión Organizacional

Variable dependiente (ordinal)

- Innovación en emprendores

4.2.1. Cálculo del cálculo del coeficiente Spearman r

De acuerdo al total de los datos analizados como se observa en la tabla 41, existe evidencia significativa que la hipótesis “La Gestión Organizacional del Semillero de Empresas incide para que los emprendedores innoven sus productos/servicios” como se interpreta a continuación:

- La correlación más fuerte entre las variables se centra en que los emprendedores reconocen la importancia de innovar en el momento de emprender a fin de lograr una buena percepción por parte de los clientes (,596).
- La creatividad que se ponga en la innovación del producto/servicio logrará satisfacer las necesidades de los clientes (,592).
- Las acciones que realiza el semillero de empresas permitieron a los emprendedores armar su plan de negocios para satisfacer las necesidades de sus clientes (,349).
- A través de la asesoría y el acompañamiento y las acciones que brinda el semillero ayuda a los emprendedores innoven sus productos y servicios (,278) (,352)
- Las acciones que realiza el semillero contribuyen a la consolidación de proyectos de emprendimiento (,281).
- Con los servicios que brinda el semillero de empresas permite que los emprendedores utilicen la creatividad, la consolidación de proyectos de emprendimiento para que exista innovación en productos/servicios a través del conocimiento del ecosistema emprendedor (,280) (,265) (,425) (4,71) (,344).
- La Gestión Organizacional promueve la innovación en los emprendedores y se consolidan oportunidades para la satisfacción de las necesidades a fin de que se puedan consolidar los proyectos de emprendimiento, con innovación y conocimiento (,328) (,449) (,472) (,477) (,486) (,428) (,486).
- En lo que respecta a la motivación en el emprendimiento es fundamental para que los emprendedores creen oportunidades para emprender, utilizando la creatividad, sepan innovar sus productos para que cumplan con las necesidades de los clientes (,349) (,408) (,582) (,522) (,350) (,459) (,535).

- El presupuesto es un factor fundamental para emprender a través del cual el semillero brinda acompañamiento a los emprendedores en temáticas financieras lo que permite que se consoliden (,410) (,273) (,330).
- En lo que se refiere a las ventas, los emprendedores conocen la importancia de innovar para emprender y las oportunidades que se presentan utilizando la creatividad y teniendo como referencia el ecosistema emprendedor (,408) (,473) (,472) (,450) (,435) (,529).
- Los clientes satisfacen sus necesidades en referencia a la innovación y creatividad que se presenten en los emprendimientos, con una adecuada asesoría y capacitación referente al ecosistema emprendedor (,569) (,488) (,592) (,498) (,507) (,523).
- Al ser los clientes elementos importantes dentro de un emprendimiento, la innovación y la creatividad juegan un papel relevante en los emprendimientos de los estudiantes universitarios (,596) (,456) (5,56) (,537) (,419).

Tabla 40 Coeficiente de Correlación de Spearman

	Asesoría, acompañamiento o apoyo del Semillero de Empresas	¿Acciones del semillero le permitió armar su plan de negocios?	Servicio que brinda el semillero de empresas para los emprendedores universitarios	Gestión organizacional	¿Motivación en el emprendimiento?	Presupuesto para el emprendimiento	Ventas dentro de su emprendimiento	Satisfacción de las necesidades de los clientes	Percepción de los clientes
Importancia de la innovación en el momento de emprender	-0,094	0,107	0,093	,328**	,349**	,410**	,408**	,569**	,596**
Oportunidades para emprender	0,001	,206*	,248*	,449**	,408**	,239*	,382**	,488**	,456**
Creatividad para emprender	-0,113	,252*	,280**	,472**	,582**	,273**	,473**	,592**	,556**
El emprendimiento satisface las necesidades de los clientes	-0,097	,349**	,265**	,477**	,522**	,330**	,472**	,498**	,537**
Línea de apoyo, fomento y acompañamiento contribuye a la ejecución y consolidación de proyectos de emprendimiento	0,007	,281**	,425**	,486**	,350**	,239*	,450**	,507**	,419**
Frecuencia el semillero de empresas ayuda a los emprendedores para que innoven sus productos/servicios	,278**	,352**	,471**	,428**	,459**	0,15	,435**	,219*	0,188
¿Ecosistema emprendedor permite innovar sus productos o servicios?	-0,003	,256*	,344**	,486**	,535**	,225*	,529**	,523**	,481**

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Luego de realizada la recopilación de la información se destaca que es necesario que los estudiantes innoven sus productos/servicios enmarcados en la gestión organizacional, es por ello se destacan las siguientes conclusiones:

- De los datos obtenidos de la experiencia de los emprendedores universitarios se puede concluir que el primer elemento importante para seleccionar las habilidades de los emprendedores, es tener el control de las actividades, el segundo el ser un buen planificador, el tercero es determinar las funciones correctamente y finalmente ser un buen líder, es por ello que la gestión organizacional es una herramienta que permite a los emprendedores lograr sus objetivos, aplicando la planeación, ejecución y evaluación permanente de las actividades, poniendo énfasis en los clientes y sus necesidades, es decir, manteniendo una ventaja competitiva frente a la competencia para ser exitosos.
- Los emprendedores universitarios encuestados consideran que es fundamental que se cuente con un plan de negocios para iniciar un emprendimiento, debido a que su mayoría es decir el 54% no contó con esta herramienta fundamental para iniciar sus actividades.
- Además, consideran que uno de los elementos fundamentales para emprender es la motivación con un 86,1%; el liderazgo que se tenga en la dirección del emprendimiento con un 84,7% y la adecuada y fluida comunicación que debe existir en el entorno empresarial con un 41,8%.

- Por otro lado de la experiencia de los estudiantes emprendedores consideran a la innovación es importante a la hora de emprender en un 84,7%, puesto que los emprendimientos permiten mejorar la economía del país, además los emprendedores buscan permanentemente oportunidades donde otros no ven en un 67,4%, así como también utilizan la creatividad, nuevas estrategias de comercialización, ideas innovadoras que les permitan mejorar los productos o servicios a fin de satisfacer las demandas de los clientes y alcanzar ventajas competitivas en el mercado.
- De la experiencia de los estudiantes emprendedores consideran que el semillero de empresas de la UTA, debería mejorar los servicios de asesoría en las diferentes áreas, por cuanto el 37,8% manifiestan que han recibido el servicio en ocasiones, lo que provoca que las ideas no se consoliden en su totalidad.
- Además, se puede concluir una vez efectuada la demostración de la hipótesis con el coeficiente de Spearman, existe una correlación entre la gestión organizacional y la innovación en el emprendimiento de los estudiantes universitarios, es decir que la gestión organizacional incide para que los estudiantes emprendedores innoven sus productos/servicios.

5.2. RECOMENDACIONES

De los resultados obtenidos en la aplicación de las técnicas se destacan las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda que, en la etapa estudiantil en las asignaturas de emprendimiento, se empiece a desarrollar de las habilidades de los estudiantes emprendedores, a fin de fortalecer elementos importantes como: la

planificación, la organización, la dirección y el control, que son fundamentales para la puesta en marcha de un negocio.

