



Competencias que fomentan el emprendimiento en la Educación Superior

Competencies that promote entrepreneurship in Higher Education

Competências que promovem o empreendedorismo no Ensino Superior

 Manuel Morocho Amaguaya

 Luis Danilo Flores Rivera

ARTÍCULO ORIGINAL

Resumen

El emprendimiento es una competencia vital dentro del proceso formativo y de la sociedad en general. En este sentido, su enseñanza y orientación viene integrándose desde la Educación Media hasta la Educación Superior por su valor y repercusión. Es decir, la importancia del emprendimiento es más necesaria por la actualidad que afrontan los mercados y contextos económicos de las sociedades. La investigación tuvo como objetivo analizar el emprendimiento como competencia que se fomenta en la Educación Superior, realizándose un estudio teórico-situacional y cuantitativo longitudinal. El artículo presenta datos del rendimiento académico en emprendimiento entre los años 2020-2022 en una Institución de Educación Superior con un total 194 estudiantes y un 98,45 % de aprobación. Los resultados evidenciaron un alto porcentaje de acreditación, identificándose gran interés por la competencia. Finalmente, se determinó el beneficio del emprendimiento en el proceso educativo como habilidad para el desempeño profesional y empresarial.

Palabras clave: Competencias; Competencias en emprendimiento; Educación; Educación Superior; Emprendimiento

Abstract

Entrepreneurship is a vital competence within the educational process and society in general. In this sense, its teaching and orientation is being integrated from High School to Higher Education due to its value and repercussion. In other words, the importance of entrepreneurship is even more necessary due to the current markets and economic contexts of societies. The objective of the research was to analyze entrepreneurship as a competence that is promoted in Higher Education, carrying out a theoretical-situational and quantitative longitudinal study. The article presents data on academic performance in entrepreneurship between the years 2020-2022 in a Higher Education Institution with a total of 194 students and a 98.45% pass rate. The results showed a high percentage of accreditation, identifying great interest in the competition. Finally, the benefit of entrepreneurship in the educational process as a skill for professional and business performance was determined.

Key words: Competencies; Entrepreneurship competencies; Education; Higher Education; Entrepreneurship



Escanea en tu dispositivo móvil
o revisa este artículo en:

<http://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v7i26.159>

Recibido: 9 de febrero 2023
Aceptado: 23 de marzo 2023
Publicado: 5 de abril 2023

Manuel Morocho Amaguaya

mmorochoa@epoch.edu.ec

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo,
Riobamba, Ecuador

Ingeniero Industrial, Escuela Superior Politécnica del Chimborazo. Magíster en Docencia Universitaria e Investigación Educativa, Universidad Nacional de Loja. Máster en Dirección de Empresas mención Proyectos, Escuela Superior Politécnica del Chimborazo. Certificación Internacional NDT 0030 en Análisis Vibracional. Docente de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.

Luis Danilo Flores Rivera

ldaniflores77@gmail.com

Universidad Técnica de Ambato. Ambato, Ecuador

Ingeniero Electrónico e Ingeniero Comercial, Escuela Politécnica del Ejército. Ingeniero de Mantenimiento, Escuela Superior Politécnica del Chimborazo. Magíster en Arquitectura de la Información; Magíster en Administración de Empresas, Pontificia Universidad Católica del Ecuador; Magíster en Educación a Distancia, Universidad Nacional de Loja; Magíster en Automatización y Sistemas de Control, Universidad Técnica de Ambato. Docente en varias Instituciones de Educación Superior e Instructor de procesos de formación continua, Ecuador.

Resumo

O empreendedorismo é uma competência vital no processo educacional e na sociedade em geral. Nesse sentido, seu ensino e orientação estão sendo integrados desde o Ensino Médio até o Ensino Superior devido ao seu valor e repercussão. Em outras palavras, a importância do empreendedorismo é ainda mais necessária devido aos mercados atuais e aos contextos econômicos das sociedades. O objetivo da pesquisa foi analisar o empreendedorismo como uma competência que é promovida no Ensino Superior, realizando um estudo longitudinal teórico-situacional e quantitativo. O artigo apresenta dados sobre o desempenho acadêmico em empreendedorismo entre 2020-2022 em uma instituição de ensino superior com um total de 194 alunos e uma taxa de aprovação de 98,45%. Os resultados mostraram uma alta porcentagem de credenciamento, identificando um alto interesse na competência. Por fim, foi determinado o benefício do empreendedorismo no processo educacional como uma habilidade para o desempenho profissional e empresarial.

Palavras-chave: Competências; Competências de empreendedorismo; Educação; Ensino superior; Empreendedorismo

INTRODUCCIÓN

La Educación Superior dentro de sus procesos educativos y modalidades de estudio busca formar emprendedores con competencias que contribuyan a generar oportunidades de negocio y/o empresa (Vásquez, 2018; Lozano et al., 2018). En este sentido, gran número de emprendedores cuentan con formación superior (pregrado y posgrado) (Saldarriaga y Guzmán, 2018). De tal manera, las Instituciones de Educación Superior (IES) en sus programas académicos no solo busca fomentar la competencia del emprendimiento; sino crear un nexo con la sociedad que dé solución a sus problemas e iniciativas a nuevos proyectos con potencial de servicio y/o productos de

calidad (Mazacón et al., 2019). En este orden de ideas, las IES continuamente perfeccionan estrategias que contribuyen significativamente con las competencias que deben impulsar al emprendimiento (Lozano et al., 2018).

