



CONTRIBUCIONES A LA ECONOMÍA

latindex IDEAS EconPapers Dialnet MIAR Scopus

LA CULTURA EMPRENDEDORA Y CAPACIDAD DE CREACIÓN DE MICROEMPRESAS: CASO ESTUDIANTES IES PÚBLICAS DE MANABÍ

Lcdo. Jesús Gregorio Briones Mero

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7217-5465>
jesusbm1997@gmail.com

Ing. Gladys Salazar Olives Mg.

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4684-4324>
gladys.salazar@uleam.edu.ec

Ing. Ana Palma Avellan Mg.

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5884-8934>
ana.palma@uleam.edu.ec

Ing. Dayni Lisset Palacios Molina, PhD

Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2201-2507>
dayni.palacios@uleam.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Jesús Gregorio Briones Mero, Gladys Salazar Olives, Ana Palma Avellan y Dayni Lisset Palacios Molina (2021): "La cultura emprendedora y capacidad de creación de microempresas: caso estudiantes IES públicas de Manabí", Revista contribuciones a la Economía (Vol 19, Nº 2, p.p. 52-65, febrero-julio 2021). En línea:
<https://doi.org/10.51896/contrieconomia/AXNL7954>

RESUMEN

La cultura emprendedora ha existido desde hace mucho tiempo atrás como parte importante para que los estudiantes generen competencias en su desarrollo profesional, así mismo ser formados para ser emprendedores aplicando ideas innovadoras y tener la iniciativa de crear su propia microempresa practicando los valores, la responsabilidad social y el cuidado al medio ambiente con el fin de contribuir al desarrollo económico de nuestro país. La presente investigación tiene como objetivo principal determinar de qué manera la cultura emprendedora se relaciona con la capacidad de creación de microempresas en los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí, mediante un estudio cuantitativo básico con un diseño no experimental: transversal correlacional, a través de una encuesta estructurada con una escala comparativa de Likert, validada con el coeficiente de Cron Bach, donde se obtuvo un valor de 0,911 lo que sustenta la aplicabilidad del instrumento utilizado. Mediante el procesamiento de datos en el programa IBM SPSS se evidencia una correlación significativa entre las variables estudiadas de acuerdo al coeficiente de Spearman

demostrando con un nivel de 0,690, que la cultura emprendedora se relaciona con la capacidad de creación microempresas en los estudiantes de las IES públicas de Manabí aprobando la hipótesis alternativa. Asimismo, se pudieron comprobar las hipótesis específicas: creación de innovación y conocimiento empresarial, con 0,534., creación de innovación y motivación empresarial con 0,523., autoconfianza y conocimiento empresarial con 0,645 y, finalmente autoconfianza y motivación empresarial con una significancia de 0,553.

Palabras claves: cultura emprendedora, microempresa, emprendimiento, innovación, desarrollo económico.

THE ENTREPRENEURIAL CULTURE AND THE CAPACITY FOR CREATION OF MICRO-ENTERPRISES: STUDENTS CASE IES PUBLICAS DE MANABÍ

ABSTRACT

The entrepreneurial culture has existed for a long time as an important part for students to generate competencies in cheira professional development, as well as being trained to be entrepreneurs applying innovative ideas and having the initiative to create their own micro-business practicing values, social responsibility and caring for the environment in order to contribute to the economic development of our country. The main objective of this research is to determine how the entrepreneurial culture is related to the ability to create micro-businesses in students of public IES in the province of Manabí, through a basic quantitative study with a non-experimental design: cross-sectional - correctional, through a structured sirves with a comparative Likert scale, validated with the Cronbach coefficient, where a value of 0.911 was obtained, which supports the applicability of the instrument used. Through data processing in the IBM SPSS program, a significant correlation between the variables studied is evidenced according to the Spearman coefficient, demonstrating with a level of 0.690 that the entrepreneurial culture is related to the ability to create micro-businesses in the students of the HEIs. public authorities of Manabí approving the alternative hypothesis. Likewise, the specific hypotheses could be verified: creation of innovation and business knowledge, with 0.534, creation of innovation and business motivation with 0.523, self-confidence and business knowledge with 0.645 and, finally, self-confidence and business motivation with a significance of 0.553.

