



UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Diseño del perfil emprendedor universitario. Caso Universidad de los Hemisferios UDLH y Escuela Politécnica del Ejército ESPE. Quito, 2017

TRABAJO DE TITULACIÓN.

AUTORA: Segovia Gortaire, Inés María

DIRECTORA: Villafuerte Escudero, Dayanara Isabel, Mgs.

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

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>

Septiembre, 2017

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Mgs. Dayanara Isabel Villafuerte Escudero

DOCENTE DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación, “Diseño del perfil emprendedor universitario. Caso Universidad de los Hemisferios UDLH y Escuela Politécnica del Ejército ESPE. Quito, 2017”, realizado por la profesional en formación: Segovia Gortaire Inés María; cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la Graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en aspecto de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Quito, Septiembre de 2017

f) _____

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Segovia Gortaire Inés María declaro ser la autora del presente trabajo de titulación:

El presente trabajo de titulación, "Diseño del perfil emprendedor universitario. Caso Universidad de los Hemisferios UDLH y Escuela Politécnica del Ejército ESPE. Quito, 2017", de la titulación de Ingeniería en Administración de Empresas, siendo la Mgs. Dayanara Isabel Villafuerte Escudero 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.) _____

Autora: Segovia Gortaire Inés María

Cédula: 1714863105

DEDICATORIA

“Este trabajo de titulación quiero dedicarlo a mis hijos Juan Sebastián y María Paz, quienes han sido inspiradores de mi fortaleza, perseverancia y coraje para conseguir mis objetivos.

Inés María

AGRADECIMIENTO

“Agradezco a Dios por darme la oportunidad de concluir esta etapa, y acompañarme en cada momento de mi vida guiando mi camino, agradezco a mis padres quienes me han brindado su apoyo y confianza, y, a mis hijos a quienes entrego mi esfuerzo y mi ejemplo”

Inés María

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	viii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCION.....	3
CAPÍTULO I.....	6
FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LAS CARACTERÍSTICAS Y CONOCIMIENTOS DEL EMPREENDEDOR UNIVERSITARIO	6
1.1 Concepto de emprendedor.	7
1.2 Características del emprendedor.....	9
1.3 Estructura de formación del perfil del emprendedor universitario.	13
1.4 Actividades de formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento.	14
1.5 El perfil del emprendedor universitario.....	16
1.6 Procesos de investigación enfocados a fomentar el emprendimiento.	17
1.7 La vinculación y su importancia para la formación del emprendedor.	19
1.8 Procesos de evaluación de las competencias del emprendedor.	22
CAPÍTULO II	23
DIAGNÓSTICO DEL PERFIL DEL EMPREENDEDOR UNIVERSITARIO.....	23
2.1 Objetivos de la investigación.	24
2.2 Metodología de la investigación.	24
2.3 Breve reseña de las universidades objeto de estudio.	26
2.4 Acciones de las universidades relacionadas a la formación del emprendedor universitario.	28

2.5 Identificación de procesos de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento en las universidades objeto de estudio	31
2.6 Análisis e interpretación de resultados de la investigación.....	31
2.7 Comparación de resultados en ambas universidades estudiadas.....	59
2.8 Evaluación del perfil universitario y sus características.....	68
CAPÍTULO III	70
ALTERNATIVAS DE FORTALECIMIENTO DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO	70
3.1 Estructura de las alternativas propuestas.....	71
3.2 Descripción de las fases del perfil del emprendedor universitario propuesto.....	72
3.3 Detalle del perfil del emprendedor universitario.....	72
3.4 Procesos de formación del emprendedor universitario.....	73
3.5 Mecanismos de generación de experiencias para el fomento del emprendimiento	74
CONCLUSIONES.....	78
RECOMENDACIONES.....	79
BIBLIOGRAFÍA.....	79
ANEXOS	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Participación de estudiantes de la UDLH según la titulación	32
Figura 2: Principales incentivos para escoger una carrera emprendedora (UDLH)	33
Figura 3: Valoración del entorno universitario (UDLH).....	34
Figura 4: Obstáculos para escoger una carrera emprendedora (UDLH)	35
Figura 5: Valoración personal sobre la deseabilidad de ser un emprendedor (UDLH).....	36
Figura 6: Carreras más interesadas en el emprendimiento de la UDLH	36
Figura 7: Intención de ser un emprendedor (UDLH).....	37
Figura 8: Creatividad (UDLH)	38
Figura 9: Aversión al riesgo (UDLH).....	39
Figura 10: Escala de Locus de Control (UDLH)	40
Figura 11: Pro actividad (UDLH)	41
Figura 12: Autoeficacia (UDLH)	43
Figura 13: Inteligencia emocional (UDLH).....	44

Figura 14: Importancia del entorno social más cercano (UDLH)	45
Figura 15: Influencia del entorno cercano (UDLH).....	45
Figura 16: Participación de estudiantes de la ESPE según la titulación	46
Figura 17: Principales incentivos para escoger una carrera emprendedora (ESPE)	47
Figura 18: Valoración del entorno universitario (ESPE).....	48
Figura 19: Obstáculos para escoger una carrera emprendedora (ESPE)	49
Figura 20: Valoración personal sobre la deseabilidad de ser un emprendedor (ESPE).....	50
Figura 21: Carreras más interesadas en el emprendimiento de la ESPE	50
Figura 22: Intención de ser un emprendedor (ESPE).....	51
Figura 23: Creatividad (ESPE)	52
Figura 24: Aversión al riesgo (ESPE).....	53
Figura 25: Escala de Locus de Control (ESPE).....	54
Figura 26: Pro actividad (ESPE)	55
Figura 27: Autoeficacia (ESPE).....	56
Figura 28: Inteligencia emocional (ESPE).....	57
Figura 29: Importancia del entorno social más cercano (ESPE)	58
Figura 30: Influencia del entorno más cercano (ESPE)	58
Figura 31: Participación según el género de los estudiantes.....	59
Figura 32: Participación de estudiantes por nacionalidad	60
Figura 33: Análisis de factores generales	61
Figura 34: Estudiantes que hayan realizado alguna vez algún curso relacionado con el emprendimiento	62
Figura 35: Estudiantes de la muestra tomada en la UDLH cuyos padres han sido o son empresarios: Padre, madre o ambos.....	63
Figura 36: Estudiantes de la muestra tomada en la ESPE cuyos padres han sido o son empresarios: Padre, madre o ambos.....	63
Figura 37: ¿A qué persona de tu entorno consideras como tu referente profesional? ¿Tiene su negocio propio? (UDLH).....	64
Figura 38: ¿A qué persona de tu entorno consideras como tu referente profesional? ¿Tiene su negocio propio? (ESPE)	65
Figura 39: Estudiantes involucrados en la creación de una empresa	65
Figura 40: Experiencia laboral de los estudiantes.....	66
Figura 41: Estudiantes que se encuentran trabajando	66
Figura 42: Preferencia por el autoempleo (UDLH).....	67
Figura 43: Preferencia por el autoempleo (ESPE).....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Modelo de emprendimiento propuesto	76
--	----

RESUMEN

El presente estudio permite el análisis de las características generales y socio demográficas al proceso del emprendimiento de los estudiantes de la Universidad de los Hemisferios UDLH y de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE ubicadas en la ciudad de Quito. Esta investigación aporta con datos que determinan la preferencia por el autoempleo, la valoración del entorno universitario y social, y la intención de ser emprendedor. Con el fin de diagnosticar el perfil del emprendimiento de los estudiantes, sus conocimientos y habilidades para emprender, su aptitud y actitud respecto a la creación de negocios propios se han identificado los rasgos personales y competencias. Se han identificado las cualidades positivas con respecto al emprendimiento, y las falencias del sistema que podrían mejorar con el fin de impulsar el emprendimiento en los estudiantes universitarios, información sustancial para las universidades objeto del estudio con el fin de mejorar el entorno universitario e impulsar iniciativas emprendedoras, también resulta de utilidad a las empresas e incubadoras de negocios que pueden invertir y apoyar con servicios de asesoría al emprendedor y a la sociedad en general.

PALABRAS CLAVES: Emprendimiento, entorno universitario, iniciativas emprendedoras, autoempleo, incubadoras de negocios.

ABSTRACT

The present study allows to analyze the general and socio-demographic characteristics of the entrepreneurship process of the students of the Universidad de los Hemisferios UDLH and the Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, located in the city of Quito. This research contributes with important data that determines the preference for self-employment, the valuation of the university and its social environment, and the intention to be an entrepreneur. In addition, personal traits and competences have been identified in university students in order to diagnose students' entrepreneurial profile, as well as their knowledge and skills to undertake a process of creation and management of their own businesses. The positive qualities of university students with regard to entrepreneurship have been identified, as well as the weaknesses of the system, which could be improved in order to boost entrepreneurship in university students. Furthermore, substantial and valuable information is of potential use for the universities to help improving their environment. Even more, it can be used to promote entrepreneurial initiatives and business incubators that can invest and support with accompanying services to the entrepreneur and to society as a whole.

KEYWORDS: Entrepreneurship, entrepreneurial culture, enterprise project, university environment, self-employment

INTRODUCCION

El emprendimiento ha sido objeto de gran interés en el campo de la investigación por su capacidad para dinamizar el crecimiento económico (García, Déniz, & Cuellar, 2015). Las empresas de hoy requieren de gente emprendedora que logre que sus empresas pequeñas y medianas tengan éxito, ya que el emprendimiento proporciona una ventaja particular en cuanto a sus rivales, y determina su supervivencia. En esta investigación realizada en la Universidad de los Hemisferios UDLH y Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE se analiza la intención emprendedora y competencias en estudiantes universitarios con el fin de diagnosticar el perfil del emprendimiento en los estudiantes, su aptitud y actitud en el proceso y gestión de la creación de negocios propios.

Se realiza en este estudio, una revisión de los fundamentos teóricos de las características y conocimientos del emprendedor universitario, posteriormente el diagnóstico y las alternativas de fortalecimiento del perfil del emprendedor universitario. Para el desarrollo del diseño metodológico de la investigación se utilizaron, el método científico, y para el levantamiento de información la observación de campo y análisis de datos obtenidos mediante una encuesta realizada a los estudiantes universitarios que se encuentran cursando sus carreras de pregrado. El análisis de los factores socio culturales permiten determinar el perfil demográfico de la muestra y los factores contextuales analizados en este estudio se enfocan en determinar el perfil del emprendedor y la valoración del entorno social y universitario.

El presente estudio determina las cualidades positivas de los estudiantes universitarios con respecto al emprendimiento e identifica las falencias del sistema que se podrían mejorar con el fin de impulsar el emprendimiento en los estudiantes universitarios. Esta información es sustancial para las universidades que fueron objeto de estudio para impulsar las iniciativas emprendedoras y mejorar el entorno universitario, también resulta de utilidad a las empresas e incubadoras de negocios que pueden invertir y apoyar con servicios de acompañamiento al emprendedor y a la sociedad en general.

Un emprendedor se enfrenta a varios problemas que tiene que sobrellevar para lograr sus objetivos, incluso la falta de apoyo y confianza de la sociedad, ya que la poca experiencia en los jóvenes estudiantes no permite la autoconfianza, y se prefiere un trabajo en relación de dependencia donde el riesgo lo corre alguien más. Las normas culturales y sociales existentes no impulsan las acciones a nuevas formas de hacer negocios. Romper esos

paradigmas y asumir el riesgo es el primer reto que tiene el emprendedor, ya que hace falta una verdadera cultura empresarial que impulse al estudiante universitario a trabajar como gestor de su propio empleo.

