

---

**LAS ESTRATEGÍAS DEL EMPRENDIMIENTO, Y LA INNOVACIÓN,  
COMO GESTORES DEL DESARROLLO DE LAS UNIVERSIDADES, EN  
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**MAE MSC ECON. INÉS MARÍA ARROBA SALTO**  
ING.EN CIENCIAS EMPRESARIALES ALEX EFRAIN CASTILLO ARROBA ING.MARKETING  
**ANDREA ESTEFANIA CASTILLO ARROBA**

*Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, Carrera de Contabilidad y Auditoría -  
Facultad de Administración. Av. De las Américas. Apartado postal 11-33. Guayaquil-Ecuador*  
*EAE Business School*  
*Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*  
*iarrobas@ulvr.edu.ec, aecastillo90@hotmail.com, andi.estefania@hotmail.com*

### **Resumen**

Ecuador en la última década ha venido atravesando por diferentes procesos estructurales, entre ellos la aparición de una cultura de emprendimiento e innovación. Proceso que se ha venido alimentando de ideología gubernamental que predica la necesidad urgente de la inclusión de sectores de la sociedad que anteriormente han sido marginados.

Para entender lo que ha vivido el país por años, es decir analizar el entorno social y aquellos obstáculos que han tenido que sobrellevar a lo largo de los años los ecuatorianos, sin tener la oportunidad de desarrollar sus habilidades, excluyéndolos a participar en el desarrollo del conocimiento, aislándolos de la información y privándolos de aquellos recursos indispensables en su desarrollo humano, social y profesional.

La revisión bibliográfica se base a dos aspectos que pueden guiar a entender esta cultura que ha surgido y por las cuales se enmarcara el desarrollo del mismo, los cuales son la transformación de la matriz productiva y la mejora en la calidad de la educación superior.

#### **1**

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafructe de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

Se espera brindar una óptica amplia de lo que involucra la matriz productiva y la relación que esta tiene con la educación superior. La investigación no pretende desarrollar una postura ni favorable ni negativa hacia el actual Gobierno, lo que busca profundizar en los objetivos e intenciones que el mismo desarrolla en pos del desarrollo económico y la productividad.

No se requiere de una ideología política para estudiar y entender el fenómeno que sucede en la actualidad, sino que básicamente se necesita de una apertura a lo que se describa en el transcurso de este artículo, en donde se investigaran los diferentes mecanismos existentes en torno a la creación de nuevas empresas y a su vez de las instituciones que las respalda.

Así mismo es necesario entender aquellos factores que conllevan el desarrollo de nuevos emprendimientos, a que se investigue la mejora de la calidad de la educación superior, al desarrollo de una conciencia de innovación y de una exploración de nuevas fuentes productivas que permitan que la economía se diversifique y que por tanto se vea reflejado en el desarrollo económico.

Hay aspectos relacionados entre los que se pueden mencionar la sociedad del conocimiento, una economía del conocimiento, el buen vivir y la inclusión social; y las diferentes relaciones que tienen estas con el emprendimiento y la innovación, en torno a la matriz productiva y a la educación superior.

Concluyendo con la descripción de la situación actual de los guayaquileños y cuál es su percepción acerca del camino que se viene para ellos, y que tan favorable puede ser toda esta cultura de desarrollo de emprendimientos y de la innovación para mejorar el nivel de calidad de vida, económico y empresarial que estos deseen tener.

**PALABRAS CLAVE:** Emprendimiento, estrategia, innovación, proceso, inclusión social, buen vivir.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

## Introducción

Ecuador, en la última década ha experimentado muchos cambios, que tienen relación a los cambios generados en el mundo, esta corriente, ha impulsado una visión distinta de la productividad, y la necesidad de nuevas fuentes de recursos que permita recategorizar las capacidades de los seres humanos y que éstos sean incluidos en la sociedad. Bajo estos criterios surgen las estrategias para innovar y que sean incluidos en el desarrollo económico los grupos de minoría, mejorando la calidad de la educación, siendo el Estado el eje regulador de la economía ecuatoriana.

La importancia de esta ponencia, que tiene como **objetivos** las estrategias del emprendimiento, y la innovación, como gestores del desarrollo de las Universidades, explicar cómo influye el cambio de la matriz productiva y el proceso de mejoramiento continuo en la educación superior en el impulso de nuevos emprendimientos y de qué manera estos aportan al desarrollo económico y empresarial de la ciudad de Guayaquil.

También resulta necesario conocer que es lo que motiva a los seres humanos a participar en el desarrollo de empresas, pequeños negocios, que impulsan el desarrollo económico de la ciudad de Guayaquil, y las variables que intervienen en los emprendimientos innovadores.

En Ecuador, en los últimos 8 años, se ha tratado de unir al sector productivo con el académico, aprovechando los aportes de la tecnología y la especialización de la educación, buscando concretar el efecto positivo en la economía, unido al desarrollo social, junto a normas, regulaciones que son supervisadas por instituciones o ministerios del gobierno.

El proceso de cambio *“ha venido acompañado de una serie de estrategias que acrecientan el interés y que despiertan el espíritu emprendedor de los ecuatorianos, impulsándolos a desarrollar nuevas propuestas de valor, destacándose las principales estrategias: cambio de matriz productiva, apertura de nuevos mercados y la consolidación de mercados externos”*. (Lideres, 2013).

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

Estas estrategias deben estar bien definidas en las instituciones de educación superior que deben comprender que la importancia de que los egresados, además de tener un título que les permita incursionar en el mundo laboral, la necesidad de inculcarles una cualidad emprendedora, no solo su aspiración este centrada en ubicarse en altos puestos ejecutivos, sino también dar formación especial a los estudiantes y proporcionarles herramientas para emprender.

Indudablemente que mejorar la calidad de educativa es parte fundamental de este proceso, para evitar que los emprendimientos surjan solo por la necesidad de no tener un empleo, sino porque los profesionales se encuentran capacitados para hacerlo.

La convicción de que la universidad es uno de los principales promotores del desarrollo socioeconómico regional por su capacidad para incrementar la competitividad internacional basada en el conocimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, con responsabilidad social y ambiental, es uno de los pilares del Ecosistema y tema prioritario de la estrategia I+D+i2 del Tecnológico, que incluye entre sus programas el desarrollo del capital humano, los posgrados enfocados en temas esenciales para el país, los campus sostenibles, el establecimiento de las cátedras de investigación, la creación de centros de excelencia en investigación y el fortalecimiento de redes de investigación, de desarrollo tecnológico y de apoyo a la industria, así como las incubadoras, aceleradoras y Parques Tecnológicos (Molina, Romero & Ramírez, 2008).

Las perspectivas en la educación para generar estrategias de emprendimiento de innovación son muy alentadoras, existiendo ya Universidades y Colegios de secundaria desarrollando competencias empresariales en sus estudiantes, utilizando concursos, rondas de emprendimiento, pero lo interesante del tema es el sostenimiento en el largo plazo y la difusión en todos los centros de educación superior.