Keywords: entrepreneurial culture, micro-business, entrepreneurship, innovation, economic development.

INTRODUCCIÓN

El mundo está atravesando por una crisis sanitaria a causa del Covid-19, misma que ha afectado a la mayoría de los países a nivel social, económico, laboral, político y cultural, por lo que ha ocasionado mayores niveles de desempleo en Latinoamérica y el Caribe elevando el número de desempleados en la región al récord histórico de 41 millones de personas, (OIT, 2020), debido a esto las personas

han optado tomar otras opciones que generen ingresos económicos y el emprendimiento es una de ellas.

La cultura emprendedora ha existido desde hace mucho tiempo atrás desde entonces se tenía la necesidad de innovar para sobrevivir y asegurar un mejor estilo de vida, pero no obstante solo se lo estimaba como un nuevo invento que satisficiera a la sociedad y existía poca demanda en ese momento. Con el transcurso de los años, el emprendedor fue tomando mayor importancia ya que en muchos países empezaron a darle prioridad porque generaban mayores puestos de trabajo y mayor índice de desarrollo en las personas. (Rodríguez & Arano, 2015) por lo tanto, es importante potenciar la cultura emprendedora donde las personas exploten ideas innovadoras a través de la creación de microempresas que generen impacto en la sociedad.

En Ecuador, (GEM, 2019), uno de los principales indicadores es la tasa de Actividad Emprendedora Temprana, que incluye a todas las personas adultas que están en el proceso de iniciar un negocio, o han iniciado uno que no sobrepasa el umbral de 42 meses. Este año la TEA de Ecuador se ubica en 36.2%, superada por Chile con 36.7%, donde 1 de cada 3 adultos entre 18 y 64 años están tomando acciones para la puesta en marcha de un negocio, o han empezado uno en Ecuador. Esto se traduce en aproximadamente 3.6 millones de habitantes.

Por otro lado, la sustentabilidad microempresarial es uno de los desafíos que enfrenta Ecuador. Para ello es necesario aprender y estimular la cultura emprendedora al mismo tiempo crear microempresas que expandan las plataformas de producción y consumo en todo el país, como una forma de mejorar el estilo de vida de los ciudadanos

Como se mencionó anteriormente en la actualidad buscar un empleo se vuelve cada vez más complejo y sobre todo ante un mercado laboral muy competitivo que no se encuentra en los mejores entornos de desarrollo; entonces, se debe inculcar en los alumnos universitarios una visión con tendencia al desarrollo de microempresas que no tan solo puedan desarrollar plazas de trabajo sino también ayudar a la reactivación económica del país. (Rodríguez, Zepeda, & Melgarejo, 2019).

Las universidades públicas de Manabí juegan un rol muy importante en la sociedad como parte de la cultura emprendedora que todo ser humano posee, ya que es aquí donde los jóvenes adquieren los conocimientos necesarios sobre la gestión de emprendimientos potenciando todas sus habilidades, aptitudes y talentos con el fin de crear profesionales capaces de poder emprender con toda la autoconfianza posible sin embargo, el gran problema por lo que se enfrentan los jóvenes universitarios actualmente es la falta de recursos económicos, confianza en sí mismo de poder crear ideas de emprendimientos exitosas y la falta de oportunidades de empleo en el mercado laboral, afectando directamente al ámbito social, económico u otros que involucran al ser humano como parte de la sociedad.

