



DOI: <https://doi.org/10.46296/yc.v9i16.0643>

## INFLUENCIA DE LA INNOVACIÓN EN EL EMPRENDIMIENTO: ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS- ULEAM

### INFLUENCE OF INNOVATION ON ENTREPRENEURSHIP: STUDENTS OF THE BUSINESS ADMINISTRATION CAREER-ULEAM

Andrade-Macías Mario Eduardo <sup>1</sup>; Cedeño-Macías Alexa María <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Manta, Ecuador.

Correo: marioe.andrade@pg.uleam.edu.ec. ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-4479-6465>

<sup>2</sup> Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Manta, Ecuador.

Correo: alexa.cedeno@uleam.edu.ec. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1771-7983>

#### Resumen

La investigación realizada tuvo como objetivo analizar la influencia de la innovación en el emprendimiento de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, matriz Manta; reconociendo el papel protagónico que desempeña la innovación en el desarrollo de los emprendimientos en la actualidad. La metodología empleada combinó enfoques cualitativos y cuantitativos, utilizando un diseño no experimental transversal-correlacional. Se aplicaron métodos teóricos como el histórico lógico, el inductivo deductivo y el análisis síntesis, junto con técnicas de investigación como encuesta y entrevista. Las encuestas, estructuradas mediante un cuestionario en escala de Likert, fueron realizadas a 22 estudiantes emprendedores de la carrera, mientras que las entrevistas a docentes de la asignatura de Emprendimiento para valorar la intención emprendedora de los estudiantes. Los resultados del estudio revelaron un bajo nivel de emprendimiento en la Carrera de Administración de Empresas en comparación con el total de estudiantes matriculados durante el período estudiado. Sin embargo, se observa un mayor interés por parte de la universidad en promover acciones destinadas a fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes, incluida la implementación de programas y proyectos para promover el emprendimiento y la generación de espacios para promocionar los emprendimientos.

**Palabras claves:** Innovación, emprendimiento, universidad, espíritu emprendedor, ecosistema emprendedor.

#### Abstract

The objective of the research carried out was to analyze the influence of innovation on the entrepreneurship of students of the Business Administration Degree at the Laica Eloy Alfaro University of Manabí, Manta matrix; recognizing the leading role that innovation plays in the development of businesses today. The methodology used combined qualitative and quantitative approaches, using a non-experimental transversal-correlational design. Theoretical methods such as historical-logical, inductive-deductive and synthesis analysis were applied, along with research techniques such as survey and interview. The surveys, structured using a Likert scale questionnaire, were carried out with 22 entrepreneurial students of the degree, while the interviews with teachers of the Entrepreneurship subject were carried out to assess the entrepreneurial intention of the students. The results of the study revealed a low level of entrepreneurship in the Business Administration Degree compared to the total number of students enrolled during the period studied. However, there is greater interest on the part of the university in promoting actions aimed at fostering the entrepreneurial spirit among students, including the implementation of programs and projects to promote entrepreneurship and the generation of spaces to promote entrepreneurship.

**Keywords:** Innovation, entrepreneurship, university, entrepreneurial spirit, entrepreneurial ecosystem.

#### Información del manuscrito:

**Fecha de recepción:** 13 de febrero de 2025.

**Fecha de aceptación:** 30 de abril de 2025.

**Fecha de publicación:** 10 de mayo de 2025.



## 1. Introducción

El mundo contemporáneo caracterizado por un crecimiento rápido impulsado por la globalización y las grandes innovaciones ha planteado retos importantes para el sector empresarial, abriendo un abanico de oportunidades de crecimiento y de expansión para las empresas y emprendimientos. Para Rosales (2009) las tres últimas décadas ha registrado intensos procesos de transición en la economía internacional, caracterizados por la influencia de la globalización, el rápido avance tecnológico y el surgimiento de nuevos y destacados competidores como China, la India y, en general Asia- Pacífico que han transformado la dinámica de los mercados, haciéndolos más competitivos.

Ante estos escenarios, tanto las empresas como los emprendimientos han tenido que reinventarse e implementar importantes procesos de innovación para afrontar con éxito los desafíos del mundo actual (Morales et al., 2014).

Drucker (2002) aclara que el término “emprendimiento” en la práctica no

se refiere solo al tamaño o antigüedad de una empresa, sino más bien a una actividad específica que gira en torno a la innovación, entendiéndose a esta como el proceso mediante el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento se desarrolla un producto, servicio, técnica o proceso (Cilleruelo, 2007). Para Drucker (2002) la innovación es la función específica del espíritu empresarial, ya sea en una empresa existente, una institución de servicio público o una nueva empresa, siendo el medio a través del cual el empresario crea nuevos recursos productores de riqueza o dota a los recursos existentes de un mayor potencial para crear riqueza.

En el ámbito de la innovación a nivel mundial en el año 2023, el Índice Global de Innovación tuvo un promedio de 32.50, según indicó el informe de seguimiento correspondiente. Los países mejor clasificados en este índice fueron Suiza, Suecia, Estados Unidos, Reino Unido y Singapur, conformando así el top 5 de la lista. El éxito de estas naciones se debe a la implementación de políticas públicas consistentes a lo largo de varios años de trabajo. En cuanto a



América Latina, los países líderes en el top 5 son: Brasil, Chile, México, Uruguay y Colombia.