Entre los factores críticos para el emprendimiento se encuentran la falta de apoyo financiero, políticas de estado que apoyen el emprendimiento como un tema económico relevante, hacen falta programas gubernamentales que tengan asistencia a empresas nuevas y en crecimiento, además como parte de la cultura de emprendimiento hace falta la educación en emprendimiento desde los niveles de educación básica y pregrado. Las pequeñas y medianas empresas requieren de nuevas oportunidades comerciales y tener a su alcance la investigación y transferencia de desarrollo (I&D), requieren apoyarse en instituciones de promoción y beneficiarse de los servicios comerciales, contables y legales que puedan ofrecerles. (GEM, 2016). El emprendedor no consigue un ecosistema adecuado para desarrollar sus ideas de negocio, por lo que se hace necesario que los investigadores expongan a profundidad la problemática del empresario ecuatoriano, una clave es detectar soluciones a los problemas económicos y que estas investigaciones sirvan de material de referencia para los reformadores de políticas públicas sean del Consejo Cantonal, Consejo Provincial o de la Asamblea Nacional y sirva para mejorar el ecosistema de negocios de Ecuador, ya que las excesivas regulaciones no aportan a la creación de valor, ni tampoco al bien común. (Andrade, 2012).

Esta investigación que se planteó con el fin de identificar el perfil del emprendedor universitario. Actualmente se reconoce explícitamente la necesidad de superar los acercamientos puramente económicos o empresariales y estudiar las variables psicosociales que conforman el perfil del estudiante emprendedor universitario, es decir lograr que más personas deseen convertirse en empresarios y se preparen para ello. Por mucho tiempo la educación superior se ha orientado a producir empleados que trabajen en grandes empresas o en el sector público, ahora se ve necesario orientarse al desarrollo del espíritu empresarial y el autoempleo. (Moriano, Jos, & Morales, 2006).

Los objetivos planteados en esta investigación cabalmente han sido cumplidos permitiéndonos un análisis completo del diagnóstico del perfil universitario de los estudiantes de las universidades objeto de estudio, nos enfocamos en el análisis de las características generales relativas al proceso del emprendimiento, las condiciones del entorno social y universitario. El perfil del emprendedor universitario potencial y activo ha sido analizado desde su perfil sociodemográfico y sus factores socio-culturales hasta los

elementos que evalúan el interés hacia el emprendimiento. Los factores externos analizados en esta investigación que son parte del entorno determinan como mejorar el clima emprendedor y en qué áreas se requiere apoyo y preparación académica en las áreas de conocimiento, habilidades sociales y de liderazgo.

Luego del análisis de las características relativas al proceso del emprendimiento relacionadas con las particularidades de las características sociodemográficas, entorno social, intención, aptitud y actitud con respecto al emprendimiento, esta investigación encuentra similitudes en los estudiantes de las universidades objeto del estudio en la preferencia por el autoempleo y la actitud positiva ante la posibilidad de emprender su negocio propio, en todo caso se recomienda implementar el ambiente para la incubación de negocios, y proveer el apoyo a las ideas de emprendimiento y el servicio cualificado para los emprendedores, logrando que los estudiantes tengan una auto imagen positiva y tengan la suficiente autoconfianza de que su realización sea completa tanto profesional y económica.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LAS CARACTERÍSTICAS Y CONOCIMIENTOS DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

1.1 Concepto de emprendedor.

El término “emprendedor” tiene su origen del vocablo francés *entrepreneur* de la raíz del latín *prendere* que significa coger, atrapar, sorprender. La figura central del emprendimiento es el emprendedor, el mismo que ha sido objeto de estudio a partir de varias disciplinas como la psicología, la economía, la historia, las ciencias de gestión, con el fin de saber con exactitud cuáles son los elementos detonadores del emprendimiento y el perfil preciso. Es un tema complejo en que se conoce que, en el desempeño del emprendedor intervienen factores culturales, institucionales, políticos, religiosos, los atributos individuales de la persona y sus propios rasgos emocionales. (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014). El concepto “emprendedor” es analizado por diferentes autores, es interesante revisar la evolución del mismo a través del tiempo. Cantillón (1734) es el primer autor que define al emprendedor como “el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en: contratados, quienes reciben rentas y salarios fijos, y emprendedores quienes reciben renta o ganancias variables. Más adelante en el tiempo, otros autores se refieren al emprendedor desde un enfoque estratégico importante para la economía. Adam Smith define al emprendedor como el núcleo básico de la economía por su valor propio que traduce en ganancia, en este contexto el emprendedor es centro. La teoría Modelo de Competencia Perfecta de Smith sugiere igualdad de bienes. En los años 80`s se describe al emprendedor como un individuo con características de liderazgo, quien toma decisiones y evalúa proyectos. Schumpeter, define al empresario como el motor de la economía, este autor analizó el enfoque de Smith que considera al individuo como el eje que mueve el entorno y lo explicó desde una perspectiva cíclica indicando que cuando un innovador tiene una idea, la pone en práctica y produce buenas rentas, pero mientras la idea se difunde los beneficios son menores, y esta innovación se va reduciendo hasta que aparece una nueva idea innovadora que puede ser obtenida de la ciencia y tecnología. (Macas, 2014)

En resumen, los autores clásicos han enfocado la concepción del emprendimiento en el liderazgo, manejo de riesgos y en la gestión de la innovación, los mismos que ahora sirven para fomentar la cultura de emprendimiento. Se reconocen a otros autores como modernos, entre ellos Jeffrey A. Timmons se refiere al emprendedor como un individuo hábil, capaz de crear y construir, un protagonista que tiene la capacidad de tomar riesgos calculados y no deja pasar las oportunidades que logra ver en un ambiente de caos y confusión, y tiene la habilidad de ser precavido con el uso de los recursos en tiempos de abundancia y carencia.

Peter Druker habla del emprendedor como un gestor de la innovación al crear productos o servicios nuevos, diferentes, o con algún valor agregado. Stevenson según un estudio realizado acerca de la mentalidad emprendedora concluye que el emprendedor busca más en las oportunidades que en los recursos que dispone. (Macas, 2014)

El emprendimiento es la capacidad del individuo para instaurar a partir de significados, dar solución a problemas, con base a sus emociones, creatividad, actitudes y valores personales, lo que le permite adaptarse a un contexto y aprovechar las oportunidades que éste brinda para beneficio propio y el de la sociedad en el que está inmerso. (Uribe & Reinoso, 2013). Este proceso le permite fijarse objetivos y retos para alcanzarlos estableciendo un estilo de vida caracterizado por actitudes, habilidades, valores, competencias, conocimientos en donde están presentes la innovación, la creatividad, la autoconfianza, la ética y la capacidad para analizar el entorno, entender procesos y desarrollar proyectos. (Uribe & Reinoso, 2013)

El emprendedor puede ser visto, ante todo, como un agente de cambio social y político que, con sus microprácticas, opera transformaciones en los órdenes establecidos. (Steyaert, 2006). El emprendedor empieza por cuestionarse sobre su capacidad, personalidad y expectativas para llegar a su contexto, por eso se inicia con la identificación y potenciación personal y social.

El Ecuador está entre los 15 países con mayor tendencia a iniciar nuevos negocios. Los emprendedores poseen fortalezas como son la juventud y la capacidad de detectar oportunidades del mercado, sus debilidades son la falta de capital y la poca capacitación. Los ecuatorianos deciden arrancar un negocio propio por razones como: “Quiero ser mi propio jefe”, o “necesito ganar más”, se me ocurrió una idea genial”, motivaciones que han sido lo suficientemente poderosas como para que el Ecuador sea considerado entre los países más emprendedores del mundo. (Rovayo, 2011)

Una investigación realizada por el “Monitor Global de Emprendimiento” GEM en el año 2016 aplicada a 62 países indica que se obtuvo un índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 31.8 %, lo que significa que 1 de cada 3 adultos había realizado gestiones para crear un negocio. La proporción de emprendedores nacientes es de 22.43% inferior a la cifra del 2015, y nuevos emprendedores en un 11%, cifra incrementada con respecto al año pasado. Por otro lado el 76% de los negocios recientes y el 51% de

negocios establecidos se dedican al comercio. La proporción de emprendimientos en comercio ha mantenido una tendencia creciente desde el 2010 (65%). (GEM, 2016)

El entorno para el emprendimiento en Ecuador en general es favorable, prevalecen los emprendimientos por oportunidad, predominan los negocios recientes a pesar de que muestran tendencia decreciente, y el país tiene una tasa alta de emprendimiento por necesidad. El clima emprendedor de nuestro país no difiere mayormente con los países de la región a excepción de Chile que tiene políticas y programas gubernamentales que favorecen el emprendimiento, volviéndose atractivo para los jóvenes emprendedores de Latinoamérica y el mundo. (GEM, 2016)

Al poner en contexto la realidad del emprendimiento ecuatoriano con el resto de economías de eficiencia, se puede observar que, según la TEA el Ecuador es 2.2 veces superior al promedio, además el porcentaje de ecuatorianos que se considera capaz de emprender y reconoce las oportunidades para hacerlo es 1.4% superior. Sin embargo, al comparar las motivaciones de los emprendedores podemos observar que el joven ecuatoriano se encuentra estimulado por la necesidad más no por ser una economía de eficiencia, mientras que, el porcentaje de motivación por oportunidad de mejora y de quienes tienen expectativas altas de crecimiento en plazas de trabajo se encuentra por debajo del promedio de estas economías. (GEM, 2016)

Un estudio de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sobre la actividad emprendedora temprana (TEA) nos proporciona datos comparativos del Ecuador con respecto a otros países de Latinoamérica, ubicándose en primer lugar con un 31.8%, siguen en orden de magnitud del TEA, Colombia con 27.3%, Perú con 25.1%, y Chile con 24.1%. (GEM, 2016)

1.2 Características del emprendedor.

Para determinar las características del emprendedor se realizará un diagnóstico de los principales elementos del emprendimiento universitario potencial y activo, como son la descripción de los factores individuales (personales y emocionales) y del entorno que influye en su configuración. Según el informe del Observatorio de Emprendimiento Universitario en España realizado en el año 2016 los estudiantes universitarios definen como emprender a aplicar sus conocimientos y habilidades para generar nuevas oportunidades de negocio, cuando una persona responde a retos cotidianos mediante la

explotación y exploración de diversas alternativas. Definen al emprendedor como valiente, aventurero, con autoconfianza, arriesgado, constante, líder, con actitud ante la vida, apto para el trabajo en equipo y sin miedo al fracaso. (Guerrero, 2016). Los estudiantes vinculan el emprendimiento a la creación de empresas, otros vinculan el emprendimiento a un estilo de vida, y otros combinan ambas definiciones.

Los componentes culturales, como son las actitudes de la sociedad ante el emprendimiento y las percepciones sobre éste afectan positiva o negativamente a la intención de emprender de los jóvenes. (GEM, 2016) La intención emprendedora está condicionada por los recursos y capacidades de los individuos. (Aragón & Baixauli, 2014), razón por la cual no todos los estudiantes universitarios estarían aptos para emprender, ya que se encuentran con limitaciones como falta de apoyo económico y también por comodidad pueden preferir el empleo asalariado que ofrece estabilidad a pesar de estancarse en su crecimiento personal.

En el Ecuador la cultura emprendedora es una característica favorable al emprendimiento, es así que alcanza una actividad emprendedora temprana (TEA) de 31.8%, superior a Colombia, Perú y Chile. (GEM, 2016)

El emprendimiento es el responsable de la competencia y la innovación en las empresas, es así que el emprendimiento contribuye al crecimiento económico y este impulsa las actividades emprendedoras en una relación recíproca creando círculo vicioso, razón por la cual el emprendimiento está orientado al reconocimiento de oportunidades y la asignación de recursos para el aprovechamiento de dichas oportunidades. (Madrid, 2013). Una de las características importantes del emprendedor constituye la capacidad innovadora de optimizar los recursos limitados para conseguir los objetivos que surgen de las oportunidades.

