

HABLEMOS DE EMPREDIMIETO

RENÉ FARUK GARZOZI PINCAY / MARCIA FABIOLA JARAMILLO PAREDES / YAMEL SOFIA GARZOZI PINCAY



Hablemos de Emprendimiento

René Garzozí Pincay
Marcia Jaramillo Paredes
Yamel Garzozí Pincay

Coordinadores



Primera edición en español, 2018

Este texto ha sido sometido a un proceso de evaluación por pares externos con base en la normativa editorial de la UTMACH

Ediciones UTMACH

Gestión de proyectos editoriales universitarios

252 pag; 22X19cm - (Colección REDES 2017)

Título: Hablemos de Emprendimiento. / René Garzozi Pincay / Marcia Jaramillo Paredes / Yamel Garzozi Pincay (Coordinadores)

ISBN: 978-9942-24-112-2

Publicación digital

Título del libro: Hablemos de Emprendimiento.

ISBN: 978-9942-24-112-2

Comentarios y sugerencias: editorial@utmachala.edu.ec

Diseño de portada: MZ Diseño Editorial

Diagramación: MZ Diseño Editorial

Diseño y comunicación digital: Jorge Maza Córdova, Ms.

© Editorial UTMACH, 2018

© René Garzozi / Marcia Jaramillo / Yamel Garzozi, por la coordinación

D.R. © UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, 2018

Km. 5 1/2 Vía Machala Pasaje

www.utmachala.edu.ec

Machala - Ecuador

Advertencia: “Se prohíbe la reproducción, el registro o la transmisión parcial o total de esta obra por cualquier sistema de recuperación de información, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro, existente o por existir, sin el permiso previo por escrito del titular de los derechos correspondientes”.



César Quezada Abad, Ph.D

Rector

Amarilis Borja Herrera, Ph.D

Vicerrectora Académica

Jhonny Pérez Rodríguez, Ph.D

Vicerrector Administrativo

COORDINACIÓN EDITORIAL

Tomás Fontaines-Ruiz, Ph.D

Director de investigación

Karina Lozano Zambrano, Ing.

Jefe Editor

Elida Rivero Rodríguez, Ph.D

Roberto Aguirre Fernández, Ph.D

Eduardo Tusa Jumbo, Msc.

Irán Rodríguez Delgado, Ms.

Sandy Soto Armijos, M.Sc.

Raquel Tinóco Egas, Msc.

Gissela León García, Mgs.

Sixto Chilinguina Villacis, Mgs.

Consejo Editorial

Jorge Maza Córdova, Ms.

Fernanda Tusa Jumbo, Ph.D

Karla Ibañez Bustos, Ing.

Comisión de apoyo editorial

Índice

Capítulo I

Generación y evaluación de ideas de negocios.	11
María Messina Scolaro; Esther Hochsztain Kunin; Yamel Garzozí Pincay	

Capítulo II

Proceso y Ecosistema emprendedor	38
María Messina Scolaro; Esther Hochsztain Kunin; Pamela López Pincay	

Capítulo III

Diseño de estrategias para el fortalecimiento del emprendimiento en estudiantes de ingeniería de universidades del caribe colombiano	55
José Beleño Suárez; Ernesto Cantillo Guerrero; Homero Rodríguez Insuasti	

Capítulo IV

Entendiendo al emprendedor de la economía naranja: una revisión de literatura sobre el creador de empresas creativas y/o culturales 73

Ernesto Cantillo Guerrero; Homero Rodríguez Insuasti; William Suárez Fernández

Capítulo V

Emprendimientos Dinámicos. 93

Marcia Jaramillo Paredes; Martha Aguirre Benalcázar; Oscar Romero Hidalgo

Capítulo VI

Revisión bibliométrica del concepto de la Internacionalización en la Economía Empresarial 127

René Garzozzi Pincay; Marlon Altamirano Di Luca; Jessenia Vera Alcívar

Capítulo VII

El emprendimiento social como fórmula de integración de la actividad agro-productiva, caso provincia de Santa Elena 195

José Lucas Saltos; Linda Núñez Guale; Yamel Garzozzi Pincay

Dedicatoria

Dedicamos este libro a todos de quienes hemos aprendido a formar nuestro carácter, nuestro comportamiento, que de una u otra manera, nos relaciona a través del emprendimiento, a estar preparados para los dinámicos cambios que propone el mundo globalizado cada vez más exigente, que fomenta nuestra necesidad por emprender algo que incremente las posibilidades de tener éxitos en lo que nos proponemos encaminar.

Introducción

En el mundo entero, existen personas que han manifestado una conducta de iniciar actividades con miras a obtener un ingreso que mejore sus condiciones de vida, lo que ha generado el nacimiento de nuevas empresas y negocios, que con el pasar del tiempo y el compromiso adquirido de quienes lo emprenden, llegan a convertirse en personas exitosas, que lograron superar muchas dificultades, propias de entorno económico, social, tecnológico, ambiental, etc., a partir de una idea de negocios; a lo que llamamos emprendimiento.

