

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de  
investigación previo a la obtención del Título de  
Ingeniera de Empresas**

**TEMA: “Innovación social como factor de  
emprendimiento en los millennials del cantón Ambato”**

**AUTOR: Erika Johanna Gordón Sangoquiza**

**TUTOR: Dr. Danilo Javier Altamirano Analuisa**

**AMBATO – ECUADOR**

**Febrero 2020**



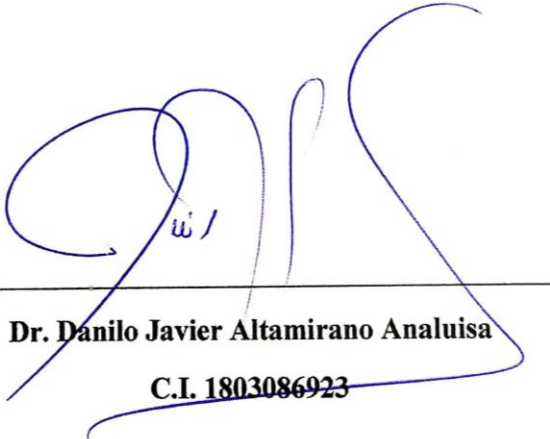
## APROBACIÓN DEL TUTOR

**Dr. Danilo Javier Altamirano Analuisa MBA**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación **“Innovación social como factor de emprendimiento en los millennials del cantón Ambato”** presentado por la señorita **Erika Johanna Gordón Sangoquiza** para optar por el título de Ingeniera de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 17 de febrero del 2020



**Dr. Danilo Javier Altamirano Analuisa**  
**C.I. 1803086923**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Erika Johanna Gordón Sangoquiza**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



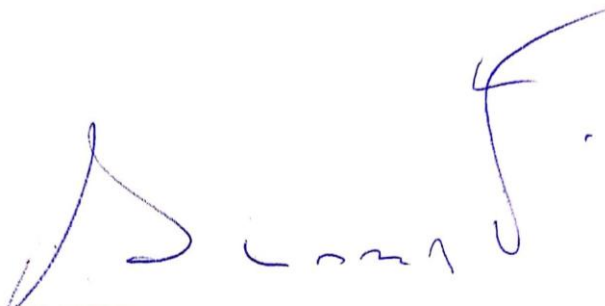
---

**Erika Johanna Gordón Sangoquiza**

**C.I. 1550053647**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadoros, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



---

**Ing. MBA. Edwin Alberto Lara Flores**

**C.I. 020072155-3**



---

**Ing. Mg. Elías David Caisa Yucailla**

**C.I. 1803458668**

Ambato, 17 de febrero del 2020

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



---

**Erika Johanna Gordón Sangoquiza**

**C.I. 1550053647**

## **DEDICATORIA**

*Este proyecto de investigación y la culminación de mi carrera son dedicados principalmente a Dios ya que sin su amor infinito nada de esto sería posible*

*A mi madre Janneth y Geovanny con todo mi cariño y amor por su arduo esfuerzo y trabajo, por confiar en mí y por enseñarme que con mucha dedicación y disciplina se pueden alcanzar grandes cosas.*

*A mis hermanos Michelle y Josueth por ver siempre en mí un ejemplo a seguir, por su amor, y sus palabras de aliento en tiempos difíciles.*

*A mi novio Paúl por amarme y cuidar de mí, brindándome su apoyo incondicional en toda mi carrera universitaria.*

*A toda mi familia por estar siempre para mí y no dejarme sola, por todos sus sabios consejos que me permitieron enfrentar los problemas día a día de una mejor manera.*

*A mis amigas que hicieron de la Universidad una etapa muy hermosa e inolvidable en mi vida.*

***Erika Johanna Gordón Sangoquiza***

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios por brindarme la sabiduría y determinación necesaria para culminar este proyecto con éxito y haber sido mi sostén y fortaleza en todo momento.*

*A mis padres Janneth y Geovanny por ser el motor de mi vida quienes con su amor incondicional supieron guiarme por el camino del bien, apoyando todas mis decisiones en cada etapa de mis estudios.*

*A mi familia por brindarme palabras de aliento cuando lo he necesitado ayudándome a entender que soy capaz de conseguir todo lo que me propongo.*

*A mi novio por la paciencia y apoyo durante todo este tiempo, motivándome día a día a ser mejor persona y jamás rendirme.*

*A mi tutor Dr. Danilo Altamirano por compartir sus conocimientos, tiempo y paciencia conmigo, logrando así culminar con triunfo el presente proyecto.*

*A mi querida Alma Máter Universidad Técnica de Ambato por formar profesionales de élite, a mis docentes de la Carrera de Organización de Empresas por brindarme la oportunidad de adquirir sus conocimientos científicos y formarme como una excelente futura profesional.*

***Erika Johanna Gordón Sangoquiza***

## ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	1
1.1 Antecedentes investigativos .....	1
1.2 Objetivos.....	3
1.2.1 Objetivo General.....	3
1.2.2 Objetivos Específicos .....	3
1.3 Millennials.....	3
1.3.1 Historia de los millennials .....	3
1.3.2 Conceptos de los millennials .....	7
1.3.3 Características de los millennials.....	8
1.3.4 Millennials en la innovación social .....	9
1.3.5 Millennials en los emprendimientos .....	10
1.3.6 Millennials en Ecuador .....	12
1.4 Innovación Social .....	13
1.4.1 De la innovación a la innovación social .....	13
1.4.2 Origen .....	15
1.4.3 Marco conceptual.....	16



1.4.4 Tipos de innovación social .....	18
1.4.5 Dimensiones y características determinantes de la innovación social.....	19
1.4.6 Enfoques de la innovación social.....	22
1.4.7 Factores de la Innovación Social .....	25
1.4.8 Agentes de la Innovación Social.....	27
1.4.9 Problemas Sociales .....	28
1.4.10 Innovación Social en los emprendimientos .....	29
1.4.11 Innovación Social en Ecuador .....	30
1.5 Emprendimiento .....	31
1.5.1 Origen .....	31
1.5.2 Marco conceptual.....	32
1.5.3 Tipos de emprendimientos.....	34
1.5.4 Factores externos de los emprendimientos .....	36
1.5.5 Factores internos del emprendimiento .....	38
1.5.6 Características de los emprendedores millennials .....	39
1.5.7 El proceso emprendedor .....	41
1.5.8 El triángulo del emprendedor .....	42
1.5.9 El emprendimiento en Ecuador.....	43
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>46</b>
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>46</b>
2.1 Materiales .....	46
2.2 Método.....	46
2.3 Modalidad básica de la investigación.....	46
2.3.1 Investigación bibliográfica y documental.....	46
2.3.2 Investigación de campo .....	47
2.4 Tipos de métodos investigativos .....	47
2.4.1 Método Descriptivo .....	47
2.4.2 Método correlacional .....	48
2.4.3 Método inductivo-deductivo.....	48
2.4.4 Método analítico-sintético .....	49

2.5 Técnica de Investigación .....	49
2.5.1 Encuesta .....	49
2.6 Instrumentos de Investigación.....	50
2.6.1 Cuestionario.....	50
2.7 Población y muestra .....	51
2.7.1 Población .....	51
2.7.2 Muestra .....	52
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>60</b>
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	<b>60</b>
3.1. Análisis y discusión de resultados.....	60
3.2 Verificación de hipótesis .....	101
3.2.1 Prueba de Chi Cuadrado .....	101
3.2.2 Cálculo de la prueba de Chi Cuadrado .....	104
3.3 Perfil para innovadores sociales emprendedores millennials .....	107
3.3.1 Introducción:.....	107
3.3.2 Objetivos de la propuesta.....	108
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>119</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>119</b>
4.1 Conclusiones.....	119
4.2 Recomendaciones .....	121
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	122
ANEXOS.....	134

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Bases conceptuales según autores .....	7
Tabla 2 Bases conceptuales Innovación Social .....	16
Tabla 3 Dimensiones y características de la innovación social .....	19
Tabla 4 Bases conceptuales según autores .....	32
Tabla 5 Segmentación de la muestra estudiantes universitarios .....	54
Tabla 6 Segmentación de la muestra emprendedores .....	54
Tabla 7 Estadísticos de fiabilidad Alfa de Cronbach.....	58
Tabla 8 Resumen del procesamiento de los datos .....	59
Tabla 9 Estadísticos total-elemento.....	59
Tabla 10 Frecuencia Segmento .....	60
Tabla 11 Frecuencia Género .....	61
Tabla 12 Frecuencia edad.....	62
Tabla 13 Frecuencia nivel de instrucción .....	63
Tabla 14 ¿Qué es la innovación social?.....	64
Tabla 15 Generar valor social, ¿Qué oportunidad crea? .....	66
Tabla 16 ¿Cuáles considera que son agentes dinamizadores de cambio social?.....	67
Tabla 17 ¿Cuál es la principal limitación que impide crear innovación social en el cantón? .....	69
Tabla 18 ¿Ha recibido capacitación en innovación social? .....	70
Tabla 19 ¿Qué es una red de innovación social? .....	72
Tabla 20 ¿Ha participado en una Red de innovación social?.....	73
Tabla 21 ¿Por qué surge la innovación social?.....	75
Tabla 22 ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los procesos de innovación?.....	76
Tabla 23 ¿Qué tan importante es la cultura en los procesos de innovación social? .....	77
Tabla 24 ¿Qué tan importante es la cultura en los procesos de innovación social? .....	78
Tabla 25 ¿Qué tan importante es el factor económico en proyectos de innovación social?.....	79
Tabla 26. ¿Qué tan importante es la innovación social en los procesos de comercialización? ....	80
Tabla 27 ¿Qué tan importante es la innovación social en la formulación de políticas públicas?.	81
Tabla 28 ¿Cuál es la principal limitación que impide crear emprendimientos? .....	83
Tabla 29 ¿Por qué los emprendimientos fracasan en el corto plazo?.....	84
Tabla 30 ¿Ha recibido capacitación en emprendimiento? .....	86
Tabla 31 ¿Ha participado en una Red de emprendimiento? .....	87

Tabla 32 ¿Por qué surgen los emprendimientos? .....	89
Tabla 33 ¿Por qué surgen los emprendimientos? .....	89
Tabla 34 ¿Qué institución financiera elegiría? .....	90
Tabla 35 ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los emprendimientos? .....	92
Tabla 36 ¿Qué tan importante es la cultura organizacional en los emprendimientos? .....	93
Tabla 37 ¿Qué tan importante es el factor económico en los emprendimientos? .....	95
Tabla 38 ¿Qué tan importante es la innovación social como elemento articulador de iniciativas en emprendimientos? .....	96
Tabla 39 ¿Qué tan importante es la formulación de políticas públicas en la creación de emprendimientos? .....	98
Tabla 40 ¿La innovación social influye como factor de emprendimiento en los millennials del cantón Ambato? .....	99
Tabla 41 Frecuencia Observada .....	102
Tabla 42 Frecuencia esperada .....	103
Tabla 43 Cálculo de la prueba de Chi Cuadrado .....	104
Tabla 44 Chi Cuadrado SPSS.....	104
Tabla 45 Tabla Chi-Cuadrado .....	105

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Sucesión generacional por períodos .....	4
Gráfico 2 Características generacionales.....	6
Gráfico 3 Tipos de Innovación Social .....	19
Gráfico 4 Dimensiones de la Innovación Social.....	21
Gráfico 5 Factores de la Innovación Social .....	27
Gráfico 6 Agentes de la innovación social .....	28
Gráfico 7 Problemas que soluciona la innovación social .....	29
Gráfico 8 Tipos de emprendimientos .....	35
Gráfico 9 Factores externos del emprendimiento .....	37
Gráfico 10 Características de los emprendedores millennials .....	40
Gráfico 11 Modelo de la triple hélice.....	42
Gráfico 12 Modelo GEM del ciclo de vida del negocio y las características emprendedoras .....	43
Gráfico 13 Índice de Espíritu Emprendedor 2017 para América Latina y El Caribe .....	44
Gráfico 14 Segmento .....	60
Gráfico 15 Género.....	61
Gráfico 16 Edad .....	62
Gráfico 17 Nivel de instrucción .....	63
Gráfico 18 ¿Qué es la innovación social? .....	65
Gráfico 19 Generar valor social, ¿Qué oportunidad crea?.....	66
Gráfico 20 ¿Cuáles considera que son agentes dinamizadores de cambio social?.....	68
Gráfico 21 ¿Cuál es la principal limitación que impide crear innovación social en el cantón? ....	69
Gráfico 22 ¿Ha recibido capacitación en innovación social? .....	71
Gráfico 23 ¿Qué es una red de innovación social? .....	72
Gráfico 24 ¿Ha participado en una Red de innovación social? .....	74
Gráfico 25 ¿Por qué surge la innovación social?.....	75
Gráfico 26 ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los procesos de innovación?...76	
Gráfico 27 ¿Qué tan importante es el factor económico en proyectos de innovación social?.....	79
Gráfico 28 ¿Qué tan importante es la innovación social en los procesos de comercialización? .80	
Gráfico 29 ¿Qué tan importante es la innovación social en la formulación de políticas? .....	82
Gráfico 30 ¿Cuál es la principal limitación que impide crear emprendimientos? .....	83
Gráfico 31 ¿Por qué los emprendimientos fracasan en el corto plazo?.....	85

Gráfico 32 ¿Ha recibido capacitación en emprendimiento? .....	86
Gráfico 33 ¿Ha participado en una Red de emprendimiento? .....	88
Gráfico 34 ¿Qué institución financiera elegiría? .....	91
Gráfico 35 ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los emprendimientos .....	92
Gráfico 36 Qué tan importante es la cultura organizacional en los emprendimientos? .....	94
Gráfico 37 ¿Qué tan importante es el factor económico en los emprendimientos? .....	95
Gráfico 38 ¿Qué tan importante es la innovación social como elemento articulador de iniciativas en emprendimientos .....	97
Gráfico 39 ¿Qué tan importante es la formulación de políticas públicas en la creación de emprendimientos? .....	98
Gráfico 40 ¿La innovación social influye como factor de emprendimiento en los millennials del cantón Ambato? .....	100
Gráfico 41 Región de rechazo de hipótesis nula y aceptación de hipótesis alternativa.....	105
Gráfico 42 Características de los innovadores sociales emprendedores millennials.....	109

## **RESUMEN EJECUTIVO**

A nivel global día a día nos enfrentamos a un sinnúmero de retos sin precedentes de ámbito social, pese a que han surgido propuestas y soluciones tradicionales por parte de la sociedad civil, el estado y el mercado muchos de estos problemas no han podido ser solucionados. De la mano con todo esto, las crisis actuales han exasperado en cuanto a las necesidades sociales, y al encontramos en momentos de restricciones presupuestarias una de las alternativas más factibles es encontrar soluciones a través de los emprendimientos que permitan ofrecer productos y servicios nuevos o mejorados, utilizando y aprovechando eficientemente los recursos disponibles.

El presente proyecto está enfocado en la línea de investigación de Emprendimiento y Economía Popular y Solidaria, y analiza la innovación social como factor de emprendimiento desde la perspectiva de los millennials universitarios y emprendedores del cantón Ambato.

La metodología aplicada se introduce con un enfoque cualitativo y cuantitativo, los métodos de investigación utilizados son descriptivo, correlacional, inductivo-deductivo, analítico-sintético y como modalidad básica se aplicó la investigación bibliográfica-documental y de campo. Como técnica se utilizó la encuesta y como instrumento un cuestionario dirigido a millennials universitarios y emprendedores.

Finalmente se propone un perfil para innovadores sociales y emprendedores millennials, como una alternativa que contribuya al cambio de mentalidad, englobe la innovación social como herramienta de transformación, genere soluciones efectivas a través de los emprendimientos, impulse su compromiso con la sociedad y pueda ser aplicado a nivel local, cantonal, provincial y nacional.

**PALABRAS CLAVES:** INVESTIGACIÓN, MILLENNIALS, INNOVACIÓN SOCIAL, EMPRENDIMIENTO

## **ABSTRACT**

On a global level, we face a number of unprecedented challenges in the social sphere, although traditional proposals and solutions have arisen from civil society, the state and the market, many of these problems have not been solved. Hand in hand with all this, the current crises have exasperated in terms of social needs, and when we find in times of budgetary restrictions one of the most feasible alternatives to deal with all this is to find solutions through the ventures that allow offering products and new or improved services, efficiently utilizing and leveraging available resources.

The present project is focused on the research line of Entrepreneurship and Popular and Solidarity Economy, and analyzes social innovation as an entrepreneurial factor from the perspective of university millennials and entrepreneurs of the Ambato canton.

The applied methodology is introduced with a qualitative and quantitative approach, the research methods used are descriptive, correlational, inductive-deductive, analytical-synthetic and as a basic modality the bibliographic-documentary and field research was applied. As a technique the survey was used and as a tool a questionnaire addressed to university millennials and entrepreneurs.

Finally, a profile model for millennial entrepreneurial social innovators is proposed, as an alternative that contributes to the change of mentality, encompasses social innovation as a tool for transformation, generates effective solutions through entrepreneurship, boosts its commitment to society and can be applied at local, cantonal, provincial and national levels.

**KEY WORDS:** RESEARCH, MILLENNIALS, SOCIAL INNOVATION, ENTREPRENEURSHIP



## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1 Antecedentes investigativos**

Después de haber realizado una investigación concerniente a innovación social y emprendimiento en las distintas plataformas disponibles se puede establecer que en el repositorio de la Universidad Técnica de Ambato no existe ningún proyecto de investigación con nombre similar al tema planteado, sin embargo, por las variables seleccionadas se pueden hacer referencias a las siguientes:

En primer lugar en el año 2019 en la Universidad Técnica de Ambato en la Facultad de Ciencias Administrativas, Maestría en Gestión Empresarial basado en métodos cuantitativos se realizó un trabajo de investigación denominado: “La innovación como factor determinante del emprendimiento en el sector del calzado”, desarrollado por Mónica Coque, quien como objetivo general establece plantear un modelo innovador en la empresa objeto de estudio convirtiéndolo en un plus de emprendimiento que permita generar mayor competitividad en el mercado y elevar los márgenes de utilidad, la investigación se realizó por cuanto en la actualidad la palabra innovación y emprendimiento van de la mano puesto que las empresas necesitan estar a la vanguardia de la tecnología día a día ya que caso contrario estos adelantos pueden sacarlas del mercado.

Los resultados arrojados en esta investigación fueron cambio de mentalidad en las personas que trabajan en la empresa objeto de estudio, mejora en los procesos de producción ya que al adquirir maquinaria, programas tecnológicos y nuevos métodos para el manejo de productos todo se realiza de manera rápida evitando errores y logrando sacar al mercado mayor volumen de productos que generen a su vez mayores ingresos económicos y un mejor posicionamiento en el mercado, dicho trabajo investigativo es tomado como referencia debido a que existen palabras y conceptos claves que constituyen parte fundamental dentro del marco teórico ya que estudia la variable innovación y

emprendimiento de igual forma que el presente proyecto de investigación generando de esta manera un mejor enfoque para continuar con el proceso investigativo. (Coque, 2019)

En segunda instancia se ha tomado como referencia el trabajo de investigación de Alex Bolívar Garcés Ulloa (2017), elaborado en la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Carrera de Comunicación Social que lleva por título: “Difusión de contenidos de grupos culturales de Ambato y la innovación social en la ciudad”, este estudio se realizó por el hecho de que en la ciudad no existe una buena gestión que permita difundir en los medios de comunicación locales la producción cultural existente, impidiendo así que exista participación social y colectiva por parte de las personas.

El autor determina como objetivo principal establecer métodos de difusión y producción de contenidos artísticos que permitan generar innovación social, como resultados obtuvo una mejora en cuanto a la inclusión de las personas en el ámbito cultural a través de plataformas como YouTube resolviendo así el problema de una forma eficaz y eficiente. Este trabajo de investigación es de gran utilidad ya que posee contenidos relacionados a la innovación social una de las variables de estudio seleccionadas, además hace mención a las redes sociales que es una de las formas en que los millennials pueden resolver problemas en la sociedad.

En la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Marketing y Gestión de Negocios, en junio del 2018 se realizó un proyecto de investigación titulado: “La gestión asociativa desde un enfoque de innovación social: Un análisis en los GADs parroquiales rurales de Tungurahua”, desarrollado por Liliana Isabel Narváez Guevara, dicha investigación se realizó debido a que en la provincia las personas desconocían que existían proyectos realizados por los GAD’s para brindar mejores servicios a la sociedad, lo cual generaba un gran problema social ya que la falta de información puede conllevar a las personas a permanecer en la ignorancia y no ver más allá de su propia realidad, entre los resultados que se obtuvieron de esta investigación tenemos: cambios significativos en temas relacionados a la salud, educación y uso de los espacios públicos utilizando la innovación social como generador de alternativas de

solución, además mejoras en la creación de herramientas colectivas con el propósito de mejorar el desarrollo social y económico en las parroquias.

Se ha prestado énfasis en este trabajo de investigación ya que involucra la variable innovación social al igual que en el trabajo propuesto, y permitirá realizar un contraste en cuanto a formas y prácticas de innovar socialmente en el cantón Ambato a través de los millennials emprendedores, y se logrará cumplir así además con cada uno de los objetivos planteados. (Narvaez Guevara, 2018)

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Analizar la innovación social como factor de emprendimiento en los millennials del cantón Ambato.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente a los millennials, innovación social y el emprendimiento.
- Caracterizar la participación de los millennials en la innovación social y el emprendimiento.
- Medir el grado de relación existente entre la innovación social y el emprendimiento en los millennials del cantón Ambato.
- Proponer un perfil para innovadores sociales y emprendedores millennials.

## **1.3 Millennials**

### **1.3.1 Historia de los millennials**

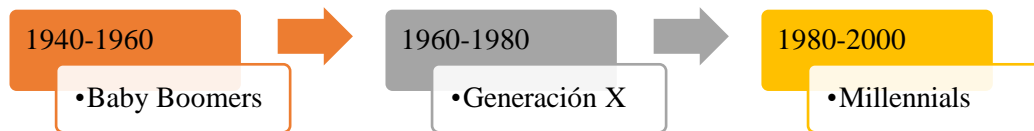
Como conocemos desde décadas pasadas hasta la actualidad ha existido la tendencia de clasificar las generaciones con nombres fijados a determinados grupos de la población, un factor clave que los relaciona son sus respectivos años de nacimiento, esto a fin de estandarizar grupos heterogéneos con respecto a sus actitudes, preferencias,

comportamientos, ideologías políticas, religiosas y claro está en la educación. Esta tendencia nacida en Estados Unidos permite comparar a las distintas generaciones en cuanto a su forma de ver el pasado, el futuro y la sociedad en general. Con base en el Pew Research Center (2015), el simple hecho de haber nacido y crecido en iguales condiciones conlleva a realizar un análisis de las experiencias vividas en forma conjunta, y aunque exista el riesgo de generalizar, los distintos comportamientos frente a escenarios similares, los sueños y esperanzas son muy idénticos y determinantes.

Como lo manifiestan Álvarez & Haro (2017) en este mismo escenario se puede traer a la memoria ejemplos como el caso de la guerra de Vietnam en Estados Unidos, la caída del Muro de Berlín, la Guerra Fría en el mundo occidental, mencionando solo algunos de los muchos hitos que marcaron la historia, en todos estos acontecimientos podemos ver que el detonante que los relaciona es la forma en como las personas de esas épocas los vivieron.

A continuación, se presenta una sucesión generacional por períodos de los baby boomers, generación X y nuestro objeto de estudio los millennials:

*Gráfico 1 Sucesión generacional por períodos*



*Elaborado por: Erika Gordón*  
*Fuente: (Howe & Strauss, 2007)*

De esta manera al finalizar la Segunda Guerra Mundial, nace la generación de los Baby Boomers, quienes eran considerados como los hijos de las personas que habían sido parte de los enfrentamientos de dichas contiendas, aquellos que se desarrollaron en una sociedad abierta por vez primera. (Álvarez & Haro, 2017, pág. 135).

Desde la perspectiva de Molinari (2011) los Baby Boomers estuvieron presentes en un acontecimiento tecnológico muy importante de ese entonces, el surgimiento de la televisión, hecho que identificaba como la generación evolucionaba, existen diversas

opiniones en cuanto a las fechas de inicio y terminación de esta generación, sin embargo con varias investigaciones realizadas en el transcurso de los años, se ha logrado llegar a un consenso de que los Baby Boomers son aquellos nacidos entre los años 1946 y 1964.

Después de los baby boomers llegó la llamada generación X, que desde la perspectiva de (Álvarez & Haro, 2017) está formada por aquellas personas que nacieron entre 1965 y 1981, lograron aprovechar el impacto de las empresas tecnológicas para alcanzar en la mitad de los años noventa su mayor exponente de interés mediático.

Haciendo referencia a este rango de edades, este grupo de personas se hallan en la actualidad entre los 54 y 38 años, son predecesores de los Baby Boomers y se han transformado en padres de los Millennials y la generación Centennials. Al presente los hemos visto desarrollarse en las empresas ocupando generalmente cargos de medio y alto mando, este conjunto de la población creció y se desarrolló bajo la sombra de los Baby Boomers (Zemke, Raines, & Bob, 2013) y protagonizaron el consumismo en la época de los años 80.

La próxima generación, aquella que involucra a los nacidos entre 1980 y 2000 (Pérez J. , 2019) son los llamados Generación Y o millennials, mismos que han sido seleccionados como objeto de estudio para la presente investigación. Resulta complicado definir un período exacto en que esta generación nació y se desarrolló, pero la mayoría de estudios apuntan a que fue entre los años 1981 y 2000, aunque a criterio de (DeVaney, S.A., 2015) a menudo se expanden dichos límites hacia los años 1977 y 2004.

Pero, ¿quiénes crearon el término millennial? es una de las muchas inquietudes que nos invaden al conocer más y más a esta generación emprendedora, pues bien la respuesta se remonta al año 2000 cuando los historiadores Neil Howe y William Strauss decidieron utilizar por vez primera el término en su libro al que titularon, *Millennials Rising: The Next Great Generation* (Ecoosfera, 2017), no obstante a criterio de (Gutiérrez A. , 2016) esta expresión cobro mayor popularidad cuando en el año 2003 la revista Time publicó un artículo llamado *Millennials: The Me Me Me Generation*<sup>2</sup>, como su portada principal.

Existen varias designaciones para referirse a la generación millennials, entre las más conocidas están: generación Y, generación global, generación nativos digitales y

generación iPod (Leung, 2003; Prensky, 2001). De cualquier manera, esta generación es aquella que ha vivido desde siempre rodeada de un entorno digital, motivo por el cual tienden a condicionar su trabajo, sus valores y la manera de relacionarse con los demás (Bennett, Maton, & Kervin, 2008; Wesner & Miller, 2008), además son vistos como los hijos de la generación Baby Boomers, y como sucesos importantes de su niñez está la globalización, la caída de las Torres Gemelas y obviamente la era digital.

Hoy por hoy, la generación millennials se ha constituido en la más grande legión demográfica luego de los llamados baby boomers, asimismo componen el extracto poblacional que mayores oportunidades han generado en el transcurso de la historia, no solamente por sus posibilidades de consumo, sino además por sus enormes oportunidades de acceso a una buena educación.

Los millennials se identifican también por ser ambiciosos con respecto a su vida académica, y la escasa oportunidad laboral es un factor que incide mucho al momento de decidir extender su período formativo, ya que están conscientes que las crisis existentes no solamente han hecho casi imposible lograr obtener un trabajo antes de conseguir su título universitario, sino que también ha hecho más fuerte la convicción en la sociedad a creer y pensar que educarse es fundamental y decisivo si se quiere destacar en el mercado laboral con miras a ser cada vez más y más competitivo. (Ortega, 2014, págs. 42-43)

*Gráfico 2 Características generacionales*

<b>Baby Boomers</b>	<b>Generación X</b>	<b>Millennials</b>
Nacieron después de la Segunda Guerra Mundial.	Creció y se desarrolló bajo la sombra de los Baby Boomers.	Han vivido desde siempre rodeados de un entorno digital.
Se desarrollaron en una sociedad abierta por primera vez.	Inseguridades familiares	Son conocidos como generación Y, generación global, generación nativos digitales y generación iPod.
Acontecimiento importante: Surgimiento de la televisión, la guerra fría, viaje a la luna.	Acontecimientos importantes: el desarrollo del internet, la proliferación del VIH, el apareamiento de las PC, Chernobyl.	Acontecimientos importantes: la globalización, la caída de las Torres Gemelas y la era digital.
Educación tradicional.	Creían que estudiando en una universidad conseguirían un trabajo valioso y gratificante	Enormes oportunidades de acceso a una buena educación.
Se enfocaron en buscar una calidad de vida.	Su prioridad era buscar una vida con sentido.	Buscan una vida mejor.
Escasa apertura tecnológica solo para el hogar.	Transición tecnológica en cuanto a la comunicación.	Enorme crecimiento tecnológico enfocado en el entretenimiento.

*Fuente: varios autores  
Elaboración propia*

### 1.3.2 Conceptos de los millennials

Como lo menciona Guzmán (2017) al convertirse en una generación multidisciplinaria y propensa a cambios, los millennials se han transformado en un fragmento sumamente importante en la sociedad, política y economía, han desarrollado por naturaleza la creatividad, son consumidores y se han convertido en agentes de cambio, proponiendo e innovando lo que durante mucho tiempo se ha realizado de forma tradicional. (pág. 6)

Resulta muy apresurado afirmar que los millennials se encuentran mejor adaptados a las empresas o son mejores trabajadores, lo que si se tiene muy claro es que corresponden a una generación de “innovadores por naturaleza, ya que de hecho un reciente estudio de Telefónica, señala que el 71% de los ‘Millennials’ en Latinoamérica consideran importante transformarse en emprendedor, y que el 27 % ya desempeñan dicho rol siendo líderes en diversas empresas y sectores”, (Gutiérrez A. , 2014).

Las motivaciones de esta generación van más allá de lo que pueden ver y están viviendo, los millennials no son conformistas por el contrario van aspirar siempre a algo mejor, “no hacen lo que les toca hacer” sino más bien, buscan tener una vida de acuerdo a sus retos y proyecciones personales, y se apasionan por los logros alcanzados a través de la confianza puesta en sí mismo (Guzmán, 2017).

A continuación, se presentan diversas definiciones de los millennials, desde el punto de vista de varios autores:

*Tabla 1 Bases conceptuales según autores*

<b>Año</b>	<b>Autor</b>	<b>Definición</b>	<b>Palabra Clave</b>
2019	Pérez Julián	Los millennials en inglés o milenios en español es el nombre que se da a las personas nacidas entre los años 1980 y 2000, hablamos de una generación que creció con la tecnología a la mano es decir son considerados como sujetos que se desarrollaron a la vez que el internet, por lo tanto, adoptaron el mundo virtual como suyo propio. (Pérez, 2019)	-Generación -Tecnología -Virtual
2018	Gómez Fran	Los millennials o llamada también generación Y está conformada por jóvenes de entre 18 y 34 años, esta generación es conocida como “generación digital” por haberse originado al mismo tiempo del internet y haber sido testigo del gran avance que ha experimentado la tecnología en casi veinte años. (Gómez, 2018)	-Generación Digital -Tecnología
2017	López Diana Peñalosa Mónica	El término millennials se refiere a las nuevas generaciones de consumidores adultos jóvenes que nacieron entre 1982 y 2001,	-Generaciones -Tecnológicos

	Almonacid Laura Enciso Laura	estos son más educados y bien portados, son más tecnológicos y más abiertos en temas políticos y creen menos en la religión. (López, Peñalosa, Almonacid, & Enciso, 2017)	
2016	Pincheira Andrea Arenas Teresa	Los millennials son conocidos como aquellos que han crecido durante tiempos prósperos, poseen enormes expectativas y buscan sentido de su trabajo, de igual manera manifiestan que los Gen Y se identifican como la sociedad de la información las 24 horas del día y los siete días de la semana, integrando los conceptos de donde quiera, en cualquier momento y en cualquier lugar. (Pincheira & Arenas, 2016)	-Sociedad de la Información
2015	Cataldi Zulma Dominighini Claudio	Los millennials son personas que nacieron en los años 1980 y 2000 llamados también Net generación o generación Y, son jóvenes que nacieron en un contexto social rodeado con medios tecnológicos y de comunicación a su alcance, saben utilizar estos recursos de forma productiva y los consideran parte de su vida cotidiana. (Cataldi & Dominighini, 2015)	-Net generación -Medios tecnológicos
2014	González María Mercado Heiner	En la actualidad, la generación de los millennials es la más grande multitud demográfica luego de los baby boomers, crecieron dándose cuenta de los daños ambientales y los efectos de la discriminación en los ámbitos laborales y sociales, además de convivir a diario con las nuevas tecnologías de la información. (Gonzalez & Mercado, 2014)	-Nuevas tecnologías de la información
2013	Hatum Andrés	La expresión millennials, hace alusión a aquellos miembros nacidos entre 1979 y 1997, aprecian la relación trabajo-vida, y esperan encontrar un trabajo flexible que les brinde la oportunidad de ejecutar diversas tareas y aprovechar al máximo la tecnología. (Hatum, 2013)	-Trabajo-vida -Tecnología
2012	Violet Lazarevic	Hace referencia a las personas que nacieron entre los años 1980 y 2000, es decir cuando empezó el milenio. Alrededor del mundo el tamaño de los millennials en número varía entre 31 y 70 millones. (Lazarevic, 2012)	-Milenio
2011	Juan Ayala María Alberdi Tarabbio Florencia Huanilo Christian Calvo Francisco	Los millennials ponen primero ante todo su felicidad, por lo tanto, aunque reciban un buen salario, no se comprometen, para ellos no es importante el dinero sino disfrutar lo que hacen. (Ayala, Alberdi, Tarabbio, Huanilo, & Calvo, 2011)	-Felicidad -Salario
2005	Stanton Smith	El momento en que cada generación se cría se exalta una gran influencia en su actitud". La generación "Y" ha crecido con más experiencias diversas que otras generaciones. (Stanton, 2005)	-Influencia -Experiencias

*Fuente: varios autores  
Elaboración propia*

### 1.3.3 Características de los millennials

A criterio de Finance (2018) el término millennial, posee de forma explícita varias características, entre las que sobresalen:

*Lideran el uso de la tecnología:* son innovadores natos, han roto esquemas, y han logrado cambiar la manera de consumir en la sociedad. Poseen una diferente forma de pensar y



actuar, por lo que han conseguido romper los esquemas y paradigmas con respecto a la tecnología.

*Poseen un claro propósito de vida:* no se inclinan hacia un trabajo por obligación, buscan que el suyo les apasione y se convierta en su estilo de vida. Aplican sus conocimientos e ideas buscando dejar huella en todo lo que hacen.

*Espíritu de equipo muy desarrollado:* como una de las características básicas que poseen esta la cultura colaborativa, para ellos es fundamental aprender y adquirir conocimientos de otras personas para forjar sus propios criterios a través del trabajo en equipo.

*Amantes de la libertad:* consideran que la libertad es una cualidad básica que les permite progresar, tienen su vista puesta siempre hacia el futuro y buscan cada día hacer lo que les gusta sin ponerse límites ni restricciones.

*Tienden a romper las reglas:* en la actualidad divertirse en el interior de las oficinas es un hecho cada vez más común, aunque antes se veía como una falta de profesionalismo debido a que en el trabajo se tenía que estar siempre serios y ser responsables ahora ya no. Un ejemplo claro es la empresa Google, quienes han desarrollado en sus espacios de trabajo lugares para divertirse, puesto que diversión y trabajo mejora la eficiencia permitiendo obtener mejores resultados.

