



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Análisis del perfil emprendedor universitario. Caso Universidad de Cuenca y
Universidad Católica de Cuenca. Año, 2017**

TRABAJO DE TITULACIÓN.

AUTOR: Salinas Castro, Gonzalo Antonio

DIRECTORA: Espinoza Torres, Diana Lucía, Mgtr

CENTRO UNIVERSITARIO CUENCA

2017



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2017

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Mgtr.

Diana Lucía Espinoza Torres.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: Análisis del perfil emprendedor universitario. Caso Universidad de Cuenca y Universidad Católica de Cuenca. Cuenca, 2017 Elaborado por Salinas Castro Gonzalo Antonio ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Cuenca, septiembre de 2017

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Salinas Castro Gonzalo Antonio declaro ser autor (a) del presente trabajo de titulación: Análisis del perfil del emprendedor universitario, de la Titulación de Administración de empresas, siendo Diana Lucia Espinoza Torres director (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.

Autor Salinas Castro Gonzalo Antonio

Cédula 1722705959

DEDICATORIA

“Este trabajo lo dedico a mi familia mis queridos padre y hermana por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, valores y su apoyo incondicional que me han permitido ser una persona de bien, perseverante y constante a lo largo de la realización de este proyecto”.

AGRADECIMIENTO

“Primero quiero agradecer a mi padre quien a lo largo de mi vida ha velado por mi educación y mi bienestar siendo un apoyo en todo momento, a mi hermana quien también ha sido muy importante en mi vida con su apoyo incondicional demostrando su cariño, agradezco también a los tutores y docentes de la Universidad Técnica Particular de Loja que han aportado en mi desarrollo académico, orientándome y guiándome para culminar con éxito esta carrera, además a la Mgtr. Diana Espinoza por su acertada labor en la orientación y direccionamiento de este proyecto de investigación”.

Gonzalo Salinas

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	III
DEDICATORÍA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	VI
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I : MARCO TEÓRICO.....	5
1. Fundamentos teóricos de las características y conocimientos del emprendedor universitario.....	6
1.1. Concepto de emprendedor.	6
1.2. Características del emprendedor.	7
1.3 El perfil del emprendedor universitario.	14
1.3.1 El perfil psicosocial del emprendedor universitario.	15
1.3.2 Aproximación al concepto de “Universidad emprendedora”.....	17
1.4 Evaluación de las competencias del emprendedor.	18
1.4.1 Las competencias emprendedoras, el papel relevante de la educación.	24
1.5 Actividades de formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento.....	27
1.5.1 Análisis del contexto europeo.....	27
1.5.1.1 Educación para el emprendimiento en el contexto español.	29
1.5.1.2 Actividades que se están llevando a cabo en los distintos niveles del sistema educativo en Europa y España.....	30
1.5.1.2.1 Educación para el emprendimiento en educación primaria.....	30
1.5.1.2.2 Educación para el emprendimiento en educación secundaria obligatoria.....	31
1.5.1.2.3 Educación para el emprendimiento en educación secundaria post obligatoria. (bachillerato).....	32
1.5.1.2.4 Educación para el emprendimiento en la educación universitaria.	32
1.5.1.3 Análisis en el contexto internacional.....	32

1.5.1.4 Contexto ecuatoriano.	34
1.6 La vinculación con el entorno y su importancia en la formación del emprendedor.	36
1.7 Investigación enfocada a fomentar el emprendimiento.....	40
1.7.1 La investigación.....	40
1.7.2 Estudios sobre la investigación en emprendimiento	42
1.7.4 Desarrollo en la investigación.....	43
CAPÍTULO II	45
Diagnóstico del perfil del emprendedor universitario	45
2. Diagnóstico del perfil del emprendedor universitario	46
2.1 Objetivos de la investigación.....	46
2.1.1 Objetivo general.	46
2.1.2 Objetivos específicos.....	46
2.2 Metodología de investigación.....	46
2.2.1 Procesamiento de datos.....	47
2.3 Breve reseña de las universidades objeto de estudio.	48
2.3.1 Universidad de Cuenca.	48
2.3.2 Universidad Católica de Cuenca.....	49
2.4 Acciones de las universidades relacionadas a la formación del emprendedor universitario.	50
2.4.1 Universidad de Cuenca.	51
2.4.2 Universidad Católica de Cuenca.....	52
2.5 Identificación de procesos de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento en las universidades objeto de estudio.	54
2.5.1 Enfoques del plan:.....	55
2.5.2 Proceso metodológico.	55
2.5.3 Programas del plan.	55
2.5.4 Universidad de Cuenca.	56
2.5.5 Universidad Católica de Cuenca.....	57
2.6 Análisis e interpretación de resultados de la investigación población Universidad Católica de Cuenca.	57
2.6.1 Factores socioculturales.....	58

2.6.1.1	Edad de la población universitaria	58
2.6.1.2	Género de la población universitaria	59
2.6.1.3	Semestres que cursan los estudiantes.....	59
2.6.1.4	Número de estudiantes objeto de estudio por carrera	60
2.6.1.5	Referentes profesionales familiares y personas cercanas al entorno del estudiante que poseen negocio	60
2.6.1.6	Asistencia a cursos de emprendimiento.....	61
2.6.1.7	Padre/Madre ha sido empresario.	62
2.6.1.8	Participación actual por parte del estudiante universitario en la creación de una empresa.....	62
2.6.1.9	Distribución de los estudiantes según su experiencia laboral.....	63
2.6.2	Factores contextuales.	64
2.6.2.1	Principales factores que incentivan escoger una carrera emprendedora.....	64
2.6.2.2	Valoración del entorno universitario	65
2.6.2.3	Principales obstáculos para escoger una carrera emprendedora.....	66
2.6.2.4	Análisis de la actitud personal hacia el emprendimiento	67
2.6.2.5	Análisis de la intención emprendedora de los universitarios	68
2.6.2.6	Deseo de ser un emprendedor dueño de su propio negocio o asalariado de una empresa.....	69
2.6.2.7	Probabilidad de gestionar su propia empresa en los próximos 5 años ...	69
2.6.3	Rasgos personales y competencias	70
2.6.3.1	Creatividad.....	70
2.6.3.2	Aversión al riesgo	71
2.6.3.3	Escala de locus de control.	72
2.6.3.4	Proactividad.	73
2.6.4	Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender.....	74
2.6.4.1	Autoeficacia, seguridad y conocimientos del negocio	74
2.6.4.2	Autoeficacia, seguridad y conocimiento del negocio	75
2.6.4.3	Autoeficacia, administración del talento humano.....	76
2.6.4.4	Autoeficacia, capacidad contable - financiera	77
2.6.4.5	Inteligencia emocional.....	78
2.6.5	Percepción de las condiciones del entorno.....	79
2.6.5.1	Importancia del entorno social más cercano.	79
2.6.5.2	Grado de importancia a la opinión del entorno social más cercano.....	79

2.6.6 Caracterización de la población investigada Universidad de Cuenca.	80
2.6.6.1 Factores socioculturales.	80
2.6.6.2 Edad de la población universitaria.	80
2.6.6.3 Género población universitaria.....	81
2.6.6.4 Semestres que están cursando los estudiantes.	81
2.6.6.5 Número estudiantes por carrera Universidad de Cuenca.	82
2.6.6.6 Referente profesional familiar y del entorno cercano del estudiante que poseen negocio.	83
2.6.6.8 Experiencias en cursos de emprendimiento.....	84
2.6.6.9 Se han involucrado los padres en el mundo empresarial.	84
2.6.7.0 Participación actual en la creación de una empresa.	85
2.6.7.1 Experiencia laboral de la población encuestada.	85
2.6.7.2 Principales factores que incentivan escoger una carrera emprendedora.	86
2.6.7.3 Valoración del entorno universitario.	87
2.6.7.4 Principales obstáculos/ barreras para escoger una carrera emprendedora.	88
2.6.7.5 Análisis de la actitud personal hacia el emprendimiento.	89
2.6.7.6 Análisis de la intención emprendedora de los universitarios.	90
2.6.7.7 Intención de ser emprendedor.	91
2.6.7.8 Probabilidad de gestionar su propia empresa en los próximos 5 años ...	91
2.6.7.9 Rasgos personales y competencias.....	92
2.6.8.0 Rasgos personales y competencia.	93
2.6.8.1 Rasgos personales y competencia.	94
2.6.8.2 Rasgos personales y competencia.	95
2.6.8.3 Análisis de los conocimientos y habilidades para emprender.....	96
2.6.8.4 Análisis de los conocimientos y habilidades para emprender.....	97
2.6.8.5 Análisis de los conocimientos y habilidades para emprender.....	98
2.6.8.6 Autoeficacia, intenciones/ acciones emprendedoras.....	99
2.6.8.7 Control de emociones.	100
2.6.8.8 Importancia del entorno social más cercano.	101
2.6.8.9 Importancia del entorno social más cercano.	102
2.7 Comparación de resultados en ambas universidades estudiadas	103
2.8 Evaluación del perfil universitario y sus características.....	111

CAPÍTULO III	114
3. Estrategias de fortalecimiento del perfil del emprendedor universitario en el Ecuador	115
3.1. Procesos de formación del emprendedor universitario.....	115
3.2 Mecanismos de acompañamiento y asesoramiento para el fomento del emprendimiento en las universidades.....	119
3.3 Estrategias de motivación para el emprendedor universitario.	122
CONCLUSIONES.....	124
RECOMENDACIONES.....	125
BIBLIOGRAFÍA.....	126
ANEXOS.....	129
ANEXO1.....	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Definiciones cronológicas de los términos emprendedor y emprendimiento.....	6
Tabla 2. Características de los emprendedores.....	8
Tabla 3. Características del comportamiento emprendedor.....	10
Tabla 4. Componente del perfil del emprendedor.....	13
Tabla 5. Competencias genéricas del emprendedor.....	19
Tabla 6. Ficha de la competencia capacidad de análisis y síntesis.....	20
Tabla 7. Ficha de actividad ensayo de examen.....	22
Tabla 8. Actividades para fomentar en el emprendimiento en el contexto internacional...33	
Tabla 9. Principales características del entorno emprendedor.....	38
Tabla 10. Categorías de proyectos de investigación.....	44
Tabla 11. Características del perfil emprendedor del estudiante universitario.....	111
Tabla 12. Procesos para la formación del emprendedor universitario.....	115
Tabla 13. Modelo de incubadora.....	120
Tabla 14. Otros mecanismos para fomentar el emprendimiento.....	121
Tabla 15. Estrategias motivadoras en beneficio del emprendedor universitario.....	122

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de la población investigada.....	58
Figura 2. Genero estudiantes investigados.....	59
Figura 3. Semestres que están cursando los estudiantes.....	59
Figura 4. Número de estudiantes por carrera.....	60
Figura 5. Referente profesional en la Familia y del entorno cercano que poseen un negocio.....	61
Figura 6. Experiencia de los estudiantes con algún curso de emprendimiento.....	62
Figura 7. Padre o madre han sido empresarios.....	62
Figura 8. Participación actual por parte del universitario con una empresa.....	63
Figura 9. Experiencia laboral de los estudiantes investigados.....	63
Figura 10. Principales incentivos del contexto en general.....	64
Figura 11. Valoración del entorno universitario de los estudiantes.....	65
Figura 12. Principales obstáculos/ barreras para escoger una carrera emprendedora.....	66
Figura 13. Actitud personal hacia el emprendimiento.....	67
Figura 14. Intención de ser emprendedor.....	68
Figura 15. Preferencia ser un emprendedor dueño de su negocio o asalariado de una empresa.....	69
Figura 16. Probabilidad de gestionar su propia empresa en 5 años.....	69
Figura 17. Creatividad.....	70
Figura 18. Aversión al riesgo.....	71
Figura 19. Escala de Locus de control.....	72
Figura 20. Proactividad del emprendedor.....	73
Figura 21. Autoeficacia, conocimientos de marketing.....	74
Figura 22. Autoeficacia, capacidad de convencimiento.....	75
Figura.23 Autoeficacia, capacidad de administración del talento humano.....	76
Figura 24. Autoeficacia, capacidad contable – financiera.....	77
Figura 25. Inteligencia emocional.....	78
Figura 26. Valoración del entorno social más cercano de los universitarios.....	79
Figura 27. Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano.....	79
Figura 28. Edades estudiantes encuestados.....	80
Figura 29. Sexo de la población encuestada.....	81

Figura 30. Semestres que están cursando los estudiantes.....	81
Figura 31. Carreras objeto de estudio.....	82
Figura 32. Familiares directos y del entorno cercano que poseen un negocio.....	83
Figura 33. Experiencia con cursos de emprendimiento.....	84
Figura 34. Padre/ madre ha sido empresarios.....	84
Figura 35. Participación actualmente en la creación de una empresa.....	85
Figura 36. Experiencia laboral de la población encuestada.....	85
Figura 37. Principales incentivos del contexto en general.....	86
Figura 38. Valoración del entorno universitario de los encuestados.....	87
Figura 39. Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora.....	88
Figura 40. Actitud personal hacia el emprendimiento.....	89
Figura 41. Intención de ser emprendedor.....	90
Figura 42. Elección entre auto empleo propietario-gestor de negocio o asalariado en una empresa.....	91
Figura 43. Probabilidad de gestionar su propia empresa en 5 años.....	91
Figura 44. Creatividad.....	92
Figura 45. Aversión al riesgo	93
Figura 46. Escala de locus control.....	94
Figura 47. Proactividad del emprendedor.....	95
Figura 48. Autoeficacia, conocimientos de marketing.....	96
Figura 49. Autoeficacia, conocimientos de convencimiento.....	97
Figura 50. Autoeficacia, capacidad de administración de talento humano.....	98
Figura 51. Autoeficacia, capacidad contable-financiera.....	99
Figura 52. Inteligencia emocional.....	100
Figura 53. Valoración del entorno social más cercano de los universitarios entrevistados.....	101
Figura 54. Importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano los universitarios.....	102
Figura 55. Edad promedio ambas universidades.....	103
Figura 56. Promedio genero ambas universidades.....	103
Figura 57. Promedio familiar referente profesional con negocio propio, ambas universidades.....	104
Figura 58. Experiencias del estudiante en cursos de emprendimiento ambas universidades	105

Figura 59. Está involucrado en la creación de una empresa, porcentaje ambas universidades.....	105
Figura 60. Experiencia laboral del estudiante, porcentaje ambas universidades.....	106
Figura 61. Incentivos para optar por una carrera emprendedora.....	106
Figura 62. Actitud del estudiante hacia el emprendimiento.....	107
Figura 63. Intención del estudiante de ser emprendedor de ambas universidades.....	107
Figura 64. Creatividad del estudiante ambas universidades.....	108
Figura 65. Aversión al riesgo por parte del estudiante ambas universidades.....	108
Figura 66. Propensión hacia el emprendimiento.....	109
Figura 67. Aversión al riesgo por parte del estudiante ambas universidades.....	109
Figura 68. Convicción de poseer capacidades para emprender, ambas universidades.....	110
Figura 69. Control emocional por parte del estudiante, ambas universidades.....	110

RESUMEN

El objetivo de este proyecto es analizar el perfil del emprendedor universitario de los estudiantes de la Universidad Católica de Cuenca y de la Universidad de Cuenca, con la finalidad de conocer las competencias necesarias que requiere un emprendedor para ser exitoso en el mundo empresarial, analizando si las acciones que vienen desarrollando las instituciones universitarias para fomentar y apoyar el emprendimiento son suficientes, motivando el desarrollo emprendedor de sus estudiantes, para basado en esta investigación proponer mejoras en las estrategias actuales que se aplican para fomentar y fortalecer el emprendimiento en las universidades del país.

También el objetivo incluye impulsar nuevas estrategias y mecanismos que las instituciones de educación superior podrían adoptar para el desarrollo más efectivo para sus estudiantes en el ámbito del emprendimiento.

PALABRAS CLAVES: Emprendedor, perfil, competencias, investigación, estrategias.

ABSTRACT

The objective of this project is to analyze the profile of the university entrepreneurship of the students of the Catholic University of Cuenca and of the University of Cuenca, in order to know the necessary competencies that an entrepreneur requires to be successful in the business world, analyzing if the actions that the university institutions are developing to foment and support the entrepreneurship are sufficient motivating the entrepreneurial development of its students, based on this research propose improvements in the current strategies that are applied to strengthen the entrepreneurship in the universities of the country.

The objective also includes promoting new strategies and mechanisms that higher education institutions could adopt for the most effective development for their students in the field of entrepreneurship.

KEYWORDS: Entrepreneur, profile, skills, research, strategies.

INTRODUCCIÓN

La educación en Ecuador en los últimos años ha sido objeto de muchos cambios, transformaciones y mejoras que han originado un avance en lo que se refiere a calidad en la educación, se ha enfocado desde temprana edad impulsar la investigación y el emprendimiento como base para un mejor desarrollo en beneficio de la sociedad, el objetivo de fomentar la cultura del emprendimiento en los estudiantes desde temprana edad para que cuenten con una formación que se base en desarrollar competencias que les permita ser innovadores, investigadores, promoviendo en los estudiantes el respeto, autonomía, autoestima, el trabajo en equipo, la solidaridad y sentido de pertenencia a la sociedad, alcanzando así una completa formación integral del alumno.

La presente investigación analiza la predisposición del estudiante universitario hacia el emprendimiento, y si sus conocimientos y habilidades son los suficientes para ingresar con éxito al ámbito empresarial, el principal objetivo es determinar las características del perfil del emprendedor universitario.

Con el correcto desarrollo de cada capítulo del presente estudio se buscó cumplir los siguientes objetivos:

- Fundamentar teóricamente el análisis de las competencias que requiere el emprendedor universitario para ser exitoso en el ámbito empresarial.
- Analizar las acciones desarrolladas por las instituciones de educación superior de estudio para motivar el desarrollo emprendedor de sus estudiantes.
- Identificar las características que permitan definir el perfil de emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica de Cuenca y la Universidad de Cuenca.
- Proponer estrategias de fortalecimiento en las universidades del Ecuador, enfocadas al desarrollo emprendedor de los estudiantes.

El proyecto consta de tres capítulos enfocados en el perfil que debe poseer el emprendedor además de los conocimientos adquiridos día a día en su universidad, que competencias debe desarrollarlas y adquirirlas para desenvolverse con éxito en el mundo laboral y en el ámbito empresarial.

El capítulo uno se enfoca en conceptos y teorías sobre emprendimiento, y las características que debe poseer un emprendedor, el perfil adecuado que debe tener el emprendedor universitario, las competencias con las que debe contar y las actividades necesarias de formación para desarrollarse como emprendedor de éxito aportando un beneficio a la sociedad.

El capítulo dos busca diagnosticar el perfil del emprendedor universitario de las dos universidades caso de estudio, Universidad de Cuenca y Universidad Católica de Cuenca, y su entorno universitario si este le aporta lo necesario para su completa formación como emprendedor, identificando los procesos de investigación y vinculación que desarrollan las universidades para generar emprendimiento, para finalmente estructurar un nuevo perfil del emprendedor universitario.

El método aplicado para la obtención de la información fue una investigación de campo mediante la aplicación de encuestas, para conocer la opinión de los estudiantes y dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación, cuya muestra fue de 400 alumnos en total, 200 por cada universidad, el estudio busco conocer la predisposición del estudiante hacia el emprendimiento y el entorno que lo rodea, diagnosticando la situación actual en la que se encuentra el emprendimiento en las universidades objeto de estudio para posteriormente en la propuesta dar posibles soluciones y mejoras, con la intención de que las universidades fortalezcan y fomenten de manera adecuada el emprendimiento en sus alumnos.

En el capítulo tres se propone estrategias para fortalecer el perfil del emprendedor universitario en el país, mediante procesos adecuados de formación y de mecanismos que asesoren y acompañen el proceso de formación del estudiante universitario, con el propósito de fomentar el emprendimiento mediante la participación en conjunto de las universidades y las empresas públicas y privadas en beneficio del estudiante universitario para que cuente con el apoyo necesario para beneficio propio y de la sociedad.

Es importante esta investigación para las instituciones universitarias, les permitirá obtener un diagnóstico con la situación actual en la que se encuentran en lo que se refiere a fomentar el emprendimiento en sus estudiantes, conocerán cual es la postura de los universitarios y su predisposición al emprendimiento y las expectativas que tienen y lo que esperan de las universidades para su correcta formación como emprendedores de éxito

CAPÍTULO I.
MARCO TEÓRICO

1. Fundamentos teóricos de las características y conocimientos del emprendedor universitario.

1.1. Concepto de emprendedor.

A continuación, en la siguiente tabla se presenta una recopilación cronológica con algunas definiciones de emprendedor y emprendimiento:

Tabla 1. Definiciones cronológicas de los términos emprendedor y emprendimiento

Según Stevenson (1983, 1985, 1990, 2000), citado en Formichella, (2004)	“Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad”
Según Shefsky (1997) y Baumol (1993), citado en Rodríguez R. A, (2011)	Señalan que el término describe a cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que, en definitiva, huyen de rutinas y prácticas aceptadas por la mayoría.
Según Alvira, (1999) citado en Naranjo, (2009)	“La persona que se hace cargo responsablemente de una tarea con trascendencia social, y busca, de ese modo, contribuir al crecimiento y mejora de la vida societaria. Hace falta espíritu emprendedor para crear una familia, sacar adelante un club deportivo, una actividad del municipio o de ayuda al mundo necesitado, etc.”.
Según Cubillas, (1999)	"El emprendedor es una persona que tiene una idea de negocio y que la percibe como una oportunidad que le ofrece el mercado y que ha tenido la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos a fin de ir al encuentro de nuevas ideas."
Según Gutiérrez (2006), citado en Olmos, González Sánchez, & Alcaraz, Vera, (2012)	Describe el emprendimiento como una capacidad para realizar proyectos de acción en un entorno de oportunidades identificadas, con la suficiente determinación para organizar los medios y recursos para aplicarlo.
Según Lizarazo (2009)	"Emprendedor" viene de la palabra francesa "entrepreneur" que significa pionero, inicialmente, se refería a personas aventureras, pero hoy esta palabra se utiliza para designar a los empresarios innovadores" (p.27)

Según la Real Academia Española 22ª edición, citado en Pfeilstetter, (2011, pág. 2)	Emprendedor es quien, "emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas" y emprender es "acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro".
Según Kirberg (2014)	"Un emprendedor es capaz de identificar una necesidad, materializarla en idea, reunir los recursos necesarios y llevarla a la práctica, transformando esa idea en productos y/o servicios que comercializará a través de una empresa".

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Se observa un consenso de todos los autores, el emprendimiento es aprovechar una oportunidad que ofrece el mercado, sin embargo, también se aprecia un cierto enfoque en los últimos tiempos en las cualidades para aprovechar esta oportunidad.

Se puede concluir que el emprendimiento inicia de una idea que busca aprovechar una oportunidad o una necesidad no cubierta y de la motivación e iniciativa de las personas impulsadas a innovar aprovechando al máximo los recursos disponibles.

1.2. Características del emprendedor.

De acuerdo con Kao (2000), emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- Compromiso total.
- Determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de problemas.
- Realismo.
- Autoconfianza.
- Altos niveles de energía.
- Busca de realimentación.
- Control interno alto.

- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de estatus y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.

Burch (1986), agrega a la lista de características del emprendedor las siguientes:

- Trabajadores: son adictos al trabajo que se enfocan en sus metas y se afanan incansablemente para alcanzarlas.
- Optimistas: consideran que cualquier cosa es posible y todo momento es inmejorable para alcanzar metas y logros.
- Orientación a la excelencia: su deseo de logro los lleva a hacer las cosas al mejor grado posible para sentirse aún más orgullosos y satisfechos de lo alcanzado.

Según Robbins y Coulter (2005),

"Otra lista de características de emprendedores "exitosos" incluyeron un alto nivel de energía, una gran persistencia, abundancia de recursos, el deseo y la capacidad de dirigirse a sí mismos, y una necesidad relativamente alta de autonomía". (p.453).

Tabla 2. Características de los emprendedores

1) Factores motivacionales:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Necesidades de logro. ▪ Reconocimiento. ▪ Desarrollo personal. ▪ Beneficio económico. ▪ Independencia. ▪ Afiliación o ayuda a los demás ▪ Escape refugio o subsistencia ▪ Baja necesidad de poder y estatus.
-----------------------------	---

2) Características personales:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Iniciativa personal. ▪ Capacidad de decisión ▪ Aceptación de riesgos moderados. ▪ Orientación hacia la oportunidad. ▪ Estabilidad emocional / autocontrol. ▪ Orientación hacia metas específicas. ▪ Locus de control interno (atribuye a si mismo sus éxitos o fracasos). ▪ Tolerancia a la ambigüedad/ incertidumbre. ▪ Receptivo en sus relaciones sociales. ▪ Posee sentido de urgencia/ tiempo valioso. ▪ Honestidad/ integridad y confianza. ▪ Perseverancia/constancia. ▪ Responsabilidad personal, individualista y optimista
3) Características físicas:	Energía y trabajo con ahínco.
4) Características intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Versatilidad / flexibilidad. ▪ Creatividad/imaginación/ innovación. ▪ Búsqueda de la verdad e información. ▪ Planificación y seguimiento sistemático de resultados. ▪ Capacidad para analizar el ambiente (reflexión). ▪ Visión comprensiva de los problemas. ▪ Capacidad para solucionar problemas. ▪ Planificación con límites de tiempo.
5) Competencias generales:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liderazgo. ▪ Orientación al cliente. ▪ Capacidad para conseguir recursos. ▪ Gerente/ administrador de recursos. ▪ Patrón de factores de producción. ▪ Exige eficiencia y calidad. ▪ Dirección y gestión de la empresa. ▪ Red de contacto, ▪ Comunicación.

Fuente: Rodríguez (2011),

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En resumen, el emprendedor posee características que le facilitan no sólo emprender, sino también hacerlo con éxito. Entre las más citadas están:

- Creatividad e innovación'
- Confianza en él mismo y sus capacidades.
- Perseverancia.
- Capacidad para manejar problemas.
- Aceptación del riesgo.

La siguiente tabla describe las características del emprendedor orientadas a logro, a la planificación y al poder, es decir muestra las capacidades y habilidades que posee el emprendedor para emprender con éxito en todo ámbito.

Tabla 3. Características del comportamiento emprendedor

Características orientadas al logro
<p>1. Búsqueda de oportunidades y constante iniciativa</p> <p>Un emprendedor:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Actúa antes de que se lo pidan o antes de que sea forzado por las circunstancias.▪ Actúa para extender el negocio hacia nuevas áreas, productos o servicios.▪ Se aprovecha de oportunidades poco usuales para lanzar un nuevo negocio, obtener financiamiento, nuevos equipos, un lugar de trabajo o asesoría.
<p>2. Persistencia</p> <p>Un emprendedor:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Toma la acción frente a un gran desafío▪ Realiza acciones repetidas o cambia de estrategia para hacerle frente a un reto o para superar obstáculos▪ Se responsabiliza personalmente por hacer todo lo necesario para alcanzar sus metas y objetivos.
<p>3. Cumplimiento</p>

Un emprendedor:

- Recurre a sacrificios personales o se esmera en forma extraordinaria para terminar su trabajo
- Colabora con sus empleados u ocupa su lugar si es necesario para terminar un trabajo

4. Búsqueda de eficiencia y calidad

Un emprendedor:

- Se esmera por hacer las cosas lo mejor, más rápido y/o más barato posible.
- Toma la acción para garantizar que se cumplan las normas de calidad
- Desarrolla y utiliza procedimientos para asegurar que el trabajo se termine con calidad o que llene los requisitos establecidos.

5. Correr riesgos calculados

Un emprendedor:

- Calcula riesgos y evalúa alternativas.
- Toma la acción para reducir los riesgos o controlar los resultados.
- Se coloca en situaciones que conllevan un reto o un riesgo moderado

Características del planificador

6. Fijar metas

Un emprendedor:

- Se fija metas y objetivos que tienen significado personal y que conllevan un reto.
- Tiene visión clara y específica a largo plazo
- Se fija objetivos medibles a corto plazo

7. Búsqueda de información

Un emprendedor:

- Busca información sobre sus clientes, proveedores y la competencia
- Investiga cómo fabricar un producto o proporcionar un nuevo servicio
- Consulta a expertos técnicos y comerciales para la toma de decisiones.

8. Planificación sistemática y seguimiento

Un emprendedor:

- Planifica en forma sistemática, dividiendo tareas grandes en pequeñas con tiempos de entrega pre-establecidos.
- Constantemente revisa sus planes para tomar en cuenta los resultados obtenidos y circunstancias cambiantes
- Mantiene registros financieros y los emplea en la toma de decisiones.

Características de poder

9. Persuasión y redes de apoyo

Un emprendedor

- Se vale de estrategias para influenciar y persuadir a otros.
- Usa a personas claves como sus agentes para alcanzar objetivos propios
- Desarrolla y mantiene una red contacto de negocios

10. Autoconfianza e independencia

Finalmente, un buen emprendedor:

- Busca alcanzar su autonomía de las reglas y del control de otros.
- Hace prevalecer su punto de vista aun ante la oposición de otros.
- Se atribuye a sí mismo y a su conducta las causas de sus éxitos y de sus fracasos.

Fuente: Beltrán (2009)

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

La siguiente tabla, trata sobre un estudio realizado en la Universidad de Manizales, donde se muestran las características que forman el perfil del emprendedor universitario.

Tabla 4. Componente del perfil del emprendedor

Componentes del perfil emprendedor		
Características personales	Características sociales	Características psicológicas
Hacen referencia al conjunto de cualidades que forman el carácter y la personalidad de un emprendedor, y que le permiten movilizar y mantener su gestión empresarial. Dentro de estas características se pueden encontrar la autonomía, toma de decisiones, responsabilidad y creatividad.	Van encaminadas a la búsqueda del bien común, es decir, se ponen de manifiesto en el perfil de una persona emprendedora cuando interactúa en su contexto, con el fin de impulsar el crecimiento sostenible en la región que se desarrolla el emprendimiento. Algunas de estas características son: Liderazgo, trabajo en equipo y solidaridad. (Gartner, 1989: Congreso de la Republica de Colombia – Ley 1014, 2006)	Están dadas por la influencia de valores culturales y sociales (Liñán, 2004), factores socioeconómicos que recaen sobre el individuo y la formación que finalmente recibe el mismo, dichas características son: necesidad de logro y minimizar temor al riesgo
Características Sociodemográficas de los emprendedores		
Emprendedores según el genero	Emprendedores según la edad	Estrato socioeconómico y emprendimiento
El informe GEM (2010) determina que el emprendimiento depende del género, considerando en mayor cantidad la actividad masculina, pues si bien es cierto la inclusión de la mujer en el mundo fue tardía y este hecho se manifiesta en los empresarios de hoy. Del mismo modo, Moriano y otros	La edad es una de las características demográficas que forman base del perfil del emprendedor, evidenciándose mayor participación en los jóvenes, pues son ambiciosas y poseen menos temor al riesgo (Cuervo, Ribeiro y Roig, 2006), se podría decir que esta situación se debe impulsar mediante programas que	La relación existente entre el emprendimiento y el estrato socioeconómico específicamente en la clase media, se convierte en una fuente o alternativa principal para el desarrollo económico personal y como consecuencia de lo anterior se genera movilidad en la economía de los países que impulsan este tipo de prácticas. Lo anterior evidencia que son diversos los factores que

(2006) encontraron que el género está directamente relacionado con la intención o espíritu emprendedor.	estimulen el espíritu empresarial para este segmento de la población facilitando de esta forma el proceso de creación de empresa	intervienen en la formación del perfil emprendedor, y más aún en la materialización de ideas emprendedoras, ya que este hecho no depende solo de las habilidades y actitudes que el sujeto desarrolle dentro de su formación profesional, sino, además, una serie de características sociodemográficas que orientan, impulsan o limitan las intenciones de emprender.
---	--	---

Fuente: Ricardo y García, (2014)

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

1.3 El perfil del emprendedor universitario.

En cuanto a la educación formal del emprendedor según el GEM Ecuador año 2015 se registró un incremento en la proporción de emprendedores que sólo completaron su educación secundaria, incrementándose de 25.2% a 30.4%, también se registró que un 38.6% completó solamente la primaria, finalmente apenas un 13.7% de los emprendedores eran profesionales, sin embargo, no hubo variación significativa en los años de escolaridad de los emprendedores.

Centrándose en el nivel educativo del emprendedor, en el caso de los que cuentan con estudios universitarios completados, se ha mantenido con un 13.8% los últimos tres años.

A continuación, se describe los principales hallazgos del último reporte del GEM Ecuador del año 2016, sobre la educación:

Los emprendedores en la TEA tienen una escolaridad promedio de 11 años y una edad promedio de 36 años, mientras que los propietarios de negocios establecidos tienen en promedio 9 años de escolaridad y 42 años.

Con relación a la educación, predominan los emprendedores que han concluido la educación primaria, 32%, y la educación secundaria, 33%., entre los emprendedores nacientes destaca la proporción con primaria completa y entre los nuevos, aquellos con secundaria

completa, la proporción de emprendedores con estudios superiores no alcanza el 15%. (Lasio, Caicedo, Ordeñana, y Samaniego, GEM Ecuador, 2016)

"El perfil universitario emprendedor es el bien más escaso, dato que resulta paradójico ya que precisamente deberían de ser los titulados universitarios los más preparados para este cometido, tanto por formación académica como profesional". (Fernández, García, y Pardellas de Blas, 2005), (p.219)

Otro estudio sobre el perfil del emprendedor lo realizó la Universidad del Valle ATEMAJAC, en esta investigación se compararon las características del perfil emprendedor de los estudiantes de América Latina, con el objetivo de brindar recomendaciones que impacten la formación emprendedora y, por ende, en el desarrollo profesional de los mismos.

El emprendedor posee un perfil distintivo, en el que resaltan ciertas características particulares.

En el caso de esta investigación se trabajó sobre cuatro características fundamentales del perfil emprendedor, estas son: seguridad personal, creatividad, manejo de problemas y aceptación del riesgo.

No obstante, no se descarta que cada una de ellas a su vez tenga una influencia directa sobre otras características (tal como algunos autores citados a lo largo de este trabajo lo señalan), como pudieran ser: locus de control, necesidad de logro, o las ya contempladas en el inicio del diseño del instrumento, como son: liderazgo, energía y capacidad de trabajo y tolerancia al cambio, entre otras.

El trabajo empírico determinó que los estudiantes universitarios sometidos a programas de formación de emprendedores, parecen tener un mayor desarrollo de determinadas características del perfil emprendedor (Rodríguez ,2013).

1.3.1 El perfil psicosocial del emprendedor universitario.

A continuación, se describe estudios sobre el perfil universitario desde otras realidades como en España y México.

Este estudio realizado en España analizó el perfil del emprendedor tomando como variables las psicosociales, se utilizó un modelo que clasificó estas variables como la social, familiar, laboral y personal.

Los resultados demostraron que en su mayoría el deseo de los estudiantes es trabajar en su propia empresa por cuenta propia de manera independiente. (León, Palaci y Morales, 2006)

En la Universidad Autónoma del Estado de México se realizó un nuevo estudio sobre el perfil universitario el año 2014, a continuación, se detalla lo más destacado de la publicación:

Se realizó la investigación para actualizar el perfil del emprendedor a los estudiantes de licenciatura y compararlo con el anterior realizado el año 2010, los resultados fueron los siguientes:

Según el estudio el perfil emprendedor del estudiante estas dos características se repitieron con respecto a la investigación del 2010:

- 1) Considerar que el ser amable es importante para atención al público (clientes). La amabilidad es un elemento positivo para que se lleve a cabo una comunicación eficiente.
- 2) Tener en mente el alcanzar metas. La tenacidad es un rasgo que permite superar obstáculos, que, a pesar de ellos, es posible lograr las metas. Cabe destacar que es el aspecto de mayor puntuación relativa.

El resultado del artículo demostró que los rasgos que dejan de estar marcadamente con respecto a la anterior investigación, son la apertura al cambio, la búsqueda de crecimiento personal (engrandecimiento), actitud de enfrentar riesgos, capacidad de reacción en situaciones que pongan en duda el valor de la persona y estar en disposición de ayudar a sus semejantes en situaciones por resolver o afrontar problemas. Así éstos pasan a ser rasgos moderados en los estudiantes.

En el comparativo a través del tiempo, los rasgos que reducen su presencia, además de las mencionadas que pasan de fuertes a moderadas, se encuentran: autocontrol, enfrentar obstáculos, licenciatura con cursos de emprendedor, y encargarse de riesgos o incertidumbre. (Hernández, Avitia, y Erandi, 2015, pág. 15)

A continuación, se recopila algunos conceptos de otros autores refiriéndose a las universidades como responsables del emprendimiento universitario.

1.3.2 Aproximación al concepto de “Universidad emprendedora”.

Así mencionan a Clark (1998), quien identifica un conjunto de elementos para alcanzar el éxito en lo relacionado al emprendimiento los institutos de educación superior entre los más importantes están:

- Una *estructura de dirección reforzada*. Se refiere a la adaptación de las instituciones a los constantes cambios del entorno
- Una *base financiera diversificada*. El objetivo es reducir la dependencia de una única fuente de recursos.
- Un *cuerpo motivado*. Que incluya todas las áreas y unidades de la Universidad en conjunto impulsar la actividad emprendedora.
- Una *cultura emprendedora*. Originada por todos los cambios anteriores afectando las relaciones con el entorno.

Otro autor que conceptualiza a la universidad emprendedora es Etzkowitz (2002), quien dice que la universidad transforma las ideas en actividad práctica, capitaliza, conocimientos, crea nuevas empresas y servicios y gestiona el riesgo, siendo su objetivo poner en práctica el conocimiento y a la vez aporta más recursos para la creación de conocimiento.

Mientras tanto Ropke (1998), expresa que la universidad emprendedora es la que se convierte a sí misma en emprendedora, en la que sus miembros se transforman en emprendedores y que la interacción con el entorno que lo rodea se desarrolla según patrones emprendedores. Pazos (2017)

Es muy interesante este estudio, hace un completo análisis de manera general la situación de las universidades en el mundo en cuanto al emprendimiento, haciendo una reseña de las últimas tres décadas, profundizando en la realidad de las universidades españolas y su nuevo enfoque a las exigencias actuales de la sociedad, que vaya más allá de impartir conocimientos e investigar como aún sigue siendo la educación actual, la idea es formar nuevas estructuras aprovechando los recursos económicos y tecnológicos, esto se logrará cambiando la cultura universitaria y con el compromiso de todos los miembros que conforman la educación superior en cada universidad.

1.4 Evaluación de las competencias del emprendedor.

A continuación, se da a conocer un estudio de acuerdo al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) en este se recogió un listado con las competencias definidas en el Proyecto Tuning Educational Structures in Europe, también del Real Decreto de grado figurado en el informe Réflex y también un listado del libro de el desarrollo de las competencias en la formación universitaria quien recoge aquellas más desarrolladas en algunas de las universidades más importantes del mundo.