Aunque la región alberga una cantidad importante de economías de renta media con empresas unicornio, algunos países han mejorado su posición con respecto al año 2022. Por ejemplo, Brasil avanzó del puesto 54 al 49 a nivel mundial, superando a Chile como una de las economías más innovadoras de la región. Brasil cuenta con fortalezas como el porcentaje del PIB destinado al gasto en educación, así como en Investigación + Desarrollo (I+D). Además, posee instituciones educativas de calidad que facilitan el desarrollo de la educación terciaria, promoviendo así el capital humano y la investigación. Según el informe, Ecuador ocupa el puesto 16 en el ranking regional y el puesto 104 a nivel mundial (Castro, 2023).

Estas estadísticas se complementan con los datos proporcionados por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), los cuales revelan que Ecuador se encuentra entre los países con mayor índice de actividad temprana emprendedora en América Latina y El Caribe. Para el año 2023,

este índice alcanzó el 32,65 (Entrepreneurship in Ecuador, s. f.). Esto implica que aproximadamente 3.6 millones de personas estuvieron involucrados en la puesta en marcha de un negocio. Sin embargo, la mayoría de estos emprendimientos no lograron sobrevivir más allá de los 42 meses de existencia (Lasio et al., 2020).

Las condiciones marco para el emprendimiento en Ecuador muestran una serie de fortalezas y debilidades del entorno empresarial. Entre las fortalezas destacan la infraestructura física, las normas sociales y culturales que favorecen el espíritu emprendedor, y la educación en emprendimiento en post secundaria. Sin embargo, también existen debilidades significativas como las políticas gubernamentales relacionados con impuestos y burocracia, la disponibilidad de financiamiento para emprendedores, y la falta de transferencia de investigación y desarrollo hacia el sector empresarial (Lasio et al., 2020). Actualmente, se incluyen el conflicto interno del país y los alto índices de inseguridad que afectan la estabilidad de los negocios.

Con estos antecedentes, la necesidad de repensar el desarrollo desde un sentido “emprendedor” y de “innovación” motiva a los gobiernos a combinar de manera efectiva políticas públicas e inversiones privadas para fomentar un sociedad emprendedora (Herruzo et al., 2019). Según Molina et al. (2018) el emprendimiento ha revolucionado las empresas tradicionales, pero la falta de una cultura emprendedora sigue siendo uno de los principales obstáculos para la creación de iniciativas emprendedoras e innovadoras en un país.

En este contexto emprendedor, las universidades no están alejadas de esta realidad y el emprendimiento universitario no solo ha servido como puente para la creación de nuevas empresas, sino que también ha fomentado la cultura emprendedora en los estudiantes a través de la transferencia de conocimientos y tecnologías. Esquivel et al. (2023) afirman que el emprendimiento universitario está ligado a la implementación de estrategias para apoyar a los estudiantes a crear sus propias empresas. Aunque en la últimas décadas ha existido un

marcado interés por el tema del emprendimiento en las universidades, pocas han logrado tener un eficiencia alta.

La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí es una de las universidades a nivel nacional que acoge a un gran número de estudiantes cada año dada la diversidad de carreras que oferta en sus 6 áreas de cocimiento, tanto en su matriz Manta con en las Extensiones de Chone, Bahía de Caráquez, Pedernales, El Carmen y sus sedes de Tosagua y Santo Domingo. Al analizar la situación del emprendimiento se puede ver que la universidad ha implementado importantes acciones para fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes. Una de estas acciones ha sido la incorporación de la asignatura de Innovación, Emprendimiento y Liderazgo en el plan de estudios de todas las carreras.

Además, se han ejecutado proyectos de vinculación e investigación que buscan fortalecer el emprendimiento en los estudiantes, razón por la cual la presente investigación se enfoca en analizar la influencia de la innovación en el emprendimiento de los estudiantes de la Carrera de



Administración de Empresas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, matriz Manta con el fin de proporcionar una visión actualizada de los avances en emprendimiento en la universidad y proponer estrategias efectivas para impulsar el espíritu emprendedor en los estudiantes.

### **Revisión literaria**

Desde una visión holística, el análisis de la influencia de la innovación en el emprendimiento universitario requiere una comprensión detallada de una serie de conceptos claves, los cuales se presentan a continuación para facilitar una comprensión más profunda de la temática investigada:

#### ***Innovación:***

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) define a «la innovación como un proceso iterativo activado por la percepción de una oportunidad proporcionada por un nuevo mercado y/o nuevo servicio y/o avance tecnológico que se puede entregar a través de actividades de definición, diseño, producción,

marketing y éxito comercial del invento». (Montoya, 2015)

#### ***Tipos de innovación:***

El manual de OSLO (OECD, 2005) adoptado por la Comisión Europea propone cuatro tipos de innovaciones dentro de dos categorías:

#### ***Innovaciones tecnológicas:***

##### **1. Innovaciones en productos.**

Estas innovaciones implican cambios significativos en las características o capacidades de los bienes o servicios. Pueden incluir la introducción de productos completamente nuevos en el mercado o en mejoras sustanciales de los productos existentes.

##### **2. Innovaciones de procesos.**

Representan cambios significativos en los métodos de producción y entrega, como por ejemplo la adopción de nuevas tecnologías, técnicas o enfoques que mejoran la eficiencia, la calidad o la flexibilidad de los procesos de producción.

### ***Innovaciones no tecnológicas:***

#### **1. Innovaciones organizativas.**

Se refieren a la implementación de nuevos métodos organizativos dentro de la empresa. Estos cambios pueden afectar las prácticas comerciales, la estructura organizativa interna, las relaciones laborales o la gestión de la cadena de suministro, entre otros aspectos.