### **1.3.4 Millennials en la innovación social**

Como sabemos estamos transitando un mundo en el cual la Innovación Social es un tema fuerte de todos los días, entendiéndosela en pocas palabras como un gran espectro de nuevas soluciones a problemas ambientales y sociales, misma que se define como un conjunto de nuevas ideas en cuanto a productos, servicios y modelos, que en gran parte permite satisfacer necesidades sociales y a la vez crean nuevas relaciones de colaboración. (Redacción Amagi, 2017)

Los millennials, son un grupo de personas que han crecido conscientes de los daños colaterales al ambiente y han vivido en carne propia los efectos que los mismos han producido, se desarrollaron en un ambiente en donde la discriminación en el aspecto social

y laboral es un suceso de cada día, motivo por el cual desarrollaron en ellos el sentido de conciencia, sensibilidad, creatividad, responsabilidad con la sociedad, ideas de emprendimiento y no se centraron solo en teoría, sino más bien han demostrado con hecho los resultados de lo que ellos consideran es lo correcto. (Gonzalez & Mercado, 2014)

La relación existente entre la generación millennials y la innovación social, surge de la siguiente premisa: si pensamos que la innovación social es un ecosistema, y los millennials actores de dicho ecosistema ¿Son los millennials aquellos que impulsan la necesidad de innovar? O ¿Es la innovación social quien ha pedido un innovador tipo de actor? En ambos casos podemos obtener que no existe una cosa sin la intervención de la otra, y de igual manera se potencian a si mismo de forma positiva. (Redacción Amagi, 2017)

Desde la perspectiva de (Del Cerro, 2019) una característica de esta generación es la conectividad, a través del uso constante de redes sociales pueden estar informados de todo lo que ocurre a su alrededor, incluyendo los problemas sociales, y al sentirlos tan de cerca llegan a pensar que resolverlos está a su alcance.

Los millennials somos considerados una generación privilegiada, ya que tenemos a nuestra disposición todas las herramientas necesarias para dar soluciones a diversos problemas sociales, por lo tanto, debemos aprovechar la creación de emprendimientos y convertirlos en una oportunidad de cambio que mejore las condiciones de vida de muchas personas en la sociedad, involucrándolos y compartiendo con ellos nuestra misión.

### **1.3.5 Millennials en los emprendimientos**

A opinión de Ortega (2014) actualmente los millennials están reconstruyendo la estructura organizacional y el clima dentro de las empresas a través de cambios concluyentes que brinden mayores espacios y apertura de participación, además crean proyectos sostenibles que les permite generar oportunidades para abrirse camino individualmente en el mundo laboral, creando sus propios emprendimientos, mientras que por el contrario otros han decidido primero adquirir experiencia antes de lanzarse a fundar sus propios negocios.

Según estudios realizados por la Organización Iberoamericana de la Juventud, la generación millennials representan el 26 % de la población a escala mundial, es decir aproximadamente 1,8 mil millones, es importante saber que más de 80 millones se encuentran en Estados Unidos y 50 millones están en Europa, y para el año 2025 constituirán el 75% de la fuerza laboral en el mundo (Estudio BBVA, 2015).

Los millennials a diferencia de otras generaciones tienen claro que quieren en el presente y han planificado cuidadosamente a donde enfocarán su vida en el futuro, múltiples estudios realizados concuerdan en que éstos jóvenes ven con optimismo el mañana, tienden a trabajar e innovar de forma colaborativa, poseen un espíritu emprendedor increíble, y han desarrollado en ellos una capacidad que en la actualidad muy pocas personas la poseen llamada “sensibilidad social”, piensan que con sus manos pueden transformar para bien el entorno en donde día a día se desenvuelven y lograr un enorme cambio social, debido a esta perspectiva positiva, aquellos que forman parte de esta generación han generado expectativas muy grandes en cuanto a su vida profesional, ya que creen que cuentan con todas las herramientas necesarias para hacerlo. (Ortega Hermida, 2017)

Todo lo mencionado anteriormente conlleva a determinar que esta generación ha vivido gran parte de sus años observando a sus padres dirigirse a sus puestos de trabajo con muy poco entusiasmo, de igual manera vieron como muchos de sus seres cercanos eran despedidos, despertando en ellos el interés y la convicción de ser dueños de todo aquello que quieran.

Los millennials imaginan un mejor futuro para ellos, no creen que para ser exitoso se necesite estar sometido a ocho horas de trabajo al día, poseen la capacidad y decisión de controlar y decidir sobre su propia vida. (Escuela Europea de Management, 2016), además a juicio de (Tulgan, 2016) están muy conectados entre ellos a través de las redes sociales, los mensajes directos por WhatsApp, Messenger, Instagram, brindándoles acceso a una serie de respuestas a cualquier pregunta en cualquier momento.

### **1.3.6 Millennials en Ecuador**

A criterio de Gutiérrez (2016) en Ecuador al analizar los datos del último censo oficial, podemos apreciar que la edad promedio en Ecuador es de 28 años y que alrededor de 5 millones se encontraban entre 15 y 34 años en 2010, esto significa que, aproximadamente, uno de tres ecuatorianos era considerado en ese entonces un millennial, dichos datos demuestran que Ecuador está atravesando la tasa más alta de juventud en su historia.

Un reporte acerca de millennials del Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible del Ecuador (CEMDES) dio como resultado que “el 34 % de los ecuatorianos forma parte de la Generación millennial, el 31 % de la Generación Z, el 17 % de la Generación X, el 8 % son baby boomers y el 9 % lo que ellos llaman tradicionalistas, aunque también se les conoce como Generación Silenciosa.” (Gutiérrez A. , 2016)

En Ecuador, en el año 2018, 253 millennials formaron parte de una encuesta a través de redes sociales elaborada por (Deloitte Global, 2019) una firma de red global. Dicho estudio arrojó los siguientes resultados:

- La percepción que tienen los millennials ecuatorianos con respecto a su trabajo ideal, no es la misma que tienen sus padres en mente.
- La generación millennial busca realización personal constante.
- Luego de atravesar un año problemático, las dudas sociales y geopolíticas dieron paso a una ola nueva de activismo empresarial.
- Los millennials ecuatorianos no se sienten cómodos con el tema “futuro”.
- El acelerado crecimiento del internet de las cosas, la industria 4.0, la robótica, la inteligencia cognitiva y artificial, han cambiado la forma de trabajar y hacer las cosas, y de la mano con esto se presentan día a día los desafíos que alteran el nuevo orden mundial establecido.

El mismo estudio realizado por Deloitte Global (2019) demuestra que el 68% de millennials ecuatorianos se sienten atraídos por la flexibilidad laboral y prefieren la economía Gig, los cuales son trabajos por proyectos o independientes, llamados

también freelance. Además de todo esto, el 91% de los encuestados aseveran que el rol que cumple la tecnología beneficiará en gran magnitud la forma en cómo trabajan.

## **1.4 Innovación Social**

### **1.4.1 De la innovación a la innovación social**

La innovación es un proceso secuencial ordenado que se utiliza para plasmar una idea y hacerla realidad, no basta solamente con el simple hecho de llevarla a nuestro pensamiento, ya que por naturaleza los seres humanos tendemos a crear ideas, el verdadero reto está en llevarlas hacia adelante, aunque pensemos que no sea tan sencillo. El indudable éxito de innovar radica en la determinación y capacidad al intentar cambiar las cosas, además de la preparación que asumen las personas o compañías para imponerse retos y afrontar riesgos, una vez que todos estos esfuerzos se reúnen, no simplemente con la aspiración de generar riqueza, sino más bien con la voluntad de solucionar problemas sociales e introducir valor a las personas, se habla de innovación social. ( Innovation Factory Institute, 2018)

En cuanto a Rauch, Wiklund, Lumking y Frese (2009), la innovación tiene estrecha relación con los esfuerzos que se ejecutan en las empresas para encontrar oportunidades innovadoras y soluciones novedosas. A menudo esta práctica necesita experimentación y creatividad, que conlleva a nuevos productos, servicios o en algunos casos a generar mejores procesos. Por otro lado Rodríguez, Carreras y Sureda (2012) plantean que: “la innovación va más allá de ser simplemente una idea creativa, puesto que solamente algunas ideas sobreviven y se transforman en innovación, al final el objetivo es dar paso al cambio, mejorar los procesos, experiencias o productos y añadir valor. Por esta razón, el término implica también ejecución” (pág. 13)

La innovación social con el pasar de los años y los diversos estudios realizados se ha convertido en uno de los conceptos más importantes dentro de la innovación (Igarashi & Okada, 2015). De esta manera, continuamente más emprendedores analizan este término e intentan aplicarlo en sus negocios o empresas. Frecuentemente los emprendedores que apuestan por actividades de este tipo de innovación lo realizan desde empresas sociales, aunque en la actualidad existen varios casos de emprendimientos de tipo comercial que

también se han unido a esta buena causa. Sin embargo, pese al éxito de la innovación social, y aunque la mayoría de los emprendedores conozcan los beneficios que este tipo de innovación proporciona para sus empresas y la sociedad, no se han realizado estudios empíricos que demuestren dichas afirmaciones. (Lisetchi & Brancu, 2014).

De acuerdo con Abreu (2015) la innovación social se ha convertido en un fenómeno multidimensional y complejo que ha pasado de ser marginal y emergente en corto tiempo a ocupar una posición importante en el discurso político-social. Por una parte, este papel principal se ha alimentado de diversas aportaciones ejecutadas desde la perspectiva de varias disciplinas alrededor del mundo académico. Mientras que, por otro lado, se han expandido un sinnúmero de prácticas innovadoras de diferente índole: responsabilidad social corporativa, emprendimientos sociales, crowdsourcing, economía colaborativa, open innovation, etc., que nacen del impulso y creatividad de varios grupos y movimientos sociales.

Desde la perspectiva de Hernández, Tirado & Ariza (2016) a pesar de convertirse en un fenómeno en pleno auge, dentro de la literatura científica actual no aparece un consenso académico sobre el significado de innovación social, por consiguiente, nos hallamos frente a un concepto grandemente flexible, que logra ser estudiado desde contextos y enfoques disciplinares muy diversos, esta pauta terminológica se ve afectada por la presencia de innumerables prácticas que coexisten en la sociedad, por lo que se imposibilita implantar modelos sistemáticos que permitan generar una investigación científica rígida y todo esto aunque exista su incorporación progresiva en políticas públicas y programas, ya sea por movimientos así como por organizaciones relacionadas con el cambio social.

Con el pasar de los años, el concepto de innovación social ha recibido mayor atención por parte de los tomadores de decisiones así como de los científicos sociales, la idea más desarrollada entre ambos radica en se convierte en una alternativa factible que permite solucionar problemas de tipo social, debido a que estas iniciativas ofrecen medios de solución a varios problemas que el mercado ni el gobierno han logrado (Choi & Majumdar, 2015). La innovación social como tal se ha convertido en objeto de suma importancia dentro de las agendas de la Unión Europea y Estados Unidos. En el segundo

caso, en el año 2009 la administración liderada por el expresidente Obama creó la Oficina de Innovación Social y Participación Ciudadana, misma que dependía directamente de la Casa Blanca, y nació con el objetivo de impulsar y apoyar el fomento de ideas innovadoras que tengan fines netamente sociales.

Como lo menciona Bonilla & Rojas (2012) innovar socialmente va mucho más allá de solamente trabajar con personas y tecnología, dicho término abarca algunas aplicaciones que convierten a este proceso en una importante pieza angular en el preciso momento en el que la comunidad necesita de enfoques innovadores y vías para enfrentarse a los retos sociales actuales. A criterio de Fundación (COTEC, 2016) la innovación social ha pasado de ser una alternativa y se ha logrado transformar en una prioridad para la agenda de emprendedores, fundaciones, organizaciones, centros académicos, movimientos sociales involucrados en actividades de innovación social y compañías, que a través de sus acciones han convertido el término en tendencia para muchos países.

#### **1.4.2 Origen**

Conforme a Hernández, Tirado & Ariza (2016) cuando se habla de “innovación social” inmediatamente llega a nuestra cerebro la pregunta de si es una “expresión de moda”, que con el pasar del tiempo quedará en el olvido, o si por otro lado, nos encontramos frente a “un concepto permanente”. El motivo por el cual llevamos esta pregunta a nuestra mente radica en el hecho de que hasta la actualidad resulta imposible y complicado definir este término de forma canónica, a diferencia de otros conceptos y definiciones de diversos ámbitos de estudios los cuales han llegado a formar una significación precisa, universalmente aceptada.

Godin (2010) considera que es posible rastrear el concepto de innovación social a partir del siglo XIX, principalmente a comienzos de la revolución francesa. Sin embargo, para otros, el surgimiento de la innovación social como fenómeno de estudio se encuentra en los trabajos de Weber y Schumpeter (Hillier, Moulaert, & Nussbaumer, 2004) y, aún más últimamente, en la década de los setenta del siglo anterior. Por otro lado, otro grupo de investigadores establecen el surgimiento de la innovación social en el intento de atenuar las lagunas de las teorías tecnocráticas y economicistas, las cuales excluían en sus análisis

los aspectos de cohesión territorial y social (Moulaert, MacCallum, Mehmood, & Hamdouch, 2010).

Sin embargo a pesar de todo lo mencionado anteriormente, y tal como lo manifiesta (Chambon, David, & Devevey, 1982) el concepto más acotado de innovación social nace primordialmente en las últimas décadas del siglo XX, además la innovación social ha sido rememorada en las escrituras de pensadores sociales como por ejemplo Michael Young, fundador de la Open University en la década de los sesenta o Peter Drucker, un referente incuestionable del Management. También emergió en la década de los setenta en la labor de algunos escritores franceses como son: Jacques Fournier, Jacques Attali y Pierre Rosanvallon, a pesar de ello, existieron en la literatura a través de la historia una serie de antecedentes más antiguos.

### 1.4.3 Marco conceptual

A continuación, se muestran los conceptos de innovación social desde el punto de vista de diferentes autores:

*Tabla 2 Bases conceptuales Innovación Social*

<b>Año</b>	<b>Autor</b>	<b>Definición</b>	<b>Palabra Clave</b>
2019	Carazo Janire	La innovación social es definida como aquellas ideas nuevas sobre modelos, servicios y productos que brindan solución a problemas sociales o a su vez cubren una necesidad de manera más eficiente y eficaz que aquellas alternativas actuales, al mismo tiempo que crean relaciones sociales y sinergias nuevas (Carazo, 2019)	-Problema social -Sinergias
2017	Parada Jenny Ganga Francisco Rivera Yordaly	La innovación social se identifica por desarrollar innovadoras formas de administrar y ejecutar; esto incluye usar herramientas, medios y composición de factores nuevos, que se direccionen a alcanzar un avance en las condiciones de vida y sociales de la región. (Parada, Ganga, & Rivera, 2017)	-Herramientas -Condiciones de vida
2016	Cajaiba Giovany	Menciona que la innovación social es igual de vieja como la humanidad, a pesar de ello el interés de las ciencias sociales por la misma es reciente, por lo tanto, la teoría	-Ciencias Sociales -Paradigmas unificadores



		carece de paradigmas unificadores. (Cajaiba Santana, 2016)	
2015	Morales Alfonso	La innovación social compone un proceso a través del cual una idea se transforma en un servicio que genera satisfacción a las necesidades de los y las ciudadanas y sobretodo mejora la eficiencia del modo de actuar del público en la sociedad. (Morales, 2015)	-Idea -Satisfacción
2014	Cajaiba Giovany	Toma forma cuando una nueva idea, establece una forma diferente. (Cajaiba-Santana, 2014)	-Nueva idea
2013	Moulaert, Frank McCullum Diana Hillier Jean	La innovación social, es un fenómeno multifacético y complejo que abarca un gran rango de actividades, origina nuevas relaciones sociales y aumenta la movilización y participación de la gente inmersos en un contexto socioeconómico cambiante. (Moulaert, Maccallum, & Hillier, 2013)	-Multifacético -Entorno socioeconómico
2012	Gatica Sebastián Larenas Juan Koljatic Mladen Miranda Paula	Generación de valor en la sociedad mediante la la introducción de un servicio, producto, o proceso innovador que complace una necesidad social de mejor manera que las soluciones ya existentes y genera un cambio positivo en el sistema social. (Gatica, Larenas, Koljatic, & Miranda)	-Necesidad social -Sistemas
2011	Abreu José Luis	La innovación social se ha transformado en un fenómeno confuso y multidimensional que ha evolucionado de ser marginal y emergente en corto tiempo a tomar una posición primordial en el discurso político-social. (Abreu, 2015)	-Fenómeno -Emergente
2010	Howaldt Jürgen Schwarz Michael	Consideran que la innovación social tiene una estrecha relación con la innovación tecnológica y asume ésta última como motor del desarrollo y progreso de la sociedad. (Howaldt & Schwarz, 2010)	-Innovación tecnológica -Progreso

*Fuente: varios autores  
Elaboración propia*

A criterio personal considero que la innovación social es un proceso que abarca un sin número de factores que influyen directamente en el mejoramiento de la calidad de vida de una persona, o de una comunidad en conjunto, propone una serie de soluciones innovadoras a problemas sociales y medioambientales que afectan de manera directa o

proporcional a un grupo determinado de personas en la sociedad, buscando alternativas de solución que permitan desenvolverse en un entorno justo y equitativo para todos.

Además este fenómeno social no tendría importancia de no ser porque integra factores como la tecnología y la economía como agentes de solución, y detección de inconvenientes sociales, que permitan mejorar el estilo y calidad de vida de muchas personas alrededor del mundo, esto se da gracias al avance y ejecución de proyectos que perduran con el pasar del tiempo, ya que no solamente se enfocan en apagar incendios, sino más bien reúnen esfuerzos para transformar y potenciar la cultura de una colectividad e incluso de una comunidad o ciudad por completo en el futuro.

#### **1.4.4 Tipos de innovación social**

Conforme a Buckland & Murillo (2014) la innovación social se clasifica en cinco tipos los cuales son:

**Innovación disruptiva:** este tipo de innovación contribuye a la creación de nuevas cadenas de valor y mercados, sustituye fortuitamente la tecnología anterior con innovadores productos o servicios que generan valor en la sociedad y no son esperados en los mercados.

**Innovación abierta:** en este tipo de innovación se asume que las organizaciones tienen que utilizar ideas internas y externas para mejorar en cuanto a sus productos y servicios, además el flujo de conocimientos debe estar dirigidos hacia el emprendimiento o hacia sus stakeholders externos.

**Sistema de producto-servicio:** se trata de un modelo de negocio que brinda soluciones para satisfacer diversas necesidades mediante una combinación de productos y servicios, que en ciertos casos constituye la reducción del consumo y desmaterialización.

**Economía circular:** se refiere a aquella economía basada en la reutilización y circulación de nutrientes tecnológicos. Se diferencia de la economía fundamentada en sistemas de producción lineal, debido a que tiene como propósito establecer sistemas de recursos cerrados.

**Economía colaborativa:** economía que se basa en la redistribución de poder que va desde las instituciones centralizadas hasta las comunidades y personas, dentro de las cuales los consumidores se convierten en co-creadores, coproductores y redistribuidores.

Gráfico 3 Tipos de Innovación Social



Fuente: (Buckland & Murillo, 2014)  
Elaboración Propia

### 1.4.5 Dimensiones y características determinantes de la innovación social

Tabla 3 Dimensiones y características de la innovación social

DIMENSIÓN	CARACTERÍSTICAS
Contexto	*Mercado, sociedad y cultura *Desarrollo social y comunitario
Conductores	*Factor económico y ambiental *Desafíos sociales a nivel local y global

	*Demandas sociales que no son tomadas en cuenta en el mercado o instituciones en general.
Aspiraciones	*Bienestar público y social. *Mejoramiento de la calidad de vida en la sociedad * Aplicación de valores sociales *Alcanzar desarrollo sostenible
Agentes	*Tres áreas interrelacionadas: agentes estatales, sociedad civil, y comerciales * “La fertilización cruzada” entre el gobierno y los sectores de la empresa “cuarto sector” sin fines de lucro.
Propósitos/Objetivos	*Detectar necesidades sociales existentes *Solucionar problemas de la sociedad con ya sea con o sin fines de lucro
Fuentes	*Pluralidad de las fuentes de innovación en diversos ámbitos (sociales, culturales, económicos, empresariales y artísticos)
Sectores proceso	* Enfoques en tecnologías como facilitadores de innovación *Corte mediante fronteras organizativas y sectoriales *Proceso colectivo de aprendizaje *Papel activo y participativo de las personas en la invención de nuevas relaciones sociales *Fases del proceso de innovación social 1.- Identificar y definir el problema a tratar; 2.- Identificar, seleccionar y definir la posible solución 3.- Planificación y puesta en marcha de la innovación 4.-Evaluar, examinar y ajustar la innovación 5.- Difusión y ampliación de las innovaciones exitosas.
Desarrollo y potenciación de capacidades	*Incremento de la capacidad socio-política *Acceso a los recursos necesarios para la ejecución de derechos y satisfacción de necesidades
Gobernanza	*Participación y colaboración colectiva en la toma de decisiones y en los procesos de gobierno local *Modelo de gobierno: de colaboración y multinivel.
Resultados	*Desarrollo de nuevas relaciones sociales y formas de organización *Generación de mejorados o nuevos productos, servicios, procedimientos, estrategias, y reglas *Mejoras en cuanto a sostenibilidad, bienestar, inclusión social y calidad de vida principalmente en comunidades marginadas y desfavorecidas *Mejoramiento con respecto a los derechos de acceso e inclusión política *Impacto en políticas de desarrollo en los diversos niveles de participación

*Fuente: Adaptación de (Hernández, Tirado, & Ariza, 2016)*

*Elaboración propia*

A continuación, en este apartado citando a Etxezarreta, Zurbano & Extensoro (2015) se proponen tres dimensiones: innovación, propósito social, y orientación al mercado, mismos que se utilizan como herramienta para analizar el diagnóstico de los procesos de cambios en innovación social, ya que permiten cristalizar su definición y aunque sean

poco precisos en cuanto a términos de medición, constituyen elementos de caracterización consistentes de acuerdo con el marco teórico propuesto.

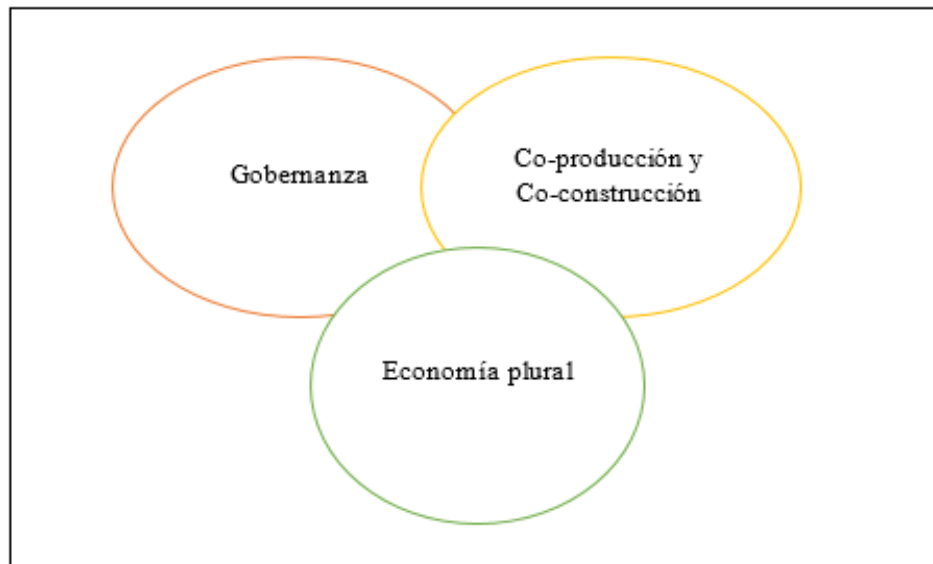
Asimismo, desde otra perspectiva de acuerdo con Klein et al (2012) “para que un aprendizaje o proceso social concreto pueda ser nombrado como innovación social, debe incidir en estas tres dimensiones”:

*i) Gobernanza:* bajo este concepto se miden: los avances en cuanto a concertación de consulta, reconocimiento de partes involucradas, democracia directa y deliberativa.

*ii) Co-producción y la co-construcción:* aquí se estudia el nivel de participación de los actores, fundamentalmente aquellos de los movimientos sociales, se elaboran políticas públicas (autoridades locales) y se se hace referencia a la producción y activación de servicios como tal (empresas).

*ii) Economía plural:* a través de este concepto se estudia la aportación de los diversos actores a la pluralidad de formas de desarrollo económico y propiedad.

*Gráfico 4 Dimensiones de la Innovación Social*



*Fuente: Klein et al (2012)  
Elaboración propia*

#### **1.4.6 Enfoques de la innovación social**

Con palabras de Yáñez (2019) de igual manera al hablar de enfoques se hace referencia a la manera en la que el investigador tendrá un acercamiento con el objeto de estudio. Es decir, abarca la perspectiva desde la cual se estudiará el tema, y claramente variará dependiendo del tipo de resultados que el investigador espera encontrar. Por todo lo mencionado se procederá a estudiar la innovación social desde cinco enfoques principales los cuales se basan en el aspecto: tecnológico, económico, social, político y cultural.

##### **Tecnológico:**

Con el pasar de los años en la actualidad la innovación se ha transformado en uno de los factores fundamentales e indispensables en una sociedad, llamada también la “sociedad del conocimiento”, característica que se le otorga justamente por el anteponer al conocimiento como un elemento representativo estratégico en todas las organizaciones, empresas, emprendimientos y países para mejorar su competitividad y el ritmo en el que avanza la globalización en la economía. (Aponte, 2016)

Referente a Goñi & Vea (2015) la innovación social va de la mano y camina en línea recta con los diversos cambios tecnológicos existentes en la actualidad, además con la sostenibilidad vista como condición necesaria para reconocer los derechos humanos, se debe dirigir y orientar a ofrecer soluciones a los problemas de índole social existentes tales como: envejecimiento, calidad de vida de la población, etc.) utilizando soluciones tecnológicas.

Los avances tecnológicos que se derivan de la informática con el pasar de los años se han constituido en herramientas que influyen de manera directa en diferentes espacios donde el conocimiento y la información pueden desplegarse. Nos referimos en este escenario a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), mismas que pueden aplicarse de manera universal, razón por la cual los efectos de introducirla son más decisivos e importantes al momento de valorar el avance y desarrollo de una sociedad.

## **Económico**

En constancia con Pérez (2017) la economía social se fundó en mitad del siglo XX, es un término que agrupa diferentes actividades y organizaciones de carácter económico, y tiene implícita como principal motivación la aplicación de valores y prácticas solidarias. Dicho con otras palabras, la economía social se refiere al conjunto de actividades convertidas en iniciativas socioeconómicas, informales o formales, colectivas o individuales, que antepone la satisfacción de necesidades de las personas sobre el beneficio económico.

Para dar respuesta a la relación existente entre los conceptos de innovación social y economía social partimos de la premisa que manifiesta que la innovación social es un término contenedor que abarca diversos ámbitos de la experiencia humana colectiva y organizacional al igual que la economía social, además es importante conocer que este hecho económico al igual que la innovación social, no pueden ser reducidas a formas organizativas o prácticas en un sentido netamente económico. (Eizaguirre Anglada, 2016) Haciendo referencia a otra cuestión importante de vinculación entre ambos términos se puede acotar que la mayor parte de organizaciones e iniciativas relacionadas con economía social son innovadoras. Por otro lado, la innovación social vista como desarrollo y ejecución de soluciones a varias necesidades sociales que pasaban desapercibidas por el Estado y agentes privados, son simplemente en la actualidad innovadores casos que combinan agentes de producción y factores productivos previamente existentes. (Eizaguirre Anglada, 2016)

## **Social**

En este apartado para comprender de mejor manera el aspecto social dentro de los procesos de innovación se tomará en cuenta dos conceptos claves, los cuales son:

### ***Sociología***

Fernández, González & Pita (2016) mencionan que la sociología es una ciencia que se enfoca en analizar de forma científica el comportamiento de las personas de la sociedad, o población regional, en el campo de la innovación tiene como objetivo proyectar luz

sobre aquellos elementos sociológicos que resulten concluyentes en el éxito de las innovaciones desde la perspectiva de dos diferentes agentes: empresas que cuentan y han incorporado una orientación clara hacia la innovación social, y aquellas que poseen una orientación menor.

### ***Ethos sociales***

Los ethos son el espíritu que mueve a un determinado grupo social, se refiere a un conjunto de valores y actitudes, de diversos hábitos que con el pasar del tiempo permanecen arraigados en el grupo, tales como: ethos religiosos, militares, de la sociedad, familiares, etc. En todas las sociedades existen dos tipos de ethos que identifican a las personas los dominantes y los dominados. (Guzmán D. , 2007)

Al hablar de “ethos sociales”, (Vila, 2017) manifiesta que dicho término apunta al desarrollo o construcción del carácter, hábitos y actitudes que los individuos llevan implícitos consigo mismos al socializar con los demás. Con otras palabras, este “ethos” social tiene que ver con la actitud predominante o disposición que mantienen los individuos con sus congéneres.

### ***Constructos sociales***

Este término define nociones, significados o connotaciones que todas las personas designan a eventos u objetos determinados. Se pueden definir también como artefactos no existentes en la naturaleza, los cuales nos inventamos para mejorar las relaciones interpersonales e interacción existente entre el entorno y las personas.

En ciertos casos, un constructo social compone una noción o idea que a simple vista parece ser natural para las personas que la aceptan, aunque este hecho no represente verdaderamente la realidad; a pesar de ello, éste no deja de ser un artificio socialmente construido o una invención con el cual debemos interactuar siguiendo unas reglas claramente establecidas. (Aso, 2019)



## **Político**

Castelao (2016) asevera que la relación existente entre las políticas públicas y la innovación social radica en la tendencia que se genera al recalcar la importancia de dichas políticas en la estabilidad y surgimiento de las innovaciones sociales, determinando así que si la innovación social se origina para solucionar problemas que no han sido atendidos, por no formar parte de la agenda de gobierno, se debe resaltar aún más la importancia que tiene la existencia de políticas públicas que incentiven y fomenten la innovación social, y además la razón por la que muchas de éstas se originan y permanecen en ambientes hostiles, incluyendo en lugares que pueden llegar a ser considerados ideales a simple vista.

## **Cultural**

La cultura y la innovación social son dos conceptos que tienden a estar relacionadas en la actualidad ya que se han constituido en herramientas que permiten indicar las mejoras en el crecimiento y desarrollo de los países, a través de modelos estratégicos que han contribuido al cambio social en la incorporación de ideas que permiten rediseñar positivamente los procesos de innovación, buscando la forma de crear técnicas nuevas para el beneficio de la sociedad como un eje fundamental de cualquier proyecto que se desee poner en marcha.

Dentro de la cultura es importante mencionar la cultura organizacional ya que a través de esta los emprendimientos comienzan a adoptar cambios culturales para alinear sistemas y procesos y modelar roles, permitiendo así fomentar la eficiencia y efectividad en la solución de necesidades sociales, para que esta llegue a ser participativa e inclusiva con los miembros de las comunidades y así se puedan alcanzar niveles mejorados de alianzas estratégicas, modelos de gestión, empoderamiento de la comunidad, y sostenibilidad. (Muñoz, Gutiérrez, & Arias, 2018)

### **1.4.7 Factores de la Innovación Social**

A criterio de Muñoz, Gutiérrez & Arias (2018) los factores que se involucran en la innovación social son:

**Calidad de vida:** este factor se constituye en el más importante y fundamental, debido a que es el objetivo primordial dentro de todos los proyectos de innovación social, ya que el fin que persigue es cambiar el nivel de vida de las personas a quienes estén dirigidos dichos proyectos ya sea en el ámbito social, económico o educativo, permitiendo generar un enorme impacto en su desarrollo familiar y personal.

**Empoderamiento:** dicho término se define como la forma de actuar de individuos que se adueñan de procesos que buscan el bienestar comunitario, ejecutando tareas y responsabilidades referentes a iniciativas desarrolladas en otros contextos, llevadas a cabo por la misma comunidad o por terceros.

**Apropiación social del conocimiento:** se define como el proceso de intervención y comprensión de las relaciones existentes entre la ciencia, tecnología y sociedad, formado a partir de la intervención activa de los diferentes grupos sociales que crean conocimiento.

**Sostenibilidad:** se refiere a la satisfacción de necesidades de la generación actual, sin dejar de lado las capacidades de las generaciones futuras por satisfacer sus propias necesidades. En la actualidad el desarrollo de proyectos sostenibles está encaminado en tres pilares principales, mismos que generan un enorme impacto a nivel económico, social y ambiental, logrando así mantener la cohesión social y aumentando las habilidades para conseguir en conjunto objetivos comunes.

**Replicabilidad:** de acuerdo con Méndez (2015) se refiere a “la capacidad de los proyectos de ser reproducidos en otras comunidades con necesidades similares a las ya resueltas inicialmente” (pág. 24).

**Escalabilidad:** se define como aquel componente que “profundiza en la capacidad de un proyecto de mejorar y crecer sin perder calidad” (Méndez, 2015) así lo que permanece son los niveles a los que hacen referencia las acotaciones que trascienden y que contribuyen a generar impacto en la ejecución y desarrollo del proyecto de innovación social con respecto a los integrantes de una determinada sociedad.

*Gráfico 5 Factores de la Innovación Social*



*Fuente: (Muñoz, Gutiérrez, & Arias, 2018)*

*Elaboración propia*

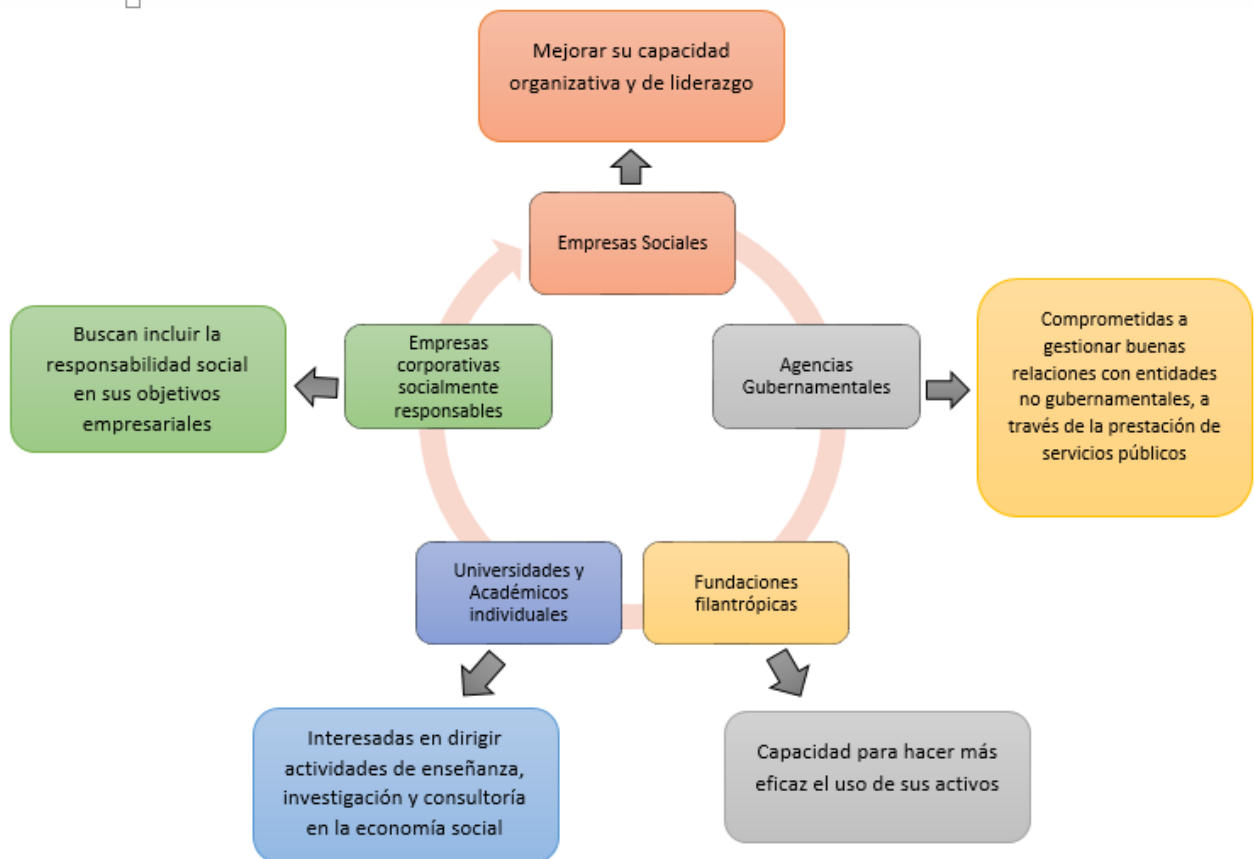
#### **1.4.8 Agentes de la Innovación Social**

En el pasado, los emprendimientos rara vez tenían como objetivo solucionar problemas sociales, y la relación que entablaban con el gobierno era muchas veces conflictiva, llegando al punto en el cual los gobiernos regulaban y gravaban los negocios y pasaban por encima la responsabilidad que tenían con los diversos males sociales existentes. A pesar de ello, con el pasar de los años, en la actualidad los líderes de organizaciones sociales y gobiernos han acudido al mundo empresarial con el fin de conocer más sobre emprendimiento, gestión, generación de ingresos y rendimiento (De la Mata, 2014).