La actualidad mundial y de país refleja cambios permanentes de actividades y procesos debidos a las nuevas tecnologías (cuarta revolución tecnológica); esta transformación modifica los procesos de producción y consumo generando nuevas escenarios para emprendimientos (CEPAL - Naciones Unidas, 2019); no obstante, es conveniente ir a la vanguardia tecnológica para ir adaptando estos cambios a los procesos formativos que serán las competencias que fortalezcan las iniciativas de los nuevos emprendimientos. En tal sentido, la investigación analiza el emprendimiento como competencia que se fomenta en la Educación Superior. Es decir, integra una serie de contenidos programáticos significativos para su formación. De tal forma, la investigación considera y revisa: habilidades blandas, educación financiera, proyectos de vinculación, proyectos de inversión y marketing digital; temas que marcan una actualidad real y de utilidad para promover el emprendimiento; esta apreciación coincide con algunas concepciones del aporte de Crespo et al., (2022).

Las habilidades blandas o también conocidas como “*soft skills*” son competencias que permiten a las personas convenir una buena “aptitud”; así como, interactuar bien

con los miembros de la empresa lo que refleja resultados positivos para su entorno laboral (Gómez, 2019; Revista Gestión, 2020). En este sentido, las habilidades blandas generalmente son competencias innatas de las personas; sin embargo, resulta necesario desarrollarlas, por lo que es recomendable: conocimiento de los puntos fuertes y débiles de la personalidad (determinación del temperamento y enfoque en qué áreas se puede aprovechar o mejorar); observación a los demás (precisa la interacción de los miembros de la organización, revelando acciones de éxito que pueden ser asimiladas; aquí aplica “copiar lo bueno resulta útil”); retroalimentación “*feedback*” del equipo de trabajo (conocimiento y valoración de la opinión de los demás es ganarse beneplácito y respeto de los compañeros). Finalmente, rodearse de un entrenador “*coach*” (instrucción y retroalimentación es el mejor modo de crecimiento personal) (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2017).

En el emprendimiento las habilidades blandas son esenciales porque benefician las relaciones interpersonales y dan solución a determinadas situaciones que pueden incomunicar el flujo habitual del trabajo y con ello contraponer el desarrollo de cualquier proyecto organizacional y su meta productiva (Domínguez, 2021; Flores et al., 2022). La Figura 1, ilustra las habilidades blandas: características, ámbito laboral y de emprendimiento. Por ello, el desarrollo de las habilidades blandas es crucial tanto en lo académico como laboral. Es decir, las empresas integran personas dinámicas con creatividad, capacidad de propuesta que se adapten, empoderen, emprendan y reaccionen favorablemente a las adversidades que puede generarse dentro de una organización (Espinoza y Gallegos, 2020; Rodríguez et al., 2021; Vázquez et al., 2022)

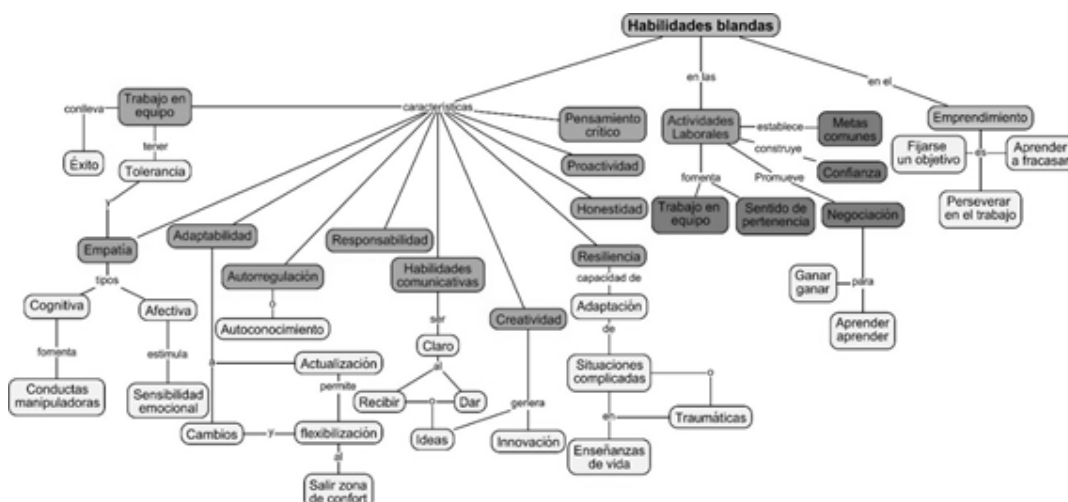


Figura 1. Habilidades blandas
Adaptada de Univerisia, (2020) y Vásquez et al., (2021).

La educación financiera es una evolución permanente en el cual los ciudadanos aprenden o mejoran su comprensión de conceptos, características, costos, riesgos de los productos y servicios financieros. Es decir, adquieren competencias para conocer sus derechos, obligaciones y así poder tomar decisiones con información y una correcta asesoría recibida. Dicho de otro modo, genera convencimiento que pretende mejorar condiciones y calidad de vida (Superintendencia de Bancos del Ecuador, 2015).

Sin duda, educarse financieramente es comprender lo básico de las finanzas personales y su manejo de efectivo. No obstante, la importancia del conocimiento financiero radica en cómo aplicarlo en la cotidianidad. En otras palabras, es la habilidad de enfrentar un desafío financiero y cumplir con lo planeado (Consolidated Credit, 2022). Por lo tanto, la

educación financiera encamina una buena organización y gestión de los recursos o dinero. Además, es un instrumento que contribuye con la confianza en el sistema financiero ya sea para conocer productos financieros, canales y/o servicios ofrecidos por las entidades financieras con el objetivo de reducir riesgos financieros “sobreendeudamiento”; conocimiento de derechos y obligaciones financieras. En efecto, es una herramienta útil en emprendimientos que pueden reducir costos y generar ahorro (Banco Codesarrollo, 2017). La Figura 2, ilustra áreas básicas de la educación financiera y se muestra que la comprensión de la educación financiera permite tener la competencia para alcanzar la estabilidad financiera. En este sentido, los emprendedores pueden afrontar desavenencias típicas que pueden generarse en sus vidas financieras (Banco Codesarrollo, 2017).