- Para iniciar con un proyecto de emprendimiento es necesario contar con un plan de negocios debidamente estructurado, con la finalidad que le permita al estudiante determinar actividades que deberá realizar en todas las etapas del desarrollo del emprendimiento.
- Los elementos primordiales para la generación de emprendimientos se basan en las actitudes de los emprendedores que tienen frente a sus proyectos, es por ello que es recomendable fortalecer el liderazgo, la motivación, y por sobre todo la comunicación dentro de cada uno de los proyectos de emprendimiento.
- Es recomendable que los estudiantes emprendedores miren a la innovación como una oportunidad de mejorar el producto/servicio en el mercado, investigando los avances de la tecnología lo que les permitirá generar nuevas ideas, diagnosticar las necesidades de los clientes a través de un correcto estudio de mercado con la finalidad de recopilar información que sirva de base para el ubicar los productos/servicios en los mercados nacionales e internacionales.
- La correcta aplicación de la gestión organizacional en los emprendimientos ayudará a su consolidación en el mercado, por lo que se recomienda al Semillero de Empresas de la UTA, brindar una asesoría oportuna y permanente a través de un seguimiento y monitoreo, con la finalidad de que les permita mejorar e innovar los productos o servicios de los emprendedores universitarios.
- Una adecuada gestión organizacional en los emprendimientos incide de manera favorable para que los estudiantes emprendedores innoven sus

productos/servicios, a través de la generación de nuevas ideas, lo que permitirá cumplir con los objetivos.

- La gestión organizacional se relaciona con la innovación, debido a que los emprendimientos que se consolidados adecuadamente por la necesidad de satisfacer a los clientes y aumentar el nivel de ventas, van a buscar innovar permanentemente para hacer frente al mercado competitivo que se vive en los actuales momentos.

5.3. BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional. (2011). La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria.
- Asamblea Nacional. (2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento*. Ecuador.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Borrado, C., Valdez, A., & Blanca, D. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista Ciencias Sociales*, 72-87.
- Boston Consulting Group. (2019). <https://www.bcg.com/publications/collections/most-innovative-companies-2019-artificial-intelligence-platforms-ecosystems.aspx>. Obtenido de The most innovative companies 2019: The rise of ai, platforms, and ecosystems.
- Bravo, F., Bravo, M., Preciado, J., & Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*, 139-1155.
- Coba, G. (13 de Febrero de 2021). *Primicias. El periodismo comprometido*. Obtenido de www.primicias.ec: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuador-emprededores-poca-innovación>
- Coronado, P. J. (2007). Escalas de medición. *Revista Dialnet*, 104-125.
- Coronel, A., & Ortega, M. (2019). Perspectivas del emprendimiento en el Ecuador, sus dificultades y la informalidad. *Revista Yachana*, 8(3).
- Cueva, F. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y Negocios: Revista del Departamento Académico de Ciencias*, 2(3), 46-55.
- Del Río Vásquez, J. (2017). Gestión Organizacional en Entornos Complejos por parte de las Mipymes del Sector Servicios de la ciudad de Sincelejo. *Tendencias*, XVII(2), 45-57.
- ESPAE. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor*. Ecuador: Escuela de Negocios.
- Espinoza Freire, E. (2019). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. *Revista Conrado*, 171-180.
- Gómez, E., Sánchez, B. M., & García, J. (2019). *Emprendimiento e Innovación: Oportunidades para todos*. España- Madrid: Cedro.

- Hernández, L. (2020). Experiencias en temas de Emprendimiento e Innovación. Un caso del IPN y la UAM. *Eutopía*, 80-87.
- Herruzo, E., Hernandez, B., Guiseppina, M., & Sanchez, J. (2019). *Emprendimiento e Innovación Oportunidades para todos*. Madrid: DYKINSON S.L.
- López, A. (2019). *Gestión de los procesos de la unidad de emprendimiento-Centro de Innovación, Tecnología y Gestión Organizacional (CITGO) de la Universidad de Cundinamarca, extensión Facatativá*. Cundinamarca.
- López, J., & De la Garza, M. (2020). El papel de la gestión del emprendimiento y la innovación en relación con los resultados de las pymes en México. *Suma de Negocios*, 11(24), 12-23.
- Maese, J., Alavarado, A., Valles, D., & Báez, Y. (2016). Coeficiente alfa de Cronbach para medir la fiabilidad de un cuestionario. *Revista Culcyt*, 1(59), 146-156.
- Marco, F. (2016). *Introducción a la Gestión y Administración en las Organizaciones*. Buenos Aires Argentina: Universidad Nacional Arturo Jauretche.
- Moncayo, P. (2008). Emprendimiento: un concepto que integra el ser y el hacer de sujeto. *Revista Management Facultad de Ciencias Empresariales*, 33-48.
- Mondragón Barrera, M. (2014). La Correlación de Spearman en un estudio de intervención en Fisioterapia. *Revista Iberoamericana*, 8(1), 98-104.
- Mora Pacheco, P., Aguirre Quezada, J., & Alava Atience, N. &. (2019). Jóvenes universitarios y su apuesta al emprendimiento social. *Revista Economía y Política*, 5-23.
- Muñoz, Oscar & Rivera Wilfred. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración - Universidad del Valle*, 61-74.
- Naranjo, G. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*. Quito: Diemerino Editores.
- Narváez, & Senior, G. &. (2011). *Venezolana de Análisis de Coyuntura*, XVII(2), 27-48.
- Ospina, O., & Alvarado, L. (2020). *Gestión Organizacional, Sustentabilidad, Innovación y Emprendimientos en América Latina*. Bogotá-Colombia: Ediciones Académicas.
- Pernia, J. &. (2007). Determinantes de la capacidad de innovación de los negocios emprendedores en España. *Economía Industrial*, 129-147.

- Reguant, M., Villa, R., & Torrado, M. (2018). La relación entre dos variables según la escala de medición con SPSS. *REIRE Revista d' Innovació i Innovació i Recerca en Educació*, 45-60.
- Regunt, A. M., Villa, B. R., & Torrado, F. M. (2018). La relación entre dos variables según la escala de medición con SPSS. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 45-60.
- Revista Líderes. (2021). Estrategia 2030 busca impulsar el emprendimiento. *Líderes*.
- Robles Garrote, P., & Rojas, M. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas. *Revista Nebrija*, 1-16.
- Rodríguez, C., & Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y académica. *Revista Revisión de la literatura Innovar*, 73-89.
- Rodríguez, T. (2019). *La Gestión Organizacional y su injerencia en la microempresa para su sostenibilidad empresarial*. Colombia.
- Romero, I. (2021). Emprendimiento. *Lideres*, 2(5), 12-24.
- Sampiere, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: MC-Graw-Hill.
- Sánchez, F., & Jiménez, J. (2013). *Propuesta para la creación de un Centro de Emprendimiento para la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca*. Cuenca.
- Sánchez, M. (2017). Aportes Teóricos a la Gestión Organizacional: La Evolución en la Visión de la Organización. *Revista Digital Ciencias Administrativas*(10), 65-74.
- Segura-Barona, U.-M. H., & Burbano-Pedraza, M. (2019). Hacia un modelo educativo para el emprendimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 173-191.
- UTA. (24 de Octubre de 2019). *Sitio Oficial*. Obtenido de www.uta.edu.ec
- Vargas, M. E. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 709-717.
- Vélez, C. B. (2020). La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Formación universitaria*.
- Westlund, H. (2010). Multidimensional entrepreneurship: Theoretical considerations and Swedish empirics. *50th Congress of the European Regional Science*

"Sustainable Regional Growth and Development in the Creative Knowledge Economy", (págs. 19-23). Sweden.