El proyecto Tuning (2003) clasifica en tres grupos a las competencias:

- a) Instrumentales como la comunicación verbal, tipos de pensamiento, manejo de idiomas, entre otros.
- b) Interpersonales como el trabajo de equipo, sentido ético, adaptación al entorno diversidad y multiculturalidad.
- c) Sistémicas como creatividad, capacidad innovadora, gestión de proyectos, orientación al logro, espíritu emprendedor.

Desde la comparativa y análisis detallado de todas las competencias recopiladas se detectaron las duplicidades y se reagruparon aquéllas de la misma índole resultando finalmente un listado de dieciocho competencias a desarrollar, algunas de las cuales tienen un carácter global ya que abarcan varios aspectos.

Estas competencias están contempladas en el Real Decreto mencionado y cubren la práctica totalidad de las competencias genéricas o transversales que especifica, aunque en dicho Real Decreto se expongan de una forma más extensa y detallada. (Olmos, González y Alcaraz, 2012).

Cabe mencionar además que en dicho documento y otros asociados a otras titulaciones técnicas aparecen otras competencias con carácter más específico o de carácter tecnológico que no se tienen en cuenta en el presente estudio., se describe las mismas en la siguiente tabla:

Tabla 5. Competencias genéricas del emprendedor

COMPETENCIA
1.- <i>Capacidad de análisis y síntesis</i>
2.- Planificación y gestión del tiempo
3. Comunicación oral. Comunicación escrita
4.- Utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC)
5.- Gestión de la Información (búsqueda, selección e integración)
6.- Resolución de problemas
7.- Toma de decisiones
8. Razonamiento crítico
9. Trabajo en equipo
10.- Habilidades en las relaciones interpersonales.
11.- Conciencia de los valores éticos
12. Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica
13. Aprendizaje autónomo
14. Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones.
15. <i>Innovación y Creatividad</i>
16. Iniciativa y espíritu emprendedor
17. Responsabilidad
18. Autoconfianza

Fuente: (Olmos, González Sánchez, y Alcaraz Vera, 2012)

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Una vez citadas las competencias se buscó una herramienta que facilite al profesorado el cómo evaluar en sus clases, se adaptaron y crearon unas fichas de competencias, a modo de ejemplo se generó una ficha para la competencia capacidad de análisis y síntesis, la cual se muestra a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 6. Ficha de la competencia Capacidad de Análisis y Síntesis

Denominación de la competencia: Capacidad de análisis y síntesis	
Otras denominaciones alternativas:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pensamiento analítico ▪ Capacidad conceptual y de análisis ▪ Capacidad de integración de los conocimientos adquiridos ▪ Pensamiento analítico, sistémico y deliberativo
Definición de la competencia:	
Definición:	El análisis es el método de razonamiento que permite descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes para conocer sus principios o elementos y sus relaciones. La síntesis es la composición de un todo por la reunión de sus partes
Descripción	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tener una visión de conjunto y capacidad de desglosar el detalle y de conceptualizar ▪ Seguir un proceso sistemático para identificar y separar componentes
Competencias requisito (que se necesitan para desarrollar esta competencia)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicación oral. Comunicación escrita ▪ Gestión de la información (búsqueda, selección e integración)
Otras competencias que se desarrollan a partir de esta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Razonamiento crítico ▪ Resolución de problemas ▪ Comunicación Oral y escrita ▪ Utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones TIC

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica.
Evaluación de la competencia	
Indicadores del nivel desarrollado	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificación correcta de los elementos significativos de un tema ▪ Identificación de la información relevante
Procedimientos de evaluación (como lo vamos a medir)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Supervisión de trabajos por parte del profesor ▪ Valoración por parte del profesor de producciones, intervenciones, exposiciones, ejercicios, etc. ▪ Autoevaluación y/o entre iguales de las producciones, intervenciones, exposiciones, ejercicios, etc. ▪ Valoración de la integración de la información obtenida
Procedimientos de evaluación (como lo vamos a medir)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rubricas / Plantilla de autoevaluación ▪ Rubricas / Plantilla de coevaluación ▪ Rubricas / Plantilla de evaluación por parte del profesor ▪ Escalas de estimación ▪ Listas de control ▪ Plantilla de evaluación con soluciones a los problemas, ejercicios, cuestionarios etc.
Bibliografía	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poblete Ruiz M Y García Olalla A. Desarrollo de competencias y créditos transferibles. Experiencia multidisciplinar en el contexto universitario. Universidad de Deusto. Mensajero SAU Ed. Bilbao (2007) ▪ A. Villa y M. Poblete Aprendizaje basado en competencias una propuesta para la evaluación de las competencias genéricas

Fuente: (García, Terron y Blanco, 2010)

Realizado: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Establecida la ficha de competencia se desarrolló un formato para listar las posibles actividades para desarrollarlas, esta se denominó ficha de actividad, la siguiente tabla muestra un ejemplo de la ficha.

Tabla 7. Ficha de actividad ensayo de examen

Descripción de la actividad	
Denominación de la actividad	Ensayo del examen
Cursos-asignaturas-materias-etc. en la que es adecuado/importante/aplicable	<p>Esta actividad se realizará durante la última sesión presencial anterior a la realización de una prueba objetiva (examen)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se divide la calase en grupos y se le asigna a cada uno un ejercicio distinto 2. Cada grupo soluciona el ejercicio asignado teniendo presente que todos los componentes del grupo solucionan el ejercicio asignado teniendo presente que todos los componentes del grupo tienen que entender el proceso y estar de acuerdo con el resultado obtenido 3. Los grupos de alumnos intercambian sus soluciones. Cada grupo corrige (utilizando un bolígrafo de otro color) la solución proporcionada por el otro grupo, asignándole una nota según la guía que el profesor o la profesora le proporcione. 4. Cada alumno de manera individual realiza la autoevaluación de la actividad y la evaluación de sus compañeros de grupo.
Competencia principal:	Trabajo en equipo
Otras competencias desarrolladas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicación oral. Comunicación escrita ▪ Razonamiento critico ▪ Resolución de problemas
Estimación temporal	
Tiempo de trabajo del profesor	Preparación previa: El tiempo necesario para crear los enunciados y las guías de evaluación de cada uno de los ejercicios, y la asignación de pesos en el procedimiento de evaluación

	Todas las veces: el tiempo de clase + 1 minuto (aprox) por alumno para calcular la nota de la actividad según el procedimiento descrito
Tiempo de trabajo para el alumno dentro de clase	Una sesión (el tiempo necesario dependerá de la complejidad de los problemas propuestos)
Material necesario	
Documentación para el alumno	Enunciados de ejercicios (varios para que los alumnos puedan ver distintos enunciados y corregir un ejercicio que no han hecho ellos) Guías de evaluación de los ejercicios (que dependiendo del tipo de enunciado podrán ser comunes a todos ellos) Plantillas para la autoevaluación de la actividad y la evaluación de los compañeros
Documentación para el profesor	Listado de alumnos
Otros requisitos para la realización de la actividad (materiales/tecnológicos/tipo de aula/n alumnos, etc.	El número de alumnos deberá ser suficiente para crear varios grupos) al menos dos grupos de 3 personas)
Evaluación	
Procedimiento de evaluación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cada grupo de estudiante evaluará la solución aportado por otros grupos según las guías proporcionadas 2. Cada alumno se autoevaluará 3. Cada alumno evaluará al resto de los componentes de su grupo 4. El profesor asignará un peso a cada una de estas evaluaciones
Instrumentos de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Guía para la evaluación de cada ejercicio ▪ Plantilla para la autoevaluación de la actividad ▪ Plantilla para la coevaluación de los componentes del grupo

Fuente: (García, Terron y Blanco, 2010)

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

1.4.1 Las competencias emprendedoras, el papel relevante de la educación.

Según Martínez y Carmona (2009), las competencias del emprendedor han sido objeto de estudio desde el punto de vista empresarial, social y educativo, sobre esto se han expresado varios conceptos.

Para empezar las competencias son capacidades que necesitan las personas para resolver de manera eficaz situaciones de la vida.

Bellocchio (2010), manifiesta "las competencias integran conocimiento, habilidades, actitudes y valores que se movilizan en un contexto determinado".

En cuanto a la clasificación de las competencias Tejada (1999), Pereda y Berrocal (2001), Lévy-Leboyer (2003) y Escobar (2005), concuerdan en que las competencias son genéricas, estas se refieren a competencias que toda persona debe tener para desenvolverse en cualquier área de trabajo o estudio.

La educación se orienta al desarrollo integral de la persona, su objeto sería lograr la autonomía de la persona atendiendo a sus dimensiones personal, social y económica. Por ello, la enseñanza de las competencias no se puede restringir solo a lo laboral, o a lo estrictamente escolar, sino que debe contemplar la integralidad de la persona y tener en cuenta su continua interrelación con cada una de las esferas de la vida en sociedad.

El fomento de las competencias emprendedoras por medio de la educación debe ayudar, por un lado, a potenciar la creatividad y la iniciativa para generar una cultura emprendedora, y, por otro lado, desarrollar las capacidades y potencialidades humanas necesarias para una convivencia democrática.

Las competencias emprendedoras: hacen referencia a características individuales (aptitudes y rasgos de personalidad) que puestas en práctica facilitan la adquisición de conocimientos, por medio de la educación y de experiencias reales significativas, dando lugar a comportamientos observables que permiten resolver con éxito las diferentes problemáticas, tanto laborales, sociales y medioambientales, que presenta la vida en sociedad desde principios y postulados éticos y democráticos.

Las siguientes competencias emprendedoras son necesarias para ir generando y consolidando una mayor cultura emprendedora tomando como modelo este nuevo enfoque competencial:

- Actitud mental positiva: hacer que los sujetos lleguen a confiar en sus propias capacidades y habilidades para que puedan desarrollar con éxito su propia empresa.
- Capacidad para sobreponerse al fracaso: incidir sobre la dificultad de llevar a cabo un proyecto empresarial, motivarlos y formarlos para que no abandonen este proyecto ante las primeras dificultades o adversidades y lo sigan intentando.
- Código ético: las competencias emprendedoras deben tener como fundamento la dimensión ética, por lo que los emprendedores han de interiorizar que todas las acciones y comportamientos que realicen se regirán por normas morales basadas en el respeto al resto de personas y a la naturaleza.
- Dirección de reuniones: desarrollar los conocimientos y destrezas necesarias para guiar perfectamente las reuniones con los futuros empleados, y demás agentes comerciales, políticos, económicos o sociales.
- Dominio del estrés: capacitar a los sujetos para que puedan controlarse en situaciones agobiantes.
- Facilidad para las relaciones sociales: los emprendedores deben aprender relacionarse con facilidad, y con educación, con otras personas en diferentes situaciones y contextos.
- Gestión del tiempo: han de ser capaces de distribuir correctamente su tiempo en las actividades que llevan a cabo diariamente, para obtener buenos resultados en aquello que hacen.
- Habilidad de conversación: hace referencia a la capacidad de comunicarse con fluidez y hablar correctamente con otras personas en diferentes situaciones o contextos.
- Iniciativa. Actitud proactiva: tiene que ver con hacer cosas por sí mismos, promover iniciativas, introducir nuevos productos, servicios o tecnología innovadores.

- Liderazgo: fomentar su capacidad para dirigir y guiar, desde el respeto a los demás, a los futuros empleados de su negocio o empresa.
- Motivación de los empleados: capacidad de animar a los futuros empleados, en el supuesto de que los tuvieran, para que desarrollen con interés su trabajo.
- Negociación: alude a la capacidad para comerciar, comprar y vender o cambiar géneros o mercancías con objeto de aumentar el beneficio de la empresa.
- Organización y delegación: ser competente a la hora de coordinar a todos sus empleados y repartir bien las diferentes tareas y funciones de su negocio.
- Planificación: organizar de manera ordenada, coherente y pragmática su empresa o negocio.
- Selección de personal: competencia para escoger adecuadamente a los trabajadores que van a formar parte de su empresa.
- Tenacidad: aprender a ser constantes con una tarea o acción y no abandonarla antes de acabarla.
- Visión y proyecto de futuro: generar ideas e identificar las oportunidades que no han sido vistas por otros empresarios.

La educación es un instrumento privilegiado por cuanto persigue la construcción de un ideal humano mediante estrategias, medios, recursos, etc., con los que generar la adquisición de valores, creencias, conocimientos, actitudes, saberes, habilidades, entre otros aspectos, necesarios para promover el desarrollo de una cultura emprendedora orientada a la consecución de ese proyecto social integrado. Por lo que, las competencias emprendedoras, se presentan como una interesante vía de desarrollo profesional para pedagogos y educadores, vinculada a una mayor promoción y consolidación de la cultura emprendedora. (Martínez y Carmona, 2009)

1.5 Actividades de formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento

1.5.1 Análisis del contexto europeo

En cuanto a la educación para el emprendimiento en el contexto europeo en mayo del 2015 se presentó la Red Europea de educación para el emprendimiento, el objetivo principal de esta red es reforzar la colaboración entre responsables políticos y expertos a nivel europeo y estatal, de cara a seguir difundiendo ejemplos destacados de políticas, medidas y acciones de apoyo al emprendimiento en educación, así como a evaluar su impacto. (Ministerio de Educación, 2015)

Esta iniciativa representa el hito más reciente de una dilatada trayectoria de medidas de apoyo al fomento de la cultura emprendedora en los sistemas educativos europeos. Desde la publicación de la Carta de la Pequeña Empresa en el año 2000, la producción de documentos oficiales sobre emprendimiento y educación emprendedora elaborados por la Comisión, el Consejo y el Parlamento europeos ha sido prolífica. (Ministerio de Educación, 2015)

A pesar de todo, el Parlamento Europeo manifestó en su Propuesta de Resolución de 2015 que el emprendimiento juvenil y la educación para el emprendimiento no están suficientemente valorados.

Por este motivo propuso a la Comisión y a los Estados miembros una serie de recomendaciones específicas para “el desarrollo de las competencias empresariales en todos los niveles de la educación” a través de “un enfoque sistemático y del uso de las herramientas disponibles”, propuestas que en cualquier caso no se desvían de manera significativa de las publicadas en una serie de documentos que salieron a la luz a lo largo de 2014: (Ministerio de Educación, 2015)

- Informe final del Grupo de Expertos en Indicadores de educación para el emprendimiento (abril 2014).
- Informe final del Grupo de Trabajo Temático Educación Emprendedora (noviembre 2014).
- Conclusiones del Consejo sobre el emprendimiento en la educación y la formación (diciembre 2014).

En líneas generales, la UE asume que el emprendimiento es un factor importante de crecimiento económico y generación de empleo. Así mismo se considera beneficioso para el desarrollo personal y profesional de los individuos, que ven reforzada su empleabilidad.

Este aspecto es particularmente relevante en el caso de los jóvenes, si se tiene en cuenta la elevada tasa de desempleo juvenil en los menores de 25 años (UE-28, 20,0%; euro-área, 22,5%; España, 47,5%.) (Eurostat noviembre 2015).

En definitiva, el emprendimiento se concibe como una herramienta para luchar contra el impacto de la crisis económica y contra el desempleo juvenil.

En este proceso las políticas de educación y formación, y en último término los centros educativos, desempeñan una labor fundamental creando las condiciones que faciliten el desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para emprender. (Ministerio de Educación, 2015)

Tanto el plan de acción sobre emprendimiento, como la comunicación de la comisión “Un nuevo concepto de educación: Invertir en las competencias para lograr mejores resultados socioeconómicos”, apostaban por la educación y formación emprendedora como soporte para el crecimiento económico y la creación de empresas, teniendo en cuenta que “el refuerzo de la creatividad y la innovación, incluido el espíritu emprendedor, en todos los niveles de la educación y la formación” ya figuraba entre los cuatro objetivos del Marco estratégico de cooperación europea en educación y formación (ET2020). (Ministerio de Educación, 2015)

No obstante, esta concepción no se mostraba de manera tan abierta en la definición de emprendimiento adoptada en la Recomendación sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente de 2006, en la que “el sentido de la iniciativa y el espíritu emprendedor” no quedaban circunscritos única y exclusivamente al ámbito empresarial, sino que adoptaban una definición en sentido amplio, “la habilidad de una persona para llevar sus ideas a la práctica”, adaptada con leves modificaciones en España. (Ministerio de Educación, 2015).

1.5.1.1 Educación para el emprendimiento en el contexto español.

Artículo 4. El emprendimiento en la enseñanza primaria y secundaria.

1. Los currículos de educación primaria, secundaria obligatoria, bachillerato y formación profesional incorporarán objetivos, competencias, contenidos y criterios de evaluación de la formación orientados al desarrollo y afianzamiento del espíritu emprendedor.

2. Las administraciones educativas fomentarán las medidas para que el alumnado participe en actividades que le permitan afianzar el espíritu emprendedor y la iniciativa empresarial a partir de aptitudes como la creatividad, la iniciativa, el trabajo en equipo, la confianza en uno mismo y el sentido crítico.

Artículo 5. El emprendimiento en las enseñanzas universitarias.

1. Se promoverán las iniciativas de emprendimiento universitario para acercar a los jóvenes universitarios al mundo empresarial.

2. Las universidades fomentarán la iniciación de proyectos empresariales, facilitando información y ayuda a los estudiantes, así como promoviendo encuentros con emprendedores. (Ministerio de Educación, 2015)

Artículo 6. Formación del profesorado en materia de emprendimiento.

1. El personal docente que imparte las enseñanzas que integran el sistema educativo deberá adquirir las competencias y habilidades relativas al emprendimiento, la iniciativa empresarial, la igualdad de oportunidades en el entorno empresarial y la creación y desarrollo de empresas, a través de la formación inicial o de la formación permanente del profesorado

2. El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, en colaboración con las Comunidades Autónomas, promoverá que los programas de formación permanente del profesorado incluyan contenidos referidos al emprendimiento, la iniciativa empresarial y la creación y desarrollo de empresas. (Ministerio de Educación, 2015), (p14)

La educación para el emprendimiento se integra en el currículo a través de 3 modalidades o enfoques (EURYDICE, 2012):

- Como elemento transversal
- Integración en materias existentes
- Creación de materias específicas

El emprendimiento se incluye como elemento transversal en todas las etapas, tal y como se describe a continuación:

En educación primaria el desarrollo del espíritu emprendedor se realiza a través de la inclusión de elementos curriculares en dos áreas: ciencias sociales (troncal) y valores sociales y cívicos (específica).

En educación secundaria obligatoria se empieza a impartir la materia del bloque de asignaturas específicas “Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial” en el primer ciclo.

En bachillerato, fundamentos de administración y gestión segundo curso es la materia del bloque de asignaturas específicas que proporcionará a los estudiantes de las modalidades de ciencias y artes una nueva oportunidad de seguir profundizando en aspectos relativos a la creación y gestión de empresas. (Ministerio de Educación, 2015)

Los ciclos de formación profesional seguirán ofertando el módulo empresa e iniciativa emprendedora. En el caso de la formación profesional básica, desarrollar la iniciativa, la creatividad y el espíritu emprendedor es un objetivo general que exige un enfoque transversal.

En el caso de la Educación secundaria, habían proliferado distintas materias optativas de emprendimiento fruto de la gestión autonómica de la educación (Ministerio de Educación, 2015)

1.5.1.2 Actividades que se están llevando a cabo en los distintitos niveles del sistema educativo en Europa y España.

1.5.1.2.1 Educación para el emprendimiento en educación primaria.

Hasta el año 2012 alrededor de dos terceras partes de los países europeos reconocen expresamente la educación para el emprendimiento.

En la mayoría de los países europeos prevalece un enfoque inter curricular, en lugar de tratarlo como asignatura independiente, los objetivos de emprendimiento suelen ser de tipo horizontal, transversal o inter curricular, formando parte de los valores y competencias que serán desarrollados a través de todas las asignaturas y actividades de los planes de estudios.

En la mayor parte de estos países el emprendimiento en educación primaria no se enseñaba como asignatura independiente, sino se le integraba en otras materias, generalmente obligatorias, en la mayoría de países forman parte de las ciencias sociales, como historia, geografía, política y gobierno o educación cívica y otras áreas relacionadas, como educación para la ciudadanía, si bien en algunos países la educación para el emprendimiento pertenece a otras materias distintas a las ciencias sociales.

En la educación primaria en general, los resultados de aprendizaje están más relacionados con actitudes como la toma de iniciativas y asunción de riesgos, el pensamiento crítico, la creatividad y la resolución de problemas, en lo que se refiere a habilidades transversales emprendedoras, en algunos países los resultados de aprendizaje comienzan en esta etapa educativa, pero con carácter general, se especifican más en la educación secundaria obligatoria sobre todo en la superior (García,2012).

1.5.1.2.2 Educación para el emprendimiento en educación secundaria obligatoria.

Hay muchos países europeos que hacen referencia explícita al espíritu emprendedor, siendo una asignatura obligatoria en dos terceras partes de los mismos, en la mayoría de países el enfoque transversal se combina con la integración en emprendimiento en otras materias.

A diferencia de la educación primaria en algunos países como Bulgaria la tratan como asignatura independiente, se trata de una asignatura obligatoria para alumnos que eligen la rama de tecnología, mientras en España y Dinamarca es una asignatura optativa.

En la educación secundaria, se trata en general como materias obligatorias y en una tercera parte de los países europeos los resultados de aprendizaje se relacionan con tres dimensiones: actitudes, conocimientos, y habilidades.

1.5.1.2.3 Educación para el emprendimiento en educación secundaria post obligatoria. (bachillerato)

Con carácter general, la aproximación inter curricular prevalece a lo largo de toda la educación secundaria en dos terceras partes de los países europeos, lo más destacado respecto a la etapa anterior (educación secundaria obligatoria) es que hay un mayor número de países en los que pasa a ser una asignatura optativa, además más de la mitad de los países incluyen esta materia en el área económica, estudios de negocios y la educación profesional.

En lo que se refiere a formación profesional en la mayoría de los países europeos se incluye la iniciativa emprendedora en los respectivos planes nacionales de estudios de formación profesional de un modo u otro, en España, Estonia y Polonia son materias obligatorias, si bien en la mayoría de los casos se trata de asignaturas optativas. (García, 2012,)

1.5.1.2.4 Educación para el emprendimiento en la educación universitaria.

Según el libro verde del espíritu empresarial, la Comisión Europea señaló que las universidades deben enfocar también la educación del espíritu empresarial en los estudiantes investigadores, sean de la rama que sean, y sobre todo en carreras técnicas.

Con esto se pretendió aunar el potencial científico con la formación empresarial y las actitudes emprendedoras, ya que desde las autoridades europeas lo que se pretende es fomentar la sociedad del conocimiento, de modo que pueda dar lugar a nuevas empresas de la rama tecnológica, a través de distintas figuras como pueden ser las spin-off (García, 2012).

1.5.1.3 Análisis en el contexto internacional.

La siguiente tabla recopila las medidas que aplican para fomentar el emprendimiento varios países en el mundo, mediante acciones y programas gubernamentales.

Tabla 8. Actividades para fomentar en el emprendimiento en el contexto internacional

País	Acciones
Singapur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registro de empresas en horas, pasantías de estudiantes, incubadoras, etc. ▪ Creación de Spring, un organismo de desarrollo empresarial adscrito al Ministerio de Comercio e Industria con el propósito de apoyar a las empresas a crecer y a generar un ambiente de confianza para los productos y servicios con marca país. ▪ Aplicación de un programa que conecta a los inversionistas con los emprendedores, quienes invierten por encima del 25% de los costos de la empresa.
Corea del Sur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apoyo a universidades, la creación de incubadoras y aceleradoras foráneas como domésticas. ▪ Aporte de un dólar del estado por cada dólar que los inversores ángeles invierten en emprendimientos. ▪ Facilita el desarrollo de fondos inversión en nuevas aventuras empresariales.
Israel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En la década del 60, el gobierno comenzó la inversión en educación tecnológica avanzada con visión de largo plazo. ▪ Colaboración efectiva entre privados y entidades gubernamentales en la creación de fondos de inversión e incubadoras de base tecnológica. ▪ Aspectos socio - culturales como el fuerte espíritu competitivo para sobresalir y alta tolerancia al riesgo.
Uruguay	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promoción y desarrollo de emprendimientos a través de proyectos que promovían la cultura emprendedora, apoyo a emprendedores, así como incubadoras. ▪ Articulación de los diferentes actores que integran el ecosistema de apoyo al emprendedor. ▪ Ha invertido y promovido la movilizar recursos del sector privado como público (ministerios, agencias, entidades regionales, etc.) a través del diálogo con y entre todas las universidades, ONGs, fundaciones, asociaciones, gremiales empresariales, inversores junto a emprendedores. ▪ Se ha instrumentado herramientas de apoyo financiero como subsidios, capital semilla, inversión ángel (individual y redes) así como fondos de inversión de riesgo en nuevos emprendimientos.
Colombia.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Han diseñado una política de emprendimiento y aprobado una legislación (ley 1014 del 2006) a modo de apoyo al desarrollo en la temática de forma integral, el resultado de establecer estrategias y políticas para el emprendimiento, ha

	<p>logrado que el número de empresas aumenten de 33 mil a 57 mil en menos de un año.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Énfasis por reducir el tiempo y costos en la iniciación formal de empresas, muy importante inversión a través de instrumentos de subsidio y financiación a la ciencia, tecnología e innovación junto a una red institucional que aterrizan la propuesta en planes regionales público privados con el fin de promover emprendimientos de alto impacto.
Chile	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Expertos lo catalogan como un “vivero de start-up” y aplauden las facilidades para atraer a empresas extranjeras. ▪ De acuerdo a los rankings internacionales, se tarda siete días en crear una empresa y se debe pagar solo seis veces al año al Fisco.

Fuente: (García, 2012)

Realizado: Gonzalo Antonio Salinas Castro

1.5.1.4 Contexto ecuatoriano.

Según el estudio realizado por la Alianza para emprendimientos e innovación, (2015) el fomento al emprendimiento en Ecuador ha recibido un impulso en los últimos 10 años generándose varias iniciativas de fomento al ecosistema de emprendimiento.

Entre las más sobresalientes se puede mencionar al proyecto de creación del Sistema Ecuatoriano de Apoyo a la Formación de Emprendedores (SEAFE), Emrendecuator, y otros, estos esfuerzos dieron como resultado la aparición de varias entidades enfocadas en apoyar emprendedores, programas estatales con recursos para dinamizar el ecosistema y programas de gobiernos regionales que buscan la dinamización de sus economías gracias al rol de los emprendedores.

En cuanto a talento humano, se requiere trabajar en el fortalecimiento de competencias que aumenten la capacidad emprendedora, que consiste en acelerar la capacidad de respuesta a los cambios del entorno, resolver en forma creativa los desafíos propios del desarrollo; como la inserción al mundo del trabajo, integración social, a la comunidad y a la vida cívica como ciudadano responsable.

Con respecto a los problemas de articulación, pese a parecer un entorno favorable por el número de entidades, el conjunto de instituciones públicas, privadas, académicas y del tercer sector, presentan escasa propensión a la generación de proyectos conjuntos.

Generándose resultados limitados causado por la atomización de proyectos, y en cuanto al diálogo entre el sector público y privado existe una brecha que separa a la definición de políticas y a los proyectos privados, por lo cual, el desafío más grande es lograr acuerdos sociales en los cuales tanto el sector público, privado y la academia impulsen proyectos que sean sostenibles en el tiempo y de manera articulada desarrollen un ecosistema de emprendimiento e innovación que contribuya al cambio de matriz productiva.

A continuación, se describe lo que hace el gobierno para fomentar el emprendimiento.

El ministerio de Educación incluyó la asignatura de emprendimiento y gestión en la malla curricular del Bachillerato General Unificado, este busca fomentar la cultura del emprendimiento para favorecer la conexión entre educación, visión de futuro y autoempleo para contribuir al perfeccionamiento de los sistemas de cualificación y formación profesional.

Entre los principios que sustentan la importancia de esta asignatura, destaca el desarrollo de un conjunto de contenidos y la gestión de emprendimientos desde la dinámica de la productividad, la economía social y la interculturalidad, lo que construye en su esencia al buen vivir. Es necesario el desarrollo de esta asignatura porque Ecuador requiere de ciudadanos/as con creatividad y que sean propositivos, proactivos, capaces de asumir riesgos, de dar soluciones a problemas sociales y económicos; solidarios y respetuosos con su entorno y el del otro.

Por tanto, se ofrece la asignatura de Emprendimiento y Gestión con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida del ser humano, de generar una cultura emprendedora y para que el estudiante se reconozca a sí mismo como un ser visionario, líder, útil para la comunidad, seguro de sí, capaz de actuar de manera crítica, creativa e innovadora en su realidad socioeconómica (AEI, 2015).

Por consiguiente, al finalizar el bachillerato, los estudiantes podrán:

- Asumir nuevos desafíos con base en objetivos y estrategias claras para lograrlos
- Identificar las oportunidades, los recursos y las herramientas potenciales para convertirse en emprendedores
- Desarrollar la habilidad para planificar y organizar un plan de trabajo

- Comunicar de manera efectiva y empática
- Desarrollar habilidades administrativas
- Trabajar de manera colaborativa
- Reconocer y utilizar herramientas para la solución de problemas y la toma de decisiones
- Identificar las necesidades del entorno y adaptarse a sus cambios

(Ministerio de Educacion del Ecuador, 2017)

1.6 La vinculación con el entorno y su importancia en la formación del emprendedor.

Según Gómez (2013), es comprobado que la acción del emprendedor ha significado mejoras para sí mismo y su entorno, sin embargo, a lo largo de la historia el emprendedor ha sido visto como una persona que busca su beneficio personal gracias al trabajo del resto de la sociedad, en realidad "los emprendedores son agentes promotores de la civilización y el progreso social".

La importancia del emprendedor en la sociedad es trascendental ya que su capacidad para aprovechar una oportunidad y aferrarse a ella, "genera beneficios económicos que producirán cambios en el mercado, impactaran al individuo y a la comunidad por sí mismos y generaran un desarrollo económico".

En otro escenario, cuando una persona decide servir a la comunidad iniciando una organización no lucrativa, también existe una contribución importante de un individuo a la sociedad, y ciertamente, esta acción invitara a otros a ayudar a la comunidad a reducir parcialmente algunos de sus problemas.

En ambos casos toman decisiones sobre asuntos que otras personas o no ven o no son los suficientemente sensibles para visualizarlos.

También es importante mencionar que esas decisiones no solo ayudan a los individuos a obtener un beneficio sino también a la sociedad, y además hay una influencia muy importante de la sociedad sobre los individuos; podemos encontrar comunidades que generan mejores condiciones empresariales que otras; Dollinger (2003) señala que " condiciones económicas favorables dan a una organización emprendedora la oportunidad de obtener ganancias y crecer". (pag.7.)

Si actualmente se está impulsando una cantidad local o regional de actividades emprendedoras, esto contribuye en consecuencia a incrementar la posibilidad de tener más emprendedores.

Si tenemos presente que el espíritu emprendedor es un proceso "orientado a la creación", esto nos dará una visión más amplia del fenómeno y seremos capaces de identificar varias definiciones, dependiendo del entorno y de las condiciones que permiten actuar a una persona. (Gomez, 2013)

A continuación, se describe los principales hallazgos del estudio GEM del año 2015 en lo que respecta el emprendimiento en Ecuador

El emprendimiento universitario en Latinoamérica como en el Ecuador va en auge sin embargo existen varios factores que dificultan que el porcentaje sea mayor, entre los principales se encuentran la falta de un capital inicial para emprender un negocio propio o empresa, otros factores son de índole personal como el deseo de terminar la carrera universitaria, inexperiencia, falta de confianza en sí mismos y el miedo al fracaso todo esto origina que estos deseos queden solo en anhelos.

El emprendimiento a temprana edad se ha incrementado en un 33.6% así se refleja en el informe del GEM en el año 2015, tanto en Ecuador como Chile y Perú, sin embargo es importante indicar que en este año el emprendimiento a temprana edad está compuesto por un 25.9% de negocios nacientes o existentes y un 9.8% de negocios nuevos, también es importante destacar que el 8% de los negocios nacientes fueron empezados por personas dueñas de un negocio nuevo y un 10% por dueños de negocios establecidos, esto indica claramente la dificultad que existe el implementar y administrar un negocio propio, resultado de esto es que los negocios en Ecuador sean de cortos periodos o duración.

Por otra parte, la población emprendedora indica como factor importante en la investigación que un motivo para no emprender un negocio era el miedo a fracasar un 34.5% de los encuestados consideraban que este factor podría ser un obstáculo al momento de emprender. (Lasio, Caicedo, Ordeñana, y Izquierdo,2015)

El estudio de la Universidad de la Rioja, realizado por Ibarra (2016) investigo el emprendimiento y el entorno emprendedor a continuación se detalla lo más importante del mismo.

Durante los últimos años escuchar el concepto “ecosistema innovador” se ha convertido en algo habitual, este concepto se suele utilizar para describir determinadas condiciones del entorno que tienden a ser más favorables para emprender en determinados contextos.

Diversos autores Levie y Autio (2008), han considerado que son nueve las características más relevantes del entorno emprendedor que deben ser analizadas.

A continuación, pasamos a describir cada una de ellas en la siguiente tabla.

Tabla 9. Principales características del entorno emprendedor

Característica	Descripción
Apoyo financiero	Se refiere a la disponibilidad de recursos financieros para nuevas empresas y empresas en crecimiento incluidas las subvenciones y subsidios. Autores como Schumpeter (1934) consideraban el crédito como necesario para llevar a cabo esas combinaciones de recursos que buscan crear los emprendedores. Leibenstein (1968), por su parte, considera que el emprendedor debe tener la capacidad de conseguir financiación, siendo los métodos necesarios para ellos diferentes según el país.
Políticas gubernamentales	Grado en que las decisiones gubernamentales motivan la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las mismas. Se ha considerado tradicionalmente que dichas decisiones tienen una gran influencia en la propensión a crear empresas. Las políticas gubernamentales deberían contribuir a mejorar la eficiencia del mercado, así como a crear un ambiente de responsabilidad y motivación emprendedora (Levie y Autio, 2008).
Programas gubernamentales	Deben aportar al ecosistema emprendedor aquellos servicios profesionales necesarios en la creación de empresas como servicios contables, legales o financieros. De manera, que esta condición del entorno estudia los programas que crean los gobiernos para ayudar a los emprendedores a conseguir información y material útil para la puesta en marcha de sus proyectos empresariales.
Educación y formación	La educación y formación pueden mejorar el emprendimiento por tres vías diferentes. La primera de ellas mediante la provisión de instrumentos que ayuden

	<p>a mejorar las habilidades necesarias para crear y hacer crecer una empresa, la segunda vía es la de mejorar la capacidad cognitiva individuales que permiten reconocer y evaluar una nueva oportunidad de negocio, y la tercera vía consiste en la creación de una cultura estudiantil que potencie la actitud necesaria para emprender (Levie y Autio, 2008). Se trata, por tanto, de estudiar el grado en que existe en los programas educativos de todos los niveles, enseñanzas sobre creación de empresas y emprendimiento.</p>
Transferencia de I+D	<p>El conocimiento es necesario para que se dé el crecimiento económico, pero no suficiente. Para que el nuevo conocimiento contribuya al crecimiento económico debe convertirse en conocimiento económicamente útil. En consecuencia, debe haber una transmisión de conocimiento desde los laboratorios y centros de investigación hacia nuevas y pequeñas empresas para contribuir así a aumentar la utilidad económica del conocimiento.</p>
Infraestructura comercial y profesional	<p>Esta condición del entorno agrupa los servicios que son necesarios para administrar las nuevas empresas: comerciales, legales, financieros, etc. De manera que los emprendedores puedan centrarse exclusivamente en su actividad, contratando el resto de servicios a otras empresas.</p>
Apertura del mercado interno	<p>Esta condición del entorno puede dividirse en dos. Por un lado, la dinámica de mercado, que es el grado en que los mercados cambian año a año; y por el otro, la medida en que las nuevas empresas tienen la libertad de entrar en los mercados existentes. Se trata de un aspecto fundamental que afecta a la entrada de nuevas empresas en el mercado.</p>
Infraestructura física	<p>hace referencia a la facilidad de acceso a las infraestructuras físicas disponibles, tales como: internet, transporte, teléfono, etc. De forma que las nuevas y pequeñas empresas, incluso aquellos emprendedores que trabajan desde casa, no estén en desventaja frente a las grandes empresas consolidadas.</p>
Normas sociales y culturales	<p>Esta novena condición del entorno hace referencia a la medida en que las normas sociales, presentes en un país o región, incentivan o desincentivan las acciones individuales encaminadas a la creación de empresas</p>

Fuente: (Ibarra, 2016)

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

1.7 Investigación enfocada a fomentar el emprendimiento

A continuación, se presenta un estudio elaborado por la Revista “Negocios” de Colombia (2016), refiriéndose a la importancia de la investigación para el emprendimiento.

Con la intención de generar nuevos conocimientos, resolver conflictos o para responder preguntas la investigación es el punto clave para el desarrollo social. Desde la investigación empírica hasta la científica, los grandes enigmas han sido solucionados o han tenido un indicio de ello.

La actividad de investigar implica llevar ciertos cuestionamientos sobre algo en específico a un ambiente de búsqueda y conclusiones constantes. Las ideas generadoras de cambios se llevan el estímulo por ser innovadoras y son estas las que producen grandes avances.

Para realizar una buena investigación y tener un alto porcentaje de seguridad de los resultados, se necesita tener los recursos y herramientas apropiadas para obtener el resultado esperado.

Es en todas las etapas del proceso de investigación en donde sus ejecutores requieren dichos recursos y herramientas, en algunas ocasiones por cuestiones monetarias se dificulta la realización óptima de la investigación

La clave para hacer la diferencia es el emprendimiento, no es el obstáculo el que impide realizar las metas es la imposibilidad de tomar las riendas y encontrar la manera de hacerlo. La investigación y el emprendimiento están vinculados ya que este valor agregado es el mejor procesador y hacedor de los investigadores. (Quinteros, 2016)

1.7.1 La investigación

Existen dos clases de investigaciones las sociales y las científicas. Las investigaciones sociales se encargan de investigar la realidad social con el fin de caracterizar algún fenómeno en específico, los investigadores sociales son netamente emprendedores, ya que desde la fase inicial se topan con distintas dificultades como lo pueden ser la comunidad a estudiar.

Los beneficios de emprender para investigar son las posibilidades de realizar ponencias o artículos con publicación, de esta manera se figura no solo la investigación sino el investigador, además, la posibilidad de gestar convenios con personas o entidades interesadas en el propósito de la investigación.

El emprendimiento en el ejercicio investigativo debe ser una cualidad fundamental, ésta se manifiesta como actitud que el investigador asume ante la concepción de la problemática de investigación y la construcción del objeto y como componente estructural que es transversal a la investigación.

Para Betancourt (2016), Comunicador Social y Periodista además joven investigador “hay emprendimiento desde que se delimita la investigación en un campo material, posteriormente y paulatinamente se hace presente en la elección de instrumentos y condiciones de aplicabilidad de los mismos”.