Del mismo modo existe participación por parte de los gobiernos quienes se han comprometido a formular políticas públicas que impulsen, fomenten y apoyen ideas de innovación social. A continuación, a criterio de (De la Mata, 2014) se presentan los

diversos agentes que promueven el cambio social de forma positiva, a través de la innovación social:

Gráfico 6 Agentes de la innovación social



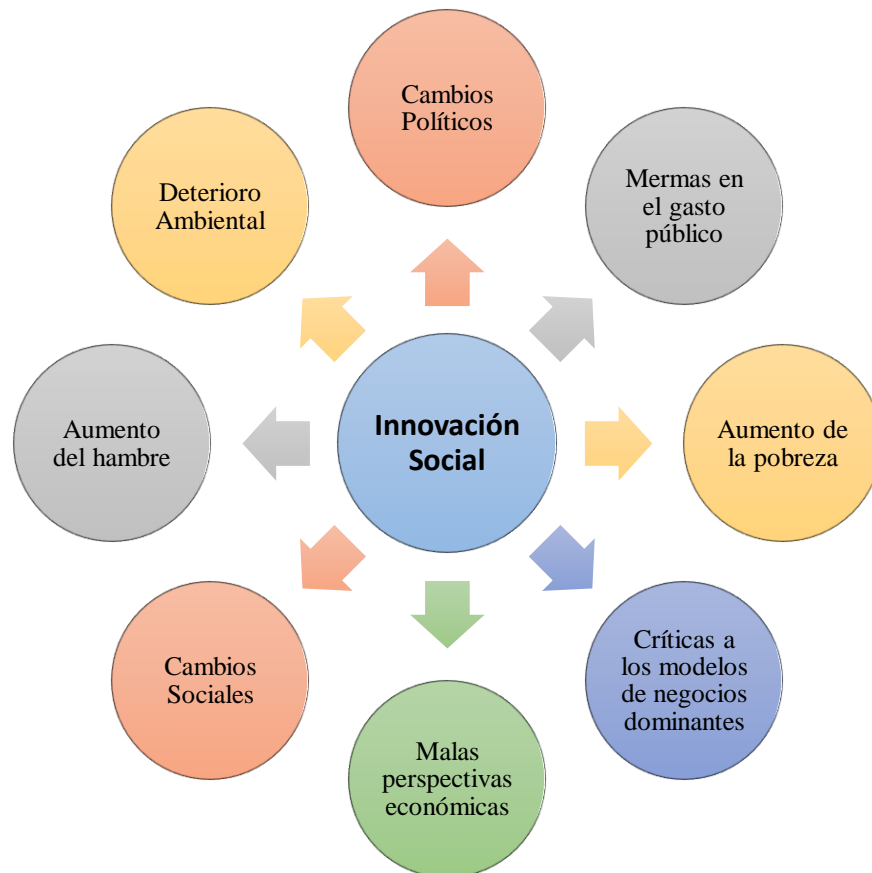
*Fuente: (De la Mata, 2014)  
Elaboración propia*

### 1.4.9 Problemas Sociales

La innovación social es impulsada por un conjunto de problemas que se ubican en medio de un debate acerca de su capacidad para solucionarlos. En este escenario, se espera que a través de la innovación social se puedan generar cambios determinantes de frente al desarrollo, supervivencia y evolución, no solamente de las organizaciones empresariales, sino además de la sociedad en general. (Moulaert, Maccallum, & Hillier, 2013; Cajaiba-Santana, 2014)

A continuación, se presentan los diversos problemas sociales existentes, que se resuelven con la aplicación de innovación social:

*Gráfico 7 Problemas que soluciona la innovación social*



*Fuente: (Moulaert, Maccallum, & Hillier, 2013)  
Elaboración propia*

#### **1.4.10 Innovación Social en los emprendimientos**

Desde el punto de vista empresarial, la innovación social se concibe como una solución innovadora a un determinado problema social, genera valor y beneficia a la sociedad de manera conjunta. Al hablar de rasgos que distinguen este enfoque se pueden mencionar los siguientes: las ideas de dinámicas intersectoriales van más allá de simplemente una perspectiva de alianzas, y más bien son vistas y entendidas como el apareamiento del nombrado “cuarto sector”, borrando los límites entre los sectores públicos, privados y

sector social. Todo lo mencionado anteriormente da como resultado que la innovación social podría ser ejecutada desde cualquiera de estos ámbitos, y al incorporar el componente llamado “valor social”, se transforma en un agente generador de beneficios para la sociedad, uniendo esfuerzos para dar solución y atender los problemas y necesidades sociales.(Vega Jurado, 2017)

En la actualidad, los emprendimientos se han convertido en agentes de cambio altamente visibles en el desarrollo de las economías, esto lo han logrado a través de la aplicación de métodos rentables e innovadores que han permitido hacer frente a los diversos problemas sociales que desafían soluciones tradicionales.

Dicha definición provoca algo de confusión al relacionar el emprendimiento comercial con la innovación social, por una parte, algunos autores manifiestan que no existe diferencia entre estos dos términos, ya que todo proceso emprendedor desarrolla un comportamiento económico y social, que a la vez permite generar valor económico y social. En este mismo contexto, otros autores añaden que todos los emprendimientos exitosos generan valor social, algunos lo hacen de forma directa, resolviendo problemas de índole social, y otras de manera indirecta mediante el pago de impuestos y la generación de empleo. (Martínez, González, & Nieto, 2015)

#### **1.4.11 Innovación Social en Ecuador**

A criterio de Guaipatin & Schwartz (2014) el gobierno de Ecuador posee una agenda social muy dinámica que brinda gran apoyo al sector de la innovación, así mismo la aparición de nuevas tecnologías da paso al surgimiento de ideas innovadoras que permiten atender de formas novedosas los viejos problemas sociales, además estas tecnologías permiten que las personas sean conscientes de las desigualdades en cuanto a oportunidades existentes, y así puedan organizarse para ser escuchados, en otras palabras las nuevas tecnologías están provocando nuevas presiones a los gobiernos que con la innovación social podrán proponer soluciones que respondan a las crecientes demandas de grupos humanos que quieren ser tomados en cuenta. (pág. 163)

Ecuador en la actualidad ha considerado que un pilar fundamental para instituir al país en sistemas de innovación social es el fortalecimiento y mejoramiento de la Educación Superior, la cual se basa en cuatro pilares principales que son: calidad, democratización, pertinencia y generación de conocimiento, todo esto a fin de crear un sistema universitario de calidad y excelencia, que vaya de la mano y se articule al sistema de ciencia y tecnología. La universidad constituye un eje fundamental en la formación de una sociedad innovadora, el país se encuentra atravesando un segundo momento en la reconstrucción de la sociedad del conocimiento, en la cual las universidades ecuatorianas están generando los primeros impactos. (Senescyt - Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación , 2015)

Además, es importante mencionar que en Ecuador se ha decidido implementar un sistema de educación incluyente, masiva y de calidad, a través de decisiones acertadas, en este caso la inversión que se hace en Educación Superior es del 2.2% del PIB, a comparación con otras regiones es el más alto, de esta manera se está creando e impulsando una sociedad más cohesionada.

## **1.5 Emprendimiento**

### **1.5.1 Origen**

Con respecto Herrera (2012) al hablar de emprendimiento nos remontamos a principios del siglo XVI en donde nace el término emprendedor de origen francés “entrepreneur” (pionero), al principio dicho concepto fue utilizado por militares, a medida que fueron pasando los años se fue utilizando en el comercio. El emprendimiento nace conjuntamente con la humanidad puesto que es una característica innata en todas las personas, y aunque muchos no han sabido desarrollarla, se puede decir que hasta cierto punto el emprendimiento es aquello que identifica y diferencia al hombre de los demás seres vivos y ha permitido el avance y progreso de la sociedad.

Citando a Díaz (2017) etimológicamente, las palabras emprendimiento, emprendedor y emprender provienen de los términos de origen francés, entrepreneurship, entrepreneur y entreprendre respectivamente, cuyo significado en latín es atrapar, tomar y coger. La

palabra emprendimiento tuvo su primer uso documentado al castellano en los escritos aragoneses de los años 1030 y 1095.

El término emprendimiento resaltaba propiamente la característica del emprendedor que empezaba una conquista, con iniciativa, valiente y coraje, por lo tanto, era propicio que por extensión dicha palabra se aplicara al referirse a cualquier tipo de aventurero. En los siglos XVI y XVII, la palabra entrepreneur hacía referencia a los diferentes aventureros que viajaban alrededor del mundo, buscando nuevas oportunidades sin saber que sería lo que les esperaba en esas nuevas tierras. (Díaz A. , 2017)

### 1.5.2 Marco conceptual

En perspectiva de Vélez & Ortiz (2016) la palabra emprendimiento se puede definir como la ejecución y desarrollo de un proyecto, mismo que persigue un fin determinado en el ámbito político, social, económico, cultural, u otros, y a su vez posee algunas características que producen generalmente una cuota de innovación e incertidumbre.

El término emprendimiento está estrechamente unido a la innovación, se debe recordar que innovar no es solamente ofrecer en el mercado inventos nuevos de bienes y servicios sino además modificar los procedimientos que se utilizan para obtener productos ya existentes y así ponerlos al alcance de un mayor número de consumidores en el mercado, además por otro lado, la recompensa que se espera de los emprendimientos no es solamente la generación de beneficios económicos, en algunos casos igual de importante que esto son los honores y la aceptación social (Medrano, 2012, pág. 15)

Para tener una idea más clara acerca del término emprendimiento, a continuación, se presenta un cuadro con bases conceptuales desde el punto de vista de varios autores:

*Tabla 4 Bases conceptuales según autores*

<b>Año</b>	<b>Autor</b>	<b>Definición</b>	<b>Palabra Clave</b>
2019	Sánchez Javier	El emprendimiento se refiere a la capacidad que posee una persona para identificar y descubrir oportunidades de negocios y basándose en ello, organizar un conjunto de recursos a fin de iniciar un proyecto empresarial. (Sánchez, 2019)	-Oportunidad de negocios -Recursos



2018	Alfaro Yanin	Con la creación de emprendimientos se busca solucionar necesidades del mercado a través de los llamados emprendedores, quienes son arriesgados, maestros de la resiliencia y hábiles para detectar oportunidades. (Alfaro, 2018)	-Arriesgados -Resiliencia
2017	Duarte Franklin	Es la actividad que implica el proceso que se debe seguir para crear nuevas empresas, la expansión de firmas y su repotenciamiento en mercados globales, mantiene una amplia relación con el crecimiento económico y la dinámica productiva que contribuyen al progreso y desarrollo de las naciones. (Duarte, 2017)	-Ventaja de negocio -Propuesta de valor
2016	Messina María Hochsztain Esther	Los emprendimientos se constituyen en una importante herramienta que contribuye a la creación de desarrollo sustentable minimización de la pobreza, y revitalización del entorno.(Messina & Hochsztain, 2015)	-Herramienta -Sustentable
2015	Parra Mercedes Catica José López Oscar	Un emprendimiento es una actividad ejecutada por un emprendedor quien tiene visión de futuro, es proactivo y trabaja con muchas ganas de dejar marca en todo lo que realiza. (Parra, Catica, & López, 2015)	-Proactiva -Visión de futuro
2014	Arboleda María	El emprendimiento es un proceso considerado dentro de las políticas de empleo, como un instrumento primordial en la competitividad, innovación y crecimiento tecnológico, además de una alternativa para impulsar la evolución de la economía informal a la formal. (Arboleda, 2014)	-Competitividad -Crecimiento tecnológico
2013	Díaz Carlos	Un emprendimiento es una alternativa que se brinda a la problemática socioeconómica de los países, permite generar riqueza mediante el fomento empresarial, con el fin de lograr la calidad de vida proyectada a través de la equidad social. (Díaz, 2013, pág. 21)	-Generar riqueza -Equidad social
2012	Sáenz Nerea	Los emprendimientos actúan como protagonistas dentro de la economía de un país, poseen poder de decisión y acción, se orientan a asumir diversas expectativas y desarrollan oportunidades en donde otros no vieron nada. (Saézn, 2012, pág. 13)	-Acción y decisión -Expectativas
2011	García Gary	Un emprendimiento es una actividad que convierte una idea en una acción,	-Acción -Propósitos

		transforma una meta en realidad, y busca el cumplimiento de objetivos y propósitos. (García G. , 2011)	
2006	Fernández José	El emprendimiento busca transformar una idea en una oportunidad y ponerla en marcha, actúa con entusiasmo y determinación, y visiona oportunidades. (Fernández, 2006)	-Oportunidad -Determinación

*Fuente: varios autores  
Elaboración propia*

A criterio personal considero que los emprendimientos son un conjunto de actividades y actitudes que permiten hacer frente a los miedos, fracasos y temores, es tomar el riesgo y decidir lanzarse al ruedo, tiene que ver con la perseverancia, esfuerzo y dedicación, además es una buena forma para diseñar y proyectar nuestras propias vidas.

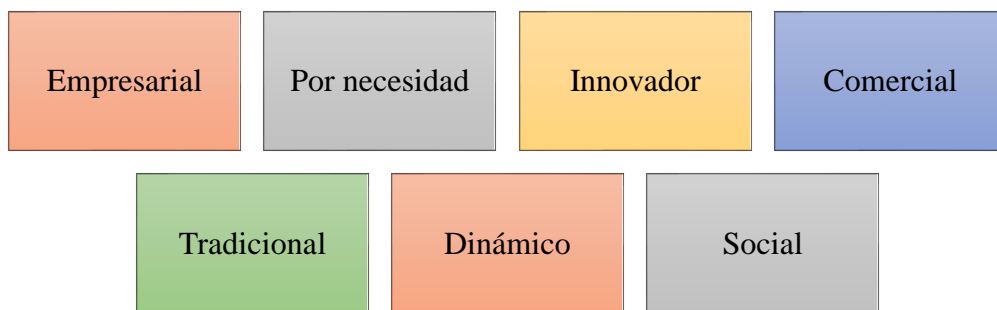
### 1.5.3 Tipos de emprendimientos

De acuerdo con Vélez & Ortiz (2016) existen diversos tipos de emprendimientos que pueden ser agrupados de diferentes modos, teniendo siempre en cuenta las características de las empresas creadas, entre los más importantes están:

- **Emprendimiento empresarial.** - es aquel que ingresa en un mercado que produce y comercializa bienes que ya existen en la actualidad, empero, por sus características internas tienen la posibilidad de superar a su competencia, ya sea por agregar mejoras en los productos o por poseer ciertas ventajas ligadas a sus emprendimientos.
- **Emprendimiento por necesidad.** - está encaminado a generar ingresos a diario para subsistir y vivir, como característica, no posee una visión o planificación clara sobre el futuro, razón por la que no mantiene valor agregado ni perspectiva en cuanto a expansión hacia mercados nacionales o mundiales.
- **Emprendimiento innovador.** - emprendimientos dedicados a crear productos o servicios innovadores, buscan crear mercados nuevos o a la vez sustituirlos, como uno de sus objetivos mantienen encontrar nuevas formas de solucionar problemas que brinden beneficios accesibles para un sector determinado de la población.

- **Emprendimiento comercial.** - dedicado a la venta de productos o servicios en el mercado, se necesita de un capital medio-alto inicial para el desarrollo de sus actividades, y enfocan su diferenciación con la competencia a través de tres formas diversas que son: productos especializados, servicios adicionales y precios.
- **Emprendimiento tradicional.** - emprendimiento que posee un crecimiento en cuanto a su estructura competitiva, más no por criterios de rentabilidad, sostenibilidad y ventas, no trabajan con el fin de buscar un diferenciamiento de los productos y servicios que ofrecen, incluso en algunos casos no mantienen mano de obra calificada y escasamente utilizan tecnología.
- **Emprendimiento dinámico:** emprendimientos que poseen un rentable, rápido y sostenible crecimiento, mantienen un representativo nivel de ventas, además de generar valor agregado que les permite identificarse de otros ya que desarrollan un modelo de producto o servicio innovador que les genera una ventaja competitiva sobre los demás.
- **Emprendimiento social.**- Desde la perspectiva de García (2015) se refiere a las personas que ejecutan un conjunto de actividades llevadas a cabo de forma colectiva o individual y direccionadas por una ética social, mismas que contribuyen a la mejora de condiciones de vida de las personas de la sociedad, generalmente de personas y comunidades vulnerables menos favorecidas, por lo tanto su propósito fundamental es crear un impacto y generar cambio social.

*Gráfico 8 Tipos de emprendimientos*



*Fuente: (Vélez & Ortiz, 2016)  
Elaboración propia*

#### **1.5.4 Factores externos de los emprendimientos**

Como lo menciona Moreno (2016) siempre que se desee poner en marcha un emprendimiento es importante conocer que cualquiera que sea su actividad económica, se verá afectada por las diferentes fuerzas del entorno existentes, y aunque dichas características no siempre generan el mismo impacto debido a que en algunos emprendimientos unas provocan un mayor impacto y en otras no, es fundamental averiguar cuáles factores han sido considerados en el pasado, para en base a ello determinar el impacto que dichos factores pueden provocar en el futuro y desarrollar estrategias que permitan prevenirlos.

Para realizar el análisis del macroentorno en los emprendimientos se puede utilizar la herramienta PESTEL, para conocer los factores externos que determinan la forma de accionar de los negocios desde el ámbito económico, político, social, ambiental y tecnológico. El análisis de estos factores permite conocer las amenazas y oportunidades que se pueden generar con la creación de un nuevo emprendimiento.

A opinión de (Moreno, 2016) los factores externos que influyen en el éxito o fracaso de un emprendimiento son:

**Factores políticos:** se refiere a la relación existente entre los emprendimientos y el gobierno, implica las leyes que establece un país para el desarrollo de un negocio, entre los factores políticos que pueden beneficiar o afectar la situación de un emprendimiento están: las normativas y restricciones sobre el comercio internacional, la política fiscal, protección de consumidores, legislación sobre el cumplimiento de contratos, estabilidad política, actitud y organización de la administración.

**Factores económicos:** algunos de los factores económicos que benefician o afectan los emprendimientos se encuentran: la inflación, el gasto público, interés y política monetaria, políticas de tributación y desempleo y crecimiento económico.

**Factores sociales:** los factores sociales que se deben examinar son: movilidad social y laboral, educación, demografía, distribución de la renta y modificaciones en el estilo de vida de las personas.

**Factores tecnológicos:** los avances tecnológicos surgidos durante los últimos años han generado cambios en los diferentes sectores por lo que resulta necesario que los emprendimientos se mantengan informados en cuanto a: nuevas invenciones, gastos en I+D, prioridad que brindan las industrias en el desarrollo tecnológico, ciclo de vida, costos de energía y tasa de transferencia tecnológica.

**Factores ambientales:** los emprendimientos deben considerar los derrames de petróleo, la contaminación de los lagos y mares, la contaminación acústica y la energía radioactiva, debido a que generan un impacto negativo al medio ambiente. Los negocios deben ser responsables y realizar proyectos que protejan el ecosistema y contribuyan a reducir los niveles de contaminación.

A criterio personal considero que además de los factores mencionados, la cultura es un factor externo que también influye en la creación de emprendimientos, debido a que el efecto que genera dicho factor en las características de los negocios que conforman una sociedad es muy grande, además los valores existentes en una cultura específica se utilizan como filtros para determinar ciertas actitudes y comportamientos afines con el espíritu emprendedor. (Torroba, 2014)

*Gráfico 9 Factores externos del emprendimiento*



*Fuente: (Moreno, 2016)*

*Elaboración propia*

### 1.5.5 Factores internos del emprendimiento

En perspectiva de (Rajadell, 2019) conocer los factores internos de un emprendimiento se constituye en un instrumento esencial en la formulación de estrategias, permite evaluar y valorar el potencial que posee un negocio con el fin de desarrollar ventajas sostenibles y competitivas que perduren en el tiempo.

Para realizar el análisis de los factores internos de un emprendimiento se deben tomar en cuenta las actividades que se realizan día a día, ya que son fuentes potenciales para generar valor, (Rajadell, 2019) manifiesta que las herramientas que se utilizan a menudo son: el benchmarking, cadena de valor, clasificación funcional y análisis del perfil.

**Benchmarking:** es un proceso estructurado de aprendizaje e identificación de las mejores prácticas desarrolladas por organizaciones en diversas partes del mundo, con el fin de que, una vez adaptadas en los emprendimientos, puedan ser aprovechadas, constituyéndose en un eficaz instrumento de mejoramiento empresarial, difundido ampliamente en los modelos de la calidad total. En otras palabras, se refiere a tomar ideas prestadas de otras empresas, mejorarlas y posteriormente adaptarlas a los nuevos emprendimientos.

**La cadena de valor:** es una herramienta que permite realizar análisis internos, descomponiendo de manera gráfica las actividades que realizan los emprendimientos para crear y ofrecer un producto o servicio al consumidor; lo que ayuda a comprender el comportamiento de los costos y además establecer las capacidades claves de los negocios, que les permite diferenciarse de los demás.

**Clasificación funcional:** es una herramienta que se utiliza para intentar determinar las capacidades primordiales disponibles en las principales áreas a fin de valorarlas como una fuente de ventajas competitivas, de esta manera en los emprendimientos se puede adaptar el modelo de Toyota, el cual se basa en el justo a tiempo, mejorando la calidad total y logrando mejora continua.

**Análisis del perfil:** para utilizar esta herramienta, la empresa identifica y selecciona un conjunto de aspectos fundamentales a estudiar, claros ejemplos de esto son: la variedad de productos, la capacidad de adaptación de las necesidades de los consumidores,

fidelidad de los clientes, reconocimiento de la marca, diseño del producto, etc., con el propósito de valorar su posición en el mercado con respecto a la empresa líder o con la media del sector en el que se desarrolla.

### **1.5.6 Características de los emprendedores millennials**

Al hablar de emprendimiento es importante mencionar a los emprendedores aquellas personas que ponen en práctica un conjunto de características para ejecutar una idea de negocio. García (2011, pág. 29) resume las características que deben poseer los emprendedores de la siguiente forma:

*Características físicas:* poseen un nivel energético y de trabajo muy alto, laboran jornadas largas, y se les da bien trabajar en equipo.

*Factores motivacionales:* necesidad de motivación, necesidad de logro, necesidades de autonomía e independencia, necesidad de poder y reconocimiento.

*Según el comportamiento:* tienen confianza en sí mismos, mantienen buenas relaciones interpersonales, poseen iniciativa y liderazgo, compromiso total, direccionamiento hacia objetivos específicos, alta capacidad de persuasión y asumen riesgos moderados.

*Características individuales:* imaginación, creatividad e innovación, poseen conocimientos sobre los negocios, cuentan con capacidad y experiencias para solucionar problemas.

*Deben ser tenaces para:* mantener una firme convicción, son valientes, se levantan una y mil veces, logran sus fines, son infatigable, y realizan sus esfuerzos las veces que sean necesarias para conseguir sus objetivos.

*Deben ser audaces para:* poder controlar su medio, están dispuestos a correr riesgos, buscan que su vida se convierta en una aventura, son capaces de afrontar situaciones adversas y lograr diferenciarse de los demás.

*Deben ser responsables en varios aspectos:* no ponen excusas, no culpan a otros de sus fracasos, aceptan y asimilan sus errores, enfrentan sus acciones, mantienen siempre la

frente en alto, y basan sus decisiones en prácticas responsables con el ambiente y la sociedad.

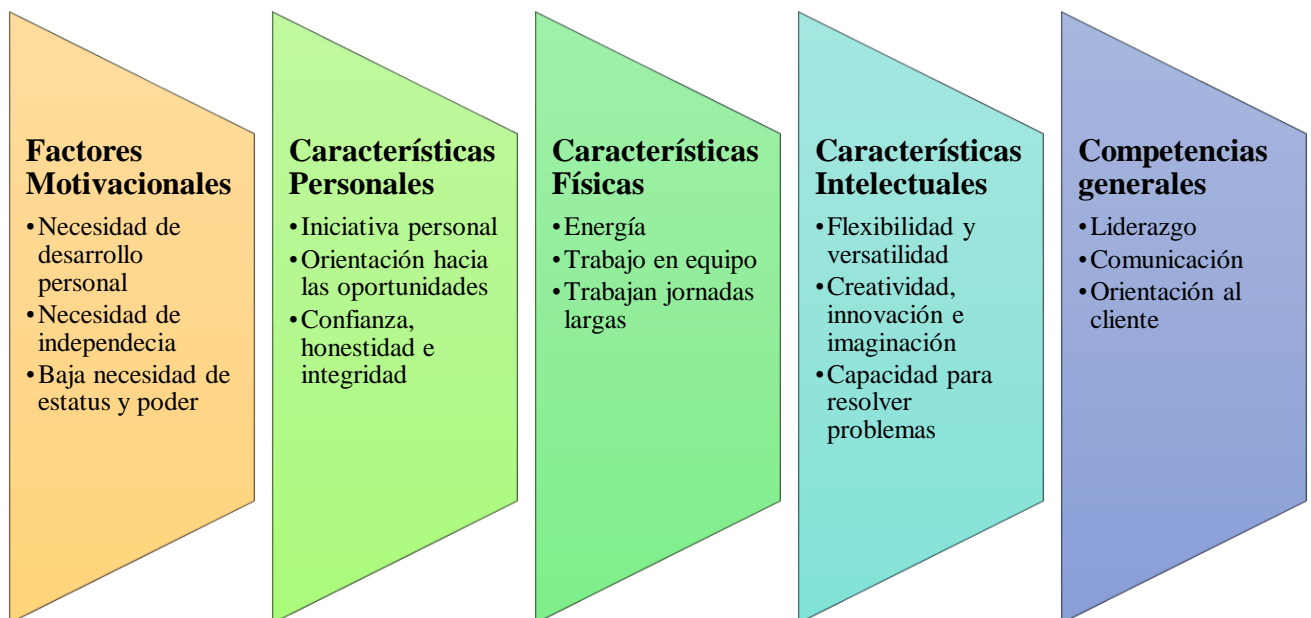
*Deben ser apasionados con el propósito de:* jamás rendirse ni desanimarse, aprenden de las derrotas, están repletos de energía, convierten los problemas en oportunidades, piensan en grande y, aman lo que hacen.

*Deben tener iniciativa en:* comprender que toda la organización es asunto suyo, no espera que los demás den el primer paso, busca siempre ser el primero en innovar constantemente y conseguir un reconocimiento empresarial frente a sus empleados y la sociedad.

*Deben tener confianza para:* sentirse capaces de hacer bien las cosas, creer en sí mismo, y no dejar que nadie ni nada los derrumbe.

*Deben tener voluntad para:* organizar su vida, seguir adelante, son autos disciplinados, toman en cuenta y escuchan a sus trabajadores, clientes y proveedores.

*Gráfico 10 Características de los emprendedores millennials*



*Fuente: (Alcaraz, 2011)  
Elaboración propia*



### 1.5.7 El proceso emprendedor

Resulta importante saber que abrir un negocio propio no siempre es igual a ser un emprendedor, en muchos de los casos en los negocios solamente se ha generado puestos de trabajo para sí mismos, mientras que por otro lado un emprendedor busca superar un proceso, que de acuerdo a varios autores depende mucho de las etapas que consideren necesarias.

Sánchez (2013) clasifica el proceso emprendedor en fases y etapas, de la siguiente manera:

**Fase temprana.** - empieza en el momento en el que el emprendedor decide poner en marcha su emprendimiento hasta que comienzan las primeras ventas, esta primera fase consta de cuatro etapas las cuales son:

- **Etapa 1:** empieza en el instante en el que una persona desarrolla una idea o un sueño y visualiza una oportunidad para crear un emprendimiento, en esta etapa se reformula y valida si la oportunidad o idea tiene potencial para ser ejecutada.
- **Etapa 2:** ocurre cuando se crea de manera formal el emprendimiento y se empieza a llevar a cabo actividades y operaciones en el mercado.
- **Etapa 3:** se conoce como etapa de arranque y sucede en el momento en que el emprendimiento comienza a facturar gracias a sus primeras ventas.

**Fase escalamiento.** - ocurre cuando el emprendedor empieza con la búsqueda de la inversión para subir de nivel el negocio, de tal forma que logra aprovechar al máximo las oportunidades que le ofrece el mercado, multiplicando y elevando sus niveles de ganancia, al igual que la primera fase esta consta de tres etapas que son:

- **Etapa 4:** se refiere al momento en el que el emprendimiento sufre un proceso de transformación y empieza con la búsqueda del capital para expandir su negocio, la característica principal de esta etapa es la profesionalización de recursos humanos.
- **Etapa 5:** sucede cuando el emprendimiento comienza a ser escalable, posicionándose en el mercado mediante una innovadora manera de administrar,

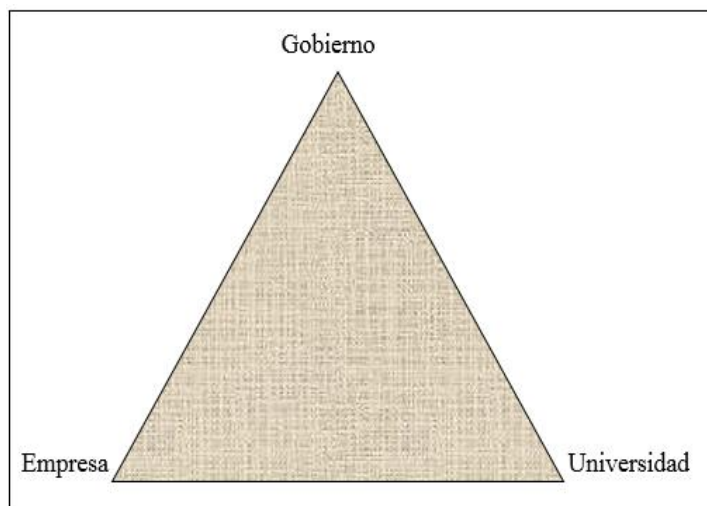
misma que contempla el cumplimiento de modelos de negocio y planes estratégicos establecidos.

- **Etapa 6:** el emprendimiento produce retornos económicos para los socios fundadores del negocio.

### 1.5.8 El triángulo del emprendedor

Como lo manifiesta Schnarch (2014) un importante triángulo que se forma como clave del proceso de emprendimiento es aquel que incluye en sus vértices al Estado, la empresa y la universidad, quienes actúan como detonadores y enlace de innovadoras iniciativas de negocio, mismas que están orientadas a procesos o productos nuevos que se establecen en la línea de los típicos planes de desarrollo a nivel nacional y regional.

*Gráfico 11 Modelo de la triple hélice*



**Fuente:** (Schnarch, 2014)  
*Elaboración propia*

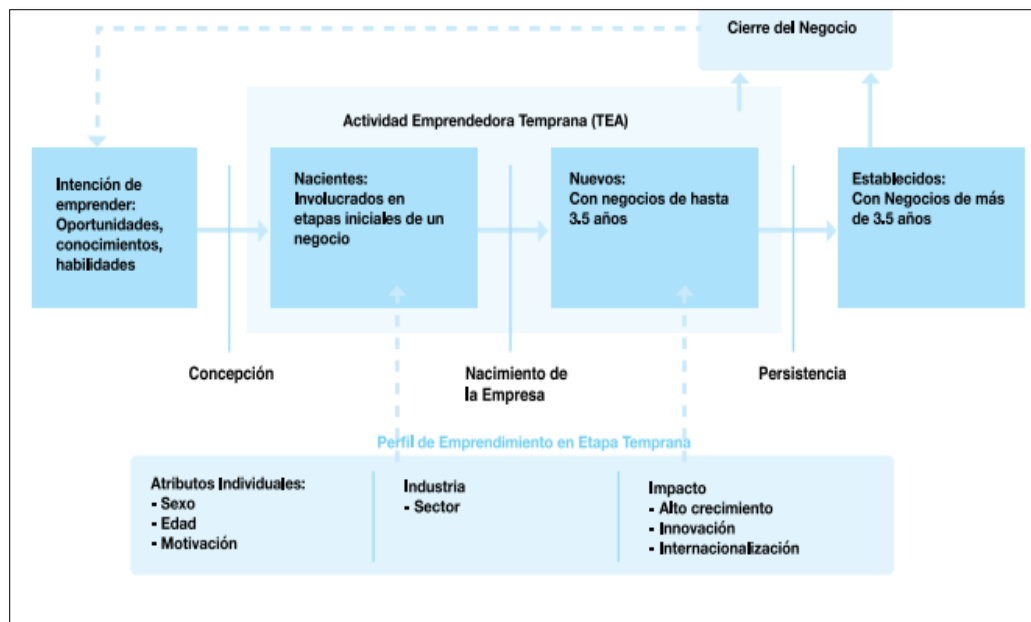
Dicho modelo recibe el nombre de la triple hélice, y lo que pretende es que la forma de actuar de las universidades se constituya en un creador de conocimientos, y que asume un papel importante en la relación existente entre la empresa y el Gobierno; y la forma en cómo estos se desarrollan para lograr crear innovación en los emprendimientos como agentes de creación de conocimientos.

Cases (2013) afirma que este modelo forma parte de un proceso intelectual, el cual esta direccionado a visualizar la evolución existente en las relaciones dadas entre la universidad y la sociedad, y por otra parte caracterizar la intervención de las universidades en los procesos sociales y económicos, esencialmente, de esta manera, el modelo de la triple hélice se ha utilizado como un modelo útil para impulsar el espíritu a la vez que el crecimiento empresarial.

### 1.5.9 El emprendimiento en Ecuador

En el año 2017 el GEM Ecuador, recolecto información de 2060 personas adultas y 37 expertos nacionales, información que permitió analizar e identificar las características acerca de la actividad emprendedora que se desarrolla en el país. Los resultados obtenidos demuestran que en al año 2017, cerca de 3 millones de adultos comenzaron el proceso para poner en marcha un emprendimiento, o eran dueños de uno con menos de 4 años de antigüedad, esto representó el 29.6% de la población en edades entre 18 y 64 años, constituyendo en la más alta TEA2 de la región durante seis años consecutivos, seguido por Chile y Perú, a pesar que ha menguado gradualmente 6 puntos porcentuales desde el año 2013. (GEM Ecuador, 2017)

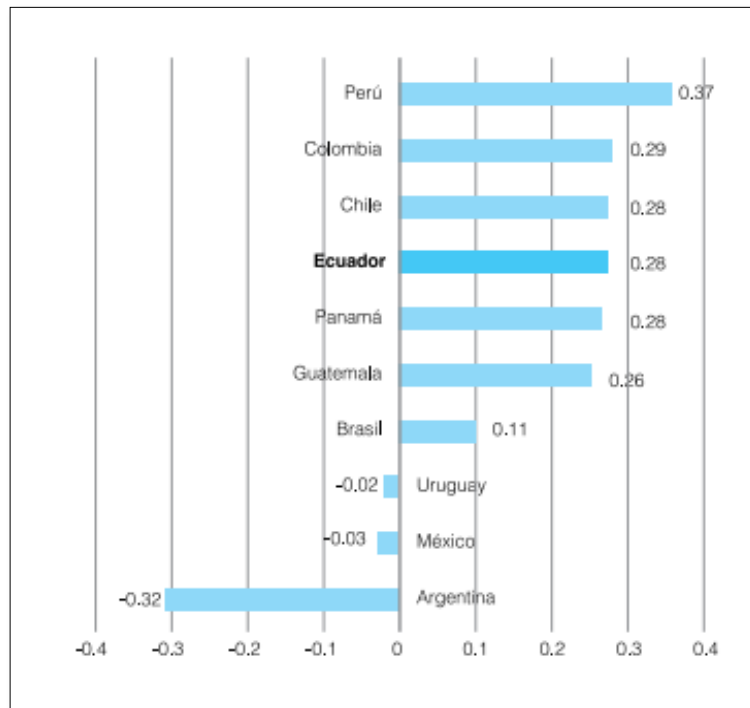
Gráfico 12 Modelo GEM del ciclo de vida del negocio y las características emprendedora



Fuente: (GEM Ecuador, 2017)

De acuerdo a la muestra levantada, los emprendedores ecuatorianos poseen en promedio 36 años, 11 años de escolaridad, mantienen negocios orientados al consumidor y el 48.8% vienen de hogares que adquieren ingresos mensuales entre \$375 y \$750. De igual manera el 33.4% posee un trabajo adicional a su emprendimiento y el 50.2% es autoempleado. En dicho año el GEM, introdujo el GESI o llamado también espíritu emprendedor, dentro del cual Ecuador alcanza el segundo mejor puntaje en la región (0.28), luego de Perú, lo que evidencia que existe una percepción positiva con respecto al emprendimiento y altos niveles de confianza en cuanto a los conocimientos y capacidades necesarias para emprender.