Yépez, M., Frías, E., & Parrales, R. (2019). Innovación y emprendimiento como nuevo reto del siglo XXI en la sociedad. *Revista Veritas & Research*, 1(1), 35-44.

5.4. ANEXOS

5.4.1. Anexo 1 Guía de validación del instrumento por parte de expertos (Experto 1)

GUÍA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CENTRO DE POSGRADOS

Tema: "La gestión organizacional y la innovación en los emprendedores del sector universitario

"

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado académico de Magister en
Dirección de Empresas

GUÍA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Maestrante : Alexandra López Paredes

Director : PhD. Carlos Meléndez Tamayo

Marzo 2022

Estimado Experto (a):

Me dirijo a usted, con el fin de solicitarle su valiosa colaboración en la revisión del instrumento que se anexa con el propósito de determinar su validez de contenido, a efectos de la realización de la investigación titulada "La gestión organizacional y la innovación en los emprendedores del sector universitario", la cual sirve para recopilar los datos requeridos para dar cumplimiento al trabajo de titulación en el programa de Maestría en Dirección de Empresas.

Es importante que para dicha validación se tomen en consideración los siguientes parámetros

1. Pertinencia de los ítems o interrogantes con los objetivos/propósitos.
2. Consistencia de la redacción.
3. Secuencia lógica.
4. Significancia o relevancia de la información que se recolecta.

Agradeciéndole de antemano su receptividad, me despido de usted.

Atentamente,



MARIA ALEXANDRA
LOPEZ PAREDES

Alexandra López Paredes

Maestrante

1. Identificación del Experto Validador

- **Nombre y Apellido:** Leonardo Gabriel Ballesteros López
- **Institución donde trabaja:** Universidad Técnica de Ambato – Facultad de Ciencias Administrativas
- **Título de Pregrado:** Ingeniero Comercial
- **Título de Postgrado:** Magister en Gestión Estratégica Empresarial MBA
- **Información Institución donde lo obtuvo:** Universidad Técnica de Ambato
- **Trabajos Publicados:**

Nº	TÍTULO	EDITORIAL	AÑO PUBLICACIÓN
1	Marketing político para la gestión de imagen como factor determinante de reputación en partidos políticos	CIENCIA MATRIA	2019
2	Cultura Organizacional. Una visión desde el plan de comunicación publicitaria para la provincia de Tungurahua	CIENCIA MATRIA	2019
3	Inbound Marketing como Estrategia de Gestión de Marca en Tiendas Comerciales Online en la Red Social Instagram	Revista RECITIUTM Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo	2020
4	Marketing digital: una mirada de crecimiento empresarial lineal hacia una exponencial	393 Digital Publisher	2020
5	Plan promocional: Herramienta para elevar el valor de marca del sector cooperativista en Tungurahua-Ecuador	REVISTA ESPACIOS	2021

2. Título de la investigación

“La gestión organizacional y la innovación en los emprendedores del sector universitario ”

3. Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar la gestión organizacional y la innovación en los emprendedores del sector universitario

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente las variables gestión organizacional e innovación alineados a emprendimientos universitarios
- Diagnosticar la gestión organizacional y su relación con los procesos de innovación de los emprendedores del sector universitario.
- Relacionar la gestión organizacional del Semillero de Empresas y la innovación de los emprendedores universitario

4. Fenómeno, evento o variables de estudio

Variable independiente. – Gestión organizacional

Variable dependiente. – Innovación en los emprendimientos

5. Operacionalización de la variable o matriz de categorías previas

Variable	Dimensión	Indicadores
Gestión Organizacional Permite planear, ejecutar y evaluar los procesos que permitirán cumplir los objetivos, además conforma un aspecto importante en la administración de funciones y recursos de las empresas.	Planeación	Estratégica Táctica Operativa
	Ejecución	Motivación Comunicación Habilidades
	Evaluación	Liderazgo Satisfacción
	Recursos	Humanos Económicos Materiales

Variable	Dimensión	Indicador
Innovación en emprendimientos consiste en la transformación productiva que tiene que ver con la introducción de nuevos productos, nuevos procesos y mejoras organizacionales en los procesos de comercialización	transformación productiva	Productos o servicios
	nuevos productos	Producción Marketing
	nuevos procesos	Materias primas Mano de obra
	mejoras o novedades	Ventas Creatividad Tecnología

6. Matriz de Validación

Marque con una x en el elemento que corresponda

LEYENDA: P: Pertinente – NP: No pertinente – A: Adecuada – I: Inadecuada

INTERROGANTE / ITEMS	OBJETIVOS		ENTRENAMIENTO		SEGURIDAD		RESCUO	
	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
GESTIÓN ORGANIZACIONAL								
¿El negocio que usted tiene se orienta a? • Productos • servicios	X		X		X		X	
¿Recibió (e) usted en la ejecución de su emprendimiento algún tipo de asesoría, acompañamiento o apoyo por parte del Semillero de Empresas?	X		X		X		X	
¿En qué áreas específicas usted recibió asesoría del semillero de empresas? a. Comercial b. Organizacional c. Financiera d. Legal e. Otra especifique	X		X		X		X	
¿Qué aspectos considera el más importante que el semillero de empresas puede brindar para la consolidación de su emprendimiento? Escoja al menos 3 aspectos. a. Fortalecimiento b. Seguimiento c. Networking d. Aceleración e. Presentación a fuentes de financiación f. Ideación	X		X		X		X	
¿Considera usted que las acciones que realiza el semillero le permitió armar su plan de negocios?	X		X		X		X	

¿Cómo califica el servicio que brinda el semillero de empresas para los emprendedores universitarios?	X		X		X		X	
¿Dentro de su emprendimiento como considera que es la gestión organizacional?	X		X		X		X	
¿Al empezar su emprendimiento contó con un plan de negocios?	X		X		X		X	
¿Seleccione una de las habilidades que usted desarrolla en su emprendimiento?	X		X		X		X	
¿Se siente motivado con su emprendimiento?	X		X		X		X	
¿Considera usted que el liderazgo es un elemento importante para desarrollar emprendimiento?	X		X		X		X	
Seleccione 2 opciones que usted considera importante para desarrollar su emprendimiento? a. Motivación b. Comunicación c. Desarrollo de habilidades d. Otra especifique	X		X		X		X	
De la lista seleccione 1 factor que usted considera que impiden el crecimiento de los emprendimientos? a. Falta de demanda b. Falta de insumos c. Falta de financiamiento d. Poco acceso a las TICS e. Poco personal capacitado f. Costo para contratar nuevos empleados g. Trámites burocráticos h. Poco asesoramiento	X		X		X		X	
Al iniciar su negocios ¿Cómo financió su emprendimiento? Seleccione una opción a. Ahorros personales b. Préstamos de amigos, familiares c. Prestamistas	X		X		X		X	

