



# 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 del Azuay (UDA) y Universidad Politécnica Salesiana (UPS). Cuenca, 2017**

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Ortiz Delgado, Olga Rocío

DIRECTORA: Villafuerte Escudero, Dayanara Isabel, 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.

Dayanara Isabel Villafuerte Escudero.

### **DOCENTE DE LA TITULACIÓN**

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: "Análisis del perfil emprendedor universitario. Caso Universidad del Azuay (UDA) y Universidad Politécnica Salesiana (UPS). Cuenca, 2017" Elaborado por Ortiz Delgado Olga Rocío 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 Ortiz Delgado Olga Rocío declaro ser autora del presente trabajo de titulación: Análisis del perfil del emprendedor universitario, de la Titulación de Administración de empresas, siendo Villafuerte Escudero Dayanara Isabel directora 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: Ortiz Delgado Olga Rocío

Cédula: 0102681533

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de titulación lo dedico a mis hijas Samy y Kimy, porque de ellas recibí el mayor apoyo incondicional durante todos estos años de estudios universitarios, a mi mamita preciosa que es la luz en mi camino, y siempre me está apoyando en todo momento para salir en adelante.

## **AGRADECIMIENTO**

El más sincero de mis agradecimientos a los mentores de los estudios a distancia de la Universidad Técnica Particular de Loja, por creer en las personas que por motivos ajenos a nuestra voluntad tenemos menos oportunidades de asistir a las aulas universitarias, gracias por brindarme la oportunidad de culminar mis estudios superiores. A mi tutora que me ha guiado en este período de arduo trabajo.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

|   |      |
|---|------|
| CARÁTULA .....  | i    |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....  | iii  |
| DEDICATORIA .....   | iv   |
| AGRADECIMIENTO .....  | v    |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS.....   | vi   |
| ÍNDICE DE TABLAS .....  | xii  |
| ÍNDICE DE FIGURAS.....  | xiii |
| RESUMEN EJECUTIVO .....   | 1    |
| ABSTRACT .....  | 2    |
| INTRODUCCIÓN.....   | 3    |
| CAPÍTULO I.....   | 6    |
| Marco Teórico.....  | 6    |
| 1. Fundamentos teóricos de las características y conocimientos del emprendedor universitario..... | 7    |
| 1.1 Concepto de emprendedor.....  | 7    |
| 1.2 Características del emprendedor.....  | 8    |
| 1.3 El perfil del emprendedor universitario .....   | 11   |
| 1.4 Evaluación de las competencias del emprendedor.....   | 15   |
| 1.5 Actividades de formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento.....       | 18   |
| 1.5.1 La educación emprendedora.....  | 18   |
| 1.5.2 Análisis del contexto internacional. ....   | 21   |
| 1.5.3 Análisis del contexto nacional. ....  | 23   |
| 1.6 La vinculación con el entorno y su importancia en la formación del emprendedor .....          | 25   |
| 1.7 Investigación enfocada a fomentar el emprendimiento.....                                      | 28   |
| 1.7.1 Método Lean Star up.....  | 28   |

|                  |  |    |
|------------------|--|----|
| 1.7.2            | Método spin off. ....  | 29 |
| 1.7.2.1          | Fases y metodología. ....  | 30 |
| CAPÍTULO II..... |  | 32 |
| 2.               | Diagnóstico del perfil del emprendedor universitario .....   | 33 |
| 2.1              | Objetivos de la investigación .....  | 33 |
| 2.1.1            | Objetivo general. ....   | 33 |
| 2.1.2            | Objetivos específicos. ....  | 33 |
| 2.2              | Metodología de investigación .....   | 33 |
| 2.3              | Breve reseña de las universidades objeto de estudio.....   | 35 |
| 2.3.1            | Universidad del Azuay (UDA).....   | 35 |
| 2.3.2.           | Universidad Politécnica Salesiana (UPS). ....  | 36 |
| 2.4              | Acciones de las universidades relacionadas a la formación del emprendedor universitario .....  | 37 |
| 2.4.1            | Acciones de formación en emprendimiento en la Universidad del Azuay. ...   | 38 |
| 2.4.1.1          | Materia Emprendimiento en las escuelas de la Universidad del Azuay. ...  | 39 |
| 2.4.1.2          | Charla y feria de emprendimiento “Emprender el arte de vivir”. ....  | 39 |
| 2.4.1.3          | Conferencia “El poder de emprender”. ....  | 40 |
| 2.4.2            | Acciones de formación en emprendimiento en la Universidad Politécnica Salesiana. ....  | 40 |
| 2.4.2.1          | Conferencia emprendedora 2030. ....  | 41 |
| 2.4.2.2          | Curso de finanzas para emprendedores no financieros.....   | 41 |
| 2.4.2.3          | Charlas.....   | 41 |
| 2.5              | Identificación de procesos de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento en las universidades objeto de estudio..... | 42 |
| 2.5.1            | Procesos de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento en la Universidad del Azuay.....                              | 45 |
| 2.5.1.1          | Departamento de Emprendimiento en la UDA. ....   | 45 |
| 2.5.1.2          | Alianzas estratégicas en la Universidad del Azuay (UDA). ....  | 45 |
| 2.5.1.3          | Crear plazas de trabajo. ....  | 46 |
| 2.5.1.4          | Conferencia herramientas para decisiones empresariales. ....   | 47 |

|          |   |    |
|----------|---|----|
| 2.5.1.5  | Feria de proyectos de fin de ciclo de Ciencias de la Administración en la Universidad del Azuay. ....                     | 47 |
| 2.5.1.6  | Talleres de costura gratuitos en la Universidad del Azuay.....  | 48 |
| 2.5.2    | Procesos de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento en la Universidad Politécnica Salesiana (UPS)..... | 49 |
| 2.5.2.1  | Campamento de introducción al emprendimiento: recreate Universidad Politécnica Salesiana. ....                            | 49 |
| 2.5.2.2  | Proyectos integradores fomentan prácticas emprendedoras en los estudiantes. ....  | 49 |
| 2.6      | Análisis e interpretación de resultados de la investigación en la Universidad del Azuay (UDA) .....                       | 50 |
| 2.6.1    | Factores socioculturales.....   | 51 |
| 2.6.1.1  | Caracterización de la muestra según la edad de los estudiantes. ....  | 51 |
| 2.6.1.2  | Caracterización de la muestra según el género y nacionalidad de los estudiantes. ....                                     | 52 |
| 2.6.1.3  | Porcentaje de estudiantes objeto de estudio por carrera. ....   | 52 |
| 2.6.1.4  | Semestres que están cursando los estudiantes.....   | 53 |
| 2.6.1.5  | Asistencia a cursos de emprendimiento. ....   | 54 |
| 2.6.1.6  | Padres que han sido empresarios. ....   | 54 |
| 2.6.1.7  | Padre /madre empresarios. ....  | 55 |
| 2.6.1.8  | Referentes profesionales en el entorno. ....  | 55 |
| 2.6.1.9  | Involucramiento actual por parte del emprendedor en la creación de una empresa. ....                                      | 56 |
| 2.6.1.10 | Tiempo de experiencia laboral de los estudiantes universitarios. ....   | 57 |
| 2.6.1.11 | Estudiantes que se encuentran laborando ahora a tiempo parcial o completo. ....   | 58 |
| 2.6.2    | Análisis de los factores contextuales.....  | 58 |
| 2.6.2.1  | Principales factores que incentivan escoger una carrera emprendedora. ....  | 59 |
| 2.6.2.2  | Valoración del entorno universitario de los entrevistados. ....   | 60 |
| 2.6.2.3  | Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora. ....   | 61 |

|         |  |    |
|---------|--|----|
| 2.6.3   | Análisis de la actitud personal hacia el emprendimiento.....   | 61 |
| 2.6.3.1 | Actitud hacia el emprendimiento.....   | 62 |
| 2.6.4   | Análisis de la intención emprendedora de los universitarios.....   | 62 |
| 2.6.4.1 | Intención de ser emprendedor.....  | 63 |
| 2.6.4.2 | Deseo de ser un emprendedor dueño de su propio negocio o asalariado de una empresa.....                        | 64 |
| 2.6.4.3 | Probabilidad de crear su empresa en los próximos 5 años.....   | 64 |
| 2.6.5   | Rasgos personales y competencias.....  | 65 |
| 2.6.5.1 | Creatividad.....   | 65 |
| 2.6.5.2 | Aversión al riesgo.....  | 66 |
| 2.6.5.3 | Escala de locus de control.....  | 67 |
| 2.6.5.4 | Proactividad.....  | 68 |
| 2.6.6   | Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender.....  | 68 |
| 2.6.6.1 | Autoeficacia.....  | 69 |
| 2.6.6.2 | Inteligencia emocional.....  | 70 |
| 2.6.7   | Percepción de las condiciones del entorno.....   | 70 |
| 2.6.7.1 | Importancia del entorno social más cercano.....  | 71 |
| 2.6.7.2 | Importancia de la opinión de su entorno social más cercano.....  | 71 |
| 2.7     | Análisis e interpretación de resultados de la investigación en la Universidad Politécnica Salesiana (UPS)..... | 72 |
| 2.7.1   | Factores socioculturales.....  | 72 |
| 2.7.1.1 | Caracterización de la muestra según la edad de los estudiantes.....  | 73 |
| 2.7.1.2 | Caracterización de la muestra según el género de los estudiantes.....  | 74 |
| 2.7.1.3 | Porcentaje de estudiantes objeto de estudio por carrera.....   | 75 |
| 2.7.1.4 | Semestres que están cursando los estudiantes.....  | 76 |
| 2.7.1.5 | Asistencia a cursos de emprendimiento.....   | 77 |
| 2.7.1.6 | Padres que han sido empresarios.....   | 77 |
| 2.7.1.7 | Padre /madre empresarios.....  | 78 |
| 2.7.1.8 | Referentes profesionales en el entorno.....  | 79 |

|          |  |     |
|----------|--|-----|
| 2.7.1.9  | Involucramiento actual por parte del emprendedor en la creación de una empresa. ....     | 79  |
| 2.7.1.10 | Tiempo de experiencia laboral de los estudiantes universitarios. ....                    | 80  |
| 2.7.1.11 | Estudiantes que se encuentran laborando ahora a tiempo parcial o completo. ....          | 81  |
| 2.7.2    | Análisis de los factores contextuales.....   | 81  |
| 2.7.2.1  | Principales factores que incentivan escoger una carrera emprendedora. ....               | 82  |
| 2.7.2.2  | Valoración del entorno universitario de los entrevistados. ....                          | 83  |
| 2.7.2.3  | Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora. ....              | 84  |
| 2.7.3    | Análisis de la actitud personal hacia el emprendimiento.....                             | 85  |
| 2.7.3.1  | Actitud hacia el emprendimiento.....   | 85  |
| 2.7.4    | Análisis de la intención emprendedora de los universitarios.....                         | 85  |
| 2.7.4.1  | Intención de ser emprendedor.....  | 86  |
| 2.7.4.2  | Deseo de ser un emprendedor dueño de su propio negocio o asalariado de una empresa. .... | 87  |
| 2.7.4.3  | Probabilidad de crear su empresa en los próximos 5 años.....                             | 87  |
| 2.7.5    | Rasgos personales y competencias.....  | 88  |
| 2.7.5.1  | Creatividad.....   | 88  |
| 2.7.5.2  | Aversión al riesgo.....  | 89  |
| 2.7.5.3  | Escala de locus de control (LC).....   | 90  |
| 2.7.5.4  | Proactividad.....  | 91  |
| 2.7.6    | Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender. ....                     | 91  |
| 2.7.6.1  | Autoeficacia.....  | 92  |
| 2.7.6.2  | Inteligencia emocional (control de emociones). ....                                      | 93  |
| 2.7.7    | Percepción de las condiciones del entorno. ....  | 93  |
| 2.7.7.1  | Importancia del entorno social más cercano.....  | 94  |
| 2.7.7.2  | Importancia de la opinión de su entorno social más cercano.....                          | 94  |
| 2.8      | Comparación de resultados en ambas universidades estudiadas .....                        | 95  |
| 2.9      | Perfil del emprendedor universitario y sus características .....                         | 103 |

|   |     |
|---|-----|
| CAPÍTULO III.....   | 108 |
| 3. ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO EN EL ECUADOR .....                | 109 |
| 3.1 Procesos de formación del emprendedor universitario .....   | 109 |
| 3.2 Mecanismos de acompañamiento y asesoramiento para el fomento del emprendimiento en las universidades..... | 113 |
| 3.2.1 Centros de emprendimiento .....   | 114 |
| 3.2.2 Actividades del centro de emprendimiento .....  | 114 |
| 3.3 Estrategias de motivación para el emprendedor universitario.....  | 117 |
| CONCLUSIONES .....  | 119 |
| RECOMENDACIONES .....   | 120 |
| BIBLIOGRAFÍA.....   | 121 |
| ANEXOS.....   | 123 |

## INDICE DE TABLAS

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 1. Características de un emprendedor .....   | 9   |
| Tabla 2. Principales características del emprendedor según diferentes autores .....  | 10  |
| Tabla 3. Perfil de los estudiantes universitarios de España que tienen intención de emprender en los próximos 3 años ..... | 12  |
| Tabla 4. Factores relacionados con el emprendimiento universitario .....   | 14  |
| Tabla 5. Líneas temáticas de emprendimiento de la Universidad Andina Simón Bolívar.....                                    | 23  |
| Tabla 6. Lineamientos de emprendimiento de la Universidad de Cuenca .....  | 24  |
| Tabla 7. Áreas de enfoque para desarrollar el ecosistema de emprendimiento .....   | 26  |
| Tabla 8. Emprendimiento en la Universidad del Azuay .....  | 39  |
| Tabla 9. Perfil del emprendedor universitario y sus características .....  | 103 |
| Tabla 10. Modelos para el proceso de formación del emprendedor universitario .....   | 109 |
| Tabla 11. Materias de apoyo al emprendedor .....   | 112 |
| Tabla 12. Actividades del centro de emprendimiento .....   | 114 |
| Tabla 13. Programas de apoyo .....   | 115 |
| Tabla 14. Estrategias de motivación para el emprendedor universitario.....   | 117 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Figura 1.  | Principales características de las competencias.....                        | 15 |
| Figura 2.  | Factores relacionados al emprendimiento .....                               | 20 |
| Figura 3.  | Circuito del método Lean Start Up.....                                      | 29 |
| Figura 4.  | Fases del método spin off .....   | 31 |
| Figura 5.  | Edad de la población universitaria.....                                     | 51 |
| Figura 6.  | Género de la población universitaria .....                                  | 52 |
| Figura 7.  | Titulación de la población universitaria .....                              | 52 |
| Figura 8.  | Niveles que cursan la población universitaria .....                         | 53 |
| Figura 9.  | Asistencia de los estudiantes a cursos de emprendimiento.....               | 54 |
| Figura 10. | Padres empresarios.....   | 54 |
| Figura 11. | Quién de los padres es empresario .....                                     | 55 |
| Figura 12. | Referentes profesionales de la población universitaria .....                | 55 |
| Figura 13. | Involucrados en la creación de una empresa.....                             | 56 |
| Figura 14. | Tiempo de experiencia laboral .....   | 57 |
| Figura 15. | Estudiantes que laboran a tiempo parcial o completo .....                   | 58 |
| Figura 16. | Principales incentivos del contexto en general.....                         | 59 |
| Figura 17. | Valoración del entorno universitario de los entrevistados .....             | 60 |
| Figura 18. | Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora ..... | 61 |
| Figura 19. | Actitud hacia el emprendimiento .....                                       | 62 |
| Figura 20. | Intención de ser emprendedor .....  | 63 |
| Figura 21. | Preferencia: ser un emprendedor de su propia empresa o asalariado .....     | 64 |
| Figura 22. | Probabilidad de crear su empresa en los próximos 5 años .....               | 64 |
| Figura 23. | Creatividad .....   | 65 |
| Figura 24. | Aversión al riesgo .....  | 66 |
| Figura 25. | Escala de locus de control .....  | 67 |
| Figura 26. | Proactividad del emprendedor .....  | 68 |
| Figura 27. | Autoeficacia .....  | 69 |
| Figura 28. | Control de emociones.....   | 70 |
| Figura 29. | Valoración del entorno social más cercano de los estudiantes .....          | 71 |
| Figura 30. | Importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano ..    | 71 |
| Figura 31. | Edad de la población universitaria .....                                    | 73 |
| Figura 32. | Género de los estudiantes .....   | 74 |
| Figura 33. | Carreras de titulación.....   | 75 |
| Figura 34. | Semestres que cursan la población universitaria .....                       | 76 |

|            |  |     |
|------------|--|-----|
| Figura 35. | Cursos de emprendimiento recibidos.....  | 77  |
| Figura 36. | Padres empresarios.....  | 77  |
| Figura 37. | Quien de los padres es empresarios.....  | 78  |
| Figura 38. | Referentes profesionales de la población universitaria .....                         | 79  |
| Figura 39. | Estudiantes involucrados en la creación de una empresa.....                          | 79  |
| Figura 40. | Tiempo de experiencia laboral .....  | 80  |
| Figura 41. | Estudiantes que se encuentran laborand a tiempo parcial o completo.....              | 81  |
| Figura 42. | Principales incentivos del contexto en general.....                                  | 82  |
| Figura 43. | Valoración del entorno universitario de los entrevistados.....                       | 83  |
| Figura 44. | Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora                | 84  |
| Figura 45. | Actitud hacia el emprendimiento .....  | 85  |
| Figura 46. | Intención de ser emprendedor .....   | 86  |
| Figura 47. | Preferencia: ser un emprendedor de su propia empresa o asalariado .....              | 87  |
| Figura 48. | Probabilidad de crear su empresa en los próximos cinco años.....                     | 87  |
| Figura 49. | Creatividad .....  | 88  |
| Figura 50. | Aversión al riesgo .....   | 89  |
| Figura 51. | Escala de locus de control (LC) .....  | 90  |
| Figura 52. | Proactividad del emprendedor .....   | 91  |
| Figura 53. | Autoeficacia .....   | 92  |
| Figura 54. | Control de emociones.....  | 93  |
| Figura 55. | Valoración del entorno social más cercano de los estudiantes .....                   | 94  |
| Figura 56. | Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano ..... | 94  |
| Figura 57: | Promedio de edades.....  | 95  |
| Figura 58: | Promedio de género.....  | 95  |
| Figura 59: | Promedio de cursos de emprendimiento.....  | 96  |
| Figura 60: | Promedio de padres empresarios.....  | 96  |
| Figura 61: | Promedio de empresarios.....   | 97  |
| Figura 62: | Promedio de involucrados creación de empresa.....                                    | 97  |
| Figura 63: | Promedio de referentes personales .....  | 97  |
| Figura 64: | Promedio de experiencia laboral.....   | 98  |
| Figura 65: | Promedio de estudiantes que laboran.....   | 98  |
| Figura 66: | Promedio de incentivos.....  | 99  |
| Figura 67: | Promedio de valoración del entrono.....  | 99  |
| Figura 68: | Promedio de obstáculos/barreras.....   | 100 |
| Figura 69: | Promedio de actitud personal .....   | 100 |

|            |   |     |
|------------|---|-----|
| Figura 70: | Promedio de intensidad de ser emprendedor ..... | 100 |
| Figura 71: | Promedio de creatividad.....                    | 100 |
| Figura 72: | Promedio de aversión al riesgo.....             | 101 |
| Figura 73: | Promedio de escala de locus de control.....     | 101 |
| Figura 74: | Promedio de proactividad.....                   | 101 |
| Figura 75: | Promedio de autoeficacia.....                   | 101 |
| Figura 76: | Promedio de valoración del entorno.....         | 102 |

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente investigación tiene por objeto dar a conocer el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad del Azuay (UDA) y la Universidad Politécnica Salesiana (UPS) de la ciudad de Cuenca y así definir las características y competencias con las que debe contar el estudiante universitario, para que de esta manera ingrese con éxito al ámbito empresarial.

Se analizó los perfiles socio culturales, los factores contextuales, la actitud personal hacia el emprendimiento, la intención emprendedora de los universitarios, así como sus rasgos personales y competencias, los conocimientos y las habilidades, además de la percepción de las condiciones del entorno que tienen para emprender, todo esto con el fin de obtener un diagnóstico acertado sobre las condiciones propias y del entorno de los estudiantes de las universidades antes mencionadas.

**PALABRAS CLAVES:** emprendimiento, perfil emprendedor, estudiantes universitarios, autoeficacia.

## **ABSTRACT**

The aim of the present research is to present the entrepreneurial profile of students from the University of Azuay (UDA) and the Salesian Polytechnic University (UPS) of the city of Cuenca and thus define the characteristics and competences that the student should have university, in order to successfully enter the business world.

Socio-cultural profiles, contextual factors, personal attitude towards entrepreneurship, entrepreneurship intentions of university students, as well as their personal traits and competences, knowledge and skills, as well as the perception of the environmental conditions they have to undertake, all this in order to obtain a correct diagnosis on the conditions and the environment of the students of the universities mentioned above.

**KEYWORDS:** entrepreneurship, entrepreneurial profile, university students, self-efficacy.

## INTRODUCCIÓN

En los últimos tiempos el emprendimiento ha ido tomando mayor fuerza dentro del ámbito social-empresarial, ser emprendedor no es una tarea de todos, para ser emprendedor se requiere desarrollar habilidades, actitudes y competencias que deberían ser fortalecidas a lo largo de la vida de los estudiantes desde sus inicios hasta culminar en una realidad perceptible de éxito.

El tema desarrollado en el presente trabajo consiste en el análisis del perfil del estudiante universitario de la ciudad de Cuenca, se analiza la percepción que ellos tienen a cerca de lo que significa ser un emprendedor, así mismo expresan sus aspiraciones y metas para llegar a ser un empresario autónomo.

La importancia de esta investigación radica en determinar mediante el análisis a profundidad de la muestra de 400 encuestas realizadas a estudiantes de dos universidades de la ciudad de Cuenca, la influencia que tienen las universidades en la decisión de convertirse en emprendedores. Por otro lado, con la realización de este trabajo pretende contribuir de forma directa o indirecta a fortalecer el espíritu emprendedor de los estudiantes.

Para la investigación se ha utilizado la metodología de investigación de campo con la recolección de datos por medio la aplicación de la encuesta, para esto se ha utilizado el CUESTIONARIO IECEU - Intención Emprendedora y Competencias en Estudiantes Universitarios elaborada por la universidad Politécnica de Cartagena de España, luego se ha procedido a la tabulación de datos y elaboración de gráficos estadísticos que demuestran los resultados obtenidos, se culmina con la interpretación y análisis de los datos informativos.

Para la presente investigación se ha planteado los siguientes objetivos:

Objetivo general.

Analizar el perfil emprendedor en los estudiantes de la Universidad del Azuay (UDA) y Universidad Politécnica Salesiana (UPS).

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 del Azuay (UDA) y Universidad Politécnica Salesiana (UPS).
- Proponer estrategias de fortalecimiento en las universidades del Ecuador, enfocadas al desarrollo emprendedor de los estudiantes.

El presente estudio cuenta con tres capítulos enfocados en el perfil del emprendedor universitario.

El capítulo uno contiene las bases conceptuales que definen las características que debe poseer el emprendedor, el perfil del emprendedor universitario, las competencias con las que debe contar y las actividades de formación básica y especializada necesarias para el fomento del emprendimiento en los estudiantes universitarios.

En el capítulo dos se diagnostica las características del perfil emprendedor de los estudiantes de las universidades en estudio caso Universidad del Azuay (UDA) y caso Universidad Politécnica Salesiana (UPS), con el fin de conocer si las características son las necesarias y suficientes para su formación como emprendedor de éxito y si su entorno cuenta con las condiciones suficientes para permitirle al universitario desarrollarse en el ámbito empresarial de manera innovadora y exitosa.

En el capítulo tres se presentan estrategias de fortalecimiento del perfil del emprendedor universitario en el Ecuador, así como los procesos de formación y mecanismos de acompañamiento y asesoramiento para el fomento del emprendimiento en las universidades, para finalizar se presentan estrategias de motivación para el emprendedor universitario.

Luego de realizar el diagnóstico correspondiente a cerca del perfil del estudiante universitario se ha dado respuesta a los problemas encontrados con propuestas factibles y viables a desarrollarse dentro de sus centros universitarios.

Para la elaboración del presente trabajo investigativo se han brindado las facilidades pertinentes por parte de los directivos generales y directores del departamento de planificación de la Universidad del Azuay, mas, en la Universidad Politécnica Salesiana se han dificultado la obtención de información ya que se manejan en un sentido más estricto por así llamarlo.

En el presente estudio se analizó las acciones desarrolladas por las instituciones de educación superior de estudio para motivar el desarrollo emprendedor de sus estudiantes. De la misma forma, se identificó las características que permitan definir el perfil de emprendedor de los estudiantes de la Universidad del Azuay (UDA) y Universidad Politécnica Salesiana (UPS). Para finalmente proponer estrategias de fortalecimiento en las universidades del Ecuador, enfocadas al desarrollo emprendedor de los estudiantes. Con esto queda plasmado que se han cumplido a cabalidad los objetivos planteados para esta investigación.

**CAPÍTULO I**  
**MARCO TEÓRICO**

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

### **1.1 Concepto de emprendedor**

A través del tiempo, el hombre ha ido atravesando largos periodos de progreso y de cambios en la sociedad.

Actualmente el mundo se ha ido modernizando con mucha rapidez y el desempleo es cada vez más preocupante, sobre todo en países como Ecuador, ante esta falta de empleo se ha visto como una oportunidad el autoempleo.

A continuación, se realizará una revisión teórica cronológica de diferentes autores en cuanto a emprendimiento se refiere.

Según Shumpeter (1935), “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada” (Gómez, 2013).

Para Castillo (1999), “el término entrepreneur fue introducido a la literatura económica por primera vez en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía” (Formichella, 2004).

El emprendedor es una persona que posee características, habilidades y potencialidades específicas a ser explotadas empresarialmente. El emprendedor debe tener la formación o al menos debe estar dispuesto a adquirir los conocimientos requeridos para establecerse (Puchol, 2011).

Kizner (1998), plantea que la “función empresarial en el mercado no es fácil de entender, y trata de explicarla mediante lo que denomina elemento empresarial en la acción individual humana”.

Según Castro (2016), director de la carrera de Emprendimiento de la facultad de Especialidades Empresariales de la UCSG, el emprendimiento es una palabra y actividad que se han puesto de moda a nivel mundial. Estudios acerca del emprendimiento realizados por

el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) muestran que son los jóvenes quienes tienen mayor predisposición a emprender (Lasio, Caicedo, Ordeñana, y Izquierdo, 2016).

En conclusión, el concepto de emprendedor, si bien ha sido importante a través del tiempo, últimamente ha cobrado mayor relevancia para nuestra sociedad. La idea de aumentar el número de emprendedores en la sociedad, resulta interesante y el estudio de este fenómeno se presenta como verdaderamente necesario.

## 1.2 Características del emprendedor

Según Ludevid y Ollé (2004), el emprendedor debe tener características personales que impulsen el proyecto, mas, si sus características son inadecuadas el mejor producto en los mejores mercados no tendrá éxito.

Los requisitos necesarios que debe tener un nuevo emprendedor son de dos tipos:

- **Capacidad técnica:** además de tener una idea a cerca de un producto o servicio debe tener la capacidad de evaluarla y desarrollar un plan de acción.
- **Capacidad personal:** capacidad de tener un equipo de personas y que cada una de ellas contribuyan a la resolución de problemas que se presenten.

El emprendedor se caracteriza por el esfuerzo social hacia la generación de empleo, riqueza y bienestar (Puchol, 2011). Tiene la capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas.

El modelo GEM propone a este respecto que, además de las condiciones del entorno para emprender, el proceso completo de creación y éxito empresarial depende de variables personales referentes al propio emprendedor, es necesario que el individuo potencialmente emprendedor disponga de ciertas capacidades emprendedoras (Burne, Vargas Muñoz, y Ruiz de León, 2017, pág. 7)

- Motivación y habilidades
- Que sea capaz de detectar oportunidades para explotarl as mediante la creación empresarial.

Su estudio se apoya en tres factores principales del emprendedor considerados en el ámbito del modelo GEM (García, Martínez, y Fernández, 2010, pág. 34).

- Temor al fracaso empresarial
- La percepción de buenas oportunidades para emprender
- La posesión de habilidades y conocimientos en relación con la creación de empresas.

En particular, se pretende analizar cómo influyen estas tres características personales del emprendedor en su propensión a crear una empresa, así como en su propia percepción del resultado de las iniciativas puestas en práctica.

Las características que suelen acompañar a todo empresario, y que pueden servir como indicador a la hora de evaluar la capacidad empresarial de una persona, pueden ser resumidas del siguiente modo:

Tabla 1. Características de un emprendedor

| CARACTERÍSTICA                                | DETALLE   |
|---|---|
| La necesidad de obtener resultados.           | Esta necesidad se define como el deseo de la persona que motiva su comportamiento hacia su consecución.   |
| El deseo de responsabilidad                   | El empresario prefiere utilizar sus propios recursos, del modo que considera más apropiado, para conseguir aquello que se ha propuesto. Colabora en un grupo en la medida en que puede influir en sus resultados. |
| La preferencia por los riesgos moderados      | El empresario confía en conseguir un resultado. No es un jugador. Se propone, por lo general, objetivos que cree que puede alcanzar.  |
| La percepción de las probabilidades de éxito. | La confianza y la seguridad en tener éxito es una característica significativa de la personalidad del empresario.   |
| Una gran actividad                            | El empresario suele ser una persona que desarrolla una enorme actividad. Lo importante de su tiempo en resolver problemas.  |
| La orientación hacia el futuro                | Es decir, la tendencia a buscar y anticiparse a las oportunidades actuales.   |
| La habilidad en organizar                     | El empresario muestra una especial habilidad en organizar tanto a las personas como al trabajo.   |
| La habilidad innovadora                       | Es decir, la capacidad para mejorar un producto o servicio existente, o de crear algo nuevo.  |
| La tolerancia a la ambigüedad                 | Implica la habilidad para tratar con algo poco estructurado e imprevisto.   |

|                  |  |
|------------------|--|
| La adaptabilidad | Es decir, la capacidad para ajustarse con rapidez a los cambios que se producen en su entorno. |
|------------------|--|

Fuente: Ludevid y Ollé (1994)  
 Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En la siguiente tabla se observa en orden cronológico las características que debe tener un emprendedor según varios autores.

Tabla 2. Principales características del emprendedor según diferentes autores

| AUTOR                      | CARACTERISTICA  |
|----------------------------|---|
| Stuart Mill (1848)         | Tolerancia al riesgo  |
| Weber (1917)               | Fuente de autoridad formal  |
| Schumpeter (1934)          | Innovación e iniciativa   |
| Sutton (1954)              | Responsabilidad   |
| Hartman (1959)             | Autoridad formal  |
| McClelland (1961)          | Tolerancia al riesgo y necesidad de logro                             |
| Davids (1963)              | Ambición, independencia. Responsabilidad y autoconfianza              |
| Palmer (1971)              | Asunción y control de riesgo  |
| Winter (1973)              | Afán de poder   |
| Borland (1974)             | Control percibido interno   |
| Liles (1974)               | Necesidad de logro  |
| Gasse (1977)               | Orientado por valores personales                                      |
| Timmons (1978)             | Autoconfianza, orientado a la innovación                              |
| Sexton (1980)              | Energía, capacidad de enfrentarse a los problemas                     |
| Welsh y White (1981)       | Necesidad de logro, asunción de riesgos, responsabilidad y compromiso |
| Dunkelgerg y Cooper (1982) | Independencia, orientado al crecimiento                               |
| Fernal y Salomon (1986)    | Orientado por los valores personales                                  |
| Winslow y Salomon (1987)   | Ligeramente sociopatico   |
| John Kao (1989)            | Capacidad para alcanzar metas.  |
| Robbins y Coulter (2005)   | Alto nivel de energía y persistencia                                  |
| Beltrán (2009)             | Autoconfianza e independencia   |

Fuente: Park y Duarte Masi (2015)  
 Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En conclusión, los emprendedores son personas poseedoras de características de liderazgo con visión, potencial para enfrentar los problemas y capacidad de trabajo en equipo.

### 1.3 El perfil del emprendedor universitario

El perfil ideal del emprendedor tiene una finalidad practica y útil que va mucho más allá de su descripción, se tratará de crear un “modelo ideal” de las cualidades del emprendedor hacia el cual se quiere aproximar mediante el desarrollo de las actividades y conocimientos (Granados, y otros, 2007).

El estudio realizado en España por el Observatorio de Emprendimiento Universitario (2016) elaboró el siguiente informe en cuanto al perfil del estudiante universitario que tiene intención de emprender en los próximos 3 años.

En la tabla 3 se muestra el perfil de los emprendedores de las universidades de España en las primeras etapas del proceso, el porcentaje más alto (39,2%) son de la rama de Ciencias Sociales tratándose también del grupo más numeroso del segundo curso (43,5%) y cuarto curso de carrera (36,5%). La rama con menor porción de emprendedores es Ciencias experimentales (5.0%) en los alumnos de segundo y cuarto año

El 70.9% de los estudiantes universitarios dijo tener experiencia laboral destacándose aquí los alumnos de cuarto curso, mientras que en los alumnos de segundo curso se reduce al 60.3%. En cuanto a su relación con lo laboral, un tercio de los entrevistados afirmaron que se encuentran laborando, el 40% corresponde a los alumnos del último curso de carrera y un reducido 23.6% son alumnos de segundo.

Generalmente en cuanto a prácticas externas el 32.0% de los estudiantes emprendedores afirman haberlas realizado, lógicamente el porcentaje más alto está en los alumnos de último curso (46.6%) frente al (9.9%) de segundo curso. Esto se debe a que los planes de prácticas están dirigidos a los alumnos que se encuentran en fin de titulación.

En cuanto a términos sociodemográficos se refiere, la mayor parte de la muestra son hombres (54.0%), mientras que el 46.0% son mujeres, casi el 90% son de nacionalidad española, el 95.6% son de estado civil solteros, el 26.8% están en el rango de edad entre los 25 y 34 años y un poco más de la mitad afirman tener un nivel económico medio. Este perfil es bastante similar entre los alumnos de segundo y cuarto, la única diferencia está en la edad pues en segundo están los de 20 años con un 27.3% y en cuarto los de 25 a 34 años con un 33.0%.

Tabla 3. Perfil de los estudiantes universitarios de España que tienen intención de emprender en los próximos 3 años

| Características                    | Segundo Curso | Cuarto curso | Ambos        |
|------------------------------------|---------------|--------------|--------------|
| <b>Estudios</b>                    |               |              |              |
| Humanidades                        | 19,2%         | 24,8%        | 22,6%        |
| Ciencias sociales                  | 43.5%         | 36.5%        | 39.2%        |
| Ciencias experimentales            | 4.9%          | 5.1%         | 5.0%         |
| Ingenierías                        | 23.6%         | 24.3%        | 24.0%        |
| Ciencias de la salud               | 8.8%          | 9.3%         | 9.1%         |
| <b>Experiencia profesional</b>     | <b>60,3%</b>  | <b>77,8%</b> | <b>70,9%</b> |
| <b>Actualmente está trabajando</b> | <b>23.6%</b>  | <b>39.6%</b> | <b>33.2%</b> |
| <b>Prácticas profesionales</b>     | <b>9.9%</b>   | <b>46.6%</b> | <b>32.0%</b> |
| <b>Género</b>                      |               |              |              |
| Femenino                           | 45.1%         | 46.7%        | 46.0%        |
| Masculino                          | 54.9%         | 53.3%        | 54.0%        |
| <b>Nacionalidad</b>                |               |              |              |
| Española                           | 88.1%         | 90.2%        | 89.4%        |
| Otra                               | 11.9%         | 9.8%         | 10.6%        |
| <b>Estado Civil</b>                |               |              |              |
| Soltero                            | 95.0%         | 95.9%        | 95.6%        |
| Casado                             | 5.0%          | 4.1%         | 4.4%         |
| <b>Edad</b>                        |               |              |              |
| 19 años o menos                    | 17.1%         | 0.1%         | 6.9%         |
| 20 años                            | 27.3%         | 0.8%         | 11.3 %       |
| 21 años                            | 12.9%         | 11.4%        | 12.0%        |
| 22 años                            | 8.5%          | 19.6%        | 15.2%        |
| 23 años                            | 6.2%          | 17.8%        | 13.2%        |
| 24 años                            | 3.9%          | 9.8%         | 7.5%         |
| 25 años a 34 años                  | 17.4%         | 33.0%        | 26.8%        |
| 35 a 44 años                       | 4.8%          | 5.0%         | 4.9%         |
| más de 45 años                     | 2.0%          | 2.4%         | 2.2%         |
| <b>Estatus económico</b>           |               |              |              |
| Bajo                               | 4.9%          | 5.1%         | 5.1%         |
| Media bajo                         | 21.6%         | 20.4%        | 20.9%        |
| Medio                              | 51.2%         | 53.0%        | 52.3%        |
| Medio alto                         | 21.3%         | 20.9%        | 21.1%        |
| Alto                               | 0.9%          | 0.6%         | 0.7%         |

Fuente: Observatorio de Emprendimiento Universitario  
 Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Según el reporte de estudios GEM Ecuador (2016), en 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, 2016).

Se han realizado varios estudios sobre los procesos de emprendimiento en el mundo entero. Un reciente estudio realizado sobre el proceso de creación y desarrollo de nuevas empresas en algunos países de América Latina, reveló que el 50% de las más dinámicas son creadas por graduados universitarios y que si se consideran también a aquellos con nivel universitario incompleto.

Argentina aparece como uno de los países con mayor potencial para el surgimiento de este tipo de empresarios de base universitaria dentro de la región, debido al crecimiento en la cantidad de alumnos dentro del sistema universitario en los últimos 20 años. (Kantis, Postigo, Federico, y Tamborini, 2008).

En nuestro país el espíritu emprendedor de nuestros jóvenes se ha visto opacado por la falta de recursos tanto económicos como sociales, cabe destacar que en las universidades se realizan proyectos de diferente índole, mas no son ejecutados por falta de estos recursos,

García y Lajara (1999) señalan que el emprendedor o *entrepreneur* se ha estudiado en base a tres dimensiones: su perfil demográfico, su perfil psicológico y su perfil sociológico.