El emprendimiento está tomado de la mano con la innovación pues una propuesta investigativa antes de ser un proyecto como tal debe responder asertivamente a una matriz llamada FINER (Factible, Interesante, Novedoso, Ético y Relevante), en esta matriz se busca que dicha propuesta sea innovadora, por consiguiente, desde la idea principal un proyecto investigativo es de cualidad emprendedora.

Generar propuestas, productos y soluciones a través de la investigación en beneficio de la sociedad, el emprendimiento y la innovación no solo son aplicados al sector empresarial o industrial, estas cualidades son totalmente aplicadas a la investigación social y su objetivo de desarrollo.

Existen distintas entidades gubernamentales o privadas, como Colciencias o el Banco Santander ofrecen ayuda a los grupos o semilleros de investigación para el desarrollo de sus proyectos; ésta es una manera de emprender en el desarrollo de investigaciones innovando desde la cooperación investigativa.

La única condición para aplicar a dichas ayudas, que van desde capacitaciones y becas hasta recursos monetarios, es que la idea principal del proyecto este formulada con los requerimientos investigativos apropiados.

Investigar para emprender es el mejor riesgo que como investigador se puede tomar, de distintas maneras se puede emprender con el fin de generar conocimiento y cambios. (Quinteros, 2016)

1.7.2 Estudios sobre la investigación en emprendimiento

"Ireland, Reutzely y Webb (2005) realizaron un estudio sobre las publicaciones relacionada con el emprendimiento en el "Academy of Management Journal" desde el año de 1963 al 2005 presenta la dinámica que ha tenido esta temática y el crecimiento en su investigación, reflejado en el número de artículos publicados anualmente por este importante Journal pasando de promedios anuales de tres artículos entre los años 1963-1969, ha promedio de 25 artículos anuales en el periodo comprendido entre el 2000 y el 2005."

Chandler y Lyon (2001), estudiaron la investigación en emprendimiento durante la década de los 90 con la aparición y consolidación de las revistas especializadas en esta nueva área de investigación, estos estudios muestran como los principales temas tratados los nuevos negocios con una participación del 22% seguido del emprendimiento internacional y los emprendedores con el 18 y 16 % respectivamente (Ireland, et at 2005).

Otra temática son los estudios sobre los pequeños negocios y el negocio corporativo e institucional estos estudios basados en fuentes secundarias y encuestas. Hacer uso de este tipo de fuentes es compartido por Chandler y Lyon (2001), ellos encontraron que el 70 % eran estudios empíricos y el 30 % restante es una mezcla de conceptos aplicados a casos específicos, porque los artículos estaban enfocados al análisis de casos específicos de emprendedores. (Matiz, 2009)

En cuanto a los métodos de investigación más utilizados, Brush (2008) presento un análisis de investigación en emprendimiento en función de sus resultados, para ello se enfocó como objeto de estudio en las variables dependientes usadas en las diferentes investigaciones, en esto se encontró nuevamente que la información secundaria y las encuestas son básicamente las metodologías de que este campo depende cada vez más de su propia literatura.

Analizando la convergencia en la investigación del emprendimiento (Grégoire 2006) a través del estudio de las referencias en 960 artículos publicados en "Frontiers of Entrepreneurship Reserch", presenta claramente que las investigaciones en este campo han desarrollado claramente una mayor convergencia durante los últimos 25 años.

Sin dejar de lado la fuerte influencia del emprendimiento y su investigación por una amplia gama de disciplinas, nos encontramos ante el incipiente y desarrollo y crecimiento de una nueva área de la investigación que adicional a su particularidad de permeación a un amplio abanico de posibilidades temáticas en otras áreas del conocimiento, presenta una clara necesidad en la

consolidación de sus procesos investigativos alrededor no solo de las temáticas y el número de publicaciones,

Sino que adicionalmente y tal como lo determina Dean (2007) al realizar un estudio sobre las tendencias en la investigación en emprendimiento, existe la necesidad de fortalecer el análisis cuantitativo a desarrollar en las mismas, esto soportado no solamente en los resultados encontrados en los trabajos realizados, sino adicionalmente en la percepción de los doctores (PhD) en emprendimiento, quienes en este estudio manifestaron claramente la necesidad de solventar sus debilidades en el manejo de herramientas de investigación orientadas al análisis cuantitativo. (Matiz, 2009)

1.7.4 Desarrollo en la investigación.

A continuación, se describe el estudio de las Revista de “instituciones, ideas y mercados” (2013) que analiza la realidad colombiana, la misma que es similar a la ecuatoriana.

La investigación en el tema de emprendimiento también presenta diversos desarrollos y énfasis de acuerdo con los intereses particulares de los investigadores del fenómeno, con los avances de los diversos grupos de investigación que se han conformado en torno al tema o con la importancia que le han otorgado las diferentes instituciones al emprendimiento.

En los diferentes eventos académicos, tanto en Colombia como en Latinoamérica, se puede evidenciar que el tema se constituye como un nuevo eje temático en torno al cual se reúnen un buen número de investigadores con diversas propuestas, metodologías y resultados que pretenden ampliar el cuerpo de conocimientos que existe sobre el emprendimiento. (Gomez, 2013)

De esta forma, “el emprendimiento como temática de estudio de las ciencias económicas y de la gestión fue creciendo hasta configurar, sino un campo de investigación, al menos un interés emergente entre los investigadores que tratan de precisar las características de este fenómeno y en especial de analizar su estatus epistemológico” (Alvarado y Rivera, 2011).

En tal sentido, aunque en Colombia no hay una base de datos que agrupe los estudios e investigaciones que se han llevado a cabo, en la plataforma Scientide Colciencias se puede identificar que los grupos interesados en el tema han aumentado en la última década y se han desarrollado en instituciones de diferentes partes de Colombia. En la actualidad, se pueden

identificar nueve grupos visibles, aunque es posible encontrar estudios referentes al tema en otros grupos. (Gomez, 2013)

Al realizar una agrupación preliminar de los estudios llevados a cabo por los diferentes grupos de investigación, se pueden encontrar las siguientes categorías descritas en la siguiente tabla:

Tabla 10. Categorías de proyectos de investigación

Categorías	Descripción
Formación	Proyectos relacionados con los procesos de formación (cátedras y otras actividades) que adelantan las instituciones educativas. Se mide también con alguna frecuencia la actividad emprendedora de los egresados de cada universidad.
Incubación	Proyectos relacionados con creaciones de centros o entes encargados de apoyar la creación de empresas.
Pymes	Proyectos que abordan diversas problemáticas de la pequeña y la mediana empresa desde la perspectiva del emprendimiento.
Empresarios	Proyectos realizados teniendo como eje la historia empresarial colombiana o perfiles empresariales actuales.
Oportunidades	Proyectos relacionados con la identificación de ideas de negocio
Sectores	Estudios que dan cuenta de la problemática específica de empresas y empresarios en algunos sectores económicos.
Finanzas	Proyectos centrados en aspectos financieros de las empresas o los emprendedores.

Fuente: Rangel, Norales, y Riaga (2015)

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Esta clasificación, muy general, permite identificar las tendencias y los intereses de los académicos que desean contribuir a generar conocimientos sobre el tema del emprendimiento.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

2. Diagnóstico del perfil del emprendedor universitario

2.1 Objetivos de la investigación.

2.1.1 Objetivo general.

Analizar el perfil emprendedor en los estudiantes de la Universidad de Cuenca y Universidad Católica de Cuenca.

2.1.2 Objetivos específicos.

- Fundamentar teóricamente el análisis de las competencias que requiere el emprendedor universitario para ser exitoso en el ámbito empresarial.
- Analizar las acciones desarrolladas por las instituciones de educación superior de estudio para motivar el desarrollo emprendedor de sus estudiantes.
- Identificar las características que permitan definir el perfil de emprendedor de los estudiantes de la Universidad Católica de Cuenca y la Universidad de Cuenca.
- Proponer estrategias de fortalecimiento en las universidades del Ecuador, enfocadas al desarrollo emprendedor de los estudiantes.

El objetivo de la presente investigación es analizar el perfil emprendedor en los estudiantes de la Universidad Católica de Cuenca y la Universidad de Cuenca, mediante teorías que fundamenten el análisis de las competencias que requiere el emprendedor universitario para tener éxito en el ámbito empresarial, analizando las acciones que desarrollan las universidades para fomentar y motivar el desarrollo emprendedor en sus estudiantes.

2.2 Metodología de investigación.

En el presente estudio se utilizó un método analítico-descriptivo, a través de una investigación de campo, mediante fuentes primarias, a través de encuestas (ver anexo 1) aplicadas a los estudiantes de las universidades en mención, y fuentes secundarias como libros, artículos de revistas, observación, revisión de las páginas web de las universidades estudiadas. también se utilizó el método empírico y matemático porque se interpretó la información mediante tablas y figuras estadísticas que facilitaron su análisis.

Se realizó dichas encuestas a los estudiantes de los todos los niveles de las carreras de pregrado ofertadas por la Universidad Católica de Cuenca y Universidad de Cuenca, se aplicaron 200 encuestas por cada universidad, a estudiantes comprendidos entre 17 y 36 años de edad, esto en lo que se refiere a la Universidad Católica de Cuenca, mientras en la Universidad de Cuenca los rangos de edad investigados fueron con un 61% mayoritario entre 18 y 21 años.

El modelo de encuesta ha sido elaborado por la Universidad Politécnica de Cartagena en España, se utilizó el cuestionario IECEU - Intención emprendedora y competencias en estudiantes universitario, las encuestas se aplicó la escala de Likert del 1 a 7 dando la respuesta más favorable a la afirmación, para conocer el grado de acuerdo a las afirmaciones sobre las características del emprendedor.

La población para el cálculo de la muestra es infinita, con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 7%, dando como resultado 200 encuestas por universidad.

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

σ = nivel de confianza 95%

p= probabilidad a favor 50%

q= probabilidad en contra 50%

n=número de elementos (tamaño de la muestra)

e =error de estimación 7%

$$\frac{(3.84)^2 \cdot (.50) \cdot (.50)}{.07^2}$$

$$\frac{.96}{.0049}$$

n = 195 ó 200 encuestas.

2.2.1 Procesamiento de datos.

Una vez que finalizó la tarea de recolección de datos, tanto de fuentes primarias como secundarias, se procedió a la tabulación de los mismos mediante el método estadístico descriptivo, se utilizó un formato de Excel, con toda la información recopilada se generaron las gráficas y figuras para su posterior análisis y para la elaboración del informe final.

Recolectada la información se tabuló la información registrándola en un formato en Excel en el que se anotó todas las respuestas, posteriormente se calculó el porcentaje de cada pregunta del primer bloque en el que se deseaba conocer los factores socioculturales de los individuos encuestados como edad, género, nacionalidad, nivel de estudios, antecedentes emprendedores en el núcleo familiar y el entorno, experiencia laboral y personal referente en la toma de decisiones de índole profesional.

Para el resto de bloques se dio a conocer los factores contextuales como incentivos, barreras a las que debe hacer frente el emprendedor universitario, así mismo se desea conocer la actitud que tiene hacia el emprendimiento, sus rasgos personales y sus competencias y habilidades para emprender así como las percepciones de las condiciones del entorno para estos bloques se calculó la media general de cada pregunta con el fin de conocer la tendencia que tiene el emprendedor universitarios a todos los factores ya mencionados.

2.3 Breve reseña de las universidades objeto de estudio.

2.3.1 Universidad de Cuenca.

La siguiente información fue tomada de la página web oficial de la Universidad de Cuenca.

La Universidad de Cuenca tiene su sede en la capital de la provincia del Azuay, fue creada por decreto legislativo del 15 de octubre de 1867, se denominó inicialmente Corporación Universitaria del Azuay.

En 1887, se creó cátedras aplicadas bajo la conducción de profesores alemanes contratados con este propósito, en 1890 se organiza la Facultad de Ciencias, donde se desarrolla la enseñanza de las matemáticas puras y aplicadas, y de las ciencias físicas y naturales.

Desde 1926, su nombre definitivo es de Universidad de Cuenca, en 1935 se creó la Escuela Superior de Minas y la Facultad de Ciencias Matemáticas y Físicas (1939) con la escuela de Ingeniería Civil. Para apoyar la formación de profesores de enseñanza secundaria, en 1952 se funda la facultad de filosofía, letras y ciencias de la educación.

Se crea la Escuela de química industrial en 1953 y en 1958 se funda la escuela de Arquitectura y Urbanismo, de importancia central en el reacondicionamiento urbano de cuenca, a comienzos de los años 60, se formó la Escuela de Ciencias Económicas, para favorecer la incorporación de la mujer a los estudios superiores, se creó la Escuela de enfermería y de trabajo social en 1968.

En 1970 José María Velasco Ibarra clausura las universidades estatales hasta comienzos de 1971, luego de la reapertura de las universidades se creó las Escuelas de administración de empresas en 1971, ingeniería eléctrica en 1972.

Posteriormente se creó la especialidad de Ciencias de la información en 1972, Sociología en 1975, Tecnología Médica, Ingeniería Agronómica y Medicina Veterinaria en 1979, estas últimas integradas actualmente en la Facultad de Ciencias Agropecuarias.

En la década de los 80 se formó las escuelas de Contabilidad Superior en 1981, educación física en 1987 y artes visuales en 1988, paralelamente, se impulsa la institucionalización de la investigación científica con el Instituto de Investigaciones Sociales en 1976.

En 1980 y 1983 se crean los Institutos de Investigaciones de Ciencias Técnicas y de Ciencias de la Salud, en 1996, estos organismos se integraron en el Instituto de Investigaciones Científicas, hoy dirección de Investigaciones de la Universidad de Cuenca.

Con el transcurrir de los años ha sufrido necesarias transformaciones para constituirse hoy en 12 facultades y ofertar de 49 carreras en todas las áreas del conocimiento, actualmente la universidad cuenta con un aproximado de 15.856 alumnos. (Universidad de Cuenca, 2017)

2.3.2 Universidad Católica de Cuenca.

La siguiente información fue tomada de la página web oficial de la Universidad Católica de Cuenca

La Universidad Católica de Cuenca fue creada por gestiones personales del sacerdote Dr. César Cordero, el Dr. José María Velasco Ibarra, dio el decreto de creación el 7 de septiembre de 1970.

Posteriormente se abrieron las extensiones universitarias de Morona Santiago en 1973 y de Azogues en 1980, La Troncal y Cañar en 1990 que fueron respuesta a las necesidades del pueblo.

En 1995 se celebró bodas de plata de fundación, se celebró también las bodas de perla por los 30 años de su creación, 1970 – 2000.

El año 2007, se conmemoró el octogésimo natalicio de su fundador, Mons. César Cordero Moscoso. 1927 – 2007,

La universidad cuenta con aproximadamente 7856 alumnos, Actualmente la universidad cuenta con 11 unidades académicas entre estas:

- Unidad Académica de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas
- Unidad Académica de Pedagogía, Psicología y Educación
- Unidad Académica de Medicina, Enfermería, Odontología y Ciencias de la Salud
- Unidad Académica de Ciencias Religiosas
- Unidad Académica de Economía, Finanzas y Mercadotecnia
- Unidad Académica de Ingeniería Comercial, Administración y Contabilidad
- Unidad Académica de Ingeniería de Sistemas, Eléctrica y Electrónica
- Unidad Académica de Ingeniería Química, Industrial, de Alimentos y Biofarmacia
- Unidad Académica de Ingeniería Agraria, Minería, Veterinaria y Ecología
- Unidad Académica de Ingeniería Civil, Arquitectura y Diseño
- Unidad Académica de Estudios a Distancia (Universidad Católica de Cuenca, 2017)

2.4 Acciones de las universidades relacionadas a la formación del emprendedor universitario.

La Constitución de la República del Ecuador establece en su artículo 350 que el sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica.

La Ley de Educación Superior manifiesta en su artículo 13, señalando las funciones del Sistema de Educación Superior como el garantizar el derecho a la educación superior mediante la docencia, la investigación y su vinculación con la sociedad, y asegurar crecientes niveles de calidad, excelencia académica y pertinencia;

Para ello las instituciones de educación superior articularán su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional, a la innovación y diversificación de profesiones y grados académicos, dichas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas relacionadas con la respectiva especialidad. (LOES, 2010)

Como se puede observar hoy en día la constitución y la ley de educación superior señala y obliga a las universidades a brindar una educación no solo de calidad, sino también que esta se vincule con la sociedad y a través de la investigación y el emprendimiento resolviendo los problemas que existen la sociedad.

2.4.1 Universidad de Cuenca.

La Universidad de Cuenca, se encuentra acreditada en categoría "A", cuenta con aproximadamente 15856 alumnos,

Misión

La Universidad de Cuenca es una universidad pública, cuya misión es formar profesionales y científicos comprometidos con el mejoramiento de la calidad de vida, en el contexto de la interculturalidad y en armonía con la naturaleza. La Universidad fundamenta en la calidad académica, en la creatividad y en la innovación, su capacidad para responder a los retos científicos y humanos de la época y sociedad regional, nacional e internacional equitativa, solidaria y eficiente.

Visión

La Universidad de Cuenca se proyecta como una institución con reconocimiento nacional e internacional por su excelencia en docencia con investigación y vinculación con la colectividad; comprometida con los planes de desarrollo regional y nacional; que impulsa y lidera un modelo de pensamiento crítico en la sociedad.

Para fomentar el emprendimiento en sus estudiantes se basa en tres lineamientos, que se describen a continuación:

El primer lineamiento es incluir la asignatura de emprendimiento en las facultades en que sus decanos han aceptado que esta materia sea dictada a sus alumnos, esta asignatura tiene una carga horaria de dos horas semanales con una valoración de dos créditos, actualmente esta asignatura se dicta en las facultades de Medicina, Ciencias Agropecuarias, Ciencias Químicas, Arquitectura, Ingenierías y Ciencias jurídicas.

El segundo lineamiento trata de sensibilización de la cultura de emprendimiento en los alumnos y profesores de la universidad, esto se hace mediante cursos y capacitaciones en donde interactúan los docentes con los estudiantes.

Un nuevo lineamiento se ha empezado en la universidad que es la generación de spin off, estas son empresas con bases tecnológicas que salgan de los proyectos de la universidad, para que los proyectos de los alumnos no queden archivados y que, al ponerlos en práctica en beneficio de la sociedad, estos generen soluciones a los problemas sociales que existen en la actualidad.

Esta información se recopiló del centro de emprendimiento de la Universidad de Cuenca.

Otras acciones que ha realizado la universidad se describen a continuación:

- **Emprendimiento orientado a psicólogos.-** Se desarrollo en la facultad de Psicología taller “Bootcamp” , se desarrolló del 12 al 14 de mayo, orientado a psicólogos fue una simulación real de la vida de un emprendedor, el objetivo fue crear un modelo de negocio orientado al perfil profesional del psicólogo generando un impacto social, este tipo de taller son de formación en capacidad de emprendimiento en base a necesidades sociales y competencias personales, profundizando capacidades del psicólogo para conseguir y crear una nueva posibilidad laboral y nueva fuente de ingresos. (Muñoz, 2017)
- **Seminario taller: herramientas para la gestión del emprendimiento y la innovación en la práctica docente.** - el curso estaba dirigido a los docentes universitarios que están vinculados a tareas de formación de emprendedores y gestores de emprendimiento e innovación del ecosistema emprendedor de Cuenca, el curso tuvo una carga horaria de 40 horas presenciales y en línea.

2.4.2 Universidad Católica de Cuenca.

La Universidad Católica de Cuenca recientemente ascendió de categoría “C” a categoría “B”, cuenta con aproximadamente 7850 alumnos.

Misión

La Universidad Católica de Cuenca, inspirada en principios cristianos, forma profesionales con sólidos conocimientos científicos y técnicos, generadores de conocimientos sustentados en procesos de investigación, con responsabilidad social, ambiental y competencias para contribuir a la solución de los problemas del país.

Visión

Ser una universidad moderna, acreditada a nivel nacional y reconocida internacionalmente por su calidad, responsabilidad social y ética, formadora de profesionales líderes y emprendedores, sustentada en un modelo educativo con estándares de excelencia, personal académico calificado e infraestructura adecuada, que contribuya al desarrollo del Ecuador y el mundo.

En sus objetivos específicos planteados en el eje estratégico de gestión de vinculación con la Sociedad para el periodo 2016-2020, se planteó la creación de los siguientes puntos entre los más importantes destacan:

- Departamento de vinculación con la colectividad y la transferencia de conocimiento
- Incrementar la cultura emprendedora de los diferentes actores internos y externos

En este apartado buscan impulsar los procesos de emprendimiento, mediante la elaboración de programas que fomenten una cultura emprendedora impulsando programas de pre incubación de empresas.

La Universidad Católica de Cuenca busca fomentar una cultura de emprendimiento en la comunidad impulsando el desarrollo de iniciativas empresariales innovadoras, que brinden solución a los problemas de la sociedad, generando fuentes de empleo y competitividad para el buen vivir.

La universidad está aplicando actualmente el Plan integrado de emprendimiento 2017, esta forma parte del Plan de vinculación con la sociedad 2016-2020

Donde se busca un sistema integrado de formación emprendedora, este proceso inicio el 2016 y culminara el año 2020, este plan consta de 8 programas y busca para el año 2020 crear al menos 100 nuevas empresas, impulsando procesos de emprendimiento como la elaboración de programas que fomenten la cultura emprendedora, programas de incubadora de empresas, servicios de apoyo empresarial a la colectividad disponibles desde el 2017.

Entre las acciones que se aplican para fomentar el emprendimiento se destacan:

- Página club de emprendedores
- Pre incubadora
- Cátedras
- Clínica pymes enfocadas en el pequeño artesano

- Revista Soy Emprendedor
- Plazas de emprendimiento donde se presentan en un salón los proyectos de los estudiantes, en este evento participan la matriz, las sedes y extensiones de la Universidad

Capacitaciones de emprendimiento, mediante la jefatura de emprendimiento de la Universidad Católica se está impartiendo en matriz, sedes y extensiones el taller “formador de formadores en creatividad, innovación y emprendimiento, dirigido al personal docente en lo que son temas que impulsen el desarrollo de la cultura emprendedora, con el objetivo de que los docentes transmitan estos conocimientos a sus alumnos con el fin de fortalecer el espíritu emprendedor. (Universidad Católica de Cuenca, 2017)

2.5 Identificación de procesos de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento en las universidades objeto de estudio.

Tanto la Universidad de Cuenca como la Universidad Católica de Cuenca forman parte como actores e integrantes del plan de emprendimiento Modelo Cuenca, impulsado por la empresa pública municipal de desarrollo económico el cual busca vincular y articular el accionar de instituciones públicas y privadas con el objetivo del desarrollo socio-económico de la ciudad.

El objetivo principal del plan es el generar y apoyar la creación de políticas públicas y su implementación, para la generación y desarrollo sostenible de los emprendimientos en Cuenca.

A continuación, se describe los objetivos específicos de este plan:

- Gestionar y consolidar alianzas estratégicas
- Adecuar el marco legal local a la realidad del sector
- Apalancar el financiamiento para emprendimientos
- Confirmar un fondo concursable
- Impulsar y desarrollar el emprendimiento local
- Capacitación al sector emprendedor

La estrategia general del plan consiste en la articulación de los actores para desarrollar la cultura del emprendimiento y su competitividad.

2.5.1 Enfoques del plan:

Es participativo para conseguir el alineamiento del plan con la política de economía social y solidaria como elemento básico para lograr el compromiso y participación de los actores, es sistémico, porque permite establecer los relacionamientos con las diferentes instancias de planificación, y la inter relación e integración de los subsistemas del desarrollo.

Cadenas, ya que reconoce la interdependencia con otras empresas y otros sectores de la economía, está orientado a la producción al mercado, pone en evidencia la competitividad sistémica que se concreta en la posibilidad cierta de acceso al mercado, con productos de calidad, en volúmenes suficientes y precios convenientes.

Enfocado a ambos géneros, abre las posibilidades de participación igualitaria tanto de mujeres como de hombres posibilitando visibilizar la participación y el aporte de las mujeres en el ámbito económico (Empresa Publica municipal de desarrollo economico de Cuenca, 2017).

2.5.2 Proceso metodológico.

Los resultados esperados son alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas vinculadas al sector emprendedor, reformas legales locales que impulsen y promuevan emprendimientos, que exista apalancamiento financiero de emprendedores, que se desarrolle el emprendimiento local, y capacitación de los diversos niveles de emprendimientos

2.5.3 Programas del plan.

- Impúlsate: busco fomentar e impulsar los emprendimientos innovadores que generen fuentes de empleo en el cantón Cuenca, a través de concursos y campamentos dirigidos a jóvenes, participaron 200 jóvenes con proyectos dinámicos e innovadores, orientados a solucionar problemas de la ciudad con potencialidad y generador de empleo, se contó con equipo técnico nacional e internacional de alto nivel aportaron su experiencia profesional en curaduría de proyectos, facilitación de los talleres y conferencias con universidades y

medios de comunicación, a 60 participantes que fueron seleccionados en el concurso se sumó otros emprendedores que dieron origen a la red del emprendimiento Cuenca, con conexiones a las principales redel del mundo, se está trabajando en estructurar el modelo de gestión del centro Coworking de Cuenca

- Asistencia técnica al emprendimiento: mediante un equipo consultor contratado se trabajó en facilitar talleres y asistencia técnica a emprendedores y empresarios del cantón Cuenca en total 420 beneficiarios del proyecto, esta iniciática busca apoyar al emprendimiento mediante entidades financieras con quienes se han suscrito convenios de cooperación para apoyar al emprendimiento, también se está gestionando otras formas de financiamiento a través de capitales ángeles y otros mecanismos que se están aplicando en todo el mundo, también se busca que haya una política pública que apoye con capital semilla a emprendimiento en etapas funcionales (Empresa Publica municipal de desarrollo economico de Cuenca, 2017)

2.5.4 Universidad de Cuenca.

A continuación, se detalla algunas actividades que lleva a cabo la Universidad para el fortalecimiento del emprendimiento:

- Feria de proyecto integradores de saberes, llevada a cabo en algunas facultades de la Universidad, con el fin de incentivar el emprendimiento, innovación y encaminar a los alumnos en áreas de sus carreras, los proyectos aplican conocimientos adquiridos por los estudiantes, buscando solucionar problemas de interés social (Departamento de Comunicacion Universidad de Cuenca, 2016)
- La Universidad de Cuenca obtuvo la primera patente farmacéutica gracias a la investigadora y docente Adriana Orellana, quien descubrió propiedades anticonvulsivas en la cúrcuma (Galan, 2017)
- La Universidad de Cuenca desarrollo las jornadas de emprendimientos comunicacionales (Departamento de Comunicación Universidad de Cuenca, 2017)
- La Universidad de Cuenca pensando en su expansión y deseo de aportar a la sociedad adquiriendo el ex hospital del IESS en Cuenca, en marzo del presente año, utilizaran el inmueble para poder brindar servicios mediante proyectos de innovación y

emprendimientos en el área de salud, beneficiando a la universidad y toda la ciudadanía, así lo manifestó su rector Pablo Vanegas.

- El tercer lineamiento articula el ecosistema emprendedor a través de empresas públicas y privadas, el objetivo es ayudar al estudiante mediante las empresas a acceder a financiamiento para llevar a la práctica sus emprendimientos, también se busca que mediante la empresa pública y privada los estudiantes puedan mostrar sus proyectos a la sociedad mediante concursos. (Departamento de Comunicación Universidad Católica de Cuenca, 2017)

2.5.5 Universidad Católica de Cuenca.

La Universidad Católica de Cuenca y la empresa pública municipal de desarrollo económico firmaron un acuerdo de cooperación interinstitucional para trabajar por el desarrollo de los pueblos.

EL objetivo del convenio es capacitar mediante un programa elaborado por el departamento de educación continua a los micro emprendedores informales, garantizando la sostenibilidad de la economía popular y solidaria con temas como las prácticas de higiene y sanidad en preparación de alimentos, en la contabilidad general y costos, en el manejo de la imagen del negocio y en servicio al cliente. (Departamento de comunicación Universidad Católica de Cuenca, 2017)

2.6 Análisis e interpretación de resultados de la investigación población Universidad Católica de Cuenca.

A continuación, se mostrarán los gráficos y análisis correspondientes a la investigación de campo a los estudiantes universitarios de la Universidad Católica de Cuenca, se realizaron 200 encuestas a varias carreras ofertadas por la universidad.

La universidad cuenta con aproximadamente con 7850 alumnos, el cálculo de la muestra que se aplicó fue para población infinita, con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 7%, dando como resultado 200 encuestas como tamaño de la muestra.

2.6.1 Factores socioculturales.

En este apartado se identifican los factores socioculturales sobre el individuo como su edad, genero, nacionalidad, nivel de estudios, antecedentes emprendedores en el núcleo familiar y del entorno del estudiante, así como su experiencia laboral y personal.

2.6.1.1 Edad de la población universitaria

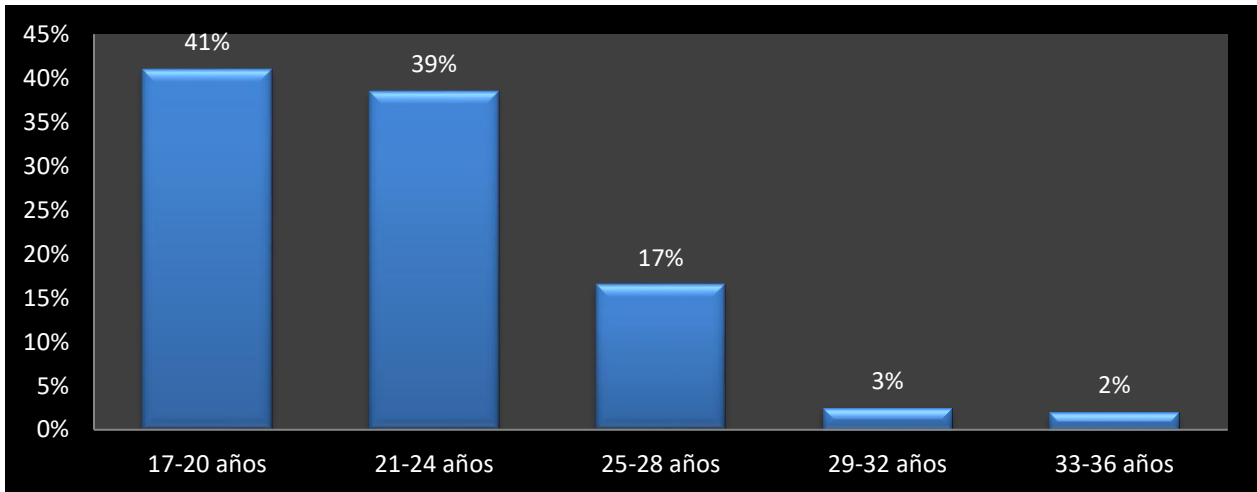


Figura 1. Edad de la población investigada

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2017

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En cuanto a la edad mínima de los estudiantes que forman parte de esta investigación en la Universidad Católica es de 17 años, se constata que el 79.5% tienen entre 17 y 24 años. El promedio de edad de los estudiantes universitarios que fueron objeto de este estudio dio un promedio de 26.5 años de edad, finalmente existió un mínimo porcentaje de estudiantes que tienen entre 29 y 36 años de edad, este llegó a un 4.5% de total de la muestra.

2.6.1.2 Género de la población universitaria

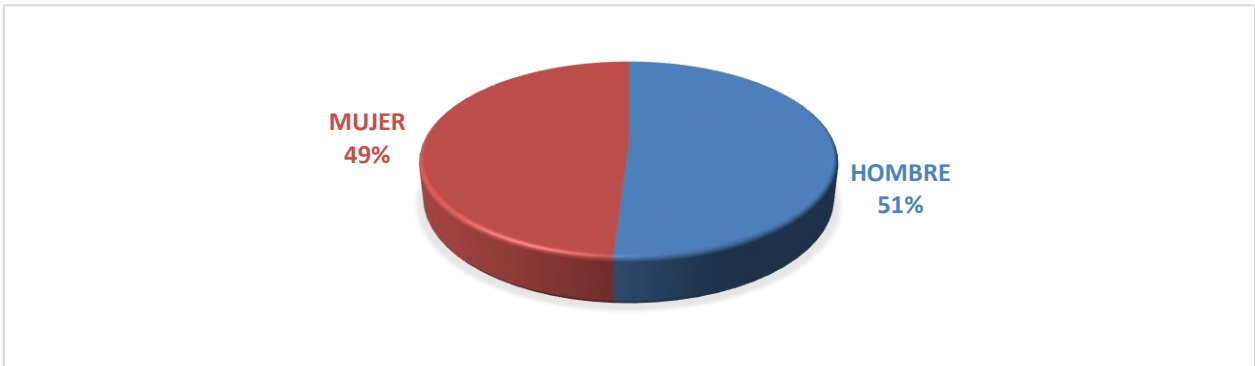


Figura 2. Género estudiantes investigados

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2017

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Como se observa en la figura 2., un 51% de los estudiantes son hombres el restante 49% mujeres, existe una importante igualdad de género esto aporta al estudio ya que la motivación e intención de emprender podría diferir entre ambos géneros.

2.6.1.3 Semestres que cursan los estudiantes

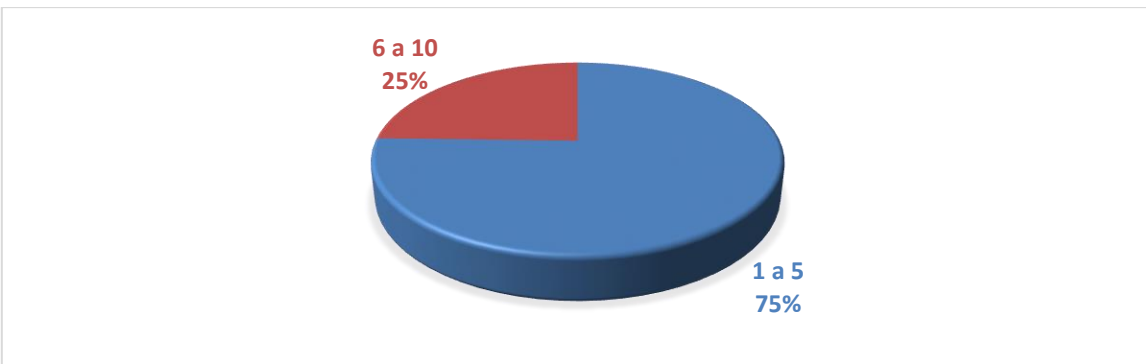


Figura 3. Semestres que están cursando los estudiantes

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Se puede observar que en su mayoría (75%) los estudiantes investigados están cursando actualmente entre primer y quinto semestre de su carrera, esto coincide con el rango de edad que más se repitió de 18 a 21 años, mientras el porcentaje restante (25%) se encuentra en los niveles superiores cercanos a la culminación de su carrera.

2.6.1.4 Número de estudiantes objeto de estudio por carrera

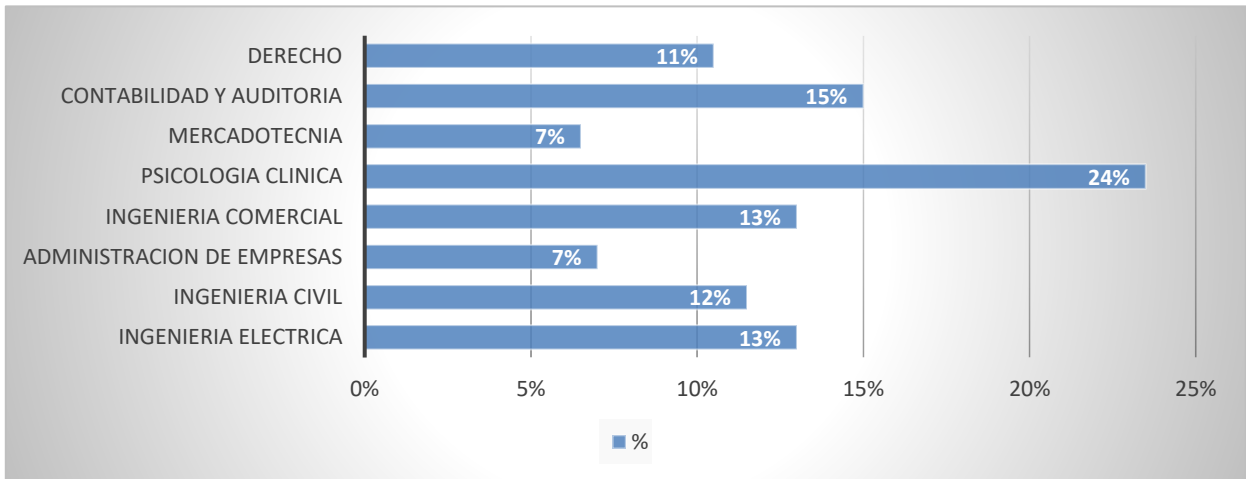


Figura 4. Número de estudiantes por carrera

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Como puede observarse las carreras objeto de estudio con más participantes fueron de Psicología Clínica, Contabilidad, Ingeniería Comercial e Ingeniería Eléctrica por ser de las facultades más numerosas.

2.6.1.5 Referentes profesionales familiares y personas cercanas al entorno del estudiante que poseen negocio

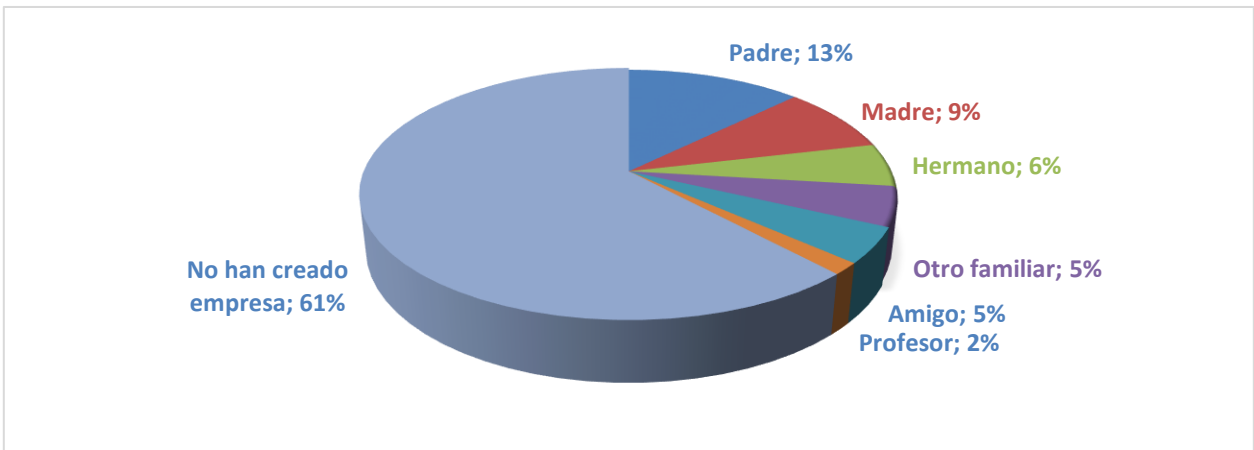


Figura 5. Referente profesional en la Familia y del entorno cercano que poseen un negocio

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Los estudiantes tienen como mayor referente profesional dentro de su familia a sus padres con un 26%, sin embargo, de este porcentaje tan solo un 13% poseen negocio, seguido como referentes profesionales dentro de la familia se encuentran las madres y hermanos con un 17% cada uno, pero el porcentaje con negocio propio lo supera las madres con un 9 % a diferencia de los hermanos con un 6%, sin embargo, un 36% de padres, madres y hermanos no poseen un negocio esto dentro del entorno familiar más cercano al estudiante

En cuanto a referentes profesionales cercanos al entorno del estudiante el resultado muestra a otros familiares con un 5% como máximos referentes profesionales que posean negocio seguido de amigos con un 4.5% y apenas con 1.50% los profesores como referentes profesionales del estudiante.