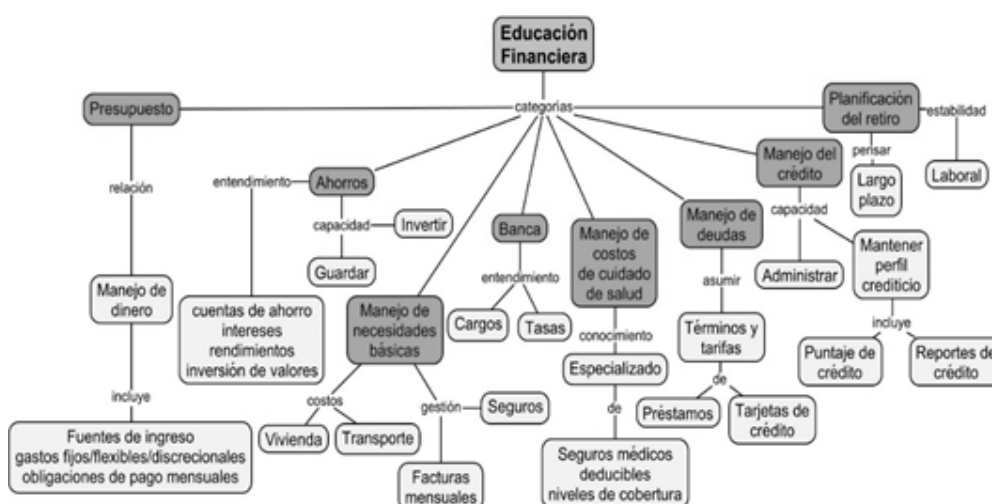


Figura 2. Educación financiera. Adaptada de Banco Codesarrollo (2017).

Los proyectos de vinculación en las IES son un conjunto de actividades interrelacionadas con la carrera, currículo académico y campo específico del conocimiento su desarrollo es coordinado con la participación de un equipo de docentes y estudiantes. Su objetivo es alcanzar resultados que inciden directamente en prácticas que mejoran la calidad de vida de un colectivo social o beneficiarios (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil [UCSG], 2022; Universidad Nacional de Loja [UNL], 2022). Por su parte, el emprendimiento puede estar inmerso en los criterios del proyecto de vinculación como un indicador que genera información oportuna de su desarrollo (Hinojosa y Grijalva, 2020). En tal sentido, los proyectos de vinculación que emprenden las IES se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); puesto que comprenden un espíritu de colaboración y practicidad, así como, el propósito de sostenibilidad para las futuras generaciones (González et al., 2019).

Un proyecto de inversión es un plan que requiere recursos para su realización, el cual debe ser evaluado financieramente, demostrando su factibilidad económica que se contrasta con la viabilidad técnica, ambiental, social y jurídica. En la financiación de un proyecto de inversión se consideran las siguientes fuentes: “Bancos” considera la financiación, si el flujo histórico de la rentabilidad de la empresa en cuestión es positivo, se otorga crédito con atractivas tasas de interés; “Propietarios” el dueño es el

principal inversionista, sus ingresos serán los que aumentarán el capital a una instancia superior; “Inversionistas” opción de apalancamiento o préstamo para generar un crecimiento económico de la empresa o emprendimiento (Euroinnova, 2021; Orellana, 2020).

El proyecto de inversión puede establecer tres posibles escenarios: “Viable” cuando el proyecto es factible en lo económico, social, ambiental, jurídico y mercado. Es decir, es rentable por lo que se efectúa planes de ejecución. “Inviabilidad” cuando el proyecto no es factible en uno o varios de los factores económico, social, ambiental, jurídico y mercado. Por ello, el proyecto no puede llevarse a la fase de ejecución. “Postergable” cuando el proyecto es rentable y viable; sin embargo, existen algunos factores de contingencia que indican que su ejecución debe aplazarse, los motivos pueden ser desde una transición política, inestabilidad del entorno social (pandemia) o no hay el capital suficiente para la ejecución del proyecto. En consecuencia, el emprendimiento al ser un proyecto de inversión debe ser evaluado técnicamente antes de su ejecución; por tal razón, la toma de decisiones será adecuada y el emprendimiento no caerá en riesgos financieros (Euroinnova, 2021; Orellana, 2020).

El marketing digital o mercadeo en línea, es una nueva forma de marketing que emplea tecnología digital a sus estrategias de comunicación y comercialización de productos y/o servicios, mejorando la experiencia del

usuario (Peçanha, 2021; Fuente, 2022). En este sentido, la importancia del marketing digital ayuda al emprendimiento y crecimiento de las nuevas empresas que se integran al mundo digitalizado; en donde el internet es una herramienta y fuente clave para obtener presencia y beneficios financieros (Vergara, 2021). Por ende, la competitividad a nivel mundial y de la situación de países en desarrollo

revela la necesidad del emprendimiento, conocimiento de estrategias y herramientas digitales aplicadas al marketing. De tal manera, que permitan optimizar los negocios alcanzando fidelización y conexión con los posibles clientes (Loayza et al., 2020). La Figura 3, ilustra las claves para el marketing digital.