Consecuentemente, la conducta emprendedora se ha convertido a nivel mundial en una herramienta capaz de generar mejores condiciones de empleo, que contribuye al incremento de los ingresos obtenidos por la actividad empresarial, y por ende, en la generación de riqueza.

En el Ecuador, según fuentes como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM Ecuador), “existe una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) muy elevada, en la que se indica que más de uno entre seis adultos en el Ecuador están actualmente planificando iniciar un nuevo negocio o lo han hecho en los últimos 42 meses”, lo que pone en evidencia que la iniciativa de emprender existe en un buen nivel.

La conducta de emprendimiento resulta una excelente alternativa para lograr la ansiada empleabilidad y que cualquier persona la pueda desarrollar. He ahí la importancia del conocer de alguna manera, los temas relacionados al emprendimiento y el análisis desde el punto de vista de varios autores, comprometidos con quehacer cotidiano de la capacitación en estas teorías.

Los autores resaltan la importancia del emprendimiento en relación con algún tema específico dada su nivel de experticia, con el que se aprecia una estrecha relación, ampliando su análisis tomando una variedad suficiente de fuentes bibliográficas, personales y de sus experiencias profesionales, procurando desarrollar una lectura clara y estimulante de la teoría del emprendimiento.

Los autores sostienen que el desarrollo del emprendimiento incluye la reflexión de nuestras propias experiencias, y formularse a sí mismos la interrogante acerca de ¿qué estoy haciendo hoy en contribución al desarrollo de mi hogar, comunidad, ciudad y país?

Porque la capacidad de que las cosas ocurran sólo puede iniciarse con una idea, que deberá ser puesta en marcha, con visión y liderazgo, para alcanzar la cima anhelada. El límite, lo establece la persona que lo quiso emprender.

03 Capítulo Diseño de estrategias para el fortalecimiento del emprendimiento en estudiantes de ingeniería de universidades del caribe colombiano

José Beleño Suárez; Ernesto Cantillo Guerrero; Homero Rodríguez Insuasti

La Universidad Autónoma del Caribe ubicada en Barranquilla, Colombia, ha demostrado un férreo compromiso con el desarrollo de habilidades emprendedoras en sus estudiantes dada la importancia que tiene para Colombia el fomento del emprendimiento desde las universidades, razón por la que en este trabajo se propone un grupo de estrategias que basadas en la percepción que los estudiantes tienen sobre cuáles son sus principales habilidades emprendedoras y conocimientos que le permitan emprender, sirvan para fortalecer el emprendimiento en dicha institución. Para lograr el objetivo, se realizaron tres pasos que involucraron

José Beleño Suárez: Ingeniero Industrial, Universidad Autónoma del Caribe, Colombia.

Ernesto Cantillo Guerrero: Profesor Titular de la Universidad Autónoma del Caribe. Profesor Investigador de la Corporación Politécnico Costa Atlántica. Ingeniero Industrial y Magister en Mercadeo, Universidad Autónoma del Caribe, Colombia. Doctorando en Marketing, Universitat de Valencia, España. Socio fundador de Lemons Group.

Homero Rodríguez Insuasti: Doctorando en Marketing, Universitat de Valencia, España. Magister en Administración de Empresas con mención en Gestión de Mercadotecnia, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Diplomado en Pedagogía de la Educación Técnica y Profesional Técnica y Profesional, Universidad de Ciencias Pedagógicas "Héctor Pineda Zaldívar", Cuba. Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional Trilingüe, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.

regresión logística y referenciación competitiva. La aceptación de responsabilidades y sus incidencias, la eficiencia y la capacidad para superar son las habilidades que influyen positivamente en los estudiantes con vínculo o relación con actividades emprendedoras, factores que junto a la revisión de casos de éxitos en emprendimiento desde las universidades, permitieron proponer 3 objetivos estratégicos con sus respectivas estrategias motivacionales.

Introducción

Para una universidad es clave suplir las nuevas exigencias que plantean los diferentes escenarios en el ámbito nacional e internacional, lo cual lleva a replantear constantemente los modelos de enseñanza donde no solo la labor en la comunidad es la de la formación de nuevos profesionales sino también la de ser actor importante que induce al desarrollo económico de una región.

Partiendo de los datos del GEM – Colombia (2016), donde se establece que existe una relación directa entre el nivel educativo y la actividad empresarial debido a que el 33% de empresarios nuevos poseían un nivel educativo de posgrado contrastando con un 6% que solo poseía un nivel de educación básica primaria; se puede inferir que el papel de las universidades en el emprendimiento es clave para el desarrollo económico de las regiones. En el caribe colombiano, varias universidades siguen una serie de procedimientos para que los estudiantes creen empresas: presentar la idea de emprendimiento a un comité de incubación empresarial, seguimiento y modificaciones a la idea para alistarla en la búsqueda de capital semilla, acompañar en la consecución de dicho capital, son los procedimientos típicos; sin embargo, son pocas las ideas que se presentan a un proceso de estos, y las que se presentan carecen de componentes esenciales que las puedan llevar a convertirse en emprendimientos de alto impacto.