La diferencia radica donde se enseña emprendimiento, cabe señalar que existen Universidades que disponen de un Centro de Investigación y desarrollo para el emprendimiento e innovación, y desde ahí se imparten actividades académicas. Considerando un eje transversal del proceso educativo.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

De acuerdo al estudio de GME, las acciones para promover el emprendimiento innovador son:

- Difundir “modelos de rol positivos” para forjar la vocación emprendedora, difundiendo a través de comunicación efectiva
- Desarrollar acciones para grupos de menor propensión emprendedora, mediante acciones concretas que apoyen el emprendimiento.
- Mejorar las condiciones de entorno y financiamiento incrementando la oferta del financiamiento para esta clase de iniciativa.
- Implementar programas de capacitación, consultoría y consejería adecuados a las demandas de las empresas jóvenes dinámicas.
- Promover la vocación y las competencias emprendedoras a través del sistema educativo y propiciar una mayor conexión entre el mundo académico y laboral.
- Ampliar el espacio de oportunidades para emprender, generando esfuerzos para promover la innovación.
- Promover el desarrollo de redes emprendedoras, la clave está en crear un espíritu de cooperación entre los actores, el estado, la empresa y sociedad civil.
- Generar ámbitos apropiados para el surgimiento de equipos emprendedores.

Los emprendedores en el Ecuador, de acuerdo a los estudios de GME, tienen las siguientes características: El índice de la actividad emprendedora total (TEA) es del 24.24%, es decir aproximadamente 1 de 4 ecuatorianos piensa en iniciar un negocio, el 18.24% es por oportunidad, el 8.44% es por necesidad, el 55 son hombres, el 45% mujeres, son universitarios el 28% y de estudios secundarios el 48%, el 60% se orienta al mercado local-doméstico, el 4% son empresas nuevas, el 19.66% son de empresas existentes, el 68% comercial, 19% transformación, el 7% de servicios, el 65 extractivos, el 6.30% de empresas con más de 20 empleados, la inversión es informal, el 64% de familiares cercanos, 23% de amigos y 13% de otras, y corresponde al 1,78 del Producto Interno Bruto.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

**Tabla 1 Resumen de los principales aspectos del emprendimiento en Ecuador**

Detalle	% Ecuador	% Guayaquil	Comentario
Índice de actividad emprendedora total (TEA)	24.24%	12.6%	1 de 4 ecuatorianos, aproximadamente piensa en iniciar un emprendimiento
<b>Tipo de emprendedor</b>			
Tipo de emprendedor			Son mayores los emprendedores por
Por oportunidad	18.24%	12.6%	oportunidad, pero el
Por necesidad	8.44%	9.5%	índice de oportunidad
Relación TEA	2.16	4.4	versus necesidad es bajo
oportunidad/necesidad	55%	28.6%	del 2.16 en relación a
Relación TEA hombre	45%	23.4%	Brasil del 5.6
Relación TEA mujer			
Mercado de nuevas empresas(local)	60%	31.2%	El emprendedor en Ecuador se inclina al mercado doméstico
<b>Empresas con oferta de producto innovador</b>			
Empresas nacientes	19.66%		Solo el 4% de empresas
Empresas nuevas	4.41%		nuevas.
<b>Tipo de emprendimiento</b>			
Comercial	68%		Existe mayor
Transformación	19%		concentración en
Servicios	7%		actividades comerciales,
Extractivo	6%		que no generan valor agregado

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

Empresas con más de 20 empleados	6.3%		Es un porcentaje bastante bajo, relacionado con Argentina que es del 25%
Inversión informal	1.78%		
	PIB		
<b>Fuentes de Financiamiento</b>			
Familiares cercanos	64%		Hay carencia de fuente de financiamiento
Amigos	23%		
Otras	13%		

Fuente: reporte de GME Ecuador

En el estudio realizado por (Global Entrepreneurship Monitor GME, 2017), para impulsar el emprendimiento en el país entre otras cosas se necesita lo siguiente:

- a) Mejorar las condiciones de entorno y financiamiento
- b) Generar espacios de innovación y desarrollo de mercados
- c) Promover la vocación y competencias emprendedores y propiciar una mayor conexión con el mundo académico y laboral
- d) Promover redes de emprendedores; y,
- e) Fomentar el uso de nuevas tecnologías de la información

Cambiar la matriz productiva fue una de las acciones más notables en Ecuador, y la finalidad es diversificar la producción, dinamizar la economía, mejoramiento continuo de la productividad y generar una nueva mentalidad en los productores ecuatorianos, motivándolos a crear nuevos productos terminados, saliendo de lo habitual, que nos ha caracterizado ser exportadores de materias primas.

El gobierno a través de leyes como son el Código orgánico de la producción, la Ley de Economía Popular Solidaria, ha pretendido incentivar a los pequeños emprendedores a que incursionen en los emprendimientos, dándoles una serie de beneficios que los motiven a participar activamente.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

El gobierno ha gestionado la apertura de nuevos mercados externos no tradicionales con crecimiento y que tengan apertura a mejores oportunidades, a través de preferencias arancelarias y eficientes beneficios para el exportador, permitiéndoles llevar sus productos a la Unión Europea o países como Rusia, Irán, Suiza, China, entre otros.

Los mercados internos se han consolidado, lo que es una estrategia clave, y básica para el desarrollo de los emprendimientos. Una de las acciones de esta estrategia es disminuir los intermediarios, que conlleva a reducir los precios entre el productor y consumidor, y que el productor directo tenga una mayor participación en el mercado local y consecuentemente al desarrollo económico.

Los Guayaquileños son parte importante de este proceso de la transformación productiva y buscan nuevas oportunidades para mejorar su nivel de vida y como parte de ello aportar con soluciones concretas.

Tanto en Guayaquil, como en todo el Ecuador se ha generado un proceso de capacitación para impulsar a las personas a emprender, creando nuevas empresas, generando herramientas para asegurar la rentabilidad de los nuevos negocios y que se puedan mantener en el largo plazo.

El Gobierno ecuatoriano, en el proceso de mejoramiento, ha implementado mecanismos de mejorar el nivel educativo y de crear instituciones y sistemas que generen conocimiento para la creación de emprendimientos con innovación, apoyando con la gestión de constituir una empresa de manera eficiente y rápida, utilizando para ello la tecnología.

Esta corriente está en apogeo en Sudamérica, y en particular en Ecuador, que impulsa la creación y desarrollo de estos emprendimientos, generando una nueva cultura de innovación de desarrollo de emprendimientos, que propicien el desarrollo social, diversificando los sectores productivos. Y como resultado de ello la economía ecuatoriana se verá beneficiada al haber más dinero circulando, propiciando grandes beneficios de los sectores económicos y empresariales del país.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

### **Metodología y procesamiento de la información**

La metodología fue basada en la revisión de diferentes fuentes relacionadas a estrategias para el emprendimiento con innovación, para el desarrollo social, basada en el cambio de la matriz productiva y la educación superior.

El enfoque fue cualitativo porque describe todos los aspectos relacionados al desarrollo económico y empresarial, incluyendo grupos excluidos como son los microempresarios y un alto nivel de eficacia y eficiencia del proceso productivo. Se recopiló diferentes investigaciones de varios autores e instituciones que tratan sobre el tema investigado, enfocado a las severas necesidades que tiene Ecuador.

A través de los años la incesante búsqueda de lograr una cultura innovadora de una sociedad anhelante de la transformación productiva del Ecuador, generar nuevas fuentes de producción, desarrollar el talento humano en todos los sectores de la sociedad, utilizando como instrumento la educación y una mejora continua de la misma, aportando de esta manera a la matriz productiva.

### **Fundamentación teórica**

Se ha recopilado varios criterios importantes para lograr entender la importancia de las estrategias en el emprendimiento y la innovación. De la misma manera se revisó sobre la incidencia del cambio de la matriz productiva que se está implementando en el país y cómo influyó la calidad de la educación Universitaria en el desarrollo de la ciudad de Guayaquil, en los últimos siete años.