Por ello, la figura del empresario se ha abordado desde diversas ciencias sociales y con enfoques diferenciados.

Tabla 4. Factores relacionados con el emprendimiento universitario

| DIMENSIÓN   | VARIABLE                                   | INDICADOR   |
|---|--|---|
| Características personales actitudinales  | Autoconfianza                              | El nivel de confianza en sí mismo es alto, medio o bajo según el valor en la escala de Likert de tres preguntas que se orientan a medirlo.                                    |
|   | Creatividad                                | Según el alumno se autocalifique con una creatividad por encima o por debajo/igual que su núcleo cercano.   |
|   |  | Si el alumno realiza en su tiempo libre alguna actividad creativa.  |
|   | Capacidad de negociación                   | Según el alumno se autocalifique con una capacidad de negociación por encima o por debajo/igual que su núcleo cercano.  |
|   | Orientación a la acción                    | Según el alumno se autocalifique con un nivel de reflexión antes de tomar una decisión por encima o por debajo/igual que su núcleo cercano                                    |
|   | Propensión al riesgo                       | Según el alumno se autocalifique con una capacidad de asumir riesgos por encima o por debajo/igual que su núcleo cercano.   |
| Es alta, media o baja según el valor en la escala de Likert de tres preguntas que se orientan a medir la propensión al riesgo |  |   |
| Entorno   | Modelo de rol paterno                      | Si el padre del alumno se desempeña o ha desempeñado como empresario o comerciante.   |
|   | Modelo de rol de familiares o amigos       | Si algún amigo o familiar cercano del alumno se desempeña como empresario.  |
|   | Cultura empresarial                        | Es alta, media o baja según el valor en la escala de Likert de cuatro preguntas que se orientan a medir cómo percibe el alumno la cultura empresarial de su ciudad.           |
| Formación   | Experiencia laboral                        | Lugar en el que se desempeña o ha desempeñado laboralmente el alumno.   |
|   | Pasantías                                  | Si el alumno alguna vez el alumno ha realizado una pasantía.  |
|   | Orientación de la carrera.                 | Si el alumno opina que la formación universitaria adquirida lo prepara fundamentalmente para desempeñarse en relación de dependencia o para crear una empresa propia.         |
|   | Herramientas técnicas adquiridas           | Si el alumno considera que la carrera le ha dado las herramientas necesarias para crear una empresa en el mediano plazo.  |
|   | Cursos específicos                         | Si el alumno asistió dentro o fuera de la universidad a un curso sobre creación de firmas.  |
|   | Expectativas de mayores ingresos relativos | Si el alumno percibe que en el mediano plazo la educación universitaria adquirida le permite ganar mayores ingresos empleado en relación de dependencia o como auto empleado. |

Fuente Liseras, Gennero de Rearte y Gaña (2003).  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

## 1.4 Evaluación de las competencias del emprendedor

Al hablar de competencias emprendedoras se hace referencia a aquellas que permiten desarrollar un proyecto emprendedor con el cual generar crecimiento económico y cohesión social, configurándose de esta manera como un proyecto social integrado.

“Un modelo es una representación de un hecho, que el ser humano observa e intenta describirlo para comprender su funcionamiento y poder o intentar reproducir dicha situación bajo condiciones controladas, replicables, evaluables y en lo posible predecibles” (Ortiz y Zúñiga, 2011).

McClelland (1973), es un referente constante en el estudio de las competencias por sus importantes hallazgos en este sentido. El equipo de trabajo dirigido por este autor destacó tres características fundamentales que estaban detrás de los comportamientos excelentes o superiores en un puesto de trabajo, en el gráfico 1 se describe estas tres características (Martínez y Carmona, 2009).



Figura 1. Principales características de las competencias  
Fuente: Martínez y Carmona (2009)  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Para Tejada (1999), las características fundamentales que subyacen al concepto de competencia son:

Conjunto de conocimientos, procedimientos y actitudes combinados, coordinados e integrados; que le permiten al sujeto “saber hacer” y “saber estar”, en definitiva, capacidad para “saber actuar” dentro del ejercicio profesional.

Las competencias solo son definibles en la acción. Esto nos sugiere que por el simple hecho de poseer un conjunto de capacidades o recursos no se es competente, sino que es necesario poner en práctica, movilizar, estas capacidades para poder hablar de competencia. Boterf (2001).

La experiencia es una de las características más importantes desde este punto de vista al estar presente la noción de desarrollo (Lévy-Leboyer 2003), pues implica que las competencias pueden ser educadas, desarrolladas, y, por lo tanto, adquiridas a lo largo de toda la vida activa de los sujetos.

Por último, este autor destaca como cuarta característica de las competencias el contexto. Así pues, no se conciben las competencias si no son dentro de un contexto concreto en donde se ponen en práctica.

### **Tipos de competencias**

En esta concepción, las competencias van más allá de los aspectos técnicos, metodológicos o procedimentales; resaltándose, la importancia de las competencias individuales, relacionales, sociales y participativas (Tejada y Navío, 2005).

En esta línea, Bunk (1994) identifica la siguiente tipología de las competencias que, como él mismo indica, también incluyen los “comportamientos personales y sociales”, además de los técnico-metodológicos:

- **Competencia técnica:** esta competencia posee aquel que domina como experto, las tareas y contenidos de su ámbito de trabajo, y los conocimientos y destrezas necesarios para ello.
- **Competencia metodológica:** aquel que sabe reaccionar aplicando el procedimiento adecuado a las tareas encomendadas y a las irregularidades que se presenten, que

encuentra de forma independiente vías de solución y que transfiere adecuadamente las experiencias adquiridas a otros problemas de trabajo.

- **Competencia social:** aquel que sabe colaborar con otras personas de forma comunicativa y constructiva, muestra un comportamiento orientado al grupo y un entendimiento interpersonal.
- **Competencia participativa:** aquel que sabe participar en la organización de su puesto de trabajo y también de su entorno de trabajo, es capaz de organizar, decidir y está dispuesto a aceptar responsabilidades.

Asimismo, este autor señala que estas cuatro competencias parciales se integran dando lugar a lo que él denomina “competencia de acción”, que por sí es indivisible (Bunk, 1994).

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.

Según la revista Reice (2009), se ha identificado las siguientes competencias emprendedoras 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 a relacionarse con facilidad, y con corrección, 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.

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

### ***1.5.1 La educación emprendedora.***

Su objetivo debe ser potenciar y fortalecer el desarrollo humano y social, siendo el instrumento de generación y distribución de riqueza, conocimiento, poder y renta. Para asumirla, la educación universitaria necesita dotarse de nuevas herramientas pedagógicas. (Castillo, Baquedano, Farrán, Olavaira y Parra, 2007).

No se trata sólo de motivar una nueva actitud ni de promover y entrenar competencias transversales, sino que permitir pasar de la teoría a la acción y concretar las nuevas ideas. En consecuencia, se requiere instalar una convergencia metodológica que incida en una pedagogía de la acción emprendedora, Castillo, (2007).

De esta forma, el rol de las actividades extra-aulas será cada vez más importante y aún más si se vincula estrechamente con el mundo real de las empresas, los servicios y las diversas instituciones de la sociedad civil, procurando:

- 1) Fortalecer el locus interno de la persona;
- 2) Fortalecer las capacidades de autoaprendizaje;
- 3) Fomentar las habilidades para establecer alianzas y redes;
- 4) Vincularse fuertemente con la realidad social y el mercado laboral (misiones de terreno); y
- 5) Aprender a hacerse responsable de sus propias decisiones y compromisos.

En vista que la propensión de los estudiantes universitarios a crear una empresa como salida profesional no es alta, las universidades van incorporando, de forma creciente, en sus planes de estudios, materias específicas relacionadas con este tema.

La formación de las actitudes e iniciativa emprendedora debe impartirse en todos los niveles educativos y en la comunidad investigadora en todos los ámbitos.

Combinar el potencial educativo y el científico con las cualificaciones empresariales mediante el desarrollo de competencias emprendedoras posibilitará el aprovechamiento de los resultados académicos y los logros de la investigación científica para alcanzar progresos en el avance, innovación y mejora de la sociedad actual.

Para reforzar el papel de la formación en la creación de una cultura más emprendedora en la sociedad es preciso disponer de un marco integrado y coherente de servicios y actuaciones docentes, apoyar a las instituciones educativas y al profesorado sobre todo en su formación, fomentar la participación de agentes sociales y empresas y estimular las competencias empresariales en la educación, especialmente en el escenario universitario.

En lo que a la educación superior se refiere existe un promedio de 4 créditos por carrera que deben ser aprobados en la mayoría de los centros universitarios, en cuanto a materias de

Emprendimiento se refiere, mientras que el fomento de la cultura emprendedora debe ser un tema prioritario en la actual agenda de las políticas públicas de educación superior.

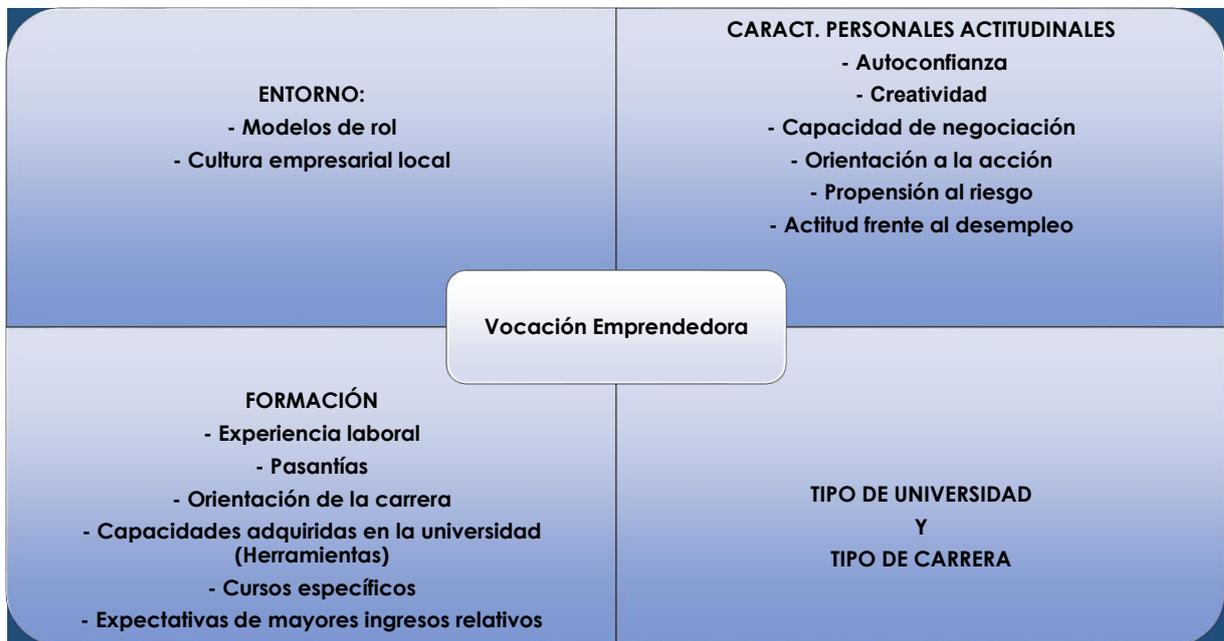


Figura 2. Factores relacionados al emprendimiento

Fuente: Liseras, Gennero y Graña (2003)

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Como se muestra en la figura 2 existen factores que influyen en el fomento para el emprendimiento. Son múltiples los elementos que deben ser tenidos en cuenta para explicar la vocación de un individuo hacia la actividad emprendedora.

**El modelo de rol paterno:** es el más próximo y ejerce influencia desde la niñez, éste tiene un papel muy importante para fomentar el deseo y la credibilidad de la actividad emprendedora en el individuo, tendiendo los hijos a escoger una ocupación no muy distinta a la de sus padres (Shapero y Sokol, 1982), citado en Liseras, Gennero de Rearte y Gaña, (2003).

**Entorno de familiares y amigos empresarios:** los grupos de empresas, instituciones, valores y actitudes sociales enraizados en una localidad estimulan los procesos emprendedores (Gennero, 1998; Mueller y Thomas, 2000),

**Experiencia laboral;** las condiciones de empleo, inestabilidad, precariedad, insatisfacción salarial, pueden empujar a los individuos a iniciar su propio negocio, siendo el deseo de desempeñar una actividad independiente la fuente más importante de creación de nuevas empresas,

**Pasantías:** se ha observado que la realización de pasantías y la experiencia adquirida en pymes y empresas familiares inciden sobre la vocación emprendedora de los alumnos (Schiersmann et al., 2002).

**Tipo de universidad y tipo de carrera:** los planes de estudio de las distintas universidades y las características propias de cada institución educativa y de sus alumnos pueden incidir en las opciones de salida laboral evaluadas por sus graduados (Charney y Libecap, 2000). En cuanto a la carrera, tanto factores psicológicos que conducen a su elección, así como las capacidades específicas que son adquiridas durante el cursado de la misma, ejercen influencia sobre la vocación emprendedora del alumno.

### ***1.5.2 Análisis del contexto internacional.***

Dentro del contexto internacional se muestra como claro ejemplo las medidas y recomendaciones llevadas a cabo desde la Unión Europea, las cuales han hecho énfasis a la inclusión de la iniciativa emprendedora en las distintas etapas de la educación, esto se ha llevado a cabo mediante leyes que regulan la educación desde el año 2009.

- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, tiene entre sus fines conseguir que el alumnado desarrolle el espíritu emprendedor.
- La Ley Orgánica 10/2002, de 23 de diciembre, de Calidad de la Educación recoge en su exposición de motivos que “el espíritu emprendedor es necesario para hacer frente a la evolución de las demandas de empleo en el futuro”. Estableciendo como objetivos en cada una de las etapas educativas:
  - Educación Primaria: el desarrollo del espíritu emprendedor, fomentando actitudes de confianza en uno mismo, sentido crítico, creatividad e iniciativa personal (art. 15).
  - Educación Secundaria: consolidar el espíritu emprendedor, desarrollando actitudes de confianza en uno mismo, el sentido crítico, la iniciativa personal y la capacidad para planificar, tomar decisiones y asumir responsabilidades (art. 22).
  - Bachillerato: afianzar el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, confianza en uno mismo, sentido crítico, trabajo en equipo y espíritu innovador (art. 34).

- En lo relativo a la educación universitaria, la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, hace referencia en su introducción a que “se establecen en la Ley los ámbitos de investigación, la importancia de la formación de investigadores y su movilidad y se contemplan distintos tipos de estructuras, incluida la creación de empresas de base tecnológica, para difundir y explotar sus resultados en la sociedad” Durán, J. Fernández, G. Lejarriaga, y S. Martín (2014).

Se observa que en Europa se ha priorizado el emprendimiento desde tempranas edades desde los niveles escolares hasta los niveles superiores, en la búsqueda de profesionales capacitados para el éxito empresarial y en beneficio de la sociedad.

Por otro lado, el país de Uganda es un caso excepcional en el mundo de los negocios como lo son también Australia, Nueva Zelanda, Singapur y el Reino Unido, países que ofrecen visas empresariales a aquellos emprendedores con grandes ideas que pueden y quieren llevar dinero a su economía. Por su parte, Irlanda, España, Italia y los Países Bajos ofrecen visa express. Según el diario inglés "The Guardian" (octubre, 2016): "Uganda es un país de empresarios". Y de acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2015, el "28% de los adultos ugandeses posee o es co-dueño de un nuevo negocio".

Según los analistas, los ugandeses son conocidos como "aprovechadores de toda oportunidad", específicamente en las Pymes. También coincide en este espíritu emprendedor la escasez de opciones para los jóvenes: 400.000 de estos ingresan al mercado laboral cada año, para ocupar 9000 puestos de trabajo. Otro factor preponderante en esta realidad de Uganda es que el país no está superpoblado con los líderes de negocios que se han hecho a sí mismos. La mayoría de las empresas en esta nación siguen siendo de pequeña escala e informal, lo cual es intencional de su parte: su objetivo es mantenerse medio informales para evitar impuestos y gastos de registro, pero también significa que faltan oportunidades de gran envergadura e inversión extranjera confiable que ofrezca un piso de seguridad para desarrollar nuevos emprendimientos.

Según registros del gobierno de Uganda, casi el 10% de sus habitantes comenzó un negocio en 2015; una quinta parte de ellos son personas entre los 18 y 44 años; los jóvenes empresarios, en particular, tienen generalmente bajas expectativas de crecimiento, pero de todas maneras emprenden; algunos innovan en líneas ya establecidas de productos, otros crean negocios adicionales al familiar, según informa Rebecca Namatovu (Makerere University Business School, coordinadora del GEM Uganda).

### 1.5.3 Análisis del contexto nacional.

Dentro del contexto nacional las universidades aplican diferentes procesos y mecanismos con el fin de promover el emprendimiento en los estudiantes, a continuación, se describen algunos de ellos:

La Universidad Andina Simón Bolívar ha contribuido 14 años al fomento del emprendimiento, esto se ha llevado a cabo a través de las “siete líneas temáticas” sobre las cuales desde el año 2000 la Universidad Andina Simón Bolívar ha venido actuando de forma ininterrumpida a través del área de gestión.

Tabla 5. Líneas temáticas de emprendimiento de la Universidad Andina Simón Bolívar

| Acción/actividades  | Objetivos   |
|---|---|
| Espacios de discusión sobre la problemática del emprendimiento y las PyME   | Fomentar el espíritu emprendedor y el análisis de la situación actual y futura de emprendedores de negocios, emprendedores sociales y de las micro, pequeñas y medianas empresas del Ecuador. |
| Actividades sobre intercambio de conocimientos y experiencias nacionales e internacionales relacionadas al espíritu empresarial | Conocer sobre propuestas y buenas prácticas que en el Ecuador y en otros países del mundo se han venido generando en el campo del espíritu empresarial.                                       |
| Espacios de acercamiento a la realidad empresarial para la motivación emprendedora  | Presentar y aprender sobre historias de emprendedores que se han destacado en diferentes ámbitos y que han logrado alcanzar distinciones dentro de sus campos de acción                       |
| Programas de formación especializada en el campo del espíritu emprendedor y la creación de empresas                             | Contribuir a la formación de profesionales especialistas que sean capaces de crear su propia empresa y/o de constituirse en promotores y multiplicadores del proceso emprendedor              |
| Programas de capacitación para emprendedores y pequeñas empresas  | Capacitar a aquellas personas que no acceden a los cursos de posgrado que oferta la Universidad, en temas relacionados a la administración y/o creación de micro y pequeñas empresas.         |

|   |   |
|---|---|
| Producción bibliográfica especializada en el emprendimiento y el sector productivo                                | Aportar a la generación de conocimiento especializado en el campo del emprendimiento y del sector productivo, con el propósito de contribuir, con información e ideas, al trabajo de investigadores, medios de comunicación, diseñadores de políticas públicas, empresarios y de todas aquellas personas y organizaciones interesadas en la mejora situacional de los emprendedores y las MIPyME. |
| Espacios para el desarrollo de la investigación y la generación de información sobre el emprendimiento y las PyME | Contribuir a la recopilación, generación, análisis y difusión de información sobre oportunidades de negocio, entorno socioeconómico y documentos especializados del sector empresarial, con énfasis en la micro, pequeña y mediana empresa.   |

Fuente: Centro de Emprendimiento Universidad Andina Simón Bolívar (2017)

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Según el centro de emprendimiento de la Universidad de Cuenca se ha tomado como base tres lineamientos para el emprendimiento de los estudiantes:

Tabla 6. Lineamientos de emprendimiento de la Universidad de Cuenca

| Lineamientos                                    | Descripción   |
|---|---|
| Asignatura de emprendimiento                    | Se imparte la asignatura de emprendimiento dos horas semanales con valoración de dos créditos en las facultades de Medicina, Ciencias Agropecuarias, Ciencias Químicas, Arquitectura, Ingenierías y Ciencias Jurídicas. |
| Sensibilización de la cultura de emprendimiento | Se sensibiliza la cultura emprendedora en docentes y alumnos de la universidad mediante cursos y capacitaciones en donde interactúan alumno-profesor.   |
| Ecosistema emprendedor                          | Se articula el ecosistema emprendedor a través de empresas públicas y privadas para ayudar al estudiante a acceder a financiamiento mediante empresas privadas con el fin de llevar a la práctica sus emprendimientos.  |

Fuente: Centro de Emprendimiento Universidad de Cuenca (2017)

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

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

El análisis del entorno es parte fundamental antes de confirmar que se está frente a una oportunidad de emprender, de esta forma se asegura el surgimiento, evolución y crecimiento de las nuevas pymes.

El entorno es el facilitador de las condiciones para el desarrollo de las actividades emprendedoras, dentro de este entorno esta la cultura, el capital humano y el capital social. No obstante, en ciertas ocasiones, ese ambiente puede resultar complicado y árido, Los actores de este ecosistema son emprendedores y startups. También organizaciones privadas que promueven y apoyan el emprendimiento, así como gobiernos locales y el gobierno central. Los primeros generan las ideas y son la base de este ecosistema. "Si crecen en número, aumentan las probabilidades de contar con algunas iniciativas exitosas; además, contribuyen al desarrollo de una cultura emprendedora. Y si crecen en calidad y tamaño podrán pagar consultores, incubadoras, empresas de servicios, inversionistas...", sostiene Caicedo (2014).

Con el apoyo del Banco de Desarrollo de América Latina, CAF y el Banco Interamericano de Desarrollo, BID, en la ciudad de Quito, en el mes de mayo del 2014 se ha creado la AEI "Alianza para el Emprendimiento y la Innovación del Ecuador", se trata de una red de actores públicos, privados y académicos que tienen el fin de fomentar el emprendimiento y la innovación a nivel nacional como base del desarrollo productivo del Ecuador. Esta red está conformada por 68 aliados entre los que se encuentran la SENESCYT, PROECUADOR, CONQUITO, CRISFE (fundación), la UTPL (Universidad Técnica Particular de Loja), la AJE (Asociación de Jóvenes Emprendedores del Ecuador), SOLIDARIO conmigo, CIE (Corporación para el Emprendimiento y la Innovación del Ecuador), Corporación FAVORITA entre otros, esta red se encuentra trabajando desde hace tres años en temas de formación y capacitación, marco legal, fomento de mercados, desarrollo, investigación e innovación, acceso a financiamiento y otros.

El rol de AEI es generar continuidad en procesos y proyectos mediante la articulación de esfuerzos entre sus aliados, de tal manera que se generen sinergias para apoyar a que los emprendedores e innovadores tengan acceso a: Información de emprendimiento e innovación que permita a los emprendedores tomar decisiones acertadas y que mitiguen el riesgo, en lo relacionado a sus empresas. Financiamiento de capital de riesgo que les permita a los emprendedores poner en marcha proyectos innovadores. Acceso a educación emprendedora

para niños en escuelas y colegios; y desarrollo de competencias emprendedoras para profesionales.

#### Objetivos de AEI

El objetivo principal de esta estrategia es “posicionar al Ecuador dentro de los tres países más atractivos para emprender en Latinoamérica en el 2020”.

- ❖ Incrementar la cantidad de aliados que fomentan el emprendimiento e innovación y trabajen de manera coordinada.
- ❖ Impulsar el fomento de emprendimiento e Innovación alrededor de industrias con alto potencial de innovación.
- ❖ Impulsar el incremento de la inversión privada en investigación y desarrollo a través de la vinculación entre universidad y empresa.

Por otra parte, se ha realizado un análisis basado en los enfoques metodológicos de Babson College, el mismo concluyo que en Ecuador se debe trabajar en siete dominios o áreas de enfoque para desarrollar el ecosistema de emprendimiento e innovación detallados en la siguiente tabla:

Tabla 7. Áreas de enfoque para desarrollar el ecosistema de emprendimiento

| Dominios del ecosistema | Descripción  |
|-------------------------|--|
| Financiamiento          | Se analiza el acceso a recursos iniciales para arrancar, como recursos no reembolsables, pasando por crédito para emprendedores y llegando a capital de riesgo o inversión con participación de recursos. Un aspecto particularmente importante es la existencia de un mercado de capitales dinámico y transparente, que atraiga capital privado. Incluye entre otros, instrumentos para canalizar flujo de fondos como capital semilla, micro créditos, inversores ángeles, fondos de inversión, préstamos bancarios y demás instrumentos financieros. Así mismo la internet ha brindado métodos alternativos de financiamiento a los emprendedores con herramientas como el crowdfunding y el crowdsourcing. |

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Innovación                  | Componente esencial del ecosistema del emprendimiento. Se manifiesta mediante un nuevo producto o la mejora de uno ya existente y/o proceso a nivel empresarial y también a nivel tanto organizacional como comercial.   |
| Políticas y Marco Normativo | Implica un conjunto de elementos del ámbito político pública como leyes, decretos, ordenanzas y marco regulatorio. Los mismos pueden traducirse en instrumentos que incentivan (subsidios, financiamiento, tributarios, investigación, etc.) y/o regulan la creación, funcionamiento y cierre de empresas. En este componente se revisan todos los procedimientos necesarios para la constitución de una empresa, el lanzamiento de un producto o la operación normal de un proyecto, y las políticas existentes enfocadas al fomento del emprendimiento e innovación. Mientras mayores sean los procedimientos, en relación al tiempo que toma cada uno y al costo de los mismos, mayor es la complejidad de emprender. |
| Cultura                     | Son valores y creencias que predominan en la sociedad y que influyen sobre la conducta de las personas que forman el ecosistema. Dentro de este punto se encuentran los modelos de rol y visibilidad de emprendedores, tolerancia al riesgo, al error o fracaso, disposición a la innovación, experimentación, creatividad, ambición de superación, la realización personal, la posibilidad de aplicar conocimientos, status del emprendedor, entre otros.   |
| Talento Humano              | En este componente del ecosistema se revisan las condiciones presentes en el desarrollo de competencias y capacidades en emprendedores. Los emprendedores desarrollan sus competencias a lo largo de su vida, pero sobre todo en los últimos años del colegio, mientras que en la universidad desarrollan capacidades técnicas necesarias para emprender e innovar, siendo así, un momento fundamental en el proceso emprendedor e innovador (Kantis, 2011).   |
| Mercado                     | Este dominio del ecosistema señala las condiciones, tamaño, características del mercado y sus mecanismos de acceso. Considerando el tamaño del mercado de Ecuador y sus características es importante para el desarrollo de emprendimientos que sobrevivan en el tiempo, y la generación de innovación no solamente apegadas a la reducción de costos, que se encuentren maneras de mejorar esta área del ecosistema.  |
| Asesoría y Soporte          | Representa los servicios vinculados a la infraestructura y gestión disponibles para el desarrollo de los emprendimientos. También incluye a las organizaciones que promueven la atracción de inversión,  |

|   |
|---|
| fortalecimiento de capacidades, investigación de mercados, asistencia legal, contable y técnica en general. |
|---|

Fuente: AEI Alianza para el emprendimiento e innovación (2015)  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

## **1.7 Investigación enfocada a fomentar el emprendimiento**

En lo que a investigación se refiere, existen diferentes métodos que se pueden aplicar en beneficio del emprendedor y la sociedad, a continuación, se describe algunos métodos;

### **1.7.1 Método Lean Star up.**

La innovación continua como base de creación de la empresa es actualmente uno de los métodos más utilizados por los emprendedores de base tecnológica es el Lean Start Up término acuñado por Eric Ries y basado en el método Lean, pero con variaciones sustanciales de mejora que han permitido hacer una adaptación efectiva a las necesidades de los emprendedores.

Estos métodos buscan que el emprendedor enfoque su actividad alrededor del cliente, es decir, que sea el cliente el que indique si nuestro producto o servicio es válido o no.

El Lean Start Up es un proceso que busca la máxima rentabilidad con la mínima inversión y se recomienda ser utilizado en lugares en donde se conoce poco del cliente, producto/servicio y mercado.

Este proceso consta de tres partes importantes que se basa en retroalimentación continua que son: crear, medir y aprender.

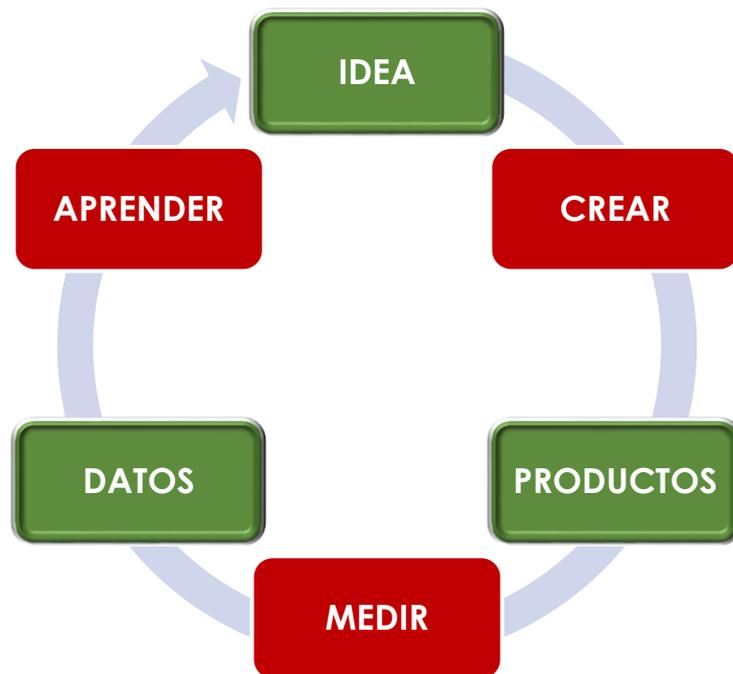


Figura 3. Circuito del método Lean Start Up  
 Fuente: (UB, 2012)  
 Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Ries, (2012), recomienda que este proceso sea retroalimentado lo más rápido posible con el fin de conseguir retorno de aprendizaje en el menor tiempo posible. Este método está basado en experimentación rápida, o sea fallar rápido, fallar barato y aprender, de esta forma descartar lo que no sirva y mejorar lo válido en base a los datos obtenidos por clientes (UB, 2012).

### **1.7.2 Método spin off.**

Spin off es una denominación anglosajona que se refiere a un proyecto nacido como extensión de otro anterior. En los negocios y el mundo empresarial, el término se ha acogido desde la década de los 90 para determinar una empresa nacida a partir de otra mediante la separación de una división subsidiaria o un departamento de la empresa para convertirse en una empresa por sí misma.

En América Latina se habla de spin off universitaria y particularmente en Colombia la primer spin off universitaria está en Medellín: es una empresa cuyo nombre es "Conoser"; surgió de un grupo de investigación de la Universidad de Antioquia (Grupo de Manejo Eficiente de la Energía –GIMEL–, del programa de Ingeniería Eléctrica); ofrece servicios para el sector eléctrico. Su espíritu investigador los llevó directamente a la innovación, con el planteamiento

de lograr una relación directa entre los investigadores y el medio, de tal manera que pudieran traer a la Universidad las necesidades del medio para devolver soluciones.

Pasaron de ser una idea a convertirse en proyecto empresarial y de emprendimiento real con el aval del Consejo Superior Universitario, recibiendo apoyos muy importantes de la misma institución. Su apuesta de modelo ha llegado a impactar el desarrollo regional y nacional, además de tener éxito en el mercado y generar ingresos a la universidad y sus socios. El conocimiento de la investigación universitaria ha fluido rápidamente hacia el mercado y ha generado riqueza a la Universidad. Así como todas las empresas alojadas en el Parque del Emprendimiento, "Conoser" se beneficia de la relación que el programa de Ingeniería Eléctrica posibilita con el ecosistema de emprendimiento de Medellín. En "Parque E" cuentan con asesoría directa, acceso a fondos, participación en los comités de presidencia con grandes compañías; se constituye una estrategia donde los emprendedores ofrecen sus servicios a grandes empresas del país para resolver problemas puntuales que se presentan en ellas.

#### *1.7.2.1 Fases y metodología.*

El primer paso para la creación de una spin off de universidad es aclarar qué tipo de spin off se quiere crear para la transferencia de tecnología y conocimiento. En general, existen dos tipos de spin off universitaria:

- Spin off intra-universitaria: aquellas iniciativas que surgen del conocimiento desarrollado por los grupos de investigación o por las áreas estratégicas de la universidad, en las cuales la institución invierte y gestiona en un 100% la labor de la nueva empresa sin otros socios.
- Alianza (spin off en asociación): aquellas iniciativas que se trabajan con personas naturales o jurídicas internas y/o externas, tales como emprendedores, empresas estratégicas, empleados, ángeles inversionistas o áreas UEN (Unidad Estratégica de Negocio) de la Universidad, con las cuales se negocia la participación de cada una en la nueva empresa conformada.

### **Fases para la creación**

La creación consta de tres fases fundamentales:

**Fase de investigación:** aproximadamente 6 meses de duración; se define la concepción de la spinoff en términos de diseño y operación deseada.

**Fase de maduración:** aproximadamente un año de duración; se ponen a prueba los prototipos y modelos funcionales de la spinoff, con un acompañamiento directo de la administración o de la gerencia de la misma, para los aspectos legales, administrativos, operativos y de proyección de la spinoff.

**Fase de explotación:** mínimo, otro año más; se desarrollan las fases de comercialización, unidad de negocio, proyectos, ventas, regalías, prima comercial, licenciamientos y patentes

Figura 4. Fases del método spin off  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

El valor de un spin off se basa en el producto o servicio por el que los clientes están dispuestos a pagar; contiene los atributos que resuelven determinada necesidad.

**CAPÍTULO II**  
**Diagnóstico del perfil del emprendedor universitario**

## **2 Diagnóstico del perfil del emprendedor universitario**

En el presente capítulo se realizará el diagnóstico sobre el perfil emprendedor de los estudiantes de las universidades del AZUAY (UDA) y Universidad Politécnica Salesiana (UPS).

### **2.1 Objetivos de la investigación**

#### ***2.1.1 Objetivo general.***

Analizar el perfil emprendedor en los estudiantes de la Universidad del Azuay (UDA) y Universidad Politécnica Salesiana (UPS).

#### ***2.1.2 Objetivos específicos.***

1. Fundamentar teóricamente el análisis de las competencias que requiere el emprendedor universitario para ser exitoso en el ámbito empresarial.
2. Analizar las acciones desarrolladas por las instituciones de educación superior de estudio para motivar el desarrollo emprendedor de sus estudiantes.
3. Identificar las características que permitan definir el perfil de emprendedor de los estudiantes de la Universidad del Azuay (UDA) y Universidad Politécnica Salesiana (UPS).
4. Proponer estrategias de fortalecimiento en las universidades del Ecuador, enfocadas al desarrollo emprendedor de los estudiantes.

### **2.2 Metodología de investigación**

En la presente investigación se ha utilizado, la técnica documental que permitió la recopilación de información para enunciar las teorías en el marco teórico, se ha utilizado la técnica de campo mediante la observación en contacto directo con los estudiantes de las diferentes universidades que ha permitido confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda del objetivo.

La recolección de datos se ha realizado mediante la aplicación de la encuesta, técnica de adquisición de información de interés sociológico, CUESTIONARIO IECEU - Intención Emprendedora y Competencias en Estudiantes Universitarios elaborada por la Universidad Politécnica de Cartagena de España, (ver anexo 1), que contiene preguntas positivas que miden actitudes de los universitarios hacia el emprendimiento aplicando escala de Likert del 1 al 7, dando la respuesta más favorable a la afirmación que tenga el máximo de puntuación,

a través de la cual se ha conocido la opinión y valoración de los estudiantes universitarios acerca de su perfil emprendedor, la misma que está distribuida en diferentes apartados descritos a continuación:

Bloque A – Factores socioculturales

Bloque B –Factores contextuales

Bloque C – Actitud hacia el emprendimiento.

Bloque D – Intención de ser emprendedor

Bloque E – Rasgos personales y competencias

Bloque F – Autoeficacia

Bloque G – Inteligencia emocional (control de emociones)

Bloque H – Importancia del entorno social más cercano

Se ha utilizado metodología cuantitativa, con el uso de estadísticas, identificación de variables y patrones constantes para su análisis de la información obtenida, además del método descriptivo para el estudio y descripción de características del comportamiento de los estudiantes universitarios.

Para la investigación se ha utilizado la muestra de 200 encuestas por universidad la misma que fue calculada mediante la fórmula infinita para obtener muestras de la siguiente forma:

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

$\sigma$  = 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%

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

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

$$.0049$$

n = 195  $\sigma$  200 encuestas

## **2.3 Breve reseña de las universidades objeto de estudio**

A continuación, se detalla cronológicamente la reseña histórica de las universidades en estudio, Universidad del Azuay (UDA) y Universidad Politécnica Salesiana (UPS) desde sus inicios hasta los tiempos actuales.

### **2.3.1 Universidad del Azuay (UDA).**

La Universidad del Azuay nació en 1968 y tiene su sede en la ciudad de Cuenca, capital de la provincia del Azuay. En sus inicios fue parte, primero, de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y luego, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

En 1990 luego de cumplir con todos los requisitos legales fue reconocida como Universidad del Azuay. En el año 2006 se constituyó en la primera universidad ecuatoriana en lograr la acreditación por parte del Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación, CONEA.

Hoy es una comunidad académica con personería jurídica propia, sin fines de lucro, con autonomía académica, administrativa, financiera y orgánica; esencialmente pluralista y abierta a todas las corrientes y formas del pensamiento universal.

La Universidad del Azuay ofrece formación de grado a través sus veintiocho escuelas pertenecientes a seis facultades.

La formación de posgrados se ofrece a través de maestrías y especializaciones, la oferta académica responde a las necesidades identificadas en la región y país enmarcada en el compromiso de servir a la sociedad. (Universidad del Azuay, 2017)

#### **Misión**

“Somos una Comunidad Universitaria que formamos personas con pensamiento crítico, comprometida éticamente con la sociedad, que aporta a la ciencia y al conocimiento para lograr el desarrollo integral de nuestro entorno”.

#### **Visión**

“Ser una Universidad orientada hacia la investigación; acreditada con estándares nacionales e internacionales; y, constituirse en un referente académico nacional”.