#### **2. Innovaciones en Marketing.**

Estas innovaciones implican la adopción de nuevos métodos o enfoques de marketing. Pueden incluir cambios en el diseño y embalaje del producto, en las estrategias de promoción y publicidad, en la distribución y la colocación del producto, así como en la fijación de precios.

### ***Creatividad***

Según Alcaraz (2017) en su libro el Emprendedor de éxito, la creatividad se define como un proceso mental que implica la habilidad para generar algo novedoso, distinto, único y original. Se trata de un estilo de pensar y actuar que el cerebro emplea para procesar la información y manifestarse a través de la

generación de ideas, situaciones u objetivos innovadores que, de alguna manera, puedan modificar o elevar la realidad actual del individuo.

### ***Recursos***

Los recursos se definen como los distintos medios que se utilizan para alcanzar un objetivo o satisfacer una necesidad. Puede concebirse como un conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o emprender una empresa, tales como: recursos naturales, humanos, forestales, entre otros. (Enciclopedia Significados, s. f.)

### ***Creación de valor***

El concepto de creación de valor se refiere a la capacidad de una empresa o sociedad para generar riqueza o bien utilidad a través de su actividad. Se considera que una empresa crea valor cuando la utilidad o riqueza que genera es lo suficiente para compensar el coste de todas las fuentes de financiamiento de los recursos invertidos en el negocio (Martínez, 2011). Esto implica que el valor se crea no solo para la empresa misma,



sino también para sus accionistas, empleados, clientes y la sociedad en general.

La innovación desempeña un papel fundamental en la creación de valor al impulsar mejoras en productos o servicios, aumentar la eficiencia interna de los procesos mediante la reducción de costos y permitir la capitalización de los logros obtenidos a través de procesos innovadores. Por ejemplo, la introducción de nuevos productos o la optimización de procesos pueden aumentar la satisfacción del cliente, mejorar la competitividad en el mercado y aumentar la rentabilidad de la empresa, lo que contribuye a su crecimiento y éxito a largo plazo (Meliá, s. f.)

### ***Emprender***

Para (Stevenson, 2000) emprender implica buscar oportunidad más allá de los recursos que dispone el emprendedor en ese momento. Por otro lado, Peter Drucker en su libro “Innovation and Entrepreneurship” señala que el emprendedor siempre está en búsqueda de cambios, responde a ellos y los aprovecha como oportunidades. Además, Drucker relaciona el emprendimiento

con la innovación, considerándola como el medio para aprovechar el cambio y desarrollar un proyecto diferente (Drucker, 2014).

### ***Emprendimiento***

(Arias & Pérez, 2014) define al emprendimiento como una forma de actuar y pensar orientada a la generación de riquezas y al aprovechamiento de oportunidades. Esta concepción implica una visión integral del liderazgo que busca generar valor tanto para la empresa como para la economía y la sociedad en su conjunto. En la actualidad, el emprendimiento ha cobrado gran importancia debido a la necesidad de muchas personas de alcanzar su independencia y estabilidad económica, especialmente en vista de los elevados niveles de desempleo y la insatisfactoria calidad de los empleos existentes.

### ***Espíritu emprendedor***

El espíritu emprendedor puede definirse como la capacidad de una persona para desarrollar proyectos innovadores o de oportunidad con el objetivo de obtener un beneficio. Esto implica desarrollar un idea nueva, modificar una existente y

traducirla en una actividad social rentable y productiva para buscar beneficios económicos, sociales y políticos. En la actualidad, el espíritu emprendedor es sinónimo de creatividad, innovación, cambio, fundación de una organización empresarial o toma de riesgos (Malagón, 2003).

### ***Ecosistema emprendedor universitario***

Un ecosistema emprendedor universitario puede entenderse como una red de actores interconectados, tanto potenciales como existentes, que incluyen organizaciones empresariales, instituciones de investigación y el sistema político. Estos actores se unen de manera formal e informalmente a través de iniciativas gubernamentales destinada a promover el desarrollo empresarial. Para Isenberg (2010) citado en (Achiquen et al., 2021) un ecosistema emprendedor exitoso se caracteriza por elementos como liderazgo, cultura empresarial, acceso a mercados financieros y una mentalidad abierta hacia la innovación.

## **2. Metodología**

La metodología utilizada en este estudio combinó enfoques cualitativos y cuantitativos, empleando para ello un diseño no experimental transversal-correlacional para establecer la relación entre las variables innovación y emprendimiento, como métodos teóricos se utilizaron el histórico lógico, el inductivo deductivo y el análisis síntesis.

La investigación se llevó a cabo durante el periodo académico 2023(2) y utilizó técnicas de investigación como la encuesta y la entrevista. Las encuestas, estructuradas mediante un cuestionario de 21 preguntas en escala de Likert fueron sometidas a juicio de expertos para garantizar su validez antes de su aplicación, mientras que las entrevistas se realizaron a docentes de la asignatura de Emprendimiento para valorar la intención emprendedora de los estudiantes.