GUÍA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

d. Créditos a través de la banca e. Programas de gobierno f. Otro especifique Considera usted que es necesario manejar un presupuesto para el emprendimiento?							
Cuál es su promedio de ventas mensuales? a. No tienen ventas b. 200 dólares c. Mas de 200 dólares	X		X		X		X
¿Cuántos clientes promedio tiene al mes? a. 2 a 5 clientes b. Mas de 10 c. Entre 11 a 20 d. No sabe	X		X		X		X
¿Cuándo obtiene utilidad de su emprendimiento que hace? a. Reinvierte b. Ahorra c. Se gasta todo d. Se gasta poco	X		X		X		X
¿Cuáles son los principales gastos que usted tiene en su emprendimiento? a. arriendo b. publicidad c. sueldos d. servicios básicos e. Otros especifique	X		X		X		X
Están programadas y coordinadas todas las actividades encaminadas a mejorar las ventas dentro de su emprendimiento?	X		X		X		X
¿Considera usted que la calidad del servicio/ producto satisface las necesidades de los clientes?	X		X		X		X
¿Cuál es el grado de satisfacción del producto/servicio que usted percibe de sus clientes?	X		X		X		X

VARIABLE: INNOVACION EN EMPRENDIMIENTO								
¿Cree usted que la innovación es el elemento importante a la hora de emprender?	X		X		X		X	
¿Desde el punto de vista de la innovación usted como emprendedor ve oportunidades donde otros no ven?	X		X		X		X	
¿De su experiencia como emprendedor busca nuevas ideas y utiliza la creatividad?	X		X		X		X	
¿Considera usted que su emprendimiento permite satisfacer en su totalidad la necesidad de los clientes?	X		X		X		X	
¿Considera que el desarrollo de una línea de apoyo, fomento y acompañamiento (Semillero de empresas), contribuirá a la ejecución y consolidación de proyectos de los emprendedores en la UTA?	X		X		X		X	
En una escala de 0 a 5 De su experiencia como emprendedor universitario ¿Cuál estrategias considera la más importante para la consolidación de ideas emprendedoras? 1. Ferias de emprendimiento 2. Seminarios de emprendimiento 3. Talleres de ideación 4. Networking universitario 5. Ruedas de negocios	X		X		X		X	
¿Con qué frecuencia considera usted que el semillero de empresas ayuda a los emprendedores para que innoven sus productos/servicios?	X		X		X		X	

5.4.2. Anexo 1 Guía de validación del instrumento por parte de expertos (Experto 2)

GUÍA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

7. Juicio del Experto

7.1. En líneas generales, considera que las preposiciones se corresponden con el contexto problemático de la investigación:

• Suficiente • Medianamente suficiente • Insuficiente

Observación:

7.2. Considera que los reactivos del instrumento recopilan la información requerida para la investigación de manera:

• Suficiente • Medianamente suficiente • Insuficiente

Observación:

7.3. El instrumento diseñado responde a los indicadores o subcategorías previas:

• Suficiente • Medianamente suficiente • Insuficiente

Observación:

7.4. Considera que el instrumento diseñado es:

- Suficientemente válido
- Medianamente válido
- No válido

Observación:

El trabajo se apega a lo requerido.

Firma:



Nombres Apellidos: Ballesteros López Leonardo Gabriel

CC: 1802453629

Fecha: 22/03/2022



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE POSGRADOS

Tema: "La gestión organizacional y la innovación en los emprendedores del sector universitario

"

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado académico de Magister en
Dirección de Empresas

GUÍA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Maestrante : Alexandra López Paredes

Director : PhD. Carlos Meléndez Tamayo

Marzo 2022

Estimado Experto (a):

Me dirijo a usted, con el fin de solicitarle su valiosa colaboración en la revisión del instrumento que se anexa con el propósito de determinar su validez de contenido, a efectos de la realización de la investigación titulada "La gestión organizacional y la innovación en los emprendedores del sector universitario", la cual sirve para recopilar los datos requeridos para dar cumplimiento al trabajo de titulación en el programa de Maestría en Dirección de Empresas.

Es importante que para dicha validación se tomen en consideración los siguientes parámetros

1. Pertinencia de los ítems o interrogantes con los objetivos/propósitos.
2. Consistencia de la redacción.
3. Secuencia lógica.
4. Significancia o relevancia de la información que se recolecta.

Agradeciendo de antemano su receptividad, me despido de usted.

Atentamente,



MARIA ALEXANDRA
LOPEZ PAREDES

Alexandra López Paredes
Maestrante

1. Identificación del Experto Validador

- **Nombre y Apellido:** Ximena Alexandra Morales Urrutia
- **Institución donde trabaja:** Universidad Tecnológica Indoamérica
- **Título de Pregrado:** Ingeniera Comercial
- **Título de Postgrado:**
 - Magister Universitario en Desarrollo Económico e Innovación especialidad en Desarrollo Económico Regional y Local
 - Doctora en Economía y Empresas PhD
- **Información Institución donde lo obtuvo:**
 - Universidad Técnica de Ambato
 - Universidad de Santiago de Compostela
- **Trabajos Publicados:**

Nº	TÍTULO	EDITORIAL	AÑO PUBLICACIÓN
1	Emprendimiento turístico comunitario en las poblaciones indígenas: una primera aproximación al caso de las comunidades ecuatorianas. Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR. Publicación	Latindex	2017
2	A Retrospective and Prospective Analysis of Social Entrepreneurship: Popular and Solidarity Economy in Ecuador. CIT 2020: Artificial Intelligence, Computer and Software Engineering Advances pp 178- 189	Scopus	2021
3	A Retrospective and Prospective Analysis of Social Entrepreneurship: Popular and Solidarity Economy in Ecuador. CIT 2020: Artificial	Scopus	2021

	Intelligence, Computer and Software Engineering Advances pp 178- 189		
4	Entrepreneurship: The Case of Ecuador	Scopus	2021
5	Entrepreneurship: The Case of Ecuador	Scopus	2021

2. Título de la investigación

"La gestión organizacional y la innovación en los emprendedores del sector universitario "

3. Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar la gestión organizacional y la innovación en los emprendedores del sector universitario

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente las variables gestión organizacional e innovación alineados a emprendimientos universitarios
- Diagnosticar la gestión organizacional y su relación con los procesos de innovación de los emprendedores del sector universitario.
- Relacionar la gestión organizacional del Semillero de Empresas y la innovación de los emprendedores universitario

4. Fenómeno, evento o variables de estudio

Variable independiente. – Gestión organizacional

Variable dependiente. – Innovación en los emprendimientos

5. Operacionalización de la variable o matriz de categorías previas

Variable	Dimensión	Indicadores
Gestión Organizacional Permite planear, ejecutar y evaluar los procesos que permitirán cumplir los objetivos, además conforma un aspecto importante en la administración de funciones y recursos de las empresas.	Planeación	Estratégica Táctica Operativa
	Ejecución	Motivación Comunicación Habilidades
	Evaluación	Liderazgo Satisfacción
	Recursos	Humanos Económicos Materiales

Variable	Dimensión	Indicador
Innovación en emprendimientos Consiste en la transformación productiva que tiene que ver con la introducción de nuevos productos, nuevos procesos y mejoras organizacionales en los procesos de comercialización	transformación productiva	Productos o servicios
	nuevos productos	Producción Marketing
	nuevos procesos	Materias primas Mano de obra
	mejoras o novedades	Ventas Creatividad Tecnología