### **2.3.2. Universidad Politécnica Salesiana (UPS).**

La presencia salesiana en el Ecuador es una realidad social desde enero de 1888, como respuesta al convenio firmado por Don Bosco y el representante del Gobierno del Ecuador en Turín (Italia) en 1887, por el que se confía a los salesianos el Protectorado Católico de Artes y Oficios de Quito, para que "impartan educación moral y científica a los hijos del pueblo y para el desarrollo de la industria nacional mediante una enseñanza sistemática de la artesanía". Muy pronto, la obra evangélica-educativa de los salesianos se extendió a otras ciudades del Ecuador, destacándose la fundación de las Misiones en el oriente ecuatoriano como Gualaquiza (1893), Indanza (1914), Méndez (1915), Macas (1924), Sucúa (1931) y Limón (1936). En lo educativo también se fundan obras como las de Quito (1888) con los talleres de artes y oficios en el Protectorado Católico; en Riobamba (1881) se funda la escuela primaria, talleres y el oratorio festivo; en Cuenca (1893) empiezan los talleres y el oratorio festivo. En Quito, en el barrio La Tola (1896) se abren los talleres de mecánica y carpintería, la escuela primaria y la Iglesia dedicada a María Auxiliadora; Guayaquil (1904) vio la primera fundación con el Instituto Domingo Santistevan para niños huérfanos con el patrocinio de la Junta de Beneficencia. En el Barrio Centenario de esta misma ciudad se fundó el Colegio Cristóbal Colón (1911) para la educación humanística de la juventud guayaquileña; en Manabí (1927) los salesianos reciben la Parroquia Rocafuerte, en la que se abre igualmente una escuela primaria y un oratorio festivo.

Desde 1888 las obras educativas y apostólicas se han ido multiplicando por el Ecuador, insertándose en los diversos grupos sociales con el fin de responder a las necesidades de los jóvenes, especialmente de los más pobres a través de una educación de calidad basada en el Sistema Preventivo e inspirada en los valores del Evangelio, con el fin de formar "honrados ciudadanos y buenos cristianos". Hoy, los Salesianos de Ecuador son alrededor de 200 hermanos, distribuidos en 27 comunidades en costa, sierra y Amazonía. (Universidad Politécnica Salesiana , 2017).

#### **Misión**

"La Universidad Politécnica Salesiana es una institución de educación superior humanística y politécnica, de inspiración cristiana con carácter católico e índole salesiana; dirigida de manera preferencial a jóvenes de los sectores populares; busca formar "honrados ciudadanos y buenos cristianos", con capacidad académica e investigativa que contribuyan al desarrollo sostenible local y nacional".

## **Visión**

“Ser una institución de educación superior de referencia en la búsqueda de la verdad y el desarrollo de la cultura, de la investigación científica y tecnológica; reconocida socialmente por su calidad académica, responsabilidad social universitaria y por su capacidad de incidencia en lo intercultural”.

**Razón de Ser** La formación profesional que ofrece la UPS está siendo calificada por los propios destinatarios, por la comunidad universitaria y por el mercado laboral como una formación que vincula valores con excelencia profesional. Aunque la Universidad no ha definido de manera explícita ese conjunto de valores que la inspiran; sin embargo, desde la breve tradición gestada en estos años, podemos identificar algunos: la responsabilidad y sensibilidad social, el respeto por la persona, la valoración de la diversidad, el compromiso político y el trabajo como mecanismo de institución social. Una de las características que se identifica es el estilo de relaciones que identifica a la comunidad universitaria salesiana, subrayamos algunos rasgos de este estilo: relaciones interpersonales de cercanía basada en el respeto y la confianza. Otra de las características es la concepción de persona y sociedad que inspira la Universidad en su conjunto, está sustentada en los valores del evangelio leídos a partir de la tradición pedagógica preventiva salesiana. La formación profesional, las líneas de investigación y los compromisos de vinculación con la sociedad están signados por la fe en las capacidades de los jóvenes y los pobres, en las posibilidades de los espacios locales y en el compromiso por poner excelencia académica en manos de las clases sociales menos favorecidas (Universidad Politécnica Salesiana, 2017)

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

Según la Ley Orgánica de Educación Superior: decretada el 12 de octubre del 2010 en la presidencia del Economista Rafael Correa Delgado se aprobó varios artículos con relación a la Educación Superior, aquí algunos de ellos relacionado con la calidad de educación y su vinculación con la sociedad mediante la innovación y el emprendimiento.

Art. 107.- Principio de pertinencia. - El principio de pertinencia consiste en que la educación superior responda a las expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional, y al régimen de desarrollo, a la prospectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y a la diversidad cultural. 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, a las tendencias del mercado ocupacional local, regional y nacional, a las tendencias demográficas locales, provinciales y regionales: a la vinculación con la estructura productiva actual y potencial de la provincia y la región, y a las políticas nacionales de ciencia y tecnología.

Art. 125.- Programas y cursos de vinculación con la sociedad. - Las instituciones del Sistema de Educación Superior realizarán programas y cursos de vinculación con la sociedad guiados por el personal académico. Para ser estudiante de los mismos no hará falta cumplir los requisitos del estudiante regular.

Art. 127.- Otros programas de estudio. - Las universidades y escuelas politécnicas podrán realizar en el marco de la vinculación con la colectividad, cursos de educación continua y expedir los correspondientes certificados. Los estudios que se realicen en esos programas no podrán ser tomados en cuenta para las titulaciones oficiales de grado y posgrado que se regulan en los artículos precedentes.

#### ***2.4.1 Acciones de formación en emprendimiento en la Universidad del Azuay.***

Dentro del plan de estudios de las diferentes facultades y carreras ofertadas en la Universidad del Azuay (UDA) y en pos de la formación de emprendedores, se puede observar que la materia de emprendimiento está presente en diferentes niveles y con diferentes números de créditos, mientras que en otras carreras esta materia no consta dentro de la malla curricular.

En la tabla 5 se muestra que la Universidad del Azuay cuenta con 6 facultades y 33 escuelas, de las cuales la materia Emprendimiento está presente únicamente en 4 de sus facultades, con tres, cuatro y ocho créditos en diferentes niveles en 10 de sus escuelas, cabe recalcar que en la Facultad de Ciencia y Tecnología la materia en cuestión está ausente en sus nueve escuelas, mientras que en la Facultad de Ciencias Jurídicas esta materia está presente con cuatro créditos únicamente en la Escuela de Estudios Internacionales Mención Comercio Exterior. Dentro de la facultad de Diseño de sus siete escuelas solamente la escuela de Diseño Gráfico cuenta con cuatro créditos de la materia de Emprendimiento, continuando con el informe investigó que en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de las siete escuelas que la conforman, Emprendimiento está presente en la escuela de Comunicación Social y Psicología Organizacional con cuatro créditos en cada escuela.

2.4.1.1 *Materia Emprendimiento en las escuelas de la Universidad del Azuay.*

Tabla 8. Emprendimiento en la Universidad del Azuay

| FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION                |                         |         |            |
|--|-------------------------|---------|------------|
| ESCUELAS   | MATERIA                 | NIVEL   | CREDITOS   |
| Administración de Empresas                               | Emprendimiento          | nivel 8 | 4 créditos |
| Contabilidad Superior                                    | Emprendimiento          | Nivel 8 | 4 créditos |
| Economía   | Emprendimiento          | Nivel 9 | 4 créditos |
| Marketing  | Emprendimiento para Imk | Nivel 2 | 4 créditos |
| Ingeniería de Sistemas y Telemática                      | Emprendedores I         | Nivel 8 | 4 créditos |
|  | Emprendedores II        | Nivel 9 | 4 créditos |
| FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS                           |                         |         |            |
| Estudios Internacionales Mención Comercio Exterior       | Emprendimiento          | Nivel 8 | 4 créditos |
| FACULTAD DE DISEÑO                                       |                         |         |            |
| Diseño Gráfico Titulación Especial                       | Emprendedores           | Nivel 6 | 3 créditos |
| FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN |                         |         |            |
| Comunicación Social                                      | Emprendimiento          | Nivel 7 | 4 créditos |
| <b>Escuela de Psicología Organizacional</b>              | Emprendimiento          | Nivel 8 | 4 créditos |

Fuente: (Universidad del Azuay, 2017)

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

2.4.1.2 *Charla y feria de emprendimiento "Emprender el arte de vivir".*

El 19 de diciembre del 2016, la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad del Azuay (UDA), por el XLV Aniversario de Fundación de su Facultad realizó la charla "Emprender el arte de vivir", la cual se llevó a cabo con el facilitador Paúl Jarrín director de emprendimiento e innovación social. Luego de esta charla se dio apertura a la "Feria de Emprendimiento", en donde los estudiantes de la Escuela de Administración demostraron lo aprendido en las aulas mediante la exposición de interesantes e innovadores proyectos convertidos en empresas.

#### *2.4.1.3 Conferencia “El poder de emprender”.*

En el Auditorio de la Facultad de Ciencia y Tecnología, Cristian Zamora Matute, PhD. en Ciencias Administrativas por la EGADE Business School y la École Polytechnique Fédérale de Lausanne– Suiza y Máster en Ciencias en Sistemas de Calidad y Productividad por el Tecnológico de Monterrey, dictó la conferencia “El poder de emprender” dirigida a estudiantes de Ingeniería de Producción y Operaciones de la Universidad del Azuay.

Durante la conferencia se analizaron nuevos paradigmas en los temas de emprendimiento e innovación “Animo a los estudiantes a que busquen ser generadores de conocimiento, que es un aspecto clave del éxito del emprendedor, y si su afán no es tener su empresa propia, se puede ser intraemprendedor, lo que significa comportarse como un emprendedor, pero trabajando en una empresa” explica Zamora.

Según el conferencista, no existe un perfil específico para reconocer a un emprendedor, cualquier persona puede convertirse en uno, sin embargo, para ajustarse a los retos del siglo XXI, se debe buscar la armonía entre el crecimiento económico, la calidad ambiental y la equidad social.

“Mi mensaje es que piensen siempre en ser generadores de empleo, sean curiosos, busquen estar a la vanguardia en muchos temas y busquen establecer relaciones con personas que tienen distinta formación profesional y que piensan diferente; en ese tipo de ambientes es donde emergen las ideas para conceptualizar empresas que satisfagan necesidades de manera creativa y con valor agregado” concluyó.

Zamora ha impartido conferencias a nivel internacional en países como México, Estados Unidos, Suiza, India y Brasil.

#### ***2.4.2 Acciones de formación en emprendimiento en la Universidad Politécnica Salesiana.***

La Universidad Politécnica Salesiana cuenta con 19 carreras dentro de las cuales sólo en la carrera de Ingeniería Electrónica y Automatización se dicta la materia de emprendimiento en el octavo nivel con un total de 80 horas en el período.

#### *2.4.2.1 Conferencia emprendedora 2030.*

El grupo del Asociacionismo Salesiano Universitario (ASU) Eléctrica y el grupo Los Líderes realizó el pasado 20 de abril del 2017, el evento denominado “Emprendedores 2030”. La actividad se realizó con el objetivo de incentivar a los jóvenes a emprender desde una perspectiva global, preparándose para los futuros retos que enfrentarán. El evento contó con el expositor científico argentino PhD. Carlos Rossi, quien presentó propuestas innovadoras para la solución de conflictos que afrontarán los emprendedores para alcanzar las metas propuestas.

#### *2.4.2.2 Curso de finanzas para emprendedores no financieros.*

Del 24 de marzo al 22 de abril del 2017 la carrera de Administración de Empresas de la Sede Quito realizó el curso: “Finanzas para emprendedores no financieros”, evento organizado con el objetivo de facilitar conocimientos sobre la teoría contable básica y la forma de obtener los estados financieros, así como las herramientas básicas de análisis financiero para entender la situación económica y financiera de una empresa para facilitar la toma de decisiones. El curso tuvo una duración de 40 horas, donde los participantes a través de técnicas actualizadas analizaron e interpretaron la situación financiera de una organización. La modalidad fue presencial. Al finalizar el curso se entregó certificado de aprobación.

#### *2.4.2.3 Charlas*

El pasado jueves 23 de agosto del año en curso en la sede Guayaquil se llevó a cabo charlas sobre Networking, Emprendimiento y Negocios en el Coworking de la UPS (Terraza del Edificio D). para estas charlas tuvieron como invitado al speaker Pablo Arosemena, presidente de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

Los temas tratados en las charlas fueron:

- ❖ El Coworking como sistema de emprendedores
- ❖ Nuevas formas de trabajar en espacios colaborativos
- ❖ Experiencias de un coworker
- ❖ Emprendimiento desde la etapa universitaria

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

La Universidad del Azuay y la Universidad Politécnica Salesiana forman parte del plan de emprendimiento impulsado por la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca a continuación se detalla los objetivos y alcances de este plan en el cual las dos universidades son dos fundamentales partícipes del mismo.

### **Plan de Emprendimiento de Cuenca**

La Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico de Cuenca (EDEC) ha desarrollado el Plan de Emprendimiento “Modelo Cuenca”, (PEMC), el cual constituye un instrumento de gestión que debe ser impulsado como una iniciativa de ciudad que vincule y articule el accionar de instituciones públicas, y privadas para lograr una acción coordinada y eficiente, teniendo en cuenta el objetivo del desarrollo socio-económico del cantón, enmarcado en la generación y aplicación de políticas públicas e incentivos de apoyo al sector. EDEC (20017)

#### **Objetivo general del Plan:**

Generar y apoyar la creación de políticas públicas y su implementación, para la generación y desarrollo sostenible de los emprendimientos en Cuenca.

#### **Objetivos específicos:**

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

#### **Estrategia general:**

Articulación de actores para desarrollar la cultura del emprendimiento y su competitividad.

**Entidades Vinculadas:**

INNPULSAR, ACUDIR, INVEC, Centro de Diseño de la UDA, Universidad Católica de Cuenca, Universidad de Cuenca, Universidad Politécnica Salesiana, MIPRO, MCPEC.

**Enfoques del Plan:**

Participativo: Para efectos de conseguir un alineamiento del Plan con la política de economía social y solidaria se lo hace a través de la aplicación del enfoque participativo como elemento básico para lograr el compromiso y participación de los actores.

Sistémico: Permite establecer los relacionamientos con las diferentes instancias de planificación, y la inter relación e integración de los subsistemas del desarrollo.

Cadenas: Reconoce la interdependencia con otras empresas y otros sectores de la economía.

Orientación de la producción al mercado: Permite poner 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.

Género: 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 para fortalecer su autonomía y las iniciativas impulsadas por ellas.

**Proceso metodológico:****Resultados:**

Alianzas estratégicas con actores públicos y privados vinculados al sector emprendedor

Reforma legal local que impulse y promueva emprendimientos

Apalancamiento financiero de emprendedores

Desarrollo del emprendimiento local

Fondos concursables

Capacitación en los diversos niveles de emprendimientos

Beneficiarios: Personas del cantón Cuenca que quieren iniciar su actividad emprendedora

## **Programas:**

El Proyecto Impúlsate y el Programa de Asistencia Técnica al Emprendimiento Local se encuentran en plena ejecución; el primero concluyó a fines de abril y el segundo hasta el tercer trimestre del presente año, los mismos que deberán ser gestionados para su financiamiento y constar en el presupuesto de la Empresa con el fin de dar continuidad en los próximos años, al ser parte de un proceso de largo alcance que apunta al cambio y desarrollo de la cultura del emprendimiento.

### **Proyecto Impúlsate**

El Proyecto IMPÚLSATE, tiene por objetivo el “Fomentar e impulsar los emprendimientos innovadores, generadores de fuentes empleo del Cantón Cuenca”, a través de la realización de un concurso y campamento dirigido a jóvenes, la estructuración de la Red del Emprendimiento de Cuenca y el funcionamiento del centro de COWORKING. Para el concurso al Campamento IMPÚLSATE se contó con la participación de 200 emprendedores con proyectos dinámicos e innovadores, orientados a dar solución a problemas de la ciudad con potencialidad en el mercado y generadores de empleo; se contó con un equipo técnico internacional y nacional de alto nivel con especialidad en la gestión del emprendimiento que ofrecieron su contingente y experiencia profesional en la curaduría de los proyectos, facilitación de los talleres y conferencias con universidades y medios de comunicación. A los 60 participantes seleccionados en el concurso y participantes del campamento se han sumado otros emprendedores que han dado origen a la Red del Emprendimiento Cuenca, con conexiones a las principales redes del mundo, y se está trabajando en la estructuración del modelo de gestión del Centro de COWORKING de CUENCA.

### **Asistencia Técnica al Emprendimiento**

A través de un equipo consultor contratado se está trabajando en la facilitación de talleres y asistencia técnica puntual a emprendedores y empresarios del cantón Cuenca en tres horarios para facilitar la participación de los interesados, que en número de 420 son los beneficiarios directos del “Proyecto de Asistencia Técnica al Emprendimiento Local”.

Esta iniciativa busca apoyar el financiamiento al emprendimiento que será canalizado a través de las entidades financieras que han suscrito convenios de cooperación con la EDEC EP para apoyar el emprendimiento; y está por gestionarse otras formas de apoyar el financiamiento de emprendimientos a través de capitales ángeles y otros mecanismos de

reciente aplicación en el mundo, así también se busca proponer una política pública para apoyar con capital semilla a los emprendimientos en etapa funcional (EDEC, 2017)

### **2.5.1 Procesos de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento en la Universidad del Azuay.**

#### *2.5.1.1 Departamento de Emprendimiento en la UDA.*

“SINERGIA” fue denominado el primer Departamento de Emprendimiento de la Universidad del Azuay, inaugurado el 27 de junio de este año, una iniciativa de la Federación de estudiantes UDAFE en alianza con catedráticos y con el apoyo del Rector de la Universidad Dr. Francisco Salgado.

Este departamento se abre para atender, asesorar y hacer seguimiento en diferentes áreas con la alianza formada entre rectorado, vicerrectorado y UDAFE.

Esta iniciativa arranca con 30 proyectos la mayoría referentes a tecnología. El catedrático Andrés Ugalde, director de Emprendimiento, aplaudió esta iniciativa de los estudiantes, pero exhortó a no quedarse solo en el “arranque” del proyecto sino a mantenerlo con el tiempo.

Este departamento se pone al servicio de estudiantes de esta Universidad, y en una segunda etapa para egresados; no tiene costo. Se abre para atender, asesorar y hacer seguimiento en diferentes áreas con la alianza formada entre rectorado, vicerrectorado y UDAFE. (Universidad del Azuay, 2017)

La Universidad del Azuay se encuentra realizando actividades dirigidas a al alumnado y relacionadas con el emprendimiento tales como:

#### *2.5.1.2 Alianzas estratégicas en la Universidad del Azuay (UDA).*

Para fomentar e impulsar el emprendimiento, en diferentes ámbitos, la Federación de Estudiantes de la Universidad del Azuay (UDAFE) proyecta conformar una serie de alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas, entre las más importantes se encuentran:

- One Coworking, empresa privada cuencana que impulsa el emprendimiento hace dos años.

- La Corporación de Emprendimiento e Innovación Productiva para América Latina (Ceipla).

Pero el impulso más fuerte que tuvieron, fue la creación, por parte del Consejo Universitario de la UDA, del Departamento de Sinergia.

“Nunca hubo en la universidad, aparte de una clase en específico, un proceso de mentoría y acompañamiento siquiera que minimice ese riesgo de alguna manera, e impulse a emprender; todo eso nos llevó en 2016 a trabajar en la cultura del emprendimiento y en 2017 resultado de eso el Consejo aprobó institucionalizar el primer departamento de emprendimiento o Sinergia en la UDA”, dice Castillo.

Ahora aspiran aliarse con el Municipio, a través de la Empresa de Desarrollo Económico (EDEC EP), para lo cual iniciaron diálogos con el alcalde de la ciudad Marcelo Cabrera.

Según el gerente administrativo de One Coworking, Hernán Coellar, opina que el limitante para emprender una idea no es el dinero, sino el “chip mental”.

Cuando la idea es buena, y existe una planificación bien estructurada que apunta a la factibilidad del proyecto, el recurso económico incluso podría llegar de los “inversionistas ángeles”, personas o entidades dispuestas a financiar ideas concretas.

Algo vital, dentro del emprendimiento, es caer y levantarse. En emprendimiento la idea se podría abortar por factores externos e involuntarios, así que es de vital importancia saber mantener la perseverancia.

#### *2.5.1.3 Crear plazas de trabajo.*

El catedrático de la UDA, Andrés Ugalde, explica, que es interés del rector de esta universidad, Francisco Salgado, respaldar el emprendimiento como uno de los motores de la reactivación productiva.

Por eso realizan un seguimiento, y apoyan, a las tareas que cumple la UDAFE porque la academia está llamada a abrir este tipo de espacios. En las próximas semanas informarán los proyectos concretos que ejecutarán.

“Creemos que el emprendimiento en este momento es una tarea fundamental de las universidades, todos sabemos que el rol verdadero de la universidad no es crear personas que vayan a ocupar un puesto sino formar a emprendedores que sean los que crean esas plazas de trabajo, de ahí que, es fundamental ver al emprendimiento con otros ojos en la época actual”, Ugalde (2016).

#### *2.5.1.4 Conferencia herramientas para decisiones empresariales.*

En la Universidad del Azuay el pasado 15 y 16 de junio del año en curso se llevó a cabo, en la sala de uso múltiple de la Facultad de Ciencias de la Administración, la Conferencia “Herramientas para decisiones empresariales”.

El evento contó con la presencia de la Sub decana de la Facultad, Ximena Moscoso Serrano, quien dio inicio al evento agradeciendo la participación de los alumnos e incentivando a los jóvenes a aplicar lo aprendido en las aulas en cada uno de sus emprendimientos.

Juan Diego Álvarez y Juan Pablo Espinoza fueron los conferencistas invitados, quienes trataron temas como el poder de la marca, branding, ejemplos de emprendimientos, entre otros.

“Creo que es importante que se mantengan las charlas y que los estudiantes empiecen a presionar por conferencias que les lleven hacia sus propios emprendimientos, estoy totalmente de acuerdo con que el emprendimiento es la única salida a la producción y por lo tanto al desarrollo económico local”, comentó Álvarez.

La conferencia surgió como iniciativa de los alumnos, debido a que muchos consideraron que necesitaban un mayor conocimiento sobre el manejo de las marcas. Gracias al apoyo de las Juntas Académicas y los representantes de las Escuelas de Administración y Economía llevaron a cabo estos talleres. (Mukuimp, 2017)

#### *2.5.1.5 Feria de proyectos de fin de ciclo de Ciencias de la Administración en la Universidad del Azuay.*

El 5 de julio se realizó a las afueras de la Facultad de Ciencias de la Administración la feria de proyectos de fin de ciclo, elaborados por los estudiantes de quinto, sexto y séptimo ciclo de la Escuela de Administración.

En evento estuvo a cargo de la Ing. María Elena Castro, docente de la Facultad de Administración, y contó con la presencia de algunos docentes y empresarios, que hicieron el papel de jurados con el fin de otorgar los respectivos puntajes a los estudiantes.

La feria reunió proyectos de las materias de Fundamentos de Marketing, Investigación de Mercados y Marketing Estratégico, la finalidad del evento -además de hacer conocer lo que se trabaja en las aulas de clases- fue calificar los proyectos como parte del examen final.

"Lo que se trabajó con los chicos durante la academia es importante mostrarlo al final, porque son ideas que surgen de ellos, de su creatividad; además, son ideas de negocios posiblemente latentes ya que de aquí pueden surgir proyectos maravillosos que pueden hacerse realidad en el mercado", comentó María Elena Castro, (Mukuimp, 2017).

Licor aguaymanto, Fruits machine, Paperscuts, Cleanlife, Smartpanic, Amazondrink, Vodkamix, 2GO, MedicApp, Salinerito, SANADI, Hecho con amor, Hogar estudio UDA, son los nombres de los proyectos que presentaron los estudiantes, (Mukuimp, 2017).

"Aunque mi emprendimiento es netamente idea mía, lo que me han enseñado en clases me ha ayudado mucho, por ejemplo, ya pude sacar la marca, el logo y todo eso, ya que hemos visto en investigación de mercado, marketing estratégico y todas esas materias nos han ayudado bastante con el desarrollo del producto", comentó Karla Guillen, estudiante de séptimo ciclo.

#### *2.5.1.6 Talleres de costura gratuitos en la Universidad del Azuay.*

La Fundación Reina de Cuenca, la Asociación de Escuela de la Facultad de Diseño y el Departamento de Educación Continua de la Universidad del Azuay llevaron a cabo durante los meses de julio y agosto el I Taller de Emprendimiento y Costura.

Este programa estuvo orientado para mujeres de escasos recursos económicos que necesitan generar ingresos económicos para sus familias.

El mismo estuvo definido y desarrollado para formar en tareas de costura, tejido, formación administrativa y contable básica a 15 mujeres. Al finalizar el taller, de 35 horas, las participantes tendrán el conocimiento y las habilidades para iniciar su propio emprendimiento.

Este taller sin costo incluyó: Clases prácticas, teóricas, refrigerios y materiales.

Doménica Cobo, Reina de Cuenca, enfatizó la necesidad de apoyar a mujeres que, en muchos casos, son el sostén económico de sus hogares para que puedan a mediano plazo tener un negocio que les permita mejorar su calidad de vida, (UDA, 2017)

## ***2.5.2 Procesos de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento en la Universidad Politécnica Salesiana (UPS)***

### ***2.5.2.1 Campamento de introducción al emprendimiento: reCRÉATE Universidad Politécnica Salesiana.***

La Universidad Politécnica Salesiana, a través del proyecto estudiantil StartUPS, llevo a cabo el Campamento de Introducción al Emprendimiento: reCRÉATE, el mismo que se realizó el 17 y 18 de febrero del 2017 en el Centro de Convenciones Baguanchi.

El objetivo del evento fue desarrollar el perfil del emprendedor e introducirle al mundo de la innovación sin la necesidad de tener una idea o un proyecto simplemente por el ánimo de aprender y emprender. Al taller asistieron los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana de la sede de acuerdo a las fechas establecidas en el Centro de Convenciones Baguanchi.

Parte de la agenda del campamento fue:

- Análisis del perfil emprendedor para que los participantes conozcan los rasgos de la conducta emprendedora y los relacionen con ellos mismos.
- Toma de riesgos: Dinámica lanzando los aros que analicen los riesgos y el trabajo necesario para superarlos.
- Pensamiento de diseño: presentar una metodología para diseñar una solución para los problemas presentados.
- Conocer las ideas diseñadas y recibir retroalimentación.
- Stop Dreaming, Start Doing Brindarles una herramienta para generar un modelo de negocio alrededor de su idea y un enfoque de emprendimiento.
- Mentoría Libre de proyectos: apoyar a los equipos que deseen seguir trabajando en sus proyectos, (UPS, 2017).

*2.5.2.2 Proyectos integradores fomentan prácticas emprendedoras en los estudiantes.*

El 28 de julio las carreras de Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca organizaron una casa abierta con la temática de "Proyecto Integrador". En la exposición se presentaron 44 proyectos diseñados y elaborados por los estudiantes de las dos carreras. La carrera de Administración de Empresas presentó 24 proyectos, mientras que la carrera de Contabilidad y Auditoría presentó 20 proyectos. Los estudiantes recibieron los comentarios y sugerencias realizadas por los visitantes de la casa abierta. De esta manera se cumplió la estrategia metodológica y evaluativa a la base del proyecto integrador, direccionada al planteamiento y solución de problemas relacionados con las ideas de negocios. Estos proyectos adquieren la calidad de integradores debido a dos consideraciones básicas: posibilitan la integración real de la práctica laboral y la investigación científica encaminada a la formación de profesionales de calidad. La metodología de proyectos integradores permite la articulación de conocimientos, habilidades y valores promovidos desde las diferentes asignaturas que conforman el pensum de la carrera. En el caso de las carreras de Administración de Empresas y Contabilidad y Auditoría, dos asignaturas, Fundamentos de Administración y Fundamentos Contables respectivamente, se constituyeron como materias rectoras de un grupo que integra también las asignaturas de Metodología de la investigación, Matemática, Comunicación Oral y Escrita.

## **2.6 Análisis e interpretación de resultados de la investigación en la Universidad del Azuay (UDA)**

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los estudiantes de las dos universidades serán presentados mediante figuras estadísticas siguiendo el orden secuencial de la encuesta realizada, en primera estancia se procederá a presentar los resultados y análisis correspondientes a la Universidad del Azuay, para luego continuar con la Universidad Politécnica Salesiana.

Para la recolección de datos se ha utilizado la encuesta, la misma que fue aplicada a 400 alumnos de las dos universidades en estudio de forma individual y colectiva indistintamente de los niveles y carreras que se encuentran cursando.

### 2.6.1 Factores socioculturales.

Para empezar, se analizará el carácter socio cultural del individuo, como es su edad, género, nacionalidad, nivel de estudios, antecedentes de estudios en su núcleo familiar y en su entorno, su experiencia laboral y su referente personal en la toma de decisiones de índole profesional.

#### 2.6.1.1 Caracterización de la muestra según la edad de los estudiantes.

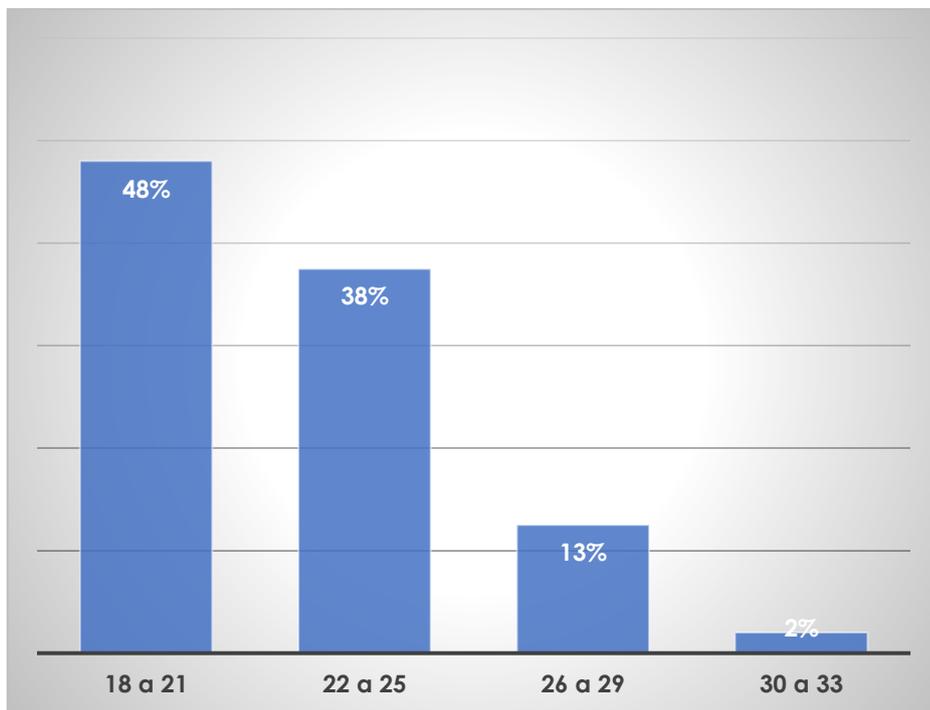


Figura 5. Edad de la población universitaria  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En la caracterización de la muestra según la edad de los estudiantes se puede observar que sus edades oscilan entre 18 y 31 años, dando un promedio de 24,5 años de edad. El mayor rango de edad que se repite son los estudiantes entre 20 y 21 años de edad, deduciendo que los estudiantes más jóvenes tienen mayores posibilidades de estudiar, sin embargo, tienen mayor incertidumbre al futuro.

2.6.1.2 Caracterización de la muestra según el género y nacionalidad de los estudiantes.

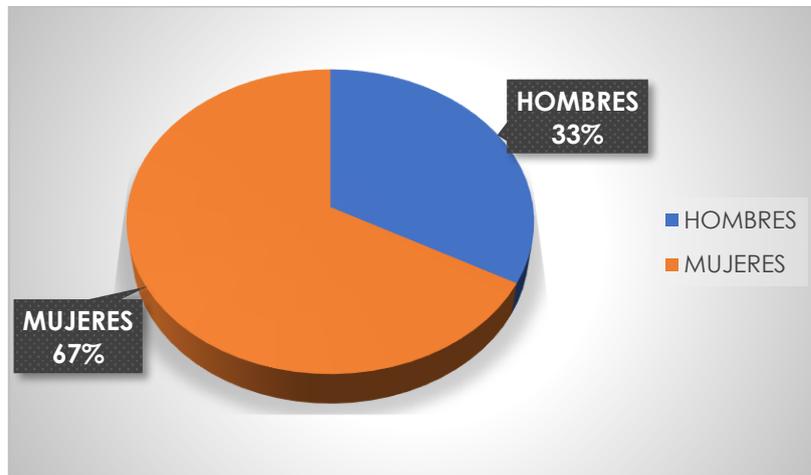


Figura 6. Género de la población universitaria  
 Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
 Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En términos socio-demográficos la muestra analizada está integrada por un número mayor de mujeres que de hombres. El porcentaje de estudiantes hombres y mujeres que se ha utilizado para esta investigación se distribuye entre el 67% de mujeres frente al 33% de hombres. Este dato es importante para los siguientes análisis de datos. La nacionalidad de la muestra de los estudiantes encuestados es 100% ecuatoriana.

2.6.1.3 Porcentaje de estudiantes objeto de estudio por carrera.

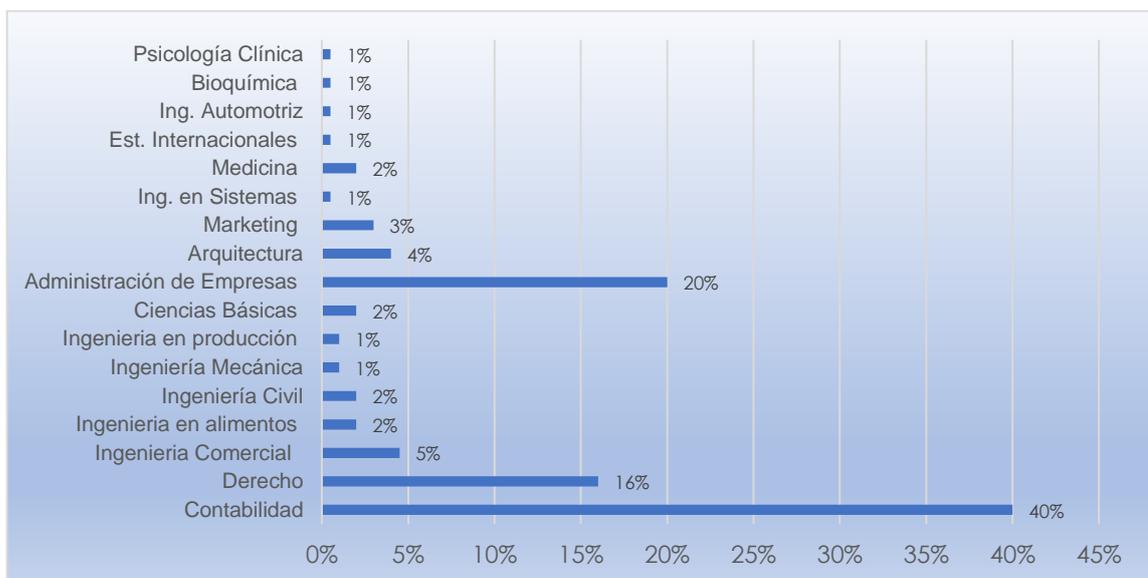


Figura 7. Titulación de la población universitaria  
 Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
 Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Como puede observarse en la figura 2 se muestra claramente que los alumnos encuestados pertenecen a 17 de las 33 carreras que oferta la Universidad del Azuay (UDA). Los alumnos de la titulación que predomina en los encuestados es la de Contabilidad y Auditoría (40%), seguida de Administración de Empresas con (20%) y Derecho (16%). Estas tres titulaciones tienen los rangos más altos, mientras que las demás se encuentran por debajo del 5%. Esto se debe a que los estudiantes optan por carreras en las que existe mayor demanda laboral.

#### 2.6.1.4 Semestres que están cursando los estudiantes.

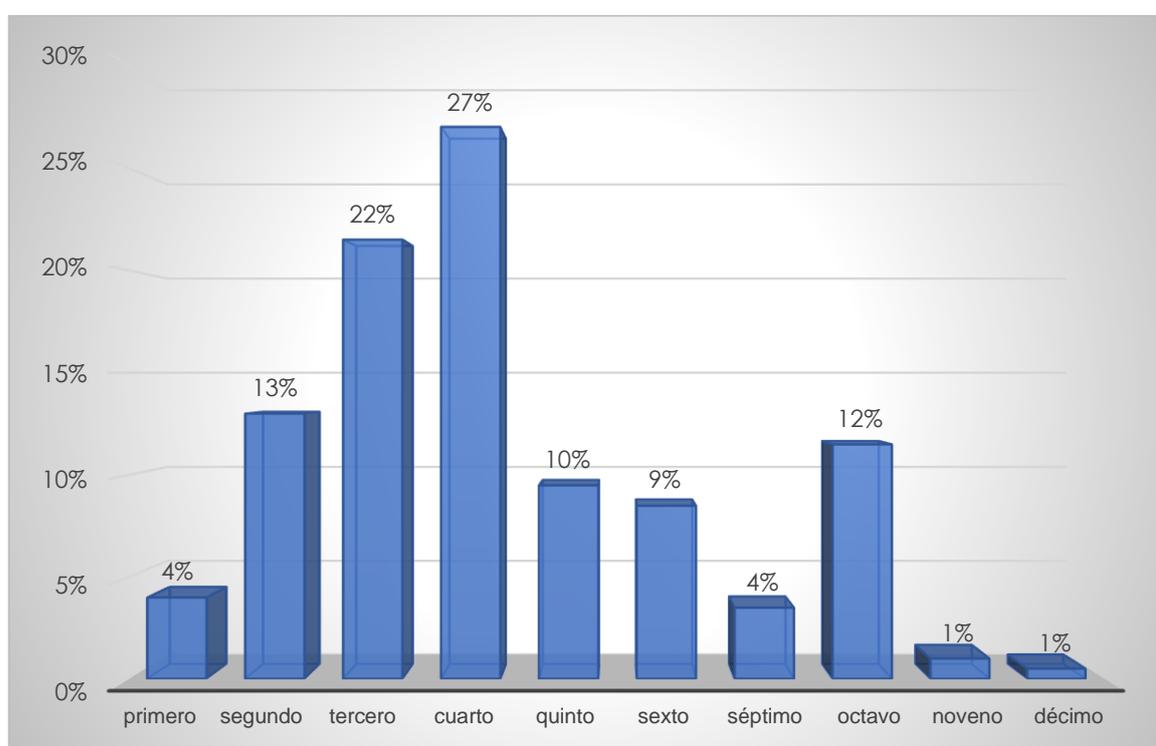


Figura 8. Niveles que cursan la población universitaria

Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En la figura 8 se observa que los niveles de los alumnos encuestados con los rangos más altos son de tercer y cuarto ciclo, los mismos que se encuentran cursando diferentes carreras, mientras que el porcentaje más bajo recae en los alumnos de décimo ciclo, esto se da porque en los ciclos superiores un gran porcentaje de estudiantes deciden abandonar sus estudios superiores ya sea por falta de recursos económicos o por falta de conocimientos afines a su carrera.