La investigación consideró al total de estudiantes matriculados en la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí durante el



periodo académico 2023(2), los cuales, según los datos proporcionados por la Secretaría General de la Universidad,

ascienden a un total de 1493 estudiantes, de acuerdo con el siguiente detalle:

**Tabla 1.** Resumen de estudiantes matriculados en la Carrera de Administración de Empresas durante el periodo académico 2023(2)

| Periodo | Facultad                                       | Sexo   |       |       |
|---------|------------------------------------------------|--------|-------|-------|
|         |                                                | Hombre | Mujer | Total |
| 2023-2  | Bahía de Caráquez                              | 74     | 116   | 190   |
| 2023-2  | Chone                                          | 107    | 182   | 289   |
| 2023-2  | Ciencias administrativas, contables y comercio | 304    | 410   | 714   |
| 2023-2  | El Carmen                                      | 37     | 64    | 101   |
| 2023-2  | Pedernales                                     | 45     | 90    | 135   |
| 2023-2  | Sede Santo Domingo de los Tsáchilas            | 19     | 45    | 64    |
|         |                                                | 586    | 907   | 1493  |

**Fuente:** Elaboración propia en base a los datos proporcionados por la Secretaría General (2024).

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia considerando al total de estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la matriz Manta que cuentan con algún tipo de emprendimiento en ejecución. De acuerdo con los datos proporcionados por el Observatorio Territorial de la ULEAM existen un total de 22 estudiantes de la carrera que cuentan con emprendimientos en ejecución.

Posteriormente, para validar los instrumentos de investigación se calculó el estadístico de fiabilidad mediante el Software estadístico SPSS 27 obteniendo un valor de

0,854, lo que indica que el instrumento es fiable. Este mismo software se utilizó para el procesamiento de los datos recolectados durante la investigación.

**Tabla 2.** Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,854             | 21             |

**Fuente:** Elaboración propia en función de los resultados del SPSS (2024).

Para evaluar la confiabilidad del instrumento/constructo, así como para las pruebas de hipótesis, fue necesario detallar el baremo de medición para verificar los niveles de correlación que despliega el SPSS, como se muestra en la tabla 3.

**Tabla 3.** Baremo de medición para interpretar coeficiencias y correlaciones

| R               | Relación           | Correlación |
|-----------------|--------------------|-------------|
| R= 0            | No existe          | Nula        |
| 0,00 < r ≤ 0,20 | Muy poco intensa   | Pequeña     |
| 0,20 < r ≤ 0,40 | Pequeña/apreciable | Baja        |
| 0,40 < r ≤ 0,60 | Considerable       | Regular     |
| 0,60 < r ≤ 0,80 | Intensa            | Alta        |
| 0,80 < r ≤ 1,00 | Muy intensa        | Muy Alta    |

**Fuente:** Elaboración propia en función de los resultados del SPSS (2024).

### 3. Resultados y discusión

Los resultados de la investigación muestran que 22 estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la ULEAM están involucrados en emprendimientos que abarcan una amplia gama de productos y servicios. En cuanto a productos, se destacan alimentos como galletas, postres, chocolates, donas, tortillas, así como productos de primera necesidades y químicos agropecuarios. También se mencionan productos no alimenticios como la elaboración de rosas, blusas, peluches, llaveros, además de productos de sublimación, entre otros. En el ámbito de los servicios, se observa la asesoría de procesos migratorios y turísticos, cuidado de infantes,

alimentación y desarrollo motriz de destrezas.

En relación con el tiempo de permanencia de los emprendimientos en el mercado, se observa que el 59,1% de los emprendimientos tienen de 3 a 6 meses de actividad, el 18,2% de 6 a 12 meses, el 9,1% de 1 a 2 años y el 13,6% más de dos años en el mercado.

En cuanto a la frecuencia de implementación de procesos de innovación el 45,5% de los emprendedores afirmó que lo hace frecuentemente, el 27,3% de manera ocasional, el 13,6% raramente, el 9,1% muy frecuentemente y el 4,5% nunca, tal como se puede visualizar en la tabla 4.

**Tabla 4.** Frecuencia de implementación de procesos de innovación en los emprendimientos

|        |                | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|----------------|------------|------------|
| Válido | Nunca          | 1          | 4,5        |
|        | Raramente      | 3          | 13,6       |
|        | Ocasionalmente | 6          | 27,3       |
|        | Frecuentemente | 10         | 45,5       |



|                    |           |              |
|--------------------|-----------|--------------|
| Muy frecuentemente | 2         | 9,1          |
| <b>Total</b>       | <b>22</b> | <b>100,0</b> |

**Fuente:** Elaboración propia en función de los resultados del SPSS (2024).

En función de estos resultados, el 54,5% de los encuestados está de acuerdo en que las innovaciones implementadas han mejorado la situación de sus emprendimientos, el

18,2% se muestra indeciso al respecto, el 13,6% en desacuerdo, 9,1% totalmente de acuerdo y el 4,5% en total desacuerdo, como se muestra en la tabla 5.

**Tabla 5.** Mejoras en la situación de los emprendimientos con respecto a los procesos de innovación implementados

|        |                          | Frecuencia | Porcentaje   |
|--------|--------------------------|------------|--------------|
| Válido | Totalmente en desacuerdo | 1          | 4,5          |
|        | En desacuerdo            | 3          | 13,6         |
|        | Indeciso                 | 4          | 18,2         |
|        | De acuerdo               | 12         | 54,5         |
|        | Totalmente de acuerdo    | 2          | 9,1          |
|        | <b>Total</b>             | <b>22</b>  | <b>100,0</b> |

**Fuente:** Elaboración propia en función de los resultados del SPSS (2024).

Así mismo, con relación a la percepción de los clientes respecto a las innovaciones implementadas en los emprendimientos el 59,1% afirmó que frecuentemente los clientes perciben estas implementación, el 22,7% ocasionalmente, el 13,6% muy frecuentemente y el 4,5% raramente.