Para ello es importante comprender los conceptos de estrategias, emprendimiento y actividad emprendedora.

En la tabla 2, se detallan conceptos de diferentes autores sobre el concepto de estrategia.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

**Tabla 2 Conceptos de estrategia**

(Crosby et al, 2000)	Mintzberg y Brian (1991)	Jhonson y Scholes (2006 )
Al intentar formular una estrategia para una organización, hay que preparar una guía que sirva de base para la acción en el futuro. (p. 242)	El vocablo <i>strategos</i> inicialmente se refería a un nombramiento (del general en feje de un ejército). Más tarde pasó a significar “el arte del general”, esto es, las habilidades psicológicas y el carácter con los que asumía el papel asignado. En la época de Pericles (450 a.c.) vino a explicitar habilidades administrativas (administración, liderazgo, oratoria y poder). Y ya en tiempos de Alejandro de Macedonia (350 a.c.) el término hacía referencia a la habilidad para aplicar la fuerza, vencer al enemigo y crear un sistema unificado de gobierno global. (p. 4)	Estrategia es la dirección y el alcance de una organización a largo plazo, y permite obtener ventajas para la organización a través de su configuración de recursos en un entorno cambiante, para hacer frente a las necesidades de los mercados satisfacer las necesidades de los stakeholders. (p. 10).

Fuente: (Crosby et al, 2000) Mintzberg y Brian (1991) Jhonson y Scholes (2006).

De acuerdo a la tabla 3, para que se dé una estrategia debe haber un orden, una guía, desarrollar las habilidades, existiendo siempre un norte, que permita la realización de una meta.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafructe de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

En la tabla 3, se detallan diversos conceptos de varios autores sobre que es emprender.

**Tabla 3 Concepto de emprender**

Diccionario Real Academia	(Stevenson, 2000)	(Formichella, 2004)
Del lat. in 'en' y prendĕre 'coger'. Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.	“Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad”	“El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo mirar su entorno, sino también ver y descubrir las oportunidades que en él están ocultas”

Fuente: Diccionario de la Real Academia, Stevenson, 2000 y Formichela, 2004.

En la tabla 3, se describen los conceptos de emprender que es iniciar algo, perseguir una oportunidad, crear, llevar a cabo las ideas, enfrentar y solucionar problemas, descubriendo las oportunidades.

El emprendedor será entonces quien lleva a cabo una acción de emprender, porque todas sus ideas son forjadas en un proyecto concreto, de no existir ésta persona, no se podría llevar a cabo nada.

Un emprendimiento no solo se limita al deseo de tener éxito o tener la intención de hacer algo nuevo, es la decisión concreta de hacerlo, considerando para ello un proceso definido y planificado, siguiendo estrategias bien definidas que le permitan llevar a cabo todas las ideas creativas e innovadoras que deben ser permanentes, de esta manera los esfuerzos de todo emprendedor se verán hechos en las actividades diarias y emprendedoras.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafructe de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

Las estrategias por sí mismo no logran que los emprendimientos se mantengan en el mercado, para ello es necesario la innovación, que es un elemento necesario para que puedan competir en el mercado.

*“Innovar significa introducir un cambio, éste puede ocurrir en la estructura social, en la gestión pública, en la elaboración de un producto o en la organización de una empresa, entre otros. Representa un camino mediante el cual el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad” (Drucker, 1986)*

Innovar es cambio de pensamiento, dejar de hacer lo tradicional, salir de la línea de confort, arriesgarse a llevar a cabo ideas nuevas, aunque parezcan locas, si revisamos los avances tecnológicos, políticos, estructurales, se han dado por personas que lo han arriesgado todo y han logrado concretar cambios importantes en la humanidad, que ha permitido mejorar la calidad de vida de los seres humanos.

*“El empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero (y esto es lo que define al empresariado innovador) busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad” (Drucker, 1986)*

Todo empresario emprendedor debe estar permanentemente innovando, y esto debe ser la regla de oro de su organización, ya que lo único que no cambia es el cambio.

Tanto el emprendimiento como la innovación tienen una finalidad concreta que es el desarrollo, *"el desarrollo es un proceso de expansión de las libertades reales de que disfrutaban los individuos, el desarrollo de un territorio no depende del desarrollo geográfico o territorial, sino que abarca también el desarrollo de una vida, cultura, realidad social y económica específica "*. (Sen, 2000)

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

Mantenerse estático en lo mismo no se puede justificar por el lugar físico donde se encuentre el individuo, esto depende de su cultura de innovación, de su mentalidad para asumir riesgos.

El desarrollo integral del ser humano abarca todos los aspectos, externos e internos como son intelectual, espiritual, emocional o psicológico, y se ve reflejado a través del tiempo como un proceso dinámico.

Por otro lado “un emprendedor cuenta con habilidades especiales, y que son pocos los que pueden definirse de dicha forma, pero que dichas habilidades pueden ser adquiridas o aprendidas” (Brunet, 2000).

Estas habilidades especiales es el liderazgo que está marcado por la presencia y espíritu del ser humano que crea ideas innovadoras y dirige grupo de personas, donde tiene presente la capacidad de cada uno de sus integrantes para sacar lo mejor de ellos en beneficio del individuo, de la empresa y la colectividad. Para ello es necesario lograr motivar, trabajar en equipo y con responsabilidad.

Según (Scholtes, 1999) Todas las personas con empowerment, motivadas, unidas como equipos, autodirigidas, incentivadas, responsables, que se les aplica reingeniería y reinventadas que usted pueda reunir no podrán compensar un sistema disfuncional. Cuando el sistema está funcionando bien, estas otras cosas son todas simplemente alharaca. Cuando el sistema no está funcionando bien, estas cosas son solo tonterías vacías y sin sentido.

Las habilidades que destacan en la línea de un emprendedor innovador es el liderazgo, asumir riesgos, tomar oportunidades, visionario y confianza en sí mismo y en la idea que profesa. Las cuales deben de ser atesoradas por aquellos que nacen con las habilidades insertadas en su personalidad, o que en su defecto deben ser aprendidas por aquellos que desean involucrarse en este mundo tan amplio y variado que es el mundo del emprendimiento. (p.17)

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

Un nuevo concepto de emprendedores se está generando en estos últimos años, donde existe la búsqueda de impactar en forma directa a la sociedad, es decir al desarrollo social del país.

Así mismo otro autor explicando el significado de emprendedor social, menciona que “*El emprendedor social es un agente de cambio que ayuda a paliar los efectos del desempleo y de la exclusión social de ciertos colectivos mediante la creación de empresas cuyo fin primordial es la inclusión socio laboral de colectivos desfavorecidos.*” (Navarro, 2011)



Figura 1 Emprendedor social

Fuente: Información tomada de la investigación

La mayor motivación de un emprendedor social, es que exista la necesidad, es dejar la huella en la sociedad y de esta manera aportar con sus habilidades para lograr desarrollar el sector que se encontraba en la miseria, desesperanza que se encontraba.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafructe de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

## **La matriz productiva y su impacto en el desarrollo económico.**

Ecuador está surgiendo, generando cambios estructurales, que pretenden integrar los sectores más pobres del país, esta es una tendencia positiva en todos los países Latinoamericanos.

Así como sucede en los demás países de Latinoamérica, Ecuador está viviendo un profundo cambio de conceptos que busca la integración de sectores menos favorecidos al desarrollo del país. Se habla de una mirada más hacia el ser humano y no hacia el capital, a través de terminologías como la inclusión social, economía solidaria, o la invitación a una mayor participación ciudadana.