*Gráfico 13 Índice de Espíritu Emprendedor 2017 para América Latina y El Caribe*



*Fuente: (GEM Ecuador, 2017)*

Acerca de las motivaciones que poseen las personas para empezar una actividad emprendedora en el año 2017, la proporción de emprendedores de la TEA que emprende por oportunidad sobrepasa a los de necesidad obteniendo como resultado un 57.31% VS un 42.33%, la cual es considerada la más alta durante todos los períodos estudiados en Ecuador, con respecto a la tasa de cierre de negocio no existen variaciones tomando en

cuenta el 2016, se determinó además que el 99% de los emprendimientos nacientes, el 51.5% de los emprendimientos establecidos y el 60% de los emprendimientos nuevos no contribuyen a la generación de empleos. (GEM Ecuador, 2017)

### **Perfil del emprendedor millennial ecuatoriano**

A juicio de Ortega (2017) el perfil de todo emprendedor millennial ecuatoriano es:

- Comprenden que para conseguir dinero es necesario satisfacer a los consumidores de forma creativa y continua.
- Tienen conciencia acerca de que el mercado libre involucra un trato moral, pacífico y voluntario entre hombres que intercambian sobre bienes y servicios sus derechos de propiedad.
- Entienden y tienen en cuenta que un principio universal es la libertad económica.
- Promueven libertad económica para todo el mercado, no solamente para su ámbito de negocio.
- Comprenden que el mercado libre implica un trato voluntario, moral y pacífico entre hombres iguales que se respetan e intercambian sus derechos de propiedad sobre bienes y servicios.
- Tienen en claro que la libertad no es un sinónimo de ganancia segura.
- Saben que para obtener un éxito económico mayor, necesitan transformar de manera positiva una mayor cantidad de vidas en vez de preocuparse por los competidores.
- Comprenden que la libertad involucra la oportunidad como un punto de partida, y no como un punto de llegada.
- Por último, están conscientes que son ellos quienes mantienen el mundo material e intelectualmente.

## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA

#### **2.1 Materiales**

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se recurrió a diferentes fuentes bibliográficas como son: libros tanto en físico como digitales, artículo de revistas indexadas en español e inglés, tesis de tercer nivel, maestría y doctorados, además de páginas en las webs relevantes que abarcan información útil y confiable para la elaboración con éxito del proceso investigativo.

#### **2.2 Método**

La presente investigación posee un enfoque cualitativo y cuantitativo, con el fin de obtener información importante sobre las dos variables a estudiar, y a su vez recolectar datos numéricos para generar mejores resultados.

***Enfoque cualitativo.*** - se encarga de explicar de manera descriptiva el comportamiento de los sujetos involucrados en el proceso de investigación, motivo por el cual, es subjetivo e interpretativo, ya que toma en cuenta la naturaleza social e individual de lo investigado, mediante instrumentos de recolección de datos e información (Corona, 2016). Dicho enfoque también se utilizará para crear un conjunto de características que demuestren relaciones existentes entre las variables de manera deductiva.

***Enfoque cuantitativo.*** - se concentra en determinar la fuerza de la correlación o asociaciones que se origina entre las variables, objetivización y generalización de los resultados mediante una muestra para ser inferencia en una población. (Fernández & Díaz, 2002, págs. 76-78)

#### **2.3 Modalidad básica de la investigación**

##### **2.3.1 Investigación bibliográfica y documental**

De acuerdo con (Rodríguez M. , 2013) la investigación bibliográfica-documental es un proceso secuencial y sistemático que permite la recolección, selección, evaluación,

clasificación y análisis del contenido del material gráfico e impreso, físico o virtual que se utilizará como fuente conceptual y teórica en una investigación.

En el desarrollo de la investigación se ha acudido a fuentes primarias como son libros, revistas, artículos científicos, tesis de maestría y doctorado etc., sobre las dos variables objeto de estudio con el fin de conocer la opinión y perspectiva de diferentes autores y así generar un marco teórico que abarque las ideas de los autores e investigadora de una forma adecuada y entendible.

### **2.3.2 Investigación de campo**

A criterio de Graterol (2011) la investigación de campo o también llamada investigación in situ es aquella que se ejecuta en el lugar donde se localiza el objeto de estudio. Este hecho permite al investigador conocer de una forma más profunda el tema a ser estudiado, a través de la manipulación de los datos obtenidos de forma directa.

La investigación de campo será utilizada al momento de realizar las encuestas a los estudiantes de las cuatro universidades existentes en el cantón, y de igual manera cuando se realice las preguntas a los emprendedores de los sectores de la economía en el cantón Ambato.

## **2.4 Tipos de métodos investigativos**

### **2.4.1 Método Descriptivo**

Desde el punto de vista de Díaz & Calzadilla (2016) el método descriptivo se utiliza en investigaciones que tienen como fin delinear determinadas características halladas en algunas investigaciones exploratorias, y al mismo tiempo desarrollarse a través de la utilización de métodos cualitativos y en algunos casos si es necesario cuantitativos. (pág. 118)

En el desarrollo del proyecto se aplicó el método descriptivo al caracterizar la innovación social como un factor de emprendimiento en los millennials del cantón Ambato, a través de la descripción de dichas variables que permitirán brindar una solución óptima y un cambio de mentalidad por parte de las personas encuestadas.

### **2.4.2 Método correlacional**

El método correlacional intenta descubrir si dos o más conceptos se encuentran vinculados entre sí, en qué grado lo están y de qué manera, en algunas ocasiones en este tipo de investigaciones no se puede identificar a simple vista cual es la variable dependiente e independiente, y para conseguir información acerca de la relación existente entre ambas se extrae de la teoría recogida con sospecha sobre el factor causal o posible grado certeza (Díaz & Calzadilla, 2016, pág. 118).

Para la aplicación de este método en la investigación se utilizará la prueba de Chi Cuadrado de Pearson, ya que como lo menciona (Moore, 2005) es una herramienta que indica si los datos proporcionan evidencia suficiente para rechazar la hipótesis sobre que todas las proporciones poblacionales son semejantes. La alternativa existente a este tipo de prueba es de “muchas colas”, debido a que permite cualquier relación distinta sobre aquella en la cual “todas son iguales”.

### **2.4.3 Método inductivo-deductivo**

Teniendo en cuenta a Rodríguez & Pérez (2017) el método inductivo-deductivo está formado por dos procesos inversos que son: inducción y deducción, el primero se convierte en una manera de pensamiento que pasa de estudiar casos particulares a conocimientos generales, y por otro lado la deducción pasa de estudiar casos generales a particulares, estos dos procesos se perfeccionan mutuamente así: en la inducción se determinan generalizaciones que van de lo común, después partiendo de esa generalización se deducen algunas conclusiones lógicas, que a través de la inducción se convierten en generalizaciones enriquecidas. (pág. 187)

Dicho método constituye una parte fundamental para la elaboración de la presente investigación, puesto que como expresa (Dávila, 2006) la deducción se convierte en un vínculo de unión entre la observación y la teoría y deduce a partir de dicha teoría los fenómenos objeto de observación, mientras que por otro lado la inducción implica la acumulación de informaciones y conocimientos aislados.



En el proyecto de investigación se aplicó este método ya que para conocer a que segmento de la población se aplicarían las encuestas fue necesario tener conocimientos generales previamente sobre el entorno, rasgos y la forma en cómo se desarrollan los millennials, seleccionándolos particularmente como objeto de estudio por las características que reúnen, de igual manera se seleccionó las variables innovación social y emprendimiento partiendo de premisas particulares que con el transcurso de la investigación se convirtieron en hechos generales que permiten determinar cómo la innovación social se convierte en un factor determinante al momento de crear emprendimientos.

#### **2.4.4 Método analítico-sintético**

El método analítico-sintético es aquel en el que se involucran dos procesos científicos inversos que operan en uno solo: el análisis y la síntesis, el primero es un proceso lógico que permite descomponer de forma mental un todo en sus diversas partes, mientras que por otro lado la síntesis constituye de forma mental la combinación de las partes analizadas y permite encontrar características generales dentro de los elementos en una realidad. (Rodríguez & Pérez, 2017)

La aplicación de este método se dio en la forma en cómo se caracterizó las dos variables seleccionadas para el estudio, partiendo en primera instancia de la descomposición de cada una en sus dimensiones, factores, características, instrumentos para luego pasar a recoger toda esa información y formarla en una sola, describiendo así los perfiles del innovador social millennial y emprendedor millennial, perfiles que nos permitirán conocer además si existe relación entre las dos variables seleccionadas para el estudio.

### **2.5 Técnica de Investigación**

#### **2.5.1 Encuesta**

Para la recolección de datos se utilizará como técnica la encuesta la cual según Quispe & Sánchez (2015) se realiza mediante la elaboración de entrevistas y cuestionarios de forma escrita o verbal que se desarrolla a un grupo de personas, y tiene como objetivo conseguir información.

Así mismo como señala López & Fachelli (2015) la encuesta se convierte en una técnica dentro de toda investigación social de extenso uso y ha sobrepasado el ámbito de la investigación científica, para transformarse en una actividad habitual de la que todos formamos parte tarde o temprano.

La encuesta será aplicada de forma directa y física a las personas seleccionadas para el estudio, en este caso son los estudiantes de las cuatro universidades existentes en el cantón Ambato: Universidad Técnica de Ambato, Universidad Regional Autónoma de los Andes, Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, y Universidad Indoamérica. De la misma manera se aplicarán las preguntas a los emprendedores de los siete cinco sectores de la economía en el cantón: comercio, manufactura, servicios, transporte información y comunicación, construcción, servicios financieros y actividades profesionales, se debe tener en claro que todos aquellos encuestados se encuentran en rangos de edades entre 20 y 40 años, considerados millennials.

## **2.6 Instrumentos de Investigación**

### **2.6.1 Cuestionario**

Un cuestionario es un instrumento estandarizado que se utiliza para recoger datos durante la investigación de campo en algunos estudios cuantitativos, principalmente, los que desarrollan con metodologías de encuestas. De manera resumida, se puede manifestar que es la herramienta que permite al investigador proponer un conjunto de preguntas para obtener información organizada sobre una muestra de personas, mediante el tratamiento agregado y cuantitativo de las respuestas con el fin de describir la población de la que forman parte o contrastar estadísticamente algunas relaciones entre variables que son de su interés. (Meneses & Rodríguez, 2016)

Se estructuro un cuestionario de 25 preguntas, mismas que permitirán conocer cuál es la percepción de los millennials con respecto a las dos variables: innovación social y emprendimiento, en este caso se intentará conocer más de cerca lo que piensa cada uno de los encuestados de forma directa con la finalidad de obtener resultados para ser interpretados y analizados.

## **2.7 Población y muestra**

### **2.7.1 Población**

Toledo (2015) asevera que la población de una investigación está formada por personas, objetos, organismos, historias clínicas, etc., llamados también elementos del proceso investigativo, quienes intervienen del fenómeno que fue establecido y delimitado en el análisis del problema. Para (Danel, 2015) la población constituye el conjunto de elementos sobre los cuales estamos interesados en conseguir conclusiones y acerca de los cuales queremos hacer inferencias.

Por otro lado, Hernández (2001) manifiesta que:

La población en una investigación estadística se define como un conjunto de ítems o unidades o que tienen en común algunas características peculiares que se desean investigar. De igual forma pueden definirse como el grupo de familias, especies de plantas o animales; del mismo modo existen poblaciones de reacciones u observaciones de determinado tipo: reacciones de asociación de palabras, a estímulos sonoros, apreciaciones sobre los colores y similares. (pág. 127)

### **Tipos de población**

**Finita:** es el conjunto formado por una cantidad limitada de elementos, ejemplos: número de estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato, número de especies, número de obreros en una construcción, etc. (García, 2002) “Igualmente se considera que una población es finita cuando está formada por menos de 100.000 unidades, e infinita a aquella que tiene 100.000 o más”. (López & Fachelli, 2015)

**Infinita:** es aquella que cuenta con un número extremadamente grande de elementos, ejemplo: número de especies del reino animal, población de hormigas a nivel mundial, número de moléculas en el mundo (García, 2002). En este caso se trabajará con dicha población ya que la población establecida supera los 100.000 miembros o elementos.

En el transcurso del proyecto de investigación se determinó que en el Cantón Ambato existen 106152 millennial según el censo realizado en el año (2010) por el INEC , pero para que el estudio se realice con información actualizada se tomó como referencia las proyecciones demográficas realizadas por el SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo) y se determinó que para el año 2019 existen 120538 personas de entre 20 y 39 años, quienes serán el objeto de estudio de la presente investigación. (SENPLADES, 2017)

*Proyección por edades millennials del Cantón Ambato*

Rango de edad	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
20-24	30,588	30,885	31,147	31,378	31,587	31,779	31,957	32,124	32,280	32,422
25-29	28,214	28,687	29,134	29,550	29,931	30,272	30,573	30,839	31,074	31,286
30-34	25,220	25,800	26,369	26,922	27,452	27,955	28,431	28,880	29,299	29,682
35-39	22,131	22,659	23,205	23,766	24,339	24,919	25,499	26,068	26,621	27,149
<b>TOTAL</b>	<b>106152</b>	<b>108030</b>	<b>109855</b>	<b>111617</b>	<b>113309</b>	<b>114925</b>	<b>116460</b>	<b>117911</b>	<b>119274</b>	<b>120538</b>

*Fuente: (INEC, 2010) (SENPLADES, 2017)  
Elaboración propia*

*Segmentación de la población*

Variable de segmentación	Variable	Datos	Año
Demográfica	Millennials del Cantón Ambato	120538	2017

*Fuente: (SENPLADES, 2017)  
Elaboración propia*

## 2.7.2 Muestra

De acuerdo con López (2004) la muestra en una investigación “es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. La muestra es una parte representativa de la población.” (pág. 69)

Espinoza (2016) plantea que para que una muestra sea útil y representativa, se deben reflejar las diferencias y semejanzas halladas en la población, ejemplificar las tendencias y características de la misma. Es importante mencionar en este apartado que una muestra

representativa tiene que indicar que se reúne aproximadamente todas las características de la población las cuales son importantes para la investigación.

**Fórmula de la población infinita:**

$$n = \frac{z^2(P * Q)}{e^2}$$

**Siendo:**

n= Tamaño de la muestra

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

Z= Nivel de confianza

e= Error de estimación

**Formula Población**

Probabilidad que el evento P ocurra = 0,5

Probabilidad que el evento Q fracaso = 0,5

Margen de confiabilidad (Z) = 1.96

Error de estimación (E) = 0,05

Donde:

Z= 1,96

P= 0,5

Q= 0,5

e= 0,05

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

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384$$

La muestra del proyecto de investigación serán 384 personas constituidas entre estudiantes y emprendedores de la siguiente manera:

*Tabla 5 Segmentación de la muestra estudiantes universitarios*

<b>Universidades del Cantón Ambato</b>			
<b>Nombre</b>	<b>Número de estudiantes</b>	<b>%</b>	<b>N° encuestados</b>
Universidad Técnica de Ambato	15674	68%	130
Universidad Regional Autónoma de los Andes	3237	14%	27
Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato	1172	5%	10
Universidad Indoamérica	3004	13%	25
<b>TOTAL</b>	<b>23087</b>	<b>100%</b>	<b>192</b>

*Fuente: (UTA, 2018) (UNIANDES, 2018) (PUCESA, 2018) (INDOAMÉRICA, 2018)  
Elaboración propia*

Para realizar el análisis del presente proyecto de investigación se tomó como referencia la última información disponible presentada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) con respecto al directorio de empresas de los años 2012-2013, por lo que se utilizó información de la provincia de Tungurahua, específicamente del cantón Ambato, en lo que concierne a empresas activas que son “organizaciones o empresas que al 31 de diciembre del año base, no declararon inactividad económica o cierre definitivo” (págs. 39-40).

*Tabla 6 Segmentación de la muestra emprendedores*

<b>Emprendedores</b>			
<b>Sectores</b>	<b>Número de emprendimientos</b>	<b>%</b>	<b>N° encuestados</b>
Comercio	15476	52%	100
Manufactura	5357	18%	35
Servicios	3869	13%	25
Transporte, información y comunicación	1488	5%	10
Construcción	1488	5%	10
Servicios Financieros	595	2%	4
Actividades profesionales	1488	5%	10
<b>TOTAL</b>	<b>29762</b>	<b>100%</b>	<b>192</b>

*Fuente: Directorio de Empresas Instituto Nacional de Estadística y Censos (2014)  
Elaboración propia*

### **Tipos de muestra:**

En la opinión de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) las muestras son categorizadas en dos grandes ramas: las muestras probabilísticas y las muestras no probabilísticas:

#### **Muestras probabilísticas:**

“Todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis.” (pág. 176)

#### **Muestras no probabilísticas:**

La elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino más bien de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. En este caso el procedimiento no se basa en fórmulas de probabilidad ni es mecánico, por el contrario, va de la mano con el proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, obviamente, las muestras seleccionadas deben cumplir varios parámetros y criterios de investigación. (pág. 176)

En el caso del proyecto de investigación en cuestión, se utilizó el tipo de muestra no probabilística debido a que no se fue necesario la aplicación de ninguna fórmula para seleccionar aquellas personas de entre 20 a 40 años llamados millennials que debían ser encuestados, es decir en este caso, se eligió a las personas verificando que cumplieran algunos parámetros entre ellos la edad, la ocupación, y sobre todo de acuerdo a las necesidades del proceso investigativo ya que la decisión de encuestar a este segmento de la población netamente fue del profesor tutor e investigadora.

### **2.8 Proceso de recolección de la información:**

“El proceso recolección de datos hace referencia al uso de una amplia diversidad de herramientas y técnicas que pueden ser aplicadas y utilizadas por el investigador para

desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden realizarse a través del cuestionario, observación, y las entrevistas.” (Valderrey, 2010)

Es fundamental en toda investigación mantener un orden y metodología adecuada para recolectar la información, en este caso estos procedimientos especiales sirvieron para evaluar las evidencias suficientes, competentes y necesarias a través de la aplicación de una encuesta que consto de 25 preguntas bien estructuradas realizadas de forma directa al objeto de estudio seleccionado, convirtiéndose en información primaria y útil para el investigador, además de brindar un mayor nivel de sustento, credibilidad y validez al proceso investigativo. El proceso que se utilizó para recolectar la información consta de seis pasos realizados en el siguiente orden:

*Primero:* Se estructuro y valido un cuestionario con 25 ítems.

*Segundo:* Se selección la población del estudio.

*Tercero:* Debido a que la población o universo era muy grande, se tomó la decisión de calcular una muestra representativa no probabilística.

*Cuarto:* Se procedió a realizar las encuestas a los estudiantes universitarios y emprendedores millennials del cantón Ambato, en sus respectivas áreas de estudio y trabajo respectivamente.

*Quinto:* Las variables a encuestar fueron innovación social y emprendimiento.

*Sexto:* Las encuestas se realizaron en el lapso de una semana, en horas de la mañana a los estudiantes universitarios y en la tarde a los emprendedores.

## **2.9 Procesamiento de la Información:**

Para procesar la información fue necesario recurrir a una secuencia de pasos dentro del proceso de investigación, mismo que se detalla a continuación:



**1. Revisión.** - Una vez aplicadas las encuestas, fue necesario revisar detenidamente las respuestas para verificar que no existan errores que impidan organizar la información y avanzar de forma correcta con el proceso.

**2. Codificación.** - Para facilitar el procesamiento de la información se asignaron códigos a las cuatro alternativas de respuesta propuestas de las 25 preguntas realizadas, con el fin de identificarlas de una manera única y optimizar tiempo.

**3. Tabular la información.** - Para realizar la tabulación de los datos recolectados y obtener una mejor apreciación de los mismos se utilizó un popular software estadístico llamado SPSS.

**4. Graficar.** - Para presentar los resultados de la investigación se utilizaron gráficos en barra, mismos que sirvieron para conocer cuáles son las percepciones del objeto de estudio en cuanto a las dos variables.

**5. Análisis e interpretación.** - Esta fase se utilizó para redactar los resultados de la información recolectada a través del cuestionario a los estudiantes universitarios y emprendedores millennials del cantón, mismos que fueron representados en porcentajes en cada uno de los gráficos.

## **2.10 Validación del Instrumento**

Dentro de la metodología utilizada para validar el instrumento del presente proyecto de investigación se utilizó el Alpha de Cronbach, además de la validación física directa del cuestionario por parte de una docente de la Facultad de Ciencias Administrativas, y una Especialista de Innovación y Emprendimiento de la Universidad Técnica de Ambato.

### **2.10.1 Alpha de Cronbach**

Desde la perspectiva de Welch & Comer (1988) el Alpha de Cronbach, permite estimar la fiabilidad de la consistencia interna que posee un instrumento. La medida de la fiabilidad a través del Alpha de Cronbach da por hecho que los ítems tienen que estar medidos en escala de Likert, poseer un mismo constructo y encontrarse altamente correlacionados,

cuanto más cerca este el valor del Alpha de Cronbach a 1, mayor será la consistencia interna que se realice a los ítems analizados.

George y Mallery (2003, pág. 31) proponen las siguientes recomendaciones con respecto a la evaluación de los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa  $>.9$  es excelente
- Coeficiente alfa  $>.8$  es bueno
- Coeficiente alfa  $>.7$  es aceptable
- Coeficiente alfa  $>.6$  es cuestionable
- Coeficiente alfa  $>.5$  es pobre
- Coeficiente alfa  $<.5$  es inaceptable

Para el proyecto de investigación en cuestión, antes de aplicar el cuestionario se realizó la respectiva validación, utilizando una prueba piloto de 10 ítems realizada a 20 estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato, a través del método estadístico Alpha de Cronbach en el software SPSS, esto con el fin de determinar si el cuestionario estructurado cumple los parámetros establecidos para la recolección fiable de la información.

Los resultados obtenidos con el Alpha de Cronbach a través de la aplicación del pilotaje se detallan a continuación en la siguiente tabla:

*Tabla 7 Estadísticos de fiabilidad Alfa de Cronbach*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,809	,806	10

*Fuente: Alfa de Cronbach realizado en el programa SPSS*

Como resultado se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.806, es decir mayor a 0.8 que es bueno, por lo tanto, el cuestionario puede ser aplicado en la muestra seleccionada.

*Tabla 8 Resumen del procesamiento de los datos*

		N	%
Casos	Válidos	20	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

*Fuente: Alfa de Cronbach realizado en el programa SPSS*

*Tabla 9 Estadísticos total-elemento*

	Alfa de Cronbach
9. ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los procesos de innovación social?	,767
10. ¿Qué tan importante es la cultura en los procesos de innovación social?	,812
11. ¿Qué tan importante es el factor económico en proyectos de innovación social?	,768
12. ¿Qué tan importante es la innovación social en los procesos de comercialización?	,798
13. ¿Qué tan importante es la innovación social en la formulación de políticas públicas locales?	,794
20. ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los emprendimientos?	,789
21. ¿Qué tan importante es la cultura organizacional en los emprendimientos?	,806
22. ¿Qué tan importante es el factor económico en los emprendimientos?	,803
23. ¿Qué tan importante es la innovación social como elemento articulador de iniciativas en emprendimientos?	,805
24. ¿Qué tan importante es la formulación de políticas públicas en la creación de emprendimientos?	,777

*Fuente: Alfa de Cronbach realizado en el programa SPSS*

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1. Análisis y discusión de resultados

##### I. INFORMACIÓN GENERAL

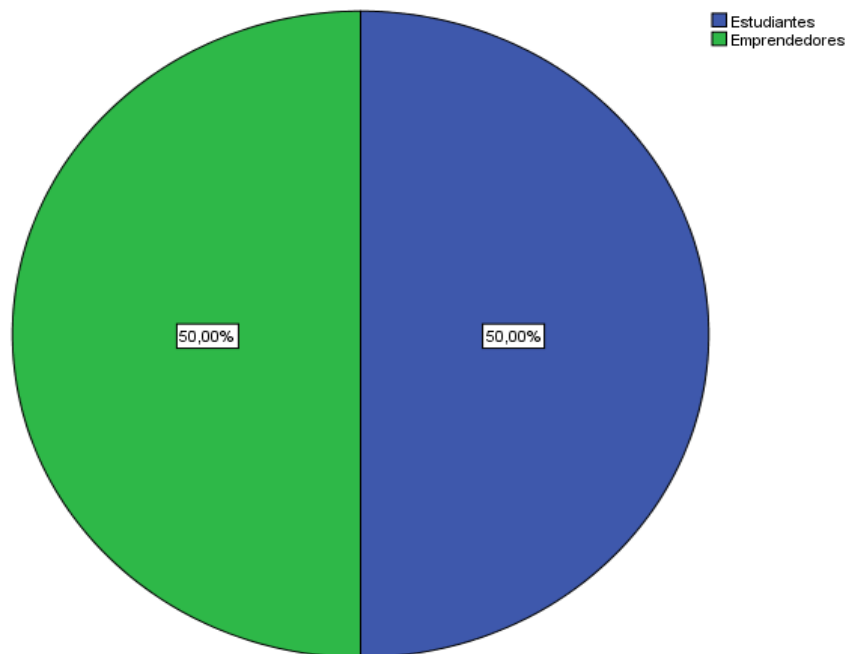
##### Segmento

*Tabla 10 Frecuencia Segmento*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Estudiantes	192	50,0	50,0	50,0
	Emprendedores	192	50,0	50,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

*Gráfico 14 Segmento*



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### Análisis e interpretación

De un total de 384 millennials encuestados se puede determinar que el 50% que representa a 192 son estudiantes de las diferentes universidades existentes en el cantón, mientras que el otro 50% restante que identifica a 192 son emprendedores distribuidos en los diferentes sectores de la economía en la ciudad de Ambato, lo que permite interpretar que se tomó la decisión de aplicar los cuestionarios a estos dos segmentos de la población en partes iguales con el fin de obtener información útil que permita realizar un análisis mucho más crítico desde ambas perspectivas.

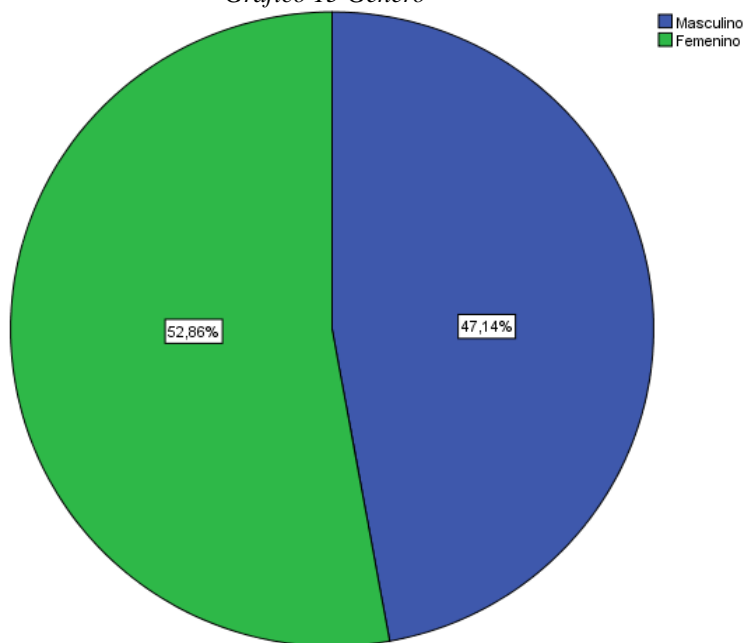
### Género

Tabla 11 Frecuencia Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	181	47,1	47,1	47,1
	Femenino	203	52,9	52,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

Gráfico 15 Género



Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

### Análisis e interpretación

De un total de 384 millennials encuestados equivalentes al 100%, el 52.86% que representa a 203 pertenecen al género femenino, mientras que el 47.14% restante que identifica a 181 encuestados forman parte del género masculino, resultados que permiten determinar que la mayoría de millennials encuestados son de género femenino, ya que a nivel local el peso demográfico en cuanto a este género es mayor.

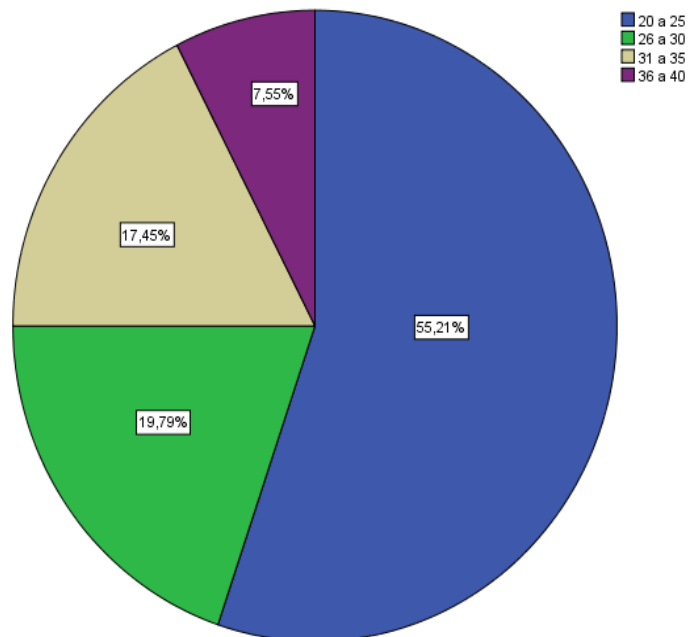
### Edad

Tabla 12 Frecuencia edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	20 a 25	212	55,2	55,2	55,2
	26 a 30	76	19,8	19,8	75,0
	31 a 35	67	17,4	17,4	92,4
	36 a 40	29	7,6	7,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

Gráfico 16 Edad



Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

### Análisis e interpretación

Se puede determinar que de 384 millennials encuestados el 55.21% que representa a 212 poseen una edad promedio de 20 a 25 años, 19.79% que equivale a 76 tienen un rango de edad entre 26 y 30 años, 17.45% que representa a 67 personas encuestadas se encuentra en una edad promedio entre 31 a 35 años, y el 7.55% del total que equivale a 29 se encuentran entre 36 y 40 años.

Esta información permite conocer que más de la mitad de millennials encuestados tienen entre 20 y 25 años. Es importante mencionar que todos aquellos encuestados se encuentran entre 20 y 40 años, pertenecientes a la generación millennials.

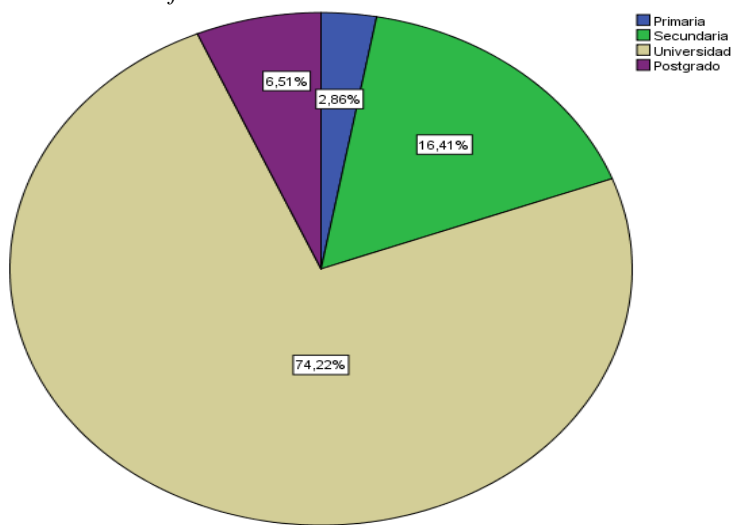
### Nivel de instrucción

Tabla 13 Frecuencia nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Primaria	11	2,9	2,9	2,9
Secundaria	63	16,4	16,4	19,3
Universidad	285	74,2	74,2	93,5
Postgrado	25	6,5	6,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

Gráfico 17 Nivel de instrucción



Fuente: Información encuestas-SPS  
Elaboración propia

## **Análisis e interpretación**

Se deduce que de 384 millennials encuestados, el 74.22% que representa a 285, posee o se encuentran cursando estudios de tercer nivel en las diferentes universidades del cantón Ambato, el 16.41% que equivale a 63 tienen un nivel de instrucción de secundaria, el 6.51% que identifica a 25 han realizado sus estudios solamente hasta el nivel de primaria, y el 2.9 que representa a 11 encuestados, tienen estudios de cuarto nivel o postgrado.

Dichos resultados permiten conocer que para esta generación millennials, ir a la universidad no es una obligación sino más bien una oportunidad para crecer como profesionales, además con el porcentaje restante se puede determinar que no necesariamente se necesita poseer un título universitario o de postgrado para ser emprendedor y dueño de un negocio.

## **II. INNOVACIÓN SOCIAL**

### **1. Desde su punto de vista ¿Qué es la innovación social?**

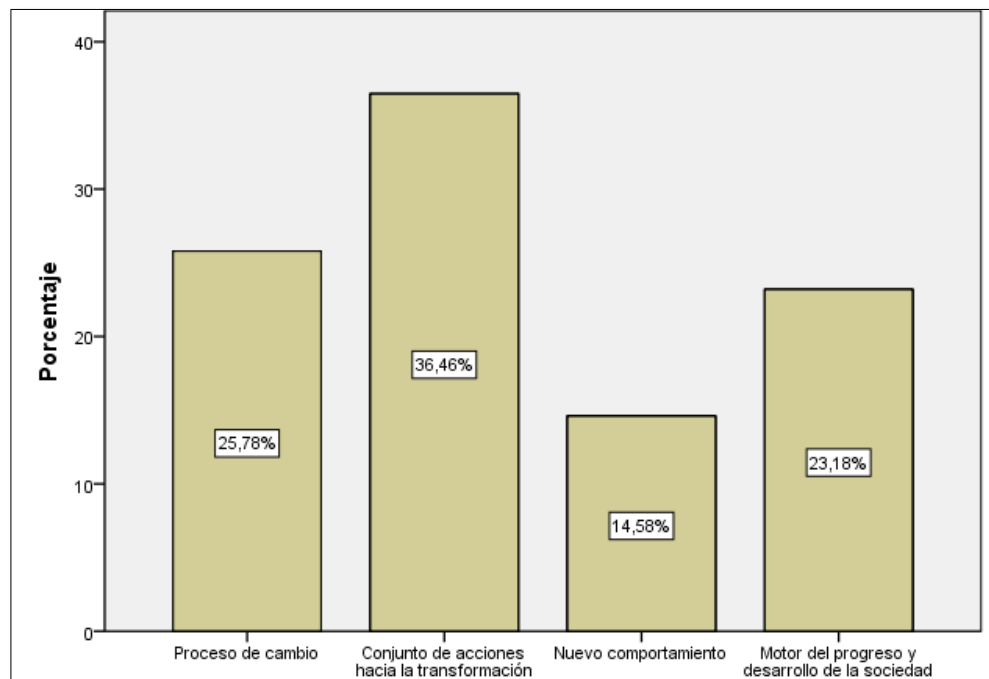
*Tabla 14 ¿Qué es la innovación social?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Proceso de cambio	99	25,8	25,8	25,8
Conjunto de acciones hacia la transformación	140	36,5	36,5	62,2
Nuevo comportamiento	56	14,6	14,6	76,8
Motor del progreso y desarrollo de la sociedad	89	23,2	23,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*



Gráfico 18 ¿Qué es la innovación social?