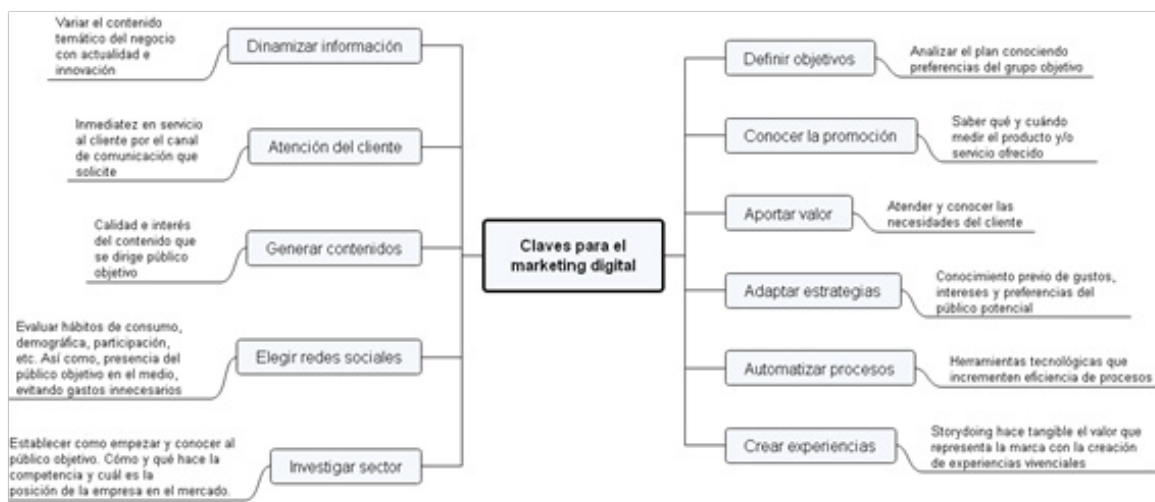


Figura 3. Claves para el marketing digital. Adaptada de Merlos et al., (2021).

El marketing digital para emprendedores es un recurso vital e ineludible para presentar una marca. Es decir, el emprendimiento se basa en la innovación y capacidad de dar soluciones al mercado con apoyo de las herramientas digitales que se alineen con las tendencias actuales (Levy, 2017).

De esta forma, los contenidos programáticos revisados implican actualidad para el emprendimiento. En tal sentido, el análisis del emprendimiento como competencia que se fomenta en la Educación Superior enseña

y orienta al futuro emprendedor. Es decir, se establecen conocimientos y herramientas útiles para afrontar contextos imprevisibles. En consecuencia, la competencia emprendedora y sus componentes temáticos favorecerán al futuro profesional en el mercado laboral.

MÉTODO

El estudio aplicó un análisis teórico-situacional que determina lo que ocurre y diseñar acciones preventivas (Hanel, 2004). Además, de un estudio cuantitativo longitudinal

que toma datos de dos o más momentos que permite hacer inferencias confiables (Castillo, 2022) del emprendimiento como competencia prioritaria para dinamizar la economía y tener un efecto positivo en lo social (Saldarriaga y Guzmán, 2018). En efecto, la investigación teórico-situacional realizada se apoyó en estudios actuales que fomentan y complementan la competencia del emprendimiento en el currículo formativo académico; así como, la oportunidad de establecer nuevos negocios. Por otra parte, se identificó la situación actual del emprendimiento como competencia de una carrera técnica de una IES del Ecuador. Es decir, se observó el rendimiento “aprobación” de los estudiantes que han cursado la asignatura de emprendimiento desde su incorporación al currículo académico en los períodos que van desde octubre 2020 – marzo 2021 hasta abril – septiembre 2022.

Adicionalmente, en la investigación se aplicó un cuestionario en línea a los 55 estudiantes que cursan las asignaturas de Emprendimiento y Evaluación de Proyectos de la carrera de Ingeniería de Mantenimiento del período octubre 2022 – marzo 2023. Es decir, la totalidad de la población que se prepara en esta competencia. Además, el cuestionario estimó dos dimensiones operacionalizadoras: contenidos programáticos y condiciones de emprendimiento. En este sentido, el instrumento constó con 11 preguntas (5 de escala Likert y 6 de selección múltiple) con una valoración del alfa

de Cronbach de 0,761 considerada “aceptable”. De esta manera, el cuestionario recopiló información de las temáticas que se imparten actualmente en la asignatura de emprendimiento y la percepción que tienen del ecosistema emprendedor en su formación profesional. Para este análisis, se empleó la estadística descriptiva que permitió resumir de forma clara la impresión de los estudiantes respecto al tema consultado. Las tablas y gráficas se obtuvieron mediante el programa computacional Excel.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la Tabla 1, se presenta el registro de estudiantes de la asignatura de Emprendimiento período octubre 2020 – marzo 2021 hasta abril – septiembre 2022. Los datos que se aportan son cuantitativos longitudinales con número de estudiantes en cada período e índices de aprobación y reprobación en la asignatura de Emprendimiento de la carrera técnica de la IES analizada.

En este orden de ideas, se muestra en la Tabla 1, que los estudiantes aprobados en la asignatura de Emprendimiento en cada período académico de la carrera técnica de la IES presentan un 98,45 % en promedio; esto puede deberse al mayor valor e interés que otorgan los estudiantes al emprendimiento como una solución social que ayuda a crear nuevos negocios, fuentes de trabajo entre otras iniciativas que influyen en la estabilidad financiera y bienestar de las personas. En

efecto, el emprendimiento es un proceso que integra una serie de competencias que se van actualizando de acuerdo con las nuevas oportunidades de negocios que van apareciendo en el mercado. Por ende, el conocimiento

del emprendimiento comprende cualidades y facultades que ayudan al emprendedor a enfrentar los desafíos del entorno y dar solución a las necesidades del grupo de interés (Andrade et al., 2022).