Para entender que significa matriz productiva es necesario acudir a la explicación que da la CEPAL al respecto y la define como *“conjunto integrado de matrices que muestran el equilibrio entre la oferta y la utilización de bienes y servicios, y del ingreso generado por dicha producción”* (Andrés Ricardo Schuschmy, 2005)

Desde la constitución ecuatoriana se establecen los nuevos conceptos, tal como menciona el art 283: *“El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.”* (Constitución, 2008)

En el art. 284 (Constitución, 2008) cita: *“El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.”* Tal como lo indica la constitución se abren nuevos horizontes en la economía y la diversificación que permita y garantice un desarrollo sostenible de todos los grupos sociales que conforman la sociedad ecuatoriana.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

En esta línea afirma que *“cambios en la matriz productiva, son cambios en las visiones y políticas acerca de quiénes y cómo hacen economía, de qué y cómo producir, qué y cómo consumir, de cómo, en última instancia, reproducir la vida”* (Leon, 2008)

La matriz productiva no solo representa un desarrollo económico, sino también el desarrollo del ser humano, buscando el bienestar social, de manera permanente, que garantice mejora en la calidad de vida, dentro del respeto a la libertad de cada individuo, motivando a los ciudadanos a enfrentar nuevos desafíos y retos, dejando para la historia, las limitaciones de falta de capital o acceso a beneficios, rompiendo barreras de abusos permanentes el en sistema tradicional que ha existido en el país.

La crisis profunda que vive el esquema actual o más conocido como el esquema utilitarista de desarrollo se planea que *“el bienestar pasa a tener relación con el incremento de las capacidades de los seres humanos en términos de: conocimientos, salud, desarrollo cultural, respeto de los derechos humanos y sociabilidad”* (Sen, 2000)

Así mismo se definió al Plan del buen vivir como: *“un principio o un paradigma de vida que se fundamenta en cuatro principios: i) la relacionalidad que se refiere a la interconexión entre todos los elementos de un todo; ii) la reciprocidad que tiene que ver con la relación recíproca entre los mundos; iii) la correspondencia que se refiere a que los elementos de la realidad se corresponden de una manera armoniosa, a manera de proporcionalidad, y, iv) la complementariedad que se basa en que los opuestos pueden ser complementarios, ya que nada está por demás”*. (García, 2009)

En este proceso de transformación se abordan dos aspectos importantes que son el talento humano y el conocimiento, además los procesos de mejoramiento de especialización que permitan a los ecuatorianos ser fabricantes de productos intermedios y finales, dando un giro trascendental de ser exportador.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

Al inicio del 2008, siendo el Eco. Rafael Correa presidente, desde el que se busca hacer que el país sea más competitivo en los mercados locales e internacionales, generando condiciones de equilibrio y de igualdad en precios y calidad, cortando de raíz la dependencia de los cambios constantes que se dan en el mercado mundial que en su mayoría de veces generaba grandes complicaciones y escenarios desfavorables para el país.

La matriz productiva también se la define como: *“la forma cómo se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales que utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades productivas”* (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [Senplades], 2012)

Ecuador es reconocido en el mercado internacional como exportador de: cacao, banano, camarón, flores, entre otros. Pero esto depende mucho de la variación de precios de dichas materias primas, lo que hace al país vulnerable en el mercado internacional y lo sentenciaba a seguir explotando por esta línea para mantener la generación de fuentes de ingresos económicos y para satisfacer el nivel de consumo interno y externo.

En la figura 2, se muestra la diversificación de la matriz productiva desde el año 1927 hasta el 2011, en donde se puede visualizar como ha variado el nivel de las exportaciones de los principales productos.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

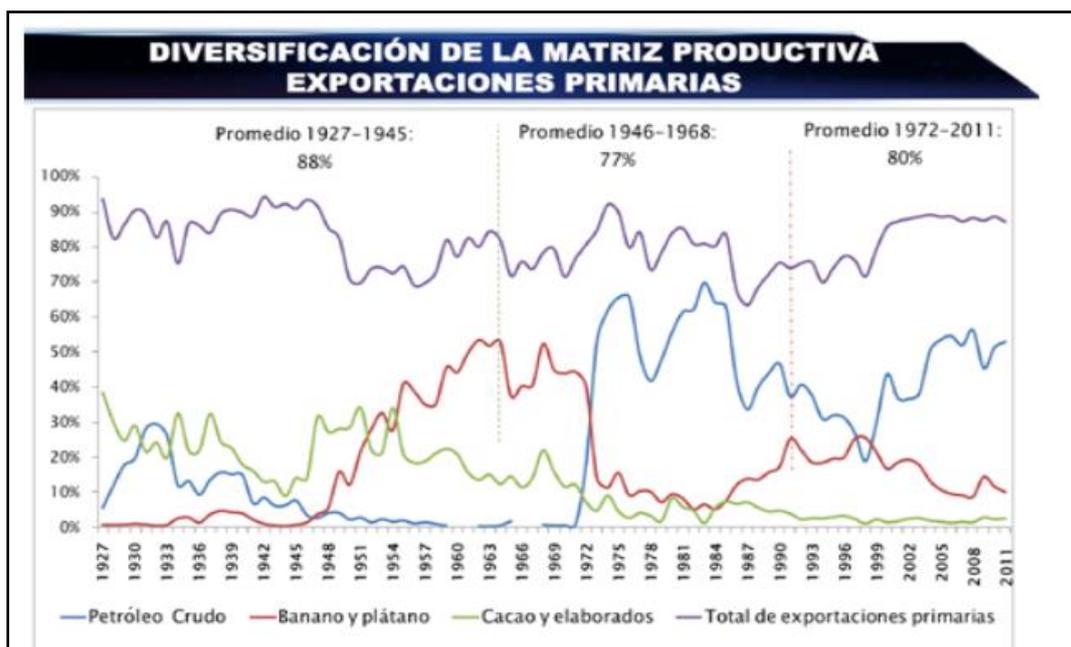


Figura 2 Exportaciones primarias como porcentajes totales de las ventas externas

Fuente: (Senplades, 2012)

Para lograr alcanzar desarrollo económico y mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos, es imprescindible buscar nuevos campos de desarrollo e innovación, teniendo como pilares fundamentales el talento humano, educación, tecnología y la especialización, que permita generar un nuevo concepto del país.