6. Matriz de Validación

Marque con una x en el elemento que corresponda

LEYENDA: P: Pertinente – NP: No pertinente – A: Adecuada – I: Inadecuada

INTERROGANTE / ITEMS	OBJETIVOS		PROGRAMAS		SIGNIFICANCIA		RELEVANCIA	
	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
GESTIÓN ORGANIZACIONAL								
¿El negocio que usted tiene se orienta a? • Productos • servicios	X		X		X		X	
¿Recibió (e) usted en la ejecución de su emprendimiento algún tipo de asesoría, acompañamiento o apoyo por parte del Semillero de Empresas?	X		X		X		X	
¿En qué áreas específicas usted recibió asesoría del semillero de empresas? a. Comercial b. Organizacional c. Financiera d. Legal e. Otra especifique	X		X		X		X	
¿Qué aspectos considera el más importante que el semillero de empresas puede brindar para la consolidación de su emprendimiento? Escoja al menos 3 aspectos. a. Fortalecimiento b. Seguimiento c. Networking d. Aceleración e. Presentación a fuentes de financiación f. Ideación	X		X		X		X	
¿Considera usted que las acciones que realiza el semillero le permitió armar su plan de negocios?	X		X		X		X	

¿Cómo califica el servicio que brinda el semillero de empresas para los emprendedores universitarios?	X		X		X		X
¿Dentro de su emprendimiento como considera que es la gestión organizacional?	X		X		X		X
¿Al empezar su emprendimiento contó con un plan de negocios?	X		X		X		X
¿Seleccione una de las habilidades que usted desarrolla en su emprendimiento?	X		X		X		X
¿Se siente motivado con su emprendimiento?	X		X		X		X
¿Considera usted que el liderazgo es un elemento importante para desarrollar su emprendimiento?	X		X		X		X
Seleccione 2 opciones que usted considera importante para desarrollar su emprendimiento? a. Motivación b. Comunicación c. Desarrollo de habilidades d. Otra especifique	X		X		X		X
De la lista seleccione 1 factor que usted considera que impiden el crecimiento de los emprendimientos? a. Falta de demanda b. Falta de insumos c. Falta de financiamiento d. Poco acceso a las TICs e. Poco personal capacitado f. Costo para contratar nuevos empleados g. Trámites burocráticos h. Poco asesoramiento	X		X		X		X
Al iniciar su negocios ¿Cómo financió su emprendimiento? Seleccione una opción a. Ahorros personales b. Préstamos de amigos, familiares c. Prestamistas	X		X		X		X

d. Créditos a través de la banca e. Programas de gobierno f. Otro especifique Considera usted que es necesario manejar un presupuesto para el emprendimiento?							
Cuál es su promedio de ventas mensuales? a. No tienen ventas b. 200 dólares c. Mas de 200 dólares	X		X		X		X
¿Cuántos clientes promedio tiene al mes? a. 2 a 5 clientes b. Mas de 10 c. Entre 11 a 20 d. No sabe	X		X		X		X
¿Cuándo obtiene utilidad de su emprendimiento que hace? a. Reinvierte b. Ahora c. Se gasta todo d. Se gasta poco	X		X		X		X
¿Cuáles son los principales gastos que usted tiene en su emprendimiento? a. arriendo b. publicidad c. sueldos d. servicios básicos e. Otros especifique	X		X		X		X
Están programadas y coordinadas todas las actividades encaminadas a mejorar las ventas dentro de su emprendimiento?	X		X		X		X
¿Considera usted que la calidad del servicio/ producto satisface las necesidades de los clientes?	X		X		X		X
¿Cuál es el grado de satisfacción del producto/servicio que usted percibe de sus clientes?	X		X		X		X

VARIABLE: INNOVACION EN EMPRENDIMIENTO							
¿Cree usted que la innovación es el elemento importante a la hora de emprender?	X		X		X		X
¿Desde el punto de vista de la innovación usted como emprendedor ve oportunidades donde otros no ven?	X		X		X		X
¿De su experiencia como emprendedor busca nuevas ideas y utiliza la creatividad?	X		X		X		X
¿Considera usted que su emprendimiento permite satisfacer en su totalidad la necesidad de los clientes?	X		X		X		X
¿Considera que el desarrollo de una línea de apoyo, fomento y acompañamiento (Semillero de empresas), contribuirá a la ejecución y consolidación de proyectos de los emprendedores en la UTA?	X		X		X		X
En una escala de 0 a 5 De su experiencia como emprendedor universitario ¿Cuál estrategia considera la más importante para la consolidación de ideas emprendedoras? 1. Ferias de emprendimiento 2. Seminarios de emprendimiento 3. Talleres de ideación 4. Networking universitario 5. Ruedas de negocios	X		X		X		X
¿Con qué frecuencia considera usted que el semillero de empresas ayuda a los emprendedores para que innoven sus productos/servicios?	X		X		X		X

7. Juicio del Experto

7.1. En líneas generales, considera que las preposiciones se corresponden con el contexto problemático de la investigación:

- Suficiente X
- Medianamente suficiente
- Insuficiente

Observación:

7.2. Considera que los reactivos del instrumento recopilan la información requerida para la investigación de manera:

- Suficiente X
- Medianamente suficiente
- Insuficiente

Observación:

7.3. El instrumento diseñado responde a los indicadores o subcategorías previas:

- Suficiente X
- Medianamente suficiente
- Insuficiente

Observación:

7.4. Considera que el instrumento diseñado es:

- Suficientemente válido X
- Medianamente válido
- No válido

Observación:

El trabajo se apega a lo requerido.

Firma:  FIRMA AUTENTICADA POR
XIMENA ALEXANDRA
MORALES URRUTIA

Nombres Apellidos: Morales Urrutia Ximena Alexandra

CC: 1803136595

Fecha: 22/03/2022

5.4.2. Anexo 2 Cuestionario



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Encuesta dirigida a los estudiantes emprendedores de la Universidad Técnica de Ambato

Objetivo: Recopilar información sobre la gestión organizacional y la innovación en los emprendedores del sector universitario

La información recolectada será únicamente de uso académico-investigativo y no se revelará la identificación de la empresa encuestada.

Instrucciones:

- ✓ Lea detenidamente cada pregunta antes de contestar
- ✓ Marque con una "X" la respuesta que considere
- ✓ Sea honesto y responda con la verdad

1. INFORMACIÓN GENERAL

Género:

Masculino

Femenino

Edad:

De 18 a 25 años

De 26 a 35 años

De 36 a 45 años

De 45 en adelante

VARIABLE: GESTIÓN ORGANIZACIONAL

1. ¿El negocio que usted tiene se orienta a?
 - a) Productos
 - b) Servicios

2. ¿Recibió (e) usted en la ejecución de su emprendimiento algún tipo de asesoría, acompañamiento o apoyo por parte del Semillero de Empresas?

Nunca	Casi nunca	En ocasiones	Casi siempre	Siempre

3. ¿En qué áreas específicas usted recibió asesoría del semillero de empresas?
 - a. Comercial
 - b. Organizacional

- c. Financiera
- d. Legal
- e. Otra especifique

4. ¿Qué aspectos considera el más importante que el semillero de empresas puede brindar para la consolidación de su emprendimiento? Escoja al menos 3 aspectos.

- a. Fortalecimiento
- b. Seguimiento
- c. Networking
- d. Aceleración
- e. Presentación a fuentes de financiación
- f. Ideación

5. ¿Considera usted que las acciones que realiza el semillero le permitieron armar su plan de negocios?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

6. ¿Cómo califica el servicio que brinda el semillero de empresas para los emprendedores universitarios?

Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente

7. ¿Dentro de su emprendimiento como considera que es la gestión organizacional?

Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente

8. ¿Al empezar su emprendimiento contó con un plan de negocios?