### 2.6.1.5 Asistencia a cursos de emprendimiento.

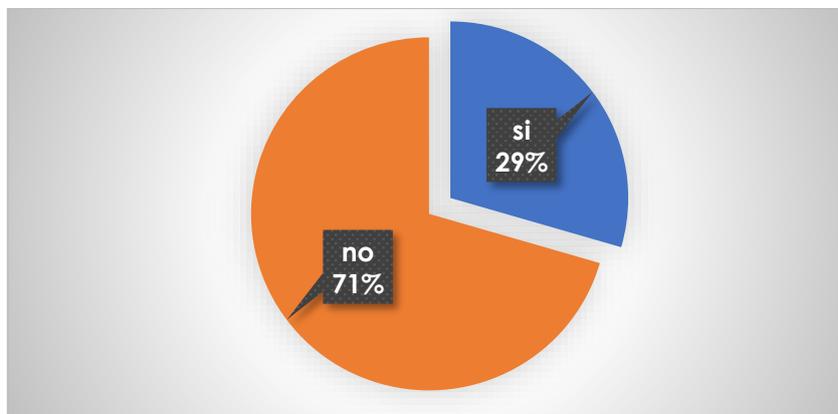


Figura 9. Asistencia de los estudiantes a cursos de emprendimiento  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En la Universidad del Azuay más del 70% de los estudiantes afirman no haber recibido curso alguno o capacitación sobre emprendimiento, este porcentaje es alto porque en la universidad en cuestión se dicta la materia emprendimiento en los ciclos superiores (7mo-8vo) en la mayoría de las titulaciones, mas no en todas.

### 2.6.1.6 Padres que han sido empresarios.

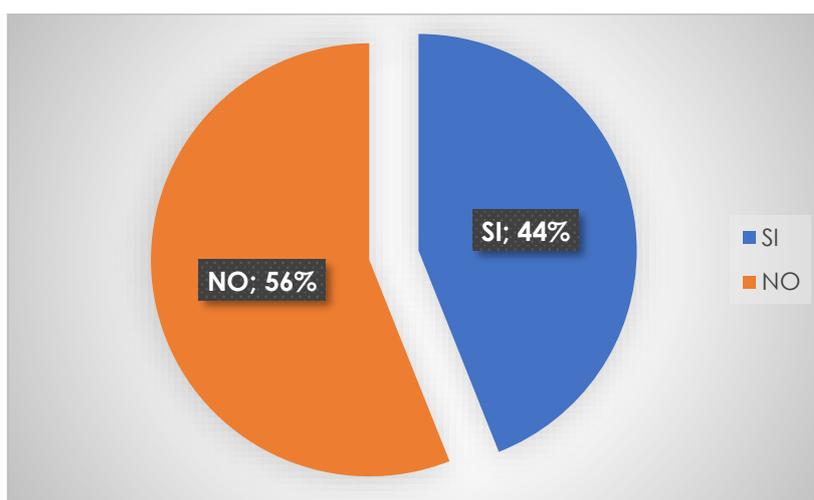


Figura 10. Padres empresarios  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En este apartado en donde se investiga que, si algunos de los padres de los estudiantes han sido o son empresarios autónomos, se observa que casi la mitad del alumnado tienen

antecedentes emprendedores (44%) de sus padres tuvieron o tienen su negocio propio, este hecho influye de forma importante en su intención por llegar a ser un emprendedor.

#### 2.6.1.7 Padre /madre empresarios.

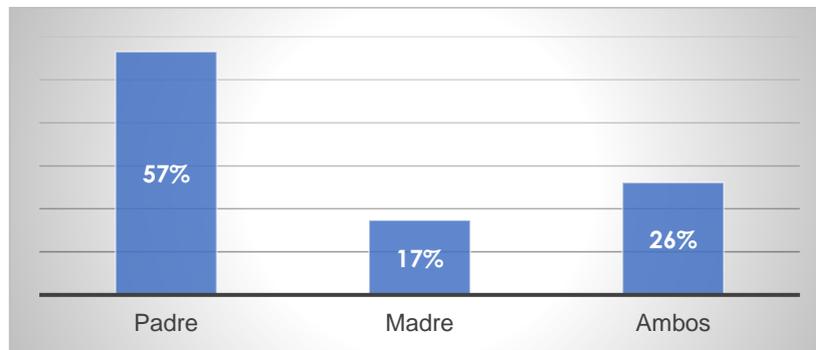


Figura 11. Quién de los padres es empresario  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Se preguntó a los alumnos encuestados ¿quién de los padres es empresario? A lo que la mayoría (57%) de ellos respondieron que son los padres, el porcentaje más bajo recae sobre las madres (17%) y el 26% son ambos padres de familia emprendedores. Esto significa que soporte económico de la familia es en su gran mayoría es el papá.

#### 2.6.1.8 Referentes profesionales en el entorno.

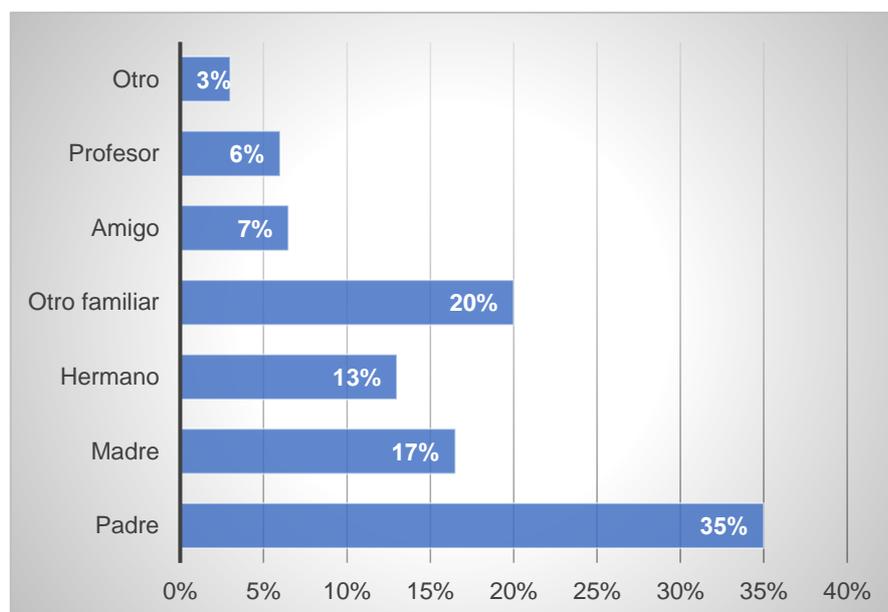


Figura 12. Referentes profesionales de la población universitaria  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

El referente que actúa de guía dentro del proceso del estudiante emprendedor, y con el que se establece un fuerte vínculo de confianza en los estudiantes universitarios y los ayudará crecer como profesionales en su mayoría afirmaron que es su padre (35%) seguido de familiares que se encuentran en su entorno (20%), y de la madre en un 17%, los hermanos que juegan un papel importante como referentes con el 15%.

*2.6.1.9 Involucramiento actual por parte del emprendedor en la creación de una empresa.*

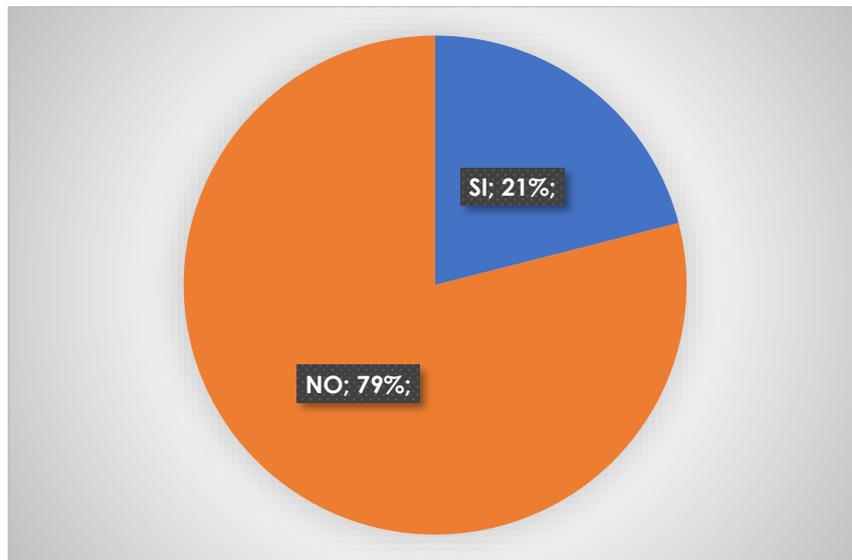


Figura 13. Involucrados en la creación de una empresa  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En esta figura 13 se observa que el 21% de los alumnos están este momento involucrados en la creación de una empresa esto se debe a la trayectoria familiar que tienen los estudiantes, lo cual es un factor muy importante para que se motiven en el desarrollo de nuevas ideas y negocios. La mayoría de estos alumnos que están involucrados en la creación de empresas suelen proceder de familias en la que algunos de sus miembros son auto empleados o empresarios. Contra un 79% que dicen que en este momento no se encuentran involucrados en este tipo de actividad. Esto se da porque en su gran mayoría los estudiantes universitarios han optado por dar prioridad a culminar su carrera universitaria para luego dar paso a sus actividades laborales.

### 2.6.1.10 Tiempo de experiencia laboral de los estudiantes universitarios.

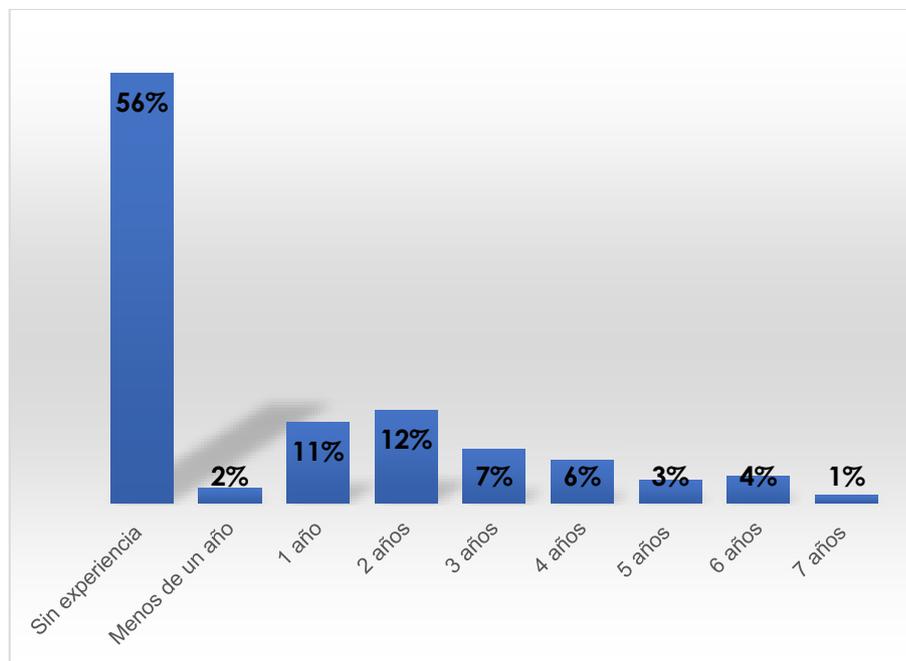


Figura 14. Tiempo de experiencia laboral  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

La mayoría de los estudiantes encuestados han respondido que no tienen experiencia laboral (56%), al tratarse de que la muestra pertenece a estudiantes con una edad promedio de 24 años y tomando en cuenta que la mayor parte se encuentra cursando ciclos entre tercero y cuarto. El 12% de estudiantes tienen experiencia laboral de dos años y el 11% responde a un año de experiencia dentro del ámbito laboral, el resto de estudiantes tienen experiencia de 3 a 7 años en porcentajes muy pequeños. El porcentaje de los alumnos sin experiencia laboral es alto porque al tratarse de una universidad privada los estudiantes no han sentido la necesidad de buscar recursos económicos a temprana edad.

En la figura 15 se muestra que el 37% de los encuestados se encuentran laborando ya sea a tiempo parcial o completo, esto se debe a que parte de la muestra tomada de la Universidad del Azuay fue de estudiantes que cursan su carrera superior en el horario nocturno, los cuales en su mayoría en el día ejercen algún tipo de labor, de la misma forma un gran porcentaje (63%) del universo no labora, pues en aquel porcentaje se encuentran los estudiantes con mejores condiciones económicas que no sienten la necesidad de laborar y por lo tanto estudian durante el día .

2.6.1.11 *Estudiantes que se encuentran laborando ahora a tiempo parcial o completo.*

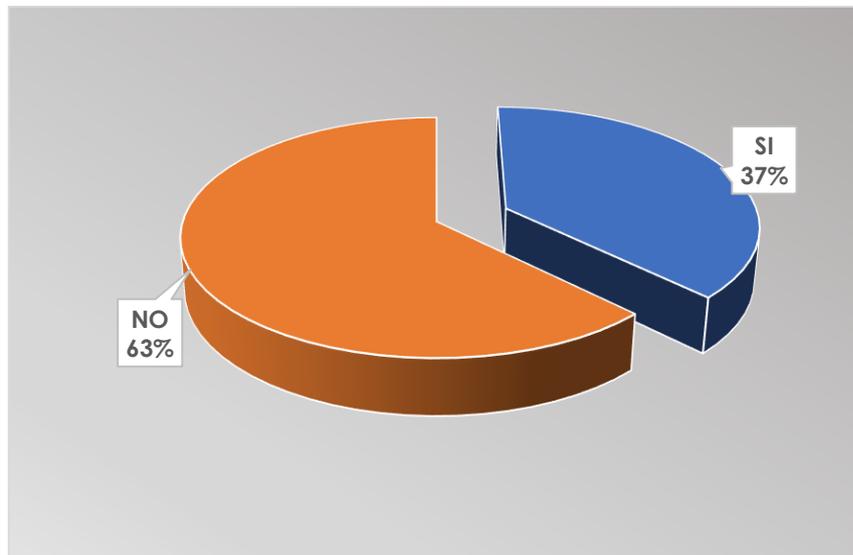


Figura 15. Estudiantes que laboran a tiempo parcial o completo  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

**2.6.2 *Análisis de los factores contextuales.***

A continuación, se analiza dos constructos referidos a los principales incentivos y a las principales barreras señaladas en la literatura como influyentes para la preferencia emprendedora de los universitarios. Ambos constructos están compuestos en total por 20 ítems dividido en dos partes. De este bloque se realizaron 3 figuras presentadas y analizadas a continuación:

En la figura 16 el análisis de los ítems sobre los principales incentivos en general muestra una evaluación media del 5.47 en la escala de Likert, esto significa que los estudiantes universitarios miran de forma positiva el ser emprendedor, de forma más específica es “el grado de ayuda que puede prestar siendo emprendedor” tiene valoración más alta (6.02), esto significa que los estudiantes sienten la necesidad de ser solidarios con los demás, seguida de los alumnos que expresan que su mayor anhelo es poder auto realizarse (5.86), lo cual quiere decir que un porcentaje considerable de alumnos optan por ser independientes, surgir con su propia empresa y no ser empleados. La menor puntuación recae sobre el “existe apoyo y

servicio cualificado para los emprendedores” (4.66), lo cual significa que los emprendedores no se sienten apoyados para realizar sus actividades emprendedoras

*2.6.2.1 Principales factores que incentivan escoger una carrera emprendedora.*

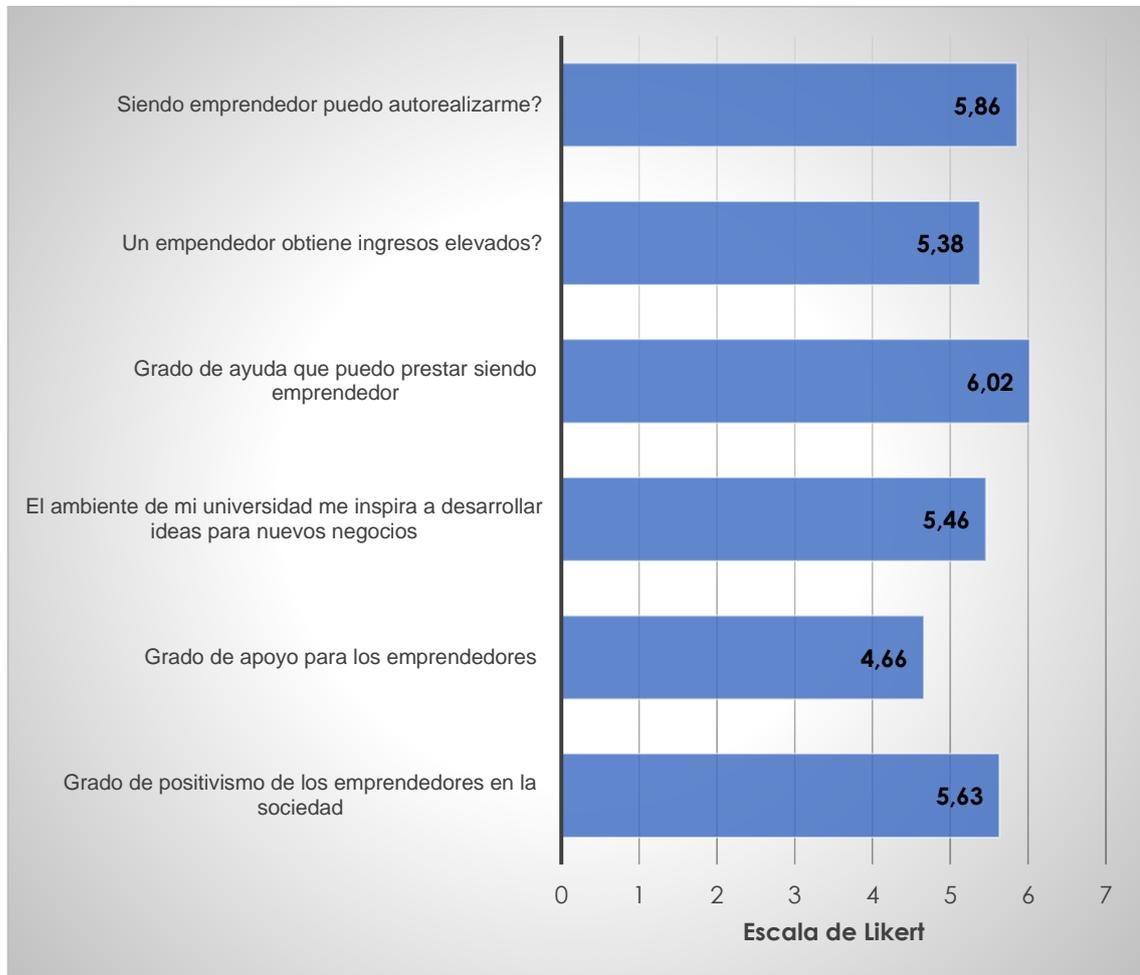


Figura 16. Principales incentivos del contexto en general

Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

### 2.6.2.2 Valoración del entorno universitario de los entrevistados.

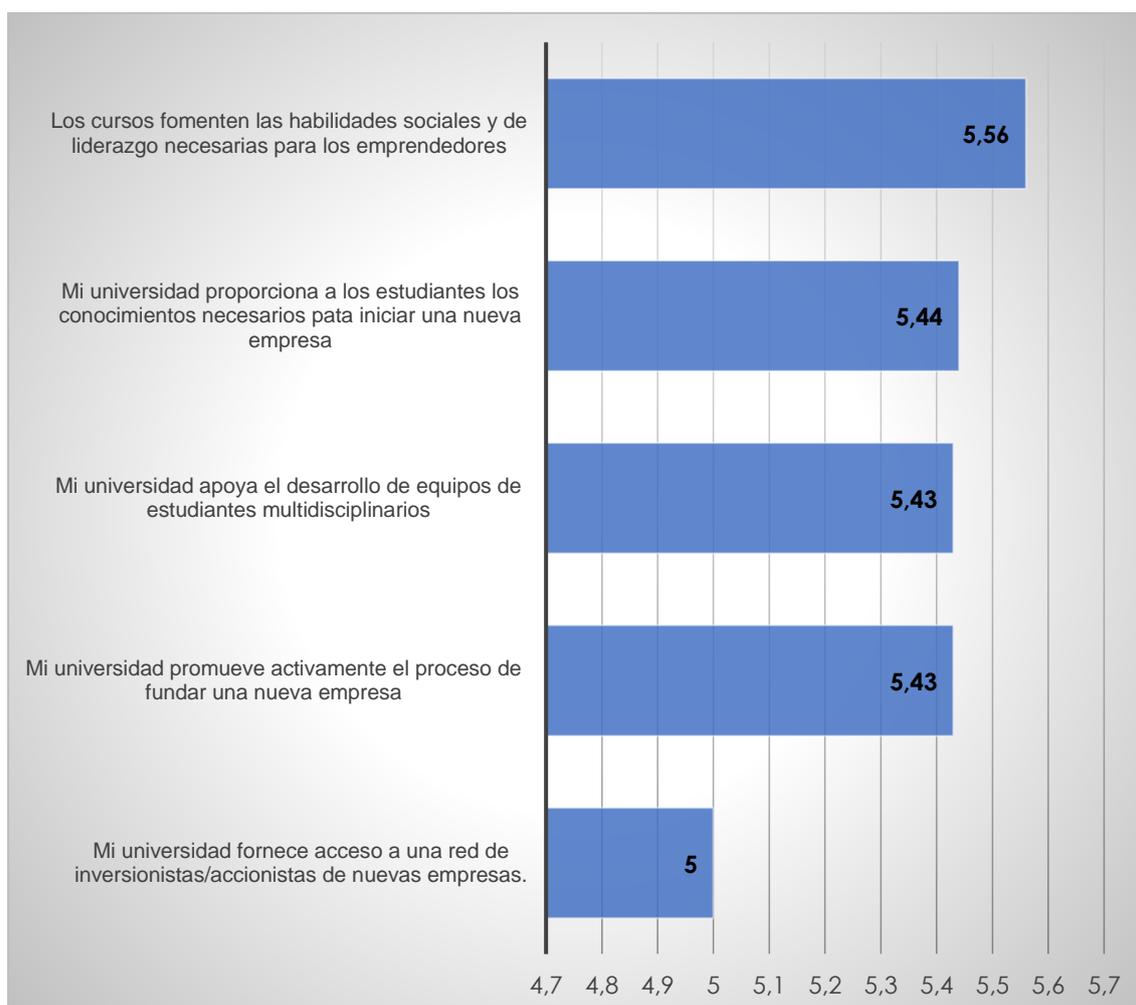


Figura 17. Valoración del entorno universitario de los entrevistados  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En la figura 17 se aprecia que los estudiantes se encuentran motivados para ser emprendedores pues la puntuación de la media general estimada en este bloque es de 5.37 en la escala de Likert, esto demuestra que los estudiantes se sienten motivados y en parte están totalmente de acuerdo en con los conocimientos impartidos por la universidad en lo que, a programas, materias, actividades de emprendimiento se refiere.

### 2.6.2.3 Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora.

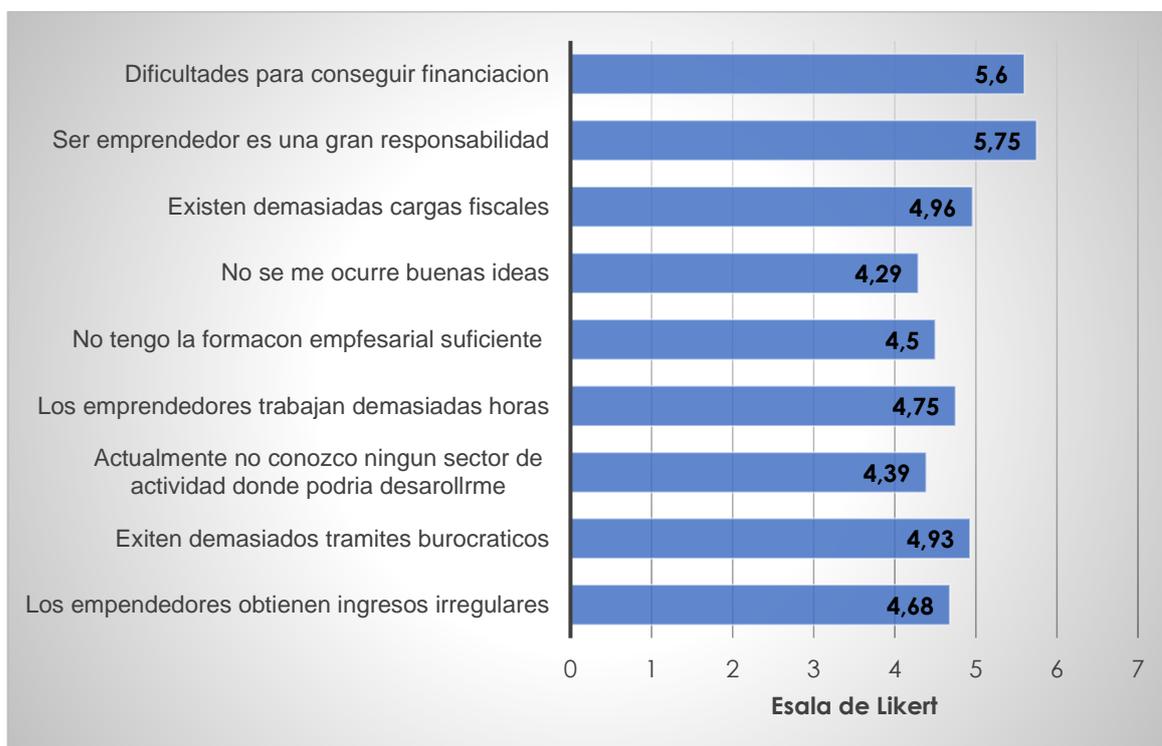


Figura 18. Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Según datos estadísticos la mayor dificultad que se presenta en los estudiantes al momento de querer escoger una carrera emprendedora es la responsabilidad que esto conlleva, pues al tratarse de jóvenes en edades muy tempranas, no creen que podrían ser responsables de sus actos, a esto le sigue la puntuación de la financiación, la media general en este bloque es de 4.88.

### 2.6.3 Análisis de la actitud personal hacia el emprendimiento.

Con el objetivo de analizar si los estudiantes universitarios mantienen una valoración personal positiva o negativa sobre la opción de llegar a ser un emprendedor, se presenta las siguientes figuras estadísticas:

### 2.6.3.1 Actitud hacia el emprendimiento.

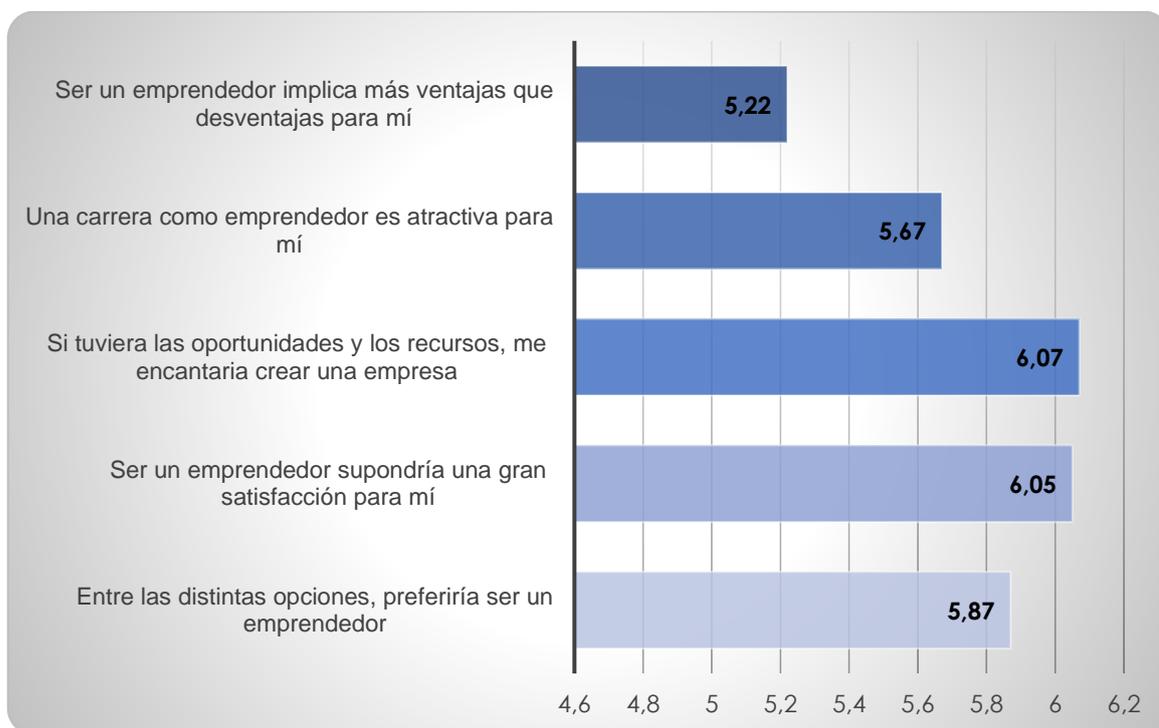


Figura 19. Actitud hacia el emprendimiento  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Las actitudes marcan diferencia entre un emprendedor y otro, en la figura 19 según datos obtenidos se observa que la mayoría de los estudiantes tienen una actitud positiva hacia el emprendimiento, para esto ellos deben buscar oportunidades y recursos necesarios para lograr sus metas, la media aritmética en este bloque es de 5.78 es decir hay una tendencia positiva hacia el emprendimiento.

### 2.6.4 Análisis de la intención emprendedora de los universitarios.

En este apartado se realizará un análisis exhaustivo a cerca de las intenciones que tienen los estudiantes de la universidad para emprender sus propios negocios.

#### 2.6.4.1 Intención de ser emprendedor.

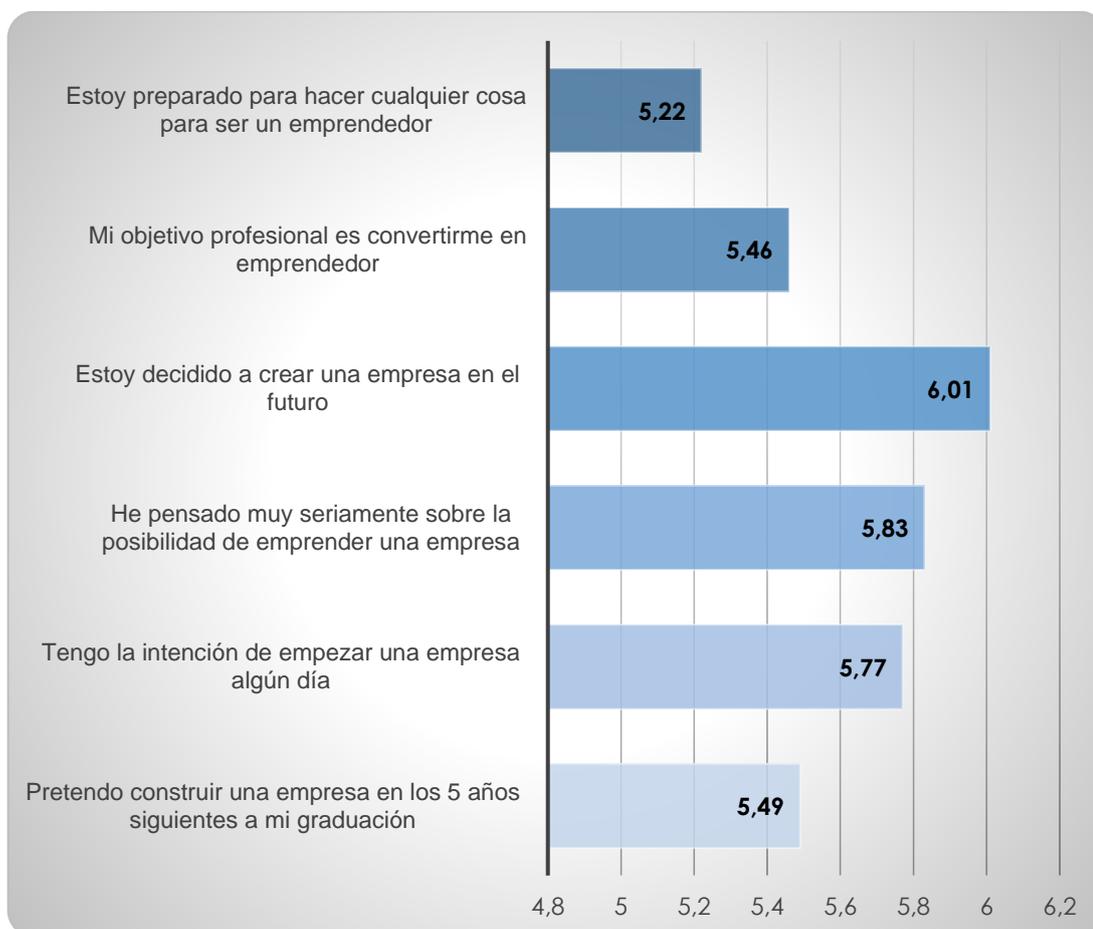


Figura 20. Intención de ser emprendedor  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

La figura 19 muestra que el estudiante universitario posee la intención de crear su propia empresa a futuro, pues la media de este bloque según la escala de Likert es relativamente alta 5.63, lo cual demuestra que el estudiante está decidido a llevar a cabo su idea de negocio después de su graduación, esto se debe a que los estudiantes se encuentran motivados a ser empresarios, tienen una visión positiva en cuanto a emprender se refiere.

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

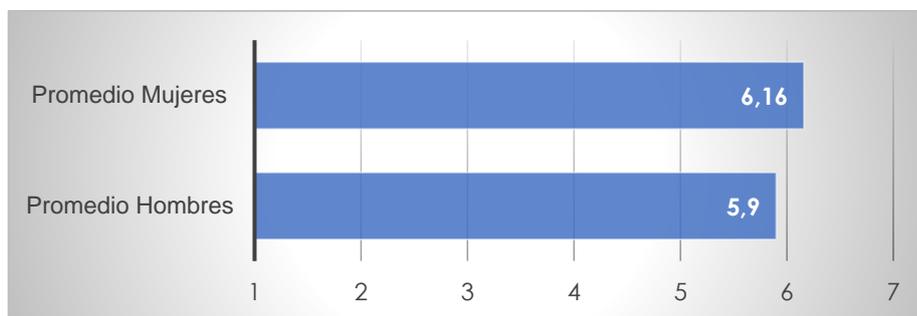


Figura 21. Preferencia: ser un emprendedor de su propia empresa o asalariado  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Se aprecia que la preferencia de la mujer emprendedora hacia la gestación de su propio negocio es mayor que la del hombre emprendedor, es decir que la predisposición al autoempleo para la mujer es más motivante en épocas actuales, esto se da porque en la actualidad la mujer ha demostrado ser capaz de ejercer con éxito una empresa, existe una diferencia de 0.17 con respecto al hombre. Así se demuestra que la mujer se está ganando un espacio importante en el mundo empresarial.

2.6.4.3 Probabilidad de crear su empresa en los próximos 5 años.

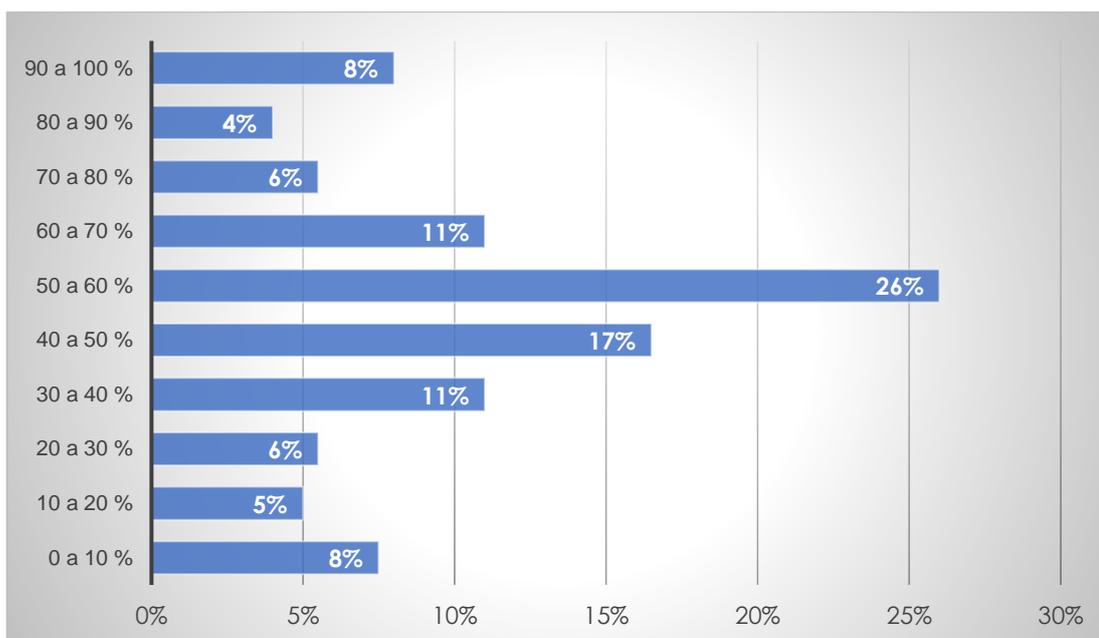


Figura 22. Probabilidad de crear su empresa en los próximos 5 años  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Sobre la posibilidad de gestionar su propia empresa en los próximos 5 años los estudiantes indicaron que en un 8% están seguros que en 5 años dirigirán su propia empresa, mientras otro 8% señalo lo contrario, ellos no se ven en 5 años gestionando su propio negocio, por otra parte, un 26% creen que existen posibilidades medias de lograr este objetivo, es decir entre un 50% y 60%. Esto demuestra menor probabilidad de lograr el objetivo, porque un 47% están por debajo de la media, mientras que apenas un 27% por encima de la media creen que es muy probable hacer realidad este objetivo.