En conclusión, se observa que el entorno familiar más cercano del estudiante es directamente tomado como referente profesional a seguir en su carrera como emprendedores por parte de los estudiantes, también se observa que un 60% de todos los referentes profesionales no poseen negocio.

2.6.1.6 Asistencia a cursos de emprendimiento.

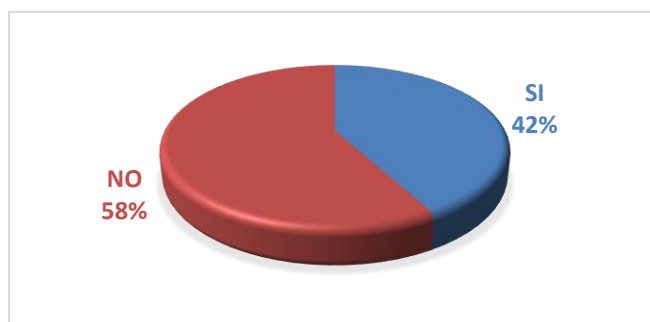


Figura 6. Experiencia de los estudiantes con algún curso de emprendimiento

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Un importante 58% de los alumnos respondió haber realizado con anterioridad algún curso de emprendimiento, esto se debe a que las autoridades de educación han puesto énfasis en el emprendimiento a tempranas edades desde el bachillerato se ha empezado a impulsarlo, incluyéndolo en las asignaturas obligatorias.

2.6.1.7 Padre/Madre ha sido empresario.

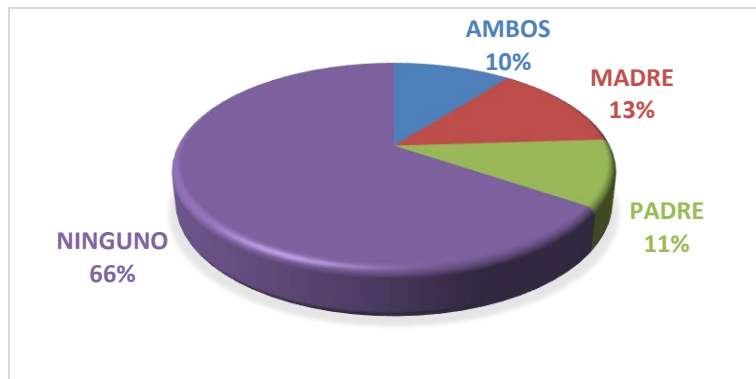


Figura 7. Padre o Madre han sido empresarios

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Un 66% de los familiares directos de los estudiantes encuestados no han sido empresarios autónomos, mientras un 34% si han sido empresarios, en este caso es curioso observar que de este porcentaje en su mayoría son las madres las que más han emprendido en relación a los padres, es observable que el nivel de emprendimiento ha sido mayor en las mujeres en este caso.

2.6.1.8 Participación actual por parte del estudiante universitario en la creación de una empresa.

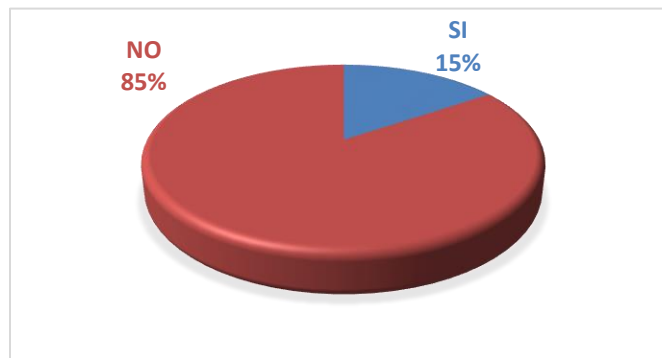


Figura 8. Participación actual por parte del universitario con una empresa.

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Un 85% de los estudiantes no están actualmente involucrados en la creación de su propia empresa, aunque un 15% si lo están, este porcentaje es bajo sin embargo hay que tomar en cuenta que son estudiantes de modalidad presencial.

2.6.1.9 Distribución de los estudiantes según su experiencia laboral

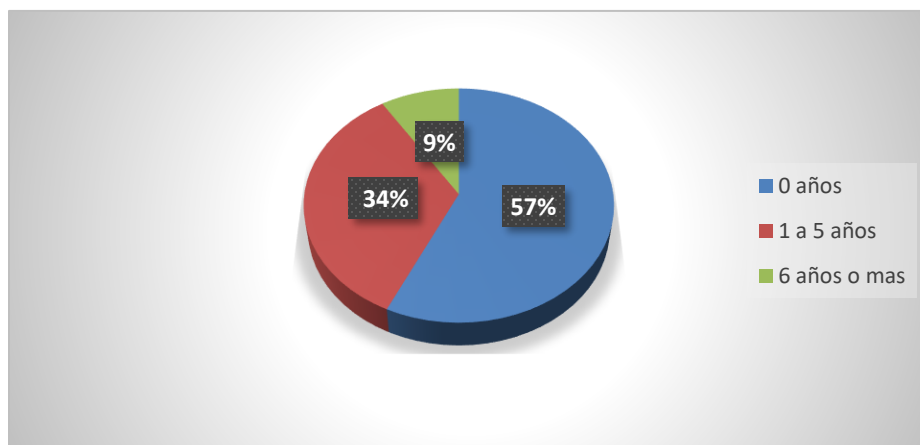


Figura 9. Experiencia laboral de los estudiantes investigados

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Un 34% de los estudiantes han trabajado durante al menos 1 año, pero un 57% de ellos no tienen ninguna experiencia laboral, esto puede ser por el rango de edad de los estudiantes ya que el 78.5% de los estudiantes no superan los 24 años y aún no han tenido la oportunidad de tener alguna experiencia laboral, también puede deberse a que la modalidad de los estudiantes es presencial y la mayoría opta exclusivamente estudiar, sin embargo cabe destacar que un 9% de los estudiantes han trabajado 6 años o más llegando dos casos inclusive a los 13 años de experiencia laboral.

2.6.2 Factores contextuales.

2.6.2.1 Principales factores que incentivan escoger una carrera emprendedora.

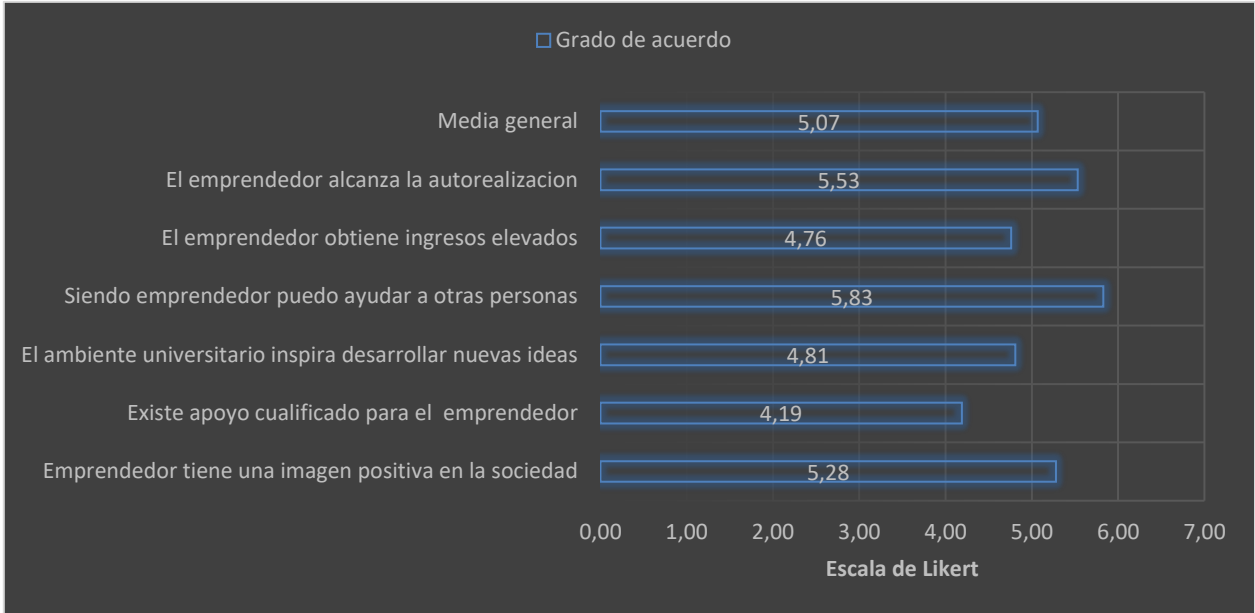


Figura 10. Principales incentivos del contexto en general

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo que se refiere al incentivo del estudiante universitario para seguir una carrera emprendedora se reflejó un grado de acuerdo alto, lo que más motiva al emprendedor es sentir que puede ayudar a otras personas, que emprendiendo lograra alcanzar su auto realización, ya que en general el emprendedor es bien visto en la sociedad proyectando una imagen positiva, por otro lado consideran que recibir apoyo cualificado para emprender y que los emprendedores obtengan ingresos importantes, no están dentro de los factores de incentivo principales al momento de emprender, a pesar de esto existió un alto valor de preferencia a estas afirmaciones con una media de 5.07.

2.6.2.2 Valoración del entorno universitario

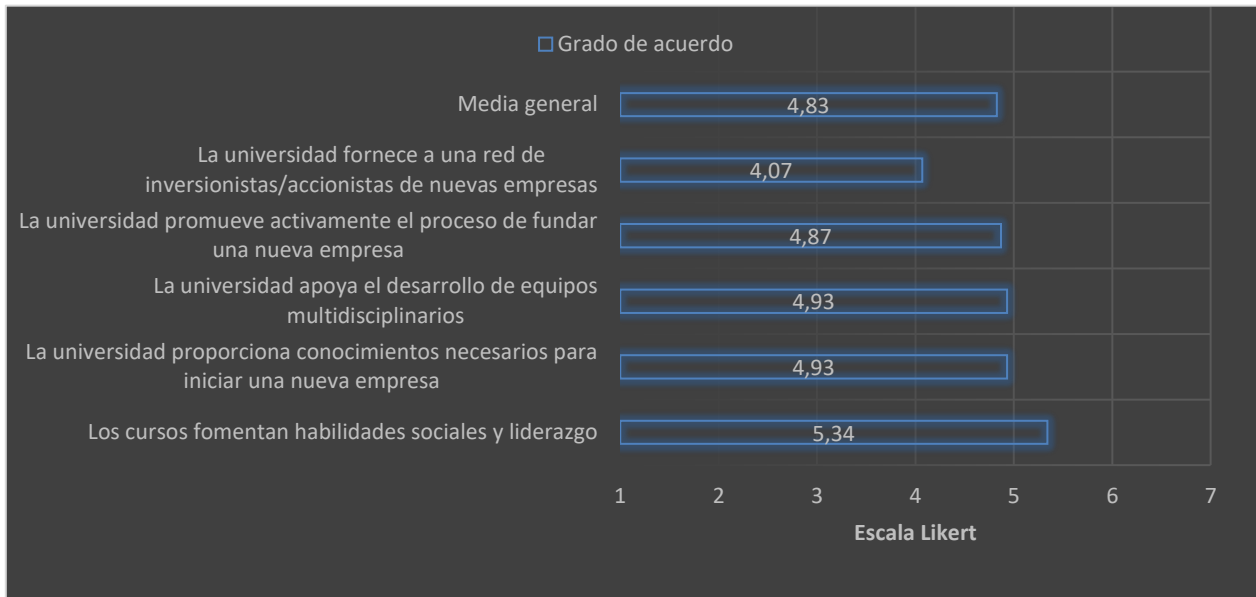


Figura 11. Valoración del entorno universitario de los estudiantes

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este bloque se analizó los aspectos que consideran los estudiantes como importantes, sobre el apoyo que reciben de su universidad y que les motiva para optar por una carrera emprendedora, el principal aspecto que valoraron fue el de recibir cursos para fomentar sus habilidades y liderazgo este factor fue el más importante para los estudiantes (5.34/7), el factor donde el grado de acuerdo es menor a la media (4.83) es que su universidad les brinde la oportunidad de obtener ayuda de accionistas e inversionistas de nuevas empresas, sin embargo el promedio de acuerdo a estas afirmaciones fue importante llegando a un 4.83.

2.6.2.3 Principales obstáculos para escoger una carrera emprendedora

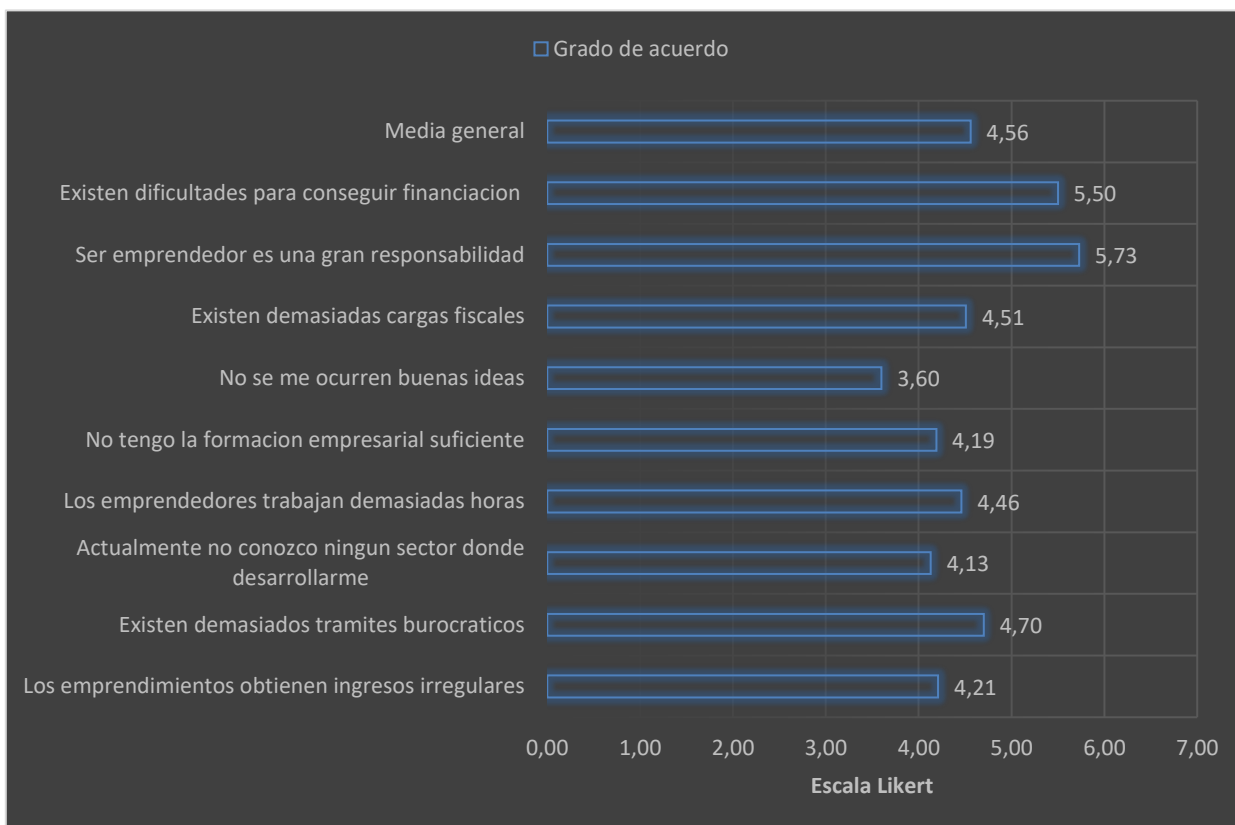


Figura 12. Principales obstáculos/ barreras para escoger una carrera emprendedora

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este bloque se quiso conocer cuáles son los principales obstáculos que consideran importantes los estudiantes al momento de optar por una carrera emprendedora, el principal obstáculo es la responsabilidad que conlleva ser un emprendedor, luego siguió la financiación para poner en marcha sus ideas de negocio, en lo que demostraron estar poco de acuerdo es que sea un obstáculo el no tener buenas ideas apenas supero la media (4.56) con un 3.60 de nivel de acuerdo a esta afirmación.

2.6.2.4 Análisis de la actitud personal hacia el emprendimiento

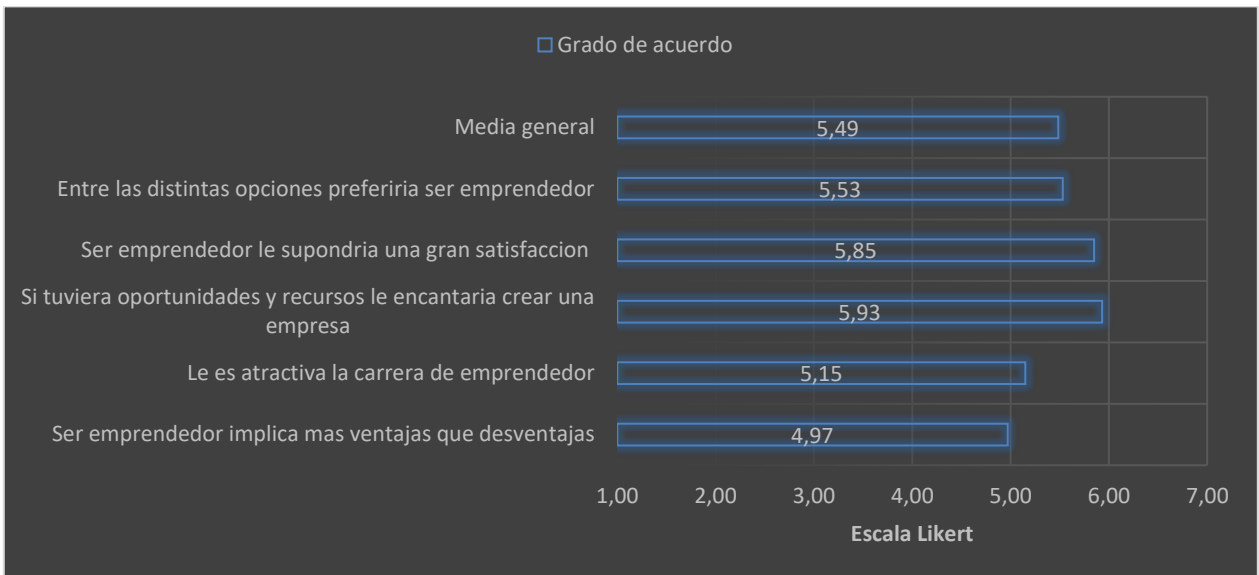


Figura 13. Actitud personal hacia el emprendimiento

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En el tema de la actitud del estudiante hacia el emprendimiento existió un alto nivel de concordancia, ellos están de acuerdo en que si tuvieran los recursos necesarios crearían su propia empresa y que, gracias a esto, alcanzarían una gran satisfacción, aunque no estuvieron totalmente de acuerdo que ser emprendedor acarree más ventajas que desventajas, sin embargo, la media fue importante luego a un 5.49/7.

2.6.2.5 Análisis de la intención emprendedora de los universitarios

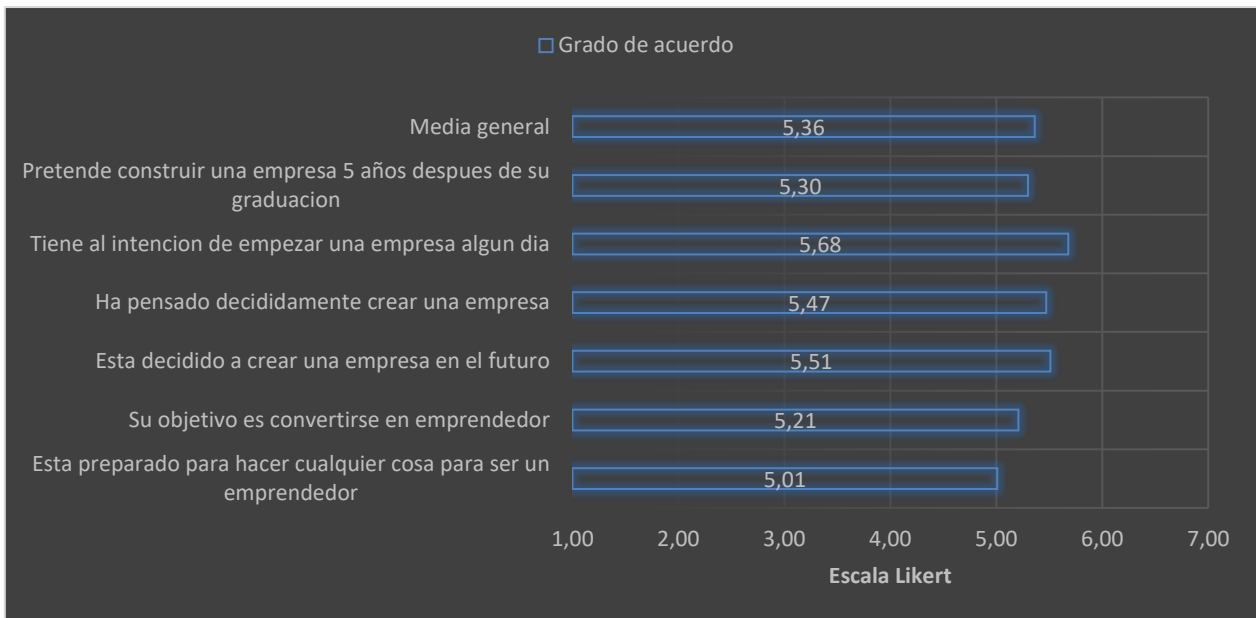


Figura 14. Intención de ser emprendedor

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Salinas

En este apartado se pretendió conocer la intención a futuro que tiene el estudiante hacia el emprendimiento, la mayoría tiene la intención de empezar su empresa algún día en un lapso de 5 años después de su graduación, el promedio a estas afirmaciones fue alto con una media de 5.36 sobre 7 demostrando el nivel de compromiso del estudiante a ser un emprendedor dueño y gestor de su propia empresa.

2.6.2.6 Deseo de ser un emprendedor dueño de su propio negocio o asalariado de una empresa

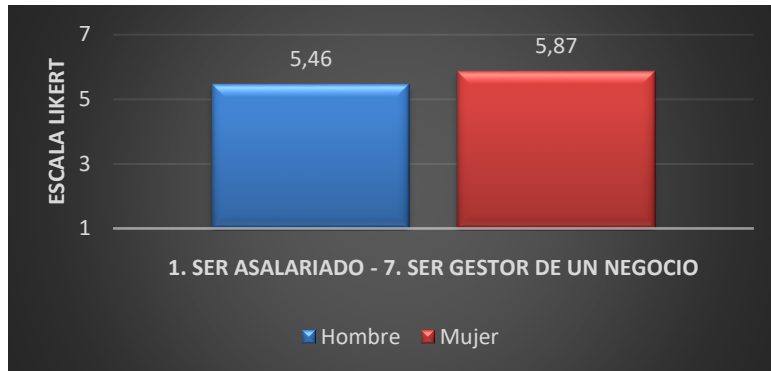


Figura 15. Preferencia ser un emprendedor dueño de su negocio o asalariado de una empresa

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Se observa que la mujer emprendedora universitaria tiene mayor preferencia a ser gestora de un negocio, más que el hombre emprendedor universitario que demuestra un menor grado de preferencia de ser gestor de su propio negocio la diferencia fue de 0.41, es interesante observar a la mujer con mayor predisposición al emprendimiento que el hombre ya que tradicionalmente el hombre ha sido la persona que se ha encargado de crear y dirigir empresas

2.6.2.7 Probabilidad de gestionar su propia empresa en los próximos 5 años

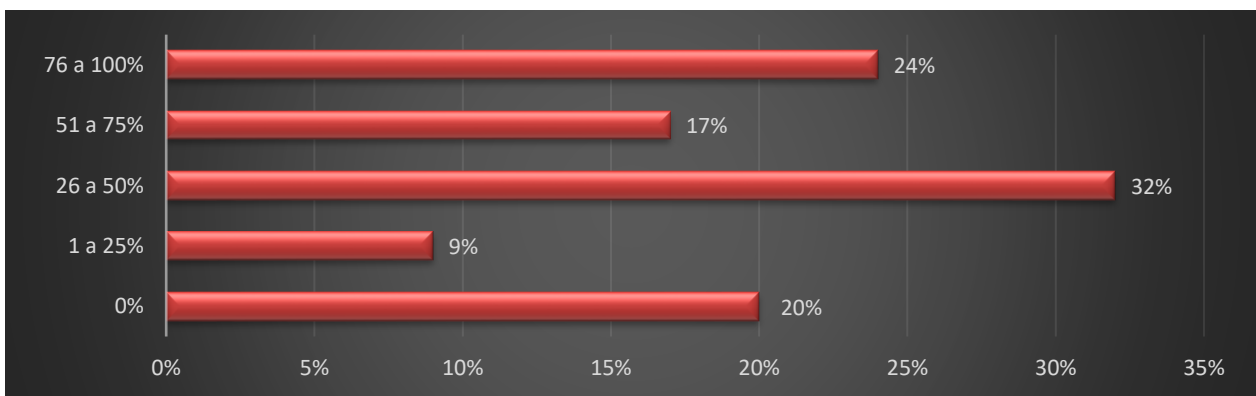


Figura 16. Probabilidad de gestionar su propia empresa en 5 años

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Sobre la probabilidad media de gestionar su propia empresa en los próximos 5 años un 24% señalo que están completamente seguros de dirigir su propia empresa en 5 años, mientras que un 20 % señalo lo contrario es decir que no se ven en 5 años manejando su propia empresa en lo absoluto, por otro lado, un 32% ve posibilidades medias de lograr este objetivo es decir medianas probabilidades.

2.6.3 Rasgos personales y competencias

2.6.3.1 Creatividad

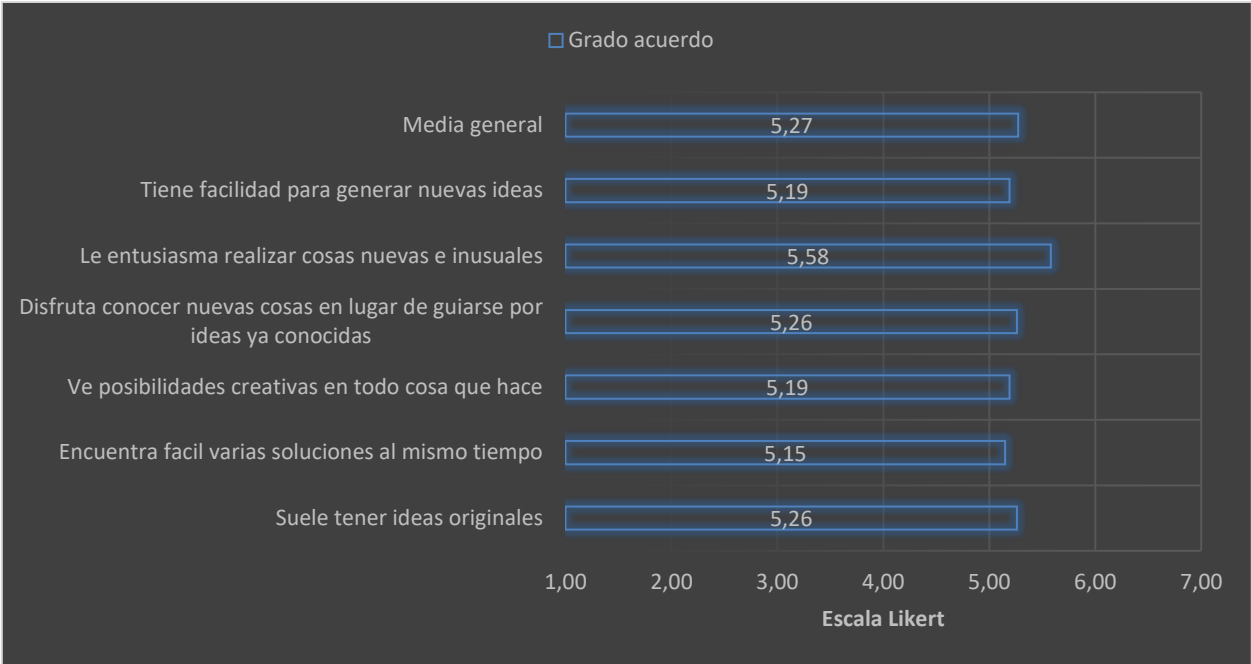


Figura 17. Creatividad

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este bloque se desea conocer la capacidad creativa del estudiante ante distintas situaciones que puedan presentarse, el estudiante manifestó en un alto promedio (5.27/7) de concordancia con su capacidad creativa, revela su entusiasmo por hacer cosas nuevas e inusuales (5.58), su facilidad para generar ideas nuevas (5.19) para encontrar fácilmente varias soluciones al mismo tiempo (5.15) ante cualquier eventualidad.

2.6.3.2 Aversión al riesgo

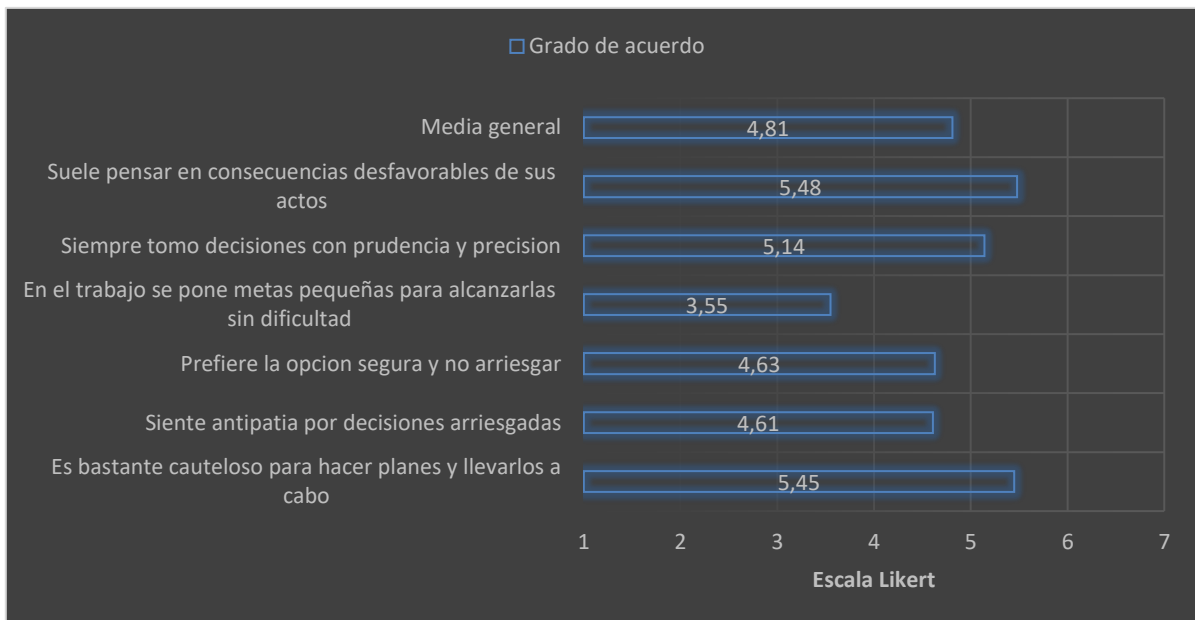


Figura 18. Aversión al riesgo

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo que se refiere a la aversión al riesgo que tiene el emprendedor universitario este manifestó en general ser prudente en cuanto al riesgo que corre al tomar decisiones en todos los aspectos, con un promedio de 4.81, así manifestaron que es importante para ellos el pensar en las consecuencias desfavorables de sus actos ante cualquier toma de decisión (5.48), así mismo y en concordancia con esta afirmación indicaron también ser cautelosos al hacer planes y llevarlos a cabo (5.45), sin embargo en lo que no están de acuerdo superando apenas la media con un 3.55 es que en sus trabajos se pongan metas pequeñas para poder alcanzarlas, en conclusión el estudiante demostró ser precavido y cauteloso, se puede decir que una de las capacidades a potencializar como emprendedores es tomar determinados riesgos.

2.6.3.3 Escala de locus de control.

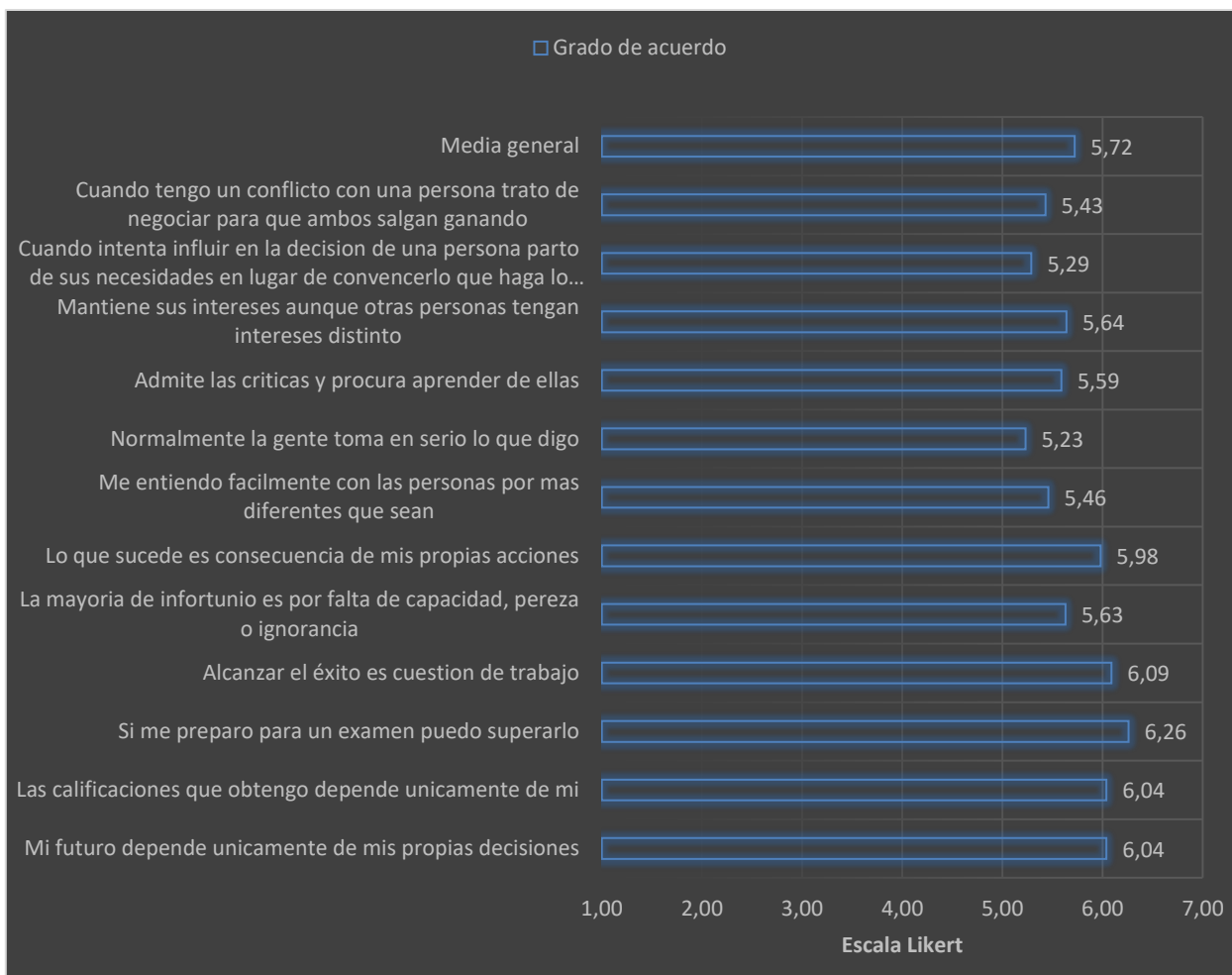


Figura 19. Escala de Locus de control

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En apartado busca analizar la propensión a actuar por parte del estudiante y su percepción del éxito y/o fracaso dependiente de si mismo o del contexto, así lo demuestra el nivel de conciencia por parte del estudiante y la responsabilidad a sus actos, el estudiante por ejemplo está totalmente de acuerdo que el aprobar un examen o proyecto depende totalmente de sus capacidades para aprobarlo (6.26), por ende sus calificaciones dependerán de ello (6.04) y por consiguiente su futuro está en sus manos y en su forma de actuar, el alcanzar el éxito es cuestión de su esfuerzo y trabajo (6.09), en resumen el estudiante está muy de acuerdo con que sus propias acciones y conocimientos lo llevarán a conquistar sus ideales y objetivos.

2.6.3.4 Proactividad.



Figura 20. Proactividad del emprendedor

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

En este bloque se conoció la iniciativa y proactividad del estudiante dando como resultado un nivel de acuerdo importante, el universitario emprendedor expreso disfrutar al ver que sus ideas se hacen realidad (5.94), mediante una correcta forma de hacer las cosas (5.93), defendiendo sus ideas, aunque existiera oposición de los demás (5.61) principalmente, en conclusión, el estudiante demostró tener la actitud y herramientas para solucionar rápidamente problemas y situaciones conflictivas.