- a. Si
- b. No

9. ¿Seleccione una de las habilidades que usted desarrolla en su emprendimiento?

- a. Ser lider
- b. Ser un buen planificador
- c. Tener el control de las actividades
- d. Determinar funciones correctamente

10. ¿Se siente motivado con su emprendimiento?

Nunca	Casi nunca	En ocasiones	Casi siempre	Siempre

11. ¿Considera usted que el liderazgo es un elemento importante para desarrollar emprendimiento?
- si
 - No
 - Tal vez

12. ¿Seleccione 2 opciones que usted considera importante para desarrollar su emprendimiento?
- Motivación
 - Comunicación
 - Desarrollo de habilidades
 - Otra especifique

13. ¿De la lista seleccione 1 factor que usted considera que impiden el crecimiento de los emprendimientos?
- Falta de demanda
 - Falta de insumos
 - Falta de financiamiento
 - Poco acceso a las TICS
 - Poco personal capacitado
 - Costo para contratar nuevos empleados
 - Trámites burocráticos
 - Poco asesoramiento

14. Al iniciar sus negocios ¿Cómo financió su emprendimiento? Seleccione una opción
- Ahorros personales
 - Préstamos de amigos, familiares
 - Prestamistas
 - Créditos a través de la banca
 - Otro especifique

15. ¿Considera usted que es necesario manejar un presupuesto para el emprendimiento?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

16. ¿Cuál es su promedio de ventas mensuales?
- No tienen ventas
 - 200 dolares
 - Mas de 200 dólares
17. ¿Cuántos clientes promedio tiene al mes?
- 2 a 5 clientes

- b. Mas de 10
 - c. Entre 11 a 20
 - d. No sabe
18. ¿Cuándo obtiene utilidad de su emprendimiento que hace?
- a. Reinvierte
 - b. Ahorra
 - c. Se gasta todo
 - d. Se gasta poco
19. ¿Cuáles son los principales gastos que ud tiene en su emprendimiento?
- a. arriendo
 - b. publicidad
 - c. sueldos
 - d. servicios básicos
 - e. Otros especifiquen
20. ¿Están programadas y coordinadas todas las actividades encaminadas a mejorar las ventas dentro dentro de su emprendimiento?

Nunca	Casi nunca	En ocasiones	Casi siempre	Siempre

21. ¿Considera usted que la calidad del servicio/ producto satisface las necesidades de los clientes?

Nunca	Casi nunca	En ocasiones	Casi siempre	Siempre

22. ¿Cuál es el grado de satisfacción del producto/servicio que usted percibe de sus clientes?

Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente

VARIABLE: INNOVACIÓN EN EMPRENDIMIENTO

23. ¿Cree usted que la innovación es el elemento importante a la hora de emprender?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

24. ¿Desde el punto de vista de la innovación usted como emprendedor ve oportunidades donde otros no ven?

Nunca	Casi nunca	En ocasiones	Casi siempre	Siempre

25. ¿De su experiencia como emprendedor busca nuevas ideas y utiliza la creatividad?

Nunca	Casi nunca	En ocasiones	Casi siempre	Siempre

26. ¿Considera usted que su emprendimiento permite satisfacer en su totalidad la necesidad de los clientes?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

27. ¿Considera que el desarrollo de una línea de apoyo, fomento y acompañamiento (Semillero de empresas), contribuirá a la ejecución y consolidación de proyectos de los emprendedores en la UTA?

Nunca	Casi nunca	En ocasiones	Casi siempre	Siempre

28. En una escala de 1 a 5 De su experiencia como emprendedor universitario ¿Cuál estrategias considera la más importante para la consolidación de ideas emprendedoras?

1. Ferias de emprendimiento
2. Seminarios de emprendimiento
3. Talleres de ideación
4. Networking universitario
5. Ruedas de negocios

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

29. ¿Con que frecuencia considera usted que el semillero de empresas ayuda a los emprendedores para que innoven sus productos/servicios?

Nunca	Casi nunca	En ocasiones	Casi siempre	Siempre

30. ¿Considera usted que el conocimiento sobre el ecosistema emprendedor debe ser fomentado por medio de procesos de capacitación que permitan innovar sus productos o servicios?

Nunca	Casi nunca	En ocasiones	Casi siempre	Siempre

5.4.3. Anexo 3 Guía de entrevista (Personal del semillero de Empresas)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Entrevista para el Coordinador y personal docente del Semillero de Empresas de la UTA

1. ¿Qué cree usted que impulsa a los estudiantes a emprender?
2. ¿Cree usted que los emprendedores universitarios cuentan el suficiente conocimiento para iniciar su emprendimiento?
3. ¿Piensa usted que los conocimientos que los estudiantes adquieren en su carrera profesional son suficientes para que puedan emprender?
4. ¿A los estudiantes que deciden emprender se da seguimiento a los proyectos de emprendimiento?
5. ¿Cuántos proyectos de emprendimiento se logran consolidar y en qué tiempo?
6. ¿Como califican si un producto / servicio presenta innovación?
7. ¿Cuáles considera ud que son las principales dificultades que tienen los emprendedores?
8. ¿De su experiencia quienes emprenden más los hombres o mujeres?
9. ¿De su experiencia la gestión organizacional en que áreas ayudaría al emprendedor?
10. ¿Piensa que los emprendimientos de los estudiantes se manejan de manera organizada cumpliendo con el proceso administrativo?
11. ¿Considera usted que los emprendimientos universitarios se trazan objetivos y los cumplen?
12. ¿Como calificaría la gestión organizacional en los emprendimientos de los universitarios?

5.4.4. Anexo 4 Guía de entrevista (Profesional experto)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Entrevista a un experto en Gestión Organizacional

1. ¿Cuál es su nivel educativo?
2. ¿Cuál es su apreciación de la gestión organizacional en las empresas de la provincia?
3. ¿Cuáles considera usted que son las herramientas actuales para la innovación de los negocios?
4. ¿Cuál considera usted que son los recursos más importantes dentro de una empresa?
5. ¿Que debilidades piensa que se presentan en la actualidad en las empresas?
6. ¿Está dirigido el producto o servicio a un mercado viable?
7. ¿Piensa que es posible llevar al negocio a niveles importantes?

5.4.5. Anexo Entrevista al Personal del Semillero de Empresas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Entrevista para el Coordinador del Semillero de Empresas de la UTA

1. ¿Qué cree usted que impulsa a los estudiantes a emprender?

Aplicar sus conocimientos adquiridos durante sus estudios de pregrado. Tener un negocio propio

2. ¿Cree usted que los emprendedores universitarios cuentan el suficiente conocimiento para iniciar su emprendimiento?

No cuentan con suficiente conocimiento porque la malla curricular no está diseñada para formar emprendedores

3. ¿Piensa usted que los conocimientos que los estudiantes adquieren en su carrera profesional son suficientes para que puedan emprender?

Los conocimientos no son suficientes para que puedan emprender

4. ¿A los estudiantes que deciden emprender se da seguimiento a los proyectos de emprendimiento?

Los estudiantes que han recibido capacitación durante los últimos tres semestres se les da seguimiento

5. ¿Cuántos proyectos de emprendimiento se logran consolidar y en qué tiempo?

El 23% de los estudiantes logran consolidar su proyecto

6. ¿Como califican si un producto / servicio presenta innovación?