En la figura 3, se hace un recorrido desde el gobierno de Gabriel García en 1861, fecha desde que se ha mantenido el modelo productivo, y la finalidad es contruir una nueva visión basada en nuevas fuentes productivas y diversificando la producción.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

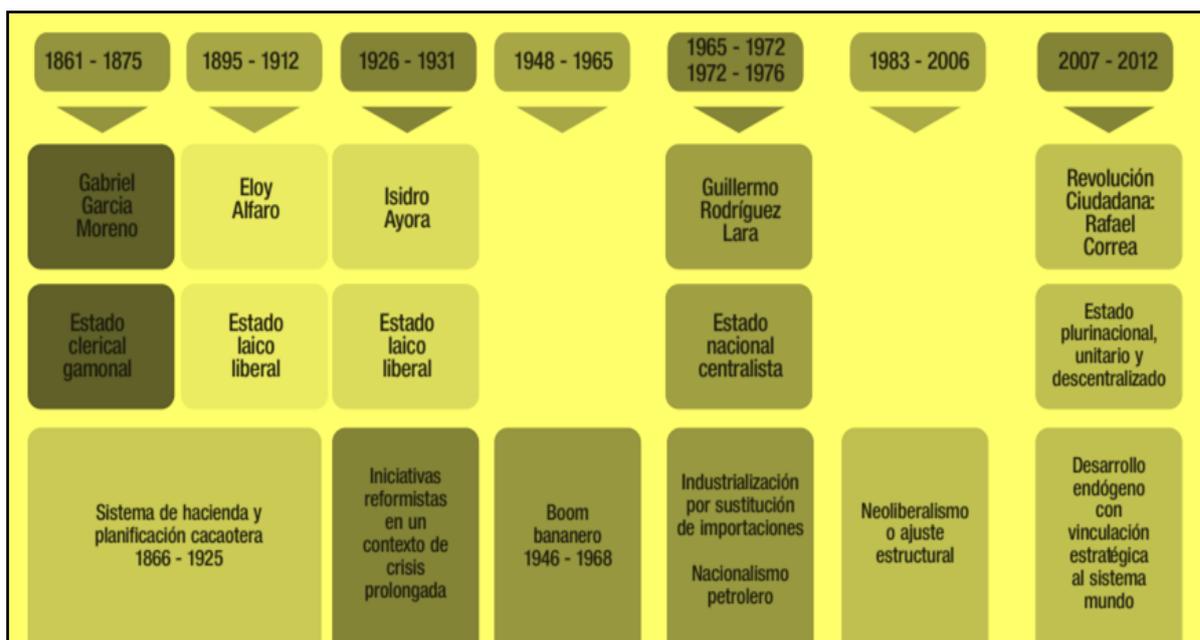


Figura 3 Regímenes de acumulación, modelos de estado y principales Gobiernos

Fuente: (Senplades, 2012)

El Gobierno Nacional, promueve líneas de crédito a través de instituciones como son la Corporación Financiera Nacional (CFN), el Banco del Estado o el Banco Nacional de Fomento.

Pasar de ser un país Exportador Primario a ser un productor eco eficiente, a través de la diversificación de los campos de acción y la elaboración de productos competitivos que cuentan con valor agregado que los hacen atractivos en el mercado internacional, en base al uso de las habilidades, conocimientos y técnicas de los pobladores.

El camino emprendido define 4 ejes fundamentales a considerar cuando se trata sobre la transformación de la matriz productiva son:

1. *“Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas-refinería, astillero, petroquímica, metalurgia y siderúrgica y en el establecimiento de nuevas actividades productivas-maricultura, biocombustibles, productos*

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

*forestales de madera que amplíen la oferta de productos ecuatorianos y reduzcan la dependencia del país.*

2. *Agregación de valor en la producción existente mediante la incorporación de tecnología y conocimiento en los actuales procesos productivos de biotecnología (bioquímica y biomedicina), servicios ambientales y energías renovables.*
3. *Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya producimos actualmente y que seríamos capaces de sustituir en el corto plazo: industria farmacéutica, tecnología (software, hardware y servicios informáticos) y metalmecánica.*
4. *Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos - particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado -alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo-. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos” (Senplades, 2012)*

Además, se aspira logara la integración entre la producción, sociedad, capacidades, tecnificación, educación y la diversificación, generando una nueva identidad que de apertura a grupos minoritarios, que sean fuertes para competir y mantenerse en el mercado mundial.

Esta integración a un nuevo esquema productivo, requiere de normas y regulaciones, como lo son Código Orgánico para la Producción, Comercio e Inversiones, así como la Ley Orgánica para la regulación y Control del Poder de Mercado. De esta manera el Estado no solo es un proveedor de incentivo, sino también un regulador y supervisor de la economía.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

El Estado pretende entregar normas claras que permitan competir y participar en forma equitativa a las pequeñas, medianas y grandes empresas, así como también para los consumidores, a través de la incorporación de procesos productivos más eficientes e incluyentes; así mismo generando una infraestructura le permita a las nuevas empresas el desarrollo de elementos vitales como son el ámbito de la salud, a nivel de infraestructura, de tecnología, de servicios de conectividad y de aspectos básicos.

Este plan estratégico parte de la transformación de la matriz productiva, se priorizan sectores de la economía del país, que tendrán como objetivos retos y metas por alcanzar, sobre todo fomentar el desarrollo de nuevos emprendimientos o grandes industrias. Se generarán nuevas industrias y emprendimientos, resaltando la importancia de nuevas empresas en la economía ecuatoriana, ya que esto genera un círculo favorable al proceso del cambio de la matriz productiva.

El rol de las Universidades es muy importante porque este proceso de cambio, va a demandar personal con mayor conocimiento y capacitación, o a su vez buscaran el desarrollo y la mejora de las habilidades del personal con el que contarán, brindándoles especialización, tecnificación y amplitud en el conocimiento que mantienen.

Siguiendo el modelo de países como España, China, Rusia y de los mismos Estados Unidos, ha insertado en los países de Latinoamérica una visión de mayor credibilidad interna acerca de aquellos productos o servicios que pueden elaborar o brindar.

Justamente es que se define industrias con alto nivel de prioridad y estratégicas en la producción de bienes o servicios, tal como cita (Senplades, 2012)

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

Sector	Industria	
BIENES	1) Alimentos frescos y procesados	
	2) Biotecnología (bioquímica y biomedicina)	
	3) Confecciones y calzado	
	4) Energías renovables	
	5) Industria farmacéutica	
	6) Metalmecánica	
	7) Petroquímica	
	8) Productos forestales de madera	
	SERVICIOS	9) Servicios ambientales
		10) Tecnología (software, hardware y servicios informáticos)
		11) Vehículos, automotores, carrocerías y partes
		12) Construcción
		13) Transporte y logística
14) Turismo		

Figura 4 Industrias priorizadas

Fuente: (Senplades, 2012)

Industria	Posibles bienes o servicios	Proyectos
1) Refinería	Metano, butano, propano, gasolina, queroseno, gasoil	• Proyecto Refinería del Pacífico
2) Astillero	Construcción y reparación de barcos, servicios asociados	• Proyecto de implementación de astillero en Posorja
3) Petroquímica	Urea, pesticidas herbicidas, fertilizantes, foliares, plásticos, fibras sintéticas, resinas	• Estudios para la producción de urea y fertilizantes nitrogenados • Planta Petroquímica Básica
4) Metalurgia (cobre)	Cables eléctricos, tubos, laminación	• Sistema para la automatización de actividades de catastro seguimiento y control minero, seguimiento control y fiscalización de labores a gran escala.
5) Siderúrgica	Planos, largos	• Mapeo geológico a nivel nacional a escala 1:100.000 y 1:50.000 para las zonas de mayor potencial geológico minero.

Figura 5 Industrias estratégicas

Fuente: (Senplades, 2012)

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

## **La educación superior y la influencia en el desarrollo económico.**

La educación superior tiene un papel fundamental en el desarrollo económico de los países, porque tiene como responsabilidad fijar la visión de la identidad del país tanto interno como externo.

A finales de la década del 2000, se daba prioridad a los estudiantes afines a las carreras de administración, medicina y leyes, carreras que no participan en los procesos de producción, esto iba de la mano con la oferta de las universidades con especializaciones relacionadas a esta rama.

Según datos *“el 40% de los estudiantes universitarios del país en el año 2003 preferían carreras relacionadas con la Administración”* (Senplades, 2012). Así también se define que *“el 61,23% de los estudiantes matriculados cursaban carreras relacionadas con educación, humanidades, ciencias sociales y administrativas; mientras el 21,89% lo hacían en ciencias de la salud, naturales, exactas y agropecuarias; y el 15% en ingeniería y tecnologías”*. (Senplades, 2012).