### 2.6.5 Rasgos personales y competencias.

Los rasgos personales que posee el individuo son factores preponderantes a la hora realizar un enfoque plasmado en emprendimiento, la creatividad, la aversión al riesgo, el locus de control cuyo concepto hace referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (locus de control interno) o del contexto (locus de control externo) y la proactividad con la que cuentan los estudiantes son analizado a continuación:

#### 2.6.5.1 Creatividad.

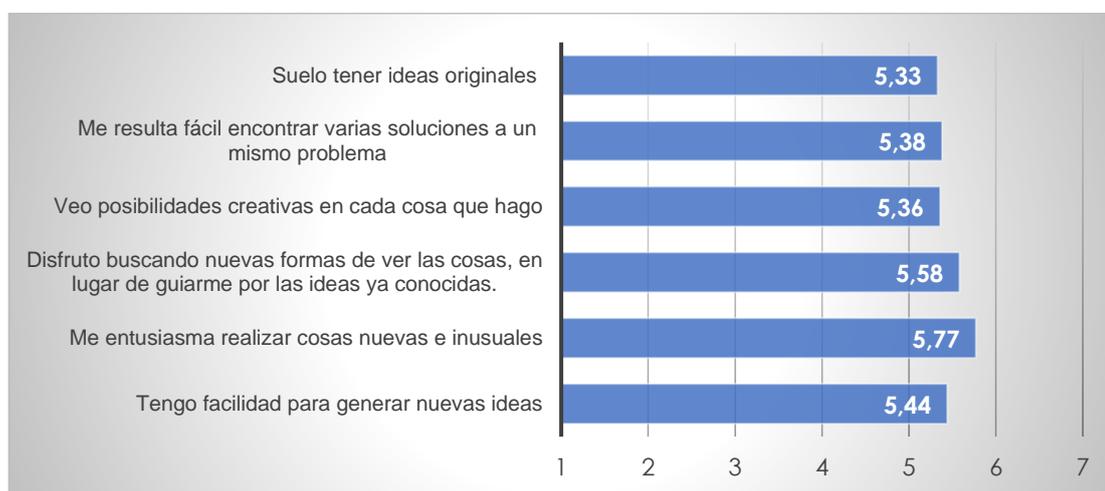


Figura 23. Creatividad

Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En lo que a competencias se refiere, los estudiantes universitarios manifiestan que están en la capacidad de usar su creatividad para realizar cosas nuevas e inusuales, disfrutando

realizarlas con nuevas formas, pues tienen la capacidad de encontrar soluciones a cualquier problema, así lo refleja una media 5.48 en la escala de Likert.

#### 2.6.5.2 Aversión al riesgo.

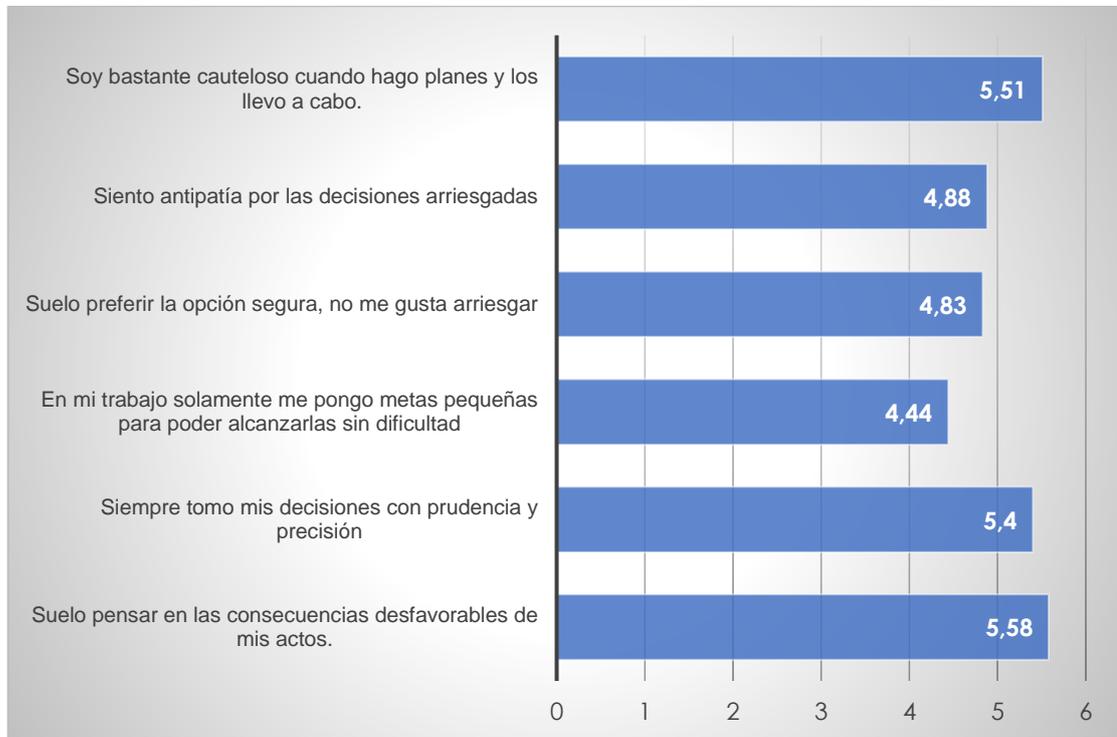


Figura 24. Aversión al riesgo  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Según datos obtenidos respecto a la aversión al riesgo los estudiantes demostraron correr riesgo, pero de manera moderada, es decir suelen pensar en las consecuencias de sus actos, son bastante cautelosos para hacer planes y llevarlos a cabo, en lo que no están de acuerdo es que en sus trabajos se pongan metas pequeñas para alcanzarlas. El estudiante emprendedor es consciente de los riesgos que se corren al optar esta carrera emprendedora por tal razón la media refleja un promedio de 5.1 en la Escala.

### 2.6.5.3 Escala de locus de control.



Figura 25. Escala de locus de control  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En este bloque se pretende conocer el grado en que el estudiante universitario percibe el éxito o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo o del contexto, el resultado que se obtuvo en este bloque fue un promedio de 6.02, el estudiante está consciente que si se prepara para un examen puede realizarlo sin problema (6.64) del mismo modo saben que lo que suceda es consecuencia de sus actos (6.64), están de acuerdo en su mayoría que el futuro depende únicamente de sus propias decisiones, al igual que el alcanzar el éxito es cuestión de trabajo duro (6.19), de esta forma queda comprobado que los estudiante son sensatos de sus actos y consecuencias a que estos conllevan.

#### 2.6.5.4 Proactividad.



Figura 26. Proactividad del emprendedor  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En lo que refiere a la proactividad los estudiantes demostraron según su actitud que asumen el control de su conducta de modo activo se ha obtenido una media de 5.85 lo cual ha demostrado que el estudiante está buscando la forma de hacer mejor las cosas, y no hay nada más emocionante para ellos que ver como sus ideas se convierten en realidad expresaron su predisposición a actuar y su grado de satisfacción por hacer realidad sus ideas.

#### 2.6.6 *Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender.*

A continuación, se hará un análisis sobre autoeficacia lo cual se refiere a la convicción de poseer las capacidades para emprender. Es decir que un individuo es capaz de organizar y ejecutar acciones de forma efectiva para producir resultados requeridos. Este factor es uno de los principales antecedentes de las intenciones/acciones emprendedoras. Son preguntas sobre habilidades de negocio específicas y conocimiento sobre cómo crear y dirigir una empresa con éxito, al mismo tiempo se analiza la inteligencia emocional lo cual hace referencia al control de emociones.

### 2.6.6.1 Autoeficacia.



Figura 27. Autoeficacia

Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En este apartado los estudiantes demostraron su grado de confianza en sus capacidades y habilidades necesarias para gestionar un negocio exitosamente, confían plenamente en su capacidad de convencimiento para lograr hacer una red de contacto donde puedan intercambiar información (5.99), también cuentan con la capacidad para gestionar exitosamente el talento humano, delegando adecuadamente tareas y responsabilidades a empleados y compañeros (5.9), así mismo poseen la capacidad de convencimiento para negociar con sus proveedores, clientes etc. El emprendedor ha demostrado un importante nivel de autoeficacia, capaz de organizar y ejecutar acciones de forma efectiva para producir los resultados requeridos aplicando habilidades de negocio de forma precisa y adecuada para crear y dirigir una empresa con éxito así lo refleja una media de 5.67.

### 2.6.6.2 Inteligencia emocional.

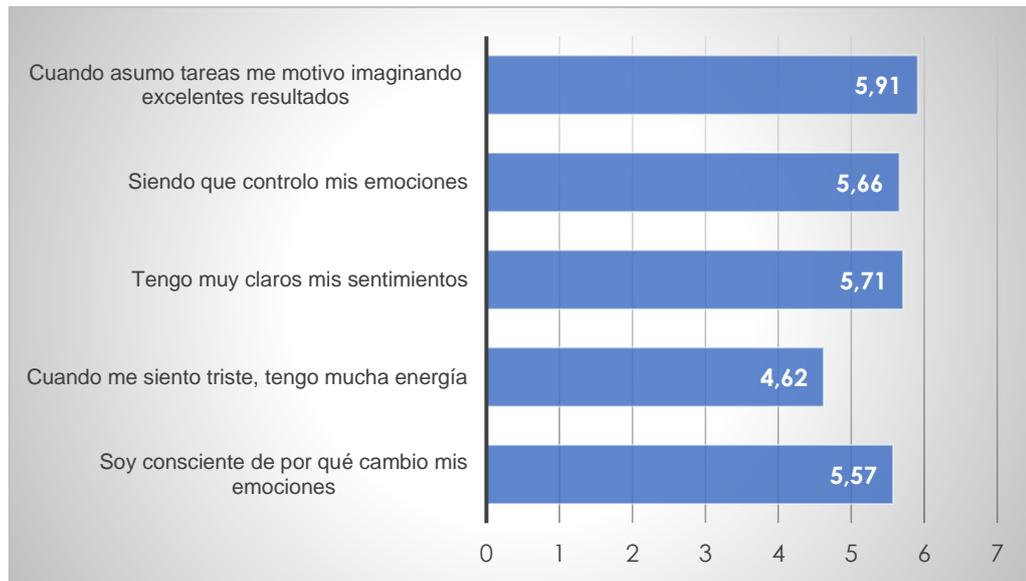


Figura 28. Control de emociones  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Este bloque se refiere al control de emociones que tiene los estudiantes ante cualquier circunstancia, el promedio que refleja es de 5.49, por encima de la media, Esto significa que los estudiantes están conscientes del por qué cambian sus emociones y de la importancia que tiene el saber controlarlas, se motivan imaginando excelentes resultados en sus tareas (5.91), tienen muy claros sus sentimientos y la importancia que tiene saberlos sobrellevar.

### 2.6.7 Percepción de las condiciones del entorno.

Es importante analizar la valoración del entorno social más cercano de los universitarios entrevistados, así como el grado de importancia que ellos otorgan a la opinión de su entorno social más cercano.

### 2.6.7.1 Importancia del entorno social más cercano.

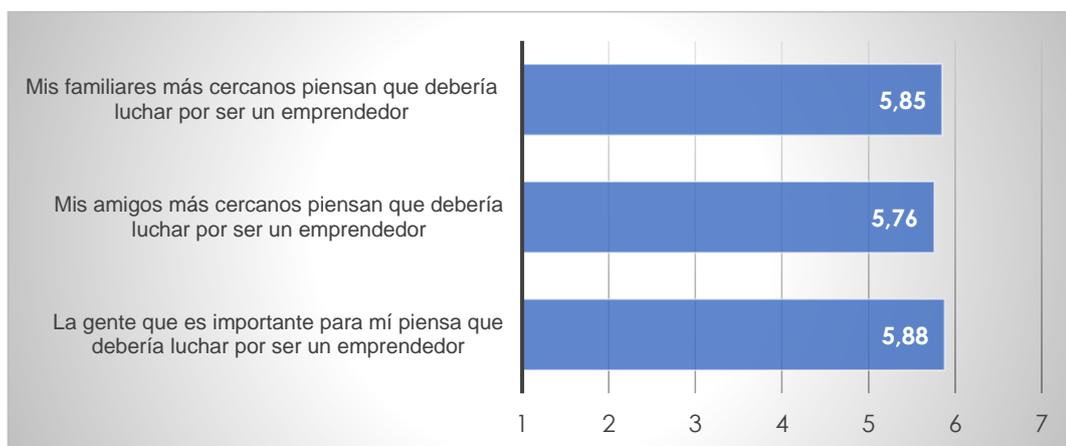


Figura 29. Valoración del entorno social más cercano de los estudiantes  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En este bloque los estudiantes afirmaron que la gente que es importante para ellos piensa que deberían luchar por ser emprendedores (5.88), con promedio general de 5.83 queda demostrado un alto nivel de importancia para el emprendedor la opinión de su entorno más cercano llega a ser trascendental en la decisión de luchar por una carrera emprendedora.

### 2.6.7.2 Importancia de la opinión de su entorno social más cercano.

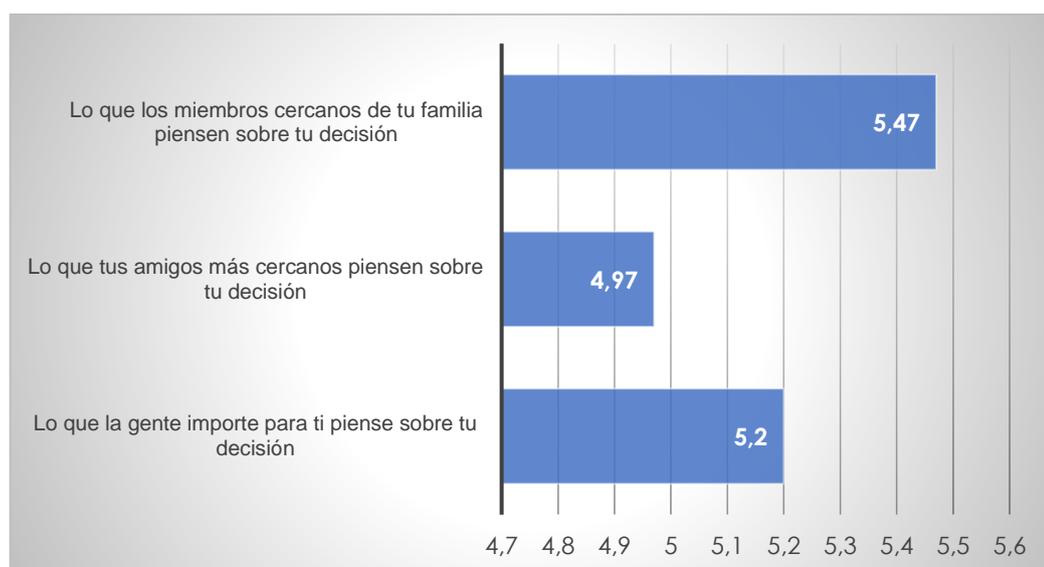


Figura 30. Importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano  
Fuente: Levantamiento de información UDA, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Se observa que el nivel de importancia que tienen los familiares más cercanos sobre la decisión de luchar por una carrera emprendedora es alto así lo refleja la escala de Likert un promedio de 5.21, aunque la opinión que menos les importa es la de sus amigos (4.97) de esta forma queda demostrado que para los emprendedores la opinión de la familia prevalece.

Según el análisis de la información recolectada se llega a la conclusión de que los alumnos de la Universidad del Azuay (UDA) tienen predisposición al emprendimiento en un nivel alto, sin embargo, no se sienten con el apoyo económico necesario para llevar a cabo un emprendimiento, tampoco disponen del tiempo y los conocimientos suficientes para ingresar con éxito en el ámbito empresarial.

## **2.7 Análisis e interpretación de resultados de la investigación en la Universidad Politécnica Salesiana (UPS)**

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana serán presentados mediante figuras estadísticas siguiendo el orden secuencial de la encuesta realizada, a continuación, se procederá a presentar los resultados y análisis.

Para la recolección de datos se ha utilizado la encuesta, la misma que fue proporcionada a 200 alumnos de la universidad en estudio de forma individual y colectiva indistintamente de los niveles y carreras que se encuentran cursando.

### ***2.7.1 Factores socioculturales***

A continuación, se analizará el carácter socio cultural del individuo, como es su edad, género, nacionalidad, nivel de estudios, antecedentes de estudios en su núcleo familiar y en su entorno, su experiencia laboral y su referente personal en la toma de decisiones de índole profesional.

### 2.7.1.1 Caracterización de la muestra según la edad de los estudiantes.

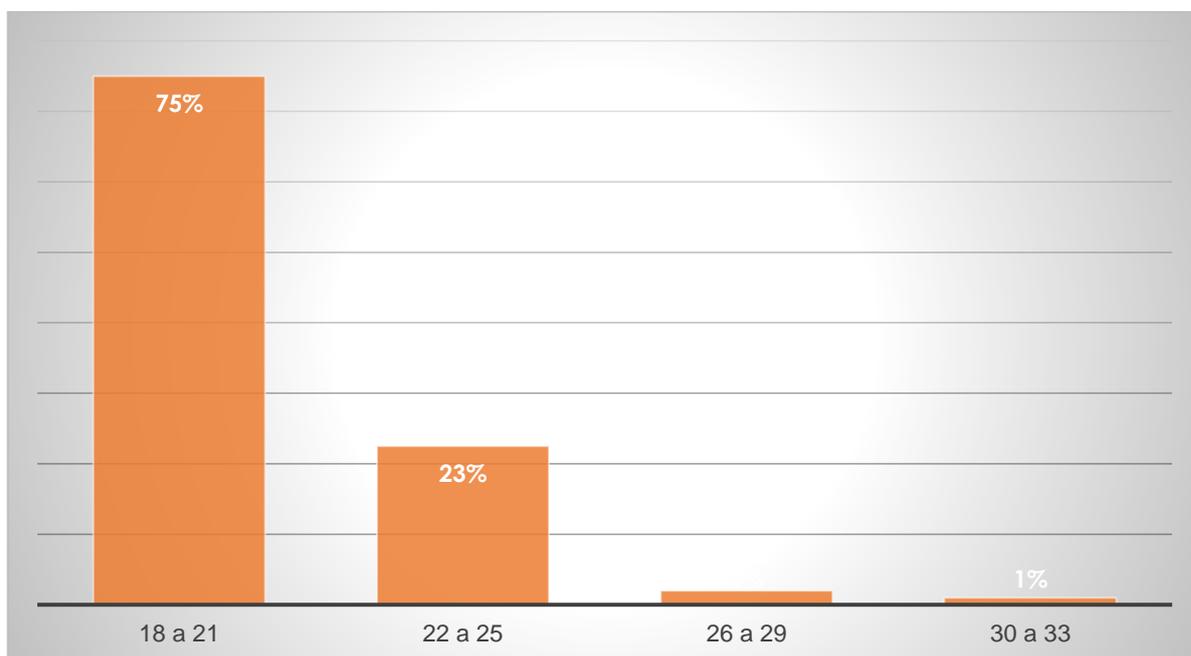


Figura 31. Edad de la población universitaria  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En la caracterización de la muestra según la edad de los estudiantes se puede observar que sus edades oscilan entre 18 y 33 años, dando un promedio de 24 años de edad. El mayor rango de edad que se repite son los estudiantes entre 18 y 19 años de edad, deduciendo que los estudiantes más jóvenes tienen mayores posibilidades de estudiar, sin embargo, tienen mayor incertidumbre al futuro.

### 2.7.1.2 Caracterización de la muestra según el género de los estudiantes.

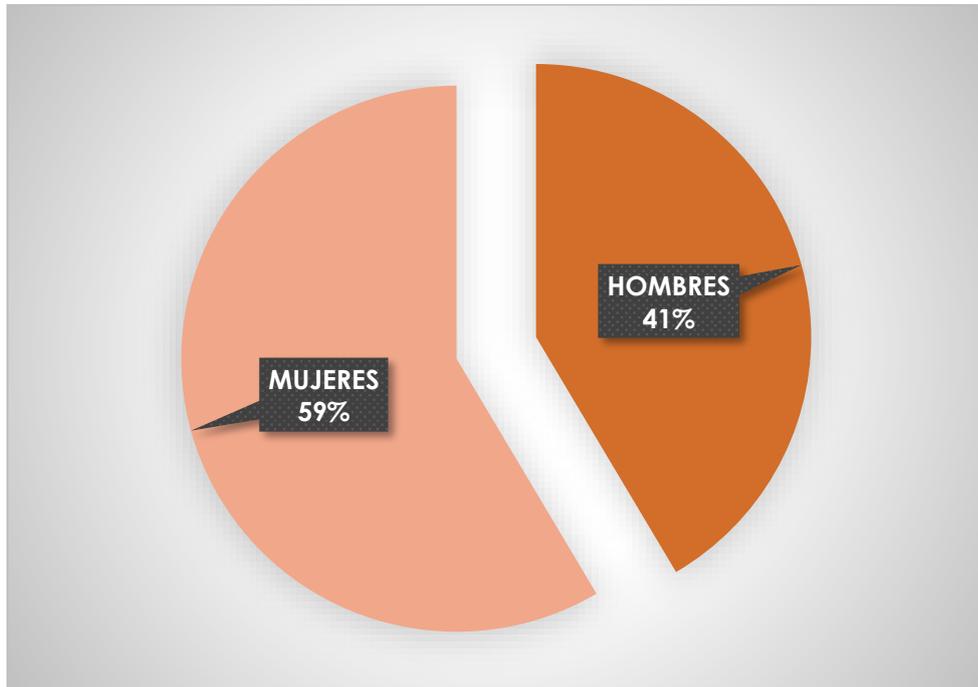


Figura 32. Género de los estudiantes  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En términos socio-demográficos la muestra analizada está integrada por más mujeres que hombres, acorde a los resultados emitidos por el INEC, existen más mujeres que hombres en nuestro país. El porcentaje de estudiantes hombres y mujeres que se ha utilizado para esta investigación se distribuye entre el 59% de mujeres frente al 41% de hombres. De esta forma queda demostrado que las mujeres tienen gran participación en lo que a estudios superiores se refiere. En cuanto a la nacionalidad el 100% de los estudiantes investigados son ecuatorianos.

### 2.7.1.3 Porcentaje de estudiantes objeto de estudio por carrera.

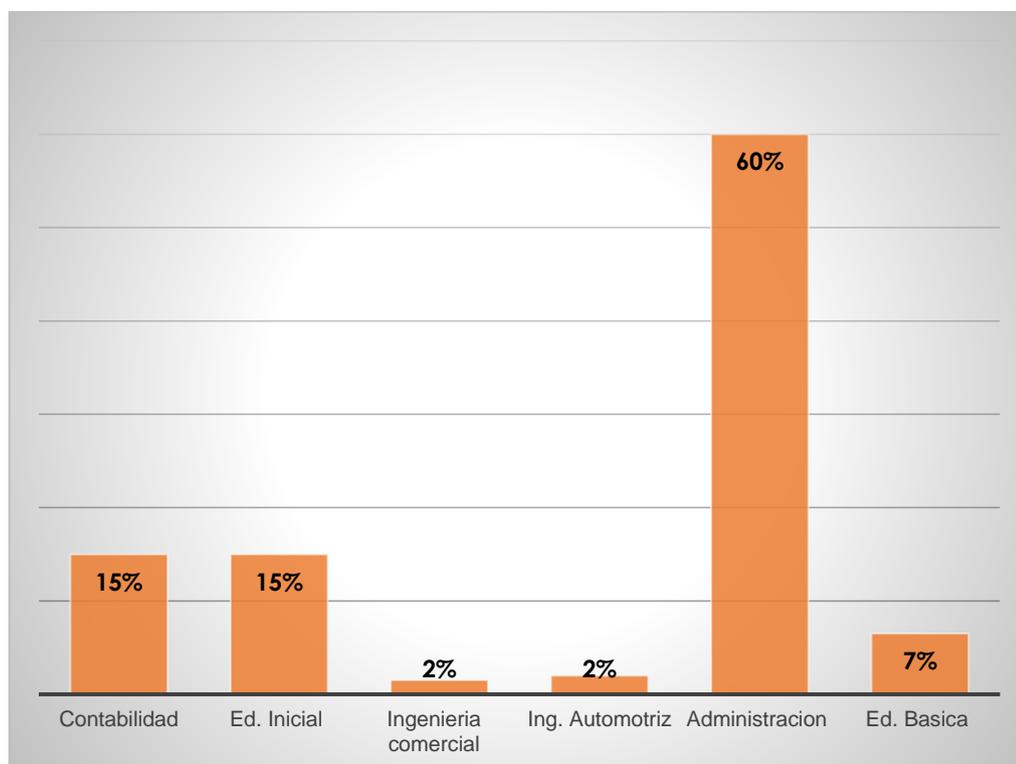


Figura 33. Carreras de titulación  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Respecto a las titulaciones de los estudiantes se observa que predomina con un 60% los que cursan la carrera de Administración de Empresas, este porcentaje es alto pues, la carrera antes mencionada tiene mayor acogida por los estudiantes de la UPS, a esto le sigue los estudiantes que se encuentran en la carrera de Contabilidad y Educación inicial (15%). Los porcentajes más bajos están en los estudiantes que cursan las carreras de Educación Básica (7%), Ingeniería Comercial y Automotriz (2%), porcentajes bajos porque en estas carreras existen menos número de estudiantes.

#### 2.7.1.4 Semestres que están cursando los estudiantes.

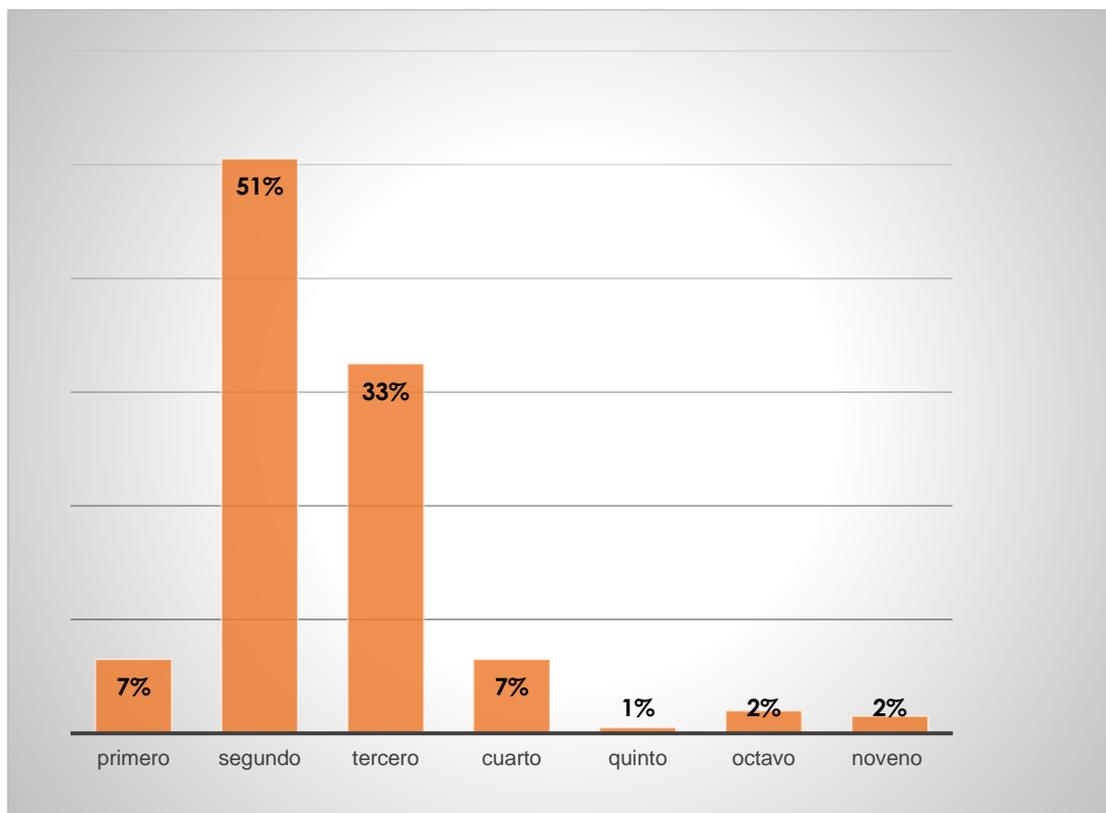


Figura 34. Semestres que cursan la población universitaria  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En la figura 34 se observa que los niveles de los alumnos encuestados con los rangos más altos son de segundo (51%) y tercer ciclo (33%), los mismos que haciendo una relación se encuentran cursando en su mayoría la carrera de Administración de Empresas, mientras que el porcentaje más bajo recae en los alumnos de los ciclos más altos, esto se debe a que en los niveles inferiores el número de alumnos es mayor al de los niveles altos, pues no todos tienen las mismas condiciones económicas o intelectuales para culminar sus estudios.

### 2.7.1.5 Asistencia a cursos de emprendimiento.

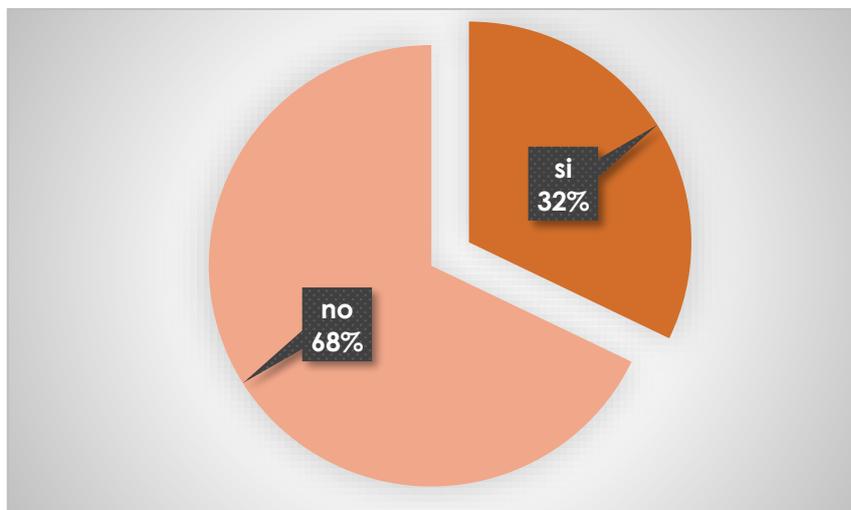


Figura 35. Cursos de emprendimiento recibidos  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Con relación a que si los alumnos universitarios han recibido algún tipo de cursos de emprendimiento estos en su mayoría han afirmado que si han sido participes de estas actividades, este porcentaje nos orienta hacia una actitud emprendedora positiva, mientras que un 32% de los estudiantes dicen que jamás han recibido este tipo de cursos.

### 2.7.1.6 Padres que han sido empresarios.

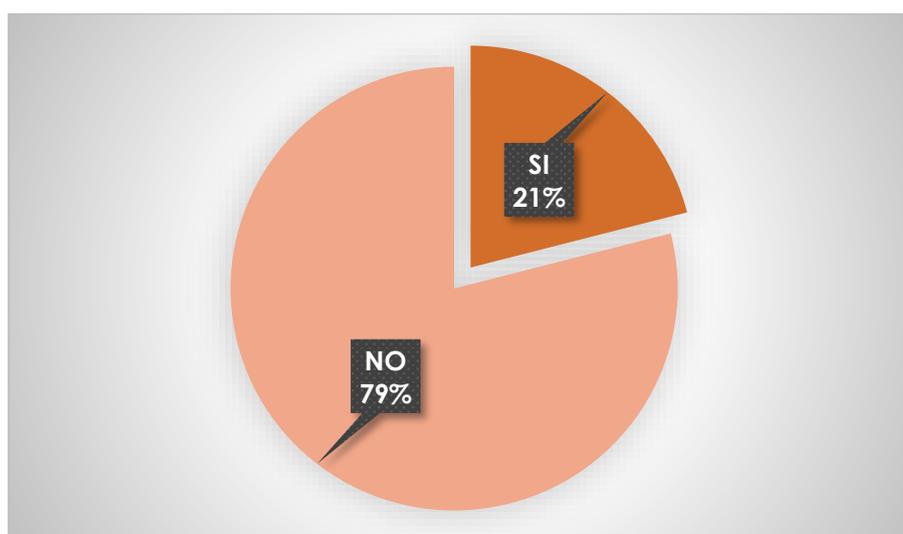


Figura 36. Padres empresarios  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En este apartado en donde se investiga que, si algunos de los padres de los estudiantes han sido o son empresarios autónomos, se observa que menos de la mitad del alumnado provienen de padres empresarios (21%), mientras que en su mayoría (79%) dicen que ninguno de sus padres tiene un negocio autónomo una de las causas de esto se debe a que varios de los estudiantes son provenientes de padres migrantes.

#### 2.7.1.7 Padre /madre empresarios.

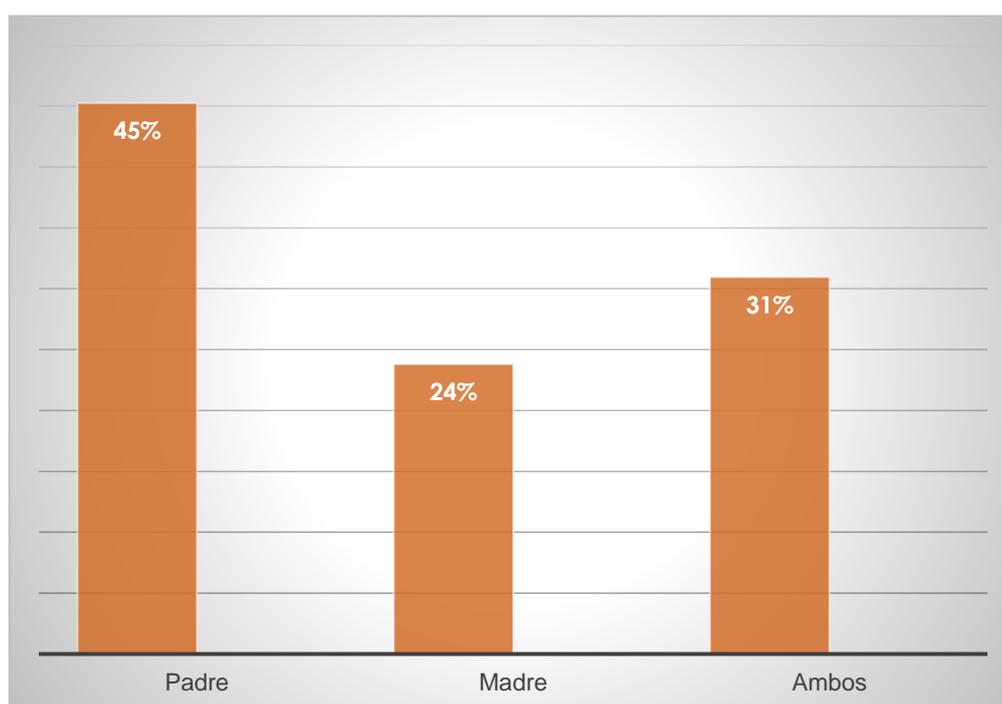


Figura 37. Quien de los padres es empresarios  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

A los alumnos que afirmaron tener padres empresarios se investigó quien de los dos son empresarios, a lo que la mayoría respondieron que su padre (45%) es el gestor de su propia empresa, a esta puntuación le sigue el caso de los estudiantes en la que ambos padres poseen su propio negocio (31%) y el menor porcentaje de alumnos dijeron que son ambos padres de familia los gestores de su empresa.

### 2.7.1.8 Referentes profesionales en el entorno.

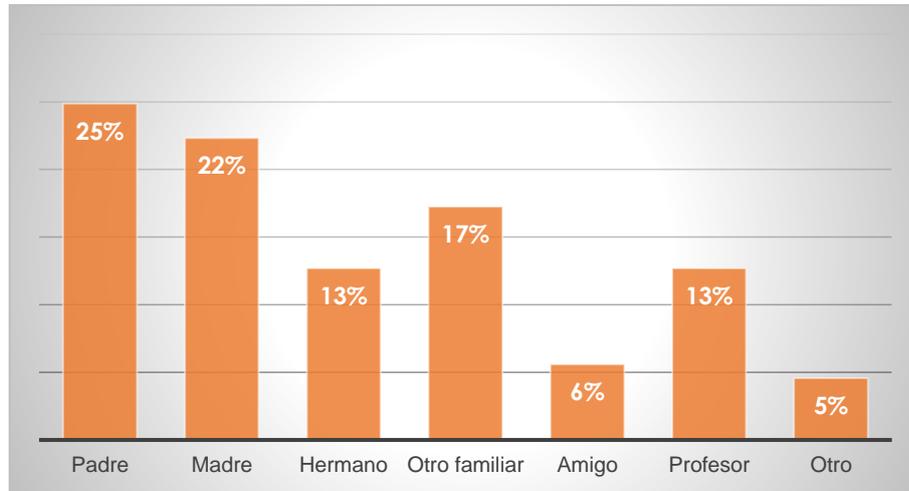


Figura 38. Referentes profesionales de la población universitaria  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

El referente que actúa de guía dentro del proceso del estudiante emprendedor, y con el que se establece un fuerte vínculo de confianza en los estudiantes universitarios y los ayudara a crecer como profesionales en su mayoría es su padre (25%) seguido de la madre en un 22%, familiares que se encuentran en su entorno (17%), y los profesores que juegan un papel importante como referentes de sus estudiantes con el 13%.