Tabla 1. Registro de estudiantes de la asignatura de Emprendimiento período octubre 2020 – marzo 2021 hasta abril – septiembre 2022.

Período Académico	Número de estudiantes	Número de estudiantes aprobados		Número de estudiantes reprobados	
Octubre 2020 - marzo 2021	50	50	100%	0	0%
Abril 2021 - septiembre 2021	48	47	98%	1	2%
Octubre 2021 - marzo 2022	41	41	100%	0	0%
Abril 2022 - septiembre 2022	55	53	96%	2	4%

Adaptada de la Secretaría de la Carrera de Ingeniería en Mantenimiento Industrial, ESPOCH, (2022).

Por otra parte, mediante la encuesta se obtuvo la percepción de los estudiantes que cursan contenidos programáticos y condiciones de emprendimiento de la IES investigada. Es por ello, que en la Tabla 2, se muestra los resultados obtenidos de acuerdo a la dimensión o variable contenidos programáticos.

Se inicia con una estimación de los temas y tendencias actuales tratadas en la asignatura de emprendimiento. Los resultados de la Tabla 2, establece el 65 % de los encuestados estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con los temas y tendencias actuales tratadas en la asignatura de emprendimiento. Es decir, la importancia de los contenidos programáticos en las IES hace relación directa del interés del estudiante hacia el sector empresarial. Así como, el de motivar el emprendimiento en beneficio personal (Mazacón et al., 2019). Seguido, en la Tabla 2 se considera

la importancia de la creatividad e innovación en el emprendimiento donde se estima que 78 % de los encuestados están totalmente de acuerdo y de acuerdo con la creatividad e innovación en el emprendimiento. Por ello, se afirma que la creatividad y la innovación son dos términos que se complementan a la hora de emprender; creatividad va con habilidad, pensamiento y soluciones originales que generan las personas; en cambio, innovación es el proceso que nace de la creatividad y se aplica a distintas áreas, fundamentalmente el empresarial. De tal manera, la creatividad e innovación hacen frente y pueden diferenciarse al captar público objetivo en una parte del mercado cubriendo una necesidad actual (Pérez, 2020).

Adicional, en la Tabla 2 se muestra el tipo de emprendimiento que se proyectará a realizar el estudiante ya graduado. De acuerdo

con lo obtenido, se aprecia que 44 % de los estudiantes encuestados considera que el tipo de emprendimiento debe ser innovador. En efecto, la innovación transforma el status quo del emprendimiento generando cambios de paradigmas y soluciones a las necesidades del mercado. Sin embargo, en Ecuador los emprendimientos son más por necesidad y orientados a sectores tradicionales; por tanto, el emprendimiento debe enfocarse a la innovación y sostenibilidad en el tiempo de un mercado específico con alternativas de soluciones ya determinadas (Coba, 2021). También en la Tabla 2, se aprecia la importancia del plan de negocio en el emprendimiento por parte de los estudiantes encuestados, obteniendo como resultado que 89 % de los encuestados si consideran importante el plan de negocio en el emprendimiento. En relación a ello, el plan de negocios es un documento que encamina al emprendimiento hacia su rentabilidad, el cual se adapta a las necesidades de la organización, identificando y planificando los objetivos y la viabilidad de esta (Banco Pichincha, 2020).

En relación a la importancia del emprendimiento en la formación profesional del estudiante universitario. Se muestra en la Tabla 2 que el 80 % de los estudiantes encuestados está totalmente de acuerdo y de acuerdo

con la importancia del emprendimiento en la formación profesional. Por tanto, la competencia del emprendimiento en la formación profesional brinda una visión empresarial que debe respaldarse de conocimientos, prácticas y herramientas que fortalezcan su toma de decisiones para que el negocio sea rentable y sostenible en el tiempo (Rovayo, 2009; Ramón et al., 2018).

En cuanto a las competencias para potenciar el emprendimiento por parte de los estudiantes encuestados, se evidencia en la Tabla 2, que los estudiantes encuestados estiman en un 71 % a la educación financiera como la más útil para potenciar el emprendimiento; 64 % habilidades blandas; 55 % marketing digital y 49 % proyectos de inversión. En este sentido, la educación financiera permite al emprendedor tener mayor confianza y seguridad para hacer frente al mercado y ver las mejores condiciones para que su negocio se relacione con una institución financiera (Mejía, 2021); las habilidades blandas permiten al emprendedor ser más eficiente en su entorno laboral (BID, 2017); el marketing digital permite crear experiencia única y personalizada para el usuario (Fuente, 2022) y los proyectos de inversión permiten al emprendimiento ser más competitivo en su mercado objetivo (Euroinnova, 2021).

Tabla 2. Dimensión contenidos programáticos.

DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ALTERNATIVAS	%	
Contenidos programáticos	Temas y tendencias actuales tratadas en la asignatura de emprendimiento	Totalmente de acuerdo y de acuerdo	65	
		Ni desacuerdo ni acuerdo	13	
		Totalmente desacuerdo, y desacuerdo.	22	
	Importancia de la creatividad e innovación en el emprendimiento	e	Totalmente de acuerdo y de acuerdo	78
			Totalmente desacuerdo, y desacuerdo.	22
				100
			Innovador	44
			Inversionista	15
			Multifuncional	13
			Necesidad	9
			Oportunista	9
			Social	7
			Valor agregado	4
			100	
	Importancia del plan de negocio		Si	89
			No	11
				100
	Importancia del emprendimiento en la formación profesional	en	Totalmente de acuerdo y de acuerdo	80
			Ni desacuerdo ni acuerdo	9
			Totalmente desacuerdo, y desacuerdo.	11
			100	
Competencias para potenciar el emprendimiento	el	Educación financiera	71	
		Habilidades blandas	64/100	
		Marketing digital	55/100	
		Proyectos de inversión	49/100	
		Proyectos de vinculación	22/100	

Por otra parte, se evidencia en la Tabla 3, la dimensión de las condiciones emprendimiento de la IES investigada. Por ello, se muestran las razones que limitarían al estudiante universitario a crear un emprendimiento, siendo en un 62 % la falta de dinero como la principal razón para no emprender. Es por esta razón que, en Ecuador el costo de iniciación de un emprendimiento es alto y los trámites de constitución dificultan aún más la operación de un negocio (Ecuador Chequea, 2021). Además, en la Tabla 3 se muestra que 78 %

de los estudiantes encuestados está de acuerdo y totalmente de acuerdo con la creación del emprendimiento. Seguido, se muestra el motivo de emprender siendo 29 % independencia personal, 27 % generar fuentes de trabajo y 22 % falta de fuentes laborales. Esta percepción no es tan ajena a lo que señala Vélez et al., (2020) escasez de empleo 83 %, innovación del mercado 52 %, acumulación de riqueza 37 % y negocio familiar 36 %.

Por otro lado, se divisa en la Tabla 3 el sector a emprender por parte de los estudiantes encuestados, siendo el de ventas/negocios como el más oportuno para emprender con un 58%, seguido del 38% servicios profesionales. Es decir, el sector del negocio está motivado por la oportunidad y necesidad. Además, las tecnologías digitales actuales, facilitan al emprender hacerlo desde cualquier lugar del mundo (El Mercurio, 2021; Fuente, 2021). En el Gráfico 11, se muestra los factores importantes para tener en cuenta antes de realizar un emprendimiento. Y para

los factores importantes antes de emprender, se muestra en la Tabla 3, a la capacitación y formación con un 29%; proveedores confiables con un 27%, ayudas financieras con un 26% y equipo de trabajo 16%. Es decir, antes de emprender está el conocimiento inicial del negocio “capacitación y formación”. Por otra parte, la metodología, el equipo de trabajo, las herramientas procedimentales y tecnológicas entre otros factores permitirán al emprendimiento ser viable y sostenible en el tiempo (Emprendimiento.ec, 2022).

Tabla 3. Dimensión condiciones de emprendimiento.

DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ALTERNATIVAS	%
Condiciones de emprendimiento	Razones para no emprender	Falta de dinero	62
		Otros (Inseguridad, falta de ideas, motivación, tiempo, etc).	38
	Creación de un emprendimiento	Totalmente de acuerdo y de acuerdo	78
		Ni desacuerdo ni acuerdo	16
		Totalmente desacuerdo, y desacuerdo.	6
			100
	Motivos para emprender	Independencia personal	29
		Generar fuentes de trabajo	27
		Falta de fuentes laborales o profesionales	22
		Otros (necesidad, tiempo, oportunidad)	22
			100
	Sector para emprender	Ventas/negocios	58
		Servicios profesionales	38
		Educación	4
			100
	Factores importantes antes de emprender	de	Capacitación y formación
Proveedores confiables y oportunos			27
Ayudas financieras			26
Equipo de trabajo			16
Reducción de trámites			2

Por lo tanto, la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación aprobada en Ecuador en el año 2020 contribuye con fundamentos claros y políticas que incentivan a los emprendedores a la vez implementa características societarias y de financiamiento que fortalece el ecosistema emprendedor. Es así como, las IES podrán afianzar una mejor interacción “sinergia” con todo el sistema productivo nacional, beneficiando positivamente al emprendimiento. Sin embargo, es posible que en el futuro sean necesarios nuevos ajustes o mejoras que beneficien al emprendedor (Vélez et al., 2020; UHY Ecuador, 2020).

CONCLUSIONES

El emprendimiento es el puente al desafío empresarial, en donde es fundamental tener conocimientos esenciales para mantener un negocio y/o empresa. Por ello, los contenidos programáticos que contempla la competencia del emprendimiento van a dar el soporte para un mejor accionar y toma de decisiones en beneficio del emprendimiento y su ecosistema. Por tal razón, el ecosistema emprendedor debe fomentar condiciones idóneas para el funcionamiento y éxito de un negocio. Es decir, comprometer a todos los actores del ecosistema: sector público, sector privado, academia, sistema financiero, economía popular y solidaria, entre otros.

Asimismo, es importante que los contenidos formativos del emprendimiento

permanentemente se actualicen sobre todo en las tecnologías y sus herramientas digitales ya que estas van generando nuevos mecanismos y procesos automatizados que infieren directamente en su creación y operación del modelo de negocio. En tal sentido, las IES en cada uno de sus niveles formativos (currículo académico) deben ir induciendo componentes que promuevan el entorno del emprendimiento. Este principio consolidará conocimiento y fortaleza para generar emprendimientos; ya que la desconfianza suele ser un factor que limita el iniciar un emprendimiento.