La situación descrita indica el requerimiento de una estrategia que fortalezca el proceso desde el momento en que

empiezan a nacer las ideas de negocio en los centros universitarios, resaltando las habilidades del emprendedor para sentar bases sólidas desde la cultura a una posible empresa que pueda llegar a triunfar en los mercados.

Por tal razón surge esta investigación en la que se pretendió proponer un plan estratégico encaminado a fortalecer al emprendedor potencial que estudia en las universidades del litoral caribe colombiano, tomando como caso de estudio, la facultad/departamento de ingeniería de una de estas universidades. La razón para tomar la facultad de ingeniería se fundamenta en que estas carreras son las que menos participan en los procesos internos de las universidades de la región a la hora de presentar ideas de negocio, teniendo el potencial para tal fin.

La importancia de diseñar e implementar estrategias con el fin de estimular el emprendimiento desde las universidades radica en el impacto económico, empresarial y social en el tiempo que esto conlleva. No solo se propone una alternativa de administración del emprendimiento facultades de ingeniería de universidades con condiciones similares, también se reafirman los fines misionales de dichas instituciones y se establecen ejes que catapultan el logro de certificaciones de alta calidad en la enseñanza y demás procesos académicos hoy claves dentro de las instituciones de educación superior.

En el artículo, se podrá encontrar una descripción de las actividades de emprendimiento que realizan los estudiantes de ingeniería de la universidad seleccionada, para identificar las habilidades emprendedoras presentes. Seguido a esto, se analizaron casos colombianos e internacionales de éxito en la gestión de emprendimiento universitario para identificar factores referentes que puedan ser implementados en la universidad. Por último, se diseñaron las estrategias propuestas para fortalecer el emprendimiento desde los estudiantes de ingeniería.

Fundamentos teóricos

Cada nación maneja una serie de políticas para impulsar el emprendimiento desde los profesionales jóvenes, y Colombia no es la excepción. La promoción del emprendimiento sin duda se encuentra en un buen momento, donde los emprendedores son piezas claves para materializar las políticas emprendedoras, aunque en ocasiones existe confusión sobre lo que significa emprender (Isenberg, 2012).

Los países con niveles más altos de desarrollo apuestan por tener altos niveles de emprendimiento innovador (Vega, 2012). En ese sentido, Colombia no logra aun las expectativas al contar una renovación tecnológica débil (GEM-Colombia, 2016), teniendo en cuenta que la economía colombiana es impulsada por la eficiencia en el manejo de los factores productivos, mas no en la innovación y generación de conocimiento nuevo para no depender de los mismos, particularidades que pueden impulsarse desde las universidades; sin embargo, históricamente en Colombia las bases de los estudiantes para emprender desde las universidades son débiles, y su formación se enfoca más a formar empleados (González y Rodríguez, 2008), distinto a casos como el de México donde el estudiante posee altas capacidades creativas y una actitud muy emprendedora (Chan y Balam, 2011), o en Perú donde los intereses en emprendimientos universitarios son altos, pero hay escasez de indicadores para medir la gestión y logros en ese tipo de emprendimientos (Rizo, 2014).

La teoría sobre emprendimiento ha dado prioridad a la actividad emprendedora como conducente a la creación de negocios, pero las expectativas actuales muestran a un emprendedor que se mueve en distintos contextos, y que no se encasilla necesariamente en crear empresas en la inmediatez, pero si como un fin último.

Y es el concepto de creación de empresas el relevante en la formación de emprendedores, por el rol de las nuevas empresas en el crecimiento innovador. Esa situación conlleva a incluir en la formación el conjunto de herramientas creativas que sirvan para la sostenibilidad en el tiempo de las

empresas que en un futuro intenten constituir los estudiantes que reciben formación en emprendimiento (Jal, 2015), sin descuidar que todo aquel que no cree empresa puede también desarrollar el espíritu emprendedor para aplicarlo en su entorno. Se le da fuerzas al concepto de que el emprendedor nace, que tiene una predisposición a emprender por ejemplo en la familia o por iniciativa propia, y los cursos de formación refuerzan esa predisposición (Freire, 2017); pero, sin dejar a un lado abierta la posibilidad que se hagan emprendedores.

Para ambos casos de emprendedores (los que nacen y los que se hacen), recae en el sistema de formación universitaria una fuerte responsabilidad en la orientación de los dos grupos. Darle relevancia a la infraestructura científica y tecnológica como los parques para tal fin, incrementa las posibilidades de promover un emprendimiento innovador, para producir un mayor número de spin-off universitarias (Rodeiro-Pazos y Calvo-Babio, 2012); o apoyar el emprendimiento que en la práctica no es muy fomentado en territorios como el latinoamericano (Terjesen y Amoros, 2010).