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

De las 384 personas encuestadas con respecto al concepto de innovación social, el 36.46% que equivale a 140, mencionaron que es un conjunto de acciones hacia la transformación, el 25.78% que identifica a 99 mencionaron que es un proceso de cambio, por otro lado con menores porcentajes el 23.18% que representa 89 millennials seleccionaron que es motor del progreso y desarrollo de la sociedad, y por último con apenas el 14.58% 56 personas se inclinaron por la opción que la innovación social es un nuevo comportamiento.

Con respecto a esta pregunta se puede determinar que existen diversas ideas sobre el concepto de innovación social, cada una apoyada por los fundamentos y desde el punto de vista de cada millennials encuestado, en este caso la mayoría coincide en que es un conjunto de acciones hacia la transformación, ya que pueden ser ejecutadas desde el

ámbito académico y empresarial con el único fin de mejorar la calidad de vida de las personas en la sociedad.

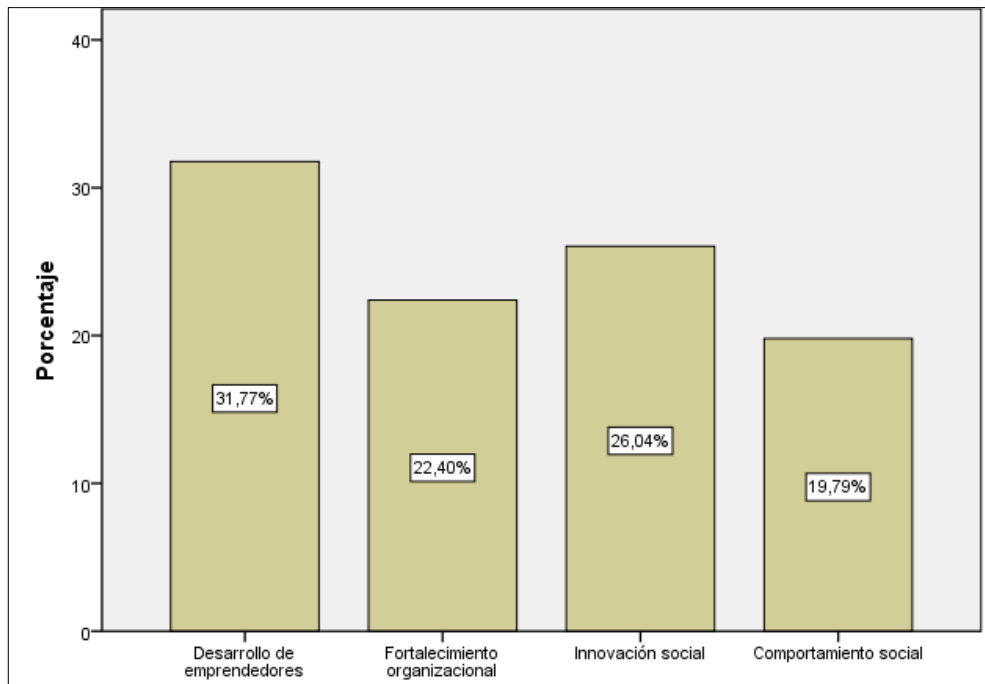
## 2. En su opinión, generar valor social ¿Qué oportunidad crea?

Tabla 15 Generar valor social, ¿Qué oportunidad crea?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Desarrollo de emprendedores	122	31,8	31,8	31,8
	Fortalecimiento organizacional	86	22,4	22,4	54,2
	Innovación social	100	26,0	26,0	80,2
	Comportamiento social	76	19,8	19,8	100,0
Total		384	100,0	100,0	

Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

Gráfico 19 Generar valor social, ¿Qué oportunidad crea?



Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

### **Análisis e interpretación:**

De los 384 millennials encuestados el 31.77% que equivale a 122 coinciden en que la oportunidad que se crea de generar valor social es el desarrollo de emprendedores, el 26.04% que representa a 100 manifestaron que la oportunidad que se genera es innovación social, el 22.40% que equivale a 86 personas afirman que generar valor social crea la oportunidad de fortalecimiento organizacional y el 19.79% que son 76 se inclina hacia la opción de respuesta comportamiento social.

Con la información recolectada se puede deducir que la mayoría de millennials encuestados consideran que la principal oportunidad que se crea de generar valor social es el desarrollo de emprendedores, ya que con la creación de nuevos negocios se puede contribuir de muchas maneras a mejorar aspectos en la sociedad que quizá no son atendidos o han pasado desapercibidos.

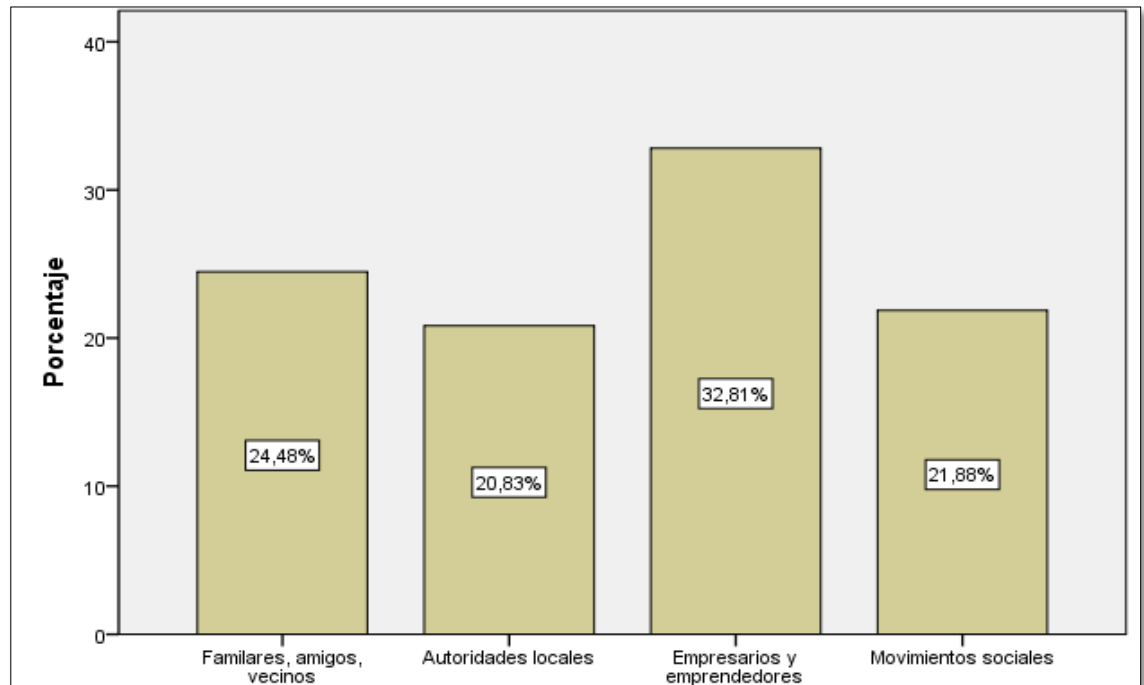
### **3. Según su criterio, en su ecosistema ¿Cuáles considera que son agentes dinamizadores de cambio social?**

*Tabla 16 ¿Cuáles considera que son agentes dinamizadores de cambio social?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Familiares, amigos, vecinos	94	24,5	24,5	24,5
	Autoridades locales	80	20,8	20,8	45,3
	Empresarios y emprendedores	126	32,8	32,8	78,1
	Movimientos sociales	84	21,9	21,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

Gráfico 20 ¿Cuáles considera que son agentes dinamizadores de cambio social?



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

Del 100% de millennials encuestados, el 32.81% que representa a 126 respondieron que desde su perspectiva los agentes dinamizadores de cambio social son los empresarios y emprendedores, el 24.88% que identifica a 94 personas se inclinan por familiares, amigos y vecinos, seguidamente el 21.88% que son 84 mencionan que los movimientos sociales son agentes dinamizadores de cambio social, y finalmente el 20.83% que equivale a 80 seleccionaron la opción autoridades locales.

Los datos obtenidos permiten determinar que la mayoría de millennials encuestados han visto en el ecosistema en el que se desarrollan todos los días, que quienes asumen el rol de agentes dinamizadores de cambio social en el cantón son los empresarios y emprendedores, debido a que poseen el valor de afrontar riesgos y abrirse a ideas nuevas a través de la creación de innovadores productos y servicios que benefician en gran proporción a la población. Además, resulta preocupante el hecho de que el rol de las

autoridades locales con respecto a cambio social sea la opción de respuesta con menor porcentaje, ya que deberían ser ellos quienes lideren e impulsen este tipo de mejoras en la sociedad, sin embargo y según la perspectiva de este segmento de la población no es así.

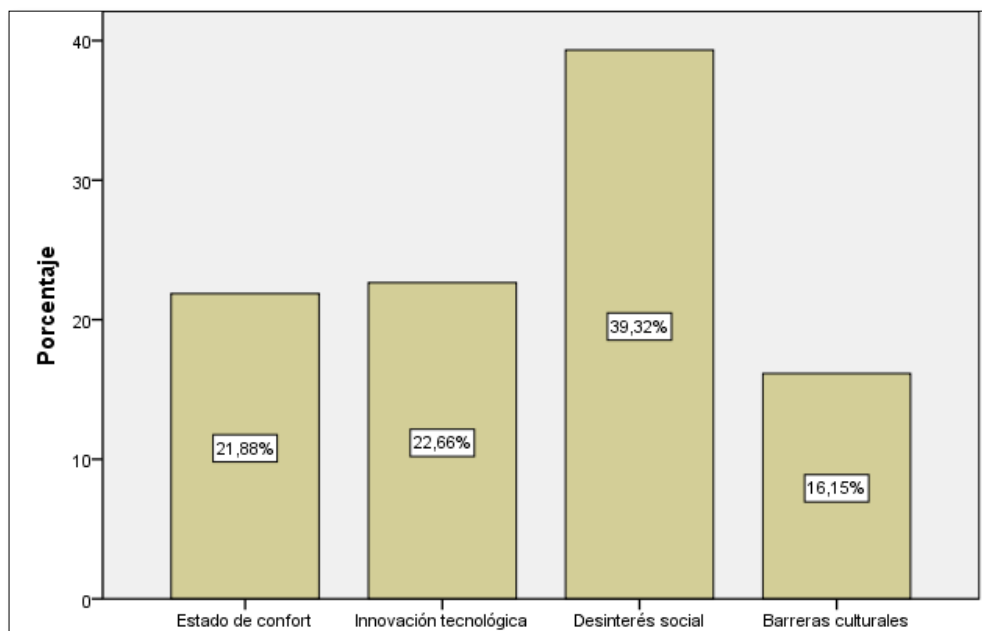
#### 4. Desde su punto de vista ¿Cuál es la principal limitación que impide crear innovación social en el cantón?

Tabla 17 ¿Cuál es la principal limitación que impide crear innovación social en el cantón?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Estado de confort	84	21,9	21,9	21,9
Innovación tecnológica	87	22,7	22,7	44,5
Desinterés social	151	39,3	39,3	83,9
Barreras culturales	62	16,1	16,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

Gráfico 21 ¿Cuál es la principal limitación que impide crear innovación social en el cantón?



Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

### **Análisis e interpretación:**

De los 384 millennials encuestados el 39.32% correspondientes a 151, coinciden en que la principal limitación que impide crear innovación social es el desinterés social, el 22.66% que identifica a 87 señalaron que lo que impide crear innovación social es la innovación tecnológica, seguidamente el 21.88% que representa a 85 se inclinaron hacia la opción estado de confort, y por último el 16.15% que equivale a 62 personas seleccionaron la opción barreras culturales.

Con respecto a esta pregunta se puede concluir que la mayor parte de millennials encuestados consideran que el desinterés social es la principal limitación que impide crear innovación social, debido a que las personas en la actualidad tienden a ser egocéntricas e individualistas, se preocupan solamente por sí mismos en lugar de preocuparse por encontrar un bien común y colectivo que beneficie a todos.

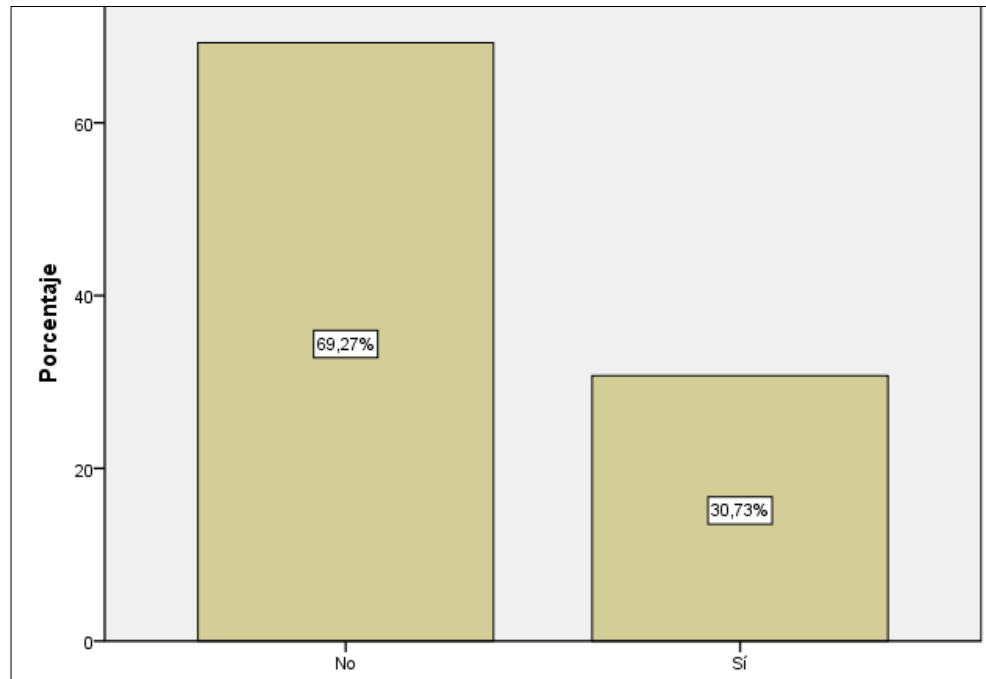
### **5. ¿Ha recibido capacitación en innovación social?**

*Tabla 18 ¿Ha recibido capacitación en innovación social?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	266	69,3	69,3	69,3
	Sí	118	30,7	30,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

Gráfico 22: ¿Ha recibido capacitación en innovación social?



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

De los 384 millennials encuestados el 69.27% que representa a 266 concuerdan en que jamás han recibido capacitación en cuanto al tema de innovación social, mientras que con un porcentaje menor apenas el 30.73% que identifica a 118, expresan que sí han recibido capacitación con relación a este tema tan amplio y moderno como lo es la innovación social.

La información obtenida permite determinar que en el cantón Ambato no se ha prestado atención en potenciar en impulsar el tema de innovación social, solamente una pequeña proporción de millennials han formado parte de este tipo de capacitaciones en las universidades y escasos programas de formación en los cuales se ha intentado cambiar la mentalidad de las personas. Por lo tanto, lo que las autoridades deberían hacer es crear espacios que den apertura y permitan hacer partícipes a diversos segmentos de la

población incluidos los millennials en estos tipos de capacitaciones que son necesarias y contribuyen al mejoramiento de la sociedad.

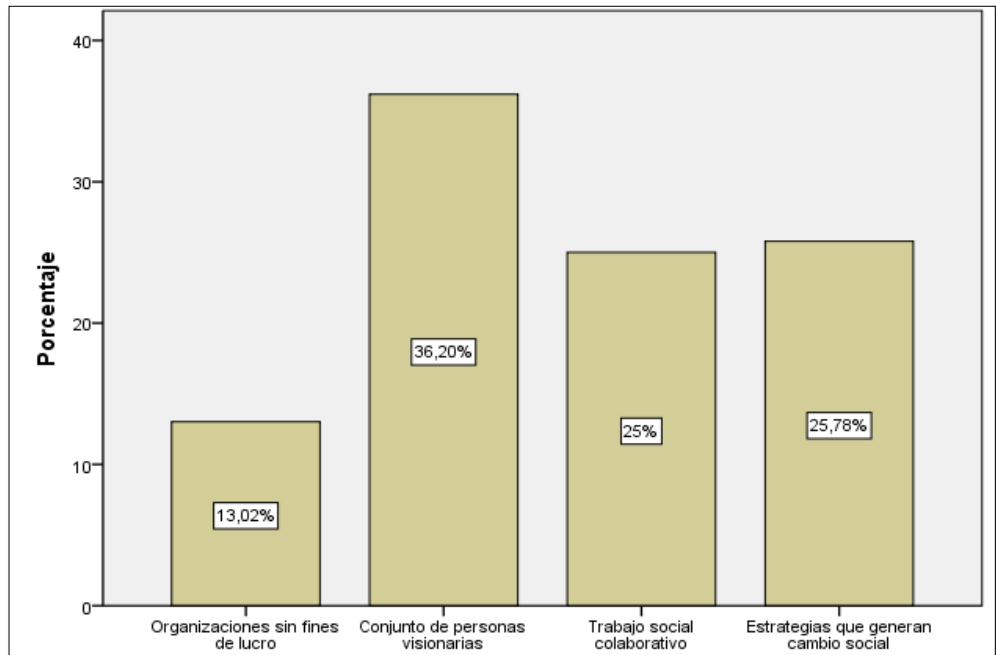
## 6. Desde su punto de vista ¿Qué es una red de innovación social?

Tabla 19 ¿Qué es una red de innovación social?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Organizaciones sin fines de lucro	50	13,0	13,0	13,0
Conjunto de personas visionarias	139	36,2	36,2	49,2
Trabajo social colaborativo	96	25,0	25,0	74,2
Estrategias que generan cambio social	99	25,8	25,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

Gráfico 23 ¿Qué es una red de innovación social?



Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia



### **Análisis e interpretación:**

Del 100% de millennials encuestados el 36.20% que equivale a 139 personas están de acuerdo en que una red de innovación social es un conjunto de personas visionarias, a continuación, con el 25.78% que identifica a 99 manifestaron que son estrategias que generan cambio social, el 25% concuerdan en que es trabajo colaborativo y el 13.02% que son 50 personas encuestadas se inclinaron por la opción de respuesta organizaciones sin fines de lucro.

Como podemos observar el mayor número de personas encuestadas con respecto a la pregunta ¿Qué es una red de innovación social?, se inclinan hacia la respuesta que tiene como opción un conjunto de personas visionarias, esto se da ya que al pertenecer a la generación millennials, dichos estudiantes y emprendedores se desarrollaron en un ambiente en el que ser personas emprendedoras, soñadoras y visionarias son características que los identifica todos los días, además se puede determinar que de una u otra forma conocen o han escuchado sobre el término redes de innovación social.

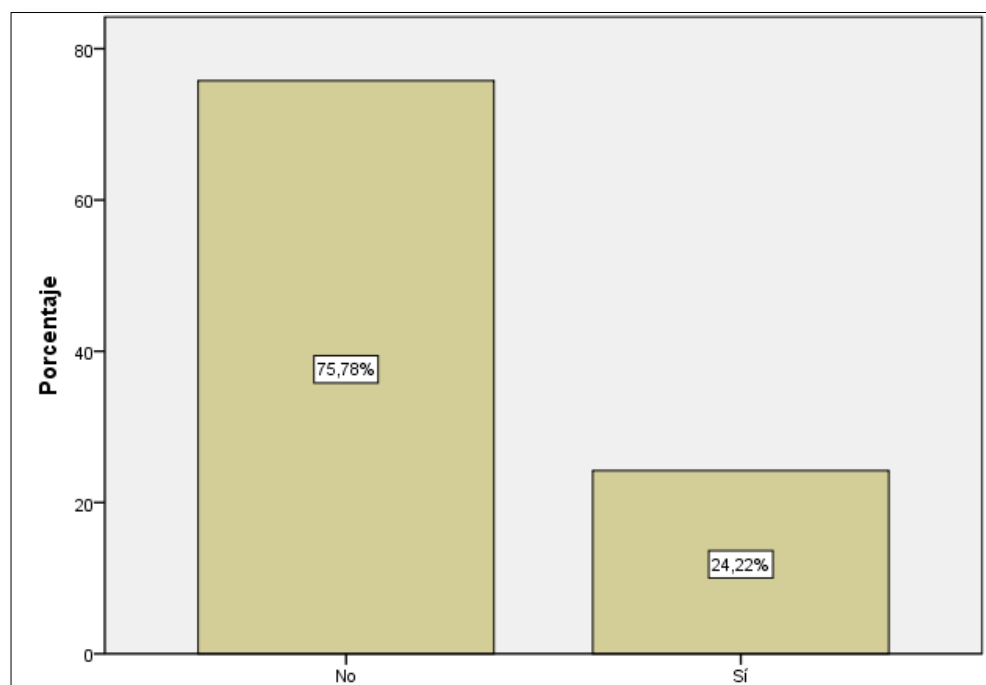
### **7. ¿Ha participado en una Red de innovación social?**

*Tabla 20 ¿Ha participado en una Red de innovación social?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	291	75,8	75,8	75,8
	Sí	93	24,2	24,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

Gráfico 24; Ha participado en una Red de innovación social?



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

De 384 personas encuestadas pertenecientes a la generación millennials el 75.78% equivalente a 291 respondieron que no han participado en una red de innovación social y apenas el 24.22% que representa a 93, manifestaron que si han sido parte de este tipo de redes.

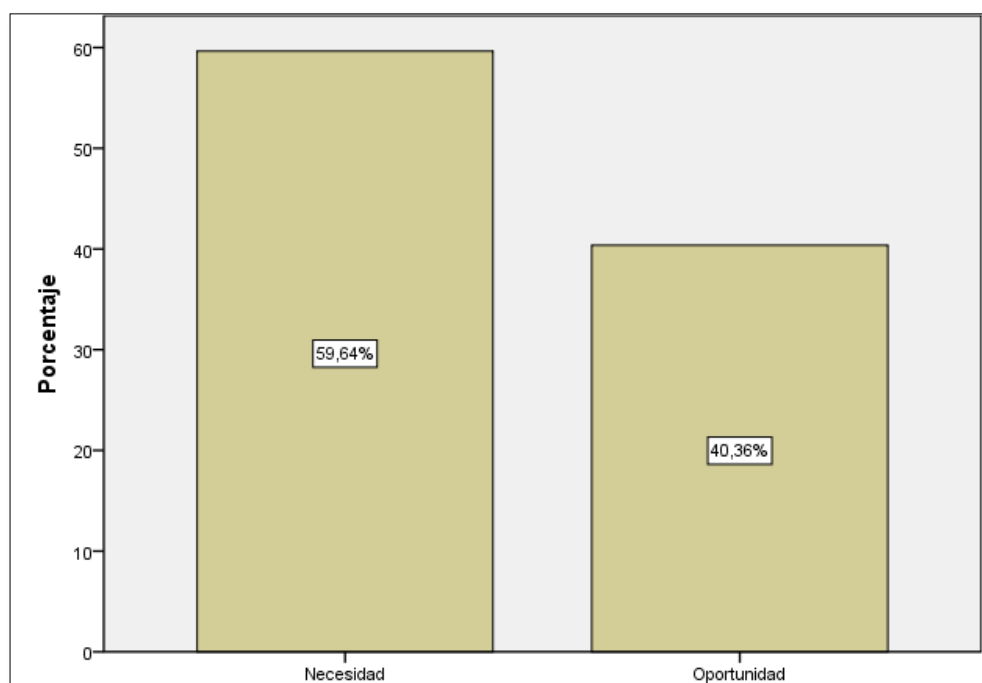
La información obtenida a través de esta pregunta permite conocer que en el cantón Ambato el tema innovación social, no es comúnmente tratado en la sociedad, tampoco se han realizado estrategias ni proyectos que impulsen este tipo de iniciativas, determinando así que un gran porcentaje de millennials encuestados no pertenecen a ningún tipo de red de innovación social, y el pequeño porcentaje que sí lo ha hecho, participa de forma online con aportaciones que benefician a las personas a nivel nacional y mundial, ya que no existe una plataforma local o movimientos sociales organizados que permitan realizar este tipo de colaboraciones en el cantón de forma directa.

Tabla 21 ¿Por qué surge la innovación social?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Necesidad	229	59,6	59,6	59,6
	Oportunidad	155	40,4	40,4	100,0
Total		384	100,0	100,0	

Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

Gráfico 25 ¿Por qué surge la innovación social?



Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

### Análisis e interpretación:

De los 384 millennials encuestados el 59.64% que corresponde a 229 personas respondieron que la innovación social surge por necesidad, mientras que en menor porcentaje el 40.36% que equivale a 155 manifestaron que es un fenómeno que se origina por oportunidad. Esta pregunta se planteó para conocer cuál era la perspectiva de los millennials en cuanto a surgimiento de la innovación social, obteniendo como resultados

que más de la mitad consideran que la razón es por necesidad, debido a que han visto y se han desarrollado constantemente en una sociedad que no ha logrado satisfacer las necesidades de las personas que más lo requieren, por lo tanto los millennials buscan crear ideas innovadoras de forma inmediata para poder aplicarlas y alcanzar la tan anhelada transformación social que beneficie a los que más lo necesitan.

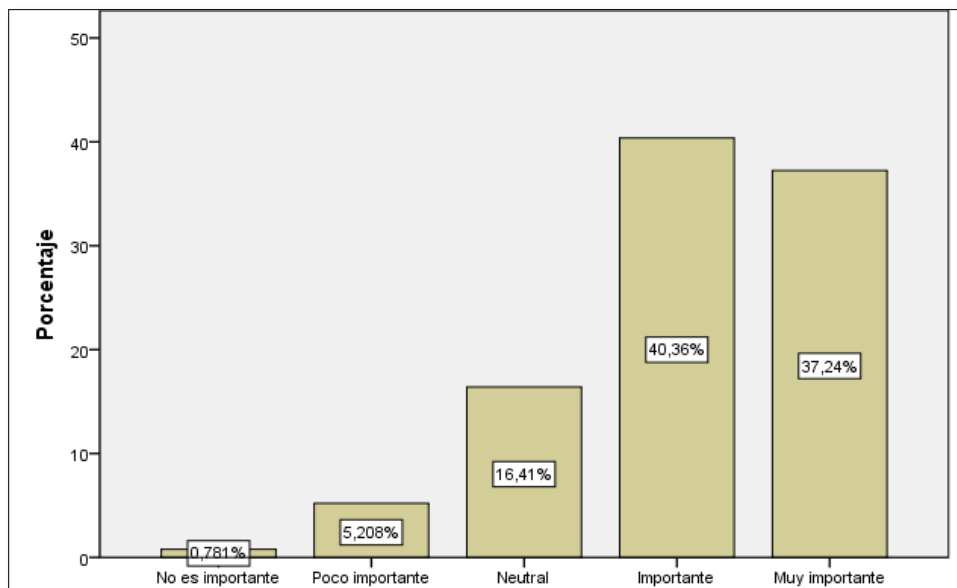
**9. ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los procesos de innovación social?**

*Tabla 22 ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los procesos de innovación social?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No es importante	3	,8	,8	,8
Poco importante	20	5,2	5,2	6,0
Neutral	63	16,4	16,4	22,4
Importante	155	40,4	40,4	62,8
Muy importante	143	37,2	37,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

*Gráfico 26 ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los procesos de innovación social?*



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

Del 100% de millennials encuestados con respecto a la pregunta ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los procesos de innovación social? el 40.36% que representa a 155 concuerdan en que es importante, el 37.24% que identifica a 143 afirman que es muy importante, el 16.41% que equivale a 63 mantienen una posición neutral, el 5.20% seleccionaron la opción poco importante, y el 0.78% que constituye a 3 personas se inclinaron hacía la opción no es importante.

Como se puede observar los gráficos reflejan que un gran porcentaje de personas encuestadas manifestaron que el rol que cumple la innovación tecnológica en los procesos de innovación social en la escala de Likert son importantes y muy importantes, esto se da ya que a través de la utilización de tecnologías de la información y comunicación (TIC's) se pueden brindar soluciones a problemas que afectan a la sociedad, con el manejo adecuado de redes sociales, herramientas que la generación millennials manejan mejor que nadie al ser considerados nativos digitales.

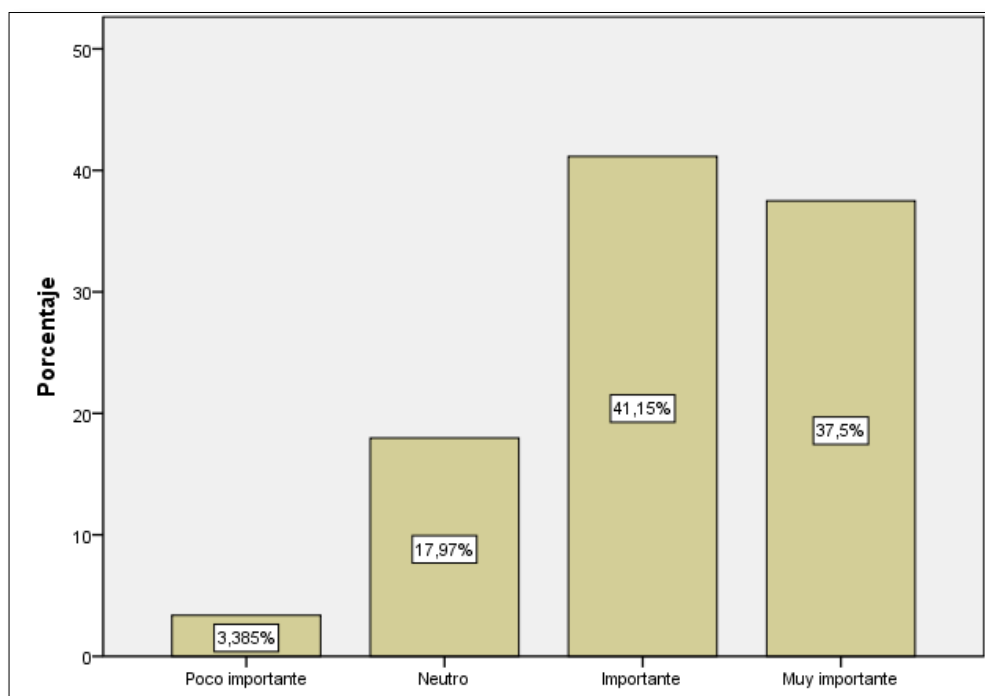
### **10. ¿Qué tan importante es la cultura en los procesos de innovación social?**

*Tabla 23 ¿Qué tan importante es la cultura en los procesos de innovación social?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Poco importante	13	3,4	3,4	3,4
Neutro	69	18,0	18,0	21,4
Importante	158	41,1	41,1	62,5
Muy importante	144	37,5	37,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

Tabla 24 ¿Qué tan importante es la cultura en los procesos de innovación social?



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

Del 100% de millennials encuestados con respecto a la pregunta ¿Qué tan importante es la cultura en los procesos de innovación social? el 41.15% que representa a 158 concuerdan en que es importante, el 37.5% que identifica a 144 afirman que es muy importante, el 17.97% que equivale a 69 mantienen una posición neutral, y el 3.38% que son 69 seleccionaron la opción poco importante.

Con los resultados obtenidos se puede evidenciar que la mayoría de los millennials encuestados consideran que la cultura cumple un rol importante dentro de los procesos de innovación social, esto se debe a que a través de la utilización de espacios recreativos se pueden crear iniciativas y proyectos culturales que permitan la inclusión e integración de todos los miembros de la sociedad.

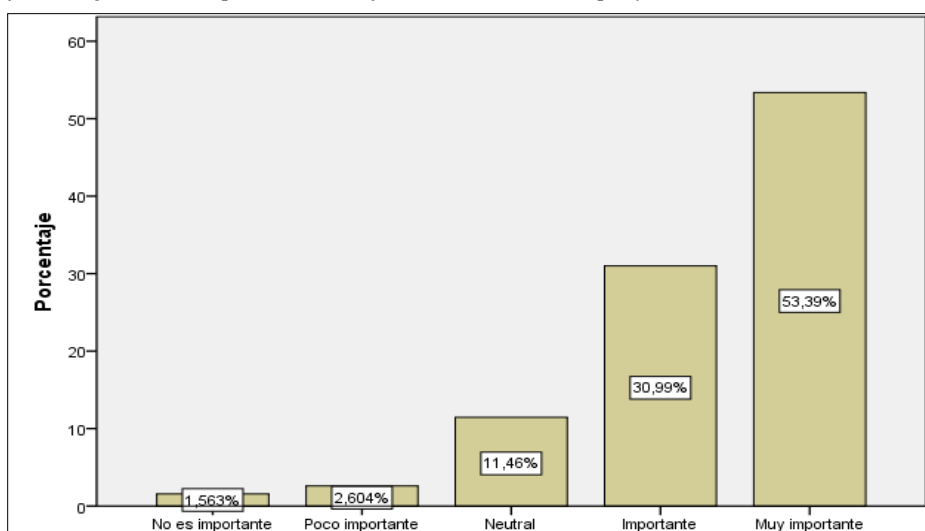
### **11. ¿Qué tan importante es el factor económico en los proyectos de innovación social?**

Tabla 25; ¿Qué tan importante es el factor económico en proyectos de innovación social?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No es importante	6	1,6	1,6	1,6
	Poco importante	10	2,6	2,6	4,2
	Neutral	44	11,5	11,5	15,6
	Importante	119	31,0	31,0	46,6
	Muy importante	205	53,4	53,4	100,0
Total		384	100,0	100,0	

Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

Gráfico 27 ¿Qué tan importante es el factor económico en proyectos de innovación social?



Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

### Análisis e interpretación

Con respecto a la pregunta ¿Qué tan importante es el factor económico en proyectos de innovación social? de un total de 384 millennials encuestados el 53.39% equivalente a 205 manifestó que es muy importante, el 30.99% que representa a 119 mencionaron que es importante, en menor proporción el 11.46% concuerdan en que es neutral, el 2.60% afirmo que es poco importante y el 1.56% respondieron que no es importante.

Se puede concluir que más de la mitad de millennials encuestados coinciden en que el factor económico es muy importante dentro de la planificación de proyectos de innovación social, esto se origina ya que al igual que en cualquier otro proyecto el dinero es uno de los aspectos principales a considerar antes de poner en marcha cualquier actividad con o sin fines de lucro, ya que aunque no se espere un beneficio económico es necesario contar con un capital para iniciar, en este caso con proyectos sociales que ayuden a solucionar problemas en la sociedad y mejoren la calidad de vida de las personas.

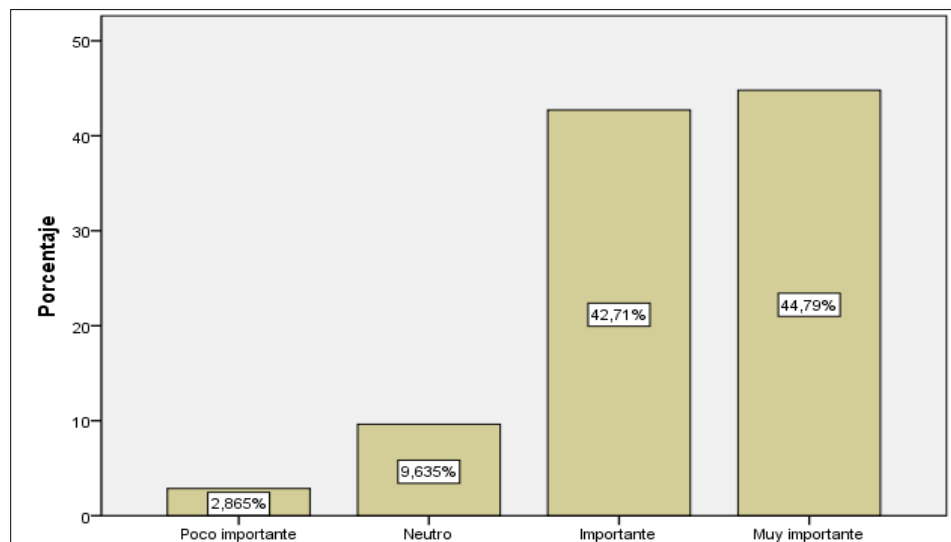
## 12. ¿Qué tan importante es la innovación social en los procesos de comercialización?