La Escuela de Ingeniería de Antioquía, en Medellín en Colombia con el fin promover la cultura emprendedora realizó un diagnóstico de la cultura emprendedora determinando los componentes del espíritu emprendedor: forma de pensar, razonar y actuar con respecto a las oportunidades, consideración del riesgo, creatividad e innovación, generación del valor, proactividad, y búsqueda de información, elementos que poseen los estudiantes universitarios en diferentes niveles de desarrollo. (Galindo & Echavarría, 2011)

Se ha investigado sobre los factores que hacen a una persona emprendedora o no, autores como Stevenson y Jarillo plantean que el emprendimiento es el proceso de perseguir una

oportunidad sin importar los recursos controlados por el emprendedor, y Zahra, Korri y Yu afirman que el emprendedor toma sus decisiones basándose tanto en criterios racionales como irracionales, por lo tanto aunque dichos factores tengan un efecto significativo sobre la actividad emprendedora, finalmente el fenómeno del emprendimiento se refiere a individuos, por lo que la persona es el elemento central en el proceso emprendedor, así desde la teoría de rasgos se sostiene que los atributos de personalidad son los que conducen a una persona a crear una empresa, necesidad de logro, autoeficacia, locus de control, creatividad, autoestima o la capacidad de asumir riesgos. Para explicar el comportamiento emprendedor se recurre a la literatura de la inteligencia emocional de donde se formulan proposiciones de investigación que ofrecen posibles líneas de investigación al campo. (García, Déniz, & Cuellar, 2015)

En cuanto a las actitudes emprendedoras, en Ecuador según el GEM 2017 incide que las tasas de educación superior así como la percepción de tener “Habilidades para Emprender” tienen el pilar mejor puntuado en el año 2017, mientras el pilar “Aceptación del Riesgo” en este año es el valor peor evaluado. El pilar del Networking ha mejorado en los últimos años por adelantos en la comunicación y mejores redes de contactos, y el “Apoyo cultural” que refiere al emprendimiento como una carrera. Los pilares que componen las actitudes emprendedoras están apoyadas por políticas orientadas a mejorar y transparentar los procesos de crear negocios y derechos de propiedad de los mismos, y política financiera que reduzca el riesgo a mediano plazo. (GEM, 2016). El factor relacionado con la actitud emprendedora abarca la medida en que los alumnos valoran positiva o negativamente a la intención de crear una empresa. (Aragón & Baixauli, 2014).

El emprendimiento juega un notable papel en la iniciativa empresarial, ya que los individuos que participan tienen una actitud emprendedora, y estos deben poseer las características que los definen como buenos emprendedores.

Las diferentes investigaciones han proporcionado contribuciones interesantes en el transcurso del tiempo lo que nos permite realizar una descripción cronológica de las características del emprendedor. En un estudio realizado por Davidsson y Wood en el año 1991 con 2.994 personas entrevistadas se identificaron dos tipos de emprendedores: El emprendedor oportunista y motivado por mejorar sus finanzas y crecimiento de la empresa, y el emprendedor artesano. Por otro lado en 1993 Bull y Willard concluyen que el emprendedor debe ser una persona capaz de realizar tareas combinadas, impulsadas por la motivación y ganancias personales. Más adelante, Tiessen realiza un estudio en Suecia

a 540 empresarios en 1997 en el que muestra que el crecimiento de una empresa depende de la capacidad, oportunidad, necesidad, las características individuales y la capacidad de establecer relaciones sociales, Tiessen concluye que el individualismo y el colectivismo contribuyen al desarrollo económico, como también a la innovación, la flexibilidad y la movilidad de recursos a través de la iniciativa empresarial. (Bravo, 2013).

Luego de realizar un análisis sobre una muestra de 285 estudiantes de la Facultad de Economía y Empresariales, Sagie y Lizur en 1999 afirman que la orientación emprendedora se asocia con la actitud a solucionar problemas, al desafío de la incertidumbre y a la necesidad de logro. Otros investigadores como Kjellman y Ehrsten en el año 2005 consideran que la iniciativa empresarial debe formar parte del plan de estudio con énfasis en entrenamiento social e intuitivo. Wiklund en el 2007 descubre que el crecimiento empresarial está relacionado con el individuo, la empresa y el entorno. Jintong en el 2008 concluye que los estilos de carácter distintivo para asumir retos, desempeñan un papel fundamental en el comportamiento de los empresarios según un estudio realizado con una muestra de 1261 administradores.

En Nueva Zelanda, Kikwood en el año 2009 realiza una investigación con una muestra de 932 empresarios de la que descubre un deseo de crecimiento empresarial controlado. También en el 2009 Casson manifiesta que el empresario es el rostro humano de la economía, en el mercado se establecen relaciones continuas, las mismas que fomentan la innovación, por lo que las relaciones basadas en el empresario se hacen necesarias. En el año 2010 Zhao indica que la presencia de empresarios actualmente constituye la base de la economía, por eso el fomento del espíritu empresarial es de vital importancia y la consideración de los rasgos de personalidad de los emprendedores constituye un factor básico en las iniciativas de promoción y desarrollo de ese espíritu. (Bravo, 2013)

Para evaluar la capacidad de emprendimiento de una persona se valora el potencial personal y profesional, se procede a realizar un autoanálisis de los puntos fuertes y débiles, para posteriormente tomar medidas de mejora en aquellos puntos débiles que pueden ser superados con habilidades de conocimiento y asignación de recursos. Los factores externos considerados amenazas u oportunidades podrían beneficiar y/o perjudicar el emprendimiento, siempre se los puede manejar de manera que resulte beneficioso. (Micó & González, 2015)

El emprendedor debe tener un perfil que lo describe, con cualidades personales, sociales, y profesionales como son, la capacidad de innovación, valor para enfrentar la incertidumbre y el riesgo, auto confianza, reconocer y aprender de los errores que se puedan llegar a cometer asumiendo las consecuencias, y tomando las medidas correctivas necesarias, creatividad, apertura al cambio. Entre las cualidades sociales del emprendedor se consideran: el liderazgo, la capacidad de informarse, la motivación, la comunicación adecuada, la habilidad de persuasión, facilidad para el manejo del trabajo en equipo, la capacidad de organización y dirección y planificación.

1.3 Estructura de formación del perfil del emprendedor universitario.

Con el fin de elaborar el perfil del emprendedor universitario se ha visto necesario el análisis de las variables psicosociales clasificadas en tres espacios: familiar, sociolaboral y personal. Los resultados de uno de los estudios con una muestra de 601 estudiantes universitarios procedentes de la Comunidad Autónoma de Castilla y León en España que tratan este tema concluyen que los estudiantes en general tienen una alta intención de trabajar en relación de dependencia del sector público o privado, y una baja intención de desarrollar su carrera profesional mediante el autoempleo. La intención de crear una empresa o trabajar por cuenta propia está determinada por variables de influencia como género, familia, experiencia laboral, la educación hacia el autoempleo, apoyo social, percepción de barreras y valores individualistas y colectivistas. (Moriano, Jos, & Morales, 2006)

Los programas de apoyo a la iniciativa emprendedora en los entornos universitarios pretenden fomentar el emprendimiento para conseguir empleo, riqueza y bienestar social para la sociedad, siendo considerados a los sistemas de educación superior como los responsables de canalizar a las nuevas generaciones de población activa hacia propósitos emprendedores en los diferentes sectores productivos. Las intenciones emprendedoras han sido definidas en alusión a los estados mentales que dirigen la atención, experiencia y acción de negocio, considerando que el emprendedor no reacciona de forma inmediata a los estímulos del medio, sino que procesa la información del ambiente que le rodea y realiza un esfuerzo cognitivo de transformación de las oportunidades percibidas en proposiciones de negocio viables. El comportamiento del emprendedor y sus intenciones pueden ser predichas según variables de naturaleza actitudinal que influye indirectamente sobre la

conducta. Los factores determinantes en el emprendimiento son: la intensión de emprender; la factibilidad y la deseabilidad. (Landerero, Vásquez, & Muñoz, 2015)

1.4 Actividades de formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento.

La promoción del espíritu empresarial GEM define el emprendimiento como "cualquier intento de nuevo negocio o la creación de empresas, tales como trabajo por cuenta propia, una nueva organización de la empresa, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, un grupo de personas, o un negocio establecido" mientras que el espíritu empresarial es un fenómeno multifacético al que se le ha dado muchos significados y definiciones distintas para el desarrollo de una nueva actividad empresarial en empresas existentes pero que registran nuevas actividades y en empresas recién constituidas, por lo tanto GEM adopta la perspectiva del trabajo del espíritu de empresa, a pesar de que se ve más allá de las personas registradas oficialmente como autónomos. El espíritu empresarial visto desde el punto de vista del comportamiento, por ejemplo, mediante la identificación de los empleados dentro de las organizaciones que se comportan empresarialmente (también conocido como entrepreneurship o emprendimiento corporativo). (GEM, 2016)

Durante años GEM se ha centrado en la fase que combina la etapa antes del inicio de una nueva empresa (naciente espíritu empresarial) y la etapa inmediatamente después del inicio de una nueva empresa (poseer-gestión de una nueva empresa). En su conjunto esta fase se define como "la actividad empresarial en etapa temprana" (TEA). (GEM, 2016)

El ecosistema emprendedor en Ecuador ha mejorado gracias a iniciativas privadas que ofrecen alternativas de financiamiento como capital de riesgo o inversores ángeles como Startup Ventures y Ángeles EC redes que están preparando inversores en Quito y Guayaquil para capitalizar empresas con potencial de crecimiento y capacidad de internacionalización. Por parte del Gobierno, la SENESCYT (Secretaría de Educación, Ciencia, Tecnología e Innovación) ha contribuido con el apoyo en la educación en ciencias, la acreditación de incubadoras y programas para la promoción y emprendimiento y la innovación, como el Banco de Ideas que otorga capital semilla a emprendedores para desarrollo y validación de prototipos con el acompañamiento de incubadoras. Se puede observar el surgimiento de comunidades de emprendedores en Quito, Guayaquil, Cuenca

y Manta como Starup Weekend, Girls in Tech, Espiral entre otras; estas buscan ofrecer el know how y las habilidades potenciales emprendedoras a través del networking y trabajo colaborativo. También se debe destacar que hay un incremento de organizaciones como incubadoras, espacios de coworking y espacios de innovación que proveen de recursos y acompañamiento a equipos emprendedores con potencial de innovación; sirven de catalizadores para el emprendimiento en el país y ayudan a difundir casos de éxito con potencial a escalar e internacionalizarse entre estas Buentrip Hub, i3lab, Impacto Quito, Kruger Labs, Invernadero, ConQuito entre otros. (GEM, 2016)

A nivel internacional existen programas de desarrollo para fomentar el espíritu emprendedor para niños, como por ejemplo Thinkids World, quienes trabajan con niños hijos de empresarios, y en algunos colegios, basados en la teoría de las inteligencias múltiples donde los niños adquieren habilidades que luego las utilizan en su proyecto emprendedor, en este espacio reconocen sus cualidades, aprenden a conocer mejor sus fortalezas y debilidades, trabajan su autoestima, aprenden a relacionarse de manera abierta, hablar en público, interpretar personajes y pensar en abstracto. Como proyecto social este mismo grupo realiza campamentos en países de pocos recursos como Pakistán, Nepal, Perú. (Thinkids Project, 2017)

Un estudio realizado sobre la iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un centro tecnológico en la ciudad de México en el año 2015 indica que el modelo educativo presenta limitaciones y no alcanza sus objetivos en la materia de emprendimiento, en general los estudiantes no perciben que la iniciativa empresarial sea aprendida ni desarrollada, a pesar de los esfuerzos que se realizan para fomentar el emprendimiento que a pesar de no ser suficiente, existe interés por parte de los docentes en apoyar a los jóvenes estudiantes a generar ideas y oportunidades. (Sánchez, Hernandez, Jimenez, 2016). La educación de emprendimiento y el fomento de la cultura emprendedora es cada vez más importante para los gobiernos, procedimientos que van desde la escuela primaria hasta la universidad, puesto que se ha identificado la necesidad de que el modelo educativo incluya en su currículo asignaturas que promuevan el emprendimiento transmitiendo conocimientos y destrezas a sus estudiantes para impulsar el espíritu empresarial.