Promover el emprendimiento universitario mejoraría las cualidades competitivas de las futuras empresas de un territorio, teniendo el alto dinamismo, excelentes perfiles en recursos humanos y la forma ágil para aprovechar las oportunidades (Kantis et al, 2002). El emprendedor universitario posee capacidades para relacionarse, creatividad, planificación y realización personal (Mavila et al, 2009) que pueden impulsar el crecimiento innovador de una región.

Metodología

La investigación tuvo tres fases de investigación a saber:

1. La fase de análisis de capacidades emprendedoras que se desarrolló con los estudiantes de la facultad de ingeniería de una universidad privada ubicada en el litoral del caribe colombiano. El cuestionario se aplicó a una muestra representativa de 376 estudiantes, equivalente al 13% del total de la población de la facultad para el período febrero a junio de 2014.

El 63% de la muestra se encuentra en una edad de 19 a 21 años, un 17% entre 15 y 18, y un 15% entre 22 y 24 años. El porcentaje restante se encuentran en edades superiores a los 24 años. 60% de los encuestados fueron hombres. Solo el 3% ha creado o participado en la creación de una empresa, un 9% ha participado en convocatorias de ideas de negocio y/o creación de empresas.

2. La fase de revisión en la que se identificaron los casos exitosos posibles a replicar en la investigación.

3. La fase de desarrollo en la que se propusieron las estrategias de fortalecimiento.

Fase de análisis de capacidades para emprender

El cuestionario aplicado en la primera fase, se compuso de tres capítulos de preguntas. En el primer capítulo se caracterizó al estudiante en cuanto a sus experiencias emprendiendo, su cercanía con actividades emprendedoras y su grado de participación actual con las actividades emprendedoras. Este capítulo necesariamente indagaba sobre su composición familiar y la presencia de emprendimientos en su familia. La pregunta clave de este capítulo para los resultados de la investigación, es la concerniente a la participación de los estudiantes con ideas de negocios en convocatorias de creación de empresas.

En el segundo capítulo, se ahondaba en las habilidades para emprender más marcadas en los estudiantes. Se incluyó en éste capítulo un análisis de la autoconfianza, evaluada también por Martínez (2011). En el tercer capítulo del cuestionario, se concentró en la actividad emprendedora y conocimiento empresarial, el cual permitió evaluar el conocimiento impartido desde los cursos académicos y el uso o aplicación actual a dichos conocimientos. Ese conocimiento empresarial podía, gracias a este capítulo, poderse cruzar para establecer relaciones de influencia del conocimiento empresarial en la actividad emprendedora realizada.

El segundo capítulo utilizó una escala para evaluar las habilidades que fueron clasificadas de la siguiente manera:

1) Habilidades de gestión: Aceptación de responsabilidades y sus incidencias (X4), prospección (X6), identifica oportunidades (X8), compromiso con los resultados (X11), eficacia (X12), planeación (X13), eficiencia (X15), control (X16), comunicación (X17), empoderamiento (X18).

2) Habilidades para innovar: planteamiento de alternativas (X5), flexibilidad ante obstáculos (X7), construcción de redes (X20), diferenciación en las ideas (X22), solución de problemas (X23), receptividad a ideas altamente creativas (X24), desarrollo de nuevos mercados (X26).

3) Habilidades para investigar: pasión por descubrir (X14), interés por el funcionamiento de las cosas (X25).

4) Habilidades para liderar: uso efectivo de los talentos (X1), iniciativa propia (X2), auto-superación (X9), actitud enérgica (X10), capacidad de influir (X19).

5) Habilidades para ser resiliente: planeación del riesgo (X3), capacidad para superar los problemas (X21).

El tercer y último capítulo del cuestionario evaluó la percepción solo de los estudiantes con algún vínculo directo o indirecto con el emprendimiento: ha presentado ideas de negocios en convocatorias, ha creado empresa, trabaja en una empresa familiar o su familia ha creado empresa. En este capítulo, fueron evaluados las siguientes motivaciones y conocimientos:

1) Motivaciones: las oportunidades de mercado (X27), las necesidades económicas personales (X28), el ejemplo familiar (X29), la universidad (X30), liderar personas (X31).

2) Conocimientos: Mercadeo (X32), legal y tributario (X33), Finanzas (X34), Gestión de operaciones (X35), Economía (X36), estrategia organizacional (X37).

Para el análisis de relaciones de dependencias, se utilizó la técnica de regresión logística con el objetivo de establecer cuáles son las habilidades, las motivaciones y los conocimientos de mayor influencia para que se decida presentar una idea de negocio o no.

Fase de revisión de casos

Para la fase de revisión, se valoraron las actividades de emprendimiento implantadas por distintas instituciones de educación superior ubicadas en Colombia y otros países. La revisión involucró destacar las estrategias llevadas a cabo para conseguir éxitos en la promoción del emprendimiento y en la creación de empresas.