Tabla 26. ¿Qué tan importante es la innovación social en los procesos de comercialización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Poco importante	11	2,9	2,9	2,9
Neutro	37	9,6	9,6	12,5
Importante	164	42,7	42,7	55,2
Muy importante	172	44,8	44,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

Gráfico 28 ¿Qué tan importante es la innovación social en los procesos de comercialización?



Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia



### **Análisis e interpretación**

De acuerdo con la pregunta ¿Qué tan importante es la innovación social en los procesos de comercialización? el 44.79% que representa a 172 respondieron que es muy importante, el 42.71% que equivale a 164 afirmaron que es importante, el 9.63% que representa a 37 manifestaron que su respuesta es neutral, y con apenas el 2.86% 11 millennials encuestados seleccionaron que es poco importante, ninguna de las personas encuestadas considera que no es importante.

Con los datos obtenidos se puede interpretar que un gran porcentaje de millennials encuestados consideran que la innovación social es muy importante dentro de los procesos de comercialización ya que al crear o mejorar productos o servicios innovadores que serán puestos en el mercado para beneficiar a la población se deberán utilizar prácticas y estrategias comerciales adecuadas para llegar con una respuesta o solución a problemas que se quiere combatir, buscando siempre un bien común y colectivo para todos.

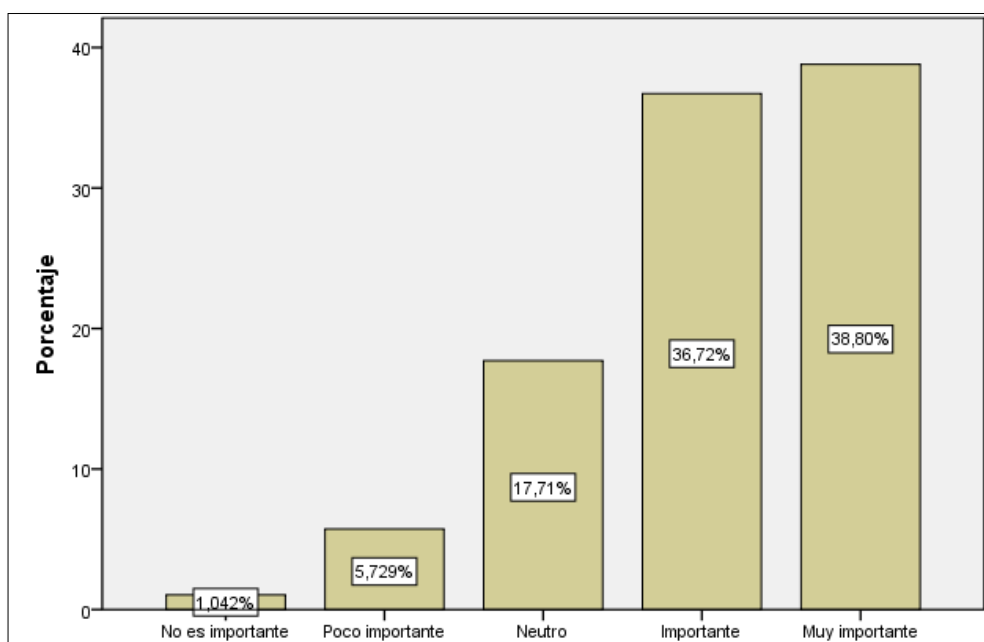
### **13. ¿Qué tan importante es la innovación social para la formulación de políticas públicas locales?**

*Tabla 27 ¿Qué tan importante es la innovación social en la formulación de políticas públicas locales?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No es importante	4	1,0	1,0	1,0
Poco importante	22	5,7	5,7	6,8
Neutro	68	17,7	17,7	24,5
Importante	141	36,7	36,7	61,2
Muy importante	149	38,8	38,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

Gráfico 29 ¿Qué tan importante es la innovación social en la formulación de políticas públicas locales?



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

Del 100% de millennials encuestados el 38.80% que representa a 149 mencionan que es muy importante tomar en cuenta la innovación social para formular políticas públicas locales, así mismo el 36.72% que equivale a 141 afirman que desde su perspectiva es importante, seguidamente el 17.71% seleccionaron la respuesta neutra, el 5.72% eligieron la opción poco importante y por último con tan solo 1.04% 4 personas manifestaron que no es importante.

Al hablar de formulación de políticas públicas para la mayor parte de millennials encuestados es muy importante que se tome en cuenta el fenómeno innovación social, debido a que antes de establecer alguna política se debe primero escuchar y acoger las voces de los diferentes actores sociales, conocer sus necesidades y de esta manera construir respuestas oportunas frente a sus demandas y problemas sociales prioritarios.

### III. EMPRENDIMIENTO

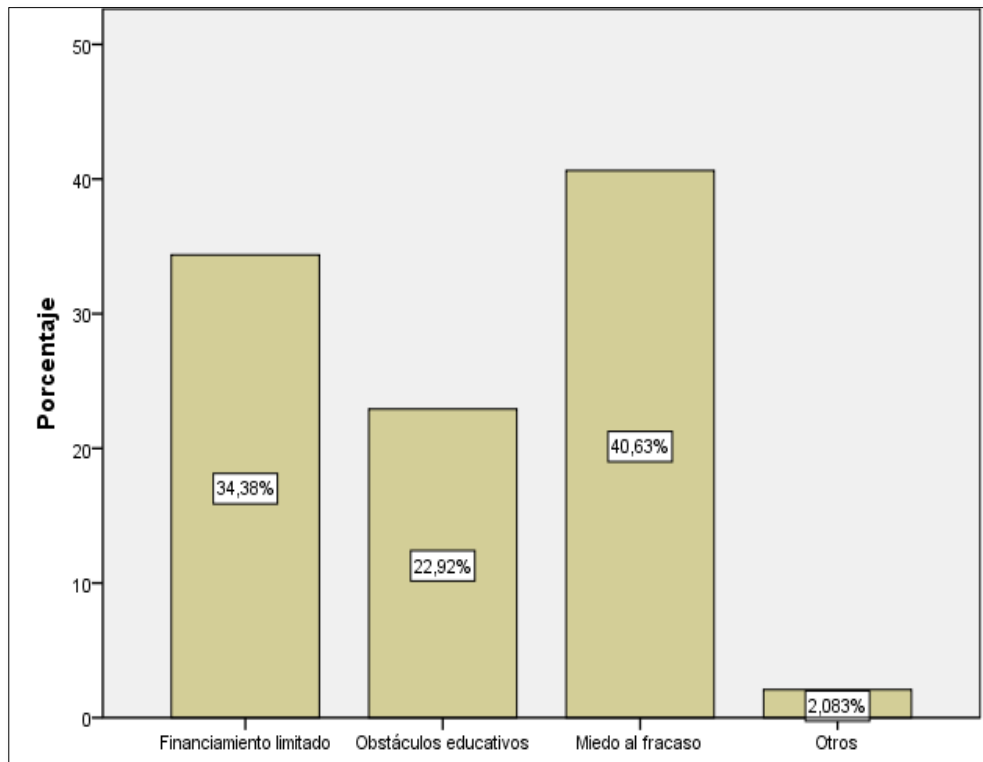
14. En su opinión ¿Cuál es la principal limitación que impide crear emprendimientos?

Tabla 28 ¿Cuál es la principal limitación que impide crear emprendimientos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Financiamiento limitado	132	34,4	34,4	34,4
	Obstáculos educativos	88	22,9	22,9	57,3
	Miedo al fracaso	156	40,6	40,6	97,9
	Otros	8	2,1	2,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

Gráfico 30 ¿Cuál es la principal limitación que impide crear emprendimientos?



Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

### **Análisis e interpretación:**

De los 384 millennials encuestados el 40.63% correspondientes a 156, coinciden en que la principal limitación que impide crear emprendimientos es el miedo al fracaso, el 34.38% que identifica a 132 señalaron que lo que impide crear emprendimientos es el acceso a financiamiento limitado, seguidamente el 22.92% que representa a 88 se inclinaron hacia la opción obstáculos educativos, y por último el 2.08% que equivale a 8 personas seleccionaron la opción otros entre las cuales predominan las siguientes: muchos trámites, miedo al fracaso, temor al cambio, conformidad, falta de estudios de mercado.

Con respecto a esta pregunta se puede concluir que la mayor parte de millennials encuestados consideran que el miedo al fracaso es la principal limitación que impide crear emprendimientos en el cantón, debido a que las personas en la actualidad ponen muchas excusas para no empezar un negocio propio por el temor a que las condiciones externas del ambiente no les favorezca, o porque tomen una mala decisión que los lleve a la quiebra o simplemente porque no se consideran capaces para asumir dicha responsabilidad. Por el contrario, la generación millennials no busca que las oportunidades les lleguen sino que más bien al ser considerados una generación de emprendedores les apasiona crear negocios con ideas innovadoras que contribuyan a un cambio social positivo.

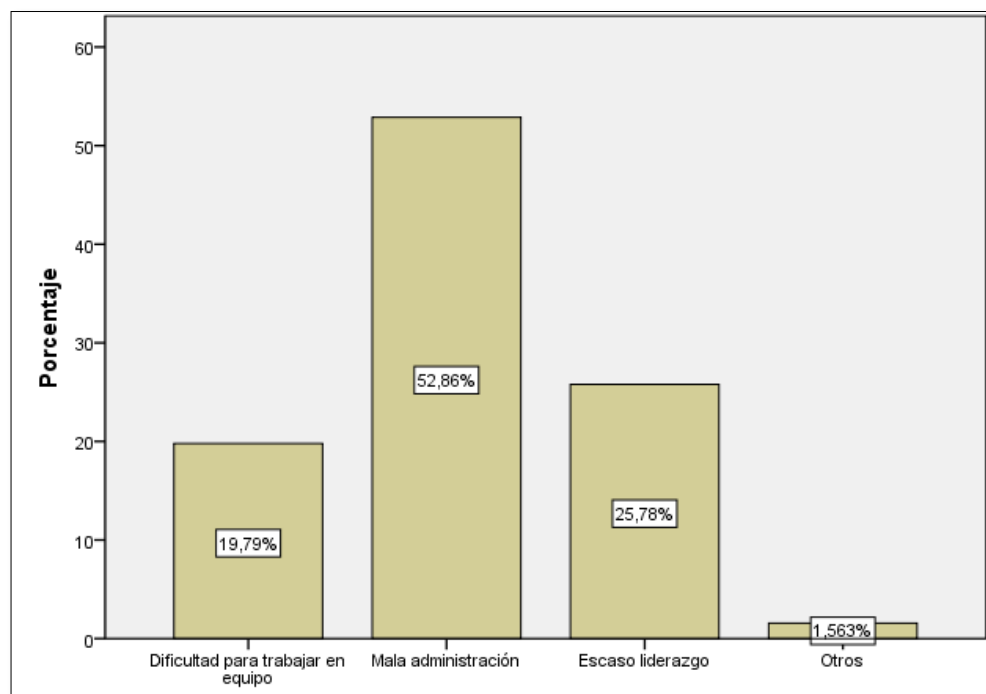
### **15. En su criterio ¿Por qué los emprendimientos fracasan en el corto plazo?**

*Tabla 29 ¿Por qué los emprendimientos fracasan en el corto plazo?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Dificultad para trabajar en equipo	76	19,8	19,8	19,8
Mala administración	203	52,9	52,9	72,7
Escaso liderazgo	99	25,8	25,8	98,4
Otros	6	1,6	1,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPS*

Gráfico 31 ¿Por qué los emprendimientos fracasan en el corto plazo?



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

De acuerdo con la pregunta ¿Por qué los emprendimientos fracasan en el corto plazo? el 52.86% que representa a 203 respondieron por una mala administración, el 25.78% que equivale a 99 afirmaron que es por un escaso liderazgo, el 19.79% que representa a 76 manifestaron que se debe a que tienen dificultad para trabajar en equipo, y con apenas el 1.58% 6 millennials encuestados seleccionaron otros, entre las cuales predominan las siguientes: financiamiento limitado, falta de posicionamiento en el mercado, fallas en la toma de decisiones.

Con los datos recolectados se puede evidenciar que un gran porcentaje de millennials encuestados coinciden en que la razón principal por la cual los emprendimientos fracasan en el corto plazo es por una mala administración, hecho que se genera porque esta generación no ha sido parte de capacitaciones en cuanto a emprendimiento y en algunos casos no considera importante ir a la universidad, sino más bien piensan que de forma

empírica se logra obtener buenos resultados, y al ser expertos en manejar la tecnología consideran que con eso es suficiente, provocando así: moral baja en sus trabajadores, productividad reducida, y un impacto menor en cuanto a generar innovación social en sus negocios.

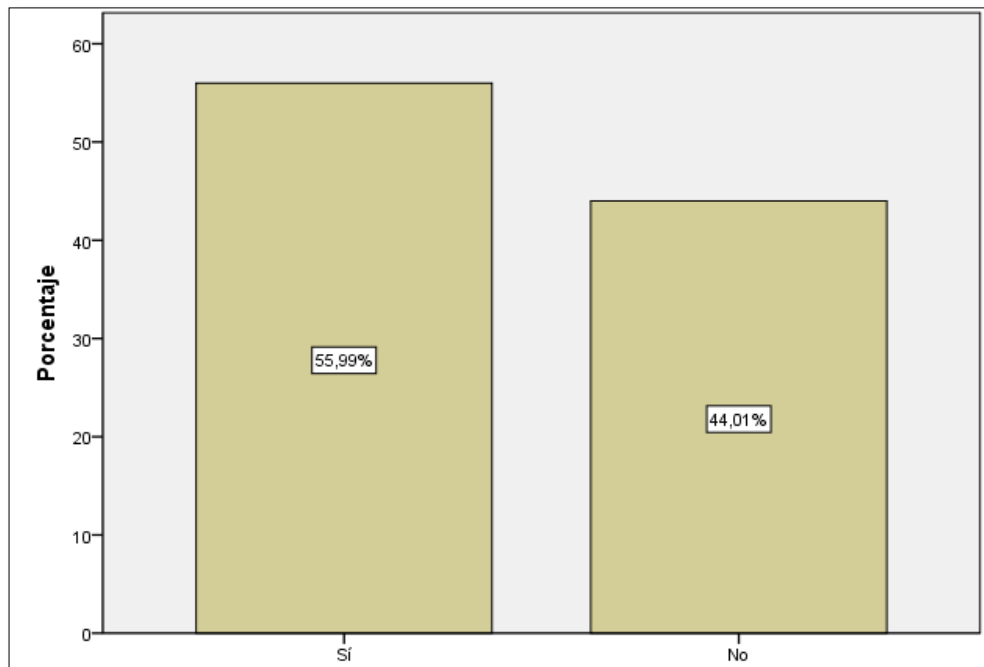
**16. ¿Ha recibido capacitación en emprendimiento?**

*Tabla 30 ¿Ha recibido capacitación en emprendimiento?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Sí	215	56,0	56,0	56,0
No	169	44,0	44,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

*Gráfico 32 ¿Ha recibido capacitación en emprendimiento?*



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

De los 384 millennials encuestados el 55.99% que representa a 215 concuerdan en que sí han recibido capacitación emprendimiento, mientras que con un porcentaje del 44.01% también considerable que identifica a 169, expresan que no han recibido capacitación con relación a este tema.

La información obtenida permite determinar que en el cantón Ambato existe un mayor porcentaje de personas que sí se han capacitado en temas de emprendimiento, lo que significa que sí se ha prestado atención en potenciar en impulsar este tema, especialmente en las universidades que es de donde se forman los futuros emprendedores, sin importar el tipo de carrera todos de una u otra manera pueden llegar a serlo algún día, de igual manera los emprendedores han recibido capacitaciones ya que las autoridades locales frecuentemente realizan cursos en los cuales los dueños de negocio pueden aprender e innovar en la sociedad.

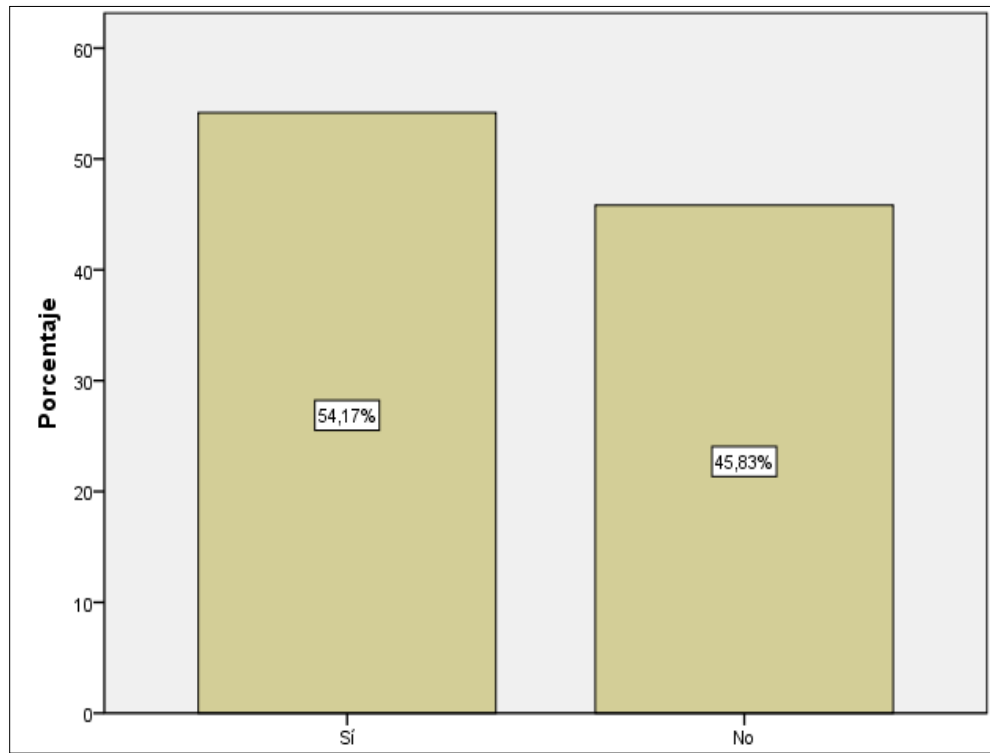
### **17. ¿Ha participado en una red de emprendimiento?**

*Tabla 31 ¿Ha participado en una Red de emprendimiento?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Sí	208	54,2	54,2	54,2
No	176	45,8	45,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

Gráfico 33 ¿Ha participado en una Red de emprendimiento?



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

De 384 personas encuestadas pertenecientes a la generación millennials el 54.17% equivalente a 208 respondieron que han sido parte de una red de emprendimiento y el 45.83% valor considerable también que representa a 176, manifestaron que no han participado.

La información obtenida a través de esta pregunta permite conocer que en el cantón Ambato el tema emprendimiento, sí es comúnmente tratado en la sociedad, se han realizado estrategias y proyectos que han impulsado este tipo de iniciativas, determinando así que un gran porcentaje de millennials encuestados pertenecen a algún tipo de red de emprendimiento, aunque es considerable también el hecho de que un gran porcentaje de millennials encuestados a pesar de que se están formando en la universidad y poseen sus



propios emprendimientos no han formado parte de ninguna red de emprendimientos en el cantón.

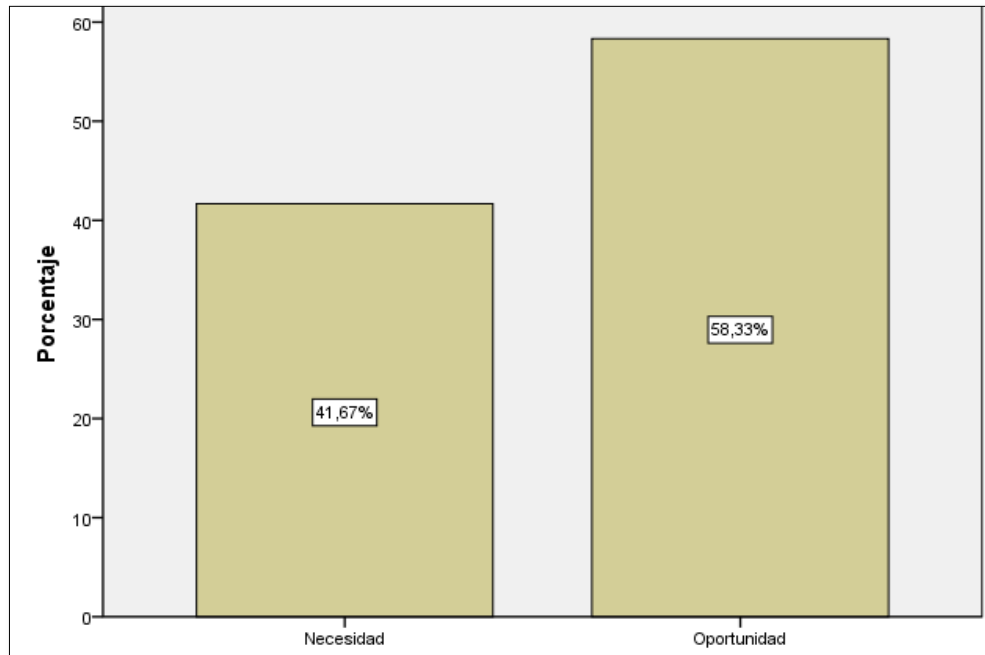
**18. En su opinión, ¿Por qué surgen los emprendimientos?**

*Tabla 32 ¿Por qué surgen los emprendimientos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Necesidad	160	41,7	41,7	41,7
	Oportunidad	224	58,3	58,3	100,0
Total		384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

*Tabla 33 ¿Por qué surgen los emprendimientos?*



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

## Análisis e interpretación

De los 384 millennials encuestados el 58.33% que corresponde a 224 personas respondieron que los emprendimientos surgen por oportunidad, mientras que en menor porcentaje el 41.67% que equivale a 160 manifestaron que se origina por necesidad.

Esta pregunta se planteó para conocer cuál era la perspectiva de los millennials en cuanto a surgimiento de los emprendimientos, obteniendo como resultados que más de la mitad consideran que la razón es por oportunidad, debido a que han visto y se han desarrollado constantemente en una sociedad que ha aprovechado las condiciones externas del ambiente para crear sus negocios, analizando el mercado y creando estrategias innovadoras que les han permitido diferenciarse y alcanzar competitividad a la vez que ofrecen productos y servicios nuevos y mejorados que ayudan a combatir los problemas que afectan a la sociedad.

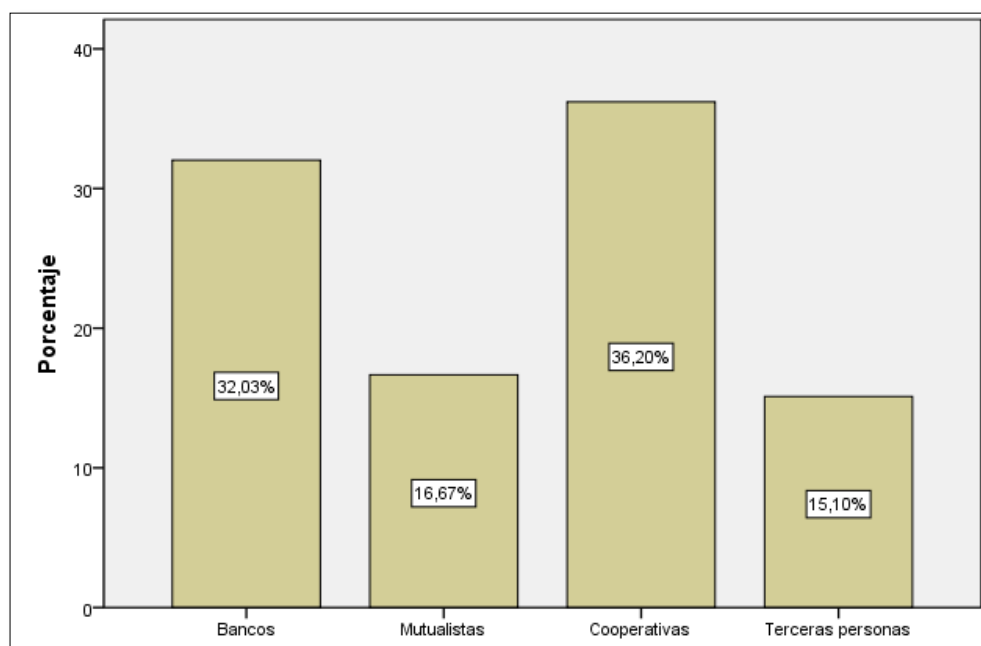
### 19. En el caso de requerir fuentes de financiamiento usted, ¿Qué institución financiera elegiría?

Tabla 34 ¿Qué institución financiera elegiría?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Bancos	123	32,0	32,0	32,0
Mutualistas	63	16,6	16,4	48,4
Cooperativas	140	36,2	36,2	84,9
Terceras personas	58	15,1	15,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

Gráfico 34 ¿Qué institución financiera elegiría?



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación**

De 384 personas encuestadas pertenecientes a la generación millennials el 36.20% equivalente a 140 respondieron que en caso de requerir financiamiento acudirían a una cooperativa, el 32.03% que representa a 123 manifestaron que elegirían un banco, el 16.67% perteneciente a 63 acudirían a mutualistas y el 15.10% se inclinarían por la opción terceras personas.

La información obtenida permite deducir que la generación millennials en mayor proporción prefiere obtener financiamiento en cooperativas, ya que estas instituciones financieras buscan alternativas para apoyar a la sociedad en donde se desenvuelven, esto lo hacen a través de donaciones y alternativas financieras que beneficien a la comunidad como por ejemplo aperturas para créditos, seguros, capacitaciones, etc.

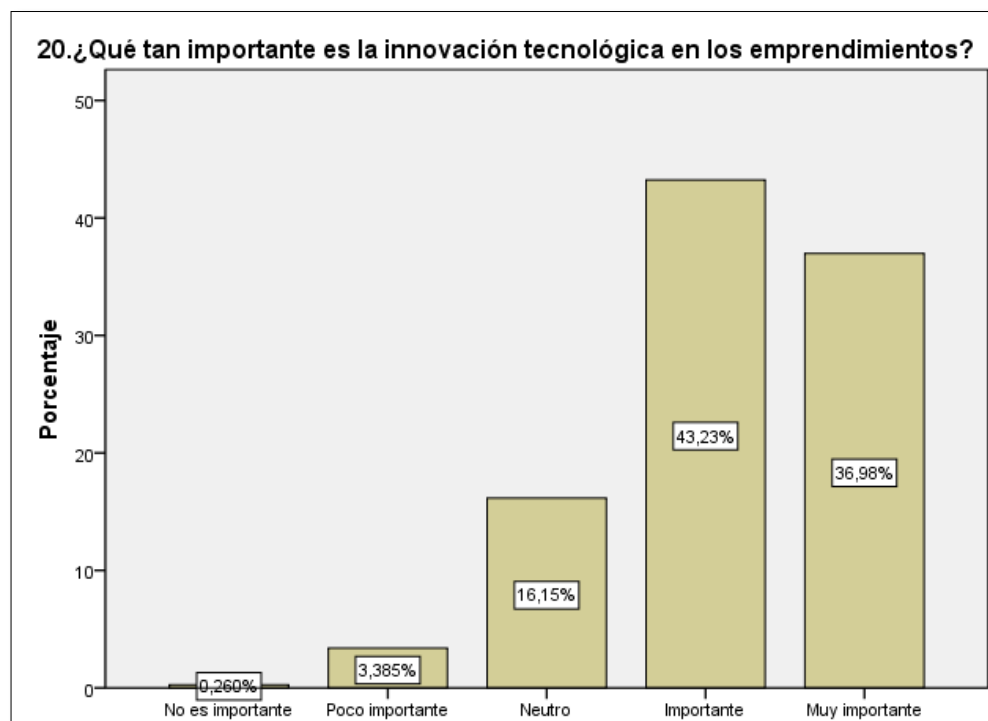
### **20. ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los emprendimientos?**

Tabla 35 ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los emprendimientos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No es importante	1	,3	,3	,3
Poco importante	13	3,4	3,4	3,6
Neutro	62	16,1	16,1	19,8
Importante	166	43,2	43,2	63,0
Muy importante	142	37,0	37,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

Gráfico 35 ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los emprendimientos?



Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

### **Análisis e interpretación:**

Del 100% de millennials encuestados con respecto a la pregunta ¿Qué tan importante es la innovación tecnológica en los emprendimientos? el 43.23% que representa a 166 concuerdan en que es importante, el 36.98% que identifica a 142 afirman que es muy importante, el 16.15% que equivale a 62 mantienen una posición neutral, el 3.38% seleccionaron la opción poco importante, y el 0.26% que constituye a 1 persona se inclinó hacía la opción no es importante.

Como se puede observar los gráficos reflejan que un gran porcentaje de personas encuestadas manifestaron que el rol que cumple la innovación tecnológica en la creación de emprendimientos en la escala de Likert son importantes, ya que en la actualidad utilizarlas en los negocios ya no es una opción, se ha convertido en una herramienta imprescindible para obtener éxitos en los emprendimientos, con tecnología se pueden crear nuevos productos o servicios para ofrecer en el mercado haciendo posible el hecho de que emprender sea más accesible y poco arriesgado.

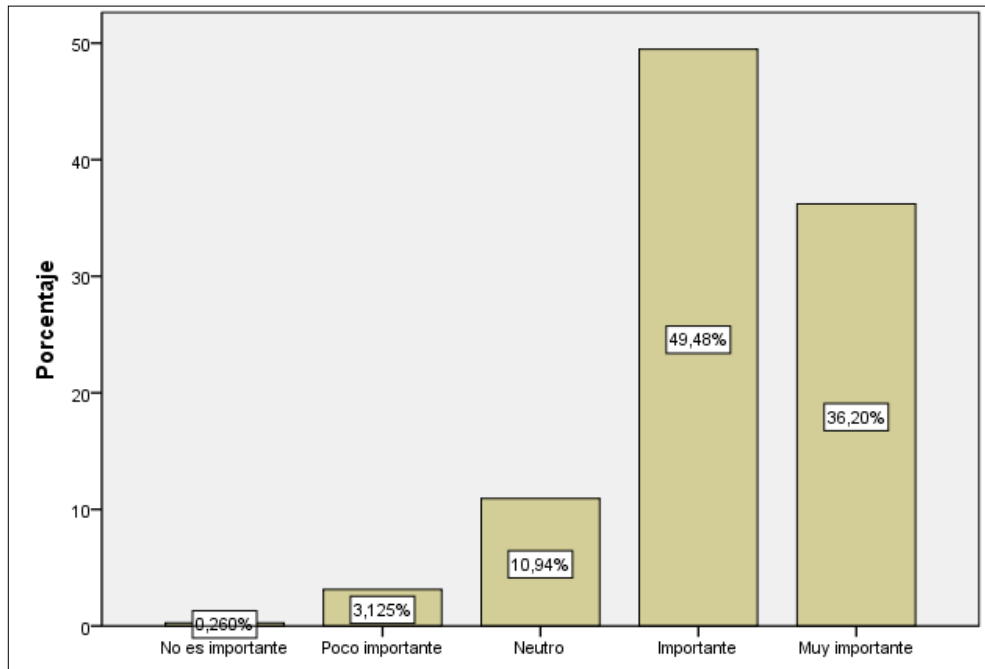
### **21. ¿Qué tan importante es la cultura organizacional en los emprendimientos?**

*Tabla 36 ¿Qué tan importante es la cultura organizacional en los emprendimientos?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No es importante	1	,3	,3	,3
Poco importante	12	3,1	3,1	3,4
Neutro	42	10,9	10,9	14,3
Importante	190	49,5	49,5	63,8
Muy importante	139	36,2	36,2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

Gráfico 36 *Qué tan importante es la cultura organizacional en los emprendimientos?*



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

Del 100% de millennials encuestados con respecto a la pregunta ¿Qué tan importante es la cultura organizacional en los emprendimientos? el 49.48% que representa a 190 concuerdan en que es importante, el 36.20% que identifica a 139 afirman que es muy importante, el 10.94% que equivale a 42 mantienen una posición neutral, el 3.12% que son 12 seleccionaron la opción poco importante, y el 0.26% que es 1 millennial encuestado menciona que no es importante.

Con los resultados obtenidos se puede evidenciar que la mayoría de los millennials encuestados consideran que la cultura organizacional cumple un rol importante dentro de los emprendimientos, debido a que actualmente se ha convertido en uno de los pilares principales que genera competitividad y sostenibilidad en los negocios, a través del establecimiento de normas que dirigen el comportamiento de los miembros de una organización e inciden en el desempeño de los mismos.

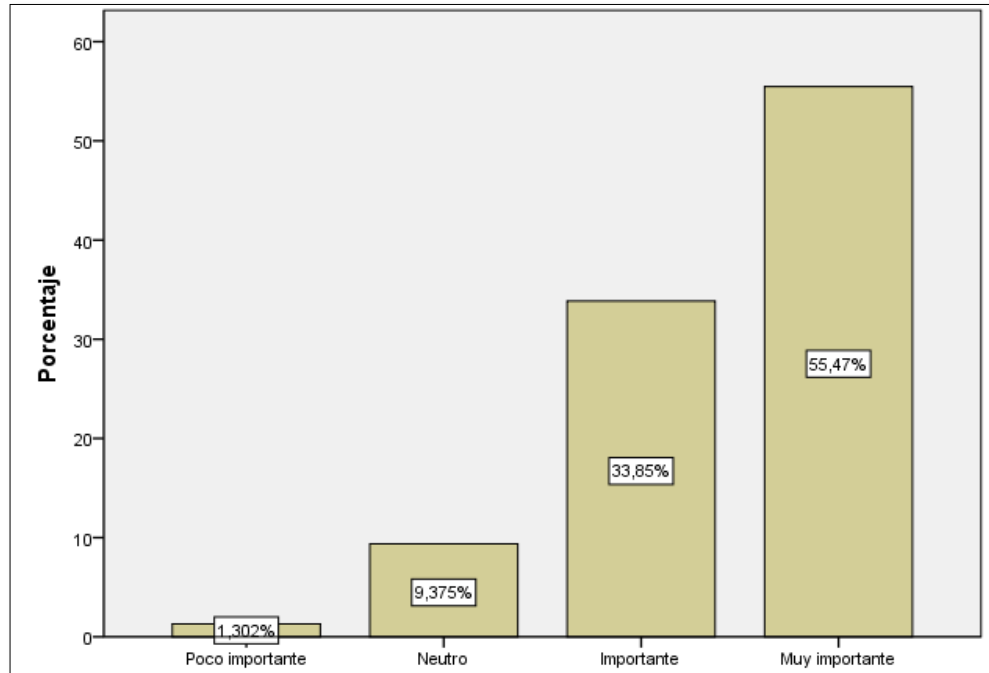
**22. ¿Qué tan importante es el factor económico en los emprendimientos?**

*Tabla 37 ¿Qué tan importante es el factor económico en los emprendimientos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco importante	5	1,3	1,3	1,3
	Neutro	36	9,4	9,4	10,7
	Importante	130	33,9	33,9	44,5
	Muy importante	213	55,5	55,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

*Gráfico 37 ¿Qué tan importante es el factor económico en los emprendimientos?*



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo con la pregunta ¿Qué tan importante es el factor económico en los emprendimientos? el 55.47% que representa a 213 respondieron que es muy importante, el 33.85% que equivale a 130 afirmaron que es importante, el 9.37% que representa a 36 manifestaron que su respuesta es neutral, y con apenas el 1.30% 5 millennials encuestados seleccionaron que es poco importante, ninguna de las personas encuestadas considera que no es importante.

Con los datos obtenidos se puede interpretar que más de la mitad de millennials encuestados consideran que el factor económico en los emprendimientos es muy importante, esto se da puesto que para que un negocio funcione necesariamente necesita de dinero, no se puede continuar o empezar una actividad económica sin este factor tan importante que permite innovar, utilizarlo en publicidad y marketing, pagar sueldos y salarios, pagar a los proveedores, entre otras actividades que no serían posible sin la utilización del mismo.