Por tal motivo, el emprendimiento debe considerar factores incuestionables como: conocimiento del sector, plan de negocio, mercado objetivo (clientes), equipo de trabajo, herramientas digitales, capital conveniente, socios claves (financiero y proveedores) y estrategias innovadoras que permitan tomar decisiones oportunas que beneficien y sostengan el negocio. Para finalizar, las IES deben seguir promoviendo espacios para el emprendimiento donde se generen nexos con organismos e incentivos financieros; otro factor favorable es el asesoramiento y capacitación; así como, un acompañamiento que motive y encamine a los nuevos emprendedores.

CONFLICTO DE INTERESES. Los autores declaran que no existe conflicto de intereses para la publicación del presente artículo científico.

REFERENCIAS

- Andrade, M., Pardo, Y., y Betancourt, M. (2022). Desarrollo de competencias en emprendimiento en estudiantes de la Uniaversidad de la Amazonia. *I+D Revista de Investigaciones*, 17(2), 1-10. Doi: <https://doi.org/10.33304/revinv.v17n2-2022009>
- Asamblea Nacional República del Ecuador. (2020). Ley Orgánica de emprendimiento e innovación Suplemento del Registro Oficial No. 151 , 28 de Febrero 2020. <https://n9.cl/viny3>
- Banco Codesarrollo. (2017). Educación Financiera. <https://n9.cl/oy18q>
- Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. (1 de septiembre de 2017). La importancia de las habilidades blandas en las PYMEs. <https://conexionital.iadb.org/2017/09/01/la-importancia-de-las-habilidades-blandas-en-las-pymes/>
- Banco Pichincha. (2020). ¿Cómo hacer un plan de negocio para tu emprendimiento o pyme? <https://www.pichincha.com/portal/blog/post/plan-de-negocios-para-pymes>
- Castillo, I. (2022). Investigación longitudinal. <https://www.lifeder.com/investigacion-longitudinal/>
- CEPAL - Naciones Unidas (2019). Revolución tecnológica: desafíos y oportunidades para la industria, el empleo, la igualdad de género y el desarrollo social en América Latina y el Caribe. <https://n9.cl/eluw5>
- Coba, G. (2021). Ecuador: un país de emprendedores, pero con poca innovación. <https://n9.cl/rrhjq>
- Consolidated Credit. (2022). Qué es la Educación Financiera y cómo aplicarla. <https://www.consolidatedcredit.org/es/quienes-somos/que-es-la-educacion-financiera/>
- Crespo, P. E., Rosales, M. V., Contreras, C. A., y Bermeo, C. A. (2022). Variables que influyen en el emprendimiento en Ecuador. *UDA AKADEM*, 1(9), 110–141. Doi: <https://doi.org/10.33324/udaakadem.v1i9.478>
- Domínguez, S. (9 de enero de 2021). Habilidades Blandas de un Emprendedor: Qué Son, Cómo Trabajarlas y Ejemplos. <https://www.escuelanuevosnegocios.com/habilidades-blandas/>
- Ecuador Chequea. (2021). Emprender en Ecuador es casi una misión imposible. <https://ecuadorchequea.com/emprender-en-ecuador-es-casi-una-mision-imposible/>
- El Mercurio. (2021). Cerca del 30 % de emprendimiento en Ecuador surgen de la necesidad. <https://elmercurio.com.ec/2021/03/16/cerca-del-30-de-emprendimiento-en-ecuador-surgen-de-la-necesidad/>
- Emprendimiento.ec. (2022). ¿Por qué fracasan los emprendimientos? <https://emprendimiento.ec/emprende/por-que-fracasan-los-emprendimientos>
- Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH). (2022). Datos estadísticos de aprobación de la asignatura Emprendimiento. Facultad Mecánica, Carrera de Ingeniería de Mantenimiento Industrial. Riobamba: ESPOCH.
- Espinoza, M., y Gallegos, D. (2020). Habilidades blandas en la educación y la empresa: Mapeo Sistemático. *Revista Científica UISRAEL*, 7(2), 39-56. Doi: <https://doi.org/10.35290/rcui.v7n2.2020.245>
- Euroinnova. (2021). Por qué es importante elaborar un proyecto de inversión. <https://www.euroinnova.ec/blog/por-que-es-importante-elaborar-un-proyecto-de-inversion>
- Flores, L. D., Morocho, M., y Naula, M. P. (2022). Valoración del talento comunicacional en la formación integral del profesional técnico. *Horizontes. Revista De Investigación En Ciencias de la Educación*, 6(24), 906–918. Doi: <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v6i24.385>