2.6.4 Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender

2.6.4.1 Autoeficacia, seguridad y conocimientos del negocio

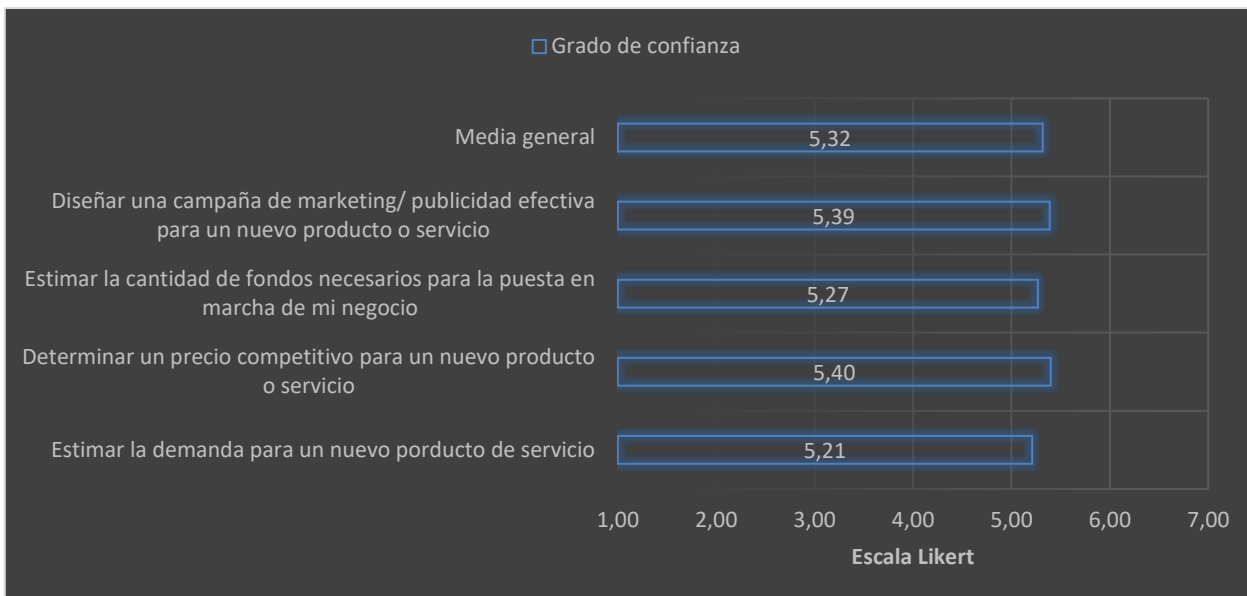


Figura 21. Autoeficacia, conocimientos de marketing

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este apartado sobre los conocimientos que se debe tener para gestionar exitosamente un negocio, el resultado se identifica con un promedio de 5.32 de aceptación a estas afirmaciones sobre conocimientos de marketing necesarios para gestionar de manera exitosa una empresa: determinar un precio adecuado a un producto o servicio (5.40), diseñar una campaña de marketing (5.39), en general el estudiante confía en su capacidad para ser eficaz en estos conocimientos necesarios para desarrollarse como un emprendedor de éxito.

2.6.4.2 Autoeficacia, seguridad y conocimiento del negocio

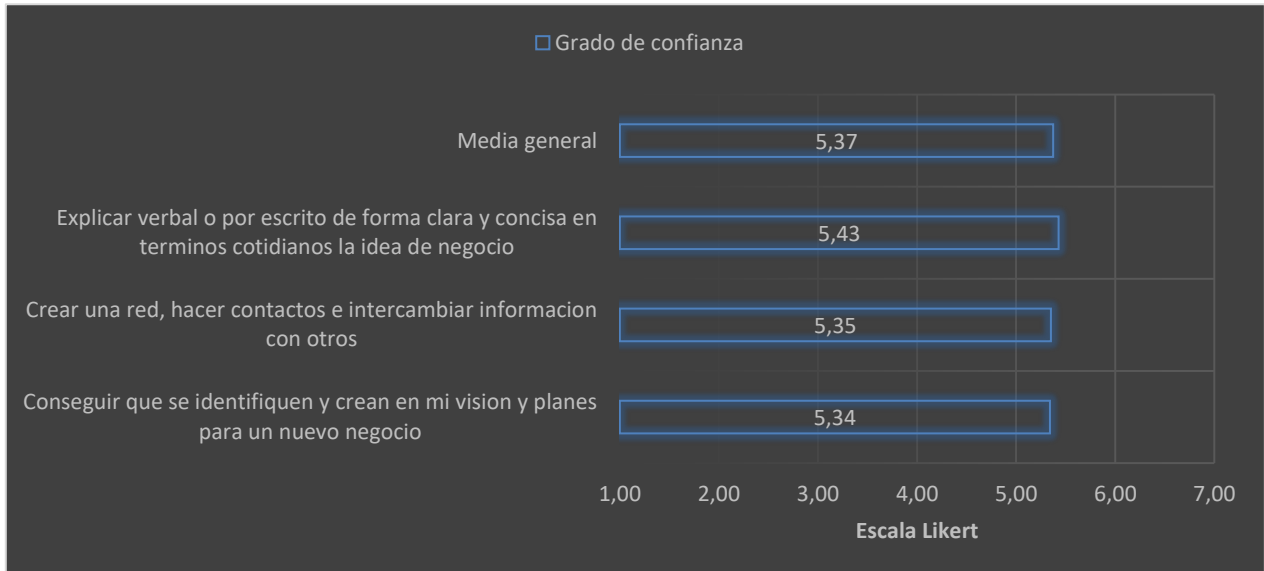


Figura 22. Autoeficacia, capacidad de convencimiento

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo que se refiere a las afirmaciones sobre la habilidad de convencimiento que debe tener el emprendedor sobre su idea de negocio, los estudiantes respondieron en su mayoría estar de acuerdo con dichas aseveraciones, confían plenamente en sus capacidades llegando a tener una media de 5.37 de aceptación a las afirmaciones, demostrando su confianza en sus capacidades para conseguir sus metas y objetivos planteados.

2.6.4.3 Autoeficacia, administración del talento humano

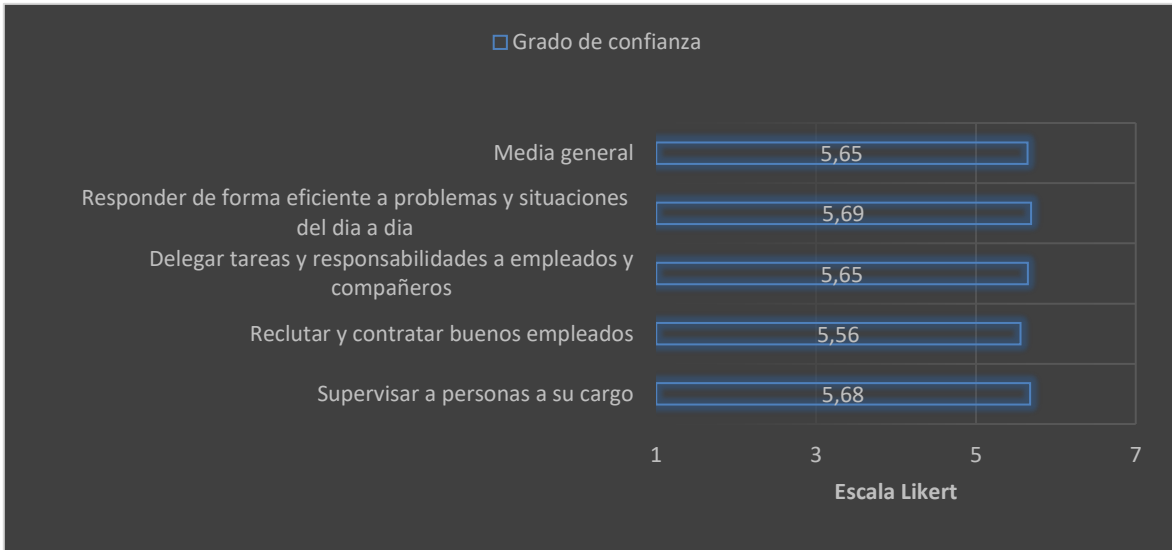


Figura. 23 Autoeficacia, capacidad de administración del talento humano

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este apartado sobre las capacidades y habilidades para gestionar el talento humano, los estudiantes están de acuerdo y confían en su capacidad para hacerlo adecuadamente concuerdan un promedio de 5.68 superando la media (5.65), confían en sus capacidades para supervisar, controlar, motivar y administrar a las personas que tendrían a cargo en caso de gestionar una empresa propia.

2.6.4.4 Autoeficacia, capacidad contable - financiera

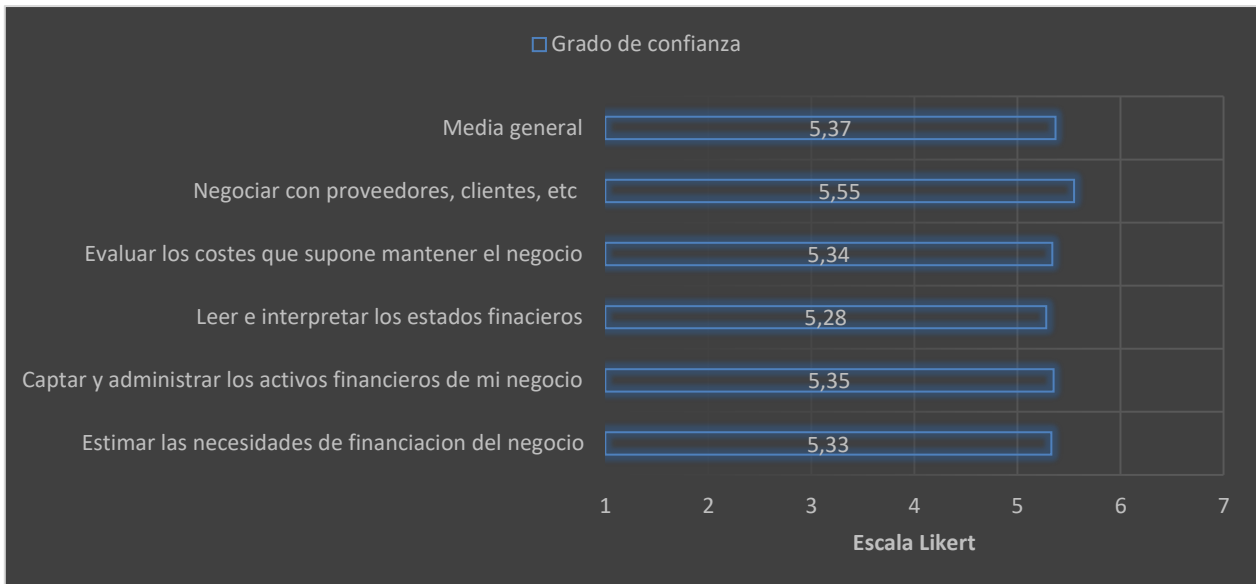


Figura 24. Autoeficacia, capacidad contable - financiera

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo que se refiere al grado de confianza de los estudiantes respecto a su capacidad y habilidades para gestionar financiera y contablemente un negocio se obtuvo una respuesta positiva a las afirmaciones mencionadas en la figura 26 ya que se dio un promedio de 5.37 es decir resultados en la zona de acuerdo, esto demuestra el alto grado de confianza en la capacidad que tiene el estudiante, y la importancia que tienen estos factores para administrar eficazmente un negocio.

2.6.4.5 Inteligencia emocional.

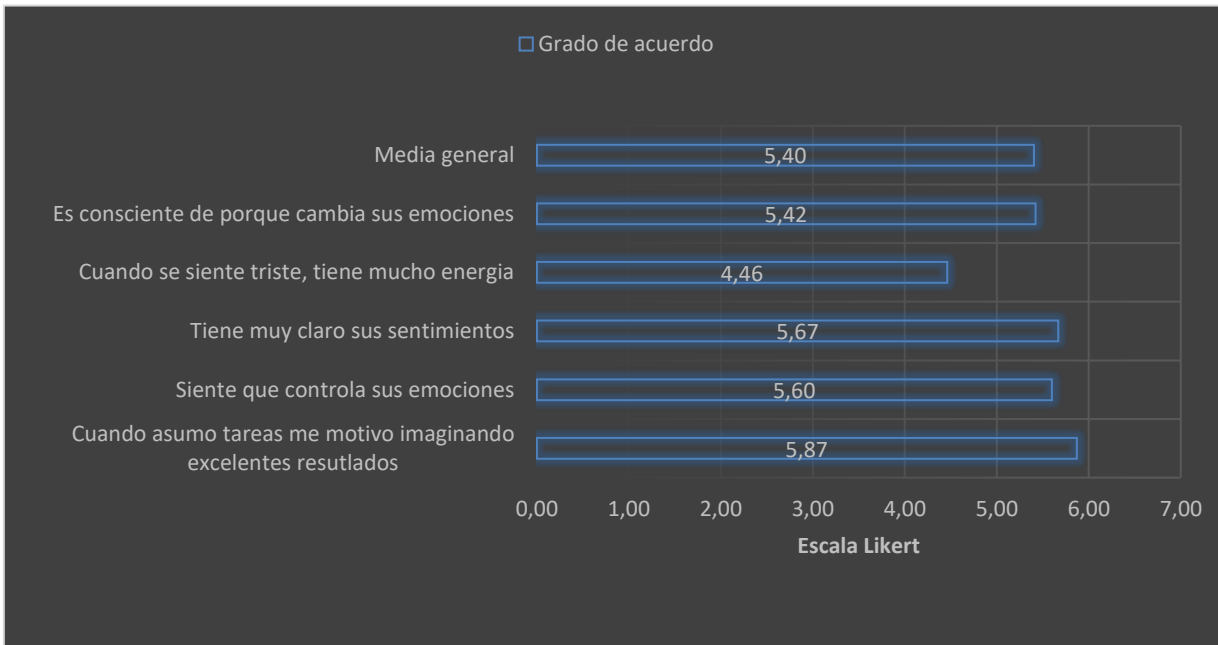


Figura 25. Inteligencia Emocional

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En cuanto a la capacidad de controlar sus emociones el estudiante respondió en su mayoría estar de acuerdo con la capacidad de manejar sus emociones así lo reflejo un promedio de 5.40, esto demuestra que el estudiante cree en su capacidad de controlar sus emociones ante diferentes situaciones que necesiten del control emocional y sentimental del estudiante ante decisiones que deba tomar de manera inmediata y ante condiciones adversas.

2.6.5 Percepción de las condiciones del entorno.

2.6.5.1 Importancia del entorno social más cercano.

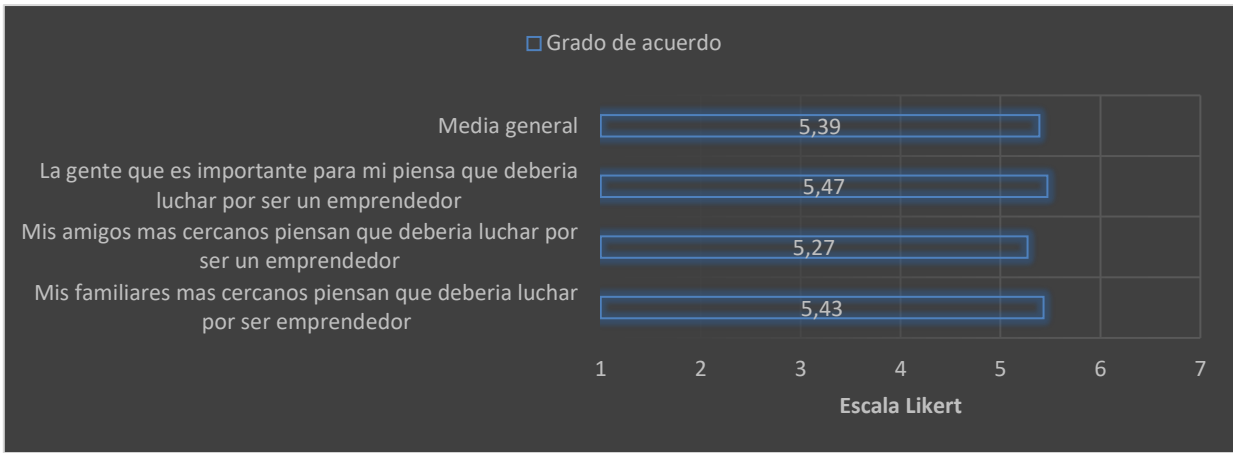


Figura 26. Valoración del entorno social más cercano de los universitarios

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este apartado respondieron en un grado muy alto de acuerdo a las afirmaciones sobre la importancia que le dan a la opinión de la gente más cercana como amigos y familiares sobre su decisión de luchar por ser emprendedor con un promedio general de 5.39 en una escala de 1 a 7, esto indica que el nivel de importancia de la gente más cercana para el estudiante emprendedor es trascendental para seguir luchando por una carrera emprendedora.

2.6.5.2 Grado de importancia a la opinión del entorno social más cercano

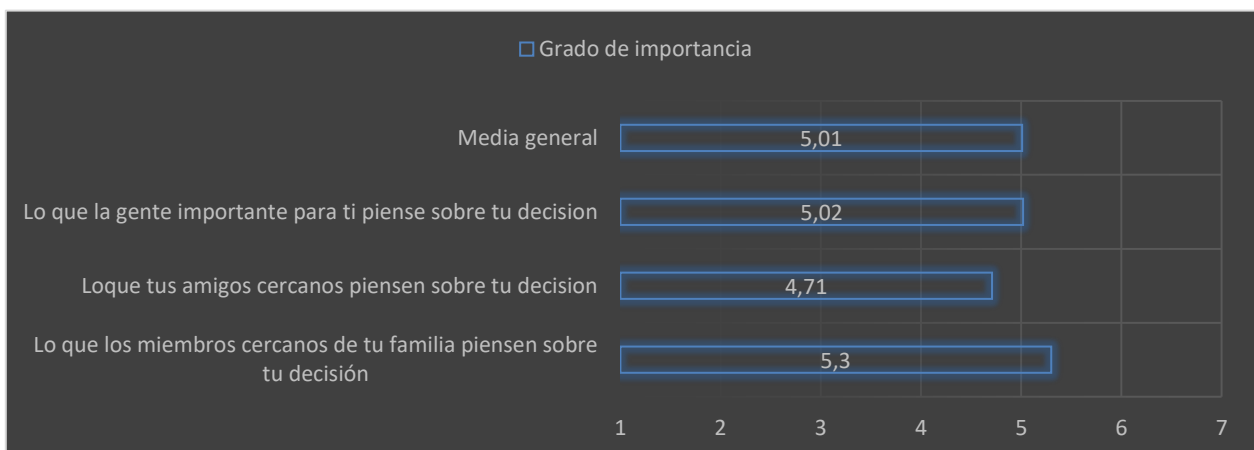


Figura 27. Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Se puede observar que el mayor nivel de importancia, es el que le da el emprendedor a la opinión que tienen sus familiares cercanos (5.3) en lo que respecta a la decisión de luchar por una carrera emprendedora, por otro lado, la opinión que menos importancia le dan en su entorno cercano es a la de sus amigos con una valoración de 4.71.

2.6.6 Caracterización de la población investigada Universidad de Cuenca.

A continuación, se presenta el análisis correspondiente a la investigación realizada, la Universidad de Cuenca, se realizaron 200 encuestas a varias carreras ofertadas por la universidad.

La universidad cuenta con aproximadamente con 15.856 alumnos, el cálculo de la muestra que se aplicó fue para población infinita, con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 7%, dando como resultado 200 encuestas como tamaño de la muestra

2.6.6.1 Factores socioculturales.

Se caracteriza la población investigada a través de factores socioculturales sobre el individuo como su edad, género, nacionalidad, nivel de estudios, antecedentes emprendedores en el núcleo familiar y del entorno del estudiante, así como su experiencia laboral y personal referente a la toma de decisiones con respecto a su visión emprendedora.

2.6.6.2 Edad de la población universitaria.

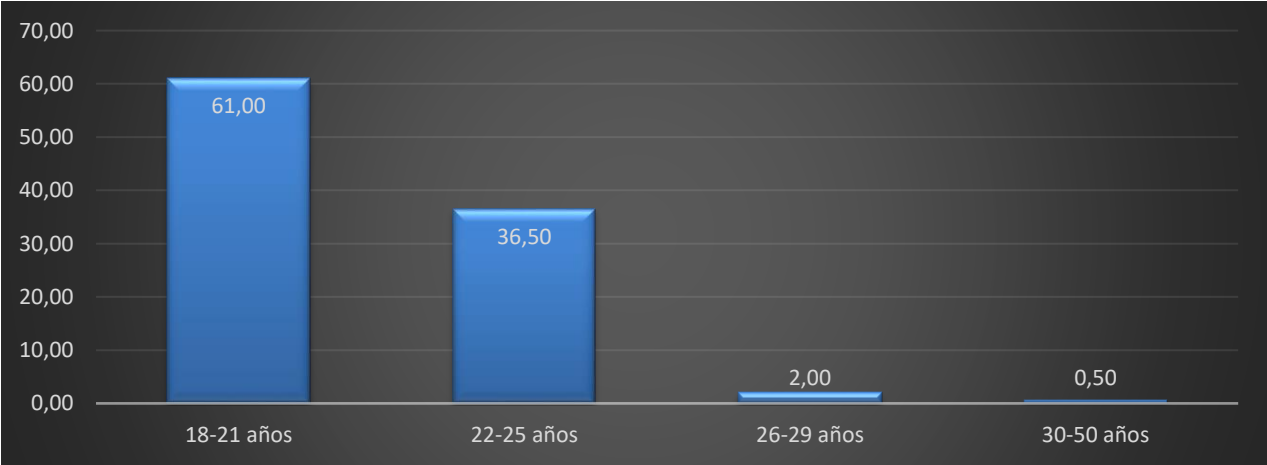


Figura 28. Edades estudiantes encuestados

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo que se refiere a la edad de los estudiantes objeto de estudio en la Universidad de Cuenca, la edad mínima fue 18 años, un contundente 96.50% están por debajo de los 26 años, esto es importante ya que se evidencia entre menos edad mayor intención de emprender y entre más edad mayor experiencia laboral, finalmente el promedio de edad de la población investigada fue de 25.09 años.

2.6.6.3 Género población universitaria.

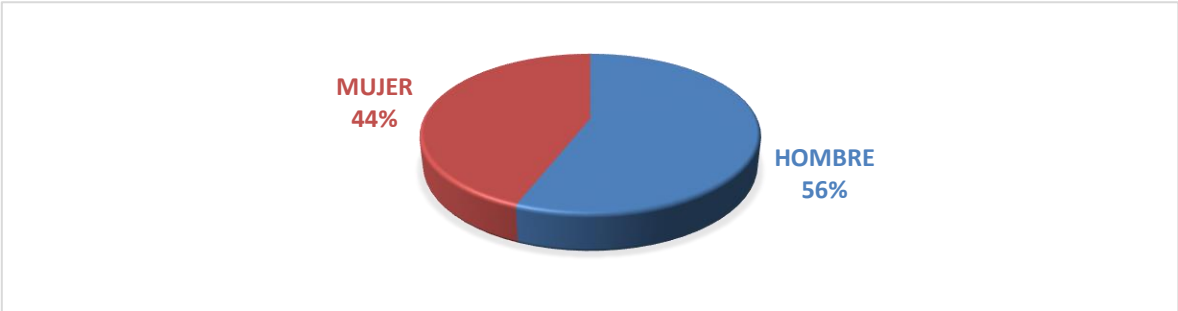


Figura 29. Sexo de la población encuestada
Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes
Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

De la población encuestada en la Universidad de Cuenca un 56% fueron hombres y un 44% mujeres, existe una diferencia de género, esto puede deberse a que en la mayoría de carreras investigadas existió igualdad de género excepto en carreras que son escogidas por hombres en su mayoría este es el caso de Ingeniería en sistemas e ingeniería eléctrica donde la participación femenina es mínima.

2.6.6.4 Semestres que están cursando los estudiantes.

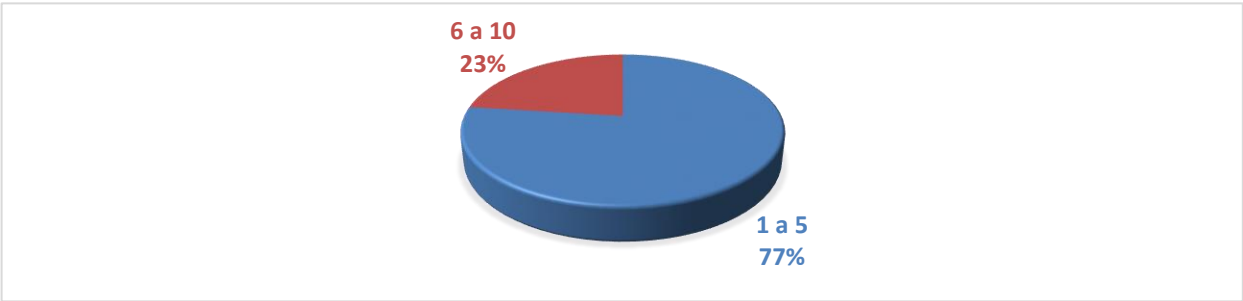


Figura 30. Semestres que están cursando los estudiantes
Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes
Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Se observa que el 77% de los estudiantes están cursando actualmente entre primer y quinto ciclo de su carrera, coincidiendo con el rango de edad mayoritario de 18 a 21 años, el restante 23% se encuentran finalizando sus carreras cursando los últimos semestres.

2.6.6.5 Número estudiantes por carrera Universidad de Cuenca.

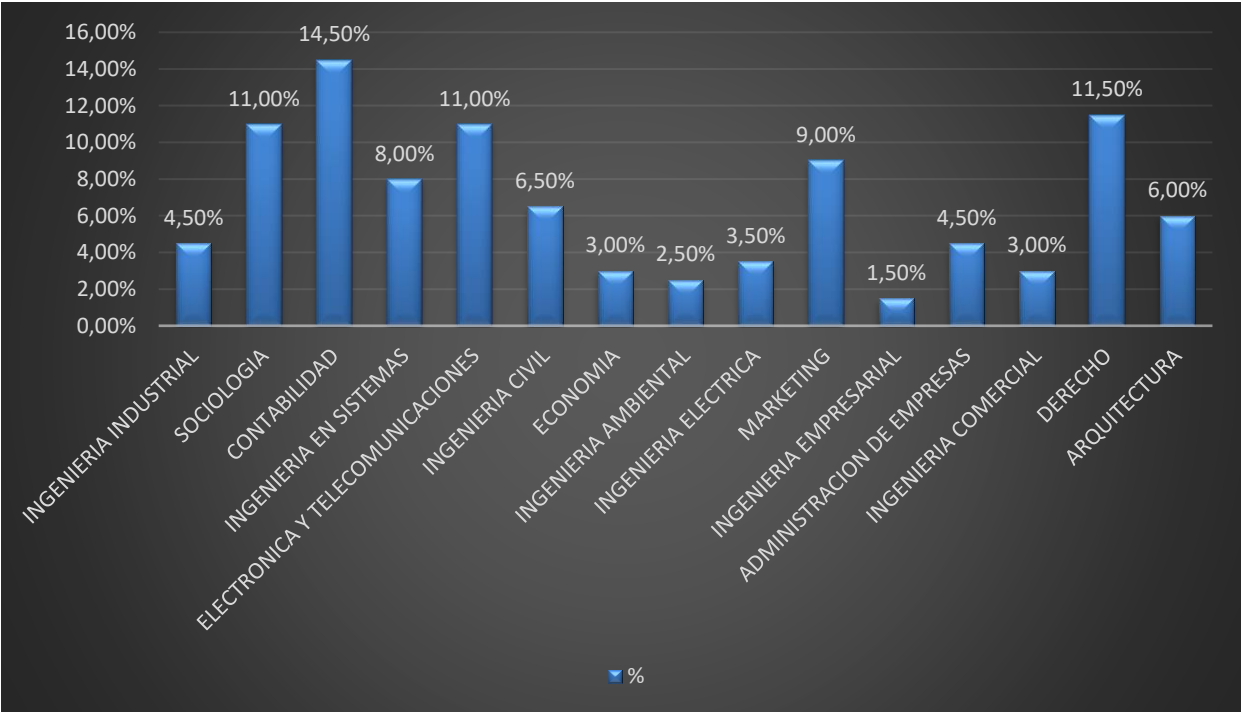


Figura 31. Carreras objeto de estudio
 Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes
 Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

El 14.5% de la población investigada se aplicó a la carrera de contabilidad seguido de carrera de derecho con un 11.5 %, y de las carreras de sociología, electrónica y telecomunicaciones con 11% cada una, la muestra fue aleatoria por lo tanto en este estudio existe una variedad de criterios ya que son un número de carreras importantes con diferentes ópticas sobre el estudio.

2.6.6.6 Referente profesional familiar y del entorno cercano del estudiante que poseen negocio.

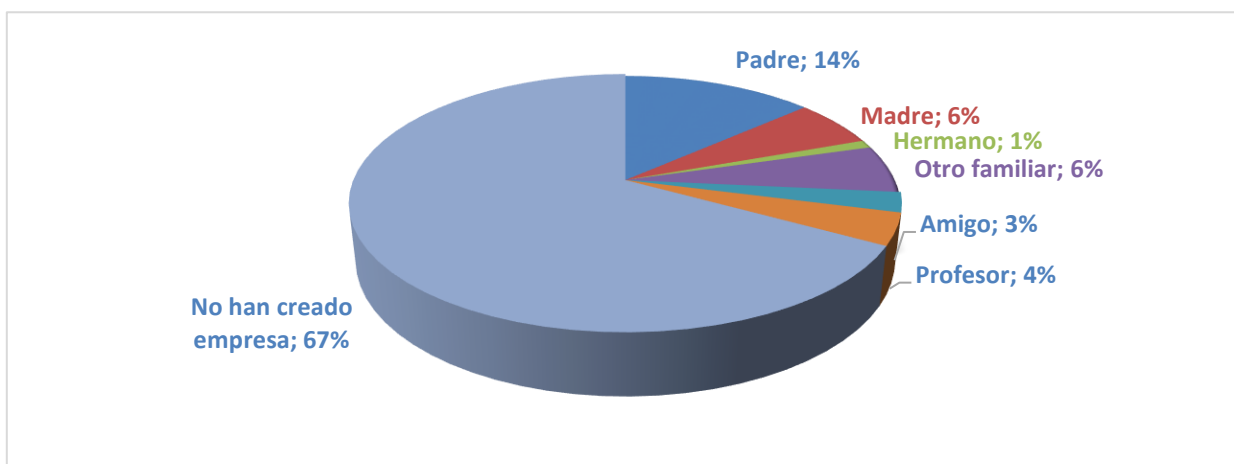


Figura 32. Familiares directos que poseen un negocio

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo que se refiere al referente profesional del estudiante en su entorno más cercano, resultado como mayor referente profesional los padres de los estudiantes con un 34% aunque de este porcentaje solo un 13.50% poseen negocio, finalmente eligieron a las madres, hermanos y otros conocidos del entorno del estudiante con un 12.5%, de esto un 6% de madres poseen negocio, y un 7% los hermanos con un 1% posee negocio propio.

En lo que tiene que ver con el referente profesional del estudiante en un entorno menos cercano como otros familiares, amigos o de su ambiente universitario como profesores, resultado que los estudiantes eligieron a otros familiares como tíos, abuelos, etc. como referentes profesionales con un 20.5% de los cuales un 6% tienen negocio propio, seguido a ellos eligieron a sus profesores con un 17.5% del cual un 4% posee un negocio, otros conocidos del entorno del estudiante con un 12.5%, otros referentes profesionales con un 2% pero sin negocio alguno, para concluir un 67% no poseen negocio propio.

2.6.6.8 Experiencias en cursos de emprendimiento.

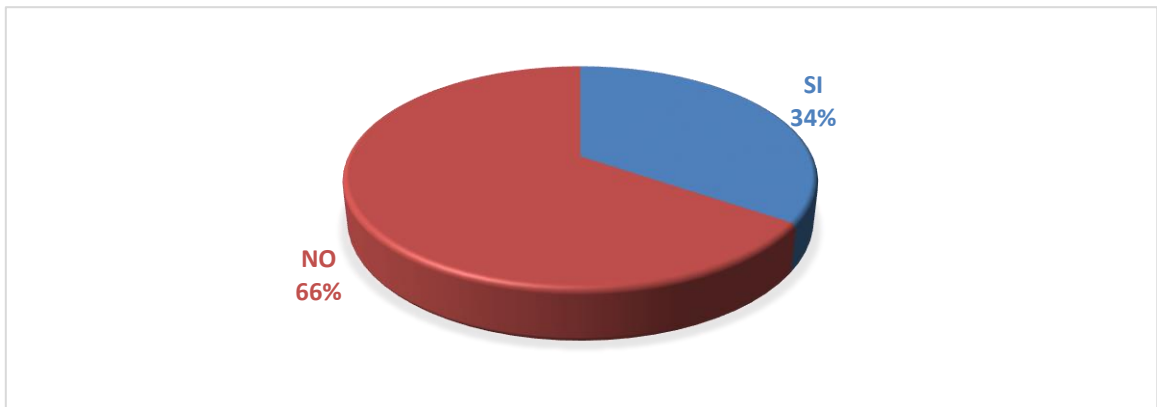


Figura 33. Experiencia en cursos de emprendimiento

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo referente a la experiencia que tengan los estudiantes en cursos de emprendimiento el resultado fue 34% de ellos han recibido algún curso de emprendimiento, mientras que un 66% no han tenido experiencia con curso alguno, pese a que se vienen incluyendo asignaturas de emprendimiento de a poco en las facultades sigue siendo bajo el nivel de emprendimiento impartido al estudiante de parte de la universidad.

2.6.6.9 Se han involucrado los padres en el mundo empresarial.

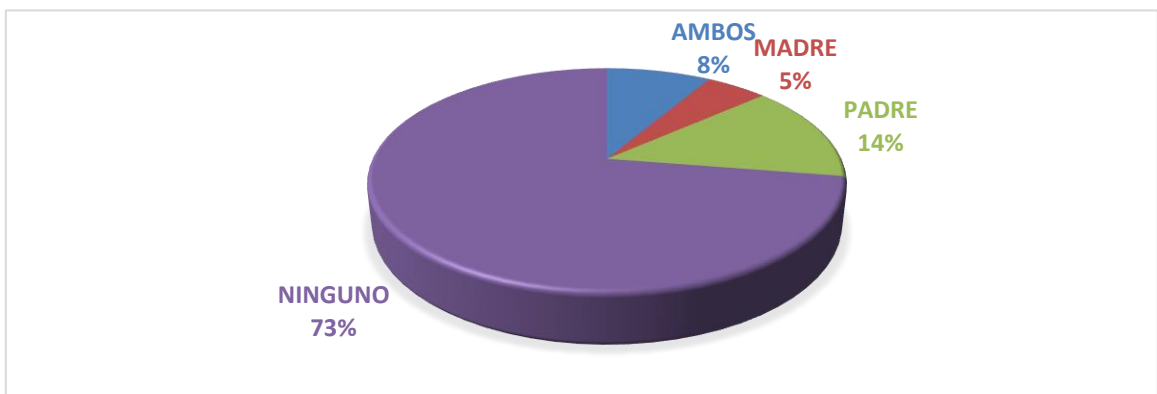


Figura 34. Padre/ madre ha sido empresarios

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Un 27 % de los padres de los estudiantes son o han sido empresarios, de estos un 14% son padres, un 5% madres y un 8% ambos padres son o han sido empresarios, mientras un 73% no lo han sido, claramente se observa que en su mayoría los padres de los estudiantes no han ingresado al mundo empresarial.

2.6.7.0 Participación actual en la creación de una empresa.

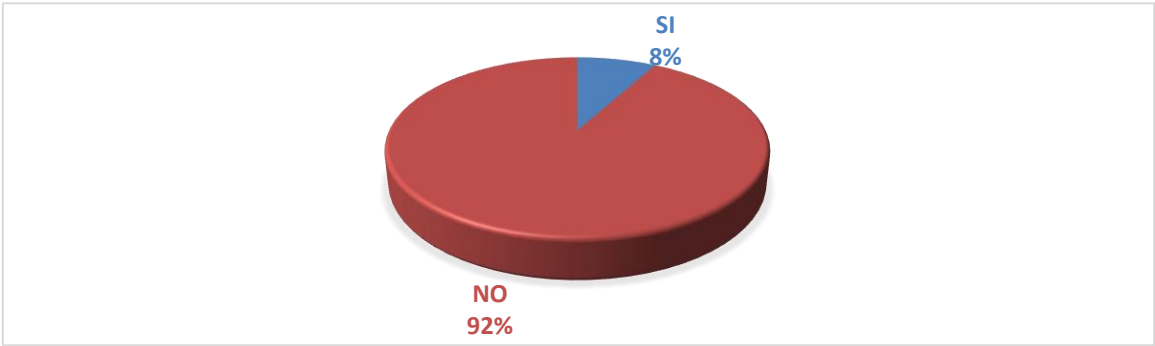


Figura 35. Participación actual en la creación de una empresa

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Solo un 8% de los estudiantes encuestados dicen estar involucrados actualmente en la creación de una empresa, pese a que un 92% no está involucrado actualmente en la creación de una empresa, esto puede deberse en parte a la modalidad de la universidad y a la escasa experiencia de parte del estudiante.

2.6.7.1 Experiencia laboral de la población encuestada.

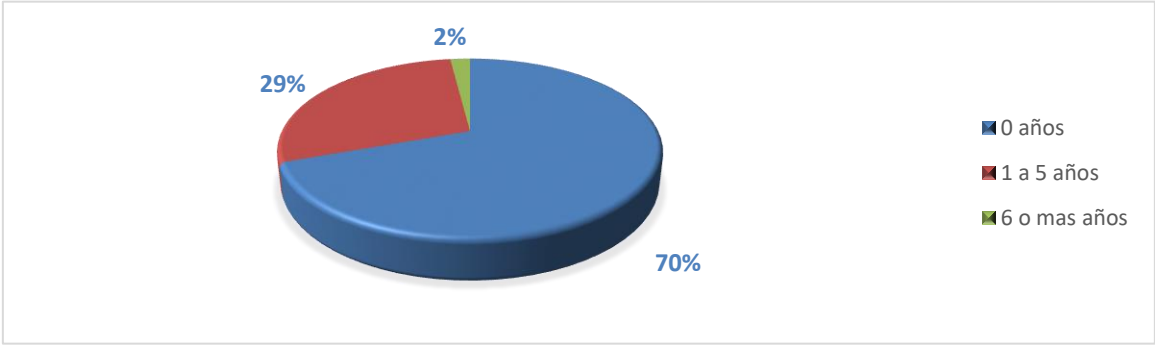


Figura 36. Experiencia laboral de la población encuestada

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

La experiencia laboral de la población encuestada es baja ya que un 69% no tiene experiencia trabajando, esto puede ser debido al promedio de edad bajo y a la modalidad de estudios de los alumnos objeto de estudio, también puede ser por la exigencia que implica estudiar y trabajar al mismo tiempo, sin embargo un 29% si tiene experiencia laboral probablemente los de mayor edad y los que necesitan laborar para subsistir por lo menos han trabajado entre 1 a 5 años , también existió un 2% de estudiantes con una experiencia laboral de hasta 20 años.