Por lo tanto, es importante desarrollar la cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios con la intención de despertar en ellos una visión empresarial que brinde las herramientas necesarias para la toma de decisiones ante el deseo de implantar una microempresa y que no esté destinada a quebrar en un mínimo de tiempo como ocurre en la mayoría de los negocios. Así comprender como

la cultura emprendedora aporta al desarrollo de nuevas microempresas potencializadas por estudiantes universitarios dentro del desarrollo económico y social de nuestro país.

MARCO TEÓRICO

Cultura y cultura emprendedora

Para Malinowski (1976), define a la cultura social como todo lo que se conoce con el propósito de manejar de forma tolerable sobre sus integrantes. Por tanto, la cultura no es un algo material, ya que no se trata de cosas, conductas, emociones o personas; sino que se refiere a una organización que encierra todos esos elementos. Es decir, la manera en que los sujetos de una sociedad perciben las cosas en su mente y las interpretan.

De acuerdo con Giddens (1991), la cultura describe los valores que comparten los integrantes de una sociedad, con respecto a las reglas que establecen y a lo que producen. Considerando que los valores son ideales abstractos, en tanto que las reglas se refieren a los principios determinados que los sujetos en un determinado grupo deben practicar. (pág. 65).

Estos autores establecen el involucramiento directo de la cultura con las personas en una sociedad que se conectan por medio de sus costumbres, tradiciones e ideas, así como por las diferentes actividades grupales en las que éstos intervienen en un determinado entorno.

La cultura emprendedora busca el desarrollo humano del individuo y de la colectividad apoyando conductas beneficiosas tanto para el ámbito personal como profesional que permitan mejorar el ambiente laboral y socioeconómico. Por tanto, se define que como el conjunto de valores, habilidades y actitudes que se usan para solucionar condiciones que se muestren en este entorno, a través de la capacidad que tiene un sujeto de fundar un emprendimiento, que ha desarrollado a lo largo de su vida para como experiencia para alcanzar el éxito en su negocio. (SUDOE, 2006, citado por Tarapuez, 2007).

Componentes de la cultura emprendedora

Basados en el estudio (Galindo & Echavarría, 2011), se ha determinado seis componentes de la cultura emprendedora, los cuales se detallan a continuación:

- **Espíritu emprendedor:** Es la capacidad para pensar, razonar y actuar de objetivamente en las oportunidades, trazadas con visión integral y desarrollada con buen liderazgo y gestión de riesgo calculado.
- **Consideración del riesgo:** Se refiere a la facultad de vislumbrar los posibles contextos para la consecución del objetivo, permitiendo evaluar y definir acciones futuras.
- **Creatividad e innovación:** Se refiere a la capacidad de generar e incorporar ideas novedosas para la solución a un problema con aceptación del mercado.
- **Generación de valor:** Disposición de entregar una ayuda a la sociedad que logre activar la economía desde el inicio hasta el momento de emprender con una idea innovadora y sostenible.

- **Proactividad:** Se refiere a la actitud con la que se ve la ruta a seguir para alcanzar la meta y sobre ella tomar acciones útiles en el presente.
- **Búsqueda de información:** Capacidad de encontrar fuentes y datos para recoger información necesaria en un escenario presentado.

Emprendimiento.

El emprendimiento es una actividad muy estudiada, ya que revela la importancia del empresario como parte fundamental de una economía, intentando cambiar o modificar los esquemas de producción, siendo competente para enfrentar las dificultades que se le presenten. (Varela. 2004. p. 120).

Para (Montoya, Calle, & Mejía, 2009), el emprendimiento es una de las características que establece la evolución, transformación y progreso de nuevos sectores económicos en un territorio o un país, en donde el individuo o emprendedor es el principal actor. Entendiendo que existen particularidades o características fundamentales que determinan el hecho de que un emprendimiento sea más exitoso que otro.