Actualmente en Ecuador se fomenta el emprendimiento desde la escuela primaria y bachillerato, donde los estudiantes de colegios reciben la asignatura “Emprendimiento” dos

horas a la semana, crean productos y servicios, logos, forman empresas ficticias creadas para fines académicos. Sus actividades consisten en la revisión de técnicas de manejo de contabilidad, estudios de mercado con encuestas, uso de datos que les permiten tomar decisiones dentro de su empresa simulada.

El gobierno promueve la generación de emprendimientos sostenibles mediante el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria IEPS y la Dirección de Fomento Productivo motivando el autoempleo desde el desarrollo y fortalecimiento de emprendimientos productivos existentes y potenciales apoyando con asesoramiento, acompañamiento y contención a las unidades productivas con el fin de que sean sostenibles. (Gobierno Nacional de la República del Ecuador, 2017)

1.5 El perfil del emprendedor universitario.

Se pretende ampliar el estudio del perfil del emprendedor utilizando variables desde la Psicología Social, enfoque que se basa principalmente en el análisis de la elección de la carrera ocupacional, es decir, por qué algunos estudiantes universitarios pero no otros eligen desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo. Estas variables son importantes para explicar y predecir la intención de emprender.

El emprendedor universitario debe poseer conocimientos profesionales como la visión de negocios. El emprendedor exitoso tiene la habilidad de detectar oportunidades de negocios y diferenciarlas de las simples posibilidades de negocio. Conocimiento profesional, conocimientos en administración de empresas, marketing y ventas, idiomas, aspectos jurídicos y financieros, manejo de estrategias, internacionalización, tecnología y redes sociales, conocimiento del sector. El emprendedor debe tener experiencia laboral previa, la misma que aporta con todo el "know how" del negocio. Fuentes de información. Necesarias para el control de los cambios del mercado, la dinámica de liderazgo del sector, las decisiones políticas o económicas que puedan afectar a nuestras determinaciones. Contactos. La capacidad relacional con los contactos en donde se desenvuelve el negocio y como socios, clientes y proveedores. (Prieto, 2014)

1.6 Procesos de investigación enfocados a fomentar el emprendimiento.

El estudio de la conducta emprendedora se caracteriza por ser un campo de investigación plural y multidisciplinar, que estudia tanto las características personales como las actividades empresariales, los efectos económicos y sociales, o incluso los aspectos culturales. Desde la Psicología, la investigación se ha centrado principalmente en el análisis de las diferencias individuales entre emprendedores y no emprendedores, con el objetivo de elaborar un perfil descriptivo de la personalidad típica del emprendedor, y según este perfil detectar a las personas con un potencial innato para convertirse en emprendedores de éxito. Sin embargo esta línea de investigación no ha logrado grandes resultados y además se ha recibido numerosas críticas metodológicas y teóricas que han puesto en manifiesto la insuficiencia de los rasgos de personalidad para predecir la conducta emprendedora. (Moriano, Jos, & Morales, 2006)

Los investigadores han centrado este estudio en variables más dinámicas y en modelos que tuvieran en cuenta los aspectos personales y sociales, y la interacción de ambos para explicar la conducta emprendedora, por lo que la línea de investigación que está adquiriendo mayor relevancia en esta área es el estudio de la intensidad emprendedora. (Moriano, Jos, & Morales, 2006)

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016 enfoca los individuos partiendo de sus percepciones, actitudes e intención de emprender. Según el análisis realizado en el 2016 se ha determinado que tanto la percepción de oportunidades cercanas, como la de poseer conocimientos y habilidades para emprender están correlacionadas con la intención de iniciar un negocio hasta 2018, de ahí la importancia de conocer las percepciones y actitudes.

En este estudio se encontró que la percepción de oportunidades se reduce a medida que aumenta la edad, y crece a medida que lo hace el nivel de ingresos, al contrario, la percepción de poseer competencias para emprender aumenta con la edad, pero empieza a declinar a los 60 años, y también crece a medida que aumenta el nivel de ingresos. El temor al fracaso es menor en los jóvenes, y se reduce a medida que incrementan los ingresos. Los datos recolectados en el 2015 evidencian que los individuos con mayores ingresos poseen mayor nivel de educación o años de escolaridad, por eso se puede decir que el nivel de educación podría actuar como determinante de las percepciones, pero no es concluyente. A pesar de la correlación positiva encontrada entre las percepciones más

favorables se encuentra en que la intención de emprender en cambio decrece a medida que los niveles de ingreso aumentan. Podría intuirse que cuando estos niveles de ingreso provienen de empleo estable, abandonarlos por emprender podría constituir una barrera. (GEM, 2016)

El contexto social, cultural, político y económico está representado mediante Condiciones Marco Nacionales que impactan el desarrollo de la sociedad en las siguientes fases de desarrollo económico: economía de factores, de eficiencia e innovación, y un conjunto de Condiciones Marco Emprendedoras que influyen directamente en la actividad emprendedora y son: el apoyo financiero, las políticas gubernamentales, programas de educación y formación de emprendimiento, transferencia de conocimiento de investigación y desarrollo, infraestructura comercial y profesional, apertura y condiciones de mercado, infraestructura física y normas sociales y culturales (estatus social conferido a los emprendedores y el grado en que los medios de comunicación muestran positivamente al emprendimiento). Los atributos individuales incluyen características demográficas (sexo, edad, etc) percepciones (capacidades percibidas, oportunidades percibidas, miedo al fracaso) y motivaciones para crear el negocio (necesidad vs oportunidad). El GEM realiza varios estudios para dar a conocer las interacciones entre los individuos y su entorno para lo cual utiliza dos herramientas: Encuesta de Población Adulta - para la recopilación de datos sobre atributos, actitudes y actividades de las personas; y Encuesta Nacional de Expertos para recoger la opinión de expertos sobre los componentes de las Condiciones Marco Emprendedoras.

Los factores críticos del emprendimiento son según GEM la disponibilidad de recursos financieros, políticas gubernamentales (emprendimiento como un tema económico relevante, los impuestos o regulaciones sean neutrales o apoyen a las PYMES); programas gubernamentales para asistir a empresas nuevas y en crecimiento a nivel nacional, regional y municipal; capacitación para crear pequeñas y medianas empresas dentro del sistema de educación y entrenamiento en dos niveles: Educación en emprendimiento en educación básica (primaria y secundaria) y educación en emprendimiento en niveles post-secundarios (vocacionales, universitarios escuelas de negocio, etc); Investigación y Transferencia de desarrollo (I&D) disponible para pequeñas y medianas empresas; infraestructura comercial y profesional (servicios contables, legales e instituciones de apoyo a pequeñas y mediana empresas); apertura de mercados/barreras de entrada – el grado en el que se evita que los arreglos comerciales sufran cambios constantes, previniendo que firmas nuevas y en

crecimiento compitan y reemplacen a los proveedores, subcontratistas y consultores existentes; acceso a infraestructura física como comunicación, electricidad, agua potable, transporte, tierra o espacio en un precio que no discrimine a los negocios pequeños, nuevos o en crecimiento; normas sociales y culturales impulsen o previenen acciones individuales que conducen a formas de hacer negocios o actividades económicas logrando así una mayor dispersión de la riqueza e ingreso.

Con respecto a estos factores, en el año 2015 se muestra estabilidad con respecto a los años anteriores con valores por debajo de la media de la escala excepto para educación superior, acceso a infraestructura física y normas sociales y culturales. Al hacer un balance conjunto tanto de los factores de entorno que favorecen el emprendimiento como los que interfieren en el mismo se identifican fortalezas como la capacidad de emprender, políticas de gobierno, educación y entrenamiento, apertura del mercado interno, clima económico y estructura profesional y comercial. Entre las debilidades se contarían a las políticas de gobierno, apoyo financiero, contexto social, político e institucional y legislación laboral. (GEM, 2016)

1.7 La vinculación y su importancia para la formación del emprendedor.

La actividad emprendedora actualmente es un factor relevante en el crecimiento económico de los países, desarrollo, competitividad, ingresos complementarios, diversificación económica, movilidad social, etc. Razón por la cual se ha observado un aumento significativo de programas y políticas dirigidas a fortalecer el emprendimiento. Así como el emprendimiento genera beneficios, requiere de condiciones y recursos para concretarse, por esta razón se conoce que existe diferencias en los niveles de actividad emprendedora entre ciudades, dado que la disponibilidad de recursos, servicios y estructuras en general son diferentes en las regiones incluso del mismo país. Hay varios estudios que han analizado como comprender el comportamiento de los factores que impactan al individuo y determinan si este se convierte en un emprendedor o no. Hay varias fuentes que analizan al emprendimiento de los individuos desde una perspectiva psicológica por ejemplo desde la autoconfianza, otros analizan variables como modelos de referencia de nuevos emprendedores, ejemplos exitosos o modelos de emprendimiento que son ejemplo para otras personas.

La actividad emprendedora también se ha medido por la percepción al temor social al fracaso. (Mancilla & Amorós, 2015). El ecosistema del emprendedor según el GEM medido a través de la Encuesta Nacional de Expertos GEM (NES) en Ecuador los años 2013, 2014, y 2015 tomando en cuenta los indicadores: Financiación para emprendedores, Apoyo – políticas gubernamentales, Programas gubernamentales, Educación empresarial y formación escolar básica, Transferencia de Investigación y Desarrollo, Apertura del mercado interno, Infraestructura física y servicios, Normas culturales y sociales. (GEM, 2016)

El emprendedor juega un papel importante en el desarrollo empresarial al crear empresas y contribuir con la configuración socioeconómica de las regiones, dotado de características, aspiraciones e ideales que lo impulsan a identificar opciones, sueños y la necesidad de ser independiente en función de generar proyectos por un bienestar familiar o individual convirtiéndose en actor principal en la economía y el desarrollo productivo. Las incubadoras de empresas apoyan a los emprendedores en procesos y sostenibilidad jugando un papel importante en la competitividad empresarial. Se encuentran varios tipos de emprendedores, el emprendedor según en el contexto en el que se encuentre (emprendedor oportunista, motivado por mejorar o emprendedor artesanal) puede desarrollar habilidades. En el entorno en el que se desarrolla el emprendimiento, los emprendedores se enfrentan a situaciones complejas como la falta de iniciativa para llevar a cabo sus ideas de negocio, falta de programa de capacitación para el empleo, poca información sobre cómo financiar sus iniciativas, sin embargo las incubadoras de empresas han logrado reducir estas carencias y lograr ventajas como convertir las ideas de negocio en negocios reales, mejorar la competitividad de las empresas existentes, crear empresas innovadoras luego de realizar actividades de promoción empresarial en las universidades, lograr la participación del estado, universidades y empresas con mejoras en procesos de investigación y desarrollo, reducir los índices de fracaso en empresas establecidas, proporcionar estrategias de cooperación para desarrollar la iniciativa empresarial, en general se ha logrado conseguir recursos como la capacitación por parte del gobierno y empresas dedicadas a apoyar a nuevas empresas, y así promover el crecimiento económico. El sistema de desarrollo socioeconómico regional se ve afectado positivamente por las implicaciones de gestión por parte de los empresarios quienes han contribuido con la competitividad empresarial y han generado nuevos empleos. (Bravo, 2013)

Existen organizaciones incubadoras que apoyan las iniciativas de los emprendedores, entre ellas se puede mencionar por ejemplo a Buen Trip Hub, una organización fundada en el año 2014 por un grupo de profesionales con el objetivo facilitar el acceso a mercados globales a emprendimientos innovadores y con potencial de crecimiento, la idea de este grupo es transformar el ecosistema de emprendimiento tecnológico para hacer del Ecuador un país exportador de tecnología e innovación para el mundo compartiendo su experiencia, redes de contactos y conexiones locales, regionales e internacionales. (Trip, 2017). Otros ejemplos de empresas regionales que se han asociado para apoyarse como son la empresa HumanUp ubicada en Chile y es una potenciadora y aceleradora de emprendedores, especialista en innovación en modelos de negocios, desarrollo de planes comerciales y financiamiento. (Humanup, s.f.)