2.6.7.2 Principales factores que incentivan escoger una carrera emprendedora.

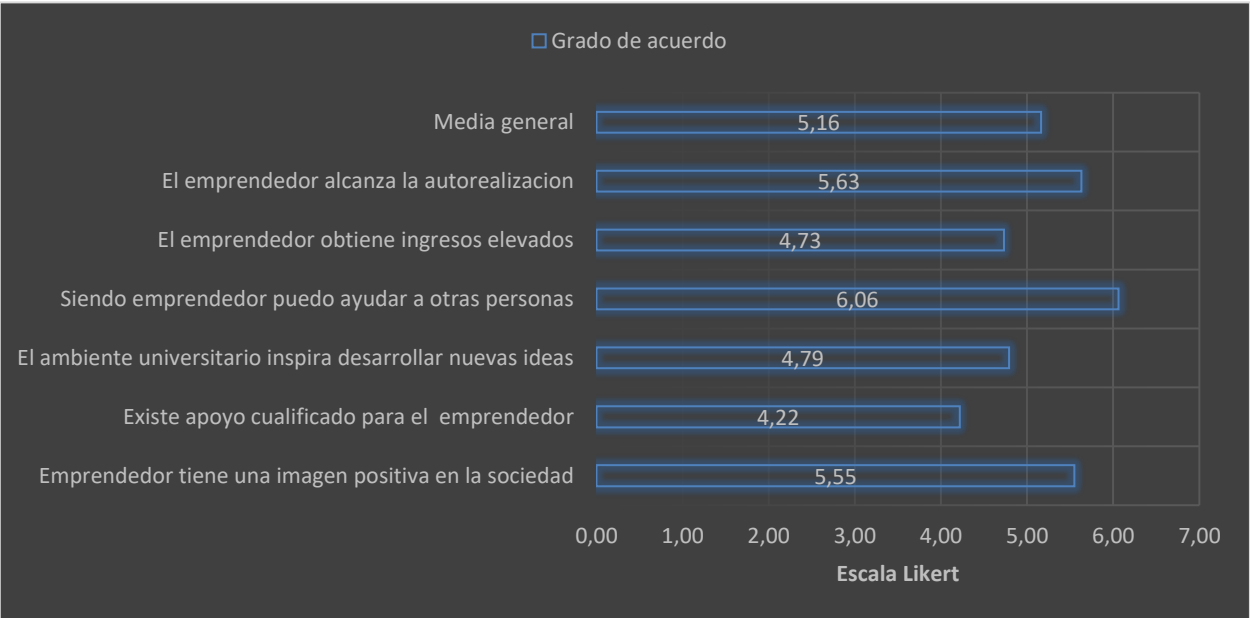


Figura 37. Principales incentivos del contexto en general
 Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes
 Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo que se refiere a las afirmaciones sobre lo que le supone un incentivo al estudiante como motivación para escoger una carrera el incentivo con más grado de acuerdo y con una promedio de 6.06 fue la afirmación que señala que siendo emprendedor se puede ayudar a otras personas, es con lo que más se identificaron los estudiantes, sin embargo también hubo una afirmación que no supero la media (5.16) fue la de menor acuerdo dentro de todos los incentivos de este bloque y fue la que se refiere a que existe apoyo cualificado para los emprendedores este ítem obtuvo una promedio de 4.22 siendo el de menor promedio de la lista.

2.6.7.3 Valoración del entorno universitario.

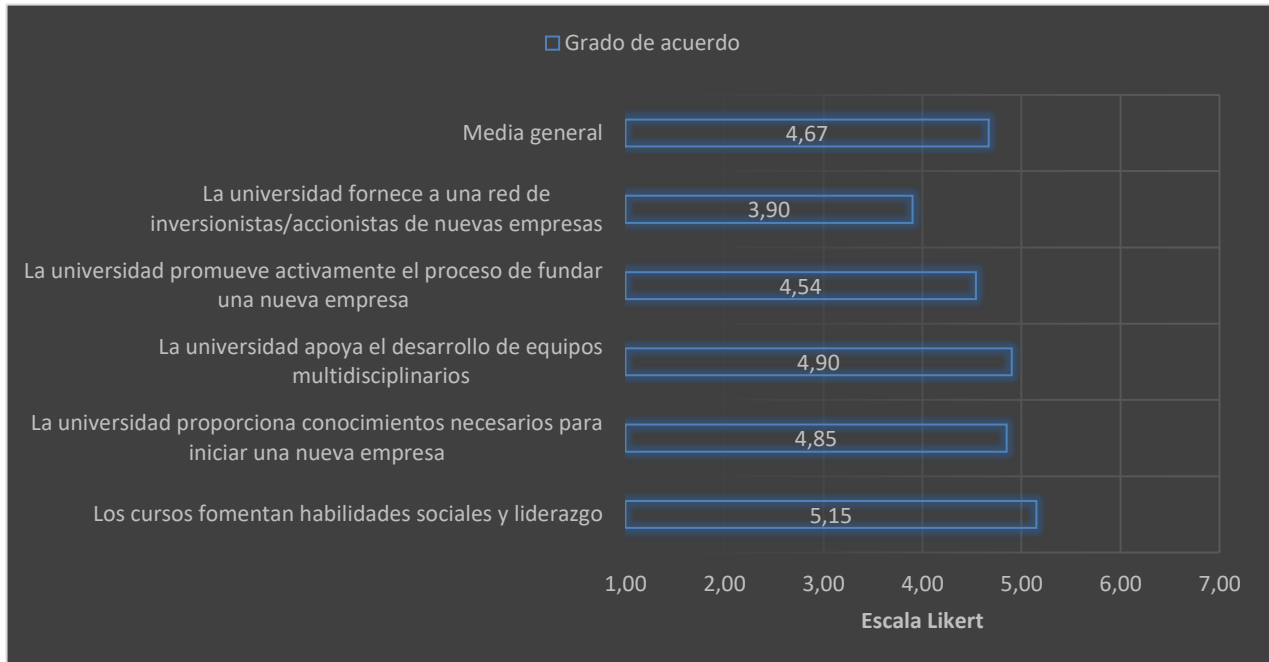


Figura 38. Valoración del entorno universitario de los estudiantes

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este bloque se analizó los aspectos que consideran los estudiantes como importantes, sobre el apoyo que reciben de su universidad y que les motiva para optar por una carrera emprendedora, el principal aspecto que valoraron fue el de recibir cursos para fomentar sus habilidades y liderazgo este factor fue el más importante para los estudiantes (5.15), el factor donde el grado de acuerdo fue menor a la media (4.67) es que su universidad les brinda la oportunidad de obtener ayuda de accionistas e inversionistas de nuevas empresas (4.07), sin embargo la media fue importante con un 4.67.

2.6.7.4 Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora.

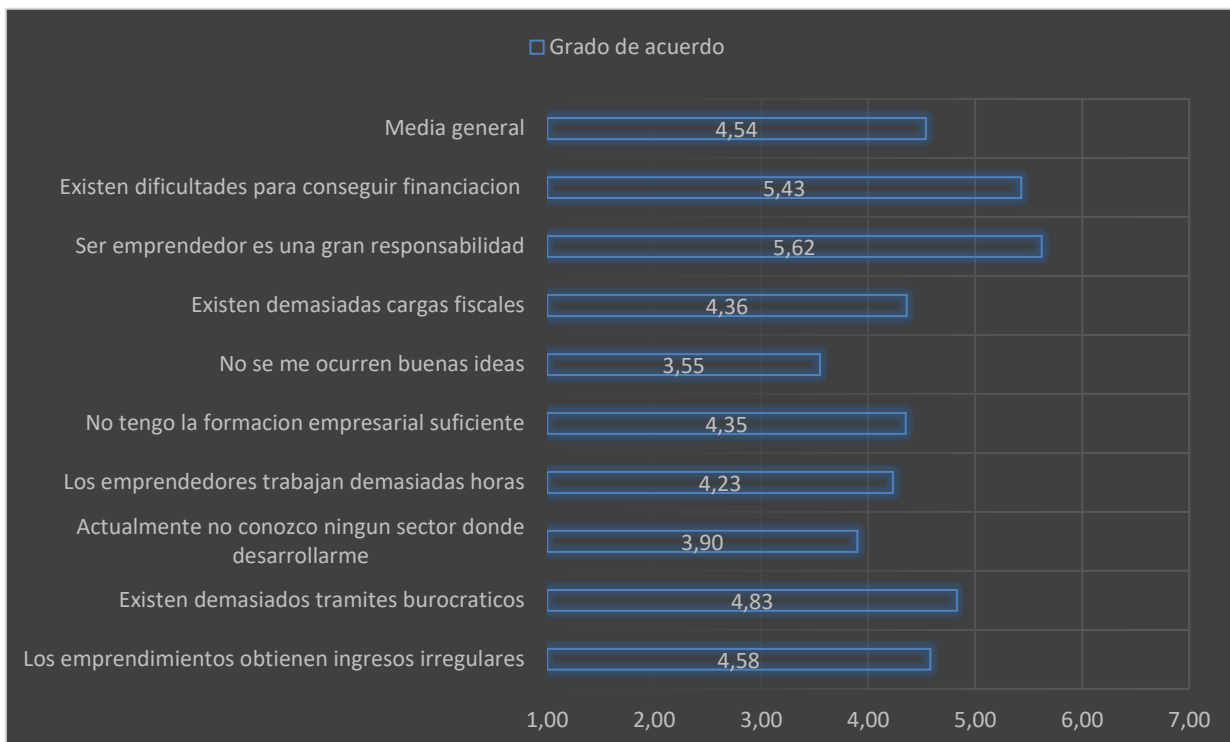


Figura 39. Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este bloque se quiso conocer cuáles son los principales obstáculos que consideran importantes los estudiantes al momento de optar por una carrera emprendedora, el principal obstáculo señalado fue la responsabilidad que conlleva ser un emprendedor (5.62), luego la financiación para poner en marcha sus negocios (5.43), en lo que se manifestaron en poco acuerdo es que el no tener buenas ideas sea un obstáculo (3.55), por debajo de la media (5.62).

2.6.7.5 Análisis de la actitud personal hacia el emprendimiento.

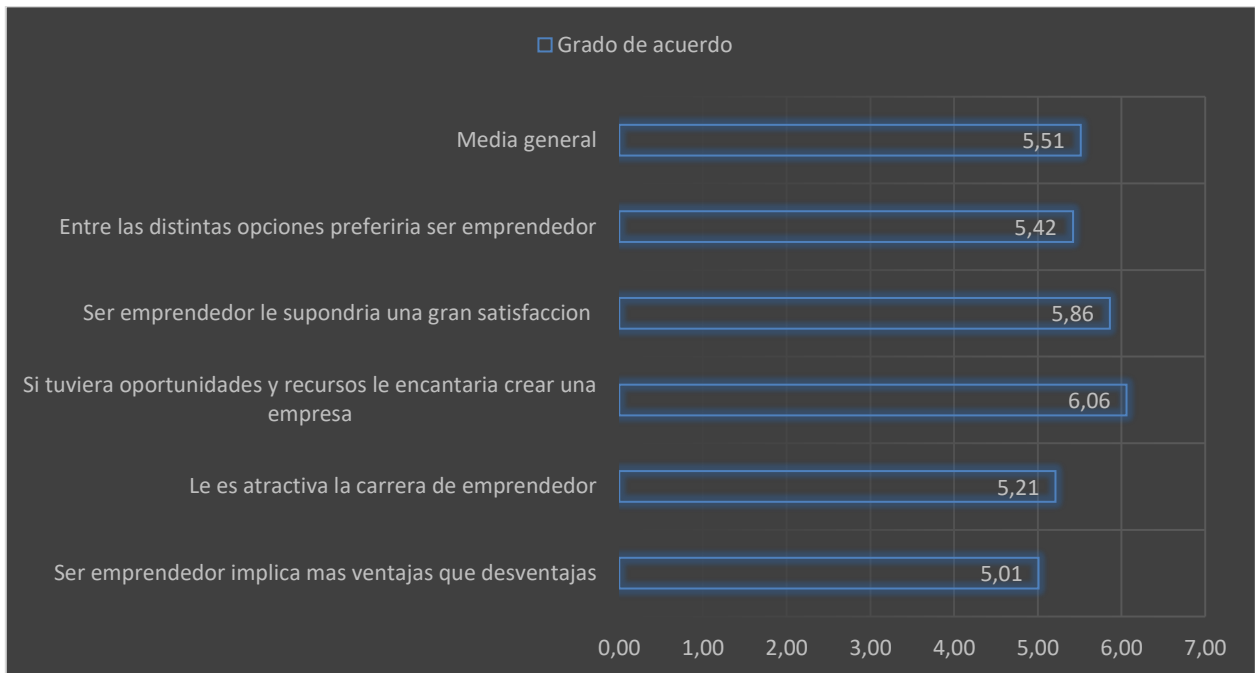


Figura 40. Actitud personal hacia el emprendimiento

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo que se refiere a la actitud hacia el emprendimiento los estudiantes demostraron estar en un alto grado de acuerdo con un promedio de 5.42, la afirmación que tiene un grado más alto de acuerdo es la que menciona que si tuvieran los recursos necesarios y las oportunidades les encantaría crear una empresa, (6.06), demostrando el gran espíritu emprendedor de parte de los alumnos, igualmente ser emprendedor les supondría una gran satisfacción y las ventajas son mayores que las desventajas al escoger una carrera emprendedora.(5.01).

2.6.7.6 Análisis de la intención emprendedora de los universitarios.

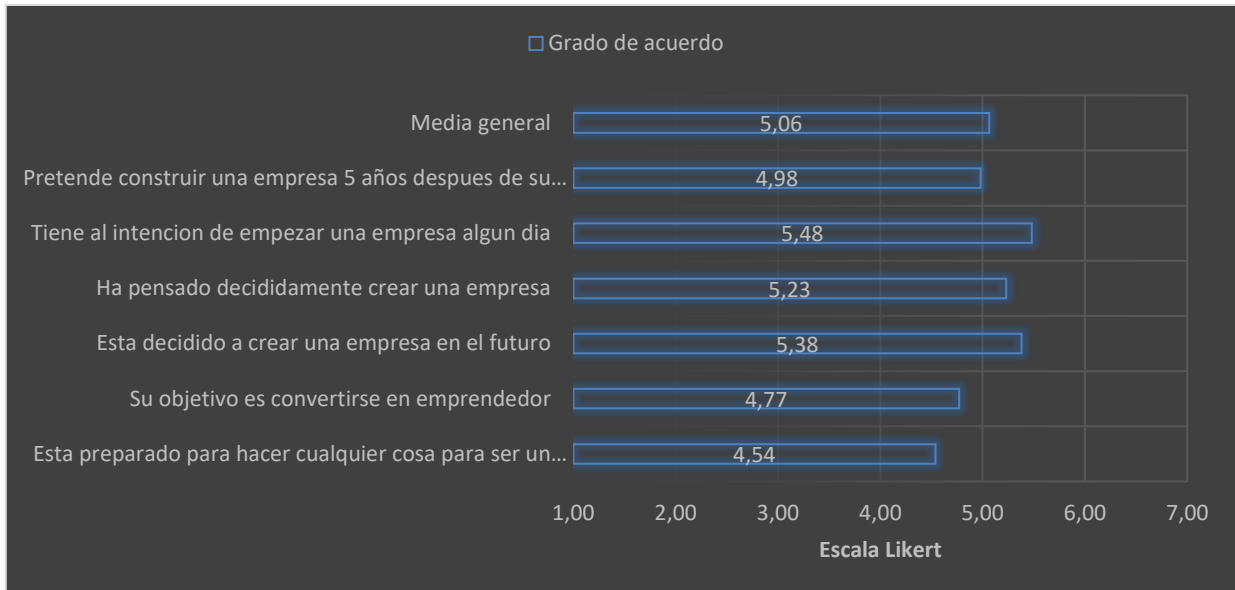


Figura 41. Intención de ser emprendedor

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo que se refiere a la intención de ser emprendedor los estudiantes se manifestaron mayoritariamente a favor de la predisposición que tienen hacia el emprendimiento el promedio alcanzo un 5.06, siendo la de mayor acuerdo la afirmación que mencionan la intención de crear su propia empresa en 5 años esto demuestra claramente la intención de emprender de parte de los estudiantes y su decisión a futuro de gestionar su negocio propio (5.30).

2.6.7.7 Intención de ser emprendedor.



Figura 42. Elección entre auto empleo propietario-gestor de negocio o asalariado en una empresa

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

La mujer emprendedora resulto tener una mayor predisposición al emprendimiento al preferir crear o gestionar su propia empresa que el hombre emprendedor, con una diferencia de 0.32 a favor de la mujer, esto demuestra que en la actualidad la mujer se ha ganado espacio en el mundo empresarial, la mujer emprendedora tiene una visión más ambiciosa a conformarse con ser empleada asalariada de alguna empresa, sin embargo, tanto hombre como mujer tienen la intención de gestionar su propia empresa.

2.6.7.8 Probabilidad de gestionar su propia empresa en los próximos 5 años.

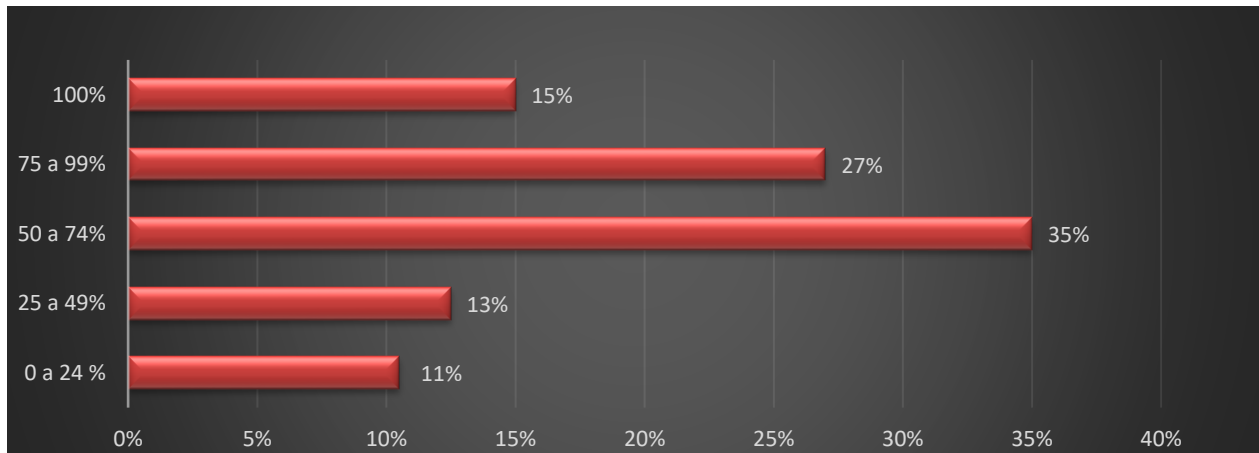


Figura 43. Probabilidad de gestionar su propia empresa en 5 años

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Sobre la probabilidad de gestionar su propia empresa en los próximos 5 años un 15% señaló que la totalidad están seguros de dirigir su propia empresa en 5 años, mientras que un 10.5 % señaló lo contrario es decir que no se ven en 5 años manejando su propia empresa en los absoluto, por otro lado un 35 % cree que existe posibilidades medias de lograr este objetivo es decir un cincuenta por ciento de probabilidad en todo caso se demuestra una mayor probabilidad de lograrlo con un 42 por ciento por encima de la media contra un veinte y tres por ciento de no alcanzarlo por debajo de la media.

2.6.7.9 Creatividad.

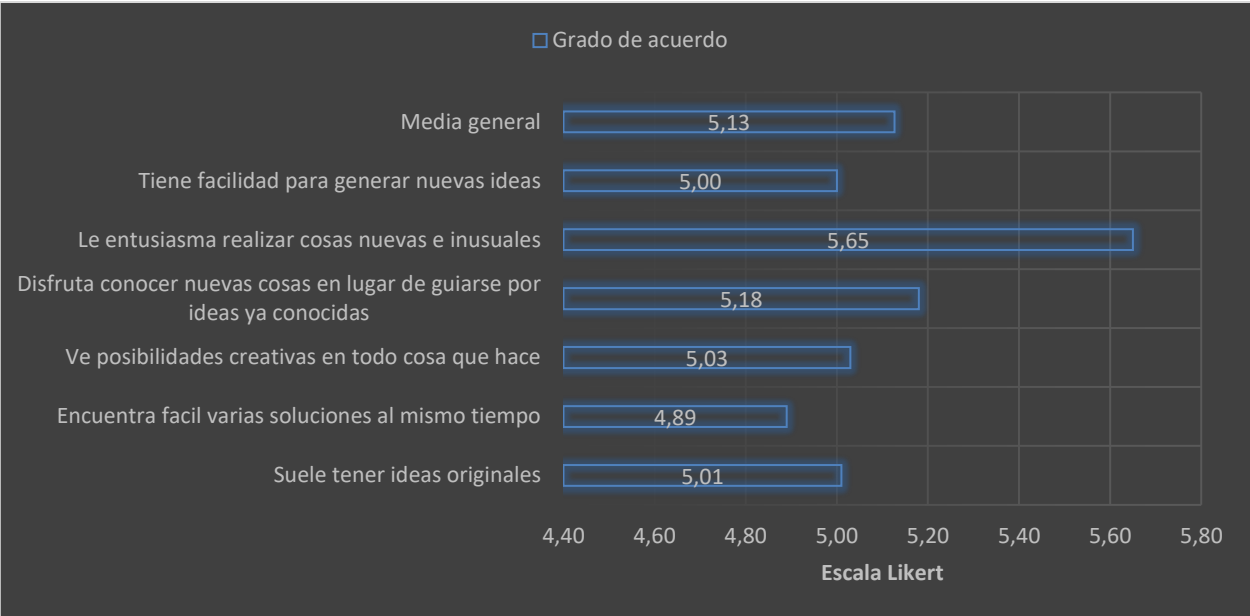


Figura 44. Creatividad

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo que se refiere a las competencias que debe poseer el emprendedor en este bloque se analiza la creatividad del emprendedor, los estudiantes respondieron estar de acuerdo con estas afirmaciones en su mayoría con un promedio de 5.13, esto demuestra la confianza que tienen los estudiantes en lo que se refiere a su capacidad creativa, contar con la capacidad de aplicarla en todo obstáculo u oportunidad que se podría presentar, están muy de acuerdo con su entusiasmo por hacer cosas nuevas e inusuales (5.65)

2.6.8.0 Aversión al riesgo.

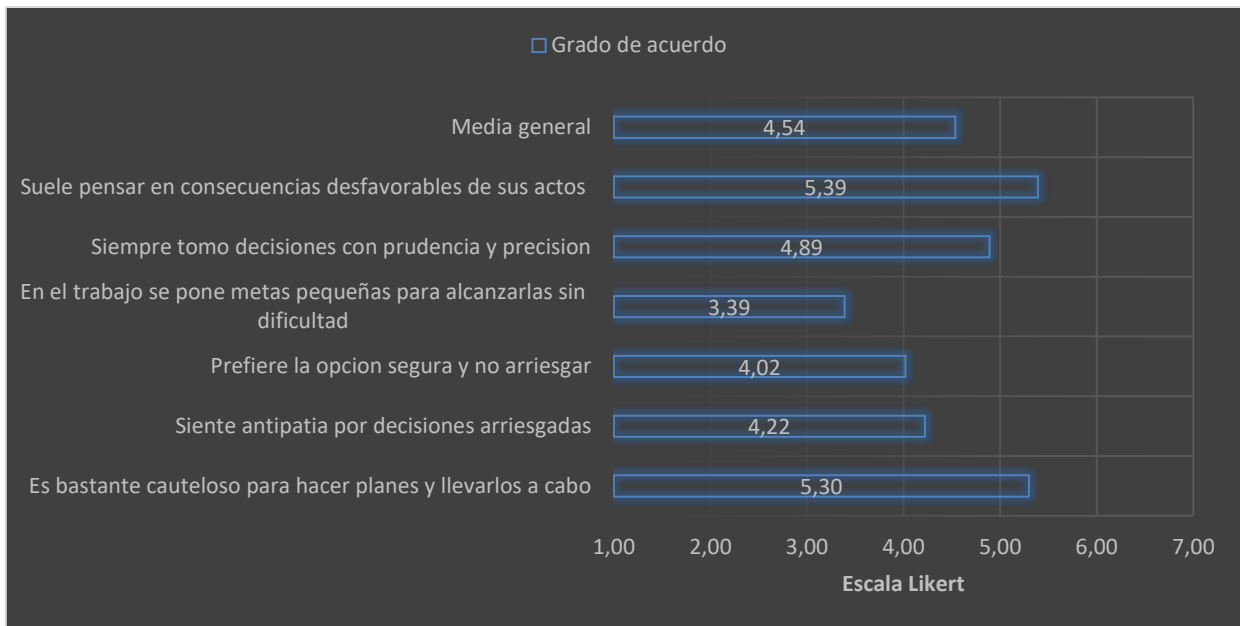


Figura 45. Aversión al riesgo

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Respecto a la aversión al riesgo el estudiante emprendedor demostró correr riesgos pero de manera moderada, es decir suele pensar en la consecuencias de sus actos (5.39), es decir son bastante cautelosos para hacer planes y llevarlos a cabo (5.30), en lo que no están de acuerdo es que en sus trabajos se pongan metas pequeñas para alcanzarlas (3.39) el estudiante emprendedor es consciente de los riesgos que se corren por optar por esta carrera emprendedora por eso la media refleja un promedio de (4.54).

2.6.8.1 Escala de locus de control.

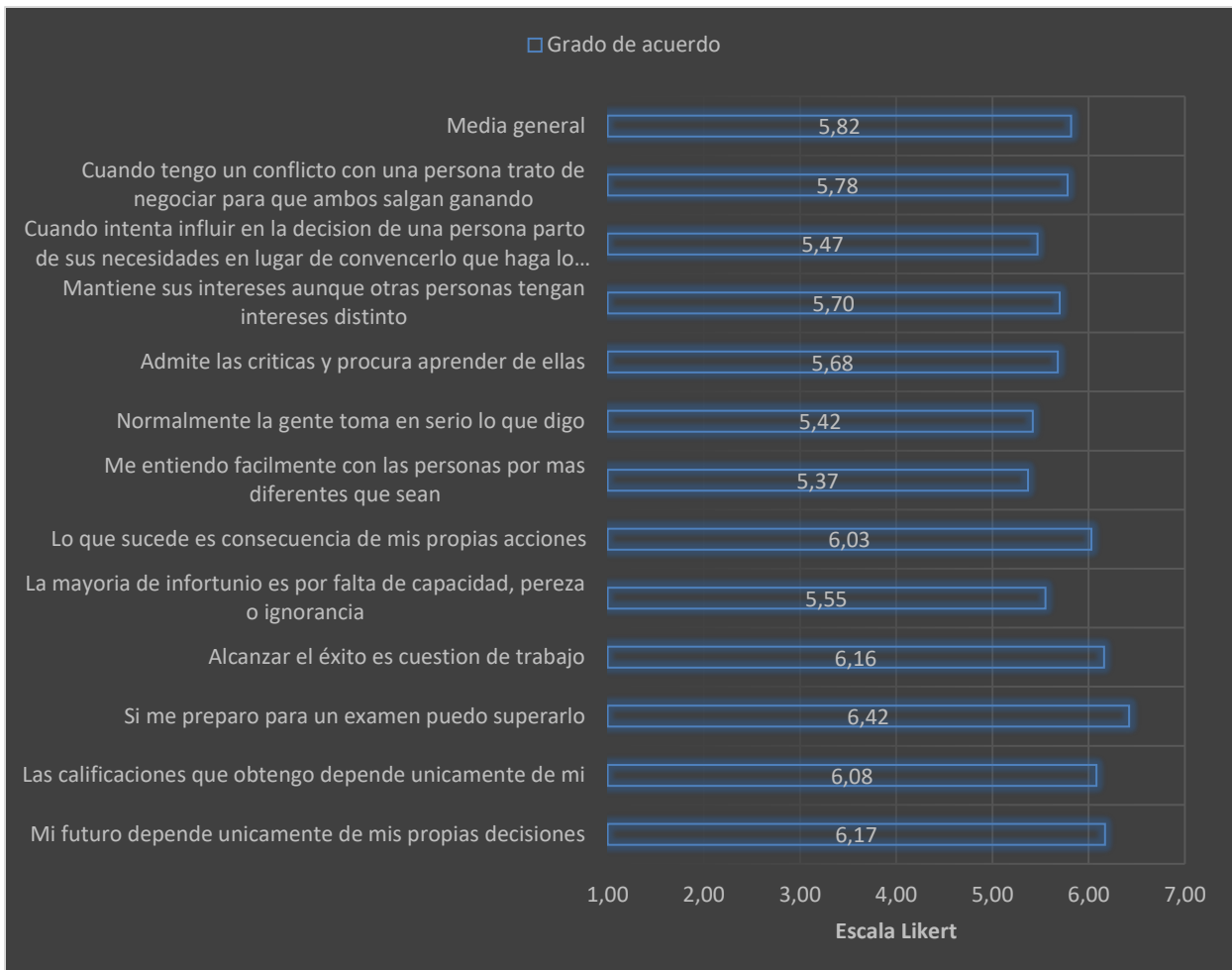


Figura 46. Escala de locus control

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este bloque se pretendió conocer el grado en que el emprendedor universitario percibe el éxito o el fracaso de su conducta como dependiente de si mismo o del contexto, el resultado que arrojó fue un promedio de 5.82, demostrando un nivel importante de acuerdo con las afirmaciones, se ha demostrado el grado de compromiso que tiene el emprendedor consigo mismo y su entorno, teniendo una autocrítica constructiva y un nivel de responsabilidad alto. El estudiante está de acuerdo que el aprobar un examen o proyecto depende totalmente de sus capacidades para aprobarlo (6.42), por ende, sus calificaciones dependerán de ello (6.08) y por consiguiente su futuro está en sus manos y en su forma de actuar, el alcanzar el éxito es cuestión de su esfuerzo

y trabajo (6.16), en resumen, el estudiante está muy de acuerdo con que su proactividad y conocimientos los llevará a conquistar sus ideales y objetivos.

2.6.8.2 Proactividad.

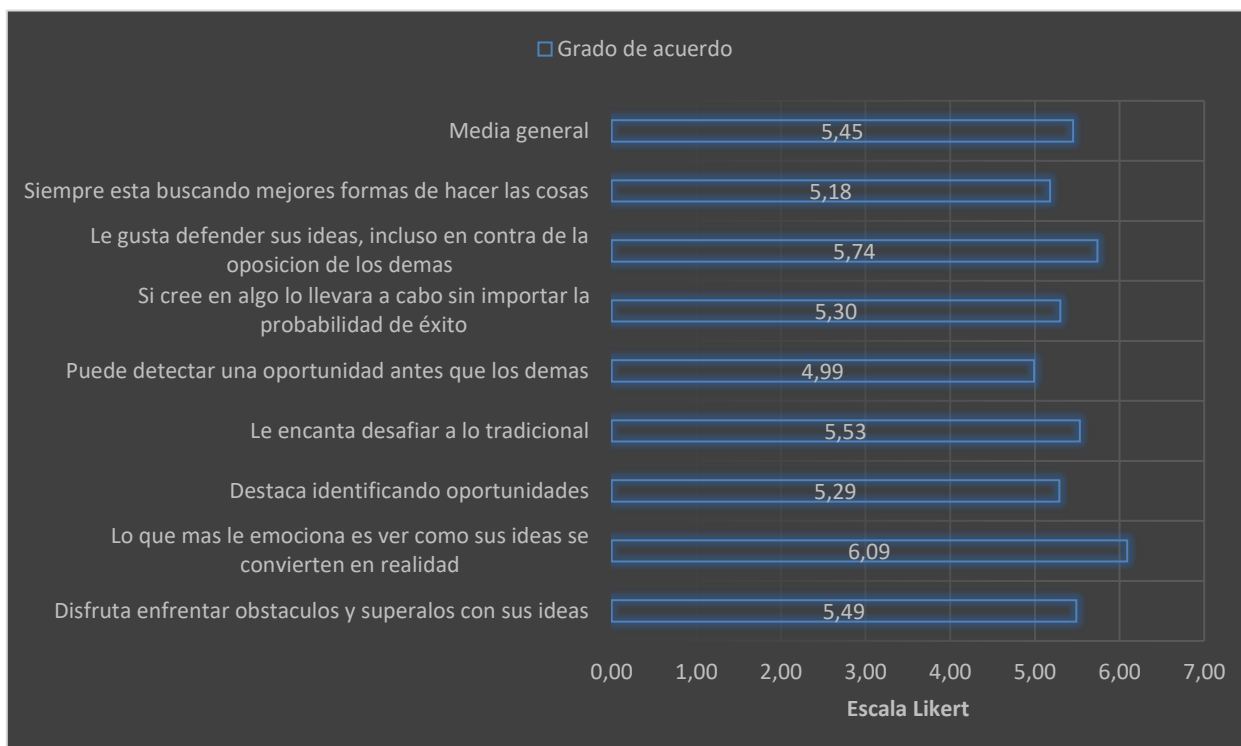


Figura 47. Proactividad

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo que se refiere a la proactividad el emprendedor universitario expreso su predisposición a actuar y su grado de satisfacción por hacer realidad sus ideas (6.09), defendiéndolas con argumentos aun en contra de la oposición de los demás (5.74), desafiando lo tradicional, disfrutando el enfrentar obstáculos y superarlos con sus ideas, detectando una oportunidad antes que los demás, con alto nivel de acuerdo con una media de 5.45.

2.6.8.3 Autoeficacia, seguridad y conocimientos del negocio.

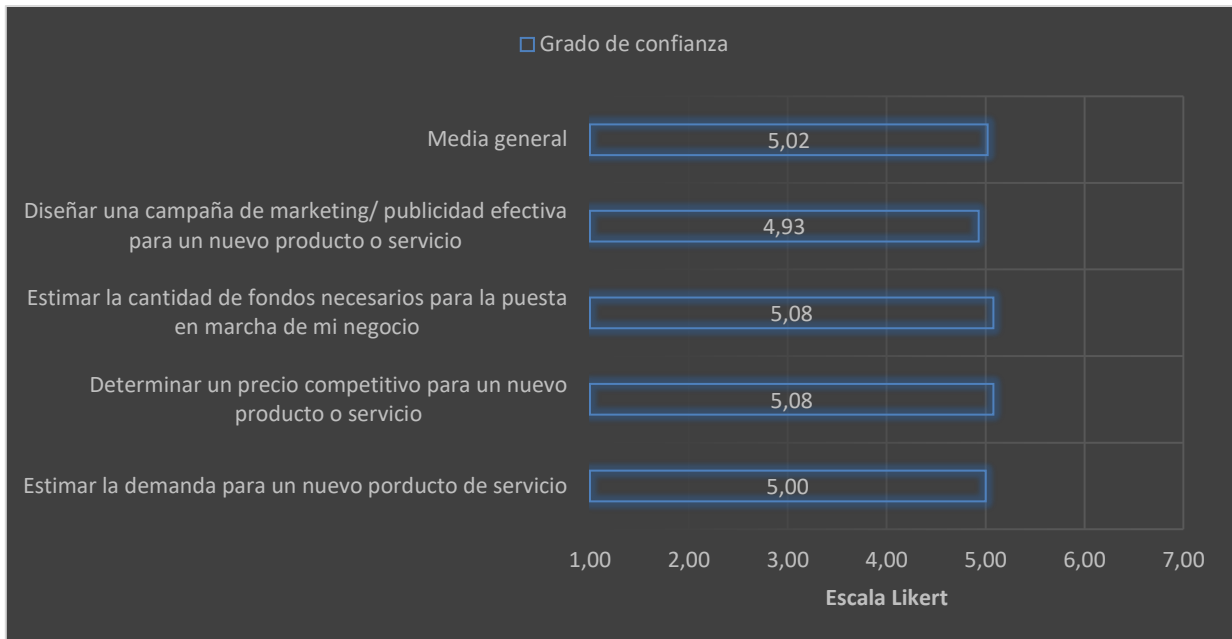


Figura 48. Autoeficacia, conocimientos de marketing

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este primer apartado se deseaba conocer la confianza que tienen los estudiantes respecto a sus conocimientos de marketing necesarios para gestionar un negocio la respuesta dio un promedio de 5.02, demostrando un grado de confianza alto de parte de los estudiantes respecto a poseer estas habilidades, en general el estudiante confía en su capacidad para ser eficaces en estos conocimientos necesarios para desarrollarse como un emprendedor de éxito.

2.6.8.4 Autoeficacia, seguridad y conocimientos del negocio.

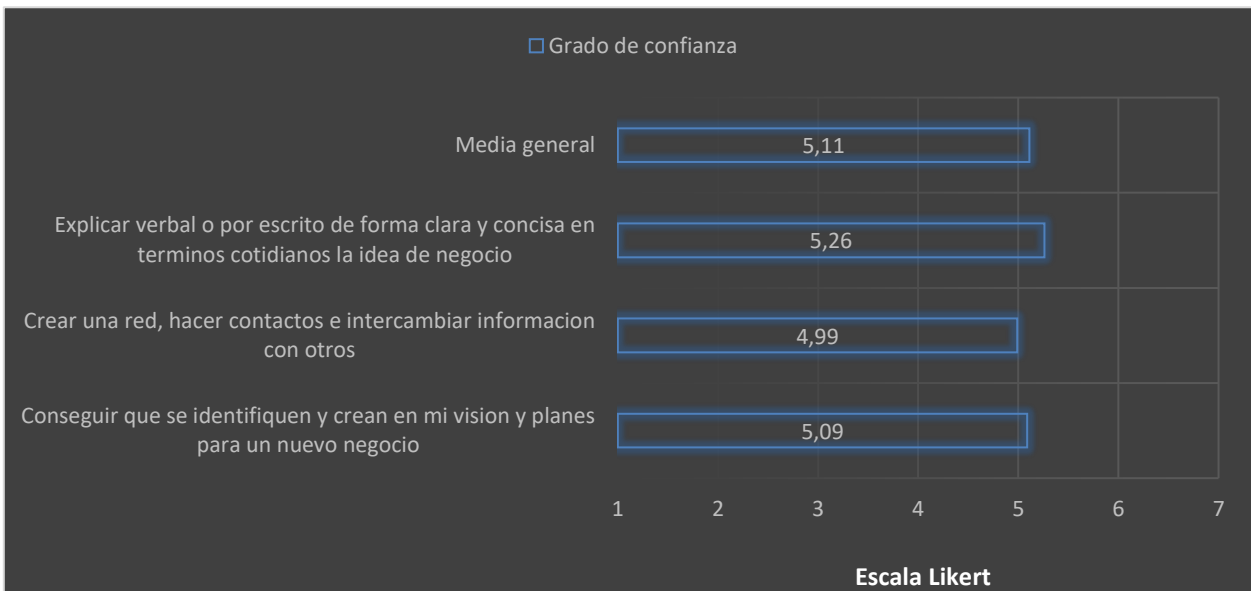


Figura 49. Autoeficacia, capacidad de convencimiento.

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este segundo apartado se deseó conocer el grado de confianza del estudiante respecto a su capacidad de convencimiento mediante una forma de expresión correcta y precisa generando compromiso e identificación con sus ideales de parte de terceros, el resultado fue un promedio de 5.11, demostrando el alto nivel de confianza del emprendedor con estas habilidades.