Microempresa

Es una unidad económica formal o informal que es manejada por personas naturales, jurídicas o, de hecho, que comúnmente se identifican por las siguientes características: actividades de producción, comercialización o servicio, en algún sector industrial o comercial. Además, estas microempresas no pueden emplear a más de 10 trabajadores y no pueden tener más de 20.000 dólares como capital de trabajo, sin tener en cuenta los valores de inmuebles y vehículos que sirvan como herramientas de trabajo. (Andrade, 2011, pág. 23)

Las microempresas generalmente tienen una forma de producción en menor escala, pudiendo ser manejada por una persona natural, una familia, o un grupo de personas, en donde el propietario tiene un criterio independiente sobre productos, mercados y precios, pero que además es una fuente importante de ingresos para la familia. Es así que encontramos emprendimientos de economía popular como: familiares, unipersonales, barriales, comunales, los comerciantes minoristas, entre otros, que integran la economía popular y promueven un criterio de solidaridad e inclusión. (Solidaria., 2012)

Objetivos de la Microempresa

Monteros (2005) en su libro manual de gestión microempresarial, manifiesta ocho objetivos de una microempresa:

- **Objetivo de Comercialización:** Debe ser capaz de formar un cliente que sea un soporte fundamental para su producción y mantenimiento.
- **Objetivo de Innovación:** Debe ser capaz de innovar, caso contrario la competencia lo podría hacerlo desaparecer del mercado.

- **Objetivo sobre Recursos Humanos:** Debe determinar objetivos afines con el empleo y desarrollo de los recursos humanos.
- **Objetivo de Productividad:** Debe emplearse apropiadamente en unión de los recursos y la productividad que la microempresa debe tener para mantenerse en el mercado.
- **Objetivo relacionado con las Dimensiones Sociales de la Microempresa:** Debe afrontar responsabilidades sociales que existen en la sociedad y la comunidad.
- **Objetivo de Supervivencia:** Permittedo conseguir de la actividad productiva, los ingresos para cubrir sus gastos básicos y mantener un capital mínimo para la reposición de materias primas, mano de obra y gastos de fabricación para seguir produciendo.
- **Objetivos de Crecimiento:** Permite a sus dueños fortalecerse y crecer en sus comercialmente, lo que se refleja en mayores ingresos, rotación de inventarios, demanda de sus productos y mejores niveles de utilidad.
- **Objetivo de rentabilidad:** Obtener ganancias es el objetivo de toda organización, lo que se consigue mediante el fortalecimiento de las áreas de resultados, mismos que dependerán de las estratégicas que se apliquen en cada microempresa.

Hipótesis General

- La cultura emprendedora se relaciona con la capacidad de la creación de microempresas en los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí.

Específicas

- La creación de innovación se relaciona con el conocimiento empresarial de los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí.
- La creación de innovación se relaciona con la motivación empresarial de los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí.
- La autoconfianza ayuda al conocimiento empresarial de los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí.
- La autoconfianza genera motivación empresarial en los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí.

METODOLOGÍA

Diseño.

La presente investigación es de enfoque cuantitativo porque se utilizará la encuesta como la herramienta principal de medición de datos apoyando a obtener las hipótesis de la investigación, las mismas que se podrán evidenciar mediante un análisis numérico-estadístico, y es no experimental: transversal – correccional, ya que se desea saber la relación entre variables y de sus relaciones comunes, con el fin de obtener conclusiones relevantes para la investigación

Bibliográfica: Se ha permitido el conocimiento de estudios ya existentes de una manera sistemática, a través de una amplia búsqueda de información desarrollada sobre las variables de estudio.

Descriptiva: Este ha proporcionado información acerca de la situación actual de la cultura emprendedora y esto como impacta en los estudiantes a crear nuevas microempresas.

Exploratoria: Se hizo una exploración ardua en la recolección de información que proporciona cada autor y así obtener una mejor perspectiva de la problemática de estudio Técnica o instrumento.