Otro resultado significativo del estudio es el nivel de interés de los estudiantes de la carrera por emprender una vez concluida la universidad, donde se evidencia que el 36,4% de los encuestados opina que ocasionalmente, el 27,3% siempre, el 22,7% casi siempre, el 9,1% nunca y el 4,5% aseguran que casi nunca, como se resume en la tabla 6.

**Tabla 6.** Nivel de interés de los estudiantes de la carrera por emprender una vez concluida la universidad

|        |                | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|----------------|------------|------------|
| Válido | Nunca          | 2          | 9,1        |
|        | Casi nunca     | 1          | 4,5        |
|        | Ocasionalmente | 8          | 36,4       |
|        | Casi siempre   | 5          | 22,7       |

|              |           |              |
|--------------|-----------|--------------|
| Siempre      | 6         | 27,3         |
| <b>Total</b> | <b>22</b> | <b>100,0</b> |

**Fuente:** Elaboración propia en función de los resultados del SPSS (2024).

En cuanto a si la universidad implementa acciones para fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes, el 50% de los emprendedores respondió que frecuentemente, el 22,7% ocasionalmente, el 13,6% muy frecuentemente, 9,1% raramente y el 4,5% nunca.

**Tabla 7.** Acciones implementadas por la universidad para fomentar el espíritu emprendedor

|        |                    | Frecuencia | Porcentaje   |
|--------|--------------------|------------|--------------|
| Válido | Nunca              | 1          | 4,5          |
|        | Raramente          | 2          | 9,1          |
|        | Ocasionalmente     | 5          | 22,7         |
|        | Frecuentemente     | 11         | 50,0         |
|        | Muy frecuentemente | 3          | 13,6         |
|        | <b>Total</b>       | <b>22</b>  | <b>100,0</b> |

**Fuente:** Elaboración propia en función de los resultados del SPSS (2024).

El 72,7% de los encuestados está totalmente de acuerdo y de acuerdo en que la formación académica y las experiencias extracurriculares recibidas en la universidad son importantes para el desarrollo de los emprendimientos.

En cuanto a los resultados de la entrevista realizada a docentes de la asignatura de Emprendimiento de la matriz Manta para valor la intención emprendedora de los estudiantes, la mayoría coincide en que la innovación desempeña un papel fundamental en el éxito de los emprendimientos de los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas, ya que les permite

identificar oportunidades de mercado, resolver problemas de manera creativa y adaptarse a los cambios del entorno empresarial de manera rápida, ya que si no se innova se corre el riesgo de que el emprendimiento fracase. Entre los desafíos que a criterio de los docentes enfrentan los estudiantes al intentar implementar procesos de innovación en sus proyectos empresariales incluyen la falta de recursos financieros, la resistencia al cambio, la falta de estudios de mercado, los escasos conocimientos en el área empresarial, así como la falta de experiencia en la gestión de sus proyectos y sobre todo la presión



por obtener resultados inmediatos una vez implementado en emprendimiento.

Con respecto a las innovaciones implementados por los estudiantes están el uso de aplicaciones móviles y plataformas de comercio electrónico para la venta de los productos, el uso de las redes sociales, entre las más importantes.

Finalmente, coinciden en que para crear una cultura de innovación en el entorno universitario y en la comunidad estudiantil de la Carrera de Administración de Empresas se requiere fomentar la colaboración interdisciplinaria, promover la experimentación y el fracaso como parte del proceso de aprendizaje dentro del componente de la docencia.

Con relación a las hipótesis planteadas en la investigación se obtuvieron los siguientes resultados:

### Hipótesis general (X)

**X<sub>1</sub>:** Existe una correlación positiva entre el nivel de innovación y el grado de emprendimiento de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la ULEAM, Matriz Manta.

**H<sub>0</sub>** No existe una correlación positiva entre el nivel de innovación y el grado de emprendimiento de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la ULEAM, Matriz Manta.

**H<sub>1</sub>** Existe una correlación positiva entre el nivel de innovación y el grado de emprendimiento de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la ULEAM, Matriz Manta.

**Tabla 8.** Comprobación de hipótesis general

|                 |                |                             | X<br>Innovación | Y<br>Emprendimiento |
|-----------------|----------------|-----------------------------|-----------------|---------------------|
| Rho de Spearman | Innovación     | Coefficiente de correlación | 1,000           | ,927**              |
|                 |                | Sig. (bilateral)            | .               | ,000                |
|                 |                | N                           | 22              | 22                  |
|                 | Emprendimiento | Coefficiente de correlación | ,927**          | 1,000               |
|                 |                | Sig. (bilateral)            | ,000            | .                   |
|                 |                | N                           | 22              | 22                  |

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

**Fuente:** Elaboración propia en función de los resultados del SPSS (2024).

La correlación de Spearman entre estas dos variables es de 0,927, lo que indica una correlación positiva muy alta entre ellas. Además, el valor de significancia (Sig.) es menor que 0,001, lo que significa que esta correlación es altamente significativa. Estos resultados indican una correlación significativa y positiva entre la frecuencia de implementación de procesos de innovación en el emprendimiento y la mejora en la situación de este debido a estas innovaciones. Es decir, a medida que aumenta la frecuencia de implementación de procesos innovadores, también tiende a mejorar la situación del emprendimiento. Esta correlación es estadísticamente significativa a un nivel de confianza del 99%, lo que sugiere una fuerte asociación entre

las dos variables en el contexto de la muestra estudiada, por lo que se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1).