Fase de diseño de estrategias

Por último, en trabajo conjunto con expertos en el tema, directivos del programa de emprendimiento de la universidad y los autores, se diseñaron las estrategias propuestas en la investigación, teniendo en cuenta los resultados de la investigación y los casos exitosos identificados.

Resultados

Capacidades para emprender

El análisis se concentró en la respuesta de los estudiantes sobre la presentación de ideas de negocio en las convocatorias. La figura, describe menos del 10% de los estudiantes han presentado idea de negocios, y entre los que han presentado, el porcentaje de hombres es ampliamente superior al de mujeres.

Figura 1: Análisis de presentación de ideas de negocios en convocatorias

Distribución de los estudiantes que respondieron a la pregunta de participación con ideas de negocio en convocatorias

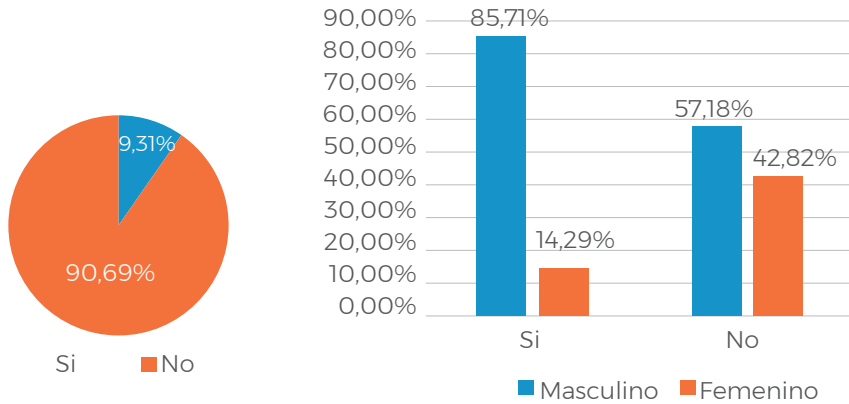
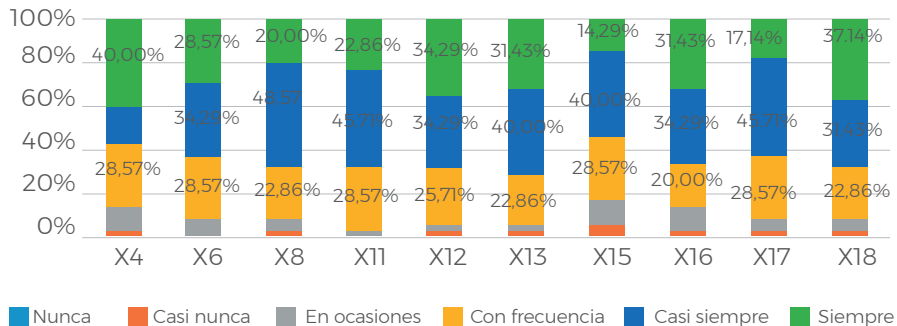


Figura 1: Encuesta realizada.

En cuanto a las habilidades para gestionar, existe una fuerte aplicación de las mismas en las actividades diarias de los estudiantes que han presentado ideas de negocios en convocatorias, siendo siempre y casi siempre más aplicada la planeación (X13) por un 71,43% de los estudiantes, y la frecuentemente más aplicada el compromiso con los resultados (X11) con el 97,14%, tal y como la indica la siguiente figura:

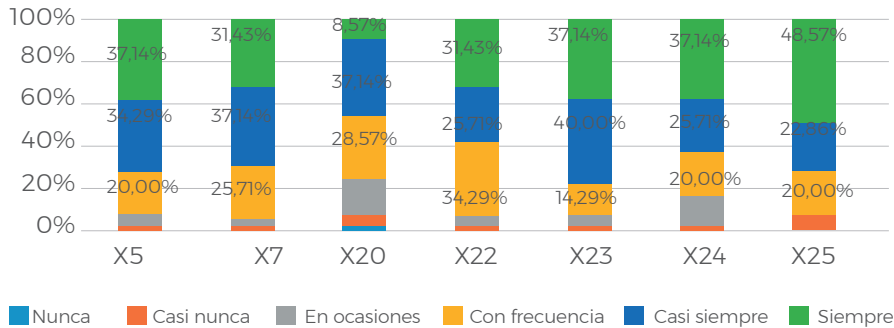
Figura 2: Aplicación de habilidades en gestión para emprender



Fuente: Encuesta realizada.

Para el caso de las habilidades para innovar, la figura permite observar que la solución de problemas (X23) es la casi siempre y siempre más aplicada por el 77,14% de los estudiantes, y en el caso de las aplicadas con frecuencia, la flexibilidad ante los obstáculos (X7) con el 94,28%.