2.6.8.5 Autoeficacia, administración del talento humano

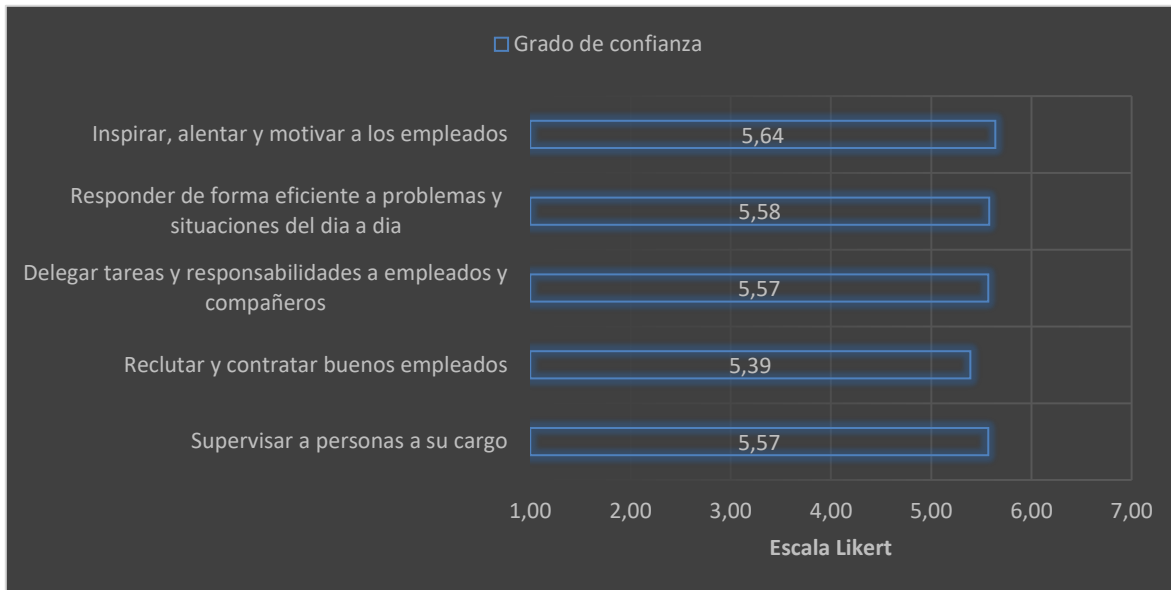


Figura 50. Autoeficacia, capacidad de administración del talento humano

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este tercer apartado se preguntó sobre el grado de confianza sobre capacidades de gestionar exitosamente el talento humano, los resultados dieron un promedio de 5.64 siendo el más alto de las cuatro afirmaciones de este bloque demostrando su total confianza en su capacidad de administrar, supervisar y motivar adecuadamente las personas que están o estarían a su cargo mientras gestionan un negocio.

2.6.8.6 Autoeficacia, capacidad contable - financiera.

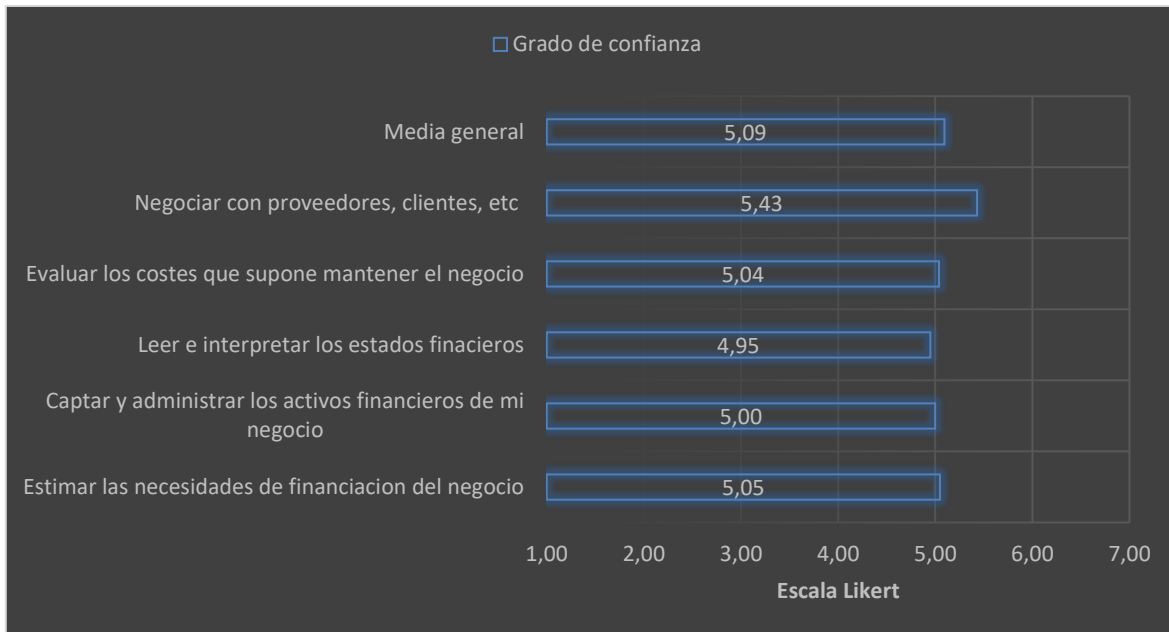


Figura 51. Autoeficacia, capacidad contable financiera

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este cuarto y último apartado sobre las capacidades del individuo y su grado de confianza en las mismas, se preguntó sobre conocimientos y habilidades específicas para administrar un negocio con éxito el resultado del mismo arrojó una media de 5.09 demostrando un grado alto de confianza en estas capacidades para administrar adecuadamente y con éxito una empresa, siendo la de mayor acuerdo el negociar con proveedores, clientes, etc. (5.43).

2.6.8.7 Control de emociones.

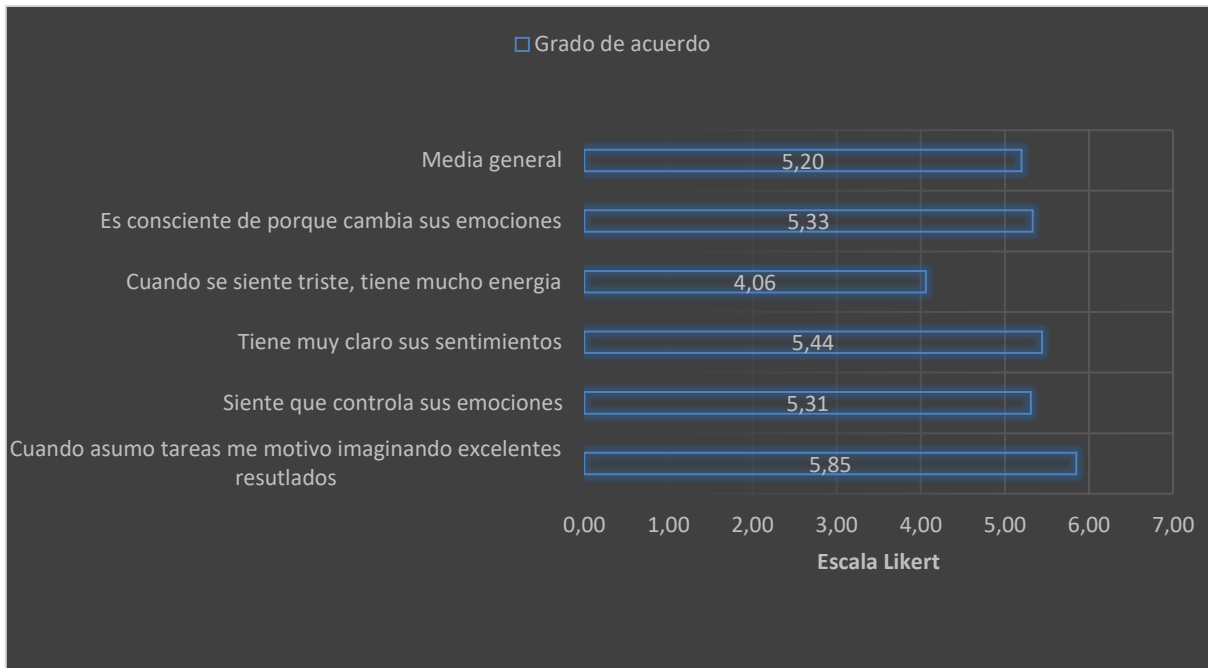


Figura 52. Inteligencia emocional

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Este bloque se refiere al control de emociones que tienen los estudiantes ante diferentes situaciones, el promedio reflejado es de 5.40, demuestra que el estudiante cree en su capacidad emocional ante diferentes situaciones que necesiten del control de sus emociones y sentimientos ante decisiones que deba tomar de manera inmediata y ante condiciones adversas, sin duda el estudiante se motiva imaginando excelentes resultados en sus tareas así lo indica un promedio de 5.85, pero consciente del porque cambia sus emociones (5.33).

2.6.8.8 Importancia del entorno social más cercano.

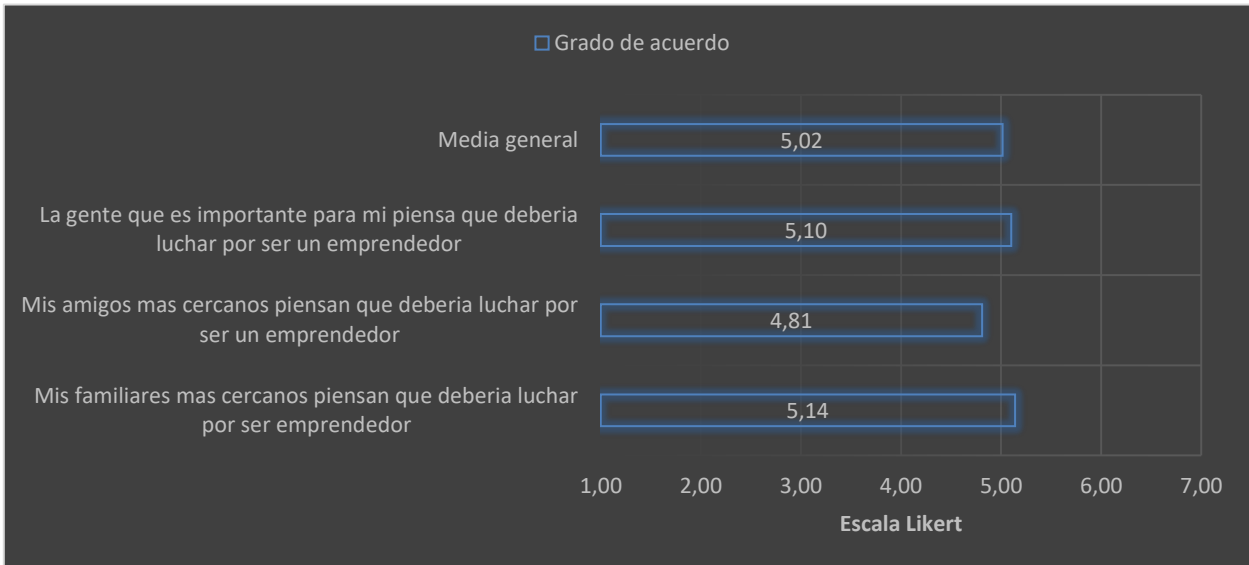


Figura 53. Valoración del entorno social más cercano de los universitarios entrevistados

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este apartado el estudiante emprendedor respondió a la importancia que le dan a la opinión de la gente más cercana como amigos y familiares sobre su decisión de luchar por ser emprendedor, con un resultado superior de 5.02, esto indica que el nivel de importancia de la gente más cercana para el estudiante emprendedor es trascendental para seguir luchando por una carrera emprendedora, prevaleciendo en importancia la opinión de sus familiares más cercanos (5.14).

2.6.8.9 Importancia del entorno social más cercano.

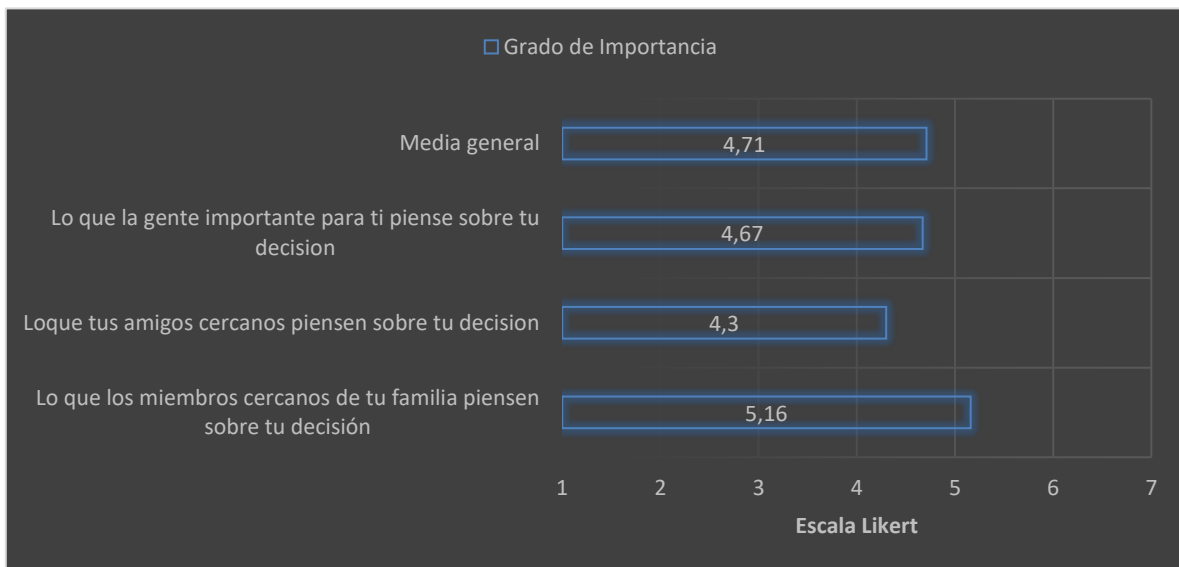


Figura 54. Importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano los universitarios

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Se puede observar que el nivel de importancia que le da el emprendedor a la opinión que tienen sus familiares y amigos más cercanos sobre la decisión de luchar por una carrera emprendedora es alto, así lo refleja el resultado promedio de 4.71, la opinión que menos les importa con un promedio de 4.30 son los amigos ya que la familia obtuvo una media de 5.16. se ha demostrado que la opinión de la familia prevalece en importancia para el emprendedor.

2.7 Comparación de resultados en ambas universidades estudiadas

Entre las características evaluadas entre las dos universidades se dieron diferencias y semejanzas que se describirán a continuación en las siguientes gráficas:

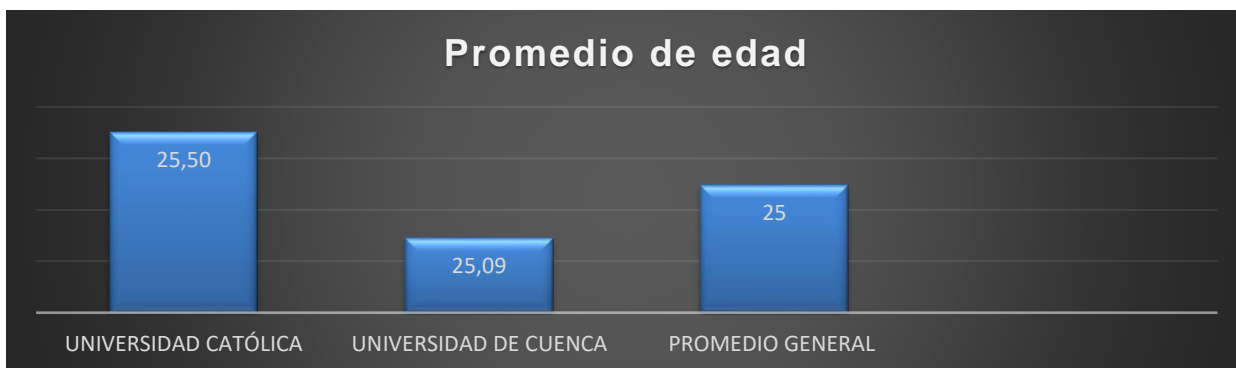


Figura 55. Edad promedio ambas universidades

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

El promedio de edad de las dos poblaciones investigadas es de 25 años, en un rango comprendido entre los 17 años hasta los 50.

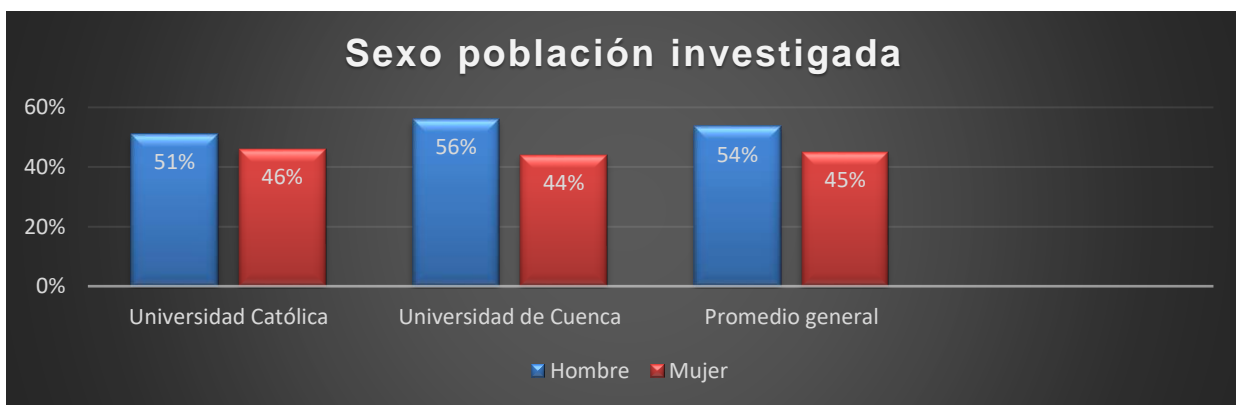


Figura 56. Promedio genero ambas universidades

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En ambas poblaciones investigadas el sexo masculino prevaleció ante el femenino siendo mayor la diferencia en la Universidad de Cuenca, igualmente en el promedio general de las dos universidades la diferencia fue de 9 puntos porcentuales entre hombre y mujer.

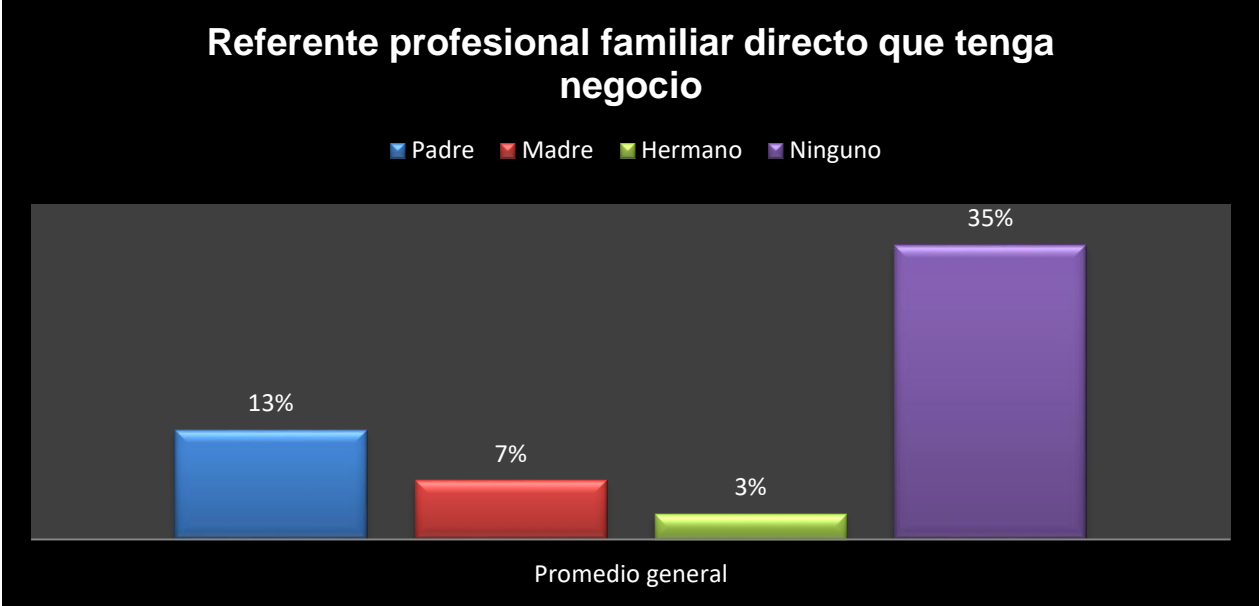


Figura 57. Promedio Familiar referente profesional con negocio propio, ambas universidades

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En las dos poblaciones investigadas un 35% de la población universitaria indicó que dentro de su grupo familiar más cercano padre, madre, hermano ninguno poseen un negocio, igualmente la tendencia es la misma en el referente familiar más cercano que posee negocio en ambas universidades obtuvo un mayor porcentaje los padres que las madres con propio negocio, así mismo se observó que en las dos poblaciones no tuvo mayor participación los hermanos fue mínimo su aporte es decir no han creado empresa sino apenas un 3% de promedio entre las dos poblaciones.

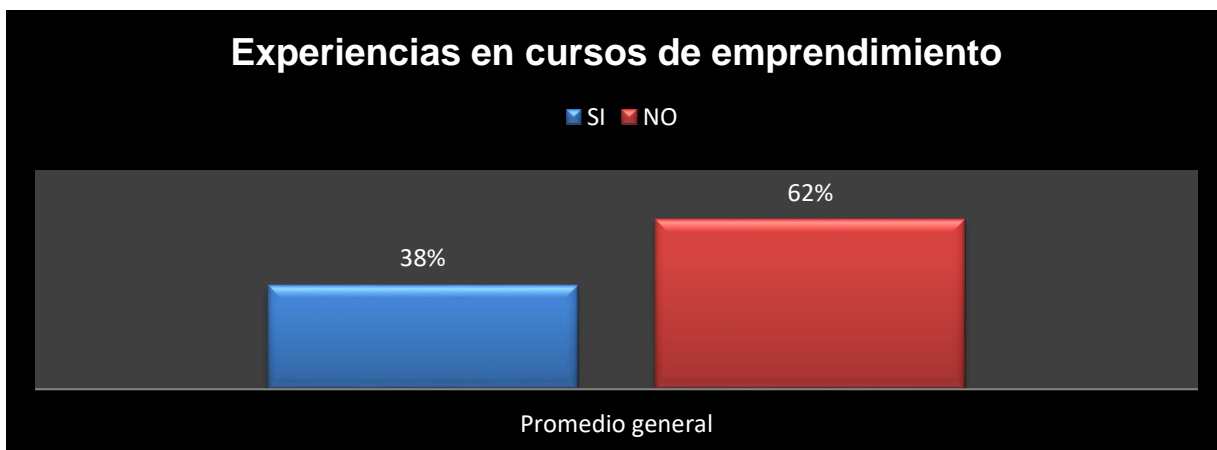


Figura 58. Experiencias del estudiante en cursos de emprendimiento ambas universidades

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Entre las dos poblaciones investigadas se observó una diferencia a favor de la Universidad Católica respecto a experiencias en cursos de emprendimiento con 8 puntos porcentuales con respecto a la Universidad de Cuenca, esto se debe a que en la Universidad Católica se imparte clases de emprendimiento a todas las carreras, así lo manifestó el encargado del departamento de emprendimiento Eco. Francisco Vintimilla, esto difiere de lo que sucede en la Universidad de Cuenca, en donde se imparte asignaturas de emprendimiento a varias carreras, pero no en su totalidad, es decir aún no está integrada toda la universidad a este proceso.

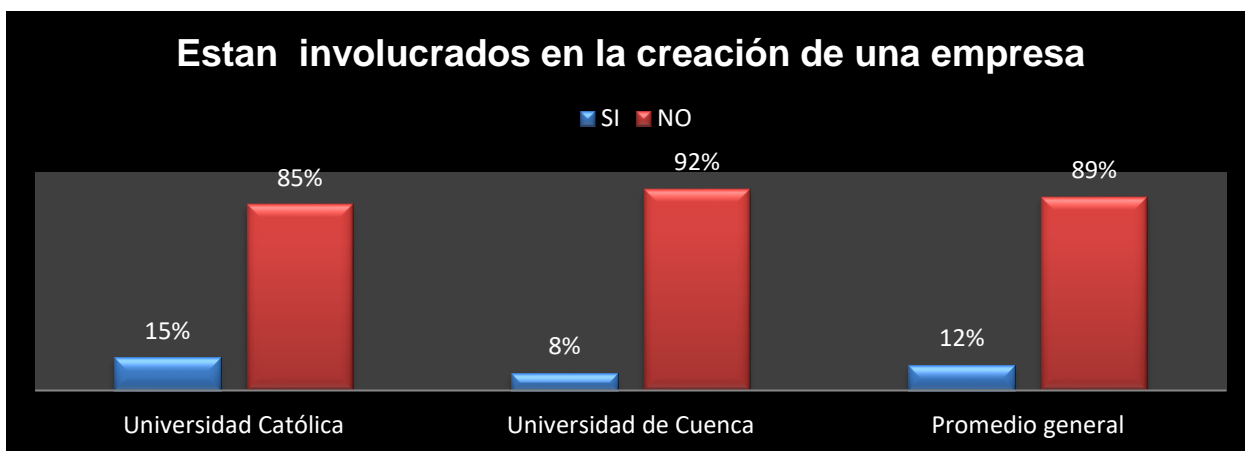


Figura 59. Participación en la creación de una empresa, porcentaje ambas universidades

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

El 12% de estudiantes entre las dos universidades investigadas están involucrados en la creación de una empresa, sin embargo, la Universidad Católica se precisa un mayor aporte a la creación de empresas por parte de sus estudiantes, en comparación a la Universidad de Cuenca, como se observa en la figura 62.

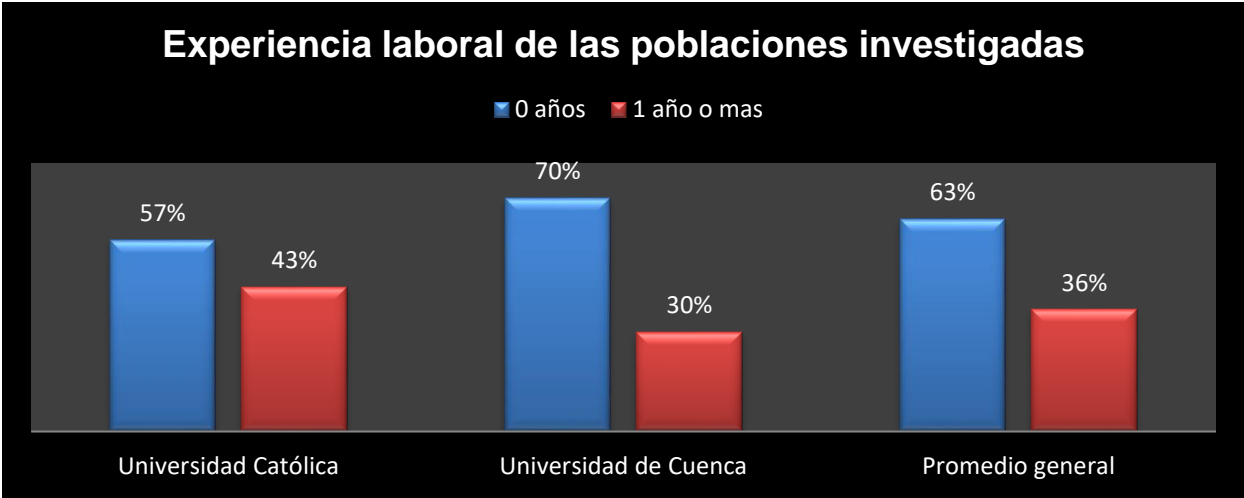


Figura 60. Experiencia laboral del estudiante, porcentaje ambas universidades

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Claramente existe una diferencia entre las dos poblaciones investigadas ya que en la Universidad Católica de Cuenca existen 13 puntos porcentuales más respecto a la Universidad de Cuenca en lo que se refiere a la experiencia laboral de sus estudiantes.

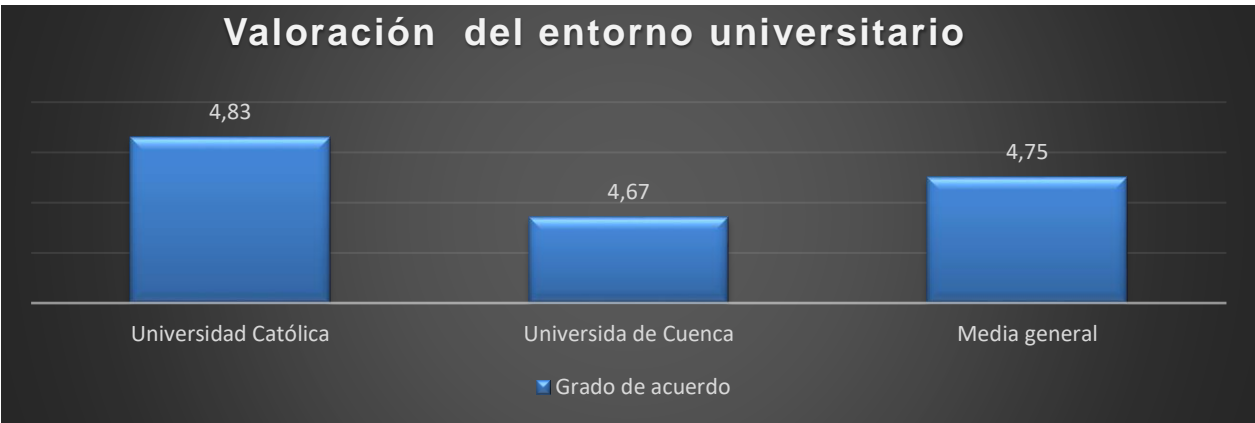


Figura 61. Incentivos para optar por una carrera emprendedora

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En este apartado se analizó la valoración que le da el estudiante a los incentivos que recibe de sus universidades para fomentar en ellos el emprendimiento, los estudiantes de la Universidad de Católica perciben una mayor motivación hacia el emprendimiento desde el entorno de su universidad, en relación a los estudiantes de la Universidad de Cuenca.



Figura 62. Actitud del estudiante hacia el emprendimiento

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo que se refiere a la actitud personal del estudiante hacia el emprendimiento existió un poco más de predisposición de los estudiantes de la universidad de Cuenca en comparación con la universidad Católica así lo demuestra un 5.51 contra un 5.48. Lo que difiere del resultado anterior (fig. 65) respecto al apoyo que les brinda la universidad.

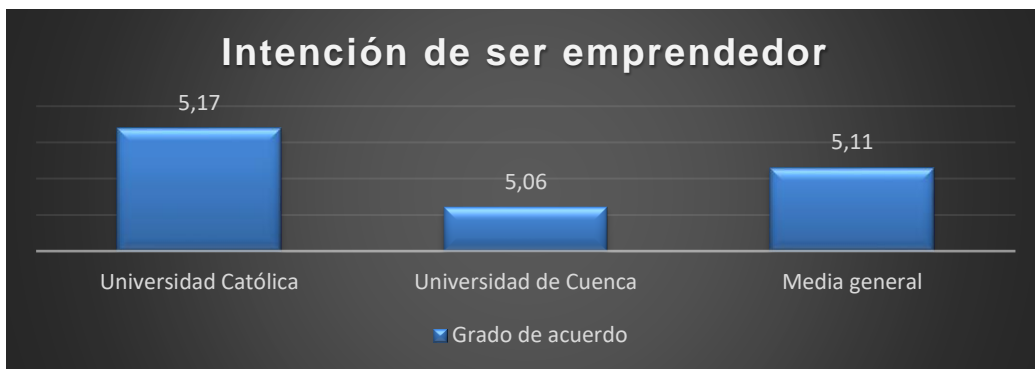


Figura 63. Intención del estudiante de ser emprendedor de ambas universidades

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Existió un poco más de intención por emprender de parte de los estudiantes de las Universidad Católica en comparación con la U de Cuenca, la diferencia fue de 0.11 con respecto de las medias de cada universidad, la media general de las dos universidades.



Figura 64. Creatividad del estudiante ambas universidades

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En el análisis de los rasgos y competencias la creatividad con la que cuentan los estudiantes como herramienta para el emprendimiento resulto ser alto en las dos universidades con un promedio general de 5.19, sin embargo, en la que existió un poco más de acuerdo fue en la Universidad Católica con 0.15 más en el promedio de cada universidad

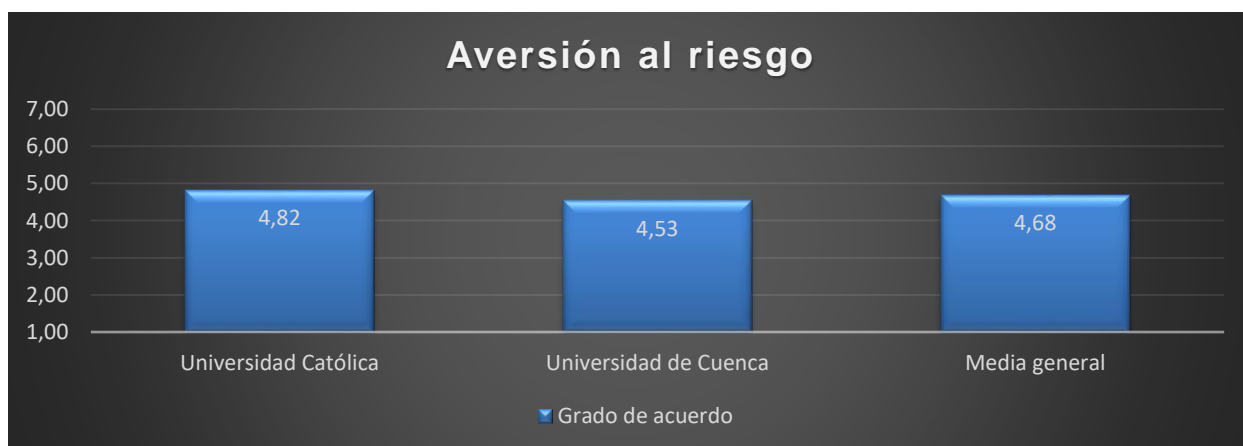


Figura 65. Aversión al riesgo por parte del estudiante ambas universidades

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En esta otra característica que debe poseer el emprendedor resulto un grado de acuerdo aceptable por encima de la media en las dos universidades con una media general de 4.68 esto quiere decir que el emprendedor universitario corre riesgos, pero con precaución.

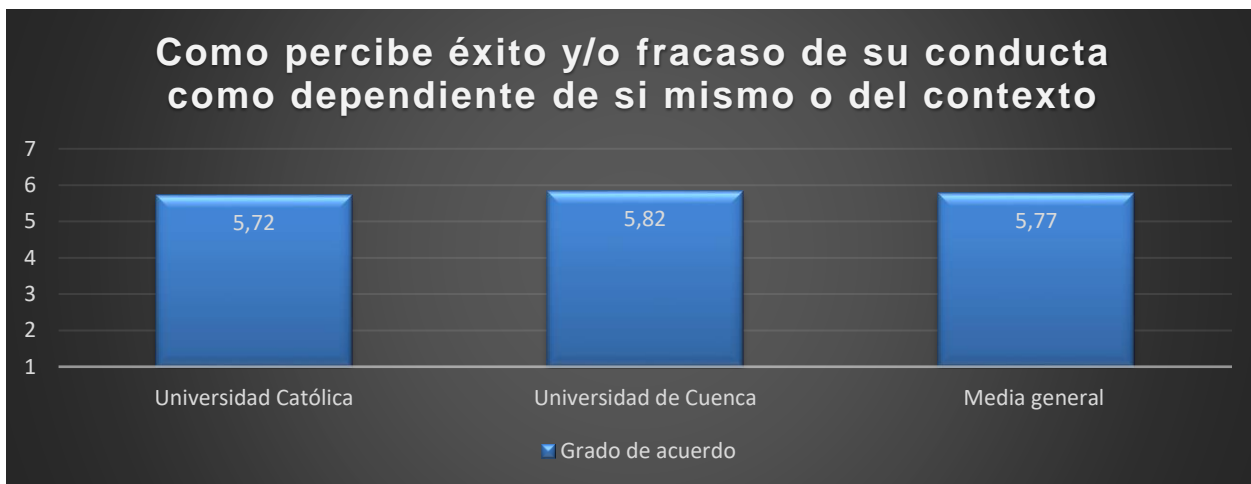


Figura 66. Propensión hacia el emprendimiento

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo que se refiere a la propensión al emprendimiento los estudiantes universitarios están en un alto grado predispuestos al emprendimiento con una media general de 5.77, sin embargo, la de mayor media es la universidad de Cuenca con un 0.10 más en su media que la U Católica.

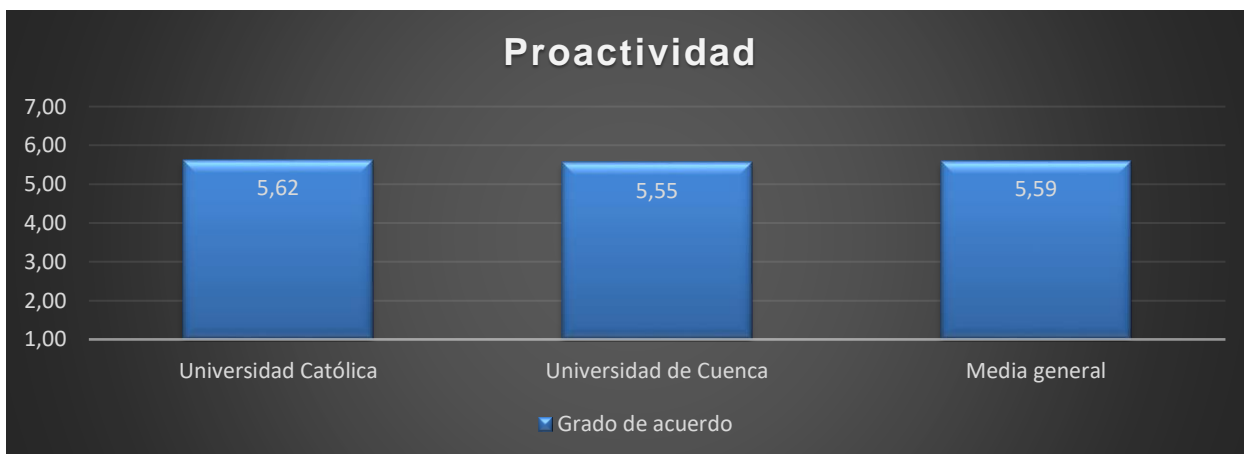


Figura 67. Aversión al riesgo por parte del estudiante ambas universidades

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En lo referente a la proactividad de los estudiantes existió un alto nivel de acuerdo con un ligera media más alta en la universidad católica.



Figura 68. Convicción de poseer capacidades para emprender, ambas universidades

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

En la Universidad Católica existió más de confianza en sus capacidades y habilidades de negocio para emprender con éxito, con un 5.43 contra un 5.19 de la Universidad de Cuenca habiendo una diferencia de 0.24 puntos en la media, con esto el promedio general fue de 5.31 de los universitarios investigados.