Angel Ventures, empresa mexicana, que promueve el emprendimiento, apoya con fondos y estructura general de las empresas nacientes y empresarios que pueden mejorar sus negocios. Esta organización maneja fondos de millones de dólares, dinero que se invierte en distintas empresas e industrias y se encargan de apoyar al fomento del ecosistema de emprendimiento, los casos de negocios en los que aplican esta iniciativa se encuentra en México, Ecuador y la región en general, la gestión que realiza esta organización se fundamenta en hacer que los inversionistas apoyen a los emprendedores y ofrecen la guía y apoyo necesario para manejar el capital de riesgo que implica. Un ejemplo de una empresa que ha surgido en este ecosistema con el apoyo de Buen Trip y Angel Ventures es el caso expuesto de “Cuestionario.com” (Trip, 2017)

Global Student Entrepreneur Awards, es uno de los actores del ecosistema emprendedor: Es una organización sin fines de lucro que empodera a emprendedores para aprender y crecer a través de educación, así como de herramientas para el éxito de sus negocios, facilita y desarrolla el crecimiento personal y de negocios de cada emprendedor. Anualmente esta organización invita a concursar a estudiantes emprendedores que manejan su propio negocio, el concurso en su primera etapa se desarrolla dentro del país, el ganador de este concurso participa el al Final Global en Frankfurt, Alemania entre más de 1700 concursantes de 50 países. Este evento es una oportunidad para hacer nuevos contactos, descubrir nuevos recursos y hacer crecer su negocio. Los premios del concurso Global son económicos, consultoría en estructuración estratégica, asesoría legal, financiera y de estrategias, y los gastos pagados para el viaje. (GEM, 2016)

1.8 Procesos de evaluación de las competencias del emprendedor.

El emprendimiento es un aspecto fundamental para el crecimiento y desarrollo económico de un país, razón por la cual este factor tiene un interés primordial para el éxito de la economía, entonces se hace necesario comprender la conducta del emprendedor y la relación con las intenciones emprendedoras. Existen investigaciones como el estudio del comportamiento humano en el que los estudiantes universitarios son los sujetos representativos en la población considerando varios aspectos que determinan la intención emprendedora como son: la toma de decisiones estratégicas diferentes a los “no estudiantes”, la educación es otro agente primordial para el desarrollo del emprendimiento.

En conclusión el éxito empresarial es atribuido al capital humano y a la manera en que se usan efectivamente los recursos. En un estudio realizado se aplicaron las ecuaciones correspondientes con los criterios necesarios para evaluar la diferencia entre el campo en general y la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, la productividad (volumen o recuento de publicaciones científicas), el impacto y las conexiones, los mismos que fueron medidos por indicadores de cantidad, calidad y estructura respectivamente. Según los resultados, el aporte de los estudiantes universitarios en el campo de la intención emprendedora es mayor al 30% con respecto a la participación del campo específico en general con tendencia al incremento. Por otro lado las publicaciones de intención emprendedora en estudiantes universitarios es de 26.5%, mientras que en campo general es de 26.2% notándose tasas similares. (Valencia, Montoya, & Montoya, 2015)

Para la evaluación de las competencias del emprendedor se pueden usar herramientas como por ejemplo los test para evaluar la capacidad emprendedora, que valoran según el puntaje, y que determinan si el individuo tiene o no los rasgos necesarios que requiere un emprendedor, puede ser muy útil autoevaluarse para conocer las características en las que se debe trabajar antes de emprender un proyecto. Los cuestionarios aplicados en las diferentes investigaciones realizadas sobre el perfil del emprendedor en las universidades donde se han realizado estos estudios constituyen herramientas útiles para conocer las competencias del emprendedor.

CAPÍTULO II
DIAGNÓSTICO DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

2.1 Objetivos de la investigación.

2.1.1 Objetivo general.

Diagnosticar el perfil del emprendimiento en los estudiantes universitarios en la ciudad de Quito caso puntual Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE y Universidad de los Hemisferios UDLH, su aptitud, y actitud en el proceso y gestión de la creación de negocios y los problemas que enfrentan.

2.1.2 Objetivos específicos.

- ❖ Establecer las características generales relativas al proceso del emprendimiento con el fin de relacionar dichas características con los casos de estudio.
- ❖ Determinar el perfil del emprendedor y las características que predominan en la población universitaria mediante el análisis de variables psicosociales en las universidades de los Hemisferios y de las Fuerzas Armadas en la ciudad de Quito.
- ❖ Determinar los factores externos que forman parte del entorno de apoyo al emprendimiento de los estudiantes universitarios.

2.2 Metodología de la investigación.

El diseño metodológico de esta investigación utilizará técnicas y procedimientos que permitan la recolección de datos y el análisis según los objetivos planteados.

El método de investigación de campo se utiliza en este estudio requiere el levantamiento de la información primaria, tabulación y análisis de los datos obtenidos mediante las herramientas como entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Este tipo de investigación se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto del estudio, y de esa manera permite obtener nuevos conocimientos en el campo y la utilización de variables y sus efectos en las conductas observadas. En la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE se registra un total de 23.000 estudiantes, y en la Universidad de los Hemisferios UDLH 1.172 estudiantes activos.

Participantes: 400 estudiantes universitarios de pregrado divididos en 200 de la Universidad de los Hemisferios UDLH y 200 de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, hombres

y mujeres, de las diferentes carreras que ofrecen dichas instituciones, los mismos que fueron encuestados al azar.

El cálculo de la muestra para cada universidad toma en cuenta a la población como infinita para fines estadísticos.

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

σ = nivel de confianza 95%

p= probabilidad a favor 50%

q= probabilidad en contra 50%

n=número de elementos (tamaño de la muestra)

e =error de estimación 7%

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

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

n = 195 ó 200 encuestas.

Instrumento: El cuestionario IECEU – Intención Emprendedora y Competencias en Estudiantes Universitarios utilizado para esta investigación fue desarrollado por la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) España, el mismo que se aplica para una investigación similar en universidades de España y Brasil. El objetivo de esta encuesta es 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.

Los participantes llenarán los cuestionarios que incluyen:

- Perfil sociodemográfico: Datos personales como son edad, género, nacionalidad
- Formación académica: Nivel de estudios, área de conocimientos, y centro académico
- Antecedentes emprendedores: Cursos tomados sobre emprendimiento, influencia del entorno social, familiar o profesional, experiencia laboral, trabajo actual.

- Entorno familiar: Si algún miembro de la familia directa es empresario o si ha tenido un negocio propio (padres, abuelos, hermanos)
- Entorno laboral: Si ha trabajado mientras estudiaba, si ha emprendido pequeños negocios que le hayan reportado beneficio económico
- Entorno académico: Valoración del entorno universitario, si la universidad motiva la preparación al autoempleo
- Actitud hacia el emprendimiento: preferencia a ser un emprendedor o un empleado
- Intención de ser emprendedor: afán por construir una empresa propia y prepararse para ello
- Creatividad: interés por encontrar soluciones diferentes e inusuales, ideas originales
- Aversión al riesgo: Prudencia y precisión al tomar decisiones
- Escala del locus: Internalización de su propia capacidad de logro
- Proactividad: Ejecución de las ideas con actitud positiva y solvente
- Análisis de los conocimientos y habilidades para emprender
 - Autoeficacia: organizar y ejecutar cursos de acción necesarios para la gestión
 - Inteligencia emocional: Habilidades técnicas cognoscitivas y emocionales para tomar acertadas decisiones.
- Entorno social: Influencia del entorno familiar y social cercano

2.3 Breve reseña de las universidades objeto de estudio.

La Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE es un centro de educación superior público con más de 90 años de historia, fundada en 1922, actualmente considerada como una de las más emblemáticas del país por su innovación y aporte al desarrollo productivo, incursiona en varios proyectos de investigación enfocados al avance tecnológico y de conocimiento aportando continuamente con publicaciones científicas de alto impacto y proyectos de vinculación con la sociedad enfocados en mejorar la calidad de vida de las personas. La investigación científica da paso a descubrimientos y desarrollo tecnológicos en los que participan maestros, investigadores y alumnos. Uno de los pilares fundamentales

de la universidad es la investigación militar como integración tecnológica o investigación aplicada.

Funciona en su campus principal en Sangolquí (Quito Metropolitano), en Latacunga y Santo Domingo de los Tsáchilas, y en las unidades académicas especiales. Actualmente cuenta con más de 23.000 estudiantes activos quienes forman parte de la plataforma educativa con la que cuenta la universidad, siendo una de las mejores universidades del país con categoría A tiene instalaciones de calidad y laboratorios con tecnología de punta con el fin de desarrollar investigación científica.

Se orienta hacia la excelencia académica contribuyendo al progreso del Ecuador mediante su estructura académica departamental: Ciencias Exactas, Ciencias de la Vida, Ciencias de la Tierra y la Construcción, Ciencias Humanas y Sociales, Ciencias de la Computación, Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio, Energía y Mecánica, Eléctrica y Electrónica, Seguridad y Defensa, Tecnologías, e Idiomas. El centro de Posgrado sustenta el quehacer académico e investigativo, a la vez que fortalece en uno de sus objetivos “Empresa- Sociedad” por medio de la vinculación mediante diversos programas de enfoque inter-multidisciplinar en cada una de las maestrías que ofrece, además promueve cursos de educación continua con fin de actualizar permanentemente los conocimientos de profesionales y ciudadanía en general para contribuir con el desarrollo local, nacional y regional. Fortalece su sistema educativo mediante sus convenios con otras instituciones a través del programa de movilidad académica para estudiantes y docentes ofreciendo pasantías y becas en diferentes países facilitando el intercambio de conocimientos en las diferentes áreas de investigación y educación, al mismo tiempo ayuda a la movilidad de los estudiantes para obtener una mejor experiencia académica y una mejor formación profesional. (ESPE, 2017)

La Universidad de los Hemisferios UDLH es una institución de educación superior particular sin fines de lucro, nace en mayo del 2004 con un estilo educativo penetrado de creatividad, originalidad, actualidad al servicio de la educación universitaria con miras a la integración nacional, latinoamericana y con proyección internacional mediante una sólida formación académica y humana, personalizada basada en valores trascendentes y éticos pretende formar para el mundo profesional seres humanos íntegros científicamente competentes, emprendedores y honrados, comprometidos con el futuro del país, con el logro de la paz y la justicia social, el fortalecimiento de la identidad nacional en el contexto pluricultural, la afirmación de la democracia, los derechos humanos, y la defensa y protección del ambiente.