- Fuente, O. (2021). Qué negocio emprender desde casa: Ideas que te ayudarán a conseguirlo. <https://www.iebschool.com/blog/emprender-negocio-casa-creacion-empresas/>
- Fuente, O. (2022). Marketing Digital: Qué es y sus ventajas. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>
- Gómez, M. E. (2019). Las habilidades blandas competencias para el nuevo milenio. *DIVULGARE Boletín Científico de la Escuela Superior de Actopan*, 6(11), 1-5. Doi: <https://doi.org/10.29057/esa.v6i11.3760>
- González, J. C., Yépez, V., y García, E. (2019). Vinculación con la colectividad: Una propuesta de gestión. (Primera ed., págs. 7-58). Quito: PUCE. https://edipuce.edu.ec/wpcontent/uploads/2019/08/Vinculacion_con_la_colectividad.pdf
- Hanel, J. (2004). Análisis situacional - Módulo I. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/392/analisis_situacional_modulo2.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Hinojosa, C., y Grijalva, I. (2020). Criterios para evaluar la vinculación con la sociedad. ESPE. <https://www.caces.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/CECILIA-HINOJOSA.pdf>
- Levy, D. (2017). Marketing digital para emprendedores: Recursos, estrategias y ventajas. <https://n9.cl/1neo>.
- Loayza, B. A., Paredes, C. O., Ortega, J. A., y Lozano, N. M. (2020). Marketing digital, una herramienta para el emprendimiento de estudiantes universitarios. *REVISTA ERUDITUS*, 1(3), 21–32. Doi: <https://doi.org/10.35290/re.v1n3.2020.364>
- Lozano, L. A., Fiallos, R. E., Espinoza, M. F., y Escobar, K. S. (2018). Factores que estimulan la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios. En M. E. Armijos Santos. *El emprendimiento: Reflexiones desde la educación superior* (pág. 92). Samborondón: Universidad ECOTEC. Doi: <https://doi.org/10.21855/librosecotec.45>
- Mazacón, M. N., Paliz, C. d., y Espín, Y. P. (2019). Emprendimiento en las Instituciones de Educación Superior. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 2(2), 11-18. <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/212/306>
- Mejía, D. (2021). La importancia de la educación financiera para las mipyme. <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/06/la-importancia-de-la-educacion-financiera-para-las-mipyme/>
- Merlos, E., Acosta, B., y Amaya, C. (2021). Manual de marketing digital para emprendedores. San Salvador: Red Interinstitucional para el Desarrollo Territorial [RED DT]. <https://repo.funde.org/id/eprint/1822f>
- Orellana, P. (2020). Proyecto de inversión. <https://economipedia.com/definiciones/proyecto-de-inversion.html>
- Peçanha, V. (2021). ¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia. <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>
- Pérez, A. (24 de mayo de 2020). Creatividad e innovación: su importancia para emprender. <https://www.obsbusiness.school/blog/creatividad-e-innovacion-su-importancia-para-emprender>
- Ramón Amores, S. F., Bustamante García, V. E., Obando Sevilla, O. V., Saltos Chevez, N. L., Cabrera Toscano, E. F., y López Chaquina, E. G. (2018). El emprendimiento: Un reto para los estudiantes universitarios en la contemporaneidad. *Cognosis*, 3(4), 1-12. Doi: <https://doi.org/10.33936/cognosis.v3i4.1553>
- Revista Gestión (2020). Habilidades blandas: ¿por qué son importantes para los negocios en esta época? <https://www.revistagestion.ec/estrategia-analisis/habilidades-blandas-por-que-son-importantes-para-los-negocios-en-esta-epoca>
- Rodríguez, J. L., Rodríguez, R. E., y Fuerte, L. (2021). Habilidades blandas y el desempeño docente en el nivel superior de la educación. *Propósitos Y Representaciones*, 9(1), 1-10.

- Doi: <https://doi.org/10.20511/pyr2021.v9n1.1038>
- Rovayo, G. (2009). El emprendimiento y la educación no siempre van en la misma dirección. *Polémika*, 1(2), 96-103. <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/329/306>
- Saldarriaga, M. E., y Guzmán, M. F. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Revista Escuela de Administración de Negocios*(85), 125-142. Doi: <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2054>
- Superintendencia de Bancos del Ecuador (2015). Libro I.- Normas Generales para la Aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero. Título XIV.- Código de Transparencia y de Derechos del Usuario. Sección I.- Ámbito y Definiciones. Artículo 2.- Glosario de Términos. Resolución N° SB-2015-665. Quito, Ecuador: Superintendencia de Bancos del Ecuador. <https://bde.fin.ec/wp-content/uploads/2022/06/Glosario-de-Te%CC%81rminos-PEF-2022.pdf>
- UHY Ecuador. (2020). El emprendimiento ecuatoriano tiene una nueva herramienta. <https://n9.cl/dw0x2>
- Universia. (2020). Habilidades blandas: qué son y por qué es importante desarrollarlas. <https://medium.com/@aprendestf/habilidades-blandas-qu%C3%A9-son-y-por-qu%C3%A9-es-importante-desarrollarlas-3da0a2740477>
- Universidad Católica de Santiago de Guayaquil [UCSG]. (2022). Programas y proyectos de vinculación. <https://www.ucsg.edu.ec/vinculacion/programas-y-proyectos-de-vinculacion/>
- Universidad Nacional de Loja [UNL]. (2022). Proyectos de Vinculación con la Sociedad. <https://unl.edu.ec/vinculacion-con-la-sociedad/proyectos>
- Vásquez, C. (2018). Educación para el emprendimiento en la universidad. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*(2), 121–147. Doi: <https://doi.org/10.32719/25506641.2017.2.5>
- Vásquez, L., Vila, D. A., y Tuesta, J. A. (2021). Habilidades blandas y el impacto de la covid-19 en la educación superior. *Review of Global Management*, 6(1), 41-49. Doi: <https://doi.org/10.19083/rgm.v6i1.1488>
- Vásquez, L., Zafra, M., Céspedes, S., Ceja, S., y Pacheco, E. (2022). Estudio sobre habilidades blandas en estudiantes universitarios: el caso del TECNM Coatzacoalcos. *IPSA Scientia, Revista científica Multidisciplinaria*, 7(1), 10–25. Doi: <https://doi.org/10.25214/27114406.1311>
- Vélez, Y., Márquez, A., y González, J. C. (2020). El emprendimiento en tiempos de pandemia en Ecuador Impacto de la crisis sanitaria en el emprendimiento. <https://emprendimiento.ec/emprende/el-emprendimiento-en-tiempos-de-pandemia-en-ecuador/>
- Vergara, F. (2021). La importancia del Marketing Digital en el Emprendimiento. <https://blogs.portafolio.co/la-importancia-del-marketing-digital-emprendimiento>