Unidad de análisis

Para esta investigación se obtuvieron datos del número de estudiantes de las IES públicas de Manabí la cual está conformada por cuatro: Escuela Superior Politécnica de Manabí (ESPAM, 2020) Calceta, Universidad Técnica de Manabí (UTM, 2020) Portoviejo., Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. (ULEAM, 2020) Manta, Universidad Estatal del Sur de Manabí. (UNESUM, 2020) Jipijapa. En la tabla 1, se detalla el número de estudiantes por Universidades de Manabí.

Tabla 1:

Datos número de estudiantes por Universidades.

UNIVERSIDADES	ESTUDIANTES
ESPAM	3 100
UTM	35 000
ULEAM	21 377
UNESUM	5 600
TOTAL	65 077

Fuente: Páginas web de las IES públicas de Manabí, (ULEAM, UNESUM, UTM, ESPAM, 2020)

En la tabla 2, se detalla el las facultades y carreras por cada universidad que opera en la provincia de Manabí.

Tabla 2:

Facultades y carreras por universidad

UNIVERSIDAD	FACULTADES	CARRERAS
ESPAM	3	8
UTM	11	44
ULEAM	19	35
UNESUM	4	14

Fuente: Páginas web de las IES públicas de Manabí (ULEAM, UNESUM, UTM, ESPAM, 2020)

Población de estudio

Según López, (2004) afirma que la población es un conjunto de individuos finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio, por lo tanto, la población de estudio será de 65 077 estudiantes entre hombres y mujeres que corresponden a las cuatro IES públicas de Manabí: ESPAM, UTM, ULEAM y UNESUM.

Muestra poblacional.

La muestra poblacional se lo hará a través de la siguiente fórmula, para obtener un conjunto de elementos de la población finita por medio de las cuales se obtendrá información clara y medible.

La fórmula a aplicarse es la siguiente:

$$\frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{Z^2 \cdot P \cdot Q + (N)(e)^2}$$

Dónde:

N = Población o universo (906.100)

n = Tamaño de la muestra (?)

Z = Nivel de confianza (1.96)

P = Probabilidad de aceptación (0.5)

Q = Probabilidad de rechazo (0.5)

e = Margen de error de muestreo (0.05)

$$n = \frac{1,96^2 * (0,5) * (0,5) * (65\ 077)}{1,96^2 * (0,5) * (0,5) + (65\ 077) * (0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 65\ 077}{3,8416 * 0,25 + 65\ 077 * 0,0025}$$

$$n = \frac{62499,95}{162,65} = 384$$

Se obtiene un total de 384 estudiantes a encuestar.

En la tabla 3, se detalla el número de estudiantes encuestados por cada IES.

Tabla 3:

Datos número de encuestados.

UNIVERSIDADES	Estudiantes encuestados por IES	%	W
ESPAM	3100	4,8%	18
UTM	35000	53,7%	206
ULEAM	21377	32,8%	127
UNESUM	5600	8,7%	33
TOTAL	65077	100%	384

Elaboración: Autores

Recolección de datos

Con el fin de direccionar el desarrollo del presente proyecto investigativo se empleó la técnica de la encuesta estructurada. Este instrumento fue aplicado a la muestra poblacional anteriormente definida, como parte del método investigativo cuantitativo, en las 4 IES públicas de Manabí, con el fin de proporcionar información notable para el estudio investigativo.

RESULTADOS.

El coeficiente Alfa de Cron Bach es un modelo de consistencia interna, basado en el promedio de las correlaciones entre los ítems. Entre las ventajas de esta medida se encuentra la posibilidad de evaluar cuánto mejoraría (o empeoraría) la fiabilidad de la prueba si se excluyera un determinado ítem. (García-Bellido & González Such, 2010).

Con el propósito de poder validar el instrumento que se utilizó en esta investigación, se llevó a cabo un análisis estadístico en el programa IBM SPSS, por lo que el programa arroja que el Alfa de Cron Bach es de 0,911 siendo mayor a lo mínimo requerido lo que demuestra que tiene una elevada confiabilidad. En la tabla 4, muestra la confiabilidad del instrumento utilizado para el estudio.