Su objetivo es formar profesionales calificados en un entorno ético innovador, ecológico, investigador y con tecnología de punta, atendiendo las necesidades de la sociedad con categoría académica y tono humano en un ambiente solidario y de amable libertad. La investigación como función sustantiva de la Universidad se constituye en uno de los pilares del proceso de enseñanza-aprendizaje conformado por profesores y estudiantes, de manera sistemática, una cultura de investigación, en el marco del ejercicio prudente y responsable del avance del conocimiento. La Universidad reconoce el compromiso con el avance del conocimiento científico y tecnológico, a través de la búsqueda y la comunicación de la verdad, mediante el fomento de estudios interdisciplinarios, que respondan a las necesidades de la sociedad en las áreas relacionadas con los saberes que imparte la universidad. Adicionalmente a la formación humanista de los estudiantes y a la investigación científica como principales aportes de proyección a la sociedad, dispone sus recursos para el servicio a la comunidad en procura del mejoramiento de su calidad de vida mediante cursos de educación continua y del desarrollo de proyectos en intervención y autogestión.

Funciona en su campus ubicado en la ciudad de Quito, ofrece carreras mixtas, abiertas y complejas para proveer una educación polivalente e integradora, sus programas académicos en las diferentes facultades funcionan en las áreas: Ciencias Jurídicas, Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Psicopedagogía, Odontología, Comunicación, Administración de Empresas, Artes Culinarias y Música. Sus programas de posgrado ofrecen la Maestría de Investigación en Comunicación Digital, y en áreas administrativas el Programa de Planificación Estratégica y Control, Programa de Eficiencia de Operaciones, y Programa de Dirección Comercial y Marketing. (UDLH, 2017)

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

Tanto las Universidad de los Hemisferios UDLH, como la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE conscientes de la necesidad latente de brindar este espacio han creado áreas para el desarrollo del emprendimiento en sus estudiantes en sus respectivos centros de estudio, existen organizaciones que han realizado estudios sobre el emprendimiento en sus estudiantes, y tienen como fin guiar y apoyar a los emprendedores en sus proyectos empresariales. (ESPE, 2011)

En el caso de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE existe la Unidad de Emprendimiento e Innovación (UEI) el mismo que ofrece servicios empresariales, capacitación, club de emprendimiento e innovación, y consiste en un proceso del sistema de vinculación con la sociedad que tiene como objeto generar un entorno favorable para la creación y puesta en marcha de emprendimientos innovadores y de base tecnológica a través de servicios de asesoría empresarial, incubación de empresas, talleres de capacitación, redes de contacto y espacios físicos que permitan el desarrollo de estas iniciativas. (ESPE, 2011). El Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial CIDE, también de la ESPE como una unidad del Vicerrectorado es una organización que se ha creado en el año 2003 con el objeto de generar un entorno social y académico favorable para desarrollar la capacidad de emprendimiento y creatividad en los nuevos profesionales para la creación de empresas y generación de autoempleo. Ofrece servicios empresariales como capacitación empresarial, diagnóstico y evaluación de proyectos, planificación estratégica, estudios de mercado y gestión financiera. Esta organización ha realizado varios estudios interesantes, entre ellos la Capacidad de emprendimiento de los graduados de la ESPE en el cual se determina el número de estudiantes graduados que en los últimos 6 años hayan generado su propia empresa.

Entre las acciones que promueven el emprendimiento de los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, el grupo Alianza para el Emprendimiento e Innovación AEI organiza charlas de temas que impulsan el emprendimiento abiertas para el público estudiantil, conjuntamente con la Corporación Financiera Nacional brinda capacitaciones continuas en competencias empresariales enfocadas a estudiantes motivando a la participación en actividades de emprendimiento. Con el propósito de buscar proyectos de que generen alternativas a las necesidades de la socio economía se realizan durante el año varios eventos que promueven el emprendimiento para formar bancos de ideas como son: Concurso Innova ESPE, Concurso de Innovación Científica y Desarrollo Empresarial, Tecnologías eficientes del Programa de Aceleración de Telefónica Open Future Ecuador donde invitan a los estudiantes a postular su emprendimiento de base tecnológica, banca digital, innovación en áreas de medio ambiente, energía, salud pública, agricultura y transporte, entre otros, además ofrecen espacios para encontrar su startup. (ESPE, 2017)

Como contribución al desarrollo sustentable del país, la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE realiza talleres multidisciplinarios dirigidos por investigadores, profesores internos y externos a la institución para determinar las líneas de investigación en las áreas

de salud pública, ciencias vegetales, ciencias animales, nanotecnología, materiales y técnicas de producción, ambiente, energía, estructuras y construcciones, automática y control, tecnologías de la información y comunicación, sistemas eléctricos, electrónicos y computacionales, estudios geoespaciales, software aplicado, seguridad y defensa, economía aplicada y administración, y educación y sociedad. (ESPE, 2017)

Anualmente la Universidad de las Fuerzas armadas ESPE realiza la semana de innovación y emprendimiento, donde se exponen ponencias en un foro que abarca temas relacionados al emprendimiento como: Empresarios innovadores de éxito, Financiamiento para emprendedores, organismos de apoyo al emprendedor entre otros, documentos que se encuentran en el repositorio digital de la biblioteca de la universidad.

En la Universidad de los Hemisferios UDLH con el fin de promover el emprendimiento entre los estudiantes de creó la Escuela de Emprendimiento y Liderazgo Ciudadano para América Latina junto con las empresas Grupo Estrategia Ecuador, Grupo Estempren S.A., Corpeducar Ecuador y Revista Emprende, el mismo que funciona desde el año 2015.

Buscando un desarrollo humano sostenible, la Universidad de los Hemisferios UDLH ha creado el Centro de Investigaciones de Innovación y Emprendimiento CIIE motivado por la necesidad de contribuir al fortalecimiento de culturas de la innovación en el país, este centro se encuentra adscrito a la Escuela de negocios, IDE Business School y a la Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, y su propósito es aportar con nuevos conocimientos en los campos de las ciencias empresariales y económicos para fortalecer el aparato empresarial ecuatoriano mediante la creación de nuevas empresas y la generación de empleo. Los investigadores parte del cuerpo docente de la Universidad se encuentran a cargo de las diferentes áreas que apoyan los procesos de investigación y son: Marketing & Comercial, Política de Empresa, Dirección Financiera, Dirección de Personas, Contabilidad y Sistemas de Control, Competitividad & Entorno Económico. Profesores, estudiantes y personal de apoyo están invitados a participar de los proyectos de investigación de manera sistemática para encontrar soluciones a las problemáticas del país y de la sociedad. El CIIE orienta las líneas de investigación, aprueba los proyectos, gestiona el presupuesto y monitorea el desarrollo de los proyectos. (UDLH, 2017)

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

En la Universidad de los Hemisferios UDLH se han realizado investigaciones relacionadas al emprendimiento como la propuesta de creación del club de emprendedores en la Universidad para promover iniciativas emprendedoras y motivar el espíritu de emprendimiento de los estudiantes mediante la aplicación de los conocimientos adquiridos y el desarrollo de la creatividad instituyendo un ente que promueva, encause y potencie la generación de ideas y proyectos innovadores. La finalidad de esta iniciativa es aprovechar el potencial emprendedor de los estudiantes universitarios y ofrecerles la oportunidad de conseguir inversionistas para sus proyectos.

La presentación y entrega del producto “HandEyes” creado por estudiantes innovadores de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE es un claro ejemplo de vinculación relacionada al emprendimiento, cuyo objetivo es mejorar el estilo de vida de las personas no videntes. Este proyecto ha tenido una trayectoria interesante de un grupo de estudiantes de la universidad, este nació en el año 2014 donde ya participó y ganó concursos nacionales, y la copa internacional IPN en México siempre apoyados y guiados por docentes y administrativos de la universidad, en el año 2015 continuaron participando con el Banco de Ideas, iniciativa del Gobierno Nacional y de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE donde también ganaron el primer premio 50.000 dólares, este capital de inyección permitió desarrollar el proyecto y su imagen, y la compra de 50 dispositivos para personas no videntes, además tuvieron el apoyo importante de la incubadora Prendho UTPL que impulsó su proyecto, luego participaron en el concurso “Una idea para cambiar la Historia” de “History Chanel” siendo ahora una noticia internacional que nos llena de orgullo a los ecuatorianos.

2.6 Análisis e interpretación de resultados de la investigación.

2.6.1 Caracterización de la muestra.

Se empieza por realizar una descripción de los factores socioculturales, rasgos que podrían condicionar la intención emprendedora de los individuos encuestados en las universidades en las que se ha realizado la investigación. Los factores personales y del entorno segmentados en esta muestra son: edad, género, nacionalidad, carrera que estudia y nivel

en el que se encuentra cursando, antecedentes emprendedores del núcleo familiar y entorno profesional, experiencia laboral. La muestra está compuesta por los 200 estudiantes de la Universidad de los Hemisferios UDLH y 200 estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE de todas las titulaciones ofrecidas en ambos centros de estudio superior.

La edad de los estudiantes influye en la intención de emprendimiento ya que mientras son mayores tienen más experiencia. Según el GEM Global 2016 en el TEA (Tasa de emprendimiento temprano) la edad promedio del emprendedor según la actividad emprendedora es entre 25 y 44 años en el Ecuador. El intervalo de edad que nos presenta la muestra (18 a 22 años) de esta investigación relacionada con la que indica que el 21.61% se encuentra motivado por la oportunidad de mejora, el 18.24% por motivación mixta y el 16 % lo hace por necesidad. (GEM, 2016).

2.6.2 Análisis de la información recopilada en la Universidad de los Hemisferios

Los estudiantes de la Universidad de los Hemisferios UDLH encuestados en nuestra muestra manifiestan una clara inclinación a estudiar la carrera Administración de Empresas y en menor proporción las titulaciones Ciencias Políticas, Arte culinario, Odontología entre otras como indica la figura 1.

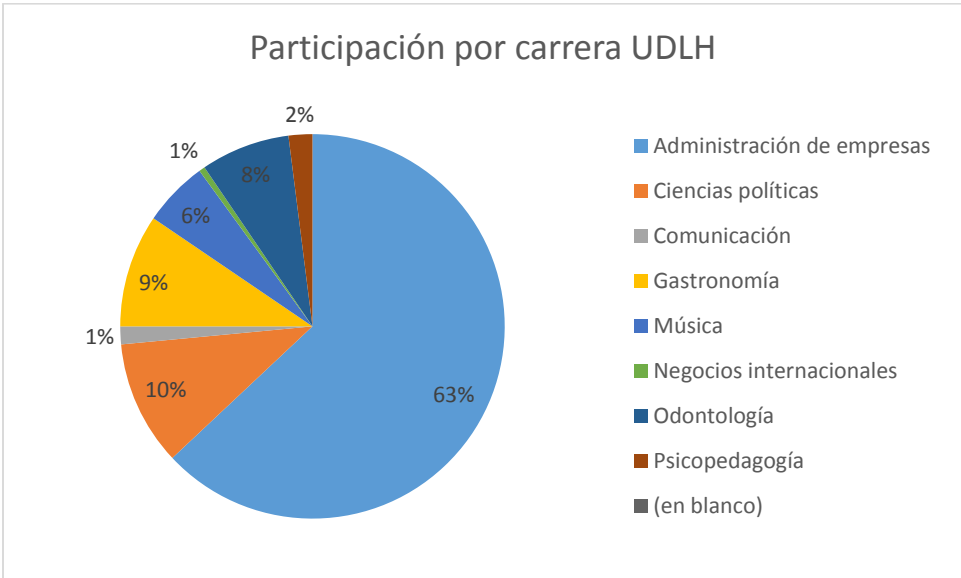


Figura 1: Participación de estudiantes de la UDLH según la titulación
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.2.1 Análisis de los Factores Contextuales - Factores que incentivan a escoger una carrera emprendedora.