### 2.7.1.9 Involucramiento actual por parte del emprendedor en la creación de una empresa.

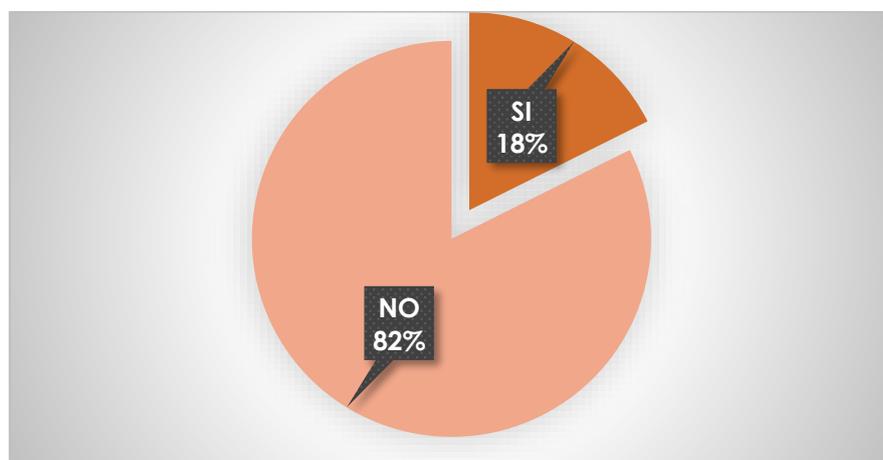


Figura 39. Estudiantes involucrados en la creación de una empresa  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En la figura 39 se observa que el 82% de los estudiantes no están actualmente involucrados en la creación de su propia empresa, esto se debe a que la prioridad de ellos es culminar con sus estudios superiores, el 18% si lo están, este porcentaje es bajo, sin embargo, hay que tomar en cuenta que son estudiantes universitarios de modalidad presencial de la sección matutina y vespertina en su mayoría.

2.7.1.10 *Tiempo de experiencia laboral de los estudiantes universitarios.*

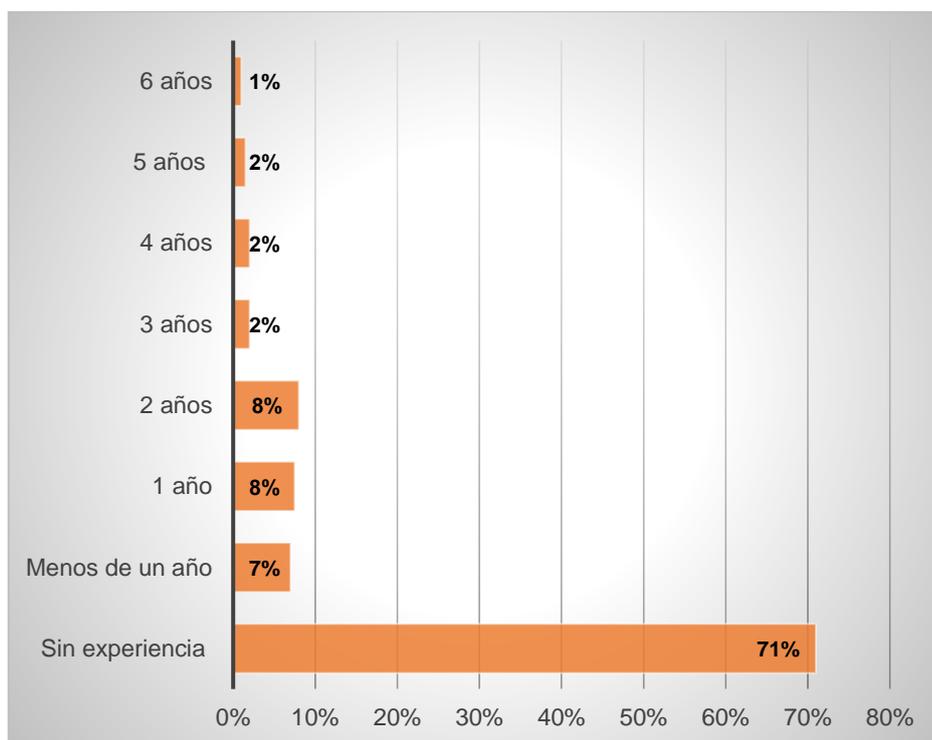


Figura 40. Tiempo de experiencia laboral  
 Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
 Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

La figura 40 indica la experiencia laboral lograda por los estudiantes. Los estudiantes que declaran no haber tenido experiencia laboral son el 71%, un porcentaje bastante alto lo cual les ubicaría en el nivel de emprendimiento bajo. De otra forma los estudiantes que si tienen experiencia laboral están en un porcentaje del 29% lo que indica que la experiencia laboral está asociada a mejores niveles de emprendimiento, contrariamente a aquellos que dicen no haber tenido experiencia laboral; sin embargo, el porcentaje de estudiantes que se ubican en niveles de emprendimiento bajo, a pesar de no tener experiencia, puede estar indicando la expectativa que tienen para emprender un negocio. De allí, la actitud positiva hacia el emprendimiento.

2.7.1.11 *Estudiantes que se encuentran laborando ahora a tiempo parcial o completo.*

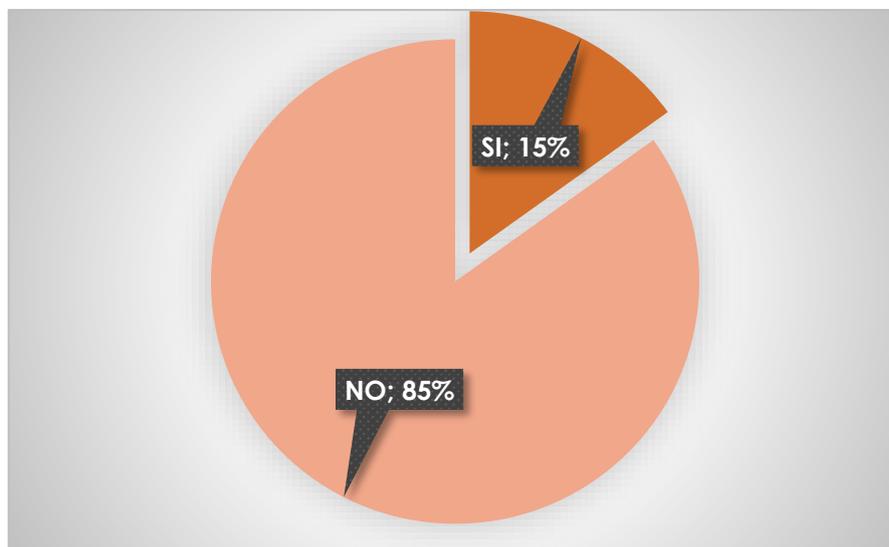


Figura 41. Estudiantes que se encuentran laborando a tiempo parcial o completo

Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En la figura 41 se muestra que un número reducido del 15% de los estudiantes se encuentran laborando ya sea a tiempo parcial o completo, esto se debe a que parte de la muestra de la Universidad Politécnica Salesiana fue tomada de los estudiantes que cursan su carrera superior en el horario nocturno, de la misma forma un gran porcentaje (85%) del universo no labora, esto hace relación a las edades de los estudiantes que en su mayoría oscila entre los 18 y 19 años.

**2.7.2 Análisis de los factores contextuales.**

A continuación, se analiza los constructos referidos a los principales incentivos y a las principales barreras señaladas en la literatura como influyentes para la preferencia emprendedora por él. Ambos constructos están compuestos en total por 20 ítems dividido en dos partes. De este bloque se realizaron 3 figuras presentadas y analizadas a continuación

### 2.7.2.1 Principales factores que incentivan escoger una carrera emprendedora.

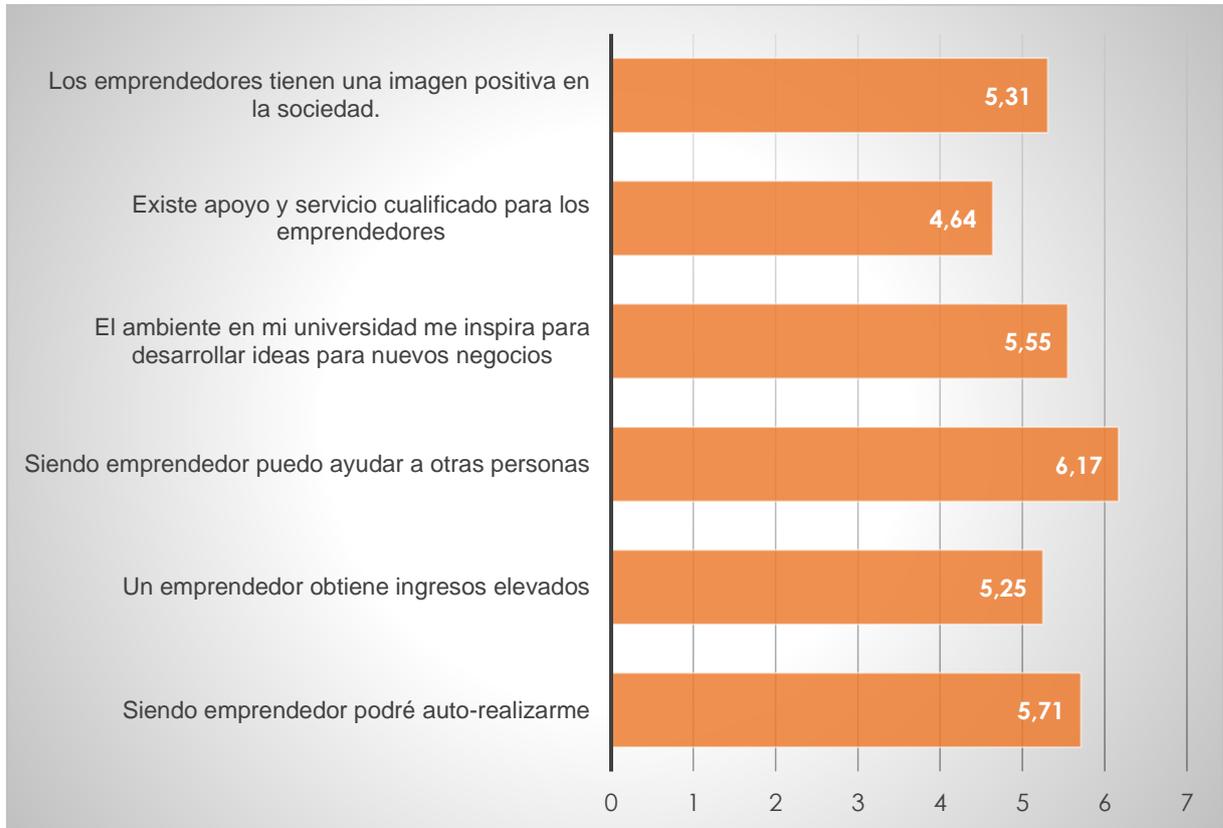


Figura 42. Principales incentivos del contexto en general

Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

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 empresas, que emprendiendo logrará alcanzar su auto realización, ya que en general el emprender 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 5.44.

### 2.7.2.2 Valoración del entorno universitario de los entrevistados.

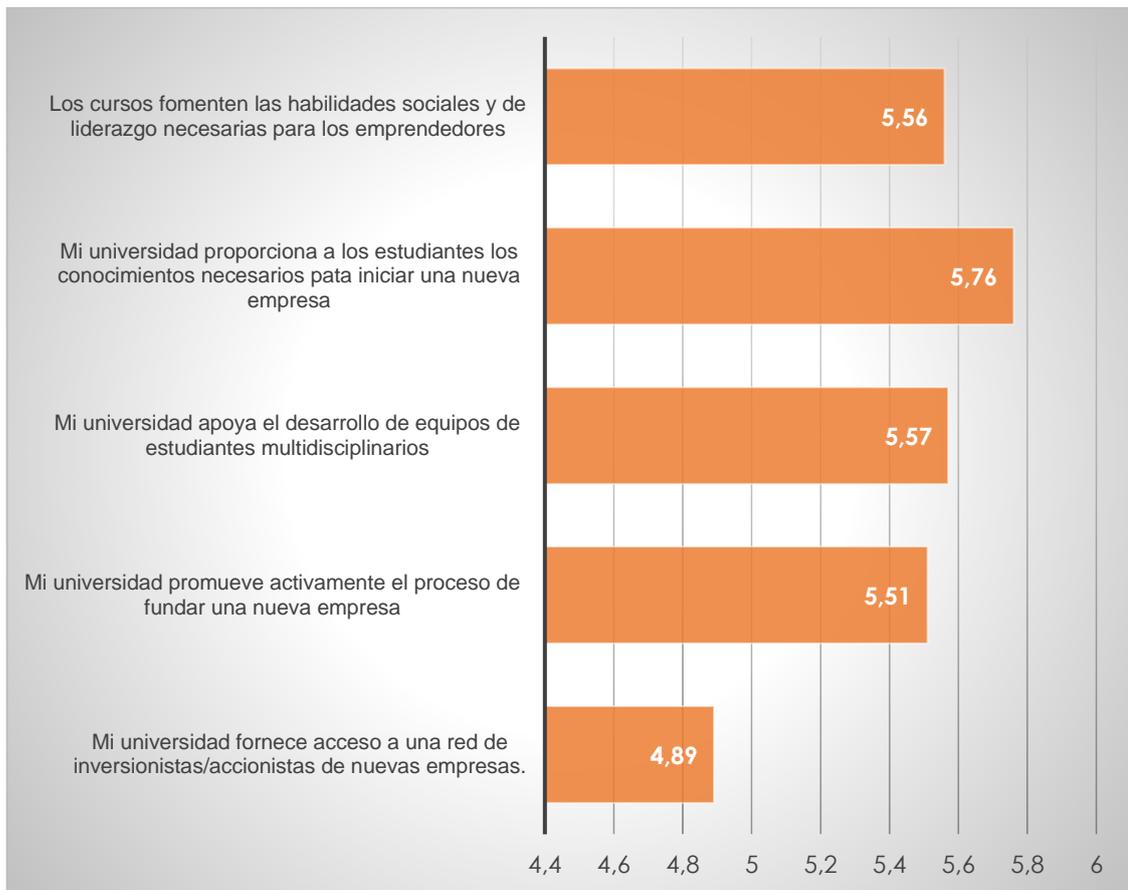


Figura 43. Valoración del entorno universitario de los entrevistados

Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En la figura 43 se aprecia que los estudiantes se encuentran motivados para ser emprendedores pues la puntuación de la media general estimada en este bloque es de 5.45 en la escala de Likert, esto demuestra que los estudiantes están de acuerdo con los conocimientos impartidos por la universidad en lo que a programas de emprendimiento se refiere. Así lo demuestra la gráfica 42 en donde el mayor puntaje de la media se ubica en el ítem en donde afirman que la universidad proporciona a los estudiantes los conocimientos necesarios para iniciar una nueva empresa. El puntaje más bajo se encuentra en el ítem que manifiesta que “Mi universidad provee acceso a una red de inversionistas/accionistas de nuevas empresas”, aquí los estudiantes manifiestan que su universidad no provee el acceso necesario para que un emprendedor pueda desarrollarse.

### 2.7.2.3 Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora.

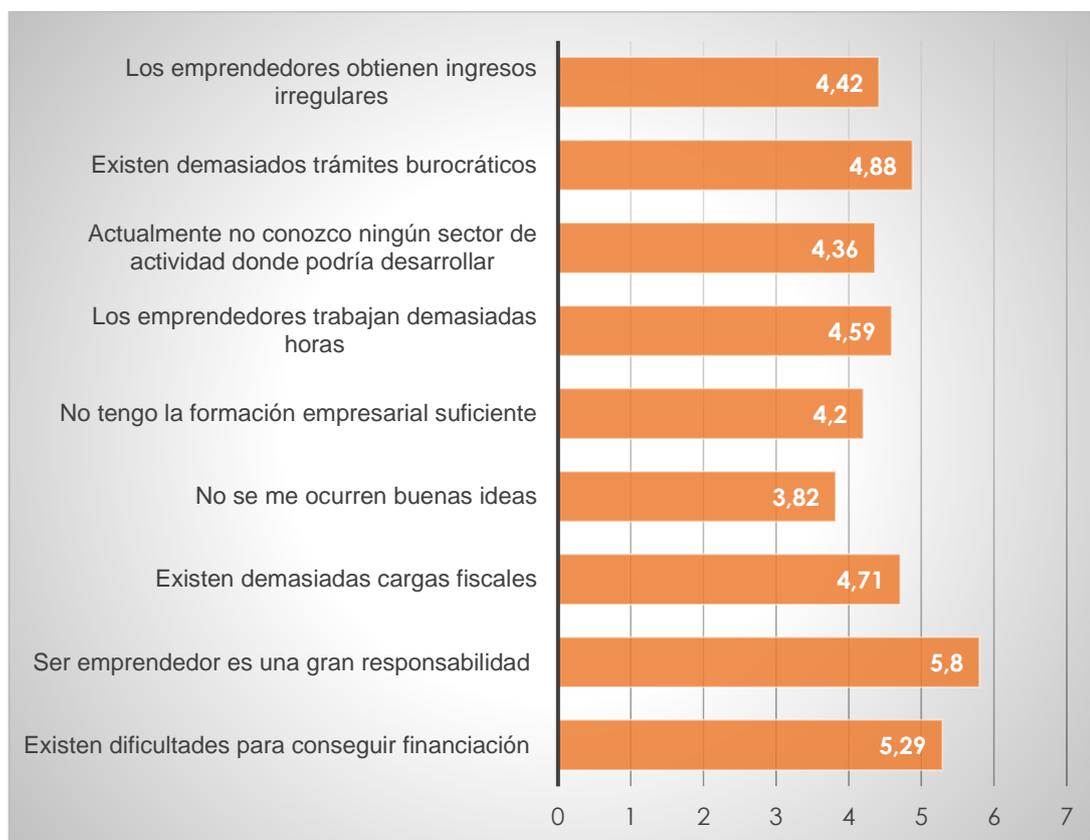


Figura 44. Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Según datos estadísticos obtenidos de los estudiantes universitarios la mayor parte de ellos afirman que al momento de querer escoger una carrera emprendedora la actitud más importante es la responsabilidad que esto conlleva (5.8), a esto ellos lo consideran como una barrera, pues no se sienten con la capacidad, el liderazgo y la autosuficiencia para llevar a cabo un acto de emprendimiento responsablemente, esto se debe a que la edad de este universo es relativamente baja (19 años de edad). La falta de recursos financieros es considerada la segunda barrera más importante a la hora de constituir un negocio (5.29). La puntuación minoritaria recae en la afirmación sobre “no se me ocurren buenas ideas”, lo cual significa que en su mayor parte cuentan con la creatividad suficiente para emprender. La media general en este bloque es de 4.67, un promedio relativamente bajo que indica que las barreras u obstáculos no son impedimento para la realización de sus metas.

### 2.7.3 Análisis de la actitud personal hacia el emprendimiento.

Con el objetivo de analizar si los estudiantes universitarios mantienen una valoración personal positiva o negativa sobre la opción de llegar a ser un emprendedor, se presenta las siguientes figuras estadísticas:

#### 2.7.3.1 Actitud hacia el emprendimiento.

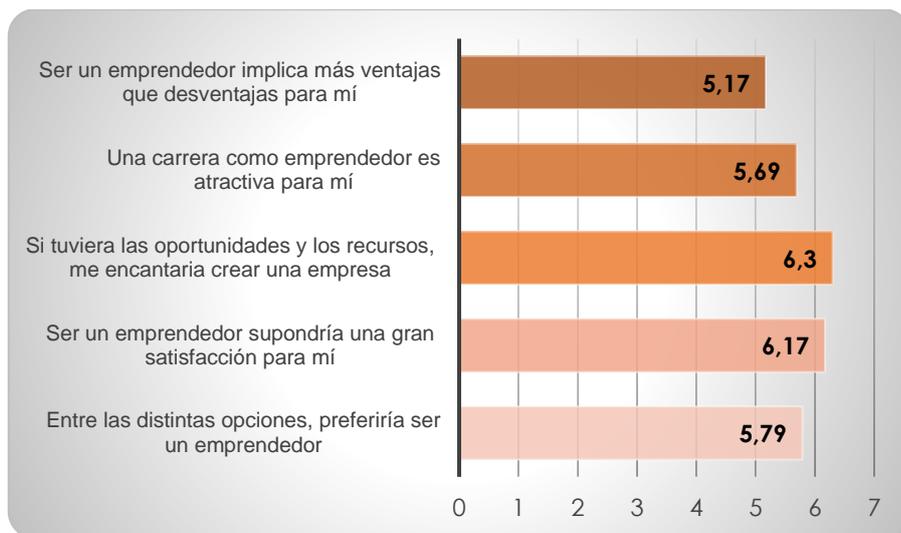


Figura 45. Actitud hacia el emprendimiento  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Las actitudes marcan diferencia entre un emprendedor y otro, en la figura 45 según datos obtenidos se observa que la mayoría de los estudiantes tienen una actitud positiva hacia el emprendimiento, analizando detalladamente se observa que la afirmación del ítem “si tuviera las oportunidades y los recursos, me encantaría crear una empresa” tiene una inclinación mayor a estar totalmente de acuerdo. Del mismo modo afirman que ser emprendedor sería una gran satisfacción para ellos (6.17). La media aritmética en este bloque es de 5.78 es decir hay una tendencia positiva hacia el emprendimiento.

#### 2.7.4 Análisis de la intención emprendedora de los universitarios.

En este bloque de preguntas se realizará un análisis exhaustivo a cerca de las intenciones que tienen los estudiantes de la universidad para emprender sus propios negocios,

#### 2.7.4.1 Intención de ser emprendedor.

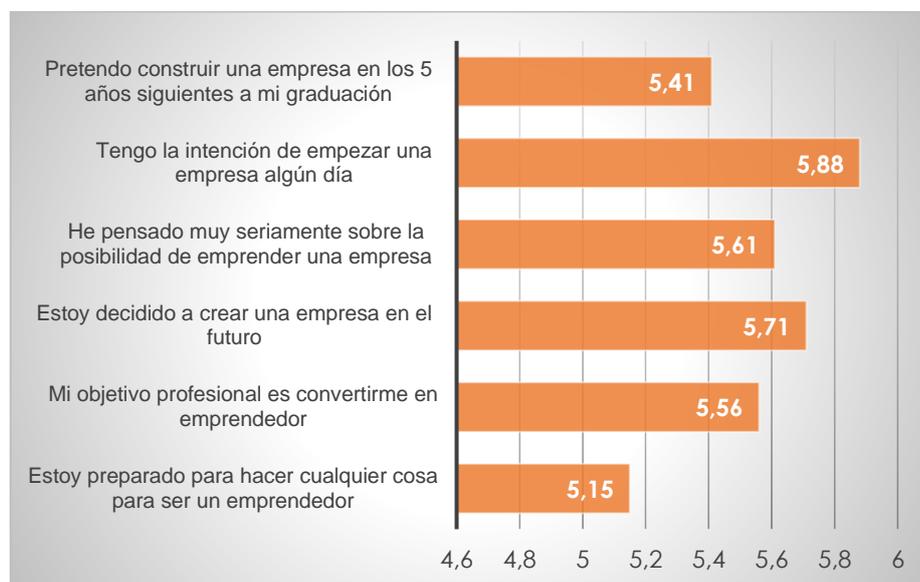


Figura 46. Intención de ser emprendedor  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

La intención depende de la actitud, de la norma subjetiva y del control sobre la conducta que es percibido por el estudiante universitario. La intención hacia un comportamiento es la mejor manera de predecir ese comportamiento, en este apartado la intención nos muestra el grado de esfuerzo que se debe realizar para cumplir dicho comportamiento. Así lo muestra la figura 46 en donde el estudiante universitario afirma con una inclinación a estar totalmente de acuerdo (5.88) en la escala de Likert que posee la intención de crear su propia empresa a futuro, este ítem está seguido de la afirmación de que el estudiante está decidido a crear una empresa en los años posteriores, son puntajes alentadores pues la media de este bloque según la escala de Likert es relativamente alta 5.63, lo cual demuestra que el estudiante está decidido a llevar a cabo su idea de negocio después de su graduación.

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

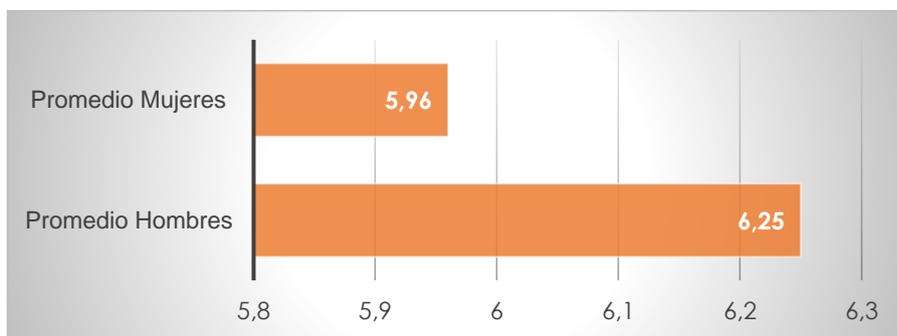


Figura 47. Preferencia: ser un emprendedor de su propia empresa o asalariado  
 Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
 Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En este apartado se ha relacionado el género de los estudiantes con el deseo de ser gestor de su propio negocio o asalariado a lo que los estudiantes en su mayoría hombres afirmaron querer ser gestores de su propia empresa, mientras que las mujeres tienen la predisposición al autoempleo, esto se debe a que, si bien es cierto, que la mujer ha luchado por la igualdad de género, aún existen paradigmas que las sitúan en la subordinación.

2.7.4.3 Probabilidad de crear su empresa en los próximos 5 años.

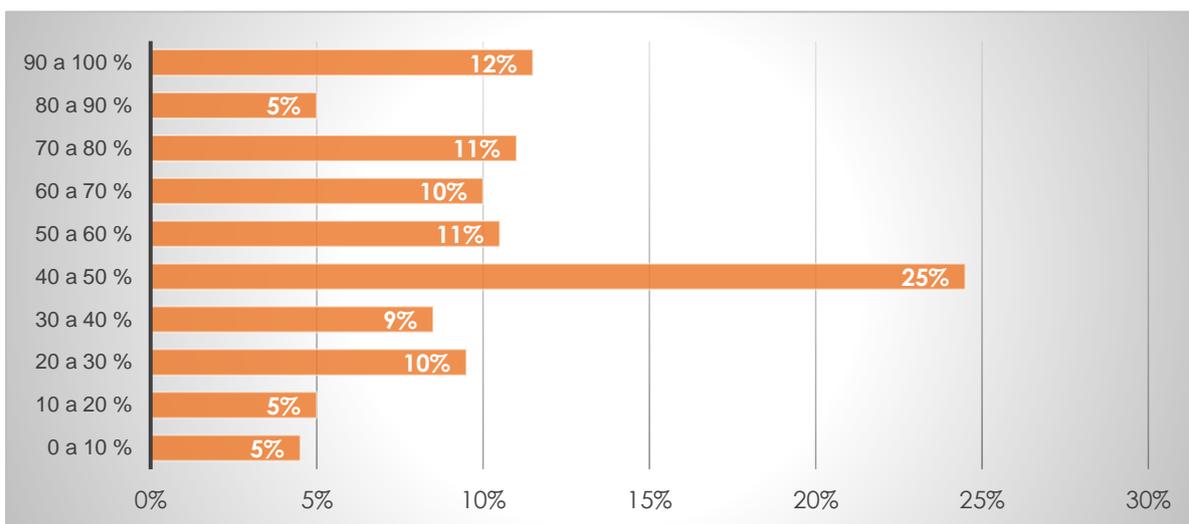


Figura 48. Probabilidad de crear su empresa en los próximos cinco años  
 Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
 Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Fue preguntado a los estudiantes por la probabilidad de que vaya a crear su propia empresa en los próximos cinco años, dando como resultado que entre un 40% y 50% tienen

probabilidad crear su propia empresa en los próximos 5 años, esto hace relación a los ciclos que se encuentran cursando en este momento los estudiantes, pues la mayoría son de ciclos inferiores y tomando en cuenta que una carrera universitaria tiene como promedio la duración de cinco años, el porcentaje es prometedor, un 25% de los estudiantes, seguido de un 12% de alumnos que tienen una probabilidad de entre el 90% al 100%; a esto le sucede la probabilidad del 70% a 80% del 11% de los alumnos universitarios. El porcentaje más bajo (0% al 20%) que casi no tienen la probabilidad de tener su empresa en los próximos 5 años es del 10% de los estudiantes.

### 2.7.5 Rasgos personales y competencias.

Los rasgos personales que posee el individuo son factores preponderantes a la hora realizar un enfoque plasmado en emprendimiento, la creatividad, la aversión al riesgo, el locus de control cuyo concepto hace referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (locus de control interno) o del contexto (locus de control externo) y la proactividad con la que cuentan los estudiantes son analizados a continuación:

#### 2.7.5.1 Creatividad.

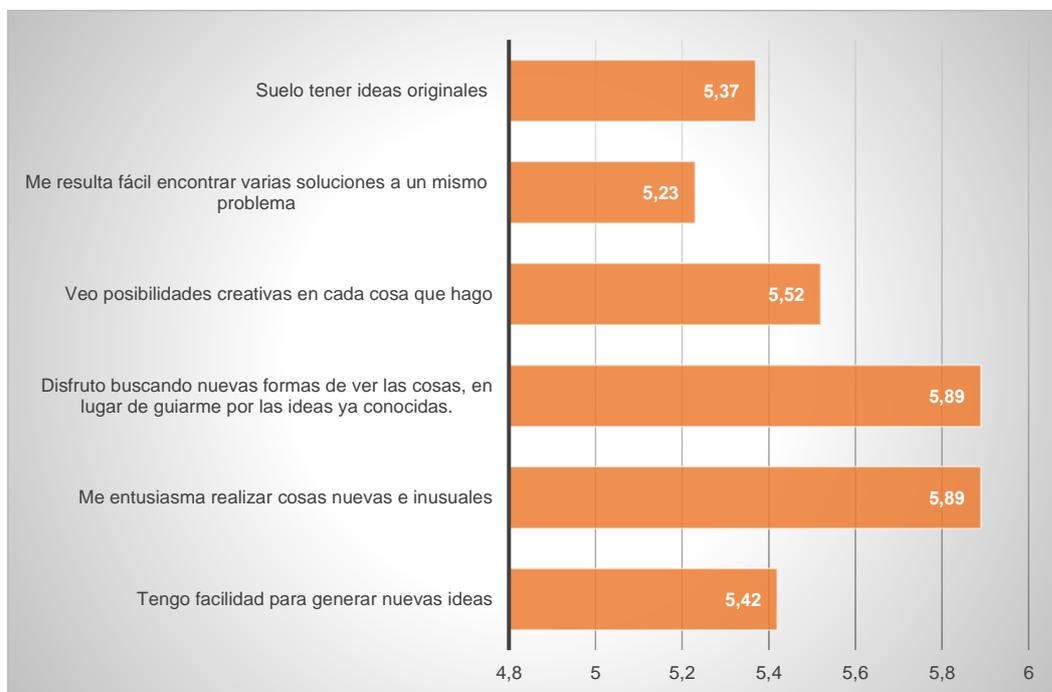


Figura 49. Creatividad  
 Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
 Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En términos generales los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana tienen tendencia a comportarse creativamente y, por tanto, accesibles al aprendizaje y el emprendimiento. Desde el punto de vista de la figura 49, se muestra que el desarrollo de actitudes y comportamientos son positivos, pues la media de este bloque es de 5.55, en donde los estudiantes manifiestan que se entusiasman en realizar cosas nuevas e inusuales (5.89). Otro punto importante es que los estudiantes manifiestan que les resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema (5.23), esto quiere decir que se sienten capaces de encontrar soluciones rápidas y viables a los problemas.

#### 2.7.5.2 Aversión al riesgo.



Figura 50. Aversión al riesgo  
 Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
 Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Según datos obtenidos respecto aversión al riesgo los estudiantes demostraron correr riesgo, pero de manera moderada, es decir suelen pensar en las consecuencias desfavorables de sus actos (5.67), son personas bastante cautelosas para hacer planes y llevarlos a cabo, en lo que no están de acuerdo es que en sus trabajos se pongan metas pequeñas para alcanzarlas. El estudiante emprendedor es consciente de los riesgos que se corren al optar esta carrera emprendedora por tal razón la media refleja un promedio de 5.04 en la escala.

### 2.7.5.3 Escala de locus de control (LC).



Figura 51. Escala de locus de control (LC)  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

El apartado busca analizar la propensión a actuar por parte del estudiante y su percepción del éxito y/o fracaso dependiente de sí mismo o del contexto, así lo demuestra el nivel de conciencia por parte del estudiante y la responsabilidad a sus actos, el estudiante está totalmente de acuerdo que el aprobar un examen o proyecto depende totalmente de sus capacidades (6.44), por ende sus calificaciones dependerán de ello (6.36) 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 (6.19), en resumen el estudiante está muy de acuerdo con que sus propias acciones y conocimientos lo llevarán a conquistar sus ideales y objetivos.

#### 2.7.5.4 Proactividad.



Figura 52. Proactividad del emprendedor  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En este apartado el estudiante demostró tener la actitud y herramientas para solucionar rápidamente problemas y situaciones conflictivas, así lo muestra la figura 52 en donde los estudiantes también expusieron su actitud positiva ante las oportunidades, se ha obtenido una media de 5.45 lo cual indica que el estudiante está buscando la forma de hacer mejor las cosas, y no hay nada más emocionante para ellos que ver como sus ideas se convierten en realidad (6.15), además expresaron que les gusta defender sus ideas, incluso en contra de la oposición de los demás (5.87); les encanta desafiar a lo tradicional, en fin tienen predisposición a actuar y su grado de satisfacción por hacer realidad sus ideas.

#### 2.7.6 **Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender.**

A continuación, se hará un análisis sobre autoeficacia lo cual se refiere a la convicción de poseer las capacidades para emprender. Es decir que un individuo es capaz de organizar y ejecutar acciones de forma efectiva para producir resultados requeridos. Este factor es uno de los principales antecedentes de las intenciones/acciones emprendedoras. Son preguntas sobre habilidades de negocio específicas y conocimiento sobre cómo crear y dirigir una

empresa con éxito, al mismo tiempo se analiza la inteligencia emocional lo cual hace referencia al control de emociones.

### 2.7.6.1 Autoeficacia.



Figura 53. Autoeficacia  
 Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
 Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En este constructo los estudiantes universitarios han demostrado que tienen convicción de poseer las capacidades para emprender. Pues son personas capaces de organizar y ejecutar acciones de forma efectiva para producir resultados requeridos. En las preguntas sobre habilidades de negocio específicas y conocimiento sobre cómo crear y dirigir una empresa con éxito pues ellos se sienten confiados de inspirar, alentar y motivar a sus empleados (6.17); así mismo se sienten con la capacidad de delegar tareas y responsabilidades a empleados y

compañeros (5.98); lo que no están totalmente de acuerdo es en tener la capacidad de crear una red, es decir, hacer contactos e intercambiar información con otros (5.21), visto esto y con una media aritmética de 5.73 se evalúa este bloque en un nivel medio alto.

### 2.7.6.2 Inteligencia emocional (control de emociones).

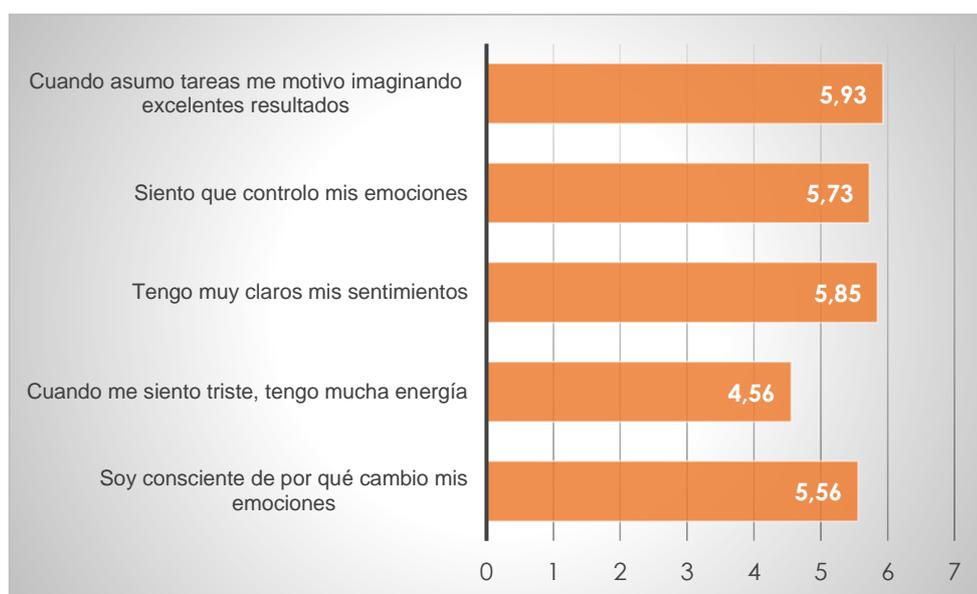


Figura 54. Control de emociones  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Este bloque se refiere al control de emociones que tiene los estudiantes ante cualquier circunstancia, el promedio que refleja es de 5.52, por encima de la media, esto significa que los estudiantes están conscientes del porque cambian sus emociones y de la importancia que tiene el saber controlarlas, se motivan imaginando excelentes resultados en sus tareas (5.93), tienen muy claros sus sentimientos (5.85) y saben la importancia de saber controlar sus emociones.

### 2.7.7 Percepción de las condiciones del entorno.

Es importante analizar la valoración del entorno social más cercano de los universitarios entrevistados, así como el grado de importancia que ellos otorgan a la opinión de su entorno social más cercano.

### 2.7.7.1 Importancia del entorno social más cercano.

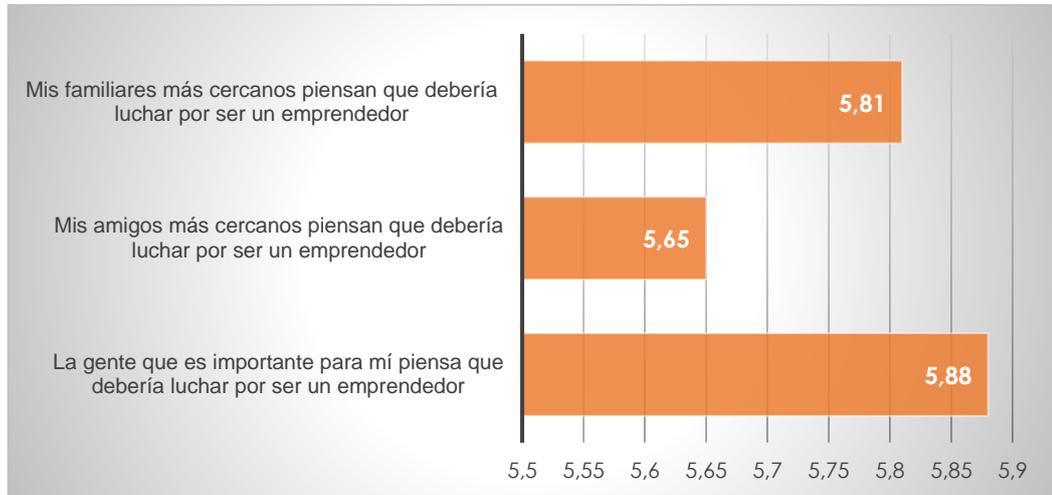


Figura 55. Valoración del entorno social más cercano de los estudiantes  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En este bloque los estudiantes afirmaron que valoran a la gente que es importante para ellos y que piensan que deberían luchar por ser emprendedores (5.88), le dan menor importancia a lo que sus amigos más cercanos piensan (5.65), pero hay una elevación de valoración en cuanto a lo que la familia más cercana piense (5.81). Con promedio general de 5.78 por encima de la media superior se ha comprobado el alto nivel de importancia que tiene para el emprendedor la opinión de su entorno más cercano la cual llega a ser trascendental en la decisión de luchar por una carrera emprendedora.