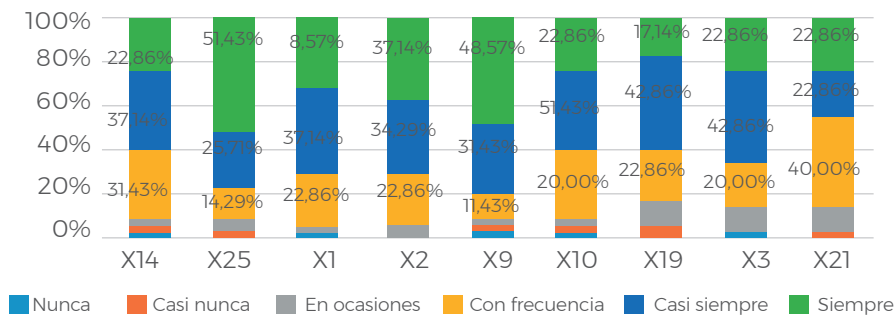
Figura 3: Aplicación de habilidades en innovación para emprender



Fuente: Encuesta realizada.

Por último, en el análisis individual de las otras habilidades, el interés por el funcionamiento de las cosas (X25) con un 77,14%, y la auto-superación (X9) con un 80% son las otras habilidades aplicadas casi siempre y siempre por los estudiantes de ingeniería.

Figura 4: aplicación de las habilidades para investigar, liderar y ser resiliente, para emprender



Fuente: Encuesta realizada.

De las distintas habilidades evaluadas, son escasas las que influyen significativamente en la probabilidad que un estudiante de ingeniería presente una idea de negocio por iniciativa propia ante una convocatoria relacionada con emprendimiento. En este caso, el análisis se realizó en dos bloques: el bloque de todos los estudiantes encuestados, y el bloque de los estudiantes con algún tipo de vínculo emprendedor. Los resultados obtenidos aparecen en la siguiente tabla:

Tabla 1: Habilidades, motivaciones y conocimientos significativos en la decisión de presentar ideas de negocios en convocatorias

Todos los Estudiantes				Estudiantes con vínculos de emprendimiento							
Habilidades				Motivaciones y Conocimientos				Habilidades			
Var.	B	Sig	EXP(B)	Var.	B	Sig	EXP(B)	Var.	B	Sig	EXP(B)
X15	0,494	0,022	1,639	X31	0,583	0,043	1,791	X3	-1,145	0,019	0,318
X20	0,394	0,034	1,484					X4	1,239	0,011	3,452
								X8	-1,129	0,023	0,323
								X9	-1,321	0,03	0,267
								X15	1,473	0,009	4,360
								X21	1,155	0,021	3,173

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

La tabla permite observar las marcas diferencias que existen entre los estudiantes que tienen algún vínculo o relación con el emprendimiento y sus actividades. Los estudiantes de ingeniería en general basan su decisión en la eficiencia y la construcción de redes; sin embargo, para los estudiantes que tienen algún vínculo con emprendimiento, la decisión se torna más compleja, puesto que aceptación de responsabilidades y sus incidencias, la eficiencia y la capacidad para superar los problemas influyen positivamente en la decisión, pero la identificación de oportunidades, la auto-superación y la planeación del riesgo, pueden influir de manera negativa para que el estudiante decida presentar ideas de negocios.

Vale la pena resaltar que los estudiantes con vínculos emprendedores, tienen en cuenta el liderar otras personas para la toma de decisiones al presentar ideas de negocios en convocatorias, por encima de los conocimientos u otro tipo de motivación.

Revisión de casos exitosos

Particularmente en los casos colombianos lo más utilizado son las técnicas de motivación y fortalecimiento del trabajo en equipo, creando actividades que incrementen la proactividad general en búsqueda de alcanzar diferentes objetivos.

En el caso de la Universidad Javeriana, decidieron desarrollar una red de emprendimiento que les permite a los estudiantes, recibir apoyo y asesoría para la ejecución de proyectos empresariales exitosos, habilidad para identificar y evaluar oportunidades innovadoras de negocio.

Para el caso de la Universidad de los Andes, se generó un programa de emprendedores en donde todos aquellos estudiantes interesados en desarrollar ideas de negocios exitosas, así como aquellos que obtuvieron éxito en su idea, puedan participar, solicitar asesorías y escuchar casos reales que los motiven a atreverse a arriesgar todo por lograr sus metas, construyendo propuestas de valor soportadas en el coworking y en la implementación de nuevas ideas innovadoras que marquen un impacto significativo en su entorno. Adicionalmente la Universidad de los Andes, les ofrece a sus estudiantes diferentes cursos cuyo objetivo es forjar profesionales con una visión empresarial emprendedora.