### **23. ¿Qué tan importante es la innovación social como elemento articulador de iniciativas en emprendimientos?**

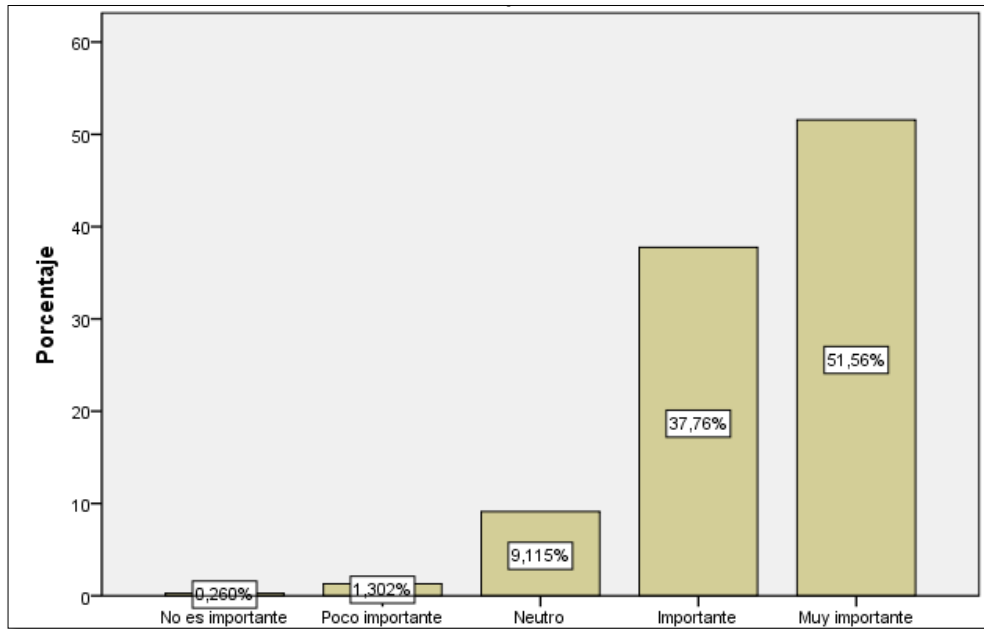
*Tabla 38 ¿Qué tan importante es la innovación social como elemento articulador de iniciativas en emprendimientos?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No es importante	1	,3	,3	,3
Poco importante	5	1,3	1,3	1,6
Neutro	35	9,1	9,1	10,7
Importante	145	37,8	37,8	48,4
Muy importante	198	51,6	51,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*



Gráfico 38 ¿Qué tan importante es la innovación social como elemento articulador de iniciativas en emprendimientos?



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

Del 100% de millennials encuestados el 51.56% que representa a 198 mencionan que es muy importante el rol que cumple la innovación social como elemento articulador de iniciativas en emprendimiento, así mismo el 37.76% que equivale a 145 afirmo que desde su perspectiva es importante, seguidamente el 9.11% seleccionaron la respuesta neutro, el 1.30% eligieron la opción poco importante y por último con tan solo 0.26% 1 persona manifestó que no es importante.

Para la mayor parte de millennials encuestados la innovación social cumple un papel muy importante como elemento articulador de iniciativas en emprendimiento, esto se da ya que al ser una generación que como característica tiene el preocuparse por el bien de las personas de la sociedad, han visto la oportunidad de que con la creación de emprendimientos pueden contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas, a su vez

que pueden ofrecer ideas, productos y servicios que contribuyan a combatir diversos problemas sociales.

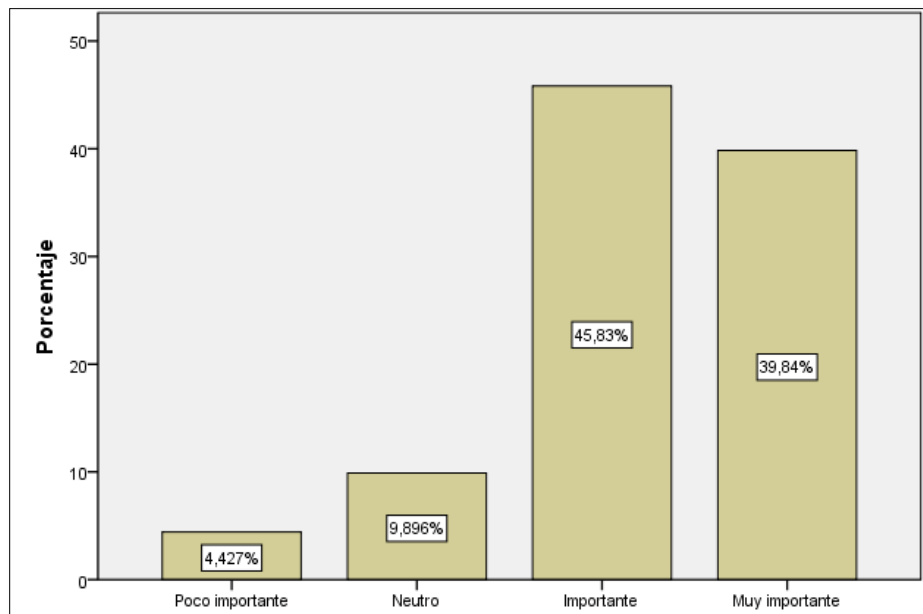
## 24 ¿Qué tan importante es la formulación de políticas públicas en la creación de emprendimientos?

Tabla 39 ¿Qué tan importante es la formulación de políticas públicas en la creación de emprendimientos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Poco importante	17	4,4	4,4	4,4
Neutro	38	9,9	9,9	14,3
Importante	176	45,8	45,8	60,2
Muy importante	153	39,8	39,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

Gráfico 39 ¿Qué tan importante es la formulación de políticas públicas en la creación de emprendimientos?



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

Del 100% de millennials encuestados el 45.83% que representa a 176 mencionan que es importante tomar en cuenta la formulación de políticas públicas para la creación de emprendimientos así mismo el 39.84% que equivale a 153 afirmo que desde su perspectiva es muy importante, seguidamente el 9.89% seleccionaron la respuesta neutra, y el 4.42% eligieron la opción poco importante.

Para una gran proporción de millennials encuestados es importante considerar la formulación de políticas públicas antes de crear un emprendimiento ya que éstas rigen la forma en cómo se va a desarrollar un negocio por lo tanto se deberían establecer políticas que impulsen la creación de emprendimientos puesto que éstos constituyen el motor y el progreso de la sociedad, contribuyendo de cierto modo a lidiar con algunos problemas de índole social, como por ejemplo el desempleo.

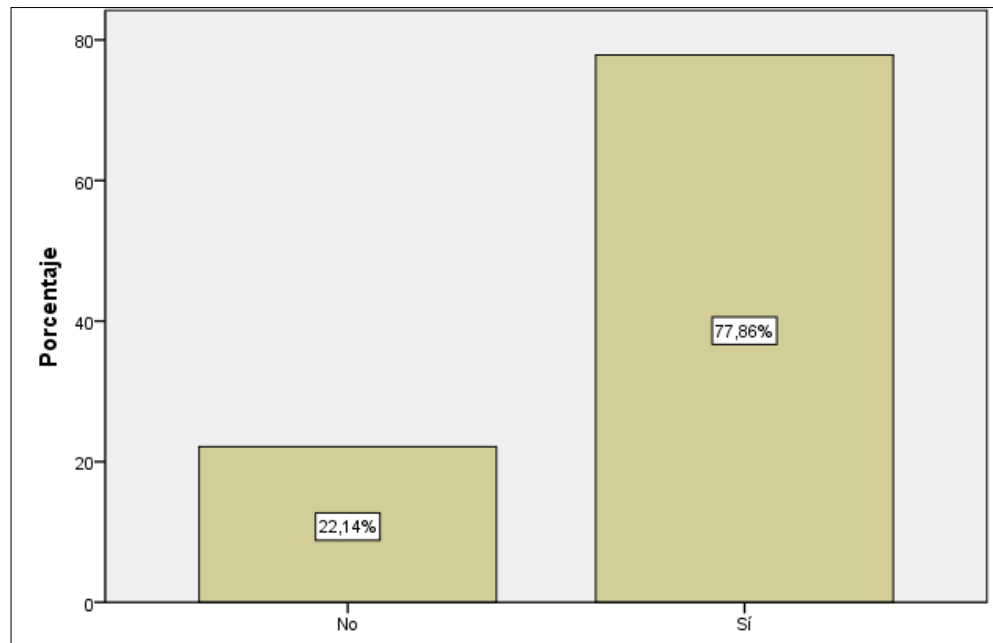
### **25. En su opinión ¿La innovación social influye como factor de emprendimiento en los millennials del cantón Ambato?**

*Tabla 40 ¿La innovación social influye como factor de emprendimiento en los millennials del cantón Ambato?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos No	85	22,1	22,1	22,1
Sí	299	77,9	77,9	100,0
Total	384	100,0	100,0	

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

Gráfico 40 ¿La innovación social influye como factor de emprendimiento en los millennials del cantón Ambato?



*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación:**

Del 100% de millennials encuestados con respecto a la pregunta ¿La innovación social influye como factor de emprendimiento en los millennials del cantón Ambato? El 77.86% que representa a 299 personas manifestaron que sí, y en menor porcentaje el 22.14% mencionaron que no.

Con los datos obtenidos se puede determinar que un gran porcentaje de la generación millennials encuestada considera que la innovación social si influye como factor de emprendimiento, esto se da ya que al ser considerados una generación visionaria y con optimismo tienen en mente que pueden cambiar el mundo con sus manos, y una manera de hacerlo es creando ideas de negocios que les permita generar utilidades a la vez que ayudan y contribuyen a mejorar las condiciones de vida de las personas de la sociedad, proponiendo estrategias de cambio social y siendo un ejemplo y una inspiración para que propietarios de

otros emprendimientos y generaciones se unan a esta causa, cambien de mentalidad y busquen en conjunto el beneficio de la sociedad.

### **3.2 Verificación de hipótesis**

Para la verificación de la hipótesis se procedió a utilizar la prueba del Chi cuadrado, ya que es un análisis que permite determinar si existe relación entre dos variables, en el caso del presente proyecto de investigación se desea comprobar si existe relación entre la innovación social y el emprendimiento, para lo cual se utilizaron las preguntas 5 y 23 de la encuesta, misma que está dirigida a millennials universitarios y emprendedores del cantón Ambato.

**Pregunta 5:** ¿Ha recibido capacitación en innovación social?

**Pregunta 23:** En su criterio ¿Qué tan importante es la innovación social como elemento articulador de iniciativas en emprendimientos?

#### **3.2.1 Prueba de Chi Cuadrado**

**Procedimiento. -**

1. Plantear la hipótesis que será sometida a la prueba
2. Calculo de frecuencias esperadas
3. Calculo del estadístico de prueba
4. Verificar la hipótesis alternativa y nula

**Modelo lógico**

**Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>):** La innovación social NO es un factor que consideran los millennials en los emprendimientos del cantón Ambato.

**Hipótesis Alternativa (H<sub>1</sub>):** La innovación social SÍ es un factor que consideran los millennials en los emprendimientos del cantón Ambato.

**Aplicación de la fórmula estadística**

$$x^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$

Teniendo así:

$$x^2 = \text{Chi} - \text{Cuadrada}$$

$$\sum = \text{Suma total}$$

$f_o$  = frecuencia observada

$f_e$  = frecuencia esperada

### Cálculo de la frecuencia observada ( $f_o$ )

Tabla 41 Frecuencia Observada

		5. ¿Ha recibido capacitación en innovación social?		Total
		No	Sí	
23.¿Qué tan importante es la innovación social como elemento articulador de iniciativas en emprendimientos?	No es importante	1	0	1
	Poco importante	4	1	5
	Neutro	16	19	35
	Importante	106	39	145
	Muy importante	139	59	198
Total		266	118	384

Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

### Cálculo de la frecuencia esperada ( $f_e$ )

$$f_e = \frac{\text{Total columna} * \text{Total fila}}{\text{Suma Total}}$$

$$f_e(1.1) = \frac{1 * 266}{384} = 0.7$$

$$f_e(2.1) = \frac{5 * 266}{384} = 3.5$$

$$f_e(3.1) = \frac{35 * 266}{384} = 24.2$$

$$fe(4.1) = \frac{145 * 266}{384} = 100.4$$

$$fe(5.1) = \frac{198 * 22}{384} = 137.2$$

$$fe(1.2) = \frac{1 * 118}{384} = 0.3$$

$$fe(2.2) = \frac{5 * 118}{384} = 1.5$$

$$fe(3.2) = \frac{35 * 118}{384} = 10.8$$

$$fe(4.2) = \frac{145 * 118}{384} = 44.6$$

$$fe(5.2) = \frac{198 * 118}{384} = 60.8$$

Tabla 42 Frecuencia esperada

		5. ¿Ha recibido capacitación en innovación social?		Total
		No	Sí	
23. ¿Qué tan importante es la innovación social como elemento articulador de iniciativas en emprendimientos?	No es importante	,7	,3	1,0
	Poco importante	3,5	1,5	5,0
	Neutro	24,2	10,8	35,0
	Importante	100,4	44,6	145,0
	Muy importante	137,2	60,8	198,0
Total		266,0	118,0	384,0

Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

### 3.2.2 Cálculo de la prueba de Chi Cuadrado

Tabla 43 Cálculo de la prueba de Chi Cuadrado

Pregunta	F. Observada fo	F. Esperada fe	Diferencia (fo-fe)	Cuadrado de la diferencia	Cuadrado de la diferencia dividido entre la frecuencia esperada
No es importante / No	1	0.7	0.3	0.09	0.13
Poco importante / No	4	3.5	0.5	0.25	0.07
Neutro / No	16	24.2	-8.2	67.24	2.78
Importante / No	106	100.4	5.6	31.36	0.31
Muy importante / No	139	137.2	1.8	3.24	0.02
No es importante / Sí	0	0.3	-0.3	0.09	0.30
Poco importante / Sí	1	1.5	-0.5	0.25	0.17
Neutro / Sí	19	10.8	8.2	67.24	6.23
Importante / Sí	39	44.6	-5.6	31.36	0.70
Muy importante / Sí	59	60.8	-1.8	3.24	0.05
<b>TOTAL PRUEBA CHI CUADRADO</b>					<b>10.919</b>

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

Tabla 44 Chi Cuadrado SPSS

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,919 <sup>a</sup>	4	,027
N de casos válidos	384		

a. 4 casillas (40.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .31.

*Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia*

#### Cálculo de los grados de libertad:

GL= (N° de columna-1) (N° de filas-1)



$$GL = (2-1)(5-1)$$

$$GL = (1)(4) = 4$$

**Nivel de significación estadística:** para la aplicación de la fórmula estadística de Chi Cuadrado se utilizará un nivel de significación del 5%  $\rightarrow 0.05$

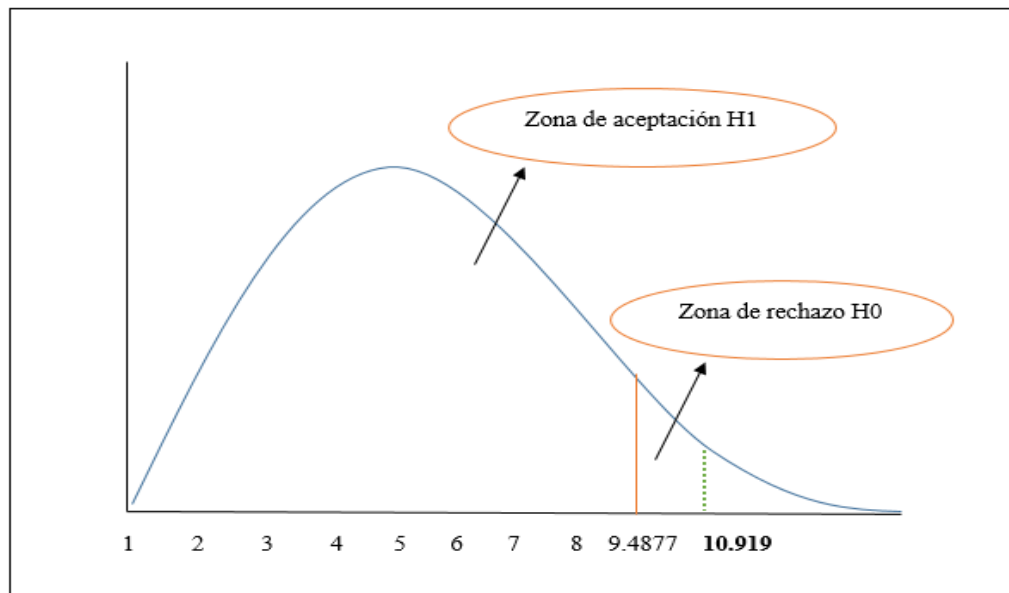
Resultado Chi Cuadrado teórico= **9.4877**.

Tabla 45 Tabla Chi-Cuadrado

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1454	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418

Fuente: (Hernández Sampieri, 2014)

Gráfico 41 Región de rechazo de hipótesis nula y aceptación de hipótesis alternativa



Fuente: Información encuestas-SPSS  
Elaboración propia

Como se puede evidenciar en el gráfico el valor del Chi Cuadrado de Pearson se encuentra en la zona de rechazo.

### **Toma de decisión**

Una vez aplicado el cuestionario a los 384 estudiantes universitarios y emprendedores millennials del cantón Ambato se obtuvo como resultado un valor estadístico de Chi cuadrado de 10.919, mismo que fue calculado con el programa IBM SPSS Statistics 19, valor que resulto mayor al Chi cuadrado teórico tabulado de 9.4877, y con 4 grados de libertad, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que es “La innovación social SÍ es un factor que consideran los millennials en los emprendimiento del cantón Ambato”, identificando así que existe una relación entre las dos variables, comprobando además la factibilidad del presente proyecto de investigación.

## **PROPUESTA**

### **3.3 Perfil para innovadores sociales y emprendedores millennials**

#### **3.3.1 Introducción:**

Hablar de innovación social y emprendimiento en la actualidad es hablar de cambio social, inversión, proyectos, valor social, liderazgo, problemas y oportunidades que impulsen las ideas de innovar y emprender, todo esto con el fin combatir problemas en la sociedad que no han sido atendidos por el estado ni autoridades locales, en este contexto los emprendimientos cumplen un rol fundamental ya que al crearse con el fin de satisfacer necesidades de las personas de una u otra forma pueden aportar ofreciendo ideas, productos o servicios innovadores o mejorados que proporcionen un beneficio a las personas de la sociedad.

Surgen ideas equivocadas con respecto a la creación de emprendimientos muchas personas piensan que simplemente se necesita motivación para hacerlo, pero la realidad es que existen varios aspectos que se deben tomar en cuenta antes de lanzarse al ruedo. Uno de estos, y desde mi punto de vista el más importante es que un emprendimiento tiene que surgir de un sentimiento verdadero, ya que de esta manera al realizar algo que amamos y nos apasiona desempeñaremos una labor efectiva y eficaz que permitirá obtener buenos resultados.

Otro aspecto importante que se debe considerar es que no se puede centrar la idea de negocio en campos en los cuales ya se ha brindado una solución y beneficio por parte del mercado o el sector público, ya que esto generará un menor impacto. Al contrario, los innovadores sociales emprendedores millennials, por lo general se concentran en buscar lagunas, zonas descuidadas, fallas existentes en el mercado, desigualdades e injusticias sociales y brindarles soluciones óptimas que permitan mejorar este tipo de condiciones.

El objetivo principal de este tipo de innovadores es generar impacto positivo en la sociedad, por esa razón prefieren y deciden abordar problemas de índole social. A continuación con toda la información recolectada se propone un perfil para innovadores sociales emprendedores millennials, instrumento que será de gran utilidad

para todas aquellas personas que quieran realizar cambios y mejoras en la sociedad a través de sus emprendimientos, generando una utilidad económica y a la vez buscando combatir problemas sociales.

### **3.3.2 Objetivos de la propuesta**

#### **Objetivo General**

Proponer un perfil que contribuya al cambio de mentalidad de emprendedores millennials, englobando la innovación social como herramienta de cambio.

#### **Objetivos Específicos**

- Establecer un perfil desde la perspectiva de la innovación social y el emprendimiento.
- Impulsar el compromiso de los millennials con la sociedad, combatiendo problemas y generando soluciones efectivas a través de sus emprendimientos.
- Concientizar la forma de pensar y accionar de los millennials emprendedores, a través de la aplicación de los lineamientos propuestos.

**Alcance de la propuesta:** a nivel local, cantonal, provincial y nacional.

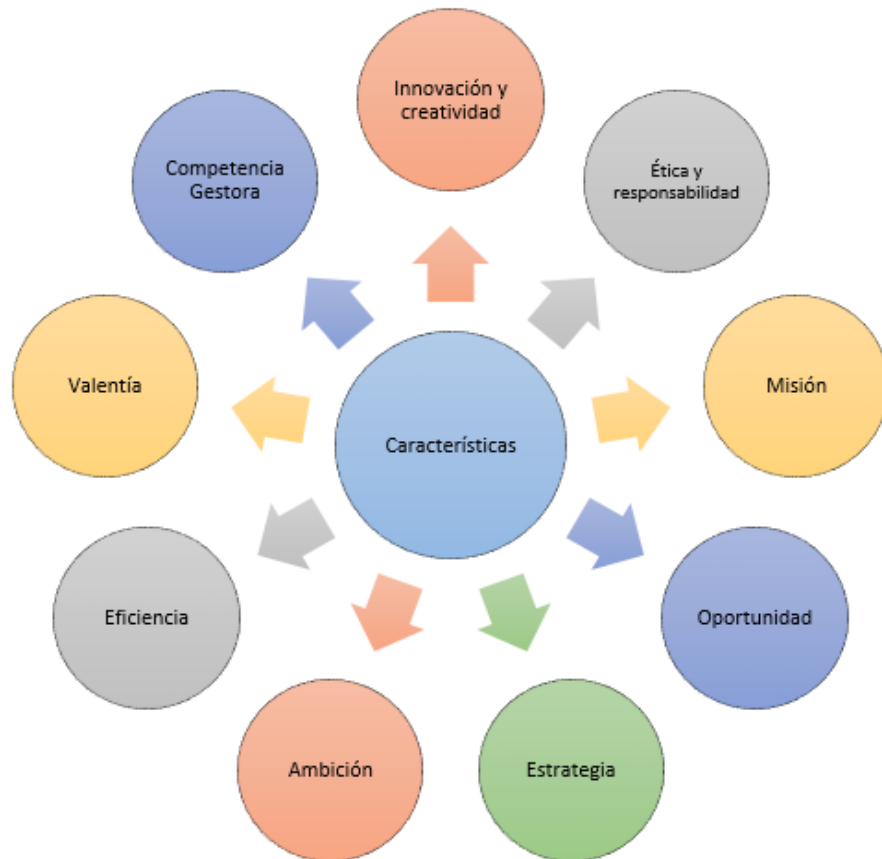
#### **PERFIL**

##### **Características**

- **Innovación y creatividad.** - Mantiene un aprendizaje continuo, crea ideas innovadoras, desarrolla procesos creativos y audaces para resolver problemas, no se limita por los recursos que posee sino más bien los optimiza y aprovecha.
- **Misión.** - Busca generar no solamente lucro económico sino también valor social.
- **Ética y responsabilidad.** - Forja un gran sentido de compromiso, ética y responsabilidad hacia las personas de la sociedad civil y colectivos que los rodea.
- **Oportunidad.** - Sigue, reconoce y se abre a nuevas posibilidades y oportunidades para llevar a cabo su misión.
- **Estrategia.** - Aplica estrategias para lograr un manejo adecuado de las energías del entorno que lo rodea, con un enfoque comprometido e integrador.

- **Ambición.-** Ejecuta acciones para llevar a cabo maneras de enfrentar problemas estructurales.
- **Eficiencia.** - Posee capacidad para resolver problemas con la intervención de poca burocracia, refiriéndose a burocracia como la distancia existente entre la solución y el problema.
- **Valentía.** - Asume riesgos de índole personal y financieros, no se preocupa únicamente por alcanzar utilidades sino que en ocasiones arriesga su imagen personal y trayectoria profesional por tener el coraje de hacer algo diferente y cambiar las cosas en la sociedad.
- **Competencia gestora.** - Es capaz de realizar varias funciones múltiples simultáneamente, organiza y gestiona de forma eficiente el tiempo y los recursos disponibles a su cargo.

*Gráfico 42 Características de los innovadores sociales emprendedores millennials*



*Elaboración propia*

**Requisitos:**

**Género:** Hombre o mujer

**Edad promedio:** entre 20 y 40 años

**Nivel de instrucción:** Estudios de segundo, tercer o cuarto nivel.

**Estatus laboral:** trabajador o trabajadora autónomo/a.

**Actividad económica:** pueden pertenecer a cualquiera de los siguientes sectores: comercio, manufactura, servicios, transporte, información y comunicación, construcción, actividades profesionales, servicios financieros.

**Inversión:** el innovador social emprendedor millennial aporta el 100% de su capital para iniciar el negocio. El monto que debe invertir cada emprendedor se basa en el tipo de mecanismo que utilice, en el caso de capital semilla en Ecuador los valores oscilan entre \$20.000 y \$250.000; en el caso que el dinero provenga de inversionistas ángeles, los valores pueden ir de \$25.000 hasta \$300.000.

**Competencias:**

- Sensibilidad
- Habilidades comunicativas y sociales
- Motivación
- Altruista
- Iniciativa
- Experiencia empresarial y comercial
- Compromiso Social
- Cooperación y trabajo en equipo
- Sensibilidad
- Conocimiento en gestión de proyectos
- Resolución y análisis de problemas

- Responsabilidad
- Confianza
- Sostenibilidad
- Replicabilidad
- Liderazgo
- Disciplina
- Vocación

### **Buenas Prácticas:**

A continuación, se proponen algunos ejemplos de innovar socialmente a través de los emprendimientos que pueden ser puestos en marcha con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas en la sociedad:

#### **1. Nombre:** Conectados

**Beneficiarios:** Adultos

Esta iniciativa nace debido a que en la sociedad existen muchas personas adultas que no tienen conocimiento en tecnología, motivo por el cual los innovadores sociales millennials al ser considerados nativos digitales pueden transmitir sus enseñanzas sobre nuevas tecnologías de la información, convivencia e interculturalidad.

A través de esta iniciativa se busca impulsar la participación de las personas adultas en la comunidad, mediante acciones formativas dirigidas a minimizar la brecha digital de este grupo de personas al ser considerados inmigrantes, personas mayores, y reduciendo a la vez el analfabetismo digital.

#### **2. Nombre:** Diversión sin drogas

**Beneficiarios:** Personas con problemas de adicción

Esta iniciativa surge por la escasa información y falta de percepción del riesgo en aquellas personas que consumen drogas. Los emprendedores millennials

pueden desarrollar estrategias de comunicación para concientizar a dichas personas sobre los riesgos y la prevención del consumo de drogas, ofreciendo además alternativas de distracción juvenil, buscando en conjunto el compromiso social y el mejoramiento de su situación integral potenciando su participación social positiva.

**3. Nombre:** Leer para curar

**Beneficiarios:** Sociedad civil en general

A través de esta iniciativa se utiliza la lectura como herramienta de cambio para curar ciertos problemas existentes en las personas de índole social y personal., sobresale por poseer carácter integrador, actúa como difusor de cultura en beneficio y a favor de la comunidad. Se convierte en una idea innovadora puesto que dinamiza y fomenta la lectura en sociedades que tienen riesgo de exclusión.

**4. Nombre:** Memorias para siempre recordar

**Beneficiarios:** Jóvenes de la sociedad

El objetivo principal de esta iniciativa es unir varias generaciones mediante el intercambio de experiencias entre los jóvenes y sus abuelos y abuelas, se pretende resaltar lo especial que existe en cada persona, creando así una relación intergeneracional muy enriquecedora, brindándole importancia a este segmento tan querido y apreciado de la sociedad, resaltando su participación e importancia dentro de la misma.

**5. Nombre:** Reciclar para salvar

**Beneficiarios:** Sociedad civil en general

A través de esta iniciativa jóvenes que se encuentran en riesgo de exclusión social ya sea porque no están estudiando ni laborando pueden contribuir a la sociedad a través del reciclaje de bicicletas y ordenadores, destacando sus habilidades sociales y potenciando en sí mismos competencias profesionales.



El propósito de esta iniciativa es que estos jóvenes reciclen bicicletas y ordenadores y los donen a entidades o fundaciones sociales para que puedan darles un mejor uso o sirvan como materia prima para elaborar productos y después comercializarlos.

### **Instrumentos y herramientas de aplicabilidad**

A continuación, se propone un test de autoevaluación que permitirá conocer si una persona posee el espíritu y la convicción de convertirse en un innovador social emprendedor millennial.

#### **LINK DEL TEST:**

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdCfxVuDLSebfmXL6KJvp1WIUFg6ActzP-5bhTDxQOpOicrA/viewform>

### **TEST DE AUTOEVALUACIÓN**

**Nombre**

**Apellido**

**Email**

**1. Pienso que una persona puede hacer la diferencia y que la vida es mucho mejor cuando no pensamos solo en nuestro propio beneficio**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**2. Me preocupo por los problemas existentes en mi comunidad**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**3. Cuando emprendo un proyecto nuevo, tengo dudas y pienso que no seré lo suficientemente bueno**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**4. Antes que intentar darle una solución a un problema de la sociedad, me interesa más obtener un beneficio**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**5. Generalmente intento encontrar nuevas maneras de resolver problemas sociales**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**6. No tengo experiencia en retos sociales por esta razón soy menos capaz de proponer soluciones a problemas sociales**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**7. Tengo en claro que el objetivo de mi empresa no es solo un beneficio económico, sino también generar un impacto positivo en la sociedad**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo

- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**8. Pienso que no poseo la experiencia, ni la confianza necesaria para emprender de forma individual**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**9. Tengo en claro que hasta que mi emprendimiento comience a generar valor social debo ser constante en mi trabajo y mantenerme motivado**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**10. Debido a que no poseo experiencia en emprendimientos, me da temor no poder generar ingresos ni sostenibilidad**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**RESULTADOS DEL TEST**

Si tu puntuación se encuentra entre 0 y 40 ¡Qué pena no posees los requisitos ni cualidades necesarias para convertirte en un innovador social! Si tu puntuación se encuentra entre 50 y 80 ¡Enhorabuena parece que cumples los requisitos y cualidades necesarias para convertirte en un innovador social! Si tu puntuación se encuentra entre 90 y 100 ¡Felicidades posees los requisitos y cualidades necesarias para convertirte en un innovador social! Anímate y hazlo.

## MODELO DEL TEST

### Test de Autoevaluación

El presente test online va dirigido a emprendedores o futuros emprendedores millenials que deseen conocer si poseen vocación para convertirse en innovadores sociales.



Nombre

Tu respuesta

Apellido

Tu respuesta

Email

Tu respuesta

1. Pienso que una persona puede hacer la diferencia y que la vida es mucho mejor cuando no pensamos solo en nuestro propio beneficio 10 puntos

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. Me preocupo por los problemas existentes en mi comunidad 10 puntos

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3. Cuando emprendo un proyecto nuevo, tengo dudas y pienso que no seré lo suficientemente bueno 10 puntos

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. Antes que intentar darle una solución a un problema de la sociedad, me interesa más obtener un beneficio 10 puntos

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

5. Generalmente intento encontrar nuevas maneras de resolver problemas sociales 10 puntos

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

6. No tengo experiencia en retos sociales por esta razón soy menos capaz de proponer soluciones a problemas sociales 10 puntos

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7. Tengo en claro que el objetivo de mi empresa no es solo un beneficio económico, sino también generar un impacto positivo en la sociedad 10 puntos

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8. Pienso que no poseo la experiencia, ni la confianza necesaria para emprender de forma individual 10 puntos

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9. Tengo en claro que hasta que mi emprendimiento comience a generar valor social debo ser constante en mi trabajo y mantenerme motivado 10 puntos

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. Debido a que no poseo experiencia en emprendimientos, me da temor no poder generar ingresos ni sostenibilidad

10 puntos

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

#### RESULTADOS DEL TEST

Si tu puntuación se encuentra entre 0 y 40 ¡Que pena no posees los requisitos ni cualidades necesarias para convertirte en un innovador social! Si tu puntuación se encuentra entre 50 y 80 ¡Enhorabuena parece que cumples los requisitos y cualidades necesarias para convertirte en un innovador social! Si tu puntuación se encuentra entre 90 y 100 ¡Felicidades posees los requisitos y cualidades necesarias para convertirte en un innovador social! Animate y hazlo ya.



## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 Conclusiones

- Desde el punto de vista de los millennials universitarios y emprendedores del cantón Ambato la innovación social constituye un factor que consideran en los emprendimientos, por cuanto, a través de los mismos además de generar utilidades, contribuyen a mejorar la calidad de vida de las personas de la sociedad, proponen soluciones efectivas a diversos problemas, y cumplen el rol de agentes dinamizadores de cambio social en el cantón.
- Los millennials son una generación de innovadores y emprendedores que constituyen un fragmento importante en la sociedad, en ese mismo contexto la innovación social compone un conjunto de acciones hacia la transformación, en donde una idea se convierte en un producto o servicio que genera valor social, a través de emprendimientos que son aquellos esfuerzos que se realizan para encontrar oportunidades innovadoras y soluciones novedosas en beneficio de la sociedad.
- El ambiente en el que han crecido los millennials les ha permitido desarrollar un sentido de conciencia, sensibilidad, y responsabilidad con la sociedad, además a través del uso constante de redes sociales están informados diariamente de todo lo que ocurre a su alrededor, incluyendo los problemas sociales, y al sentirlos tan de cerca llegan a pensar que resolverlos está a su alcance.
- Los millennials en la actualidad están reconstruyendo la estructura organizacional en las empresas a través de proyectos sostenibles que brindan mayores espacios de apertura y participación que les permite generar oportunidades para

abrirse camino individualmente en el mundo laboral, creando sus propios emprendimientos.

- El método estadístico que se utilizó para medir el grado de relación existente entre las variables innovación social y emprendimiento fue el Chi Cuadrado, mismo que arrojó como resultado un valor estadístico de 10.919.
- La propuesta planteada contribuye al cambio de mentalidad de emprendedores millennials, englobando la innovación social como herramienta de cambio.
- Los millennials encuestados del cantón Ambato coinciden que el aspecto tecnológico, cultural, económico, y político son importantes dentro de los procesos de innovación social y emprendimiento.
- En el cantón Ambato no se ha fomentado la innovación social, por lo que no se realizan capacitaciones ni existen redes que impulsen este tipo de iniciativas, por otro lado, el emprendimiento es un tema que día a día es tratado tanto en universidades como en empresas a través de capacitaciones y con la creación de redes respectivamente.
- La principal limitación que impide crear innovación social es el desinterés social por parte de las personas, ya que muchos se preocupan solamente por sí mismos, mientras que lo que impide el desarrollo de emprendimientos es el miedo al fracaso ya que no se consideran capaces de asumir dicha responsabilidad.