### Hipótesis específicas (Y1)

**Y<sub>1</sub>:** Los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la ULEAM muestran un alto grado de interés en el emprendimiento y la creación de nuevas empresas.

**H<sub>0</sub>** Los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la ULEAM no muestran un alto grado de interés en el emprendimiento y la creación de nuevas empresas.

**H<sub>1</sub>** Los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la ULEAM muestran un alto grado de interés en el emprendimiento y la creación de nuevas empresas.

**Tabla 9.** Comprobación de hipótesis específicas (Y1)

|                 |                      | Espíritu emprendedor        |        | Universidad |
|-----------------|----------------------|-----------------------------|--------|-------------|
| Rho de Spearman | Espíritu emprendedor | Coefficiente de correlación | 1,000  | ,719**      |
|                 |                      | Sig. (bilateral)            | .      | ,000        |
|                 |                      | N                           | 22     | 22          |
|                 | Universidad          | Coefficiente de correlación | ,719** | 1,000       |
|                 |                      | Sig. (bilateral)            | ,000   | .           |
|                 |                      | N                           | 22     | 22          |

\*\*.

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

**Fuente:** Elaboración propia en función de los resultados del SPSS (2024).

La correlación de Spearman entre estas dos variables es de 0,719, lo

que indica una correlación positiva alta entre ellas. Además, el valor de significancia (Sig.) es menor que



0,001, lo que significa que esta correlación es altamente significativa. Estos resultados indican una asociación positiva moderada entre el nivel de interés de los estudiantes de la carrera por emprender una vez concluida la universidad y la implementación de acciones por parte de la universidad para fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes. Es decir, aquellos estudiantes que muestran un mayor interés en emprender también tienden a percibir que la universidad realiza más acciones para fomentar el espíritu emprendedor, rechazando por lo tanto la hipótesis nula.

## Hipótesis específicas (Y<sub>2</sub>)

**Y<sub>2</sub>.** La falta de recursos financieros es una barrera para que los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas emprendan en proyectos innovadores.

**H<sub>0</sub>** La falta de recursos financieros no es una barrera significativa para que los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas emprendan en proyectos innovadores.

**H<sub>1</sub>** La falta de recursos financieros es una barrera significativa para que los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas emprendan en proyectos innovadores.

**Tabla 10.** Comprobación de hipótesis específicas (Y<sub>2</sub>)

|                 |                   |                             | Recursos | Acceso a recursos |
|-----------------|-------------------|-----------------------------|----------|-------------------|
| Rho de Spearman | Recursos          | Coefficiente de correlación | 1,000    | ,486*             |
|                 |                   | Sig. (bilateral)            | .        | ,022              |
|                 |                   | N                           | 22       | 22                |
|                 | Acceso a recursos | Coefficiente de correlación | ,486*    | 1,000             |
|                 |                   | Sig. (bilateral)            | ,022     | .                 |
|                 |                   | N                           | 22       | 22                |

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

**Fuente:** Elaboración propia en función de los resultados del SPSS (2024).

El coeficiente de correlación de Spearman entre la falta de recursos y el crecimiento del emprendimiento es de 0.486, indicando una

correlación positiva considerable a un nivel de confianza del 95%. Evidenciándose que a medida que la falta de recursos aumenta también lo

hace la limitación para el crecimiento del emprendimiento. Es decir, cuando los emprendedores tienen dificultades para acceder a recursos, es más probable que experimenten limitaciones en el crecimiento de sus emprendimientos. Dado el baremo establecido con este valor se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula de que la falta de recursos financieros no es una barrera significativa para que los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas emprendan en proyectos innovadores.

### Hipótesis específicas (Y<sub>3</sub>)

**Y<sub>3</sub>.** La formación académica y las experiencias extracurriculares tienen un impacto positivo en el fomento del

espíritu emprendedor y la capacidad innovadora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la ULEAM.

**H<sub>0</sub>** No hay relación entre la formación académica y las experiencias extracurriculares con el fomento del espíritu emprendedor y la capacidad innovadora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la ULEAM.

**H<sub>1</sub>** Existe una relación positiva entre la formación académica y las experiencias extracurriculares con el fomento del espíritu emprendedor y la capacidad innovadora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la ULEAM.

**Tabla 11.** Comprobación de hipótesis específicas (Y<sub>3</sub>)

|                 |                     |                            | Formación Académica | Universidad |
|-----------------|---------------------|----------------------------|---------------------|-------------|
| Rho de Spearman | Formación Académica | Coeficiente de correlación | 1                   | ,618**      |
|                 |                     | Sig. (bilateral)           |                     | ,002        |
|                 |                     | N                          | 22                  | 22          |
|                 | Universidad         | Coeficiente de correlación | ,618**              | 1           |
|                 |                     | Sig. (bilateral)           | ,002                |             |
|                 |                     | N                          | 22                  | 22          |

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

**Fuente:** Elaboración propia en función de los resultados del SPSS (2024).

El coeficiente de correlación de Spearman entre la formación académica recibida en la universidad y la mejora del emprendimiento es

de 0.618. Esta correlación positiva y moderadamente fuerte sugiere que existe una relación significativa entre la calidad de la formación académica



en la universidad y la capacidad de mejorar el emprendimiento de los individuos encuestados. Estos resultados sugieren que la formación académica recibida en la universidad y la generación de espacios para promocionar emprendimientos por parte de la institución están positivamente relacionadas con la mejora de los emprendimientos de los individuos encuestados.

## Discusión

La investigación realizada para analizar la influencia de la innovación en el emprendimiento de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, matriz Manta presenta resultados significativos que han permitido tener una visión actualizada del ecosistema emprendedor en la universidad.