En la Universidad ICESI de Cali, forjaron el centro de desarrollo de espíritu empresarial, cuya misión es forjar, a través de procesos académicos y con la participación permanente de la comunidad académica y empresarial, una nueva CULTURA EMPRESARIAL, llena de innovación y de responsabilidad social, que sea motor del desarrollo social y económico a nivel nacional, esta unidad académica, le permite a los estudiantes participar activamente en la generación y consolidación de la cultura empresarial que cambiara el enfoque profesional de sus egresados.

En el caribe colombiano, vale la pena resaltar a la Universidad de Norte, quienes como apoyo e impulso para sus estudiantes crearon la Escuela de Negocios en donde se prestan los servicios de acompañamiento para la creación y crecimiento de nuevas empresas, y se realiza investigación científica y aplicada en emprendimiento, con el fin de generar líderes emprendedores y empresas con alto impacto económico y social a través de proceso de sensibilización, incubación y aceleración de empresas.

Finalmente, al analizar los casos internacionales, se evidenció una diferencia considerable debido a que en las universidades como Babson, Stanford, Cise y el Politécnico de Turín, entre otros, han logrado consolidar sus unidades de emprendimiento como incubadoras empresariales; lo que ayuda, soporta, y protagoniza un impacto remarcable en el entorno, forjando profesionales con una visión independiente y liderativa, así como creando maravillosas ideas ya convertidas en negocios exitosos.

Es por esto que todos los casos encontrados nos permitieron conocer las actividades académicas en cuanto a emprendimiento realizadas por las distintas facultades que son máximas exponentes del emprendimiento en el país y en algunos escenarios internacionales, lo que nos ayudó a fundamentar las estrategias a diseñar teniendo en cuenta las habilidades y motivaciones según la experiencia o cercanía del estudiante a actividades de emprendimiento.

Diseño de estrategias

La tabla 2 resume los objetivos estratégicos y estrategias motivacionales recomendados a implementar en la facultad de ingeniería.

Tabla 2: Objetivos y estrategias propuestas.

Objetivos Estratégicos	Estrategias Motivacionales
Incrementar en un 20% la participación de los estudiantes de ingeniería en las convocatorias internas y externas de emprendimiento con trabajos resultados de investigación.	Elaborar concurso interno de proyectos de investigación comercializables en los que se integre a los estudiantes de ingeniería de los distintos programas académicos, y se resuelvan problemas de deficiencias tecnológicas en el mercado. Diseñar programa de acompañamiento en el desarrollo de la investigación comercializable con la participación de los profesores que apoyen en la investigación tecnológica, y la viabilidad empresarial de la investigación. Además, incluir un seminario de liderazgo y dirección de equipos de distintos desempeño.
Desarrollar curso interdisciplinar para la facultad de ingeniería de emprendimiento que continúe las labores de formación de los cursos empresariales actuales.	Aunque será un curso obligatorio en la hoja académica de los programas de ingeniería, se enfocará a al conocimiento de casos empresariales exitosos y análisis de oportunidades en el mercado El curso será un excelente complemento para el primer objetivo estratégico, por lo que su enfoque en calificaciones debe estar dado en sí es aprobado o no, y no por una valoración cuantitativa.
Identificar y potencializar las habilidades, motivaciones y conocimientos emprendedores de los estudiantes de la facultad de ingeniería	Iniciar el sistema de tutorías personalizadas a emprendedores potenciales para acompañar semestralmente en el fortalecimiento de habilidades, motivaciones y conocimientos. Incluir en los primeros semestres de formación, estrategias de desarrollo de competencias blandas desde los trabajos integrados o proyectos de aula en los cursos de formación básica en ingeniería.

Fuente: Elaboración propia.

Conclusión y discusión

Los estudiantes de ingeniería de la universidad objeto de estudio, participan en bajos porcentajes en convocatorias de ideas de negocios, situación que puede tener una relación con las habilidades, motivaciones y conocimientos que poseen para poder emprender. A pesar de sus bajas participaciones consideran que aplican en buena medida algunas de las habilidades para ser emprendedor en sus actividades diarias; como la capacidad para solucionar problemas, la

planeación, el compromiso por los resultados, la flexibilidad para afrontar los obstáculos, el interés por el funcionamiento de las cosas y la auto – superación.

Al analizar las relaciones de dependencia entre la toma de decisiones para presentar ideas de negocios en convocatorias y las habilidades, motivaciones y conocimientos analizados; se logró establecer que influía significativamente sobre dicha decisión dependiendo del vínculo o relación que han tenido con actividades emprendedoras. La eficiencia y la construcción de redes son las habilidades significativas para los estudiantes en general, y la aceptación de responsabilidades y sus incidencias, eficiencia y capacidad para superar son las que influyen positivamente en los estudiantes con vínculo o relación con actividades emprendedoras, los cuales se estimulan a presentar ideas de negocio porque lideraran o dirigirán personas.