Al analizar los factores que incentivan a escoger una carrera emprendedora, se puede observar que las variables que se indican en la figura 2 para el análisis de los datos tomados en la Universidad de los Hemisferios UDLH sobre los principales incentivos para escoger una carrera emprendedora se encuentran datos significativos con valores superiores a la media 5.2 en una escala Likert 1:7 donde 1 es totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo, los estudiantes de esta universidad consideran que, siendo emprendedores tendrán ventajas como auto realizarse, ayudar a otras personas, y proyectar una imagen positiva ante sociedad.

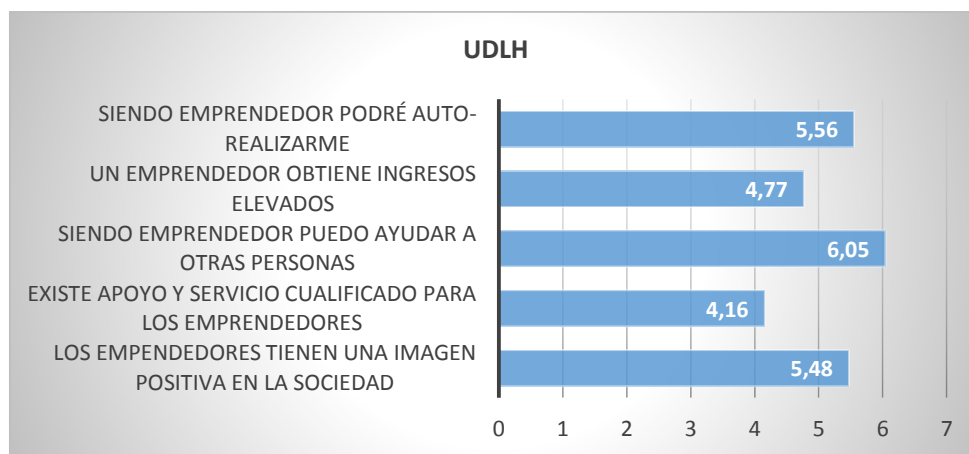


Figura 2: Principales incentivos para escoger una carrera emprendedora (UDLH)
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.2.2 Valoración del entorno universitario.

La valoración del entorno universitario de los estudiantes encuestados de la Universidad de los Hemisferios UDLH según las variables utilizadas para la investigación determina factores relevantes superiores a la media (5.2), como se puede ver, en la figura 3 los alumnos indican que su universidad proporciona los conocimientos necesarios para la creación de una nueva empresa, apoya el desarrollo de equipos multidisciplinares de

estudiantes, proveen de un ambiente que inspira el desarrollo de ideas para nuevos negocios y brinda cursos que fomentan las habilidades sociales y de liderazgo. Los factores inferiores a la media indican que la Universidad de los Hemisferios UDLH promueve activamente el proceso de fundar una nueva empresa y ofrece acceso a una red de inversionistas de nuevas empresas.

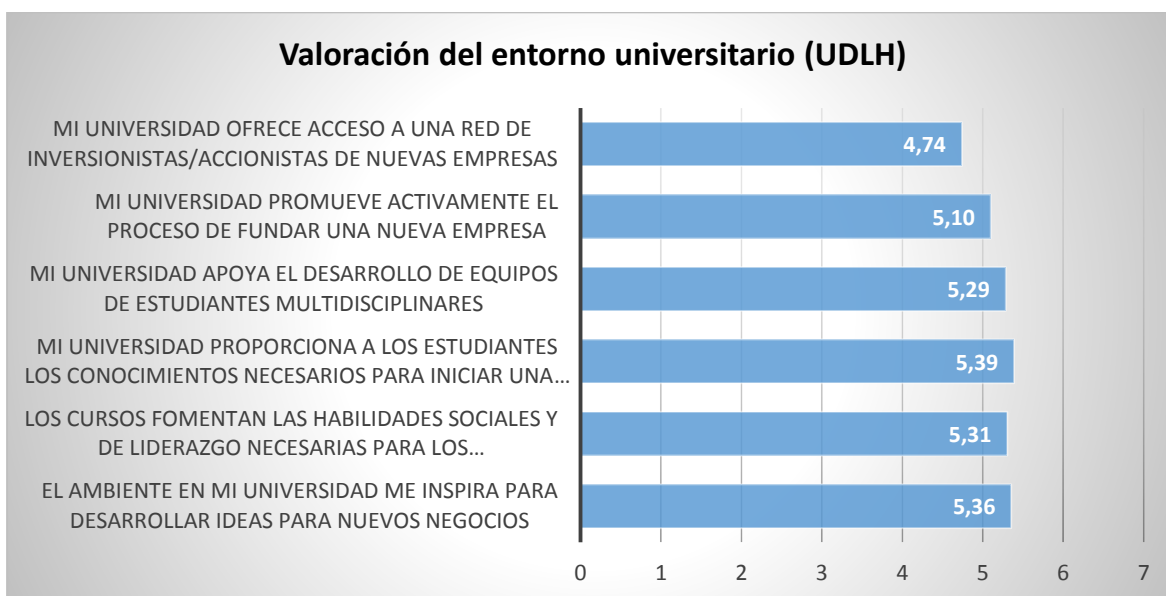


Figura 3: Valoración del entorno universitario (UDLH)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.2.3 Principales obstáculos o barreras para escoger una carrera emprendedora.

En la Universidad de los Hemisferios UDLH la media aritmética de este cuadro es 4.61, y se puede observar en la figura 4 que se consideran importantes obstáculos para el emprendimiento los que se encuentran por encima de la media en cuanto a conseguir financiación, la responsabilidad que significa ser emprendedor, las cargas fiscales, trámites burocráticos, y la percepción de que los emprendedores obtienen ingresos esporádicos. Por debajo de la media, los estudiantes de esta universidad consideran que les hace falta buenas ideas de negocio, desconocen los sectores de desarrollo, sienten que necesitan formación empresarial suficiente, y consideran los emprendedores trabajan demasiadas horas.

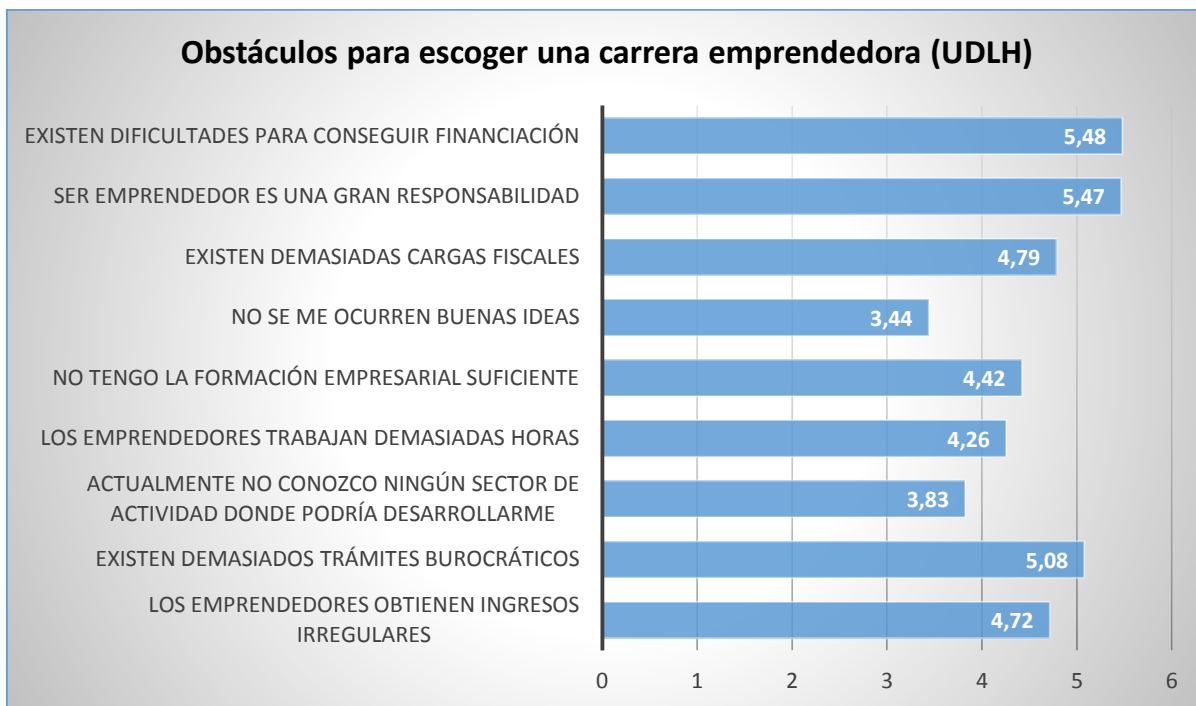


Figura 4: Obstáculos para escoger una carrera emprendedora (UDLH)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.2.4 Análisis de la actitud personal hacia el emprendimiento

En el caso de la Universidad de los Hemisferios UDLH (Figura 5) con una media aritmética de 5.48 analizamos los valores de variables que se encuentran por encima de la media, que indican que, ser emprendedor supondría una gran satisfacción personal, con los recursos y oportunidades estuvieran encantados de crear una empresa, y las variables que se encuentran por debajo de la media: entre las distintas opciones preferiría ser un emprendedor, resulta atractiva una carrera como emprendedor, ser un buen emprendedor implica más ventajas que desventajas personales.

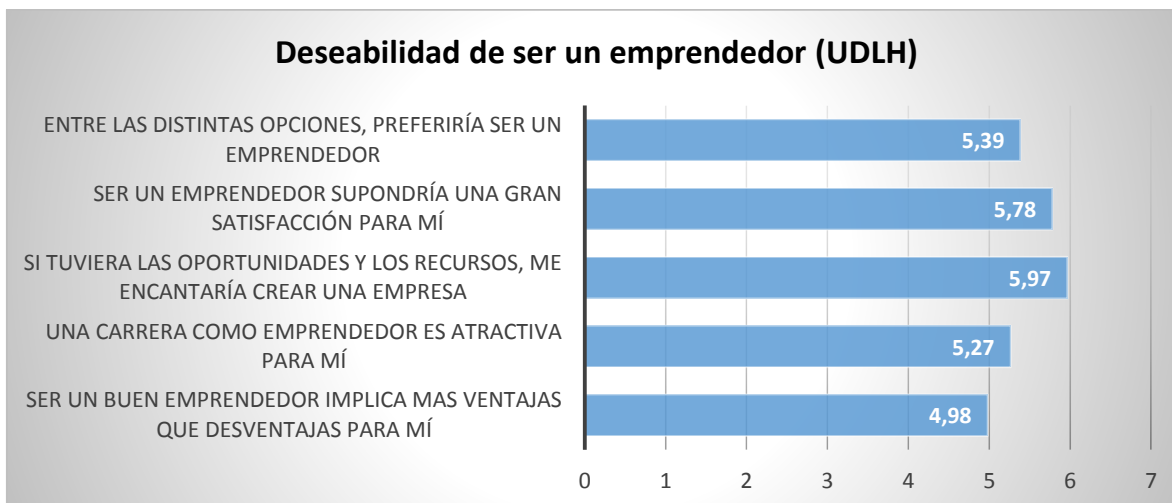


Figura 5: Valoración personal sobre la deseabilidad de ser un emprendedor (UDLH)

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016

Elaboración: Inés María Segovia G.