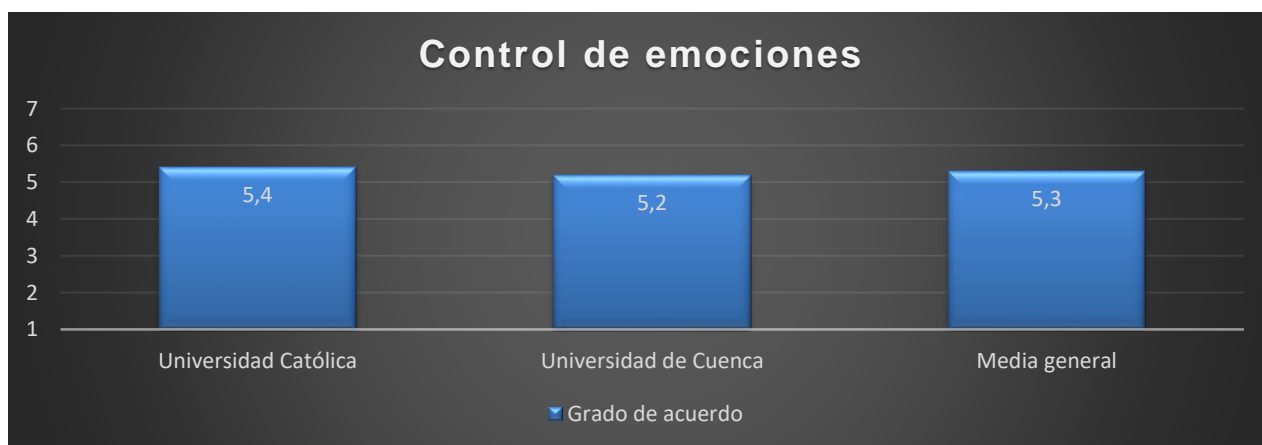


Figura 69. Control emocional por parte del estudiante, ambas universidades

Fuente: Investigación obtenida de encuestas a estudiantes

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Sobre el control de emociones no hubo mayor diferencia entre los estudiantes de cada universidad existió un promedio alto de 5.3, es decir los estudiantes cuentan con esta cualidad tan importante al momento de la toma de decisiones y que aporta al perfil emprendedor.

2.8 Evaluación del perfil universitario y sus características

La siguiente tabla describe el perfil del emprendedor universitario de la ciudad de Cuenca, de las universidades caso de estudio.

Tabla 11. Características del perfil emprendedor del estudiante universitario

Perfil del emprendedor universitario	
Factor	Características
Socio cultural	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El emprendimiento se da cada vez es edades menores, en el caso de las universidades caso de estudio es de 25 años. ▪ Existe cada vez una mayor equidad de género en los emprendedores, aún existe una ligera mayoría de emprendedores hombres con un 55% sobre un 45% de mujeres. ▪ Los referentes profesionales de los estudiantes en su mayoría son los padres, aunque el porcentaje con negocio propio apenas es un 13%. ▪ El nivel de experiencia en cursos de emprendimiento es bajo, un 38%, ha asistido a estos eventos. ▪ La participación actual en la creación de una empresa, es mínima, un 12%, se encuentran involucrados en la creación de algún negocio. ▪ Existe poca experiencia laboral en la mayoría de los estudiantes un 63%, no han trabajado, y un 36% lo ha hecho al menos un 1 año.
Contextual	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los emprendedores sienten satisfacción al contribuir a la sociedad ayudando a otras personas ▪ El emprendedor con sus labores alcanza su auto realización. ▪ Los emprendedores son admirados y proyectan una buena imagen en la sociedad. ▪ Los emprendedores se motivan y capacitan constantemente mediante cursos que fomenten habilidades sociales y liderazgo. ▪ El emprendedor está consciente de la responsabilidad que conlleva desempeñar el rol de líder.

<p>Actitud personal hacia el emprendimiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Si tuviera la oportunidad y recursos necesarios le encantaría crear una empresa. ▪ Le representa una gran satisfacción el ser un emprendedor. ▪ Se encuentra decidido a ser emprendedor antes que otras opciones, tiene una alta predisposición hacia el emprendimiento.
<p>Intención emprendedora de los universitarios</p>	<p>El emprendedor se encuentra comprometido con su intención emprendedora</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Está preparado para realizar cualquier cosa ▪ Esta decidido en crear su propia empresa a futuro, posteriormente a su graduación.
<p>Rasgos personales y competencias</p>	<p>El emprendedor universitario usa la creatividad para solucionar inconvenientes</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le resulta fácil encontrar varias soluciones al mismo tiempo ▪ Ve posibilidades creativas en todas las cosas que hace ▪ Se entusiasma por realizar cosas nuevas e inusuales. <p>El emprendedor tiene una importante aversión al riesgo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Piensa en las posibles consecuencias desfavorables de sus actos ▪ Siempre toma decisiones con prudencia y precisión ▪ Es bastante cauteloso cuando hace planes y los lleva a cabo <p>El emprendedor universitario es realista, sabe que el éxito o fracaso depende de su conducta</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Está consciente de que su futuro depende únicamente de sus propias decisiones ▪ Sus calificaciones dependen únicamente de su esfuerzo ▪ Sabe que el éxito es cuestión de su trabajo duro <p>El emprendedor es proactivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Se emociona al ver que sus ideas se convierten en realidad ▪ Le encanta desafiar lo tradicional ▪ Defiende sus ideas con argumento incluso en contra la oposición de los demás ▪ Disfruta enfrentándose a obstáculos y superarlos con sus ideas

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se destaca identificando oportunidades
Conocimientos y habilidades para emprender	<p>El emprendedor universitario tiene la capacidad y habilidades de negocio específicas y conocimientos para crear o dirigir una empresa con éxito,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ El emprendedor es capaz de diseñar una campaña de marketing para un nuevo producto o precio, y lo que esto implica como determinar un precio competitivo y conseguir los fondos necesarios para la puesta en marcha del nuevo producto y servicio ▪ El emprendedor se encuentra en la capacidad de explicar de forma verbal y escrita de forma clara y concisa su idea de negocio en términos cotidianos ▪ Tiene la capacidad y el talento para inspirar, alentar y motivar a quienes están a su cargo ▪ Cuenta con la capacidad para negociar con proveedores, clientes, etc.
Inteligencia emocional	<p>El emprendedor entre sus virtudes está el tener inteligencia emocional:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cuando asume tareas se motiva imaginando excelentes resultados ▪ Controla sus emociones ▪ Tiene claro sus sentimientos ▪ Es consciente del cambio de sus emociones

Fuente: Levantamiento de encuestas a estudiantes objetos de estudio

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

CAPÍTULO III

ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO EN EL ECUADOR

3. ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO EN EL ECUADOR

3.1. Procesos de formación del emprendedor universitario

En la siguiente tabla se propone algunos procesos que podrían ayudar a fortalecer el emprendimiento en el estudiante universitario

Tabla 12. Procesos para la formación del emprendedor universitario

Proceso	Objetivos	Estrategias	Actividades
Difusión de experiencias de modelos positivos de emprendedores exitosos	<ul style="list-style-type: none"> Difundir la vocación emprendedora en los estudiantes a través de modelos positivos mediante la comunicación de experiencias por parte de emprendedores renombrados. 	<ul style="list-style-type: none"> Compensación por asistencia a las actividades planteadas por las universidades para fomentar emprendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> Seminarios dictados por emprendedores que incentive el emprendimiento en los estudiantes con sus experiencias en el mundo empresarial y laboral
Desarrollo de planes incluyentes a grupos vulnerables con menor posibilidad de emprendimiento y mejoramiento de las condiciones de	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar acciones favorables para estudiantes con menor propensión al emprendimiento por falta de recursos, para que logren llevar a la práctica sus ideas emprendedoras. Incrementar las ofertas de financiamiento para las iniciativas emprendedoras, 	<ul style="list-style-type: none"> Becas o apoyo económicos a los estudiantes más destacados Alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas Que el Estado establezca reglas claras a este tipo de inversiones que se incluyan como incentivos reduciendo costos por trámites 	<ul style="list-style-type: none"> Concursos en los que los estudiantes desarrollen su creatividad con proyectos innovadores y a los ganadores recompensarlos con algún estímulo económico o apoyo en el desarrollo del producto o servicio. Reuniones con autoridades públicas y privadas para realizar plazas de emprendimiento en los que se dé la oportunidad al

entorno y de financiamiento		burocráticos y cargas fiscales que limitan este tipo de emprendimientos.	estudiante de presentar su proyecto o idea de negocio, incentivando con apoyo económico a los tres proyectos ganadores motivando a los estudiantes a seguir emprendiendo.
Incentivando la vocación emprendedora y competencias para desarrollarla mediante el sistema educativo conectando el ámbito académico con el laboral	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modificar el sistema educativo si fuere necesario para promover el desarrollo de las competencias necesarias para el emprendimiento. Las universidades juegan el rol principal ya que serán el apoyo del estudiante inculcando en el las aptitudes y actitudes para emprender, mediante métodos que vinculen la universidad con la empresa privada. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reunión de las autoridades de cada universidad para proponer cambios en las mallas curriculares con la intención de incrementar el proceso de formación del emprendedor universitario 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Junto con los organismos de educación superior Ces, Senescyt, y las universidades, llegar a un consenso en el cual se promueva la formación emprendedora en los estudiantes indistintamente el nivel o carrera que este cursando, mediante la inclusión o aumento de asignaturas que estimulen la creatividad y el espíritu emprendedor del estudiante.
Ampliación de las posibilidades de emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promover el emprendimiento con valor agregado e innovación. ▪ Incentivar con exenciones de índole económico a los emprendedores de bajos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Con el apoyo estatal y de las instituciones educativas mejorando su capacidad investigativa y de desarrollo. 	Desarrollar concursos exclusivamente con nuevos productos o mejoras a los existentes, con valor agregado a productos o servicios con innovación.

	recursos económicos, mediante reducción de impuestos o tasas preferenciales en prestamos		
Incentivo mediante el acceso a redes emprendedoras	<ul style="list-style-type: none"> Lograr en todos los involucrados un compromiso de cooperación como lo son el estado, las empresas, la universidad y los estudiantes, entre estos actores crear redes de contactos entre instituciones fortaleciendo las capacidades emprendedoras incrementando las oportunidades de nuevos negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdos de cooperación con otras universidades y empresas de otros países, con la ayuda de instituciones de educación superior del país. 	<ul style="list-style-type: none"> Concurso a nivel nacional y los mejores proyectos o ideas de negocio ayudarles a ingresar a este tipo de redes emprendedoras.
La universidad debe crear las condiciones propicias para que surjan equipos o grupos emprendedores	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar el trabajo en equipo y de grupos multidisciplinarios mediante procesos educativos, potenciando todas las habilidades del talento humano. 	<ul style="list-style-type: none"> Paseos y campamentos de integración Interacción entre estudiantes de todas las carreras para fomentar el compañerismo. 	<ul style="list-style-type: none"> Mediante la participación de los estudiantes y docentes en este tipo de actividades como un paseo de integración lograr fomentar el espíritu de emprendedor, el liderazgo, compañerismo, trabajo en equipo para que se trabaje en conjunto en la búsqueda de objetivos en común.

<p>Reestructuración de los contenidos de las asignaturas para promover el emprendimiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Destacar contenidos para formar a los alumnos en la cultura de emprendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incluir en las mallas curriculares actuales contenidos sobre emprendimiento tanto teóricos como prácticos que permitan desarrollar la creatividad del estudiante 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visitas y recorridos por empresas donde se evidencie los procesos que conllevan dirigir un negocio, para que el estudiante se familiarice en el ámbito empresarial
<p>Disminución del temor a fracasar en los universitarios</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Motivar a los estudiantes para llevar a la práctica sus emprendimientos ▪ Enseñar al emprendedor a trabajar bajo presión 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicación de estrategias para disminuir el temor a fracasar en los universitarios ▪ Concientización sobre el alcance y dimensión de sus proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apoyar a los emprendimientos con expertos que analicen la factibilidad del proyecto para lanzarlo al mercado tanto productos y servicios ▪ Seminarios y cursos motivacionales con expertos, que permita desarrollar la confianza en si mismo a los emprendedores y aprender a trabajar bajo presión en la búsqueda de resultados.

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Otra alternativa para fomentar el emprendimiento es la capacitación sobre este tema, tanto a alumnos como docentes, a continuación, se describe las acciones que implicaría este proceso:

- Se capacitaría en cuanto a emprendimiento a los estudiantes como parte de su preparación académica, esta se impartiría desde el inicio hasta la culminación de la carrera, estas se aplicarían como complemento a los conocimientos que ya se les dicta en sus materias, esto se daría como refuerzo a las asignaturas impartidas por la universidad.
- En el área contable y financiera aprender a analizar lo necesario para implementar un emprendimiento, los trámites burocráticos y legales necesarios para implementar un negocio, además de conocer las posibles fuentes de financiamiento, y que requisitos deben cumplir para acceder a estas fuentes
- El área comercial: proponer mejoras a productos o servicios ya existentes, y proponer también nuevos productos y servicios innovadores en beneficio de la comunidad.
- Adicionalmente a esto se podría dictar cursos y talleres, organizar plazas donde participen todas las carreras con proyectos realizados por los estudiantes premiando a los mejores, con becas o apoyándolos en el desarrollo de sus ideas a gran escala
- Los docentes al ser los impartidores de conocimiento también capacitarlos en cuanto a emprendimiento mediante cursos, seminarios y talleres.
- Otro factor importante sería equipar a las universidades con todo el material necesario tanto físico como tecnológico que esté al alcance de docentes y estudiantes y proporcionarles el material bibliográfico necesario para su formación.

3.2 Mecanismos de acompañamiento y asesoramiento para el fomento del emprendimiento en las universidades

Existen algunas alternativas que se utilizan para estimular el emprendimiento, uno de ellos son las incubadoras de empresas, estos mecanismos requieren de un largo plazo para su implementación y de una mayor participación de involucrados, otros mecanismos pueden ser parques científicos y tecnológicos.

Los mecanismos de acompañamiento y asesoramiento para fomentar el emprendimiento en los estudiantes de las universidades más utilizados son las incubadoras de empresas que en los países desarrollados han sido un instrumento efectivo para el fomento de la innovación de empresas principalmente ligadas a la tecnología, esta iniciativa se expandió a los países latinoamericanos.

A continuación, se describe en la siguiente tabla el proceso de implementar una incubadora de negocios en las universidades.

Tabla 13. Modelo de incubadora

MODELO DE INCUBACIÓN		
Área	Funciones	Resultados esperados
Identificación y selección	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizará el proceso de la selección y priorización sistemática de las ideas o planes de negocio inscritos a determinada convocatoria de incubación, ▪ Conformará un comité que identificara el perfil del postulante y verificará que la propuesta incorpore elementos innovadores, con el fin de seleccionarlo como candidato potencial para participar. 	Formación y viabilidad
Incubación	<ul style="list-style-type: none"> • Brindará acompañamiento al emprendedor en el proceso de puesta en marcha de su negocio • Asignará un coordinador para seguir el cumplimiento de los objetivos propuestos en el programa y con docentes, asesores, como tutores, que darán apoyo y asesoría presencial a los emprendedores. • Esta área se concentrará principalmente en consolidar la fase de asesoría y seguimiento de los planes de negocio, • Asesorará al emprendedor para mejorar su plan de negocios, con este plan bien elaborado el seguimiento consistirá en el apoyo a la planificación del proceso de arranque de la empresa a través de un acompañamiento a los emprendedores. • Crea un medio idóneo en condiciones de precios y servicios. 	Creación de empresa
Gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Esta área apoyará al emprendedor en la búsqueda de recursos financieros y comerciales para la creación y consolidación de las empresas incubadas • Trabaja identificando fuentes de financiamiento, • Vinculará al emprendedor a las redes de contactos con inversionistas y clientes potenciales. 	Expansión y consolidación del negocio

Fuente: Orozco, Parra, Ruiz , y Matiz (2016)

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Otros mecanismos que se pueden utilizar para fomentar el emprendimiento se describen en la siguiente tabla:

Tabla 14. Otros mecanismos para fomentar el emprendimiento

Programa	Objetivos
Parque científico tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Su intención es la creación de nuevos negocios con base en el conocimiento, surgidas del entorno universitario • Con la participación de todas las universidades, fomentando la cooperación entre ellas junto con la empresa pública y privada • Impulsar en el entorno universitario en general el autoempleo, el transferir conocimientos tecnológicos con el fin de contribuir al desarrollo social • Hacer seguimiento basados en sensibilización, en la capacitación de emprendedores, en seguimiento y acompañamiento en la elaboración de las ideas de negocios a planes de negocio, asistidos técnicamente, antes y después de la que la empresa este constituida
Viveros de empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Favorecen el nacimiento, arranque y consolidación de nuevos negocios • Son generadores de empleo • Diversifican la estructura de la producción • Son gestionados principalmente por la empresa privada, se especializan en el apoyo a empresas situadas en el sector de las nuevas tecnologías • Fomenta la aparición de emprendedores y promueve el desarrollo económico de una localidad • Enfocado en aprovechar las nuevas tecnologías, mediante el apoyo de las empresas privadas y publicas

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

Como conclusión se puede decir que estas propuestas deben ir de la mano con las estrategias institucionales de las universidades, necesitan del apoyo del sistema universitario para formar estudiantes emprendedores e innovadores, que posean bases sólidas, habilidades y capacidades adaptadas a un entorno en constante cambio mediante una cultura emprendedora e innovadora.

3.3 Estrategias de motivación para el emprendedor universitario.

A continuación, se describe en la siguiente tabla algunas estrategias:

Tabla 15. Estrategias motivadoras en beneficio del emprendedor universitario

Programa / Proyecto	Objetivo	Resultados esperados
Hacer concursos de ideas innovadoras de negocios para proyectos de base tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crear nuevas herramientas de apoyo empresarial ▪ Promover el uso de las nuevas tecnologías ▪ Fomentar la cultura emprendedora ▪ Fortalecer los servicios dados a los emprendedores ▪ Brindar servicios de valor para la creación de empresas ▪ Promover la creatividad de los emprendedores ▪ Desarrollar proyectos que respondan a la necesidad de la sociedad generando nuevos empresarios emprendedores ▪ Apoyar el desarrollo de iniciativas empresariales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incrementar a nivel local el número de emprendedores ▪ Aumentar la aprobación de financiamiento de planes de negocio ▪ Acceso a los emprendedores para que reciban capital semilla para iniciar su negocio ▪ Emprendedores recibiendo capital semilla con asistencia técnica para el perfeccionamiento de sus proyectos ▪ Propuestas innovadoras que serán evaluadas técnicamente.
Servicios para el desarrollo empresarial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impulsar la cultura emprendedora ▪ Proporcionar servicios de calidad y valor para las empresas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Generación de mejoras para un buen funcionamiento de las empresas ▪ Estaciones de trabajo bien equipadas para impulsar el emprendimiento
Incentivos tributarios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promover incentivos tributarios, financieros y de apoyo dirigido a jóvenes con ideas de negocio, que se les 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Incremento de número de microempresas creadas apoyando a crear plazas de trabajo en beneficio del país.

	<p>facilite microcréditos a tasas bajas y exoneración de impuestos en la puesta en marcha de los negocios</p>	
<p>Visitas a empresas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fomentar el emprendimiento en los estudiantes 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumentar el interés por emprender en los estudiantes de todas las carreras, incentivar a que gestionen su propia empresa

Elaborado por: Gonzalo Antonio Salinas Castro

CONCLUSIONES

- ❖ En esta investigación se evidenció el espíritu emprendedor en los estudiantes universitarios de las dos universidades, sin embargo, el miedo al fracaso y la necesidad de recursos financieros dificultan la puesta en marcha de las ideas de negocio y proyectos que tienen en mente los estudiantes para en un futuro hacerlas realidad.
- ❖ El análisis de las competencias que requiere el emprendedor universitario se lo ha fundamentado teóricamente, basado en estudios y conceptos de varios autores, esto ayudó a conocer cuáles son las competencias necesarias que debe poseer un emprendedor, y a diagnosticar en base a esto si los estudiantes universitarios están recibiendo estas competencias en sus universidades.
- ❖ Las acciones que realizan las universidades encaminadas a motivar el desarrollo emprendedor son las adecuadas, sin embargo, las universidades objeto de estudio aun no cumplen con las expectativas requeridas por los estudiantes para su desarrollo integral como emprendedores, los estudiantes requieren un mayor apoyo de parte de las instituciones universitarias para formarse como emprendedores, pero también para abrirse puertas al mundo empresarial.
- ❖ A través del presente estudio se identificó las características que definen el perfil del emprendedor en los estudiantes de las universidades objeto de estudio, se realizó un diagnóstico para determinar las características que poseen los estudiantes, y las que deberían desarrollarlas de mejor manera para su adecuada formación como emprendedores de éxito, dando como resultado una alta predisposición de los estudiantes a emprender.
- ❖ Las instituciones universitarias están bien encaminadas en lo que se refiere a la formación del estudiante como emprendedor, han empezado a realizar acciones que fomentan el espíritu emprendedor en sus alumnos, sin embargo, aún no son lo suficientes, para incrementar estas acciones se propuso estrategias que fortalezcan el emprendimiento en las universidades, enfocadas en el adecuado desarrollo emprendedor de los estudiantes

RECOMENDACIONES

- ❖ La universidad es actor fundamental en la creación de conocimientos y en brindar al estudiante las actitudes y aptitudes necesarias, así como el apoyo para ingresar al mundo laboral y empresarial con éxito, para esto las instituciones deben estar preparadas y equipadas para colaborar en la formación de los emprendedores universitarios, con adecuados recursos tecnológicos, humanos y de infraestructura que brinden un entorno ideal para el desarrollo integral del alumno y futuro empresario generador de empleos.

- ❖ Las autoridades universitarias, locales y gubernamentales deberían establecer las condiciones necesarias para fomentar el emprendimiento universitario, dando facilidades y asesoría al estudiante emprendedor para llevar a cabo sus ideas y proyectos, a través de leyes o reglamentos más flexibles en lo que se refiere al financiamiento a favor del emprendedor para que sus proyectos sean llevados a la práctica.

- ❖ La Universidad de Cuenca ha demostrado estar comprometida con el emprendimiento, sin embargo, podría fomentarlo incluyendo las asignaturas de emprendimiento a todas sus facultades, ya que actualmente esta asignatura no se la imparte a todas las carreras.

- ❖ La Universidad Católica de Cuenca, empezó a introducir el emprendimiento en sus estudiantes hace poco tiempo, sin embargo, ha demostrado su compromiso avanzando en el tema de emprendimiento, recomendaría a las autoridades apoyar al departamento de emprendimiento recientemente creado en facilitarle las acciones que han planificado para hacer de la Universidad Católica una institución generadora de jóvenes empresarios emprendedores con sólidas bases para triunfar en el mundo empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- AEI, A. p. (2015). *Ecuador un país emprendedor e innovador en 2020*. Quito.
- Beltran, M. (2009). *Guía para identificar y planificar negocios rurales con visión de responsabilidad social*. Quito: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Cubillas, M. (1999). *biblioteca.itson*. Obtenido de Instituto Tecnológico de Sonora:
http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias_administrativa/oa5/caracteristicas_emprendedor/c2.htm
- Universidad Católica de Cuenca. (26 de 06 de 2017). *Plan de vinculación con la sociedad para el periodo 2016-2020*. Obtenido de
http://ucacue.edu.ec/Documentos/vinculacion/Planificacion_Institucional/PLAN%20DE%20VINCULACION%202016-2020%20CERTIFICADO.pdf
- Universidad de Cuenca. (10 de 03 de 2016). Obtenido de <https://www.ucuenca.edu.ec/recursos-y-servicios/prensa/3006-seminario-taller-herramientas-para-la-gestion-del-emprendimiento-y-la-innovacion-en-la-practica-docente>
- Departamento de Comunicación Universidad Católica de Cuenca. (31 de 03 de 2017). *Web oficial Universidad de Cuenca*. Obtenido de <https://www.ucuenca.edu.ec/recursos-y-servicios/prensa/4080-u-de-cuenca-compra-edificacion-al-iess>
- Departamento de Comunicación Universidad de Cuenca. (08 de 07 de 2016). Obtenido de <https://www.ucuenca.edu.ec/recursos-y-servicios/prensa/3309-estudiantes-presentan-proyectos-integradores-de-saberes>
- Departamento de Comunicación Universidad de Cuenca. (23 de 01 de 2017). Obtenido de Universidad de Cuenca web site.
- Empresa Pública municipal de desarrollo económico de Cuenca. (2017). *Plan de emprendimiento de Cuenca*. Cuenca.
- Fernandez, J., Garcia, M., & Pardellas de Blas, X. (2005). *Ordenación de los espacios litorales en Galicia*. (A. G. Dopico, Ed.) España: IUEM.
- FLACSO. (2011). *Incubadoras empresariales en el Ecuador*. Quito.
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. *Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria*, 42.
- Galan, A. (22 de 06 de 2017). *Universidad de Cuenca*. Obtenido de <https://www.ucuenca.edu.ec/recursos-servicios/rpp-y-comunicacion/sala-de-prensa/post-prensa/4648-u-de-cuenca-obtiene-patente-farmaceutica>
- García, Y. (2012,). *Educación para el emprendimiento*. Santander: Universidad de Cantabria.

- Garcia, M., Terron, M., & Blanco, Y. (2010). *Desarrollo de Recursos Docentes para la Evaluacion de Competencias Genericas*.
- Gomez, A. (2013). El emprendedor y su impacto en la sociedad. *Revista de Instituciones, Ideas y Mercados*, 1-14.
- Hernandez, J. Rodriguez, J., & Erandi, L. (2015). *Cambios en el perfil emprendedor de los estudiantes del centro universitario UAEM Tenancingo*.
- Ibarra, D. (2016). Emprendimiento y entorno emprendedor. *Universidad de la Rioja*, 24-48.
- Kirberg, A. (2014). *Emprendimiento existoso: como mejorar su proceso y gestion*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Izquierdo, E. (2015). *GEM Ecuador 2015*. Guayaquil: ESPAE - ESPOL.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Samaniego, A. (2016). *GEM Ecuador*. Guayaquil: Offset Abad.
- Leon, J., Palaci, F. J., & Morales, J. (2006). El perfil psicosocial del emprendedores universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 75-99.
- Lizarazo, M. (2009). *Jovenes Emprenededores Comprometidas Con El Desarrollo Sostenible De Los Territ RURALES*. Quito: ISBN.
- Martinez, F, & Carmona, G. (2009). Aproximacion al concepto de competencias emprendedoras Valor social e implicaciones educativas. *Revista iberoamericana sobre calidad, eficacia y cambio en educacion*, 82-98.
- Matiz, F. (2009). Investigacion en emprendimiento, un reto para la construccion de conocimiento. *Revista EAN*, 14.
- Medrano, M. (2012). Juventud y emprendimiento una oportunidad en tiempos de crisis. *Revista de Estudios de Juventud*, 94-100.
- Ministerio de Educacion del Ecuador. (12 de 08 de 2017). *Lineamientos curriculares para el bachillerato general unificado*. Obtenido de https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/Lineamientos_Emprendimiento_Gestion_2BGU.pdf
- Ministerio de Educación, C. y. (2015). *La educacion para el emprendimiento en el sitema educativo español*. Madrid: EURYDICE.
- Muñoz, M. (12 de 05 de 2017). *Unviersidad de Cuenca*. Obtenido de <https://www.ucuenca.edu.ec/recursos-y-servicios/prensa/4345-emprendimiento-orientado-a-psicologos>
- Naranjo, G. (2009). Formacion del emprendedor universitario para el star up. *Grupo de Investigación Cultura Emprendedora*, 1-15.

- Olmos, R, Gonzalez , R., & Alcaraz , E. (2012). Desarrollo de competencias emprendedoras: Un analisis explicativo con estudiantes universitarios. *Revistas Cientificas Complutenses*, 7.
- Olmos, R., Gonzalez, R, & Alcaraz, Vera. (2012). Un análisis explicativo con estudiantes. *Desarrollo de competencias emprendedoras*, 1-25.
- Orozco, J., Parra, L., Ruiz , L., & Matiz, F.. (2016). Acompañamiento a emprendedores en la Universidad EAN del modelo IN3 A EAN impacta 2011-2016. *Revista Escuela de Administracion de Negocios*, 1-30.
- Pazos, D. (2007). La creacion de empresas en el entorno universitario español y la determinacion de su estructura financiera. *Tesis presentada para la obtención del grado*, 1-369.
- Pfeilstetter, R. (2011). El emprendedor. Una reflexion critica sobre usos y significados actuales de un concepto . *Gazeta de antropologia* , 11.
- Quinteros, N. (2016). ¿Por qué es importante la investigación para el emprendimiento? *Negocios La revista*.
- Rangel, P., Norales, M., & Riaga,. (2015). *Interaccion universidad y entorno: marco para el emprendimiento*.
- Ricardo, R., & Garcia, J. (2014). *Caracterizacion del perfil emprendedor en graduados de la maestria en administracion de negocios: Un analisis empirico en la ciudad de Manizales*.
- Rodriguez, R. (2011). *El emprendedor de exito*. Mexico: McGrawHill.
- Rodriguez, R. (2013). *Perfil del emprendedor, un estudio comparativo entre estudiantes de paises de iberoamerica*.
- Rovayo, G. (2014). *El emprendimiento y la educacion no siempre van en la misma direccion*. Quito: IDE Business School.
- Triana, J., Parra, L., Ruiz, C., & Matiz, F. (2016). Acompañamiento a emprendedores en la Universidad Ean del modelo IN3. *Revista Escuela de Administracion de Negocios*, 45-74.
- Universidad Católica de Cuenca*. (2017). Obtenido de <http://web.ucacue.edu.ec/la-universidad/historia/>
- Universidad Catolica de Cuenca*. (08 de 2017). Obtenido de Universidad Catolica de Cuenca sitio web: <http://ucacue.edu.ec/index.php/57-comunicacion/713-capacitacion-de-emprendimiento>
- Universidad de Cuenca*. (10 de 02 de 2017). Obtenido de <https://www.ucuenca.edu.ec/sobre-la-udc/informacion-general#historia>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

CUESTIONARIO IECEU - Intención Emprendedora y Competencias en Estudiantes Universitarios

OBJETIVO: Esta es una encuesta para analizar el perfil emprendedor de estudiantes universitarios en Ecuador, a partir de la identificación de sus características, competencias y de los factores explicativos de la intención emprendedora. Investigación similar esta siendo desarrollada en universidades de España y Brasil.

Esta encuesta es confidencial y, por lo tanto, no vamos a preguntar su nombre ni apellido. Los datos serán presentados conjuntamente en formato estadístico. Considere que no hay respuestas correctas ni incorrectas, todas son importantes. Por favor, conteste las preguntas de acuerdo a lo que usted cree o piensa.

Nombre del encuestador: _____ Fecha: ____ / ____ / ____

No. Encuesta (cód = primeras letras del nombre+ número secuencial), p.ej. DV1: _____

Nombre de la Universidad: _____ Ciudad: _____

Bloque A

A1. Edad ____ años A2. Hombre Mujer A3. Nacionalidad: _____

A.4 Por favor, especifique el nombre de la titulación que está cursando _____

Semestre: _____

A5. ¿Has realizado alguna vez algún curso relacionado con el emprendimiento? Si No

A6. ¿Ha sido o es alguno de tus padres empresario (autónomo)? No Si: Especificar => Padre Madre Ambos

A7. ¿A qué persona de tu entorno consideras como tu referente profesional? (Escoge una opción solamente)

Padre Madre Hermano Otro familiar Amigo Profesor Otro: _____

¿Posee su propio negocio? Si No

A8. ¿Estás en estos momentos involucrado en la creación de una empresa? Si No

A9. Años de experiencia laboral _____ (por favor, escribe 0 si no tienes experiencia)

A10. ¿Estás trabajando ahora en un trabajo a tiempo completo o parcial (al menos 20 horas semanales)? Si No

Para contestar las próximas preguntas elija una opción de 1 (totalmente en desacuerdo) hasta 7 (totalmente de acuerdo), considerando su nivel de concordancia para cada afirmación que es presentada. Por ejemplo:

Totalmente en desacuerdo 1 2 3 neutro 4 5 6 Totalmente de acuerdo 7

Bloque B

Por favor, indique en qué medida le supone un incentivo cada una de estas afirmaciones para escoger una carrera emprendedora.

	Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	6	7
B1. Los emprendedores tienen una imagen positiva en la sociedad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B2. Existe apoyo y servicio cualificado para los emprendedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B3. El ambiente en mi universidad me inspira para desarrollar ideas para nuevos negocios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B4. Siendo emprendedor puedo ayudar a otras personas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B5. Un emprendedor obtiene ingresos elevados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B6. Siendo emprendedor podré auto-realizarme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B7.1 Los cursos fomentan las habilidades sociales y de liderazgo necesarias para los emprendedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B7.2 Mi universidad proporciona a los estudiantes los conocimientos necesarios para iniciar una nueva empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B7.3 Mi universidad apoya el desarrollo de equipos de estudiantes multidisciplinarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B7.4 Mi universidad promueve activamente el proceso de fundar una nueva empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B7.5 Mi universidad ofrece acceso a una red de inversionistas/accionistas de nuevas empresas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Por favor, indique en qué medida le supone un obstáculo cada una de estas afirmaciones para escoger una carrera emprendedora.

	Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	6	7
B8. Los emprendedores obtienen ingresos irregulares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B9. Existen demasiados trámites burocráticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B10. Actualmente no conozco ningún sector de actividad donde podría desarrollarme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B11. Los emprendedores trabajan demasiadas horas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B12. No tengo la formación empresarial suficiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B13. No se me ocurren buenas ideas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B14. Existen demasiadas cargas fiscales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B15. Ser emprendedor es una gran responsabilidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B16. Existen dificultades para conseguir financiación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bloque C

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

	Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	6	7
C1. Ser un emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C2. Una carrera como emprendedor es atractiva para mí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C3. Si tuviera las oportunidades y los recursos, me encantaría crear una empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C4. Ser un emprendedor supondría una gran satisfacción para mí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C5. Entre las distintas opciones, preferiría ser un emprendedor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bloque D

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

	Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	6	7
D1. Estoy preparado para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D2. Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D3. Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D4. He pensado muy seriamente sobre la posibilidad de emprender una empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D5. Tengo la intención de empezar una empresa algún día	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D6. Pretendo constituir una empresa en los 5 años siguientes a mi graduación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

D7. Si pudieras elegir entre el autoempleo o ser propietario-gestor de un negocio (trabajar en tu propia empresa) y ser un asalariado en alguna empresa, ¿Cual elegirías? Considere la posibilidad de su elección entre 1 y 7:

Preferiría ser un asalariado en alguna empresa

Preferiría el autoempleo o propietario-gestor

1	2	3	4	5	6	7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

D8. Entre 0% y 100%, ¿Cual es la probabilidad de que en 5 años, desde ahora, estés gestionando tu propia empresa? _____ %

Bloque E

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

	Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	6	7
E1. Suelo tener ideas originales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E2. Me resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E3. Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E4. Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E5. Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E6. Tengo facilidad para generar nuevas ideas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

	Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	6	7
E7. Soy bastante cauteloso cuando hago planes y los llevo a cabo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E8. Siento antipatía por las decisiones arriesgadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E9. Suelo preferir la opción segura, no me gusta arriesgar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E10. En mi trabajo solamente me pongo metas pequeñas para poder alcanzarlas sin dificultad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E11. Siempre tomo mis decisiones con prudencia y precisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E12. Suelo pensar en las consecuencias desfavorables de mis actos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

	Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	6	7
E16. Creo que mi futuro depende únicamente de mis propias decisiones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E17. Las calificaciones que obtengo en mis asignaturas dependen únicamente de mí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E18. Si me preparo bien un examen puedo superarlo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E19. Alcanzar el éxito es cuestión de trabajo duro: la suerte poco tiene que ver en ello	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E20. La mayoría de infortunios que nos ocurren es por falta de capacidad, pereza o ignorancia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E21. Lo que sucede es como consecuencia de mis propias acciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E22. Me entiendo fácilmente con las personas por muy diferentes que sean.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E23. Normalmente, la gente se toma en serio lo que digo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E24. Se admitir las críticas y procuro aprender de ellas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E25. Trato de mantener mis propios intereses aunque otras personas tengan intereses distintos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E26. Cuando intento influir en la decisión de una persona parto en primer lugar de sus necesidades y trato de responder a las mismas en lugar de intentar convencerle de que haga lo que yo digo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E27. Cuando me urge un conflicto con otra persona trato de negociar para que ambos salgamos ganando.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

	Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	6	7
E28. Disfruto enfrentándome a obstáculos y superarlos con mis ideas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E29. No hay nada más emocionante que ver como mis ideas se convierten en realidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E30. Destaco identificando oportunidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E31. Me encanta desafiar a lo tradicional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E32. Puedo detectar una buena oportunidad mucho antes que otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E33. Si creo en algo, lo llevaré a cabo sin importarme las probabilidades de éxito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E34. Me gusta defender mis ideas, incluso en contra de la oposición de los demás	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E35. Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bloque F

Por favor, indique el grado de confianza que tiene usted en sus capacidades para desarrollar las siguientes acciones:

¿Cuánta confianza tiene usted en su capacidad para...?	Totalmente incapaz					Totalmente capaz	
	1	2	3	4	5	6	7
F1. Estimar la demanda para un nuevo producto o servicio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F2. Determinar un precio competitivo para un nuevo producto o servicio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F3. Estimar la cantidad de fondos necesarios para la puesta en marcha de mi negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F4. Diseñar una campaña de marketing / publicidad efectiva para un nuevo producto o servicio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Totalmente incapaz				Totalmente capaz			
¿Cuánta confianza tiene usted en su capacidad para...?								
F5. Conseguir que otros se identifiquen y crean en mi visión y planes para un nuevo negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F6. Crear una Red - es decir, hacer contactos e intercambiar información con otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F7. Explicar verbalmente / por escrito de forma clara y concisa mi idea de negocio en términos cotidianos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Cuánta confianza tiene usted en su capacidad para...?								
F8. Supervisar a personas a su cargo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F9. Reclutar y contratar buenos empleados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F10. Delegar tareas y responsabilidades a empleados y compañeros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F11. Responder de forma eficiente a los problemas y las situaciones del día a día	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F12. Inspirar, alentar y motivar a mis empleados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Cuánta confianza tiene usted en su capacidad para...?								
F13. Estimar las necesidades de financiación de mi negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F14. Captar y administrar los activos financieros de mi negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F15. Leer e interpretar los estados financieros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F16. Evaluar los costes que supone mantener mi negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F17. Negociar con proveedores, clientes, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bloque G

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:	Totalmente en desacuerdo				Totalmente de acuerdo			
	1	2	3	4	5	6	7	
G1 Cuando asumo tareas me motiva imaginando excelentes resultados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
G2 Siento que controlo mis emociones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
G3 Tengo muy claros mis sentimientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
G4 Cuando me siento triste, tengo mucha energía	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
G5 Soy consciente de por qué cambio mis emociones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Bloque H

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:	Totalmente en desacuerdo				Totalmente de acuerdo			
	1	2	3	4	5	6	7	
H1. Mis familiares más cercanos piensan que debería luchar por ser un emprendedor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
H2. Mis amigos más cercanos piensan que debería luchar por ser un emprendedor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
H3. La gente que es importante para mí piensa que debería luchar por ser un emprendedor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Por favor, indique el nivel de importancia en una escala de 1 hasta 7.</i>								
¿En qué medida te importa lo que las personas (mencionadas a continuación) piensan sobre tu decisión o no de luchar por una carrera de emprendedor?	No me importa en absoluto				Me importa mucho			
H4. lo que los miembros cercanos de tu familia piensan sobre tu decisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
H5. lo que tus amigos más cercanos piensan sobre tu decisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
H6. lo que la gente importante para ti piense sobre tu decisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Comentarios generales (utilice este espacio si tienes algún comentario o sugerencia)