Según estos resultados, se observa un nivel bajo de emprendimiento en los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas en relación con el total de estudiantes matriculados durante el periodo académico 2023(2). Esto coincide con lo argumentado por Navarro (2023) quien sostiene que en los

sistemas universitarios de países con una menor cultura emprendedora, la presencia del emprendimiento suele ser menor. Algunas de las posibles razones detrás de esta situación son la escasez de recursos y apoyo para iniciar proyectos empresariales, una formación académica orientada principalmente hacia empleos tradicionales y una cultura que valora más la estabilidad laboral que la innovación.

Por otro lado, en países donde la cultura emprendedora está más arraigada, se observa una mayor presencia y apoyo al emprendimiento. Estos países suelen invertir más recursos, desarrollar programas y proyectos de incubación y formación empresarial, y tienen una mentalidad más abierta al riesgo y a la innovación.

A pesar de estos indicadores, se evidencia un mayor interés por parte de la universidad en promover acciones para fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes. Estas acciones incluyen la implementación de programas y proyectos para impulsar el emprendimiento, la generación de

espacios para promocionar los emprendimientos, así como la incorporación de la asignatura de Innovación, Emprendimiento y Liderazgo en el plan de estudios de las carreras, entre otras iniciativas. Además, se observa un creciente interés por parte de los estudiantes emprendedores en implementar procesos de innovación. Esto se corroboró con la hipótesis general de la investigación, que reveló una correlación muy alta de 0,927 entre la variable innovación y emprendimiento, indicando una correlación positiva significativa. En otras palabras, a medida que aumenta la frecuencia de implementación de procesos innovadores, la percepción que tienen los estudiantes emprendedores es que tiende a mejorar la situación del emprendimiento.

Estas innovaciones, en su mayoría se implementan en productos y servicios, lo que genera una percepción significativa en cuanto a la creación de valor para los clientes. Según Arroyo et al (2020) la academia, incluidas las universidades e institutos de investigación públicos o privados,

tiene la responsabilidad dentro del sistema de innovación de realizar investigaciones para mejorar los procesos, productos o bienes en el mercado. Esto incluye la introducción de nuevos productos basados en necesidades individuales o sociales identificadas, demandas de los consumidores y necesidades de desarrollo económico y tecnológico del país, así como la competitividad empresarial a nivel local, regional o internacional.

Así también, se suele creer que la falta de recursos financieros constituye una barrera para que los estudiantes de la Carrera de Administración de empresas emprendan en proyectos innovadores. Sin embargo, los resultados de la correlación de Spearman descartan esta hipótesis, sugiriendo que otros factores podrían influir en el emprendimiento universitario. Según Aguirre (2020), los factores que afectan el viaje del universitario o lo influyen es la falta de ideas innovadoras, la imagen de la gente de negocios, la edad, el conocimiento de administración negocios, el apoyo del gobierno, el mecanismo legal, el nivel de



educación de la madre, la actividad laboral del padre y la conciencia de lo que significa ser propietario y administrar un negocio.

Por otro lado, resulta necesario implementar programas de educación en emprendimiento desde las aulas universitarias, que brinden a los estudiantes una base sólida de conocimientos empresariales. Esto se refleja en el interés mostrado por los estudiantes en que la universidad desempeñe un papel más activo en el ecosistema emprendedor. De acuerdo con Perdomo et al. (2016), los universitarios no solo aspiran a emprender en un negocio rentable, sino que también buscan construir empresas sostenibles en el tiempo y conectadas con el progreso general de su comunidad. Esta afirmación se contrasta con los resultados de la hipótesis número tres propuestas en la investigación, que hace referencia a que la formación académica y las experiencias extracurriculares tienen un impacto positivo en el fomento del espíritu emprendedor y la capacidad innovadora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la ULEAM.

#### 4. Conclusiones

Se concluye que la tasa de emprendimiento en la universidad es baja (1,5%) en relación al total de estudiantes matriculados en la carrera durante el periodo estudiado, esto puede indicar una falta de cultura emprendedora en el entorno universitario o posiblemente barreras externas que limitan las iniciativas emprendedoras, sin embargo, a pesar del bajo nivel de emprendimiento, se observa un interés creciente por parte de la ULEAM para promover acciones que fomenten el espíritu emprendedor entre los estudiantes.

La investigación evidencia una correlación significativa entre la implementación de procesos de innovación y el emprendimiento entre los estudiantes de la Carrera de Administración de empresas de la ULEAM, esto muestra que la innovación juega un papel fundamental en el fomento del espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios y en el éxito de los emprendimientos. Por lo tanto, resulta fundamental que la universidad implemente acciones que promuevan la innovación y a su

vez el espíritu emprendedor entre sus estudiantes.

En cuanto a los desafíos que enfrentan los estudiantes de la Carrera al emprender en proyectos innovadores, según los resultados de la investigación existen factores mas relevantes que la falta de recursos financieros. Estos pueden incluir la incertidumbre actual del mercado y la competencia, así como la falta de ideas innovadoras, la percepción de la figura empresarial, la edad, el conocimiento de administración de negocios, el apoyo del gobierno, el marco legal, el nivel de educación de la madre, la actividad laboral del padre y la comprensión de las responsabilidades de ser propietario y administrar un negocio. Esto implica la necesidad de una mayor participación de la universidad en la formación de los estudiantes con mentalidad emprendedora, a fin de dotarlos de las habilidades y conocimientos prácticos que puedan aplicarse en el mundo real.