Con el fin de llegar a los estudiantes fortaleciendo las habilidades inherentes en ellos que pueden ser utilizadas en la consecución de metas que conlleven a un impacto positivo en la sociedad, se diseñaron unas estrategias encaminadas a fortalecer y generar intereses por emprender, con el fin de obtener planes de negocio que ayuden a la creación de un banco de ideas que posteriormente podrían convertir a la unidad de emprendimiento de la universidad objeto de estudio en un HUB de emprendimiento que guíe al emprendedor durante toda la cadena de valor desde que nace la idea hasta que se convierta en una empresa con resultados económicos favorables.

Adicionalmente, la propuesta busca desarrollar un ambiente emprendedor basado en el coworking en donde la transversalidad de los programas académicos de ingeniería ayude al interés y participación activa e interdisciplinar definiendo grupos de trabajo que permitan la consecución de las ideas.

La baja colaboración de expertos vinculados al tema de emprendimiento en el diseño de las estrategias de fortalecimiento es la principal restricción de este trabajo, situación que se presentó por la poca disponibilidad de los mismos en la época de trabajo de campo. En cuanto a futuras líneas, se torna relevante estudiar las tendencias en emprendimiento que pueden surgir desde las facultades de ingeniería para cualquier territorio latinoamericano debido al papel de este tipo de profesión en el desarrollo de nuevas tecnologías. También es clave avanzar en estudios sobre el papel de los ingenieros en otras etapas de la tubería empresarial, debido a que esta fase se aborda el estudiante y sus determinantes para crear, lo que implica que se debe analizar al profesional que ya ha creado para que así se pueden diseñar estrategias específicas para éste público objetivo.

Referencia bibliográfica

- Chan, M., & Balam, J. (2011). Comparación del nivel de emprendimiento de los alumnos de dos universidades tecnológicas. Yucatán, México: Universidad Tecnológica Regional del Sur.
- Freire, MT. (2017). *Formación para el emprendimiento en la enseñanza de economía y escuelas de negocios* (Tesis Doctoral inédita). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- González J. & Rodríguez M. (2008). Diagnóstico y valoración del nivel de desarrollo del espíritu empresarial (Entrepreneurship) de los estudiantes de la Facultad seccional Sogamoso de la UPTC. Colombia. *Pensamiento y Gestión*. 24, 225 – 255.
- Isenberg, D. (2012). El Emprendimiento se encuentra en su mejor momento. *Exponegocios 2012*, (pág. 2). Cali, Colombia.
- Kantis, H., Postigo, S., Federico, J. & Tamborini, F. (2002). El Surgimiento de Emprendedores de Base Universitaria: ¿en qué se diferencian? Evidencias Empíricas para el caso de Argentina. Disponible en: [http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%Flol/Paper%20REN-TXVI%20\(Espa%Flol\).pdf](http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%Flol/Paper%20REN-TXVI%20(Espa%Flol).pdf)
- Martinez, J. (2011). Analysis of the influence of self-efficacy on entrepreneurial intentions. *Prospectiva*. 9 (2), 14 – 21.
- Mavila, D., Tinoco, O. & Campos, C. (2009). Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. *Producción y Gestión*. 12 (2), 32 – 39.
- Rizo, M. (2014). Diseño de indicadores de gestión del networking para el emprendimiento universitario. *Ingeniería Industrial*. 32, 133 – 148.
- Rodeiro-Pazos, D. & Calvo-Babio, N. (2012). El rol de los parques científico-tecnológicos en el emprendimiento universitario. Propuesta de un catálogo de indicadores de evaluación. *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*. 6 (2), 95 – 109.

- Terjesen, S. & Amorós, J. (2010). Female Entrepreneurship in Latin America and the Caribbean: Characteristics, Drivers and Relationship to Economic Development. *European Journal of Development Research*. 22 (3), 313 – 330.
- Vega, R. (2012). Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta? Universidad de los Andes, Facultad de Administración, 16.

Hablemos de Emprendimiento
Edición digital 2017 - 2018.
www.utmachala.edu.ec

Redes

Redes es la materialización del diálogo académico y propositivo entre investigadores de la UTMACH y de otras universidades iberoamericanas, que busca ofrecer respuestas glocalizadas a los requerimientos sociales y científicos. Los diversos textos de esta colección, tienen un espíritu crítico, constructivo y colaborativo. Ellos plasman alternativas novedosas para resignificar la pertinencia de nuestra investigación. Desde las ciencias experimentales hasta las artes y humanidades, Redes sintetiza policromías conceptuales que nos recuerdan, de forma empeñosa, la complejidad de los objetos construidos y la creatividad de sus autores para tratar temas de acalorada actualidad y de demanda creciente; por ello, cada interrogante y respuesta que se encierra en estas líneas, forman una trama que, sin lugar a dudas, inervará su sistema cognitivo, convirtiéndolo en un nodo de esta urdimbre de saberes.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

Editorial UTMACH

Km. 5 1/2 Vía Machala Pasaje

www.investigacion.utmachala.edu.ec / www.utmachala.edu.ec

ISBN: 978-9942-24-112-2



9 789942 241122