Tabla 4:

Análisis de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cron Bach	N de elementos
0,911	30

Recurso: Análisis software IBM SPSS

Comprobación de hipótesis

En la tabla 5 se observan las correlaciones de las variables y dimensiones establecidas para la investigación.

Tabla 5.

Resultados prueba de hipótesis

Hipótesis	Variable Independiente	Variable Dependiente	Sig	Rho de Spearman	Resultado
H. General	X. Cultura Emprendedora	Y. Creación de Microempresa	,000	,690	Se rechaza Ho
H. Específica 1	X1. Creación de Innovación	Y1. Conocimiento Empresarial	,000	,534	Se rechaza Ho
H. Específica 2	X2. Creación de Innovación	Y2. Motivación	,000	,523	Se rechaza Ho

H. Específica 3	X3. Autoconfianza	Empresarial	,000	,645	Se rechaza Ho
		Y3. Conocimiento Empresarial			
H. Específica 3	X3. Autoconfianza	Y4. Motivación	,000	,553	Se rechaza Ho
		Empresarial			

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

Recurso: Programa estadístico SPSS – 25

Demostraciones e interpretaciones de acuerdo a la tabla # 4

Hipótesis General (X)

H0: La cultura emprendedora NO SE RELACIONA con la capacidad de la creación de microempresas en los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí.

H1: La cultura emprendedora SE RELACIONA con la capacidad de la creación de microempresas en los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí.

Análisis de prueba

El resultado que se ha obtenido muestra una significación bilateral de 0.00, lo cual determina un coeficiente de Spearman <0.05 , por lo tanto, se descarta la hipótesis nula H0, siendo validada la hipótesis alternativa H1. Evidenciando con el valor del coeficiente de correlación $p= 0,690$, una correlación positiva moderada entre las variables cultura emprendedora y creación de microempresas.

Hipótesis específica (X1)

H0: La creación de innovación NO SE RELACIONA con el conocimiento empresarial de los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí.

H1: La creación de innovación SE RELACIONA con el conocimiento empresarial de los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí

Análisis de prueba

El resultado que se ha obtenido muestra una significación bilateral de 0.00, lo cual determina un coeficiente de Spearman <0.05 , por lo tanto, se descarta la hipótesis nula H0, siendo validada la hipótesis alternativa H1. Lo que demuestra una correlación positiva moderada con el valor del coeficiente de correlación $p= 0,534$, entre las dimensiones creación de innovación y conocimiento empresarial de acuerdo al baremo de estimación.

Hipótesis específica (X2)

H0: La creación de innovación NO SE RELACIONA con la motivación empresarial de los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí.

H1: La creación de innovación SE RELACIONA con la motivación empresarial de los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí.

Análisis de prueba

El resultado muestra una significación bilateral de 0.00, lo cual determina un coeficiente de Spearman <0.05 , por lo tanto, se descarta la hipótesis nula H0, siendo validada la hipótesis alternativa H1. Probando con el valor del coeficiente de correlación $p= 0,523$, una correlación positiva moderada entre las dimensiones creación de innovación y motivación empresarial.

Hipótesis específica (X3)

H0: La autoconfianza NO SE RELACIONA con el conocimiento empresarial de los estudiantes de las IES públicas de Manabí.

H1: La autoconfianza SE RELACIONA con el conocimiento empresarial de los estudiantes de las IES públicas de Manabí.

Análisis de prueba

El resultado muestra una significación bilateral de 0.00, lo cual determina un coeficiente de Spearman <0.05 , por lo tanto, se descarta la hipótesis nula H0, siendo validada la hipótesis alternativa H1. Evidenciando con el valor del coeficiente de correlación $p= 0,645$, la correlación positiva moderada entre las dimensiones autoconfianza y conocimiento empresarial.