### 2.7.7.2 Importancia de la opinión de su entorno social más cercano.

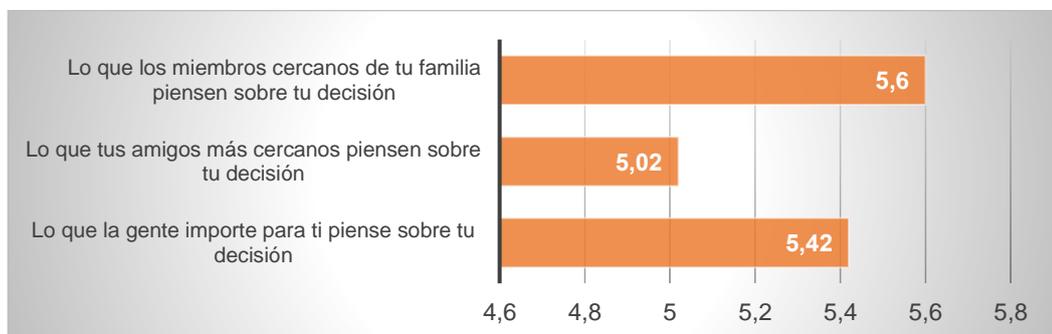


Figura 56. Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En la figura 56 se observa que el grado de importancia que tienen los miembros más cercanos a la familia son los que mayor importancia tienen sobre la decisión de luchar por una carrera emprendedora (5.6) en la Escala de Likert. a esto le sucede lo que la gente piense sobre su decisión y para terminar el análisis en tercer lugar se ubica lo que sus amigos piensen. En ese apartado la escala de Likert un promedio de 5.34 por encima de la media superior, esto significa que a los estudiantes les importa de forma significativa la opinión de su entorno social más cercano.

Con la información recolectada se observó que la predisposición hacia el emprendimiento de parte de los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana es alta, aunque sus conocimientos y habilidades al momento de emprender no están del todo desarrollados, sin embargo, su actitud hacia emprender es bastante importante.

## 2.8 Comparación de resultados en ambas universidades estudiadas

Con la finalidad obtener una visión más clara sobre el perfil de los estudiantes de las universidades en estudio a continuación se detalla con figuras estadísticas los promedios según la escala de Likert obtenidos en los diferentes apartados de las encuestas realizadas tanto de los estudiantes de la Universidad del Azuay (UDA) como de los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS).

A continuación, se analiza las edades promedio de los estudiantes de ambas universidades, así se observa el género predominante.

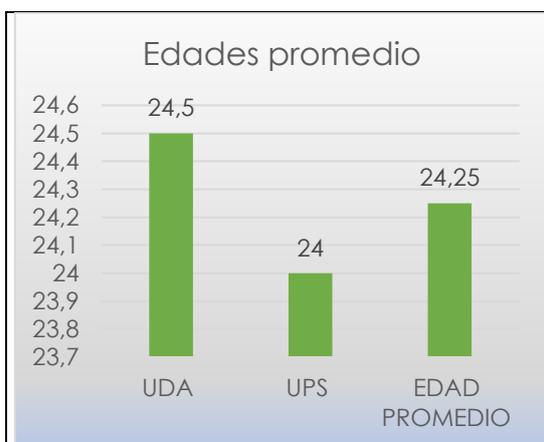


Figura 57: Promedio de edades

Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

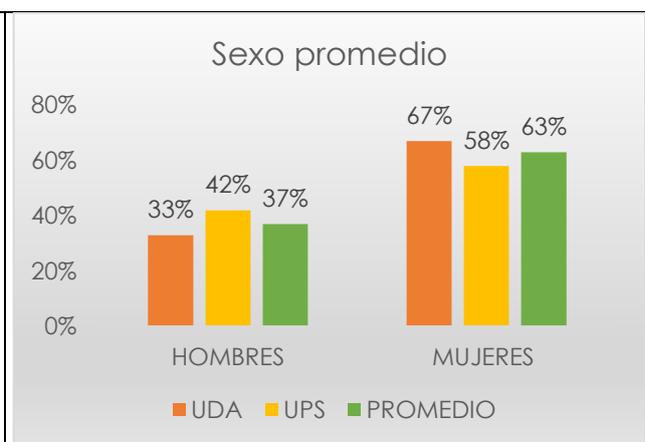


Figura 58: Promedio de género

Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Como se muestra en las figuras anteriores, la edad promedio de los estudiantes de las universidades en investigación es de 24 años, la nacionalidad de todos los estudiantes encuestados es ecuatoriana; mientras que el género en su mayor parte son mujeres alcanzando una media de 62.75%.

Seguidamente se analiza el porcentaje de los alumnos que han recibido cursos de emprendimiento, además de los alumnos cuyos padres son empresarios.

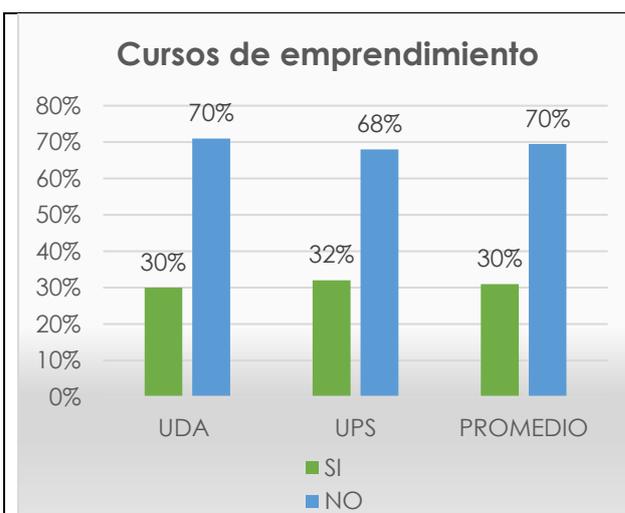


Figura 59: Promedio de cursos de emprendimiento  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

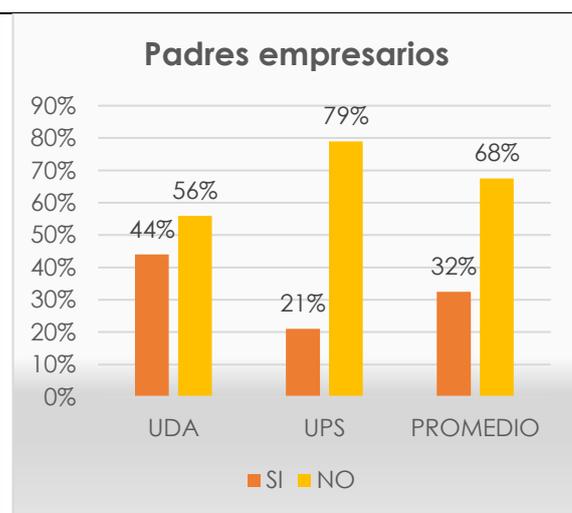


Figura 60: Promedio de padres empresarios  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Mediante las comparaciones entre las medias para las variables cursos de emprendimiento de las dos universidades, observamos que existen diferencias significativas entre los estudiantes que han recibido cursos de emprendimiento y los que no lo han tomado del grupo de encuestados. La media se sitúa en el 70% que no han recibido cursos y el 30% de que son los estudiantes que si los han recibido. Por otra parte, los estudiantes que tienen padres empresarios en su mayoría son de la Universidad Politécnica Salesiana y en menor porcentaje los de la UDA, dando una media total del 32% que sí son empresarios y el 68% no lo son.

Posteriormente se analiza la media general de las universidades relacionado con el referente profesional de los estudiantes, así como los estudiantes que se encuentran en este momento involucrados en la creación de su propia empresa.

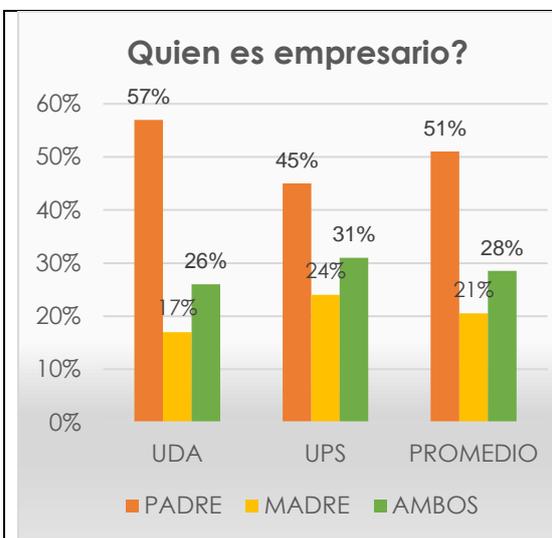


Figura 61: Promedio de empresarios  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

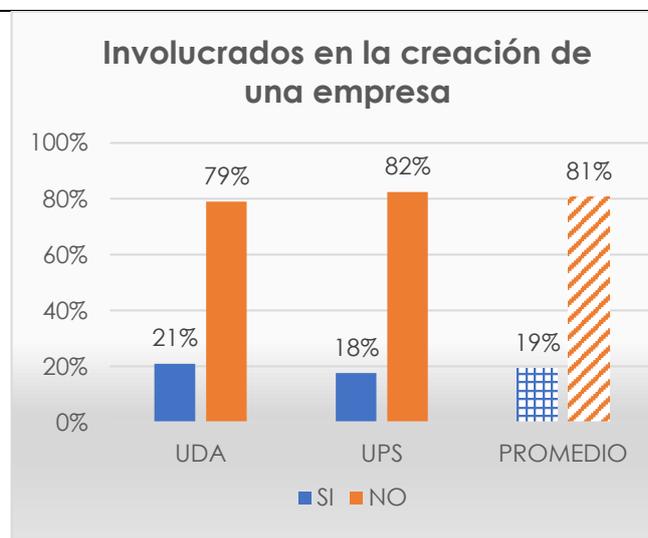


Figura 62: Promedio de involucrados creación de empresa  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

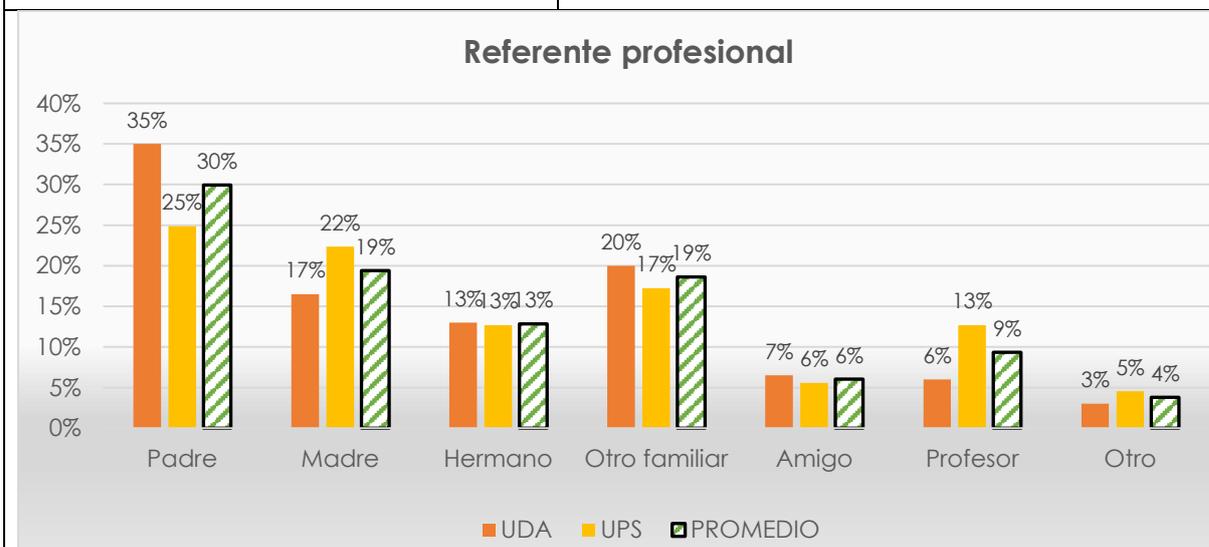


Figura 63: Promedio de referentes personales  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

La media aritmética indica con el 51% que son los padres empresarios; los alumnos involucrados de una u otra forma en la creación de una empresa en su gran mayoría 81% es negativa y es afirmativa tan solo el 19%: en cuanto a los referentes profesionales que tiene los estudiantes la media aritmética indica que el padre es el mejor referente que ellos tienen.

A continuación, se presenta los promedios relacionados con el tiempo de experiencia laboral que tiene los alumnos de las universidades, al igual que los resultados obtenidos a cerca de los estudiantes que se encuentran en este momento laborando ya sea a tiempo completo o parcial.

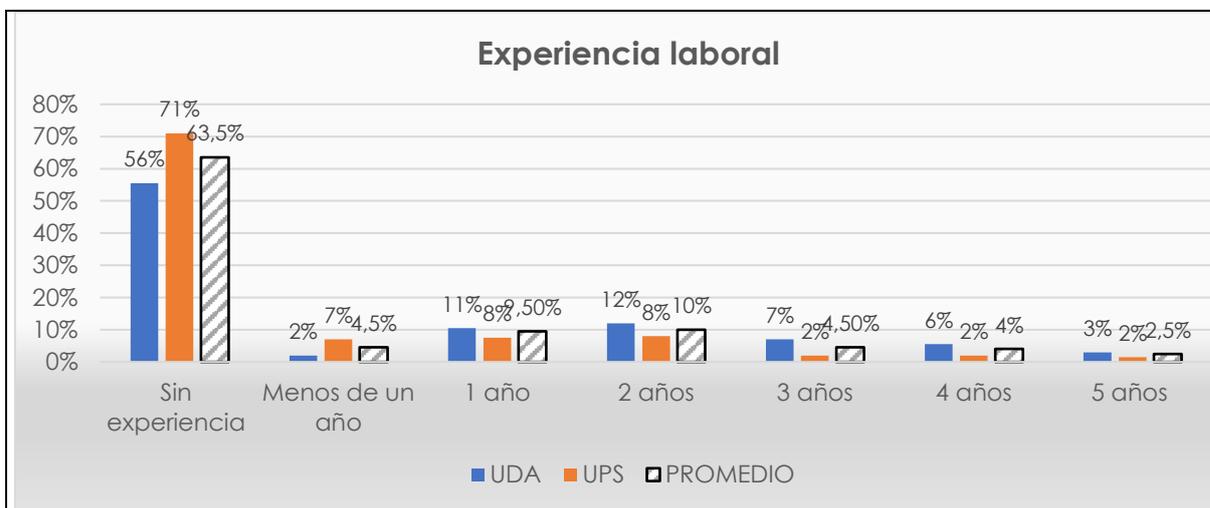


Figura 64: Promedio de experiencia laboral  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

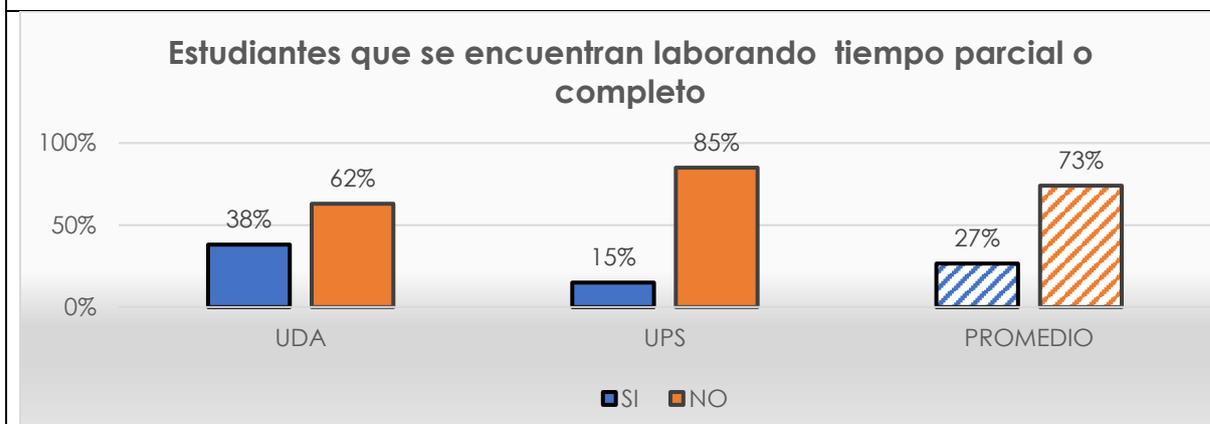


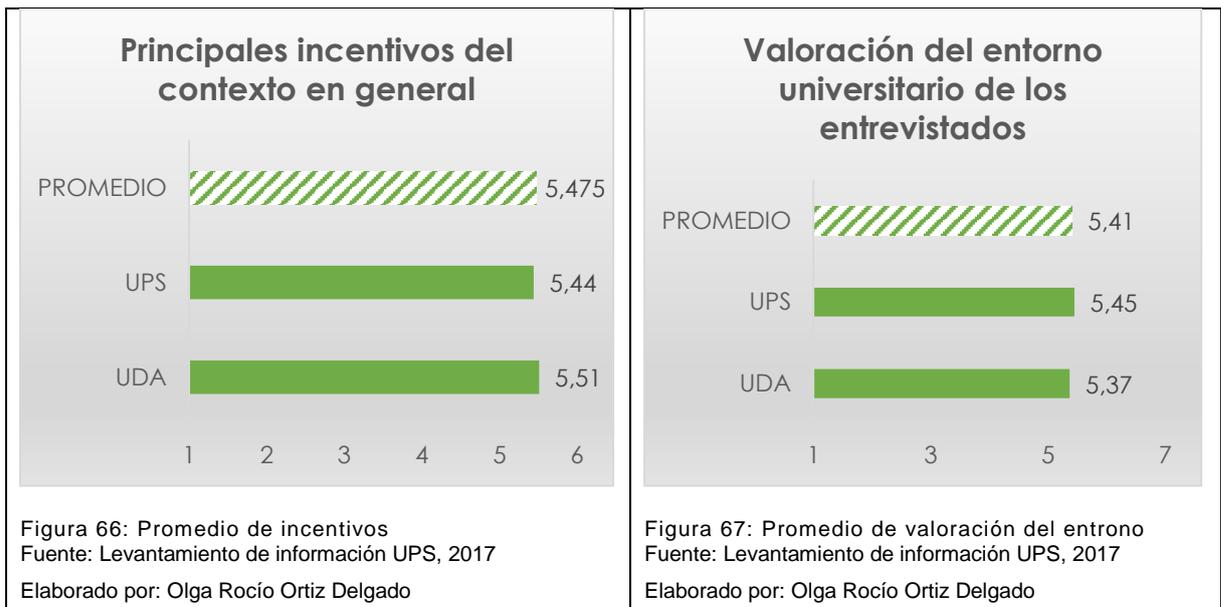
Figura 65: Promedio de estudiantes que laboran  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Al tratarse de estudiantes en su mayoría jóvenes, pues su edad promedio es de 24 años, la mayoría de ellos (63.5%) no tienen ningún tipo de experiencia laboral, pues ellos han decidido terminar sus estudios superiores para dar lugar a alguna actividad laboral, quizá con la convicción de encontrar mejores plazas de trabajo, por otro lado en la actualidad existe un número considerable de estudiantes que se encuentran ejerciendo alguna labor ya sea a tiempo parcial o completo y estudiando a la vez (27%), se trata de alumnos con menos

oportunidades económicas que sienten la necesidad de ejercer algún trabajo remunerado para continuar su estudios universitarios.

Consecutivamente se muestra la valoración de la media a cerca de los incentivos y valoración del entorno por parte de los universitarios.



En cuanto a los incentivos que tienen los estudiantes emprendedores hay una imagen positiva pues sienten la necesidad de auto realizarse, así lo demuestra la media de este apartado con el 5.47 en la escala de Likert así demuestran que tienen la pre disponibilidad de llegar a ser emprendedores de éxito. En lo que la valoración del entorno universitario se refiere, la media aritmética tiene una inclinación a ser positiva (5.41) lo cual indica que están más de acuerdo que en desacuerdo con lo que las universidades les proporcionan.

Continuando con la muestra de resultados obtenidos se da lugar a los gráficos que muestran el porcentaje promedio en cuanto a las barreras/actitud para optar por una carrera emprendedora, así como las intenciones y la creatividad que tiene los estudiantes para emprender.

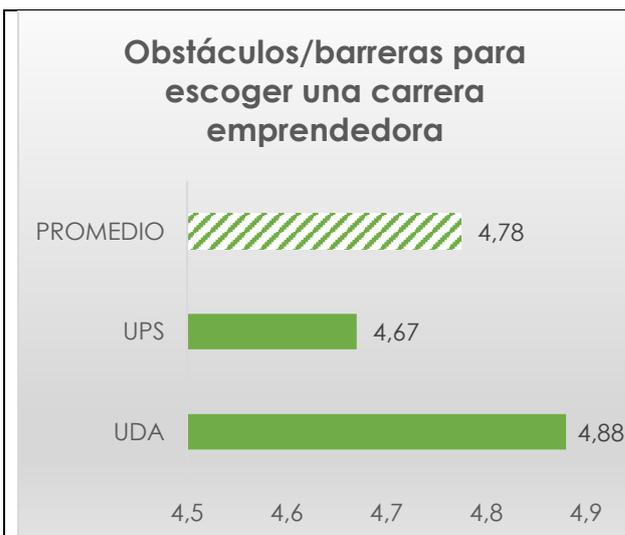


Figura 68: Promedio de obstáculos/barreras  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

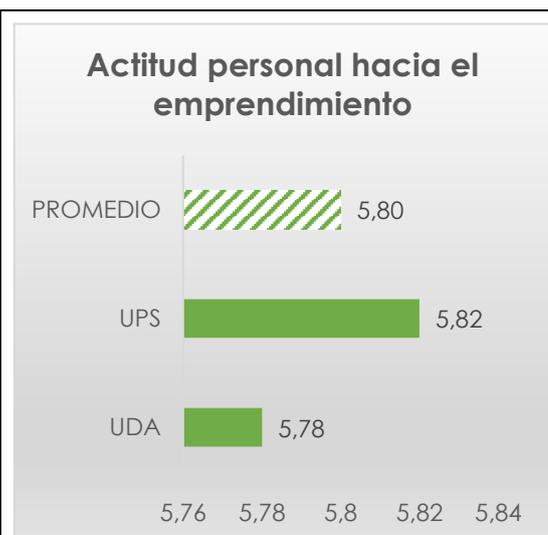


Figura 69: Promedio de actitud personal  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

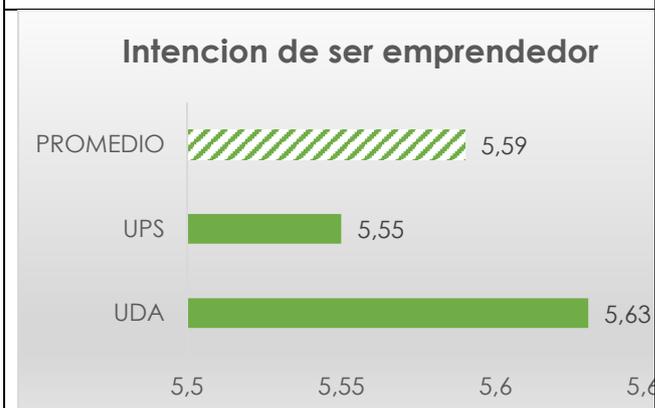


Figura 70: Promedio de intención de ser emprendedor  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

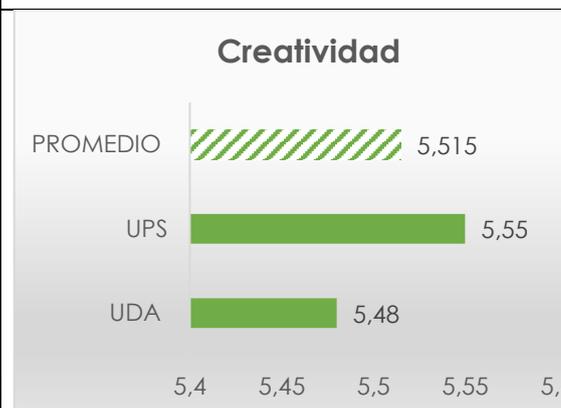
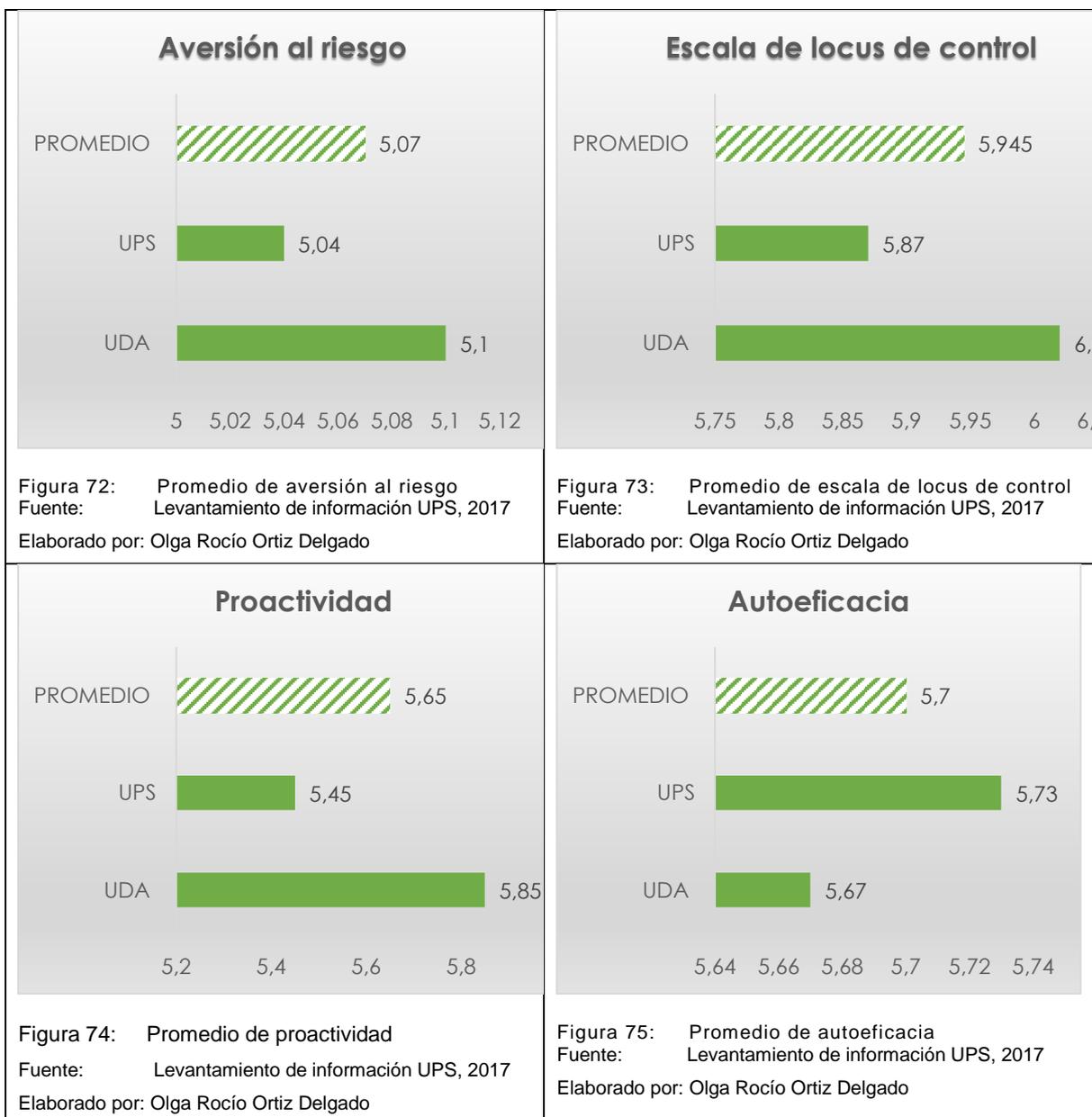


Figura 71: Promedio de creatividad  
Fuente: Levantamiento de información UPS, 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Fuente: Levantamiento de información UDA Y UPS 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

El análisis de estos ítems muestra una actitud hacia el emprendimiento muy positiva por parte de los y las estudiantes de la UDA y la UPS en casi todos los ítems, la valoración media está por encima de 4 y en algunos casos supera el 5, los obstáculos no son motivos para que los estudiantes desistan por cumplir sus anhelos, una media de 4.78 así lo demuestra, siendo la falta de recursos financieros considerada la principal barrera a la hora de constituir el negocio; la actitud personal es más positiva que negativa con una media de 5.80 que quiere decir que las actitudes de los estudiantes son en concreto emprendedoras, así mismo las probabilidades de que en los próximos años los estudiantes tengan su propia empresa son altas, con una media de 5.59 la cual se complementa con la creatividad que los estudiantes poseen 5.51

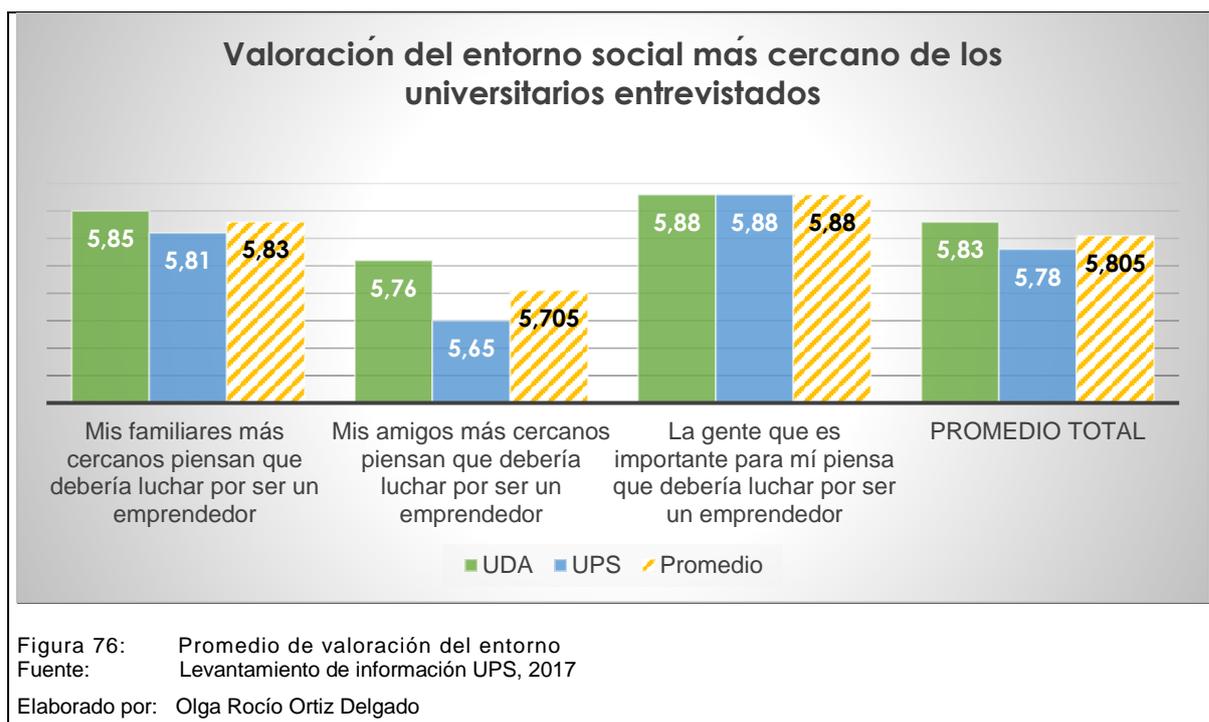
Continuando con el análisis de las medias aritméticas de los diferentes ítems se presenta a continuación las actitudes para ser un emprendedor:



El elevado nivel de aversión al riesgo (5.07) constituye una fortaleza a medida que los estudiantes se desenvuelven en su actividad. A este resultado puede contribuir el que el emprendedor se haya hecho más consciente de su fortalecimiento de capital humano y social. Como consecuencia, los emprendedores ganan en autoconfianza, pues están conscientes de que todo acto tiene su consecuencia esto se observa en el gráfico de escala de locus de control en donde la media es de 5.94 en la escala de Likert. En el gráfico de Proactividad (5.65) los estudiantes indudablemente ante un problema o conflicto en vez de reaccionar mal y negativamente, asumen una actitud positiva, por lo que sin dudas están más próximos al

éxito y a la superación personal, del mismo modo la autoeficacia es otro factor positivo en los universitarios pues creen en su capacidad de tener éxito en cualquier situación, se sienten eficaces y capaces.

Para culminar con el presente análisis se muestra a continuación la valoración del entorno social más cercano de los universitarios entrevistados.



Fuente: Levantamiento de información UDA Y UPS 2017  
Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

La gráfica presenta las valoraciones a la percepción de los entrevistados sobre la aprobación/apoyo que brindarían las personas de su entorno social más cercano si decidieran emprender. En términos generales, la mayoría de las afirmaciones presenta una valoración por encima de la media. La más valorada está relacionada con la percepción del apoyo de parte de las personas que son importantes para ellos (5,88) seguido del apoyo de los miembros de la familia (5,83), y por último lo que piensan los amigos (5,70) las tendencias de las dos universidades son muy similares, resultando una media general en este constructo de 5.80

En síntesis, el perfil emprendedor de las universidades en investigación es bastante importante, dado que los resultados obtenidos en este informe son muy parecidos entre las universidades objetos de investigación y analizando los indicadores en escala de Likert del 1

al 7, se determina que las actitudes motivacionales son buenas, los estudiantes universitarios de la ciudad de Cuenca de la Universidad del Azuay (UDA) y Universidad Politécnica Salesiana en su gran mayoría perciben que son capaces de poder crear su propia empresa; además de tener una actitud más positiva hacia la creación de empresas como una opción profesional. Con respecto al entorno, las principales fortalezas se observan en la percepción del apoyo de la universidad.

## 2.9 Perfil del emprendedor universitario y sus características

En base a la conceptualización del perfil emprendedor y el contraste de resultados obtenidos en la investigación de campo, se puede realizar una evaluación del perfil emprendedor de los estudiantes universitarios, con las características más relevantes obtenidas del estudio, evaluados según escala de Likert y elevados al inmediato superior para facilitar su interpretación.