En la fase de ideación en el desarrollo de un prototipado permitirá medir si una idea puede tomar la forma de un producto, proceso, servicio o modelo de negocio, potencialmente transferible al mercado. En la fase de evaluación un prototipo puede emplearse para obtener los requerimientos y retroalimentación de los usuarios o potenciales beneficiarios de la innovación.

7. ¿Cuáles considera ud que son las principales dificultades que tienen los emprendedores?

La principal dificultad es que no disponen de un capital para emprender

8. ¿De su experiencia quienes emprenden más los hombres o mujeres?

Las mujeres emprendedoras son en número mayor que los hombres

9. ¿De su experiencia la gestión organizacional en que áreas ayudaría al emprendedor?

Desarrollando un proyecto de emprendimiento en las áreas de finanzas, marketing, legal, administrativa, propiedad intelectual

10. ¿Piensa que los emprendimientos de los estudiantes se manejan de manera organizada cumpliendo con el proceso administrativo?

Si está diseñado para que cumplan con el proceso administrativo

11. ¿Considera usted que los emprendimientos universitarios se trazan objetivos y los cumplen?

Depende de cada emprendedor universitario para que cumplan con sus objetivos

12. ¿Como calificaría la gestión organizacional en los emprendimientos de los universitarios?

La Universidad Técnica de Ambato, entidades de gobierno y ONGs, realizan esfuerzos con su personal asignado, fondos y convenios para que los emprendimientos se cristalicen como una alternativa de ocupación y fuentes de trabajo



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Entrevista para el personal docente del Semillero de Empresas de la UTA (Docente 1)

1. ¿Qué cree usted que impulsa a los estudiantes a emprender?

Si, mediante las actividades y herramientas metodológicas de emprendimiento e innovación.

2. ¿Cree usted que los emprendedores universitarios cuentan el suficiente conocimiento para iniciar su emprendimiento?

Si, lo que les hace falta, son espacios considerados como laboratorios donde puedan aplicar la parte teórica directamente en la empresa; como modalidad dual.

3. ¿Piensa usted que los conocimientos que los estudiantes adquieren en su carrera profesional son suficientes para que puedan emprender?

No, nunca es suficiente, es necesario actualizarse constantemente en las temáticas relacionadas con gestión empresarial, emprendimiento e innovación.

4. ¿A los estudiantes que deciden emprender se da seguimiento a los proyectos de emprendimiento?

No, es un trámite que sí se debería hacer. Y debería estar a cargo de Titulación y Seguimiento a Graduados.

5. ¿Cuántos proyectos de emprendimiento se logran consolidar y en qué tiempo?

10 – 15 en el semestre; dependiendo del número de estudiantes de cada curso.

6. ¿Como califican si un producto / servicio presenta innovación?

No se califica. Debería hacérselo con personal técnico de la DINNOVA

7. ¿Cuáles considera ud que son las principales dificultades que tienen los emprendedores?

Recursos financieros para emprender como capital de inicio.

8. ¿De su experiencia quienes emprenden más los hombres o mujeres?

Es similar, en su mayoría de veces los equipos de trabajo están conformados por hombres y mujeres.

9. ¿De su experiencia la gestión organizacional en que áreas ayudaría al emprendedor?

En organizar adecuadamente el proceso productivo, organizar al personal necesario en la empresa, disponer adecuadamente de los recursos, etc.

10. ¿Piensa que los emprendimientos de los estudiantes se manejan de manera organizada cumpliendo con el proceso administrativo?

No, es una de las falencias que se debe ajustar y mejorar.

11. ¿Considera usted que los emprendimientos universitarios se trazan objetivos y los cumplen?

Si, pero deben estar enmarcados bajo los parámetros internacionales de los ODS y nacionalmente según el Plan Nacional de Desarrollo, para aterrizarlos a la realidad y necesidad local.

12. ¿Como calificaría la gestión organizacional en los emprendimientos de los universitarios?

Como Bueno, siempre hay algo que mejorar, algo que aprender y algo que aplicar.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Entrevista para el personal docente del Semillero de Empresas de la UTA (docente 2)

1. ¿Qué cree usted que impulsa a los estudiantes a emprender?

La principal motivación de un emprendedor es la ilusión de convertir su sueño en realidad.

2. ¿Cree usted que los emprendedores universitarios cuentan el suficiente conocimiento para iniciar su emprendimiento?

Considero que en el ciclo de vida de un proyecto de emprendimiento se necesitará de un acompañamiento profesional sobre un determinado tema, para reestructurar y avanzar.

3. ¿Piensa usted que los conocimientos que los estudiantes adquieren en su carrera profesional son suficientes para que puedan emprender?

Si, pero en el desarrollo del proyecto deberán considerar incluir talento humano para cubrir ciertas debilidades que pueda tener desde la dirección de este.

4. ¿A los estudiantes que deciden emprender se da seguimiento a los proyectos de emprendimiento?

Existe el seguimiento oportuno conforme las necesidades que tiene el estudiante con su emprendimiento.

5. ¿Cuántos proyectos de emprendimiento se logran consolidar y en qué tiempo?

Conforme a la recepción de proyectos 1 o 2.

6. ¿Como califican si un producto / servicio presenta innovación?

Mediante matriz de evaluación.

7. ¿Cuáles considera ud que son las principales dificultades que tienen los emprendedores?

Según lo mencionado por parte de los emprendedores consolidar las ventas.

8. ¿De su experiencia quienes emprenden más los hombres o mujeres?

En los últimos períodos tuvieron mayor presencia las mujeres.

9. ¿De su experiencia la gestión organizacional en que áreas ayudaría al emprendedor?

En la estructuración y planificación de su proyecto.

10. ¿Piensa que los emprendimientos de los estudiantes se manejan de manera organizada cumpliendo con el proceso administrativo?

Existe debilidad al respecto en cuanto al tema.

11. ¿Considera usted que los emprendimientos universitarios se trazan objetivos y los cumplen?

Se trabaja en función del proyecto de emprendimiento por cuanto no cuenta con una planificación de aspecto administrativo.

12. ¿Como calificaría la gestión organizacional en los emprendimientos de los universitarios?

Tiene sus debilidades por cuanto muchos de los emprendedores no disponen de tiempo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Entrevista para el personal docente del Semillero de Empresas de la UTA (docente 3)

1. **¿Qué cree usted que impulsa a los estudiantes a emprender?**
Falta de recursos económicos
2. **¿Cree usted que los emprendedores universitarios cuentan el suficiente conocimiento para iniciar su emprendimiento?**
No, todavía les falta la práctica
3. **¿Piensa usted que los conocimientos que los estudiantes adquieren en su carrera profesional son suficientes para que puedan emprender?**
No, porque necesitan poner en ejecución
4. **¿A los estudiantes que deciden emprender se da seguimiento a los proyectos de emprendimiento?**
Si cada semestre
5. **¿Cuántos proyectos de emprendimiento se logran consolidar y en qué tiempo?**
Mas o menos 22 proyectos en el semestre
6. **¿Como califican si un producto / servicio presenta innovación?**
A través del seguimiento que se realiza
7. **¿Cuáles considera ud que son las principales dificultades que tienen los emprendedores?**
La falta de recursos económicos
8. **¿De su experiencia quienes emprenden más los hombres o mujeres?**
Las mujeres porque tienen más necesidades
9. **¿De su experiencia la gestion organizacional en que areas ayudaria al emprendedor?**
Comercial, Financiera y otras
10. **¿Piensa que los emprendimientos de los estudiantes se manejan de manera organizada cumpliendo con el proceso administrativo?**
No porque todavía se maneja de manera empírica
11. **¿Considera usted que los emprendimientos universitarios se trazan objetivos y los cumplen?**
Si se trazan pero no se cumplen en su totalidad
12. **¿Como calificaría la gestión organizacional en los emprendimientos de los universitarios?**
Buenos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Entrevista para el personal docente del Semillero de Empresas de la UTA (docente 4)