## 4.2 Recomendaciones

- Las autoridades locales y las universidades deben fomentar la innovación social a través de capacitaciones, estrategias, proyectos e iniciativas que permitan mejorar las condiciones de vida de las personas en la sociedad.
- Aplicar el perfil propuesto para de esta manera conocer si poseen las cualidades necesarias para convertirse en innovadores sociales y emprendedores millennials, que trabajen en beneficio de la sociedad.
- Al ser la innovación social un factor de emprendimiento es necesario que los millennials se conviertan en agentes de cambio y ejemplo para que propietarios de otros emprendimientos y generaciones se unan a esta causa, cambien de mentalidad y busquen en conjunto el beneficio de la sociedad.
- Crear emprendimientos que no solamente se concentren en generar beneficios económicos, sino que también contribuyan al cambio social, haciendo frente a los diversos problemas sociales que desafían soluciones tradicionales.
- Las autoridades locales deben involucrarse más en temas de innovación social, y crear espacios de apertura y participación que permita incluir a un mayor número de personas que han sido aisladas de la sociedad, y brindarles la oportunidad de realizar actividades en los que se sientan incluidos y útiles dentro de la misma.
- Impulsar la creación de redes de innovación social y emprendimiento en el cantón con el fin de mejorar el acceso a la investigación y las condiciones de vida de las personas y enfocadas a solucionar diversos problemas de índole social.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cataldi , Z., & Dominighini, C. (2015). La generación millennial y la educación superior: los retos de un nuevo paradigma. *Revista de Informática Educativa y Medios Audiovisuales*, 1-2.
- Díaz, V., & Calzadilla, A. (2016). Artículos científicos, tipos de investigación y productividad científica en las Ciencias de la Salud. *Revista Científica Salud*, 118.
- Innovation Factory Institute. (21 de Junio de 2018). *¿Qué es la innovación social; y los emprendedores sociales?* Obtenido de Crea Innova Institute: <https://www.innovationfactoryinstitute.com/blog/que-es-la-innovacion-social-y-los-emprendedores-sociales/>
- Abreu, J. L. (2015). Innovación social, conceptos y etapas. *Daena, International Journal of Good Conscience*, 6(2), 134-148.
- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. México: Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Alfaro, Y. (15 de Febrero de 2018). *Podcast Entrepreneur #1: ¿Qué es un emprendedor?* Obtenido de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/309031>
- Álvarez, J. M., & Haro, G. (2017). *Millennials. La generación emprendedora*. Madrid: Editorial Ariel, S. A.
- Aponte, G. (2016). Gestión de la innovación tecnológica mediante el análisis de la información de patentes. *Negotium*, 11(33), 42-68.
- Arboleda, M. (2014). Emprendimiento y Tecnología, una Oportunidad de Vida para la Mujer Colombiana. *Revista de Economía y Administración*, 24.
- Aso, U. (10 de Septiembre de 2019). *¿Qué es un constructo social? Definición y ejemplos*. Obtenido de Psicología y mente: <https://psicologiyamente.com/cultura/que-es-constructo-social>
- Ayala, J., Alberdi, M., Tarabbio, F., Huanilo, C., & Calvo , F. (2011). *La motivación en la generación Y. .* Buenos Aires: Facultad de Ciencias Económicas UBA.

- Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*, 39(5), 775-786.
- Bonilla, N., & Rojas, A. (2012). Una revisión de las tendencias en investigación sobre la innovación. *Mimeo*, 45-92.
- Buckland, H., & Murillo, D. (2014). La Innovación Social en América Latina Marco conceptual y agentes. *Instituto de Innovación Social de ESADE y Fondo Multilateral de Inversiones*, 27-28.
- Cajaiba Santana, G. (2016). Social innovation: moving the field forward. A conceptual framework. *Technological forecasting & social change*, 76.
- Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. *Technological Forecasting and Social Change*, 82, 42-51.
- Carazo, J. (2019). *Innovación social*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-social.html>
- Cases, J. I. (11 de Diciembre de 2013). *Conseguir objetivos a través de la Triple Hélice (Empresa + Universidad + Administraciones Públicas)*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2019, de Nueva Empresa: <http://www.nuevaempresa.com/3mpresa-universadyadministracion-por-una-sociedad-mejoconseguir-objetivos-traves-de-la-triple-helice-%20empresa-universidad-administraciones-publi-cas/>
- Castelao Caruana, M. E. (2016). Las políticas públicas y su visión de la economía social y solidaria en Argentina Public Policies and Their View of Social and Solidary Economy in Argentina. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 349-378. doi:[https://doi.org/10.1016/S0185-1918\(16\)30032-0](https://doi.org/10.1016/S0185-1918(16)30032-0)
- Chambon, J. L., David, A., & Devevey, J. M. (1982). Les innovations sociales. *Presses Universitaires de France*.

- Choi, N., & Majumdar, S. (2015). Social innovation: towards a conceptualisation. (S. Majumdar, S. Guha, & N. Marakkath, Edits.) *Technology and innovation for social change*, 7-34.
- Coque, M. (2019). La innovación como factor determinante del emprendimiento en el sector del calzado. (*Tesis de posgrado*). Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Cordón , J., López , J., & Vaquero, J. (2001). *Manual de investigación bibliográfica y documental: teoría y práctica*. Mexico: Pirámide.
- Corona, J. (2016). Apuntes sobre métodos de investigación. *Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda*, 82.
- COTEC. (2016). *Fundación COTEC para la Inoovación*. Obtenido de Fundación COTEC para la Inoovación: <http://cotec.es/pdfs/COTEC-informe-2016.pdf>
- Danel, O. (2015). *Metodología de la investigación. Población y muestra*. La Habana: Universidad de Ciencias Médicas de La Habana.
- Dávila, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. *Laurus Revista de Educación*, 181.
- De la Mata, G. (2014). *Manual de Innovación Social: de la idea al proyecto*. Argentina: Universidad Nacional de Salta.
- Del Cerro, J. (13 de Diciembre de 2019). *Emprendimiento social, ¿una tendencia millennial?* Obtenido de Disruptivo Tv: <https://disruptivo.tv/columnas-y-notas/emprendimiento-social-una-tendencia-millennial/>
- Deloitte Global. (2019). *Encuesta Millennials Ecuador 2018*. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/deloitte-analytics/articles/encuesta-millennials-ecuador0.html>
- DeVaney, S.A. (2015). Understanding the Milenial Generation. *Journal of Financial Service Professionals*, 69(6), 11-14.

- Díaz, A. (2017). El concepto emprendedor: origen, evolución e interpretación. *Siempre* 17, 23.
- Díaz, C. (2013). Factores que inciden en la capacidad emprendedora de los Araucanos. (*Tesis de Maestría*). Universidad Nacional de Colombia, Arauca.
- Duarte, F. (2017). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y Negocios*, 47.
- Ecoosfera. (22 de Octubre de 2017). *Los millennials podrían salvar al mundo (y estas son las cosas que más les importan)*. Recuperado el 17 de Octubre de 2019, de <https://ecoosfera.com/2017/10/millennials-quienes-son-que-hacen-salvar-mundo-jovenes-sociedad-generaciones/>
- Eizaguirre Anglada, S. (2016). De la innovación social a la economía solidaria. Claves prácticas para el desarrollo de políticas públicas. *CIRIEC-España. Revista de debate sobre Economía Pública, Social y Cooperativa*(88), 201-230. doi:0213-8093
- Escuela Europea de Management. (21 de Octubre de 2016). *Entrepreneur*. Obtenido de 'Millennipreneurs': ¿por qué son tan emprendedores los millennials?: <https://www.entrepreneur.com/article/284122>
- Espinoza, E. (2016). Universo, muestra y muestreo. *UIC*, 3.
- Estudio BBVA. (2015). *Generación Milenial: así es la primera generación completamente digital*. Centro de Innovación BBVA. Obtenido de <https://www.centrodeinnovacionbbva.com/sites/default/files/ebook-cibbva-innovation-trends-generacion-millennials.pdf>
- Etxezarreta, E., Etxezarreta, A., Zurbano, M., & Estensoro, M. (2015). Innovación Social, Políticas Públicas y Economía Social y Solidaria. *REAS Euskadi*, 20-21.
- Fernández, C., González, M., & Pita, J. (2016). Orientación cultural hacia la innovación en empresas. Un enfoque sociológico del Sistema de Innovación de Galicia.

*Revista Internacional de Sociología*, 74(2), 1-18.  
doi:<https://doi.org/10.3989/ris.2016.74.2.035>

Fernández, J. (2006). *Emprende-T Ideas para nuevos emprendedores*. Madrid: Editorial Tébar.

Fernández, P., & Díaz, P. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Cad Aten Primaria Complejo Hospitalario-Universitario Juan Canalejo*, 76-78.

Finance, V. (2018). La generación millennial y el emprendimiento. *Microdinero*.

Garcés, A. B. (2017). Difusión de contenidos de grupos culturales de Ambato y la innovación social en la ciudad. (*Tesis de pregrado*). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Tungurahua, Ecuador.

García, G. (2011). *Guía para crear y desarrollar su propia empresa*. Quito: Editorial Ceforcom.

García, J. (Mayo de 2002). *Conceptos de estadística*. Obtenido de <http://colposfes.z.galeon.com/est501/suma/sumahtml/conceptos/estadistica.htm>

García, V. (2015). Emprendimiento empresarial juvenil como respuesta. (*Tesis de Pregrado*). UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DEL VALLE DE MÉXICO, Tultitlán.

Gatica, S., Larenas, J. P., Koljatic, M., & Miranda, P. (s.f.). *La innovación social en Chile y el rol del estado en su desarrollo*. Escuela de Administración Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile.

GEM Ecuador. (2017). Global Entrepreneurship Global. *ESPAE*.

George, D., & Mallery, P. (2003). *PSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0update (4thed.)*. Boston: Allyn & Bacon.

Godin, B. (2010). Innovation Without the Word: William F. Ogburn's Contribution to the Study of Technological Innovation. *Minerva*, 48(3), 277-307.

Gómez, F. (2018). Millennials: así son y así consumen. *Forbes*.

- Gonzalez, M., & Mercado, H. (2014). Gerenciando la Generación Y o el reto Millennials. *Redalyc*, 7-8.
- Goñi, J., & Veá, R. (2015). Impacto del desarrollo tecnológico en la innovación social. Oportunidades, amenazas y nuevos retos. APTES (Asociación para la Promoción de la Tecnología Social). *XVII Congreso de Estudios Vascos*, 69-70.
- Graterol, R. (2011). Metodología de la Investigación. *Universidad de los Andes*, 1-2.
- Guaipatin, C., & Schwartz, L. (2014). Ecuador Análisis del Sistema Nacional de Innovación. *BID*, 163.
- Gutiérrez, A. (24 de Noviembre de 2014). *Los 'millennials' llevan el timón*. Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/tendencias/millennials-llevar-timon-45602>
- Gutiérrez, A. (2016). *Millennials en Latinoamérica. Una perspectiva desde Ecuador*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Guzmán, D. (2007). El ethos filosófico. *Praxis Filosófica*, 137-145.
- Guzmán, J. (2017). Cómo liderar a los millennials en las organizaciones. *Universidad Militar Nueva Granada*, 6.
- Hatum, A. (2013). *Yrrupción: Los cambios generacionales y el futuro de la organización*. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial SRL.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Santa Fé, México: Mc GrawHill.
- Hernández, B. (2001). *Técnicas estadísticas de investigación social*. Madrid: Diaz de Santos.
- Hernández, J., Tirado, P., & Ariza, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIRIEC ESPAÑA*, 165-199.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México D.F: McGRAW-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.

- Herrera, C. (2012). Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor. *Económicas CUC*, 195.
- Hillier, J., Moulaert, F., & Nussbaumer, J. (2004). Trois essais sur le rôle de l'innovation sociale dans le développement territorial. *Géographie, Économie, Société*, 2(6), 129-152.
- Howaldt, J., & Schwarz, M. (2010). *Social Innovation: Concepts, research fields and international trends*. IMA/ZLW.
- Howe, N., & Strauss, W. (2007). The Next 20 Years: How Customer and Workforce Attitudes Will Evolve. *Harvard Business*, 41-52.
- Igarashi, Y., & Okada, M. (2015). Social innovation through a dementia project using innovation architecture. *Technological Forecasting and Social Change*, 97, 193-204.
- INDOAMÉRICA. (2018). *Informe Rendición Cuentas Universidad Indoamérica*. Obtenido de <http://201.159.222.126/~utiweb/wp-content/uploads/2018/07/INDOAMERICA-FINAL-2018.pdf>
- INEC. (2010). Fascículo Provincial Tungurahua. *Resultados del Censo 2010*.
- INEC. (2014). *Directorio de Empresas Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-2014/>
- Klein, J., Fontan, J., Harrisson, D., & Lévesque, B. (2012). La innovación social como factor de la transformación social: el caso del modelo quebequense. *Mondragon Bilduma*.
- Lazarevic, V. (2012). Encouraging brand loyalty in fickle generation Y. *Young Consumers*, 1, 45-61.
- Leung, L. (2003). Impacts of Net-generation attributes, seductive properties of the Internet, and gratifications-obtained on Internet use. *Telematics and Informatics*, 20(2), 107-129.



- Lisetchi, M., & Brancu, L. (2014). The Entrepreneurship Concept as a Subject of Social Innovation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 124(0), 87-92.
- López, D., Peñalosa, M., Almonacid, L., & Enciso, D. (2017). óvenes de la generación de los “Millennials” y su consumo socialmente responsable en Bogotá, Colombia. *Visión Gerencial*.
- López, P. (2004). Población, muestra y muestreo. *Punto Cero*, 69.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación social cuantitativa*. Barcelona: Creative Commons.
- Martínez, D., González, N., & Nieto, M. (2015). Emprendimiento social vs innovación social. *Cuadernos Aragoneses de Economía*, 9-10.
- Medrano, M. (2012). Juventud y emprendimiento. Una oportunidad en tiempos de crisis . *Revista de Estudios de Juventud*, 15-16.
- Méndez, E. (2015). *Bateria de indicadores de innovación social*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO.
- Meneses, J., & Rodríguez, D. (2016). *El cuestionario y la entrevista*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Messina, M., & Hochsztain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en Técnicas de Data Mining. *TEC Empresarial*, 32.
- Molinari, P. (2011). *Turbulencia Generacional*. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial.
- Monsalve Zapata, A. (2016). Gestión de la innovación social cooperativa a través de una cultura solidaria innovadora. *Cooperativismo & Desarrollo*, 24(108), 27-38. doi:<https://doi.org/10.16925/co.v24i108.1258>
- Moore, D. (2005). *Estadística aplicada básica*. España: Antoni Bosh editor S.A.
- Morales Córdova, D. A. (2014). Innovación social y acción colectiva, un estudio de caso: Ecoagricultores del Sur. *Estudios Políticos*, 75-95. doi:[https://doi.org/10.1016/S0185-1616\(14\)70277-X](https://doi.org/10.1016/S0185-1616(14)70277-X)

- Morales, A. (2015). Innovación social: un ámbito de interés para los servicios sociales. *EKAINA*, 152.
- Moreno, T. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago: RIL Editores.
- Moulaert, F., Maccallum, D., & Hillier, J. (2013). Social innovation: intuition, precept, concept. *The International Handbook on Social Innovation*.
- Moulaert, F., MacCallum, D., Mehmood, A., & Hamdouch, A. (2010). Social Innovation: Collective action, social learning and transdisciplinary research. *Katarsis Final Report*.
- Muñoz, C., Gutiérrez, I., & Arias, O. (2018). La cultura de innovación social en las organizaciones . *Dialnet*, 18-21.
- Narvaez Guevara, L. I. (Junio de 2018). La gestión asociativa desde un enfoque de innovación social: Un análisis en los GADs parroquiales rurales de Tungurahua. (*Tesis de pregrado*). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Ortega Hermida, C. (18 de Enero de 2017). *Millennials: ¿Emprendedores o empleados?* Obtenido de Youngmarketing.com: <http://www.youngmarketing.co/millennials-empleados-o-emprendedores/>
- Ortega, C. (2017). *Ecuador ¿País de Emprendedores?* . Ecuador: Universidad ECOTEC.
- Ortega, I. (2014). *Millennials: Inventa tu empleo*. Logroño: Universidad Internacional de la Rioja.
- Parada, J., Ganga, F., & Rivera, Y. (2017). Estado del arte de la innovación social: una mirada a la perspectiva de Europa y Latinoamérica. *Serbiluz*, 564-565.
- Parra, M., Catica, J., & López, O. (2015). *De emprendedores a empresarios: historias que enseñan*. Ibagué: Editorial Universidad del Tolima.
- Pérez, A. (2017). Aproximación a la Economía Social y Solidaria: Cooperativismo venezolano. *Economía*, 79.

- Pérez, J. (2019). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/millennial/>
- Pew Research Center. (2015). *The Whys and Hows of Generations Research*. Washington.
- Pincheira, A., & Arenas, T. (2016). Caracterización de los profesionales de la ‘generación millennials’. *Interciencia*, 813.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- PUCESA. (2018). *Rendición de cuentas Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato*. Obtenido de <https://www.puce.edu.ec/documentos/rendicion-cuentas/2017/Rendicion-de-Cuentas-2017.pdf>
- Quispe, D., & Sánchez, G. (2015). Encuestas y entrevistas en investigación científica. *Revistas Bolivianas*.
- Rajadell, M. (2019). *Creatividad. Emprendimiento y mejora continua*. Barcelona: Reverté S.A.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3).
- Redacción Amagi. (06 de Octubre de 2017). *Millennial y la Innovación Social: ¿Hacia dónde queremos ir?* Obtenido de Innovación Social: <https://noticiasamagi.com/millennial-la-innovacion-social-hacia-donde-queremos-ir/>
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 187.
- Rodríguez, E., Carreras, I., & Sureda, M. (2012). *Innovar para el cambio social: de la idea a la acción*. Madrid: Fundación PWC.
- Rodríguez, M. (2013). Acerca de la Investigación Bibliográfica y Documental . *Aula territorial Cagua*.

- Saénz, N. (2012). El emprendizaje social; Un modelo y un método de formación de emprendedores sociales. Investigación cualitativa para su validación. *Revista Científica ISBNAR*, 13.
- Sánchez, F. (11 de Marzo de 2013). *Las distintas fases en el proceso emprendedor*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2019, de Uiscumarr: <http://uiscumarr.org.ar/las-distintasfases-en-el-proceso-emprendedor/>
- Sánchez, J. (2019). *Emprendedor*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html>
- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Senescyt - Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación . (15 de Enero de 2015). *Ecuador firma el Pacto Nacional por la Innovación Social*. Obtenido de <https://www.educacionsuperior.gob.ec/ecuador-firma-el-pacto-nacional-por-la-innovacion-social/>
- SENPLADES. (2017). *Estimaciones y Proyecciones de Población*. Obtenido de Proyecciones referenciales de población a nivel cantonal por grupos de edad 2010-2020: <https://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>
- Stanton, W. (2005). Employers and the New Generation of Employees. *Community College Journal*, 76(3), 8.
- Toledo, N. (2015). *Población y muestra*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Torroba, L. (2014). Factores claves en el desarrollo de emprendimientos. *Universidad Pontificia de Comillas*, 17.
- Tulgan, B. (2016). *No todo el mundo merece un Trofeo*. México: Grupo Editorial Patria.
- UNIANDÉS. (2018). *Informe Rendición de Cuentas Universidad Regional Autónoma de los Andes*. Obtenido de [https://issuu.com/webmasteruni/docs/rendicion\\_de\\_cuentas\\_uniandes\\_2018](https://issuu.com/webmasteruni/docs/rendicion_de_cuentas_uniandes_2018)

- UTA. (2018). *Inorme de Rendición de Cuentas Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <https://www.uta.edu.ec/rendiciondecuentas2018/#p=1>
- Valderrey, P. (2010). *Investigación de mercados*. Madrid: Starbook Editorial.
- Vega Jurado, J. (2017). *Innovación Social*. Asunción: Coordinación de la Cátedra Ciencia ,Tecnología. doi:ISBN 978-99967-829-9-2
- Vélez, J., & Ortiz, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Ciencias económicas y empresariales*, 350-351.
- Vila, O. (2017). La construcción del Ethos Social. *Congreso Mundial de Educadores*, 1-2.
- Welch, S., & Comer, J. (1988). *Coeficiente de Alpha de Cronbach*. Obtenido de <http://www.uv.es/~friasnav/AlfaCronbach.pdf>.
- Wesner, M., & Miller, T. (2008). Boomers and Millennials Have Much in Common. *Organization Development Journal*, 26(3), 89-96.
- Yáñez, D. (2019). *¿Qué es el Enfoque de la Investigación? Tipos Principales*. Obtenido de lifeder.com: <https://www.lifeder.com/enfoque-investigacion/>
- Zemke, R., Raines, C., & Bob, F. (2013). *Generations at Work: Managing the Clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the Workplace*. EE.UU: AMACOM .

**ANEXOS**

**Anexo A- Recolección de la información**







## ANEXO B - Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



**OBJETIVO:** Identificar de qué manera la innovación social influye como factor de emprendimiento en los millennials del cantón Ambato.

**Dirigido a:** Estudiantes universitarios y emprendedores millennials.

**Instrucciones:**

- Lea detenidamente las preguntas antes de contestar.
- Marque con una “X”, en la casilla en blanco, la respuesta que usted considera correcta.
- Se solicita que sus respuestas sean sinceras.
- La información recolectada será utilizada únicamente para fines académicos.

### I. INFORMACIÓN GENERAL

Segmento	Género	Edad	Nivel de instrucción
<input type="checkbox"/> Estudiante	<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> 20 a 25	<input type="checkbox"/> Primaria
<input type="checkbox"/> Emprendedor	<input type="checkbox"/> Femenino	<input type="checkbox"/> 26 a 30	<input type="checkbox"/> Secundaria
		<input type="checkbox"/> 31 a 35	<input type="checkbox"/> Universidad
		<input type="checkbox"/> 36 a 40	<input type="checkbox"/> Postgrado

### II. INNOVACIÓN SOCIAL (Escoja una opción)

1. Desde su punto de vista ¿Qué es la **innovación social**?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Proceso de cambio    | <input type="checkbox"/> Conjunto de acciones hacia la transformación   |
| <input type="checkbox"/> Nuevo comportamiento | <input type="checkbox"/> Motor del progreso y desarrollo de la sociedad |

2. En su opinión, generar **valor social** ¿Qué oportunidad crea?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Desarrollo de emprendedores | <input type="checkbox"/> Fortalecimiento organizacional |
| <input type="checkbox"/> Innovación social           | <input type="checkbox"/> Compromiso social              |

3. Según su criterio, en su ecosistema ¿Cuáles considera que son **agentes dinamizadores de cambio social**?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Familiares, amigos, vecinos | <input type="checkbox"/> Autoridades locales  |
| <input type="checkbox"/> Empresarios y emprendedores | <input type="checkbox"/> Movimientos sociales |

4. Desde su punto de vista ¿Cuál es la principal **limitación** que impide crear innovación social en el cantón?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Estado de confort | <input type="checkbox"/> Innovación tecnológica |
| <input type="checkbox"/> Desinterés social | <input type="checkbox"/> Barreras culturales    |

5. ¿Ha recibido **capacitación** en innovación social?

- |                             |                             |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> No | <input type="checkbox"/> Sí |
|-----------------------------|-----------------------------|

6. Desde su punto de vista ¿Qué es una **red de innovación social**?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Organizaciones sin fines de lucro | <input type="checkbox"/> Conjunto de personas visionarias      |
| <input type="checkbox"/> Trabajo social colaborativo       | <input type="checkbox"/> Estrategias que generan cambio social |

7. ¿Ha participado en una **Red** de innovación social?

- |                             |                             |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> No | <input type="checkbox"/> Sí |
|-----------------------------|-----------------------------|

8. En su opinión, ¿Por qué **surge** la innovación social?

- |                                    |                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Necesidad | <input type="checkbox"/> Oportunidad |
|------------------------------------|--------------------------------------|



EN SU CRITERIO	No es importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante
9. ¿Qué tan importante es la <b>innovación tecnológica</b> en los procesos de innovación social?					
10. ¿Qué tan importante es la <b>cultura</b> en los procesos de innovación social?					
11. ¿Qué tan importante es el factor <b>económico</b> en los proyectos de innovación social?					
12. ¿Qué tan importante es la <b>innovación social</b> en los procesos de comercialización?					
13. ¿Qué tan importante es la innovación social para la <b>formulación de políticas públicas locales</b> ?					

### III. EMPRENDIMIENTO (Escoja una opción)

14. En su opinión ¿Cuál es la principal limitación que impide crear emprendimientos?

- Financiamiento limitado                       Obstáculos educativos  
 Miedo al fracaso                               Otros \_\_\_\_\_

15. En su criterio ¿Por qué los emprendimientos **fracasan** en el corto plazo?

- Dificultad para trabajar en equipo       Mala administración  
 Escaso liderazgo                               Otros \_\_\_\_\_

16. ¿Ha recibido **capacitación** en emprendimiento?

- Sí     No

17. ¿Ha participado en una **Red** de emprendimiento?

- Sí     No

18. En su opinión, ¿Por qué **surgen** los emprendimientos?

- Necesidad                                       Oportunidad

19. En el caso de requerir fuentes de financiamiento usted, ¿Qué institución financiera elegiría?

- Bancos     Mutualistas  
 Cooperativas                                       Terceras Personas

EN SU CRITERIO	No es importante	Poco importante	Neutro	Importante	Muy importante
20. ¿Qué tan importante es la <b>innovación tecnológica</b> en los emprendimientos?					
21. ¿Qué tan importante es la <b>cultura organizacional</b> en los emprendimientos?					
22. ¿Qué tan importante es el factor <b>económico</b> en los emprendimientos?					
23. ¿Qué tan importante es la innovación social como elemento articulador de <b>iniciativas</b> en emprendimientos?					
24. ¿Qué tan importante es la <b>formulación de políticas públicas</b> en la creación de emprendimientos?					

25. En su opinión ¿La innovación social influye como factor de emprendimiento en los millennials del cantón Ambato?

- No     Sí

**¡Muchas gracias por su colaboración!**

## Anexo C - Operalización de variables y subvariables

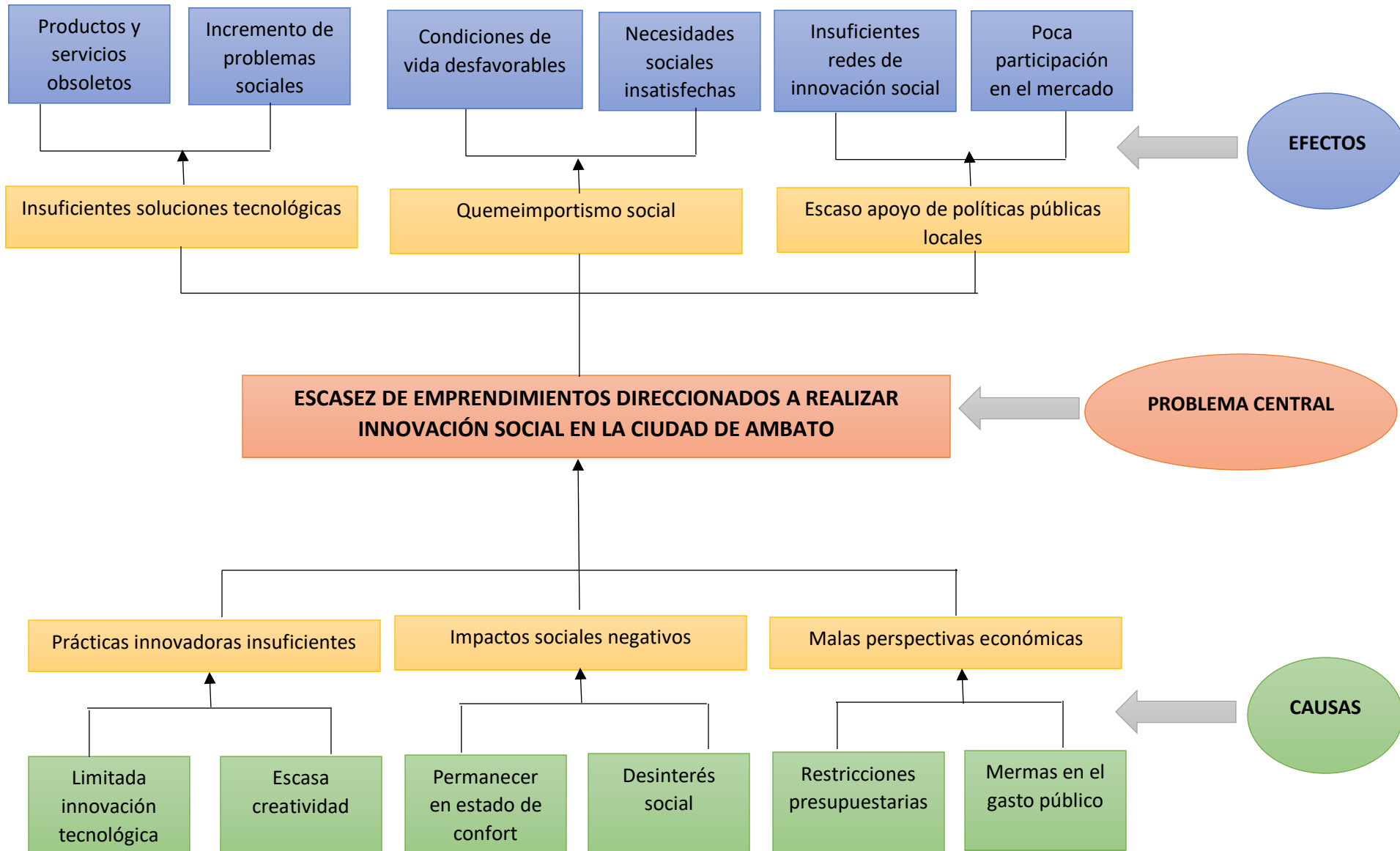
### Innovación social variable independiente:

VARIABLE	SUBVARIABLE	PREGUNTA	INSTRUMENTO
<p style="text-align: center;"><b>Innovación Social</b></p> <p>“Compone un proceso a través del cual una idea se transforma en una necesidad satisfecha de un determinado sector de la sociedad”. (Morales, 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Innovación Social</li> <li>-Valor social</li> <li>-Agentes dinamizadores de cambio social</li> <li>-Limitaciones</li> <li>-Innovación tecnológica</li> <li>-Contexto cultural</li> <li>-Economía</li> <li>-Espacios y aperturas de participación</li> <li>-Políticas Públicas</li> <li>-Impacto Social</li> <li>-Capacitaciones</li> <li>-Red</li> <li>-Transformación social</li> <li>-Actores de la sociedad</li> </ul>	<p>¿Qué es la <b>innovación social</b>?</p> <p>¿Qué expresión relaciona con <b>metodologías innovadoras</b>?</p> <p>¿Cuál es la principal oportunidad que se genera de crear <b>valor social</b>?</p> <p>¿Cuáles son ejemplos de <b>agentes dinamizadores de cambio social</b> en el ambiente en el que se desenvuelve día a día?</p> <p>¿Cuál es la principal <b>limitación</b> que impide crear innovación social en el cantón?</p> <p>¿Qué tan importante es la <b>innovación tecnológica</b> en los procesos de innovación social?</p> <p>¿Qué tan importante es la <b>cultura</b> en los procesos de innovación social?</p> <p>¿Qué tan importante es el factor <b>económico</b> en los proyectos de innovación social?</p> <p>¿Qué tan importante es la <b>innovación social</b> en los procesos de comercialización?</p> <p>¿Qué tan importante es la innovación social para la <b>formulación de políticas públicas locales</b>?</p> <p>¿Ha recibido <b>capacitación</b> en innovación social?</p> <p>¿Ha participado en una <b>Red</b> de innovación social?</p> <p>¿Cuáles son ejemplos importantes de transformación social?</p> <p>¿Cuál es el principal objetivo de los <b>actores de la sociedad</b> que contribuyen a la gestión y transformación de la misma?</p>	<p>Encuesta a través de cuestionarios aplicados a los estudiantes universitarios y emprendedores millennials de los sectores de la economía en el cantón Ambato.</p>

## Emprendimiento variable dependiente

VARIABLE	SUBVARIABLE	PREGUNTA	INSTRUMENTO
<p style="text-align: center;"><b>Emprendimiento</b></p> <p>“Es una acción ejecutada por un emprendedor quien crea una empresa a partir de sus habilidades, capacidades y sus recursos para aprovechar oportunidades de negocio.” (Rajadell, 2019)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Emprendimiento</li> <li>-Limitaciones</li> <li>-Fracaso</li> <li>-Capacitación</li> <li>-Red</li> <li>-Financiamiento</li> <li>-Innovación tecnológica</li> <li>-Cultura</li> <li>-Factor económico</li> <li>-Innovación social</li> <li>-Políticas públicas</li> <li>-Factores de éxito</li> <li>-Emprendimiento Social</li> <li>-Empleo integrador</li> <li>-Estrategias innovadoras</li> <li>-Transformación Empresarial</li> <li>-Políticas Públicas</li> <li>-Compromiso Social</li> <li>-Financiamiento</li> </ul>	<p>¿Qué es un <b>emprendimiento</b>?</p> <p>¿Cuál es la principal limitación que impide crear emprendimientos?</p> <p>¿Cuáles son las <b>características</b> principales que debe poseer un <b>emprendedor</b>?</p> <p>¿Por qué los emprendimientos <b>fracasan</b> en el corto plazo?</p> <p>¿Ha recibido <b>capacitación</b> en emprendimiento?</p> <p>¿Ha participado en una <b>Red</b> de emprendimiento?</p> <p>¿Qué institución financiera elegiría?</p> <p>¿Qué tan importante es la <b>innovación tecnológica</b> en los emprendimientos?</p> <p>¿Qué tan importante es la <b>cultura organizacional</b> en los emprendimientos?</p> <p>¿Qué tan importante es el factor <b>económico</b> en los emprendimientos?</p> <p>¿Qué tan importante es la innovación social como elemento articulador de <b>iniciativas</b> en emprendimientos?</p> <p>¿Qué tan importante es la <b>formulación de políticas públicas</b> en la creación de emprendimientos?</p> <p>¿Qué expresión relaciona con <b>sostenibilidad económica</b>?</p> <p>¿Cuáles son los principales <b>factores de éxito</b> en un emprendimiento?</p> <p>¿Qué tan importante es crear <b>emprendimientos sociales</b>?</p> <p>¿Qué tan importante es generar <b>empleo integrador</b> en un emprendimiento?</p> <p>¿Qué tan importante es incorporar <b>políticas públicas</b> en un emprendimiento?</p> <p>¿Qué tan importante es incorporar <b>compromiso social</b> en un emprendimiento?</p> <p>En el caso de requerir fuentes de financiamiento usted, ¿Qué institución financiera elegiría?</p> <p>¿Cuáles son ejemplos claros de innovar socialmente a través de emprendimientos?</p> <p>¿La innovación social influye como factor de emprendimiento en los millennials del cantón Ambato?</p>	<p>Encuesta a través de cuestionarios aplicados a los estudiantes universitarios y emprendedores millennials de los sectores de la economía en el cantón Ambato.</p>

## Anexo D - Árbol de problemas



## Anexo F – Instrumento para la validación de la encuesta

Ambato, 17 de diciembre de 2019

Doctora  
Diana Morales  
Facultad de Ciencias Administrativas  
Presente

De mi consideración

Yo, **Erika Johanna Gordón Sangoquiza** con Cl. **1550053647**, me dirijo a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, me ayude con la validación de la encuesta en el formato adjunto, la cual será aplicada para la realización del proyecto de investigación con el tema: **“INNOVACIÓN SOCIAL COMO FACTOR DE EMPRENDIMIENTO EN LOS MILLENNIALS DEL CANTÓN AMBATO”** previo a la obtención del Título de Ingeniero en Empresas.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente,



Erika Gordón  
Autora del proyecto

**Adjunto:** Encuesta - Matriz de validación

### VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento		✓		
Calidad de la redacción		/		
Relevancia del contenido		/		
Factibilidad de aplicación		/		

Apreciación cualitativa

Revisar las sugerencias

Observaciones

Revisar las sugerencias

Validado por:

Demetrio

Firma:

[Firma manuscrita]

Fecha:

18-12-19

Ambato, 17 de diciembre de 2019

Ingeniera  
Fanny Torres  
Especialista de Innovación y Emprendimiento UTA  
Presente

De mi consideración

Yo, **Erika Johanna Gordón Sangoquiza** con Cl. **1550053647**, me dirijo a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, me ayude con la validación de la encuesta en el formato adjunto, la cual será aplicada para la realización del proyecto de investigación con el tema: **"INNOVACIÓN SOCIAL COMO FACTOR DE EMPRENDIMIENTO EN LOS MILLENNIALS DEL CANTÓN AMBATO"** previo a la obtención del Título de Ingeniero en Empresas.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente,



Erika Gordón  
Autora del proyecto

Adjunto: Encuesta - Matriz de validación

### VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	✓			
Calidad de la redacción	✓			
Relevancia del contenido	✓			
Factibilidad de aplicación	✓			

**Apreciación cualitativa**

Considerar revisar las observaciones en el modelo de encuesta

---



---

**Observaciones**

Ninguna.

---



---



---

**Validado por:** Fanny Torres

**Firma:** 

**Fecha:** 17/12/2019