Por lo tanto, las universidades tienen un rol protagónico en todo proceso de cambio, en particular en la matriz productiva, para establecer estrategias que promocionen la creación de nuevas industrias en los sectores de la nueva matriz. Esto debe ir acompañado de la permanente búsqueda de la innovación, biodiversidad y eficiencia que permitan generar productos y servicios de alta calidad y de tecnología de punta.

Las universidades contribuyen incentivando e incrementando la oferta de carreras productivas y tecnológicas, debiendo velar por el desarrollo de la investigación, la ciencia, experimentación y tecnología; de la misma manera crear cultura de investigación en todos los niveles de las distintas carreras universitarias.

El rol del Estado ecuatoriano, es importante ya sea para dirigir el camino de las universidades y para controlar los contenidos que se imparten en las mismas.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

Surge como objetivos la sociedad del conocimiento, que abarca una serie de acciones que se desarrollan alrededor de la educación superior, priorizando tanto la información como el conocimiento. Esta sociedad del conocimiento debe incluir a todas las clases sociales, donde los grupos minoritarios tienen acceso a la educación de calidad.

Para entender un poco más acerca de la sociedad del conocimiento, se la explica como *“Sociedad en la cual el conocimiento y la información son los factores de desarrollo, crecimiento, inclusión y equidad más importantes, soportada en un universo creciente de redes interactivas apoyadas en el desarrollo, mejor uso y aprendizaje de las TIC, para integrar y cohesionar el sistema económico y social e incrementar su productividad y competitividad internacional”* (Acosta, 2009)

Como fruto específico de la sociedad del conocimiento, aparece una nueva economía conocida como *“la economía del conocimiento, que estudia y desarrolla los diferentes aportes del conocimiento en el crecimiento económico y social; la misma que involucra la eficiencia, la innovación y las tecnologías en la diversificación de la producción y en un producto final de alta calidad”*. (Acosta, 2009)

El conocimiento tiene una influencia directa en la economía y es determinante para generar un alto nivel de innovación en una nueva o existente empresa o emprendimiento. Reforzar los mecanismos que existen en las universidades para la investigación e incentivar para incrementar el nivel, o salir a la búsqueda de nuevas ciencias y tecnologías.

En la figura 3 se detalla la oferta universitaria, donde las carreras de Administración y Comercio tienen un 25%.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafructe de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

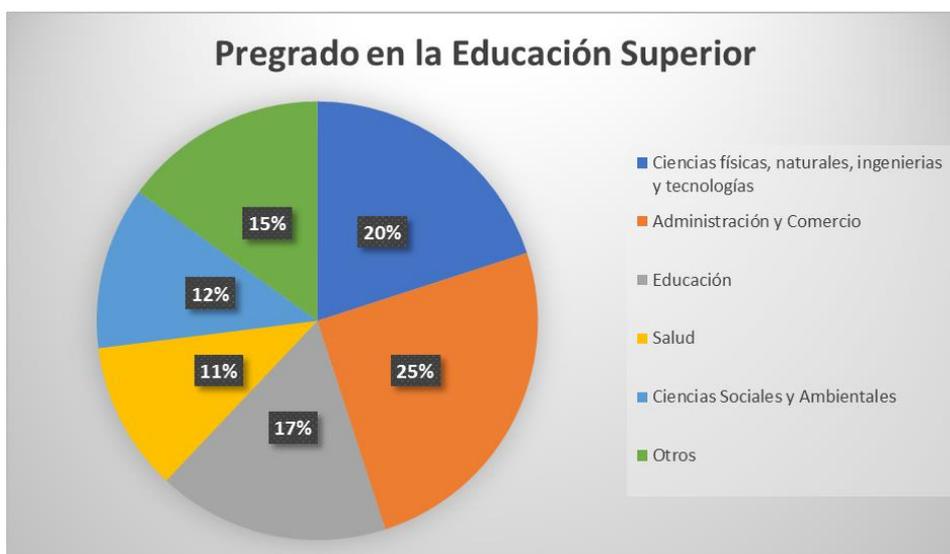


Figura 6 Oferta pregrado Educación Superior

Fuente: (FLACSO, 2008)

Es necesario incorporar ofertas de carreras universitarias que estén relacionadas al mejoramiento del proceso productivo.

El Estado y las universidades del Ecuador tienen que trabajar juntas para contribuir al crecimiento y desarrollo de este nuevo proceso de la matriz productiva.

El Gobierno a través de las instituciones como Senplades y Senescyt han emprendido diferentes acciones para mejorar la calidad de educación en el nivel superior, considerando que la misma son pilares claves y necesarias para el desarrollo del cambio productivo en el país, lo que obliga a las universidades a un mejoramiento continuo alineado a las necesidades vigentes de mejorar el proceso productivo. Para ser coherente con estos cambios, el estado ha creado Ley Orgánica de Educación Superior que promueve la gratuidad real y total del acceso a la educación en las universidades estatales, a las cuales tendrán principal preferencia de acceso aquellos sectores menos favorecidos. De la misma manera la categorización de las universidades, considerando para ello distintas variables como son investigación, infraestructura, número de docentes con títulos de cuarto nivel, doctorado y PhD.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

El resultado de esta categorización fue que 26 universidades tuvieron calificación E, 14, fueron cerradas por su baja calificación.

*“Los docentes universitarios según la ley Orgánica de Educación Superior deben de contar en su totalidad con título de PhD hasta el 2017 como fecha tope”.* (Consejo Educación Superior, 2010)

*Así mismo “se han desarrollado proyectos educativos de alto nivel Yachay la Ciudad del Conocimiento, ubicado en Uruqui (Imbabura); la Universidad de las Artes en Guayaquil; la Universidad de las Ciencias Docentes en Azogues e Ikiam Universidad Amazónica especializada en Ciencias de la Vida, en el Tena.”* (Vinueza, 2012)

Dentro de las estrategias, estuvieron las becas entregadas a los estudiantes que sobresalieron en las calificaciones, permitiéndoles estudiar en universidades de alto prestigio internacional, donde la beca cubre el total de los estudios.

### **El desarrollo del espíritu innovador en el emprendimiento en el Ecuador.**

El espíritu empresarial ha tenido un crecimiento importante en la última década, evidenciando una respuesta a los riesgos que enfrenta la sociedad para lograr su desarrollo, conjuntamente con la participación del estado que pretende fomentar el desarrollo de pequeñas empresas que hagan fuerza y le resten poder a los grandes monopolios del país.

Lo que vive el país es fruto de un cambio cultural que se dando a nivel mundial, en donde se busca la participación de nuevos empresarios y de nuevos sectores de la sociedad para reactivar la economía, por lo que se establece que: *“El desarrollo de emprendedores y nuevas empresas se ha convertido en un objetivo central para acelerar el progreso económico y social de las naciones. En Europa, la promoción de la empresarialidad adquirió relevancia en la década de los noventa”* (Thurik, 2004)

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

Un ejemplo muy claro es lo sucedido en la década de los 90 en donde: *“los países de la OCDE con mayores tasas de nacimiento de empresas fueron los que mostraron mayor crecimiento económico”* (OCDE, 2011)

Así mismo se afirma *“que los principales motivadores para el emprendimiento son: el aceleramiento económico y la generación de empleo. Por un lado trae efectos directos que resultan de las nuevas capacidades que traen las nuevas empresas al mercado y por otro aquellos factores que aportan para el desarrollo de la competitividad y el crecimiento.”* (Angelelli, 2005)

Hemos avanzado en Ecuador en los emprendimientos, de acuerdo a estudios que miden los mismos, se nota una mayor participación de los ecuatorianos en el desarrollo de nuevas empresas, asumiendo riesgos del tiempo en que pueda durar, siendo su principal motivación el emprender.