Tabla 9. Perfil del emprendedor universitario y sus características

| Factores                              | Características   | Valoración según la escala de Likert |   |   |   |   |   |   |
|---------------------------------------|---|--------------------------------------|---|---|---|---|---|---|
|                                       |   | 1                                    | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Análisis de los Factores Contextuales | Los emprendedores tienen una imagen positiva en la sociedad.                                  |                                      |   |   |   |   |   | X |
|                                       | El ambiente de la universidad inspira al estudiante a desarrollar ideas nuevas para negocios. |                                      |   |   |   |   | X |   |
|                                       | Ser emprendedor conlleva una gran responsabilidad.  |                                      |   |   |   |   | X |   |
|                                       | Siendo emprendedor puedo ayudar a otras personas.   |                                      |   |   |   |   | X |   |
|                                       | Los emprendedores trabajan demasiadas horas.  |                                      |   |   |   |   |   |   |
|                                       | Existen dificultades para conseguir financiación.   |                                      |   |   |   |   | X |   |
| Actitud hacia el emprendimiento       | Ser un emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.                              |                                      |   |   |   | X |   |   |
|                                       | Una carrera como emprendedor es atractiva para mí.  |                                      |   |   |   |   | X |   |
|                                       | Si tuviera las oportunidades y los recursos, me encantaría crear una empresa                  |                                      |   |   |   |   | X |   |

|                                  |  |   |  |  |  |   |   |  |
|----------------------------------|--|---|--|--|--|---|---|--|
|                                  | Ser un emprendedor supondría una gran satisfacción para mí.  |   |  |  |  |   | X |  |
|                                  | Entre las distintas opciones, preferiría ser un emprendedor.   |   |  |  |  |   | X |  |
| Intención de ser Emprendedor     | Estoy preparado para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor.   |   |  |  |  |   | X |  |
|                                  | Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor.   |   |  |  |  |   | X |  |
|                                  | Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.   |   |  |  |  |   | X |  |
|                                  | He pensado muy seriamente sobre la posibilidad de emprender una empresa.   |   |  |  |  |   | X |  |
|                                  | Tengo la intención de empezar una empresa algún día.   |   |  |  |  |   | X |  |
|                                  | Pretendo construir una empresa en los 5 años siguientes a mi graduación.   |   |  |  |  |   | X |  |
|                                  | Si pudiera elegir entre el autoempleo o ser propietario-gestor de un negocio y ser un asalariado en alguna empresa, ¿Cuál elegirías? |   |  |  |  |   | X |  |
| Rasgos personales y competencias | Suelo tener ideas originales.  |   |  |  |  |   | X |  |
|                                  | Me resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema.  |   |  |  |  |   | X |  |
|                                  | Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago.   |   |  |  |  |   | X |  |
|                                  | • Creatividad  | Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas. |  |  |  |   | X |  |
|                                  | • Aversión al Riesgo   | Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.  |  |  |  |   | X |  |
|                                  | • Escala de locus de control (LC)  | Tengo facilidad para generar nuevas ideas   |  |  |  |   | X |  |
|                                  | • Proactividad   | Soy bastante cauteloso cuando hago planes y los llevo a cabo.                                     |  |  |  |   | X |  |
|                                  |  | Soy bastante cauteloso cuando hago planes y los llevo a cabo.                                     |  |  |  |   | X |  |
|                                  |  | Siento antipatía por las decisiones arriesgadas   |  |  |  |   | X |  |
|                                  |  | Suelo preferir la opción segura, no me gusta arriesgar.   |  |  |  | X |   |  |
|                                  | En mi trabajo solamente me pongo metas pequeñas para poder alcanzarlas sin dificultad.   |   |  |  |  | X |   |  |

|  |  |  |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|--|--|---|--|
| Siempre tomo mis decisiones con prudencia y precisión.   |  |  |  |  |  | X |  |
| Suelo pensar en las consecuencias desfavorables de mis actos.  |  |  |  |  |  | X |  |
| Creo que mi futuro depende únicamente de mis propias decisiones.   |  |  |  |  |  | X |  |
| Las calificaciones que obtengo en mis asignaturas dependen únicamente de mí.   |  |  |  |  |  | X |  |
| Si me preparo bien un examen puedo superarlo.  |  |  |  |  |  | X |  |
| Alcanzar el éxito es cuestión de trabajo duro: la suerte poco tiene que ver con ello.  |  |  |  |  |  | X |  |
| La mayoría de infortunios que nos ocurren es por falta de capacidad, pereza o ignorancia.  |  |  |  |  |  | X |  |
| Lo que sucede es como o consecuencia de mis propias acciones.  |  |  |  |  |  | X |  |
| Me entiendo fácilmente con las personas por muy diferentes que sean.   |  |  |  |  |  | X |  |
| Normalmente, la gente se toma en serio lo que digo.  |  |  |  |  |  | X |  |
| Se admitir las críticas y procuro aprender de ellas.   |  |  |  |  |  | X |  |
| Trato de mantener mis propios intereses, aunque otras personas tengan intereses distintos.   |  |  |  |  |  | X |  |
| 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. |  |  |  |  |  | X |  |
| Cuando me urge un conflicto con otra persona trato de negociar para que ambos salgamos ganando.  |  |  |  |  |  | X |  |
| Disfruto enfrentándome a obstáculos y superarlos con mis ideas.  |  |  |  |  |  | X |  |
| No hay nada más emocionante que ver como mis ideas se convierten en realidad.  |  |  |  |  |  | X |  |
| Destaco identificando oportunidades.   |  |  |  |  |  | X |  |
| Me encanta desafiar a lo tradicional.  |  |  |  |  |  | X |  |

|              |  |  |  |  |  |   |   |  |
|--------------|--|--|--|--|--|---|---|--|
|              | Puedo detectar una buena oportunidad mucho antes que otros.  |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Si creo en algo, lo llevaré a cabo sin importarme las probabilidades de éxito.                         |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Me gusta defender mis ideas, incluso en contra de la oposición de los demás.                           |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas.  |  |  |  |  |   | X |  |
| Autoeficacia | Estimar la demanda para un nuevo producto o servicio.  |  |  |  |  | X |   |  |
|              | Determinar un precio para un nuevo producto o servicio.  |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Estimar la cantidad de fondos necesarios para la puesta en marcha de mi negocio.                       |  |  |  |  | X |   |  |
|              | Diseñar una campaña de marketing/publicidad efectiva para un nuevo producto o servicio.                |  |  |  |  | X |   |  |
|              | Conseguir que otros se identifiquen y crean en mi visión y planes para un nuevo negocio.               |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Crear una red, es decir, hacer contactos e intercambiar información con otros.                         |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Explicar verbalmente – por escrito de forma clara y concisa mi idea de negocio en términos cotidianos. |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Supervisar a personas a su cargo   |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Reclutar y contratar buenos empleados.   |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Delegar tareas y responsabilidades a empleados y compañeros.   |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Responder de forma eficiente a los problemas y las situaciones del día a día.                          |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Inspirar, alentar y motivar a mis empleados  |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Estimar las necesidades de financiación de mi negocio.   |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Captar y administrar los activos financieros de mi negocio.  |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Leer e interpretar los estados financieros   |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Evaluar los costes que supone mantener mi negocio.   |  |  |  |  |   | X |  |
|              | Negociar con proveedores, clientes, etc.   |  |  |  |  |   | X |  |

|   |   |  |  |  |  |   |   |  |
|---|---|--|--|--|--|---|---|--|
| Inteligencia emocional (control de emociones) | Cuando asumo tareas me motivo imaginando excelentes resultados.                     |  |  |  |  |   | X |  |
|   | Siendo que controlo mis emociones.  |  |  |  |  |   | X |  |
|   | Tengo muy claros mis sentimientos.  |  |  |  |  |   | X |  |
|   | Cuando me siento triste, tengo mucha energía  |  |  |  |  |   | X |  |
|   | Soy consciente de por qué cambio mis emociones.                                     |  |  |  |  | X |   |  |
|   | Cuando asumo tareas me motivo imaginando excelentes resultados.                     |  |  |  |  |   | X |  |
| Importancia del entorno social más cercano    | Mis familiares más cercanos piensan que debería luchar por ser un emprendedor.      |  |  |  |  |   | X |  |
|   | Mis amigos más cercanos piensan que debería luchar por ser un emprendedor.          |  |  |  |  |   | X |  |
|   | La gente que es importante para mí piensa que debería luchar por ser un emprendedor |  |  |  |  |   | X |  |
|   | Lo que los miembros cercanos de tu familia piensen sobre tu decisión.               |  |  |  |  |   | X |  |
|   | Lo que tus amigos más cercanos piensen sobre tu decisión                            |  |  |  |  | X |   |  |
|   | Lo que la gente importe para ti piense sobre tu decisión.                           |  |  |  |  | X |   |  |

Fuente: Levantamiento de información de las universidades en estudio  
 Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En la tabla 9 se muestra que las características mayor puntuadas son en la gran mayoría de aspecto positivo, el emprendedor universitario tiene una alta predisposición hacia el emprendimiento, están conscientes de la responsabilidad que conlleva el ser emprendedor y a su vez se encuentran motivados porque esta carrera es atractiva para ellos ya que confían en sus capacidades y habilidades para gestionar su propia empresa o negocio, saben que el éxito depende de su esfuerzo y trabajo.

Para concluir este capítulo se puede decir que el estudiante universitario de la ciudad de Cuenca indistintamente de la carrera que se encuentran cursando tiene como objetivo en su mayoría el ser dueños o gestores de su propio negocio, esto demuestra la visión emprendedora con la que cuentan los alumnos de las universidades en estudio,

### **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

Para las universidades formar profesionales emprendedores es un reto bastante fuerte, a continuación, algunos modelos para el proceso del emprendedor universitario.

Tabla 10. Modelos para el proceso de formación del emprendedor universitario

| PROCESO                            | OBJETIVO   | ESTRATEGIAS  | ACTIVIDADES   |
|------------------------------------|--|--|---|
| Aprender comportamientos y valores | Fortalecer actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios.  | Proponer retos que les permita a los estudiantes manejar el riesgo, ser audaces, tomar decisiones e incrementar su nivel de confianza. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección de los tipos de retos que permitirán desarrollar estas actitudes.</li> <li>• Diagnosticar el tipo de personas a las cuales van dirigidos los retos.</li> <li>• Planificar el reto de acuerdo a las actividades coordinadas por el docente.</li> <li>• Socializar mediante redes sociales y medios electrónicos.</li> <li>• Desarrollar las actividades programadas.</li> <li>• Evaluar el desempeño de los estudiantes.</li> <li>• Premiar al mejor</li> </ul> |
| Proceso orientador                 | Dar un servicio integral y personalizado de asesoría al emprendedor, desde el desarrollo de la idea de negocio, hasta su | Mecanismos de acompañamiento a los estudiantes en el proceso de implementación de un nuevo producto/servicio.                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cursos de innovación</li> <li>• Charlas motivacionales para perder el miedo a emprender.</li> </ul>  |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | aceptación, desarrollo y seguimiento.   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminarios para controlar las emociones y trabajar bajo presión.</li> <li>• Actividades de desarrollo de conocimientos relacionados al emprendimiento.</li> </ul>   |
| Aprender a emprender                     | Fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes universitarios.           | Concientizar a los estudiantes sobre la importancia del emprendimiento y la innovación dentro de su formación profesional.                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Efectuar concursos interactivos.</li> <li>• Convocatoria a concursos de proyectos e ideas de negocio.</li> <li>• Inscripción de proyectos o ideas de negocio.</li> <li>• Desarrollo de los proyectos o ideas de negocio.</li> <li>• Presentación</li> <li>• Premio “emprendedor del año”</li> </ul> |
| Fijación de metas factibles              | Incentivar la iniciativa emprendedora   | Implementación de recursos tecnológicos, humanos y económicos  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Simuladores de empresas</li> <li>• Charlas motivacionales por medio de emprendedores</li> <li>• Alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas para obtener capital semilla para poner en marcha los proyectos.</li> </ul>  |
| Replanteamiento de la malla curricular   | Incrementar los conocimientos necesarios para emprender con éxito.            | Inclusión de materias sobre emprendimiento en las mallas curriculares de las universidades mediante un consenso con las autoridades de educación superior. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impartir la materia de emprendimiento en todas las carreras universitarias.</li> <li>• Talleres de emprendimiento en donde interactúen alumno-docente.</li> <li>• Participación en ferias, de emprendimiento</li> </ul>   |
| Financiamiento para las ideas de negocio | Incrementar las fuentes de financiamiento para los estudiantes universitarios | Acuerdos de cooperación económica con inversionistas e instituciones financieras.  | Reuniones entre las autoridades universitarias y las autoridades de instituciones financieras públicas y privadas para facilitar capital semilla a los mejores   |

|   |  |   |   |
|---|--|---|---|
|   |  |   | proyectos innovadores de las distintas universidades.   |
| Aprender a tener éxito financiero               | Generar ganancias y poseer riqueza como virtud propia del emprendedor.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversiones adecuadas.</li> <li>• Administración eficiente de los recursos.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitaciones financieras.</li> <li>• Asesoramiento.</li> <li>• Financiamiento.</li> </ul>  |
| Programa formativo para emprendedores           | Contribuir a elevar el nivel de formación en gestión empresarial de los emprendedores  | Proponer desafíos entre estudiantes en donde demuestren actitudes emprendedoras.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Talleres</li> <li>• Seminarios</li> <li>• Conferencias</li> <li>• Cursos temáticos y/o dirigidos a colectivos con características particulares.</li> </ul> |
| Construir relaciones personales y profesionales | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer el negocio o servicio profesional</li> <li>• Crear una importante red de contactos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Networking</li> <li>• Networking on line</li> </ul>                                    | Asistir y ofertar talleres, seminarios, conferencias y charlas, con la finalidad de dar a conocer el negocio/servicio mediante redes sociales, esto permite a su vez, crear una red de contactos.   |

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Otro proceso que podría implementarse es el replanteamiento de las mallas curriculares de tal manera que se pueda brindar más conocimientos y competencias que fomenten el emprendimiento como lo menciona el Centro de Emprendimiento de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA) de Bolivia, el mismo que propone la implementación de las materias detalladas a continuación:

Tabla 11. Materias de apoyo al emprendedor

| MATERIAS                                 | DESCRIPCIÓN   |
|--|---|
| Creatividad, innovación y emprendimiento | La creatividad sirve para poder desarrollar ideas emprendedoras que sean capaces de impulsar el nacimiento de empresas exitosas, promover el crecimiento sostenible de compañías ya existentes, y transformar aquellas que requieren cambios estructurales. Esta materia pretende unir al estudiante con el mundo del emprendimiento empresarial, desarrollando su capacidad gerencial para no sólo crear sino también liderar negocios.  |
| Organización y sistemas                  | Ya sea para crear una empresa o administrarla (legal y operativamente) es indispensable que esté adecuadamente constituida, cuente con una estructura formal y con los manuales necesarios según cada caso. En esta materia el estudiante podrá desarrollar la capacidad de organizar apropiadamente cualquier tipo de empresa, sea propia o de terceros.   |
| Taller de recursos humanos               | La gestión del talento humano es indispensable para que una empresa funcione exitosamente. Mediante esta materia el estudiante podrá desarrollar competencias relacionadas a la gestión, funciones y desafíos prácticos de los recursos humanos en las empresas y su vital importancia para que ésta funcione de manera eficiente y productiva.   |
| Metodología de la investigación          | La elaboración de un trabajo formal a partir de un problema u oportunidad, y desde la perspectiva de una disciplina administrativa, permite que las empresas puedan solucionar dificultades y a la vez fortalecerse y ser más productivas. En esta materia el estudiante desarrollará la capacidad de elaborar cualquier tipo de documento formal, de manera ordenada y estructurada como la habilidad para poder encontrar problemas u oportunidades dentro de su propia empresa o alguna otra que administre. |
| Presupuestos                             | El presupuesto es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que debe cumplirse en un determinado tiempo, bajo ciertas condiciones planteadas con anterioridad y que permite a las empresas, elaborar planes, establecer prioridades, objetivos y evaluar su consecución. Mediante esta materia los estudiantes podrán desarrollar las aptitudes para elaborar un presupuesto, considerando las  |

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
|                                       | distintas acciones que deben emprender para poder cumplir con los objetivos marcados por la empresa  |
| Marketing estratégico                 | Desarrollar un análisis de mercado para conocer las necesidades actuales y futuras de los clientes, la determinación de la competencia y la selección correcta de un mercado meta son aspectos sumamente necesarios para poder emprender cualquier tipo de idea. En esta materia se pretende que el estudiante desarrolle las competencias necesarias para realizar una estrategia de mercado y un plan de marketing, teniendo en cuenta las ventajas competitivas de su empresa o la que esté administrando, para que pueda posicionarse con éxito en la mente del consumidor y así orientarla hacia oportunidades de mercado   |
| Administración Financiera II          | Realizar una evaluación financiera, antes de iniciar algún emprendimiento, es crucial para poder determinar su factibilidad financiera y decidir si vale la pena o no invertir en la idea. En esta materia el estudiante podrá desarrollar las capacidades necesarias para elaborar una evaluación financiera de un proyecto de inversión, así como habilidades para poder medir el desempeño de empresas que ya estén en funcionamiento.  |
| Preparación y evaluación de Proyectos | Desarrollar un proyecto en toda su magnitud (técnica, económica y financiera), permite a un inversionista tener una base más sólida a la hora de tomar una decisión sobre si debe o no emprender en un negocio.<br><br>Mediante esta materia el estudiante podrá desarrollar las competencias necesarias para elaborar un proyecto de inversión en sus diferentes etapas, hasta alcanzar un nivel de factibilidad técnica, económica y financiera. Dentro de este marco de estudio los graduados realizarán excelentes tesis y trabajos de grado que validan la labor ambiciosa por el progreso de su país se inculca la Universidad, demostrando que han adquirido como cultura el arte y la incansable labor emprendedora. |

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

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

Si bien es cierto que no todos los individuos cuentan con las capacidades, habilidades, liderazgo para emprender, es posible aprender a serlo, esto partiría desde los centros educativos impartiendo los conocimientos, facilidades y apoyo necesarios a los futuros empresarios.

### 3.2.1 Centros de emprendimiento

Para el acompañamiento y asesoramiento del emprendimiento en las universidades de la ciudad de Cuenca se propone la creación de centros de emprendimiento los cuales servirán como un mecanismo de apoyo y desarrollo de competencias que trabajará muy de cerca con los docentes de materias del mismo género, que deben ir desde los primeros hasta los últimos semestres, convencidos que el espíritu emprendedor se aprende y motiva. Esta orientación académica al desarrollo del emprendimiento y la cultura emprendedora se coordinará a partir de los centros universitarios tanto de la Universidad del Azuay como de la Universidad Politécnica Salesiana conjuntamente coordinado con la Facultad de Ciencias Empresariales de cada universidad para que el emprendimiento se desarrolle transversalmente en los planes de estudio de todas las carreras.

### 3.2.2 Actividades del centro de emprendimiento

A continuación, se presenta la siguiente tabla con las actividades propuestas para el centro de emprendimiento:

Tabla 12. Actividades del centro de emprendimiento

| Actividades                            | Descripción  |
|--|--|
| Test emprendedor                       | Aplicación de un test sobre emprendimiento para conocer las habilidades y el grado emprendedor que posee cada estudiante.  |
| Concursos de ideas y planes de negocio | Se gestionará concursos en los que los estudiantes de todas las carreras den a conocer sus proyectos o ideas de negocios, esto se realizará al finalizar cada ciclo. |
| Organización de eventos                | Se organizará evento tales como: charlas motivacionales e inspiracionales al emprendimiento, semana global del emprendimiento.                                       |
| Cursos de iniciación empresarial       | Se gestionará cursos enfocados al emprendimiento empresarial.  |
| Ciclos de conferencias                 | Se dictará conferencias sobre emprendimiento dirigido al personal docente y estudiantes por parte de expertos en la rama.  |
| Ferias de emprendimiento               | Se realizará ferias de emprendimiento dirigidas al público en general con las ideas de negocios planteadas por los estudiantes al inicio de cada ciclo.              |

|  |   |
|--|---|
| Foros empresariales  | Asistirán a foros empresariales los promotores de los mejores proyectos presentados en la feria de emprendimiento.  |
| Presencia en prensa  | Se promocionará en medios de comunicación escritos y redes sociales los eventos a realizarse con el fin de dar a conocer los proyectos a la sociedad.                         |
| Participación en eventos y proyectos interinstitucionales      | Los tres mejores proyectos participarán en eventos interinstitucionales.  |
| Apoyo a la comunidad   | Incentivará las ideas de negocios que busquen solucionar los problemas de la sociedad.  |
| Convenios con actores de la cadena de valor del emprendimiento | Realizar acuerdos con la empresa pública y privada con el fin de obtener beneficios económicos que ayuden al desarrollo de las ideas de negocio para llevarlas a la práctica. |

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

En la tabla 12 se muestra las actividades a desarrollarse dentro del centro de emprendimiento, las cuales están compuestas por un test que se realizará a los estudiantes, participación en varios eventos propuestos y convenios para poner en práctica tales actividades con el fin de que el centro brinde el apoyo necesario a los emprendedores universitarios.

Cuando un emprendedor tenga una idea innovadora y esté dispuesto a crear un emprendimiento, las universidades proporcionarán los siguientes programas de apoyo:

Tabla 13. Programas de apoyo

| PROGRAMA                     | DESCRIPCION   | PROCESO  |
|------------------------------|---|--|
| Convocatoria a emprendedores | Cada año en las universidades de la ciudad se lanzará la convocatoria a emprendedores, mediante la cual los interesados puedan presentar sus proyectos innovadores para su ingreso a una Incubadora de Empresas | Convocatoria a todo el alumnado indistintamente del ciclo y carrera que se encuentren cursando, esto se realizara al inicio del período lectivo.<br>Se procederá a clasificar las mejores ideas de emprendimiento para que durante el año lectivo el estudiante vaya madurando sus ideas hasta convertirlas en un proyecto de presentación al final del año lectivo. |
|                              | Aquellos proyectos seleccionados inician un proceso de pre-   | Los profesores expertos en la materia guiarán cada proceso desde   |

|                              |  |   |
|------------------------------|--|---|
| Pre incubación de proyectos: | incubación, de 5 meses de duración, que permitirá el perfeccionamiento de las ideas mediante la generación de modelos de negocios consistentes, los mismos que estarán guiados por tutores expertos en la materia.   | el inicio del proyecto hasta llegar a su ejecución. Esto se logrará mediante la planificación, organización dirección y control de los mismos.  |
| Incubación                   | Finalmente se lleva a cabo una selección final que determina el ingreso formal del proyecto a la Incubadora de empresas, una vez ingresados, los emprendedores acceden a los beneficios proporcionados por las incubadoras vinculadas a la universidad pertinente. | De todos los proyectos presentados al final de ciclo se clasificará el mejor para que se lleve a la práctica, durante este proceso el proyecto será monitoreado por expertos para que cada fase sea implementada con éxito, |
| Financiamiento               | El financiamiento se lo realizará mediante micro créditos para emprendedores otorgados por entidades financieras públicas y privadas.  | Mediante la solicitud y presentación del proyecto para su viabilidad o factibilidad y una vez aprobado se otorgará el capital semilla para poner en marcha el proyecto.   |

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Los programas de apoyo están abiertos a todos los emprendedores con nuevas ideas y proyectos empresariales. Los proyectos emprendedores pueden ser de índole innovador o lanzamiento de nuevos productos al mercado, los diferentes procesos irán acompañados por un coworking, ofreciéndoles formación y asesoramiento.

### 3.3 Estrategias de motivación para el emprendedor universitario

Existen varias formas de motivación al emprendedor universitario,

Tabla 14. Estrategias de motivación para el emprendedor universitario

| ESTRATEGIAS                  | DESCRIPCION  |
|------------------------------|--|
| Asesoramiento y capacitación | Contar con especialistas en diversas áreas temáticas que se encuentren trabajando a horario completo en la universidad y que conocen temas relacionados con el emprendimiento, innovación y sus diferentes aplicaciones, para que los estudiantes puedan contar con el asesoramiento y capacitación necesarios para sus emprendimientos.   |
| Proyecto integrador          | El proyecto integrador es un elemento estratégico para fortalecer acciones formativas, cuyo fin es fomentar en estudiantes y docentes un espíritu investigativo que parte del trabajo en equipo. Al incentivar al estudiante a crear un proyecto integrador este se sentirá capaz de planificar, organizar y ejercer su proyecto de emprendimiento.  |
| Contactos con inversionistas | Las universidades necesitan canalizar oportunidades e inversiones, conectando estudiantes interesados en poner en marcha sus emprendimientos (plasmados en proyectos de inversión o trabajos finales de grado) con potenciales inversionistas, ya sea en la búsqueda de financiamiento o en la identificación de socios estratégicos, basándose en las características propias de cada emprendimiento y de cada dueño de la idea de negocio.   |
| Ideas innovadoras            | Que el emprendimiento no sólo sirva para crear nuevas empresas sino también para mejorar aquellas que ya existen. En este sentido, es importante poner a disposición de los estudiantes, graduados y comunidad empresarial en general proyectos de inversión y planes de negocio desarrollados por los estudiantes. También trabajos finales de grado orientados a la innovación y emprendimiento desde el interior de empresas en funcionamiento, como ser estrategias comerciales, proyectos de exportación, sistemas de recursos humanos, diseños organizacionales, planificaciones financieras, valoraciones de empresas, auditorias, planificaciones estratégicas, entre otros. |

Elaborado por: Olga Rocío Ortiz Delgado

Mediante estas estrategias los estudiantes tendrán mayor predisposición para emprender sus proyectos, con los conocimientos necesarios al momento de ser asesorados correctamente, con el apoyo financiero requerido con la convicción de que el trabajo realizado llenará sus expectativas.

## CONCLUSIONES

- Se ha fundamentado mediante teorías de diferentes autores el análisis de las competencias que requiere el emprendedor universitario, existiendo un consenso en la mayoría de ellos, para emprender se requiere competencias específicas que deben ser desarrolladas durante la formación profesional del estudiante para conseguir el éxito en su vida empresarial.
- Las instituciones de educación superior objeto de estudio, desarrollan diferentes acciones para motivar el emprendimiento en los estudiantes, sin embargo, estos requieren mayor apoyo tanto académico como económico para alcanzar su exitosa formación con los debidos conocimientos y recursos necesarios para llevar a la práctica sus ideas o proyectos.
- Los estudiantes de la Universidad del Azuay (UDA) y Universidad Politécnica Salesiana (UPS), adquieren las bases cognoscitivas necesarias para emprender de sus centros universitarios.
- La mayor predisposición al emprendimiento lo tienen los alumnos y autoridades por parte de la Universidad del Azuay, a diferencia de los estudiantes y autoridades de la Universidad Politécnica Salesiana, en donde el emprendimiento no es una de sus prioridades.
- Las universidades del Ecuador en su mayoría realizan acciones a favor del emprendimiento, sin embargo, aún existen paradigmas que no permiten su desarrollo adecuado, para ello se ha propuesto estrategias viables para el fortalecimiento del emprendimiento en los centros de educación superior.

## RECOMENDACIONES

- Al ver que muchos de los programas de emprendimiento tienen su origen en Escuelas de Ingenieros y en Escuelas de Administración se recomienda tomar conciencia de la necesidad de extender esta formación a otras profesiones y de hacer participar en ella a distintos profesionales, mediante la implementación de materias que vayan acorde a lo que emprendimiento se refiere. Es relevante que las universidades desarrollen estas enseñanzas intencionalmente desde el inicio de los estudios superiores.
- Para fortalecer las acciones emprendedoras se requiere la preparación de docentes dentro del margen del emprendimiento se refiere, pues no se puede esperar un cambio de actitud en los estudiantes, si éste no se produce desde los docentes.
- En cuanto a la Universidad del Azuay se recomienda incentivar a sus alumnos a ser partícipes de los diferentes programas de emprendimiento, talleres de liderazgo, seminarios de neuromarketing etc., pues el Departamento de Emprendimiento con el que cuenta la universidad brinda el apoyo necesario a los estudiantes emprendedores.
- A los alumnos de las dos universidades se recomienda tener la predisposición para ser partícipes y prepararse de la manera más adecuada en lo que se refiere a programas, talleres, seminarios de emprendimiento que les brinda cada una de las universidades, pues allí inicia su vida de éxito empresarial.
- Realizar concursos internos sobre emprendimiento, creación de nuevos productos, innovación, etc. en las universidades para de esta forma poder descubrir talentos empresariales es una forma de incentivar al emprendedor.
- Otro punto importante es que las universidades brinden el apoyo necesario, dar la apertura y el seguimiento que se requiere a los proyectos presentados por los alumnos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Burne, S. , Vargas, R., y Ruiz, C. (2017). Análisis de la capacidad emprendedora en Puerto Vallarta, Jalisco, México, a partir de la metodología desarrollada por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) .
- Castillo, P., (2007). *ALTEC*. Obtenido de Una experiencia de formación transversal e interdisciplinaria
- Castillo, P., Baquedano, C., Farran, Y., Olavaria, S., y Parra, E. (2007). XII Seminario Latino-Iberoamericano de. *ALTEC*, 6-7.
- EDEC*. (2017). Obtenido de <http://www.edec.gob.ec/?q=content/plan-de-emprendimiento-de-cuenca>
- Formichella, L. (2004). El concepto de emprendimiento y su relacion con la educacion, el empleo y el desarrollo local. *Gestión del emprendimiento y la innovación*, 10.
- Gomez, L. (S.F.). *Teorías sobre el emprendimiento*. Obtenido de [http://aulavirtual.tecnologicocomfenalcovirtual.edu.co/aulavirtual/pluginfile.php/520365/mod\\_resource/content/1/TEORIAS%20DEL%20EMPREDIMIENTO.pdf](http://aulavirtual.tecnologicocomfenalcovirtual.edu.co/aulavirtual/pluginfile.php/520365/mod_resource/content/1/TEORIAS%20DEL%20EMPREDIMIENTO.pdf)
- Granados, M., Valdez, A., Castro, A., Flores, M., Martinez., Mercado., Raya, M. (2007). *Liderazgo emprendedor*. Mexico D.F.: Thomson.
- Kantis, H., Postigo, S., Federico, J., y Tamborini, M. (2008). El surgimiento de emprendedores de base. *LITTEC*, 4-17.
- Lasio, V., Caicedo , G., Ordeñana , X., y Samaniego , A. (2016). *ESPAE GLOBAL ENTREPRENEURSHIP*. GUAYAQUIL : Offset Abad. Obtenido de <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/ReporteGEM2016.pdf>
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., y Izquierdo, E. (2016). *GEM Ecuador 2015*. Guayaquil: ESPAE ESPOL.
- Liseras, N., Gennero, A., y Graña , F. (15 de 08 de 2003). *Factores asociados a la vocación emprendedora*.
- Liseras, N., Gennero, A., y Graña, F. (2003). Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos emprendedores. *Universidad Nacional de Mar del Plata*, 7-8.
- Ludevid, M., y Ollé, M. (2004). *Como crar su propia empresa*. Barcelona: marcombo BOIXAREU EDITORES.
- Martínez, F., y Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de "competencias emprendedoras": valor social e implicaciones educativas. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 87.
- Mukuimp, J. (15 de junio de 2017). Obtenido de <https://www.facebook.com/notes/universidad-del-azuay/conferencia-sobre-emprendimientos-para-estudiantes-de-administraci%C3%B3n/1571953582878946/>

- Mukuimp, J. (11 de 07 de 2017). *Universidad del Azuay*. Obtenido de <http://www.uazuay.edu.ec/?q=detalle-corresponsales%2F21562>
- Naranjo, G. (2009). *Formación del emprendedor universitario para el start up*. Bogotá.
- Ortiz, R., y Zúñiga, A. (2011). Journal of Technology Management y Innovation. *SCIELO*, 2.
- Ortiz, R., y Zúñiga, A. (2011). Método CEPCES para la Evaluación del Potencial Emprendedor. *Journal of Technology Management y Innovation*, 2.
- Park, S., y Duarte, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Internacional de Investigacion ciencia social* , 295.
- Productividad, M. (2017). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/convocatoria-para-acceder-a-financiamiento-de-proyectos-productivos-innovadores/>
- Puchol, L. (2011). *El libro del emprendedor* . Madrid: Días de Santos S.A.
- Ramos, C., Martínez, A., y Fernández, R. (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Dirección y Economía de la Empresa* , 38.
- Rodriguez, M. (1996). *El mercadeo en los emprendimientos asociativos de pequeños productores rurales*. Buenos Aires: IICA.
- Shumpeter, J.. (1935). *Analisis del cambio económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- UB, P. T. (2012). El Metodo Lean Start Up, la innovacion continua como base de creacion de mi empresa. *Módulo formativo universitario de creación de empresas*, 40.
- Universidad del Azuay*. (01 de 08 de 2017). Obtenido de <http://www.uazuay.edu.ec/?q=launiversidad#vision-mision-principios>
- Universidad del Azuay*. (15 de 08 de 2017). Obtenido de <http://www.ups.edu.ec/web/guest/resena-historica>
- Universidad del Azuay*. (28 de Junio de 2017).
- Universidad Politécnica Salesiana* . (15 de 08 de 2017). Obtenido de <http://www.ups.edu.ec/web/guest/resena-historica>
- Universidad Politécnica Salesiana*. (14 de 08 de 2017). Obtenido de <http://www.ups.edu.ec/web/guest/resena-historica>
- UPSA, C. (2008). *ESTRATEGIAS Y TECNICAS PARA* . Santa Cruz .
- UPSA, C. (15 de 08 de 2008). *ESTRATEGIAS Y TECNICAS PARA* . Santa Cruz de la Sierra. Obtenido de <https://alfakickstart.files.wordpress.com/2011/04/annexo-defining-innovation-universidad-privada-santa-cruz-de-la-sierra1.pdf>
- www.ups.edu.ec*. (10 y 11 de febrero de 2017). Obtenido de <http://www.ups.edu.ec/web/guest/evento?calendarBookingId=8260553>

## **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. DVI: \_\_\_\_\_

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"/> |
| B2. Existe apoyo y servicio cualificado para los emprendedores  | <input type="checkbox"/> |
| B3. El ambiente en mi universidad me inspira para desarrollar ideas para nuevos negocios                      | <input type="checkbox"/> |
| B4. Siendo emprendedor puedo ayudar a otras personas  | <input type="checkbox"/> |
| B5. Un emprendedor obtiene ingresos elevados  | <input type="checkbox"/> |
| B6. Siendo emprendedor podré auto-realizarme  | <input type="checkbox"/> |
| B7.1 Los cursos fomentan las habilidades sociales y de liderazgo necesarias para los emprendedores            | <input type="checkbox"/> |
| B7.2 Mi universidad proporciona a los estudiantes los conocimientos necesarios para iniciar una nueva empresa | <input type="checkbox"/> |
| B7.3 Mi universidad apoya el desarrollo de equipos de estudiantes multidisciplinares                          | <input type="checkbox"/> |
| B7.4 Mi universidad promueve activamente el proceso de fundar una nueva empresa                               | <input type="checkbox"/> |
| B7.5 Mi universidad ofrece acceso a una red de inversionistas/accionistas de nuevas empresas.                 | <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"/> |
| B9. Existen demasiados trámites burocráticos                                      | <input type="checkbox"/> |
| B10. Actualmente no conozco ningún sector de actividad donde podría desarrollarme | <input type="checkbox"/> |
| B11. Los emprendedores trabajan demasiadas horas                                  | <input type="checkbox"/> |
| B12. No tengo la formación empresarial suficiente                                 | <input type="checkbox"/> |
| B13. No se me ocurren buenas ideas  | <input type="checkbox"/> |
| B14. Existen demasiadas cargas fiscales   | <input type="checkbox"/> |
| B15. Ser emprendedor es una gran responsabilidad                                  | <input type="checkbox"/> |
| B16. Existen dificultades para conseguir financiación                             | <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"/> |
| C2. Una carrera como emprendedor es atractiva para mí                            | <input type="checkbox"/> |
| C3. Si tuviera las oportunidades y los recursos, me encantaría crear una empresa | <input type="checkbox"/> |
| C4. Ser un emprendedor supondría una gran satisfacción para mí                   | <input type="checkbox"/> |
| C5. Entre las distintas opciones, preferiría ser un emprendedor                  | <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"/> |
| D2. Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor                    | <input type="checkbox"/> |
| D3. Estoy decidido a crear una empresa en el futuro                          | <input type="checkbox"/> |
| D4. He pensado muy seriamente sobre la posibilidad de emprender una empresa  | <input type="checkbox"/> |
| D5. Tengo la intención de empezar una empresa algún día                      | <input type="checkbox"/> |
| D6. Pretendo constituir una empresa en los 5 años siguientes a mi graduación | <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"/> |

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"/> |
| E2. Me resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema                                 | <input type="checkbox"/> |
| E3. Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago  | <input type="checkbox"/> |
| E4. Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas | <input type="checkbox"/> |
| E5. Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales  | <input type="checkbox"/> |
| E6. Tengo facilidad para generar nuevas ideas  | <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"/> |
| E8. Siento antipatía por las decisiones arriesgadas   | <input type="checkbox"/> |
| E9. Suelo preferir la opción segura, no me gusta arriesgar  | <input type="checkbox"/> |
| E10. En mi trabajo solamente me pongo metas pequeñas para poder alcanzarlas sin dificultad        | <input type="checkbox"/> |
| E11. Siempre tomo mis decisiones con prudencia y precisión  | <input type="checkbox"/> |
| E12. Suelo pensar en las consecuencias desfavorables de mis actos                                 | <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"/> |
| E17. Las calificaciones que obtengo en mis asignaturas dependen únicamente de mí  | <input type="checkbox"/> |
| E18. Si me preparo bien un examen puedo superarlo   | <input type="checkbox"/> |
| E19. Alcanzar el éxito es cuestión de trabajo duro: la suerte poco tiene que ver en ello  | <input type="checkbox"/> |
| E20. La mayoría de infortunios que nos ocurren es por falta de capacidad, pereza o ignorancia   | <input type="checkbox"/> |
| E21. Lo que sucede es como consecuencia de mis propias acciones   | <input type="checkbox"/> |
| E22. Me entiendo fácilmente con las personas por muy diferentes que sean.   | <input type="checkbox"/> |
| E23. Normalmente, la gente se toma en serio lo que digo.  | <input type="checkbox"/> |
| E24. Sé admitir las críticas y procuro aprender de ellas.   | <input type="checkbox"/> |
| E25. Trato de mantener mis propios intereses aunque otras personas tengan intereses distintos.  | <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"/> |
| E27. Cuando me surge un conflicto con otra persona trato de negociar para que ambos salgamos ganando.   | <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"/> |
| E29. No hay nada más emocionante que ver como mis ideas se convierten en realidad                 | <input type="checkbox"/> |
| E30. Destaco identificando oportunidades  | <input type="checkbox"/> |
| E31. Me encanta desafiar a lo tradicional   | <input type="checkbox"/> |
| E32. Puedo detectar una buena oportunidad mucho antes que otros                                   | <input type="checkbox"/> |
| E33. Si creo en algo, lo llevaré a cabo sin importarme las probabilidades de éxito                | <input type="checkbox"/> |
| E34. Me gusta defender mis ideas, incluso en contra de la oposición de los demás                  | <input type="checkbox"/> |
| E35. Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas.                                    | <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"/> |
| F2. Determinar un precio competitivo para un nuevo producto o servicio                       | <input type="checkbox"/> |
| F3. Estimar la cantidad de fondos necesarios para la puesta en marcha de mi negocio          | <input type="checkbox"/> |
| F4. Diseñar una campaña de marketing / publicidad efectiva para un nuevo producto o servicio | <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"/> |
| F6. Crear una Red - es decir, hacer contactos e intercambiar información con otros                        | <input type="checkbox"/> |
| F7. Explicar verbalmente / por escrito de forma clara y concisa mi idea de negocio en términos cotidianos | <input type="checkbox"/> |
| ¿Cuánta confianza tiene usted en su capacidad para...?  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| F8. Supervisar a personas a su cargo  | <input type="checkbox"/> |
| F9. Reclutar y contratar buenos empleados   | <input type="checkbox"/> |
| F10. Delegar tareas y responsabilidades a empleados y compañeros  | <input type="checkbox"/> |
| F11. Responder de forma eficiente a los problemas y las situaciones del día a día                         | <input type="checkbox"/> |
| F12. Inspirar, alentar y motivar a mis empleados  | <input type="checkbox"/> |
| ¿Cuánta confianza tiene usted en su capacidad para...?  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| F13. Estimar las necesidades de financiación de mi negocio  | <input type="checkbox"/> |
| F14. Captar y administrar los activos financieros de mi negocio   | <input type="checkbox"/> |
| F15. Leer e interpretar los estados financieros   | <input type="checkbox"/> |
| F16. Evaluar los costes que supone mantener mi negocio  | <input type="checkbox"/> |
| F17. Negociar con proveedores, clientes, etc.   | <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 motivo imaginando excelentes resultados                                | <input type="checkbox"/> |  |
| G2 Siento que controlo mis emociones   | <input type="checkbox"/> |  |
| G3 Tengo muy claros mis sentimientos   | <input type="checkbox"/> |  |
| G4 Cuando me siento triste, tengo mucha energía  | <input type="checkbox"/> |  |
| G5 Soy consciente de por qué cambio mis emociones  | <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)

---



---



---



---



---