1. **¿Qué cree usted que impulsa a los estudiantes a emprender?**
Las necesidades económicas y sociales
2. **¿Cree usted que los emprendedores universitarios cuentan el suficiente conocimiento para iniciar su emprendimiento?**
No
3. **¿Piensa usted que los conocimientos que los estudiantes adquieren en su carrera profesional son suficientes para que puedan emprender?**
Son temas teóricos en un gran porcentaje
4. **¿A los estudiantes que deciden emprender se da seguimiento a los proyectos de emprendimiento?**
No se conoce sobre el seguimiento
5. **¿Cuántos proyectos de emprendimiento se logran consolidar y en qué tiempo?**
No se conoce estadísticas
6. **¿Como califican si un producto / servicio presenta innovación?**
Por las tecnologías incorporadas
7. **¿Cuáles considera ud que son las principales dificultades que tienen los emprendedores?**
Tema económico
8. **¿De su experiencia quienes emprenden más los hombres o mujeres?**
No existen datos para poder conocer
9. **¿De su experiencia la gestion organizacional en que áreas ayudaría al emprendedor?**
Planes de negocios

10. ¿Piensa que los emprendimientos de los estudiantes se manejan de manera organizada cumpliendo con el proceso administrativo?

No

11. ¿Considera usted que los emprendimientos universitarios se trazan objetivos y los cumplen?

No existe un proyecto que los impulse, solo se crean en su gran mayoría por cumplir con la asignatura

12. ¿Como calificaría la gestión organizacional en los emprendimientos de los universitarios?

Adecuado, sin embargo, necesita mayor impulso de manera general



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Entrevista para el personal docente del Semillero de Empresas de la UTA (docente 5)

1. ¿Qué cree usted que impulsa a los estudiantes a emprender?

La necesidad provocada por la coyuntura social, económica y sanitaria en la cual nos encontramos, lo que ha construido escenarios en donde el desempleo se encuentra en los más altos índices.

2. ¿Cree usted que los emprendedores universitarios cuentan el suficiente conocimiento para iniciar su emprendimiento?

Los estudiantes universitarios si cuenta con el con el conocimiento para generar su emprendimiento; claro que esto debe ir acompañado de perseverancia y la aplicación de los conocimientos adquiridos, y en esto el semillero de empresas está generando espacios, proyectos para que los estudiantes adquieran competencias sino todas, las básicas para iniciar su emprendimiento.

3. ¿Piensa usted que los conocimientos que los estudiantes adquieren en su carrera profesional son suficientes para que puedan emprender?

La carrera profesional que cursan los estudiantes busca otorgar a cada estudiante las competencias y herramientas para adquirir las destrezas necesarias para que puedan emprender.

4. ¿A los estudiantes que deciden emprender se da seguimiento a los proyectos de emprendimiento?

El fin del semillero de empresa es el apoyo en la etapa de la ideación, desarrollo y consolidación de los proyectos.

5. ¿Cuántos proyectos de emprendimiento se logran consolidar y en qué tiempo?

Los emprendimientos son proyectos que se generan en escenarios reales, el tiempo que se establece es de 3 a 5 años, si se toma en consideración los proyectos que se encuentran desarrollados y consolidados.

6. ¿Como califican si un producto / servicio presenta innovación?

Un producto o servicio es innovador si reúne características únicas y que se direccionen a satisfacer necesidades de manera eficiente y eficaz.

7. ¿Cuáles considera ud que son las principales dificultades que tienen los emprendedores?

Determinar las dificultades que tienen los emprendedores puede ser muy subjetivo, ya que depende mucho del proceso que debe encaminarse para sacar adelante su proyecto; sin embargo se puede establecer varias de las dificultades generales en las cuales el emprendedor recae:

- Escasos recursos económicos
- Falta de constancia
- Desconocimiento claro de competencias financieras, legales, administrativas específicas que se acoplen a cada proyecto.

8. ¿De su experiencia quienes emprenden más los hombres o mujeres?

De acuerdo a un estudio de Elementos para el estudio de la microempresa latinoamericana de Neira en el año 2006, las mujeres son aquellas que mas emprenden, y en mi experiencia corroboró dicha información

9. ¿De su experiencia la gestion organizacional en que áreas ayudaría al emprendedor?

Los estudiantes universitarios tienen un terreno ganado en relación aquellos emprendedores que no poseen formación académica, lo que nos permite establecer que el tener claro su estructura organizacional, proceso, procedimientos potencia todas las áreas del emprendimiento.

10. ¿Piensa que los emprendimientos de los estudiantes se manejan de manera organizada cumpliendo con el proceso administrativo?

Los procesos administrativos implantados cumplen con los requerimientos necesarios, sin embargo, la socialización y la falta de empoderamiento por parte de los estudiantes no facilitan su aplicación, lo que de alguna manera entorpece dicho proceso.

11. ¿Considera usted que los emprendimientos universitarios se trazan objetivos y los cumplen?

La trazabilidad de los objetivos se da en los emprendimientos universitarios; pero en cuanto a su cumplimiento dependen mucho de la constancia, aplicabilidad y empoderamiento de los emprendedores respecto a sus emprendimientos.

12. ¿Como calificaría la gestión organizacional en los emprendimientos de los universitarios?

La gestión organizacional de los emprendimientos universitarios es aceptable, sin embargo, es importante buscar mecanismos que tecnifiquen el proceso administrativo desde la socialización hasta su aplicabilidad y empoderamiento por parte de los universitarios.

5.4.6. Anexo Entrevista al Experto en Gestión Organizacional



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Entrevista a un experto en Gestión Organizacional

1. **¿Cuál es su nivel educativo?**
 - Actualmente mi nivel educativo es Cuarto nivel, con una maestría en Administración de Empresas

2. **¿Cuál es su apreciación de la gestión organizacional en las empresas de la provincia?**
 - Yo considero que la empresa y gestión familiar ha marcado la cultura organizacional en la provincia, la mayoría de las empresas han nacido mediante el emprendimiento y apoyo de las familias. El detalle es que pocas logran consolidarse.

3. **¿Cuáles considera usted que son las herramientas actuales para la innovación de los negocios?**
 - Yo creo que el uso de las TICS ha facilitado que todo el mundo pueda realizar negocios y darse a conocer de tal manera que la limitación de comunicación se ve prácticamente eliminada.

4. **¿Cuál considera usted que son los recursos más importantes dentro de una empresa?.**
 - El consolidar un equipo de trabajo que responda a las expectativas de la organización es una las aspiraciones más importante de conseguir.

5. **¿Que debilidades piensa que se presentan en la actualidad en las empresas?**
 - El trabajar de la mano con la tecnología es uno de los limitantes ya que mucha gente los ve como una dificultad, mas no como una oportunidad.

6. **¿Está dirigido el producto o servicio a un mercado viable?**
 - El servicio se tuvo que volver viable y adaptarse a todas las realidades que estamos experimentando hoy en día.