Este estudio *“busca medir los nuevos emprendimientos, desde sus inicios hasta el tercer año de vida, se muestra que 36 de cada 100 ecuatorianos son emprendedores, destacando que el 67% emprenden por necesidad de empleo también el índice TEA (Actividad Emprendedora Temprana) ubica a Ecuador en primer lugar entre los países Latinoamericanos con mayores iniciativas de emprendimientos, ya que desde el 2009 a la actualidad incrementó del 15% al 36%”*. (GEM, 2013)

*“Estos porcentajes demuestran verdaderos avances inclusive comparado con países vecinos como Chile con el 24% y Colombia con el 23%”* (GEM, 2013). Estos avances se deben como fruto de las diferentes estrategias implementadas por los diferentes programas estatales que ha creado el actual gobierno de Rafael Correa, con la idea de fomentar la participación de nuevas micro y pequeña empresa, bajo la figura de emprendimientos sociales.

Así mismo *“en la última década en los países de Latinoamérica y El Caribe se han planteado desafíos para la superación en las barreras que existen en el desarrollo, a través del esfuerzo de jóvenes que participante activamente en el desarrollo de las comunidades en las que conviven, que dotan a las familias y los países rentabilidad,*

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

*innovación y puestos de trabajo, acompañado de políticas y regulaciones que respaldan cada uno de estos esfuerzos” (BID, 2004)*

Destaca también que *“la visión que tienen los emprendedores, debe de venir acompañado como requisito fundamental del respaldo gubernamental” (BID, 2004)*

Para estar listos para nuevos emprendimientos se requieren estructuras fuertes y la ayuda necesaria para lograr mayor productividad con alta eficiencia, esto incluye grandes desafíos, que abren puertas a grandes oportunidades que provean soluciones a las grandes problemática económica, social y política de todos los países Latinoamericanos.

Ha sido importante el plantearse objetivos, antes de plasmar cualquier emprendimiento o de asumir estrategias que permitan, por esta línea, que se dé un incremento en la economía por la participación de nuevas empresas, es necesario por tanto definir lo que se busca y los mecanismos que ayudaran a lograr esos objetivos.

Tabla 4 Objetivos del fomento de la empresariedad

<b>Población meta</b>	<b>Objetivos de corto plazo (3 a 3 años)</b>	<b>Objetivos de mediano y largo plazo (5 a 10 años)</b>
Población en general	<b>Difundir la cultura emprendedora</b> Indicador: % de la población con motivación y competencias para crear empresas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acelerar el crecimiento económico.</li> <li>• Aumentar el empleo</li> <li>• Fortalecer y diversificar el sector productivo.</li> </ul>
Población adulta con motivación emprendedora	<b>Fomentar la creación de empresas</b> Indicadores: tasa de creación de empresas, duración del proceso de creación de empresas: % de nuevas empresas de un sector determinado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar sectores estratégicos.</li> </ul>
Empresas de reciente creación	<b>Favorecer la supervivencia y el crecimiento de nuevas empresas</b> Indicadores: tasa de mortalidad de las empresas nuevas: % de nuevas empresas dinámicas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducir la pobreza.</li> <li>• Aumentar la inclusión social.</li> </ul>

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafructe de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

Fuente: (Angelelli, 2005)

Al ser un país que solo ha exportado materias primas, le resulta bastante complicado el cambio y desarrollar nuevos emprendimientos acompañado de: escaso nivel productivo, baja calidad en el nivel educativo, la falta de acceso a redes empresariales, la falta de políticas y entes reguladores, y así mismo por las condiciones socioeconómicas de la población.

Dentro de la línea del emprendimiento, se puede destacar otros grandes resultados tal como detalla el (Senescyt, 2014) En un artículo publicado en torno a la innovación y el emprendimiento, destaco *“las labores realizadas en la búsqueda de respuestas para el proceso que vive el país, entre los que destaca es la creación del Banco de Ideas, la cual es una plataforma en la que cada uno de los emprendedores puede colocar sus ideas y proyectos a través de la web, destacándose aquellos que cuenten con un alto nivel de innovación”*

El incremento de la inclusión social podría darse permitiendo que más personas tengan acceso a estudios universitarios en Ecuador o en muchos casos en el exterior, a través de becas que entrega el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas (IECE) o Senescyt, para poder estudiar en universidades de alto nivel en carreras relacionadas a productividad, nuevas tecnologías, telecomunicaciones o desarrollo energético, bajo la premisa de volver al país a poner en concreto todo lo aprendido es decir de contribuir tanto con el desarrollo de la economía y con la estrategia del cambio de la matriz productiva.

Guayaquil no se ha quedado atrás en este proceso en el que camina el país, ya que ha visto crecer su economía en los últimos años, y según se puede visualizar *“ha disminuido el nivel de desempleo con una disminución del 5,5%”* (INEC, 2014). Dada a la gran participación que han tenido los ciudadanos en la apertura de pequeños negocios tanto en la línea de la informalidad con en líneas de comida rápida, restaurantes o boutiques.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

La influencia que tienen las universidades en el desarrollo cognitivo de los Guayaquileños, en la última década se enseña un aprendizaje mucho más experimental e investigativo que ha logrado desarrollar las capacidades y habilidades de los estudiantes.

Se brinda también una conciencia mucho más fuerte de que se es capaz de emprender, ya que con el conocimiento se contrarresta los miedos que normalmente se tiene de arrancar estas nuevas empresas, y a su vez se alimenta de la gran cantidad de universidades que existen en la ciudad, influyendo no solo en las personas que son natales de la ciudad sino aquellos que han venido de otras ciudades en búsqueda de oportunidades.

Entre los principales motivantes que genera al guayaquileño a emprender se puede destacar la búsqueda de la independencia económica, el poder ayudar económicamente a los padres como una forma de agradecimiento por el esfuerzo realizado, el poder generar ingresos dignos que le permitan superarse o mantener un estilo de vida que permita cubrir sus necesidades básicas; a su vez se destaca el hecho de poder manejar sus tiempos y la medida como se pueda desarrollar plasmando en acción aquello que se aprendió en la universidad.

De aquí en adelante es necesario que se siga realizando este proceso acompañado de estrategias que lo impulsen como por ejemplo: *“el programa de emprendimiento que se imparte en las universidades debe de contar con un sistema de información doble vía, esto significa que prepare y brinde información sobre la situación en los diferentes sectores de la economía y que a su vez brinde oportunidades constantes para que puedan involucrarse en la economía”* (Zavala, 2014)

## CONCLUSIONES

Concluyendo, Ecuador y en la ciudad de Guayaquil, se está generando un proceso que en sus etapas iniciales está dando resultados positivos, y se espera lograr los objetivos a corto, mediano y largo plazo, alrededor de la diversificación de la productividad, dinamizando la economía y logrando obtener nuevas fuentes de producción.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

Dichos objetivos guardan relación con la construcción de una nueva visión de país que se está llevando a cabo. Esto abarca la capacidad de crear productos o servicios de alto nivel de calidad, que contienen procesos especializados con dosis de innovación en torno a la producción, que han permitido que se pueda llevar a todas partes del mundo un producto elaborado con valores agregados, destacable en medio del alto nivel competitivo que existe a nivel internacional

Esta mentalidad se está arraigando progresivamente en cada uno de los miembros de los diferentes sectores de la sociedad, quienes hoy tienen acceso a un alto nivel de conocimiento a través de una educación de calidad que les permite contar con las diferentes herramientas y habilidades para abordar las oportunidades que se le presentan en el día a día.