Hipótesis específica (X4)

H0: La autoconfianza NO SE RELACIONA con la motivación empresarial en los estudiantes de las IES públicas de la provincia Manabí.

H1: La autoconfianza SE RELACIONA con la motivación empresarial en los estudiantes de las IES públicas de la provincia Manabí.

Análisis de prueba

Se muestra una significación bilateral de 0.00, lo cual determina un coeficiente de Spearman <0.05 , por lo tanto, se descarta la hipótesis nula H0, siendo validada la hipótesis alternativa H1

Lo que evidencia con el valor del coeficiente de correlación $p= 0,553$, probando la correlación positiva moderada entre las dimensiones autoconfianza y motivación empresarial de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman.

DISCUSIÓN.

Siempre ha existido la necesidad de innovar para poder sobrevivir y alcanzar una mejor forma de vida. Por esto, el concepto de emprender se ha ido insertando en las instituciones de educación de

todo nivel, y, sobre todo, se ha ido involucrando en los estudiantes, ya que hoy en día, ante el creciente nivel de desempleo cobra relevante importancia, crear nuevas ideas de negocios que permitan vivir dignamente tanto al emprendedor como a las personas a las que emplee en el emprendimiento.

Los desafíos del mundo actual, requieren generar un adecuado tránsito del emprendimiento académico al emprendimiento de negocios. En este sentido, las instituciones educativas tienen el reto de fomentar una cultura de emprendimiento de negocios en todos sus niveles y campos profesionales, participando así activamente en la creación y fortalecimiento del ecosistema emprendedor que les proporcione un mejor camino a los egresados dirigiéndolos profesionalmente a la empresa.

Desarrollar una cultura emprendedora en los estudiantes universitarios en la actualidad es muy importante, pues representa en un futuro un valioso aporte a la generación de empleo, al crecimiento económico y a la innovación. Se puede decir que la cultura emprendedora es una forma de pensar y actuar, emparentada con la búsqueda de una oportunidad de negocio, que puede dar como resultado no solo la creación de valor económico sino también social, tanto para sus propietarios como para todos los grupos de interés involucrados en la actividad comercial. Ante lo que se vuelve fundamenta que las instituciones educativas de todo nivel y en especial las universidades, consideren proponer estrategias curriculares y formativas, para promover un modelo académico orientado a la formación de emprendedores, contribuyendo así al desarrollo de la nación.

CONCLUSIONES.

El emprendimiento en la sociedad es una herramienta clave para generar ingresos económicos, así también poder potencializar habilidades en los estudiantes que desean ser jefes de su propio negocio aportando a la sociedad ideas innovadoras que brinden soluciones positivas en su desarrollo como profesional.

En relación a la hipótesis general, mediante el análisis estadístico SPSS 25, se consiguió demostrar que hay una correlación positiva y significativa alcanzando un nivel de (0,690) lo que detalla que la correlación que se ha establecido es verdadera. Por ende, se determinó que la cultura emprendedora tiene un alto índice de relación con la creación de microempresas. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa: La cultura emprendedora se relaciona con la capacidad de la creación de microempresas en los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí.

En relación a la primera hipótesis específica, se consiguió demostrar que hay una correlación positiva moderada y significativa alcanzando un nivel de (0,534) lo que detalla que la correlación que se ha establecido es verdadera. Por ende, se determinó que la creación de innovación tiene un alto índice de relación con el conocimiento empresarial. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y

se acepta la hipótesis alternativa: La creación de innovación se relaciona con el conocimiento empresarial de los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí.

En relación a la segunda primera hipótesis específica, se demostró que hay una correlación positiva moderada y significativa alcanzando un nivel de (0,523) lo que detalla que la correlación que se ha establecido es verdadera. Por ende, se determinó que la creación de innovación tiene un alto índice de relación con la motivación empresarial. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa: La creación de innovación se relaciona con la motivación empresarial de los estudiantes de las IES públicas de la provincia de Manabí.