### **Limitaciones**

La investigación se centró en estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Matriz Manta, lo que puede limitar la generalización de los resultados al contexto del emprendimiento en la ULEAM y en otros contextos universitarios o regionales.

Al utilizar un enfoque principalmente cuantitativo con respecto a la muestra de estudiantes emprendedores se podría haber limitado la comprensión de las motivaciones y las principales barreras que enfrentan los estudiantes para emprender.

Así mismo, la falta de datos longitudinales podría haber limitado la capacidad de obtener tendencias a lo largo del tiempo, así como evaluar el impacto de las acciones tomadas por la universidad para fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes a lo largo plazo.

### **Recomendaciones**

A fin de tener un contexto global del emprendimiento en la ULEAM se recomienda realizar un análisis profundo y objetivo de la situación actual de la universidad en materia de fomento al emprendimiento, así como ampliar el alcance de la



investigación a otras carreras, que incluya también a emprendedores en etapas posteriores de su carrera, pero que sus emprendimientos hayan surgido durante su proceso de formación, esto permitiría obtener una imagen más completa del ecosistema emprendedor en la universidad.

Realizar estudios cualitativos adicionales para comprender mejor las motivaciones y barreras para emprender entre los estudiantes, lo que podría informar mejor las estrategias de promoción del espíritu emprendedor que debería implementar la universidad.

Diseñar programas de educación en emprendimiento que proporcionen a los estudiantes no solo conocimientos empresariales, sino también habilidades y experiencia prácticas en el desarrollo y gestión de proyectos empresariales.

## Bibliografía

Achiquen, J., Santoyo, V. H., Martínez, E. G., & Muñoz, M. (2021). El Ecosistema Emprendedor en las Principales Instituciones de Enseñanza e Investigación Agrícola de México. *Journal of*

*technology management & innovation*, 16(3), 21-34.  
<https://doi.org/10.4067/S0718-27242021000300021>

Aguirre, J. A. (2020). Obstáculos del viaje emprendedor del estudiante universitario en Costa Rica. *Tec Empresarial*, 14(3), 16-33.  
<https://doi.org/10.18845/te.v14i3.5360>

Alcaraz, R. (2017). *El emprendedor de éxito* (Vol. 5). McGraw-Hill Education.  
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/2099>

Arias, M., & Pérez, R. (2014). *Emprendimiento: Como comenzar una empresa con éxito*. 14, 175-183.

Arroyo, G. V., Sánchez, E. P. M., & Quiñonez, J. C. (2020). Innovación, emprendimiento e investigación científica. *Revista de Ciencias Sociales* (Ve), XXVI(3).  
<https://www.redalyc.org/journal/280/28063519006/html/>

Castro, P. (2023). *Índice Global de Innovación 2023*.

Cilleruelo, E. (2007). *Compendio de Definiciones del Concepto «Innovación» Realizadas por Autores Relevantes: Diseño Híbrido Actualizado del Concepto*. 91-98.

- <https://doi.org/10.37610/dyo.v0i34.20>
- Drucker, P. F. (2002, agosto 1). The Discipline of Innovation. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2002/08/the-discipline-of-innovation>
- Enciclopedia Significados. (s. f.). Recursos. Enciclopedia Significados. Recuperado 19 de abril de 2024, de <https://www.significados.com/recursos/>
- Entrepreneurship in Ecuador. (s. f.). GEM Global Entrepreneurship Monitor. Recuperado 27 de marzo de 2024, de <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/ecuador-2>
- Esquivel, F. A., García Sandoval, J. R., & Aldape Ballesteros, L. A. (2023). Universidades emprendedoras en América Latina. Revista Venezolana de Gerencia, 28(104), 1685-1700. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.104.19>
- Herruzo, E., Hernández, B., Cardella, G., & Sánchez, J. (2019). Emprendimiento e innovación: Oportunidades para todos. DYKINSON, S.L.
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020.
- Malagón, F. (2003). ¿Cómo orientar el espíritu emprendedor hacia la creación de empresas? <https://journal.universidadean.edu.co/>
- Martínez, J. B. (2011). El valor de una empresa y la creación de valor en esa empresa.
- Meliá, D. J. M. (s. f.). La innovación, concepto e importancia económica.
- Molina, R., Contreras, R., & López, A. (2018). Las Mipymes y su competitividad sustentable: Retos ante un nuevo ordenamiento económico mundial.
- Montoya, A. (2015). Creatividad, Innovación y Emprendimiento en las empresas: Análisis y Diagnóstico de los Factores Internos.
- Morales, R., Arandes, T., & Antonio, J. (2014). El rol de la innovación en los emprendimientos exitosos del área metropolitana de Mérida.
- Navarro, G. (2023, agosto 4). La importancia del emprendimiento en las universidades de América Latina. El Mostrador. <https://www.elmostrador.cl/agenda-pais/agenda-innovacion/2023/08/04/la-importancia-del-emprendimiento-en-las-universidades-de-america-latina/>



OECD. (2005). Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data (3rd Edition). OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264013100-en>

Perdomo, P. E. Á., Alcívar, M. A. A., Salvatierra, J. X. B., Martínez, M. E. R., & Vilcacundo, J. L. G. (2016). LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO: NECESIDADES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR.

Rosales, O. (2009). La globalización y los nuevos escenarios del comercio internacional. Revista de la CEPAL, 2009(97), 77-95. <https://doi.org/10.18356/e1ceba76-es>