El papel del Gobierno, del Municipio de Guayaquil y de las diferentes instituciones gubernamentales, ha sido fundamental en la inyección de confianza a los emprendedores que han podido plasmar sus ideas en la realidad.

Los emprendedores en la actualidad cuentan con un marco jurídico y mecanismos que los mueven a arriesgar aún más, contando con el respaldo financiero de instituciones privadas y estatales que han creados productos para nuevos emprendedores o Pymes, entre los que se puede mencionar: Corporación Financiera Nacional, Banco de Guayaquil, Banco Pacifico o Banco Nacional de Fomento.

En sí, es el reflejo de la mayor participación social que tienen los diferentes sectores de la economía, lo que ha despertado un alto nivel del espíritu emprendedor, acompañado de una conciencia de inclusión social y con una mentalidad abierta a la innovación como herramienta clave para la sostenibilidad de los emprendimientos, contribuyendo de esta forma como dinamizador y promotor del desarrollo económico y empresarial de la ciudad de Guayaquil.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

Es destacable la alta motivación que tienen los Guayaquileños en torno a emprender nuevos negocios, ya que visualizan una clara oportunidad de poder satisfacer sus necesidades tanto en poder tener un medio como subsistir fruto de la necesidad económica y así mismo de poder generar ingresos acordes al nivel de sus aspiraciones.

A su vez es destacable la contribución que tienen los guayaquileños en poder generar nuevas plazas de trabajo a las personas que están desempleadas, con la idea clara de generar un impacto favorable en la economía y desarrollo de la ciudad.

Es verse acompañado de un sistema que camina en favor de la innovación, en favor de la independencia en el sector productivo. Es proyectarse a ser una ciudad, un país con alto potencial de desarrollo económico, de emerger y salir de la pobreza a través de la contribución de cada uno de los actores que en ella participan.

Este proceso va obteniendo los principales frutos que son la concientización de la ciudad y un correcto entendimiento de lo que verdaderamente significa la transformación de la matriz productiva. Es un camino que va en la dirección de la productividad, la eficiencia, el talento humano, la diversificación y sobretodo de una trabajar en conjunto como un país unido.

Finalmente vale destacar que este proceso involucra a personas interesadas en lanzarse a nuevos desafíos, que no se limitan a estructuras sociales o se rige a ideologías políticas. Este proceso necesita de personas con mentalidad de aportar al desarrollo económico y empresarial de la ciudad de Guayaquil, y que valora a la innovación y al emprendimiento como promotores fundamentales de la economía.

## Bibliografía

Acosta, A. (2009). *El buen vivir, una vía para el desarrollo*. Abya Yala.

Andres Ricardo Schuschmy, C. (2005). *Temas sobre el Modelo de Insumo-Producto: teoría y aplicaciones*.

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

- Angelelli, P. J. (2005). Fomento de la actividad emprendedora en America Latina y El Caribe. *Sugerencias para la formulacion de proyectos.*
- BID, B. I. (2004). *El nuevo rostro empresarial.*
- Brian, H. M. (1991). *Planeación Estratégica (Vol. I).* Mexico: Prentice-Hall Hispanoamericana, S.AI.
- Brunet, I. (2000). *Universidad, innovación y competitividad.*
- Consejo Eduacion Superior, C. (Octubre de 2010). Ley Orgánica de la Educación Superior. Ecuador.
- Constitucion, R. d. (2008). *Capitulo cuarto, Soberanía económica; sección primera: Sistema económico y política económica; Art. 283 - 284.*
- Drucker, P. (1986). *La innovacion y el empresario innovador.*
- FLACSO. (2008). *HACIA UNA NUEVA POLITICA DE EDUCACION SUPERIOR.*
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relacion con la educacion, en el empleo y dessorrollo local.* Tres Arroyos.
- Garcia, S. (2009). *Sumak kawsay o buen vivir como alternativa al desarrollo en Ecuador. Aplicación y resultados en el gobierno de Rafael Correa (2007-2011).*
- GEM, G. E. (2013). *Estudio de nuevos emprendimientos en America Latina.*
- INEC. (2014). *Tasa de desempleo en las ciudades de Ecuador.*
- Ivancevich, L. S. (2000). *Gestión Calidad y Competifivad.* Madrid: Carhraphics S.A.
- Kundel. (1991). *La actividad emprendedora.*
- Leon, M. (2008). *Cambiar la economía para cambiar la vida, Desafíos de una economía para la vida.*
- Lideres, R. (2013). Propuestas de emprendimiento en el Gobierno de Rafael Correa.
- Molina, A. R. (2008). "Estrategias del I + D + i2 en el Tecnológico de Monterrey para impulsar el desarrollo competitivo regional de México". *Memorias del Congreso de Sistemas de Innovación para la Competitividad. Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Guanajuato (Concyteg).* Mexi.
- Monitor, G. E. (12 de 03 de 2017).  
[www.espae.espol.edu.ec/images/stories/noticias/Reporte%20Ecuador%20GEM%2020](http://www.espae.espol.edu.ec/images/stories/noticias/Reporte%20Ecuador%20GEM%2020)

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.

08.pdf <http://www.espae.espol.edu.ec/images/stories/noticias/Reporte%20Ecuador%20GEM%202008.pdf>. Obtenido de <http://www.espae.espol.edu.ec/images/stories/noticias/Reporte%20Ecuador%20GEM%202008.pdf>: <http://www.espae.espol.edu.ec/images/stories/noticias/Reporte%20Ecuador%20GEM%202008.pdf>

Navarro, A. (2011). *Emprendimiento Social y empresas de inserción en España. Aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales por emprendedores.*

OCDE, O. p. (2011). *Entrepreneurship, Growth.*

Scholes, J. y. (2006). *Dirección estratégica.* Mexico: Prentice Hall.

Scholtes, P. R. (1999). *Cómo Liderar.* Bogotá: Mc Graw Hill.

Sen, A. (2000). *Desarrollo como Libertad.*

Senescyt. (2014). La innovación factor fundamental para el emprendimiento.

Senplades. (2012). *Transformación de la matriz productiva. Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano.*

Stevenson, H. (2000). *Why the entrepreneurship has won.*

Thurik, R. y. (2004). *Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth.*

Vinueza. (2012). *Yachay la ciudad del conocimiento.*

Zavala, G. (2014). *Influencia del Emprendimiento Juvenil en la Erradicación del desempleo en Guayaquil.*

Inés María Salto, Asesora financiera y tributaria desde hace 30 años, docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por 20 años, Economista, Magister en Administración y Dirección de Empresas y Magíster en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa.

Alex Castillo Arroba, ingeniero en Ciencias Empresariales, Tecnología en Gestión Empresarial, cursando maestría en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, EAE Business School Madrid, 7 años de experiencia en Marketing, Negocios, Finanzas, Proyectos, Portafolios

Andrea Estefanía Castillo Arroba, ingeniera en Marketing, 3 años de experiencia en Marketing, manejo de clientes, Finanzas, proveedores, asesora independiente en Marketing.