En relación a la tercera hipótesis específica se pudo demostrar que hay una correlación positiva moderada y significativa alcanzando un nivel de (0,645) lo que detalla que la correlación que se ha establecido es verdadera. Por ende, se determinó que la autoconfianza tiene un alto índice de relación con el conocimiento empresarial. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa: La autoconfianza se relaciona con el conocimiento empresarial de los estudiantes de las IES públicas de Manabí.

En relación a la cuarta hipótesis específica, se consiguió demostrar que hay una correlación positiva moderada y significativa alcanzando un nivel de (0,553) lo que detalla que la correlación que se ha establecido es verdadera. Por ende, se determinó que la autoconfianza tiene un alto índice de relación con la motivación empresarial. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa: La autoconfianza se relaciona con la motivación empresarial en los estudiantes de las IES públicas de la provincia Manabí.

REFERENCIAS

- Andrade, M. A. (2011). Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de ropa maternal en la ciudad de Atuntaqui Cantón Antonio Ante provincia de Imbabura. Tesis de grado . Universidad técnica del Norte, Ibarra.
- ESPAM. (2020). ESPAM. Obtenido de <http://www.espam.edu.ec/web/universidad/historia.aspx>.
- Galindo, R., & Echavarría, M. V. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Escuela DE ingenieri en Antioquia. EIA, 10.
- García-Bellido, R., & González Such, J. y. (2010). Analisis de fiabilidad. InnovaMIDE, 6.
- GEM. (Mayo de 2019). Global Entrepreneurship Monitor. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor:
<https://www.espae.espol.edu.ec/gem2019/#:~:text=Uno%20de%20los%20principales%20indicadores,superada%20por%20Chile%20con%2036.7%25>.
- Giddens A: 1991 Sociología, Editorial Alianza, Madrid.
- Lopez, P. L. (2004). Población muestra y muestreo. Scielo , 10
- Malinowski, B. (1976). Una teoría científica de la cultura y otros ensayos. Argentina: Editorial Sudamericana.

- Monteros, E. (2005). Manual de gestión microempresarial. Ibarra: Universitaria.
- Montoya, J. A., Calle, G. C., & Mejía, L. F. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. Redalyc, 17.
- OIT. (11 de Julio de 2020). Organización internacional del trabajo. Obtenido de Organización internacional del trabajo: https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_749663/lang-es/index.htm#:~:text=la%20COVID%2D19-,OIT%3A%20Fuerte%20aumento%20del%20desempleo%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina%20y%20el,de%2041%20millones%20de%20personas.
- Rodríguez, C. H., & Arano, R. M. (2015). Redalyc, 14. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/10/04CA201501.pdf>.
- Rodríguez, L. C., Zepeda, A. V., & Melgarejo, B. D. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. Dialnet, 15. Obtenido de <file:///C:/Users/TEMP.DESKTOPDP2A5S9.000.001.002/Downloads/Dialnet-CulturaEmprendedoraEnJovenesUniversitariosDeGuadal-7026735.pdf>.
- Solidaria., L. d. (2012). Articulo. 2. Ecuador.
- SUDOE (2006) Citado en TARAPUEZ, E. Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor Cuad Adm. Bogota (Colombia). Julio-diciembre. Año 2007. 58)
- Tarapuez, E. (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor . Bogota - Colombia: Ciencias Administrativas.
- ULEAM. (2020). ULEAM. Obtenido de <https://www.uleam.edu.ec/facultades/>
- UNESUM. (2020). UNESUM. Obtenido de <https://unesum.edu.ec/#>
- UTM. (2020). UTM. Obtenido de <https://www.utm.edu.ec/>
- Varela Rodrigo (2004), La Educación, la Universidad y la Cultura Empresarial en América Latina: La Experiencia de la Universidad ICESI, <http://www.iadb.org/sds/doc/conf.6.24.04.varela.pdf>