Los estudiantes de la Universidad de los Hemisferios UDLH que tienen una actitud positiva hacia el emprendimiento y se sienten atraídos por hacer una carrera como emprendedores, prefiriendo crear una empresa aprovechando oportunidades y recursos, como se puede observar en la figura 6 los estudiantes que se preparan para titulaciones como Administración de Empresas son los más interesados en tomar esta opción.

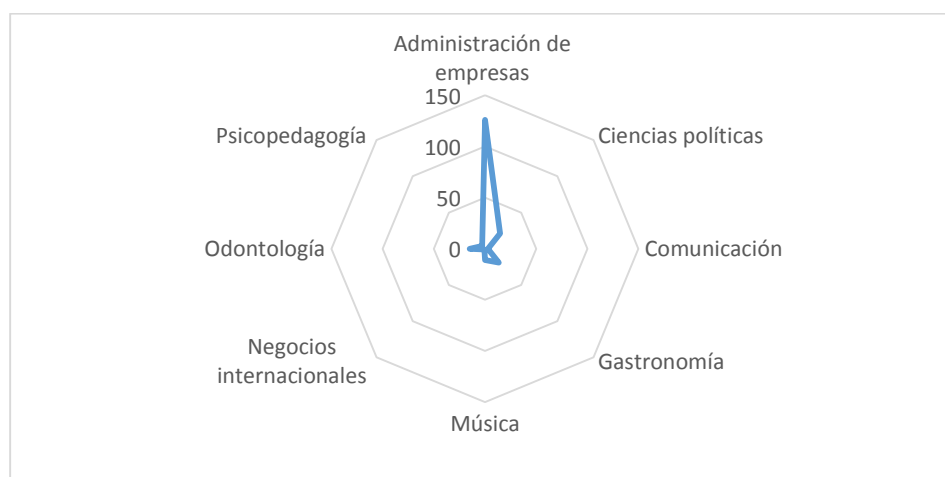


Figura 6: Carreras más interesadas en el emprendimiento de la UDLH

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016

Elaboración: Inés María Segovia G.

Al analizar la intención de ser un emprendedor, en el caso de la Universidad de los Hemisferios UDLH, se muestra una media aritmética de 5.48 como se puede ver en la figura 7 los valores superiores a esta media corresponden a las variables: Elegir el autoempleo o ser propietario – gestor de un negocio o trabajar en su propia empresa es una preferencia en contraste con la opción de ser un asalariado en alguna empresa, tienen la intención de empezar una empresa en algún momento, ha pensado seriamente en iniciar una empresa y está decidido a emprender. Los valores inferiores a la media corresponden a las variables que indican que pretenden construir una empresa a los 5 años siguientes a la graduación, consideran que su objetivo personal es convertirse en emprendedor, y estar preparado para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor.

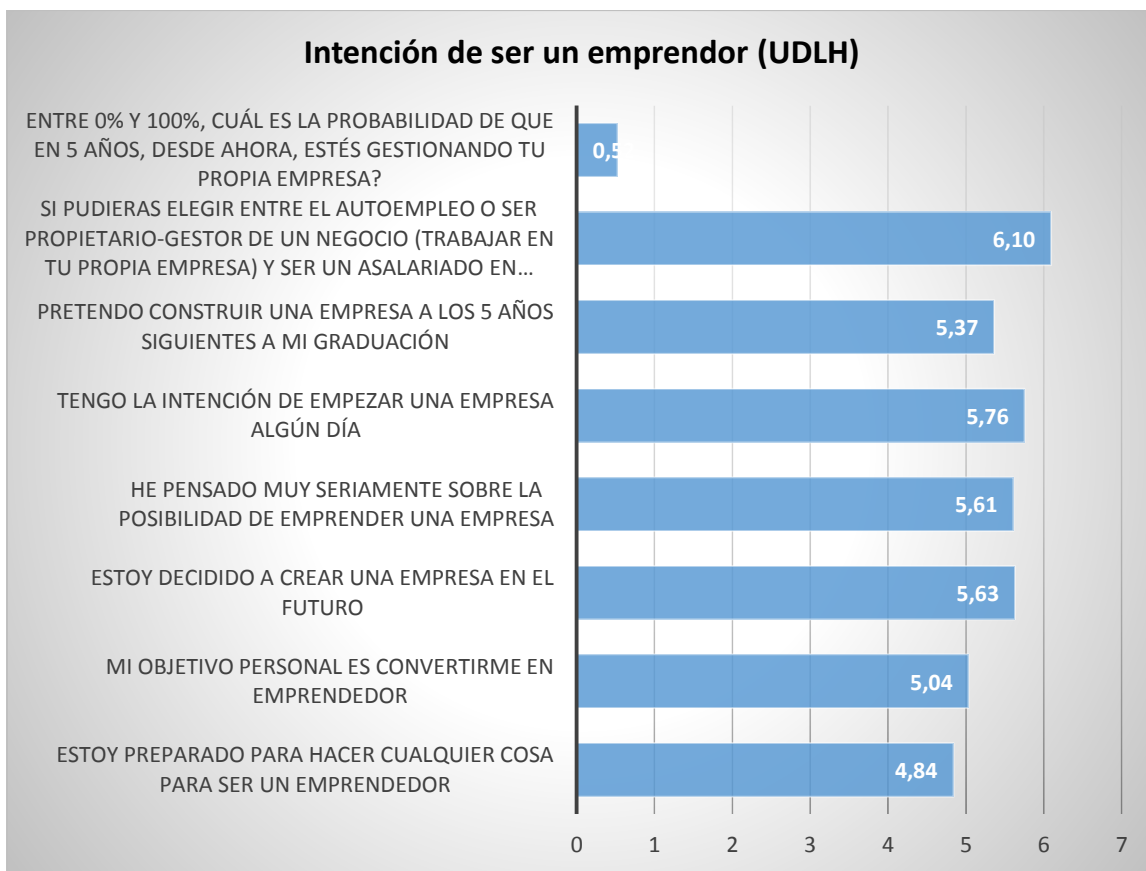


Figura 7: Intención de ser un emprendedor (UDLH)
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.2.5 Rasgos personales y competencias

El objeto de este análisis pretende descifrar la respuesta de la intención de emprender con los rasgos personales de cada individuo. Los análisis realizados evidencian que los atributos individuales de los estudiantes de la Universidad de los Hemisferios UDLH en cuanto a su creatividad según el cuadro de la figura 8 presentan una media aritmética de 5.59, por lo que las variables que se encuentran sobre la media afirman que tienen facilidad para generar ideas nuevas y originales, les entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales, por otra parte se puede observar que entre las variables inferiores a la media se encuentran: la facilidad para encontrar soluciones al mismo problema, enfocarse en posibilidades creativas de solución, gusto de encontrar nuevas maneras de ver las cosas en vez de guiarse por las ideas creativas.

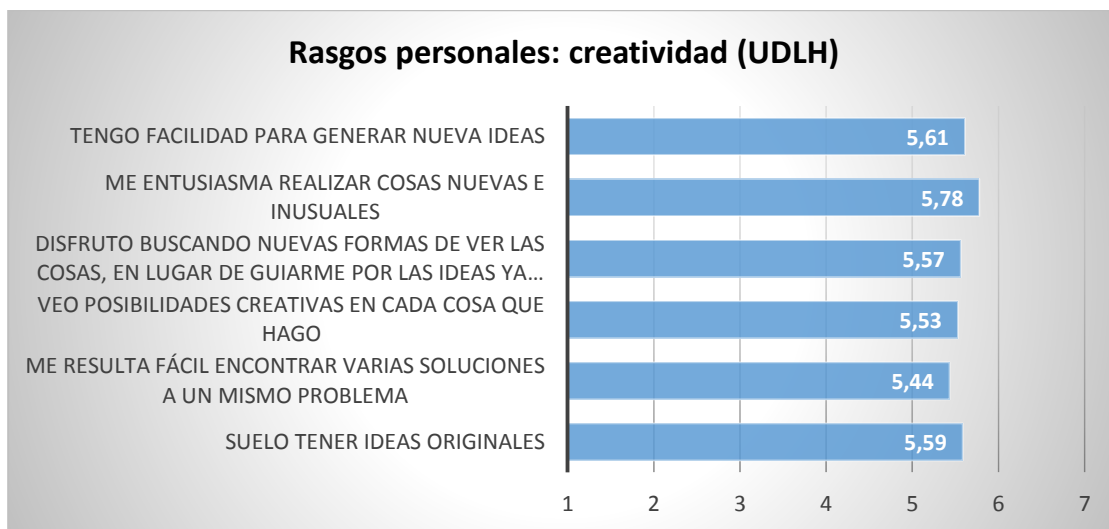


Figura 8: Creatividad (UDLH)

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016

Elaboración: Inés María Segovia G.

Las variables de este análisis que pretende conocer la aversión al riesgo en el caso de la Universidad de los Hemisferios UDLH tiene una medida de tendencia central de 4.63, la misma que se puede observar en la figura 9, según la muestra tomada los valores que se encuentran por encima de la media indican que los estudiantes son cautelosos con los planes, siempre toman decisiones con prudencia y precisión, y piensan en las consecuencias desfavorables de sus actos, por otro lado las variables que se encuentran

por debajo de la media corresponden a las variables que indican que no se ponen metas pequeñas para alcanzarlas sin dificultad, no precisamente prefieren una opción segura porque prefieren arriesgar, no sienten antipatía por las decisiones arriesgadas.

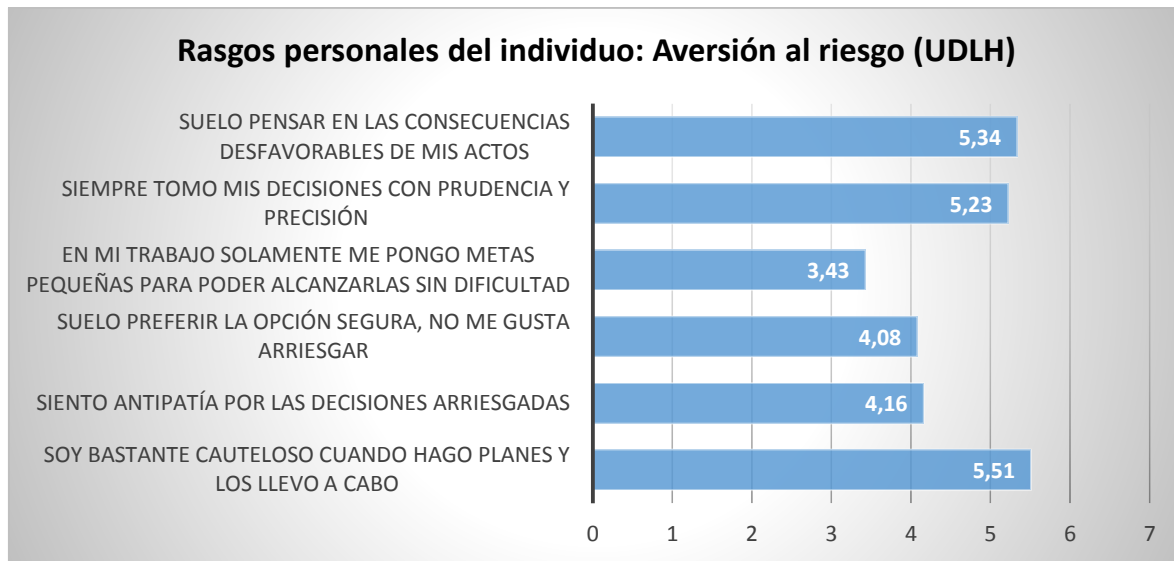


Figura 9: Aversión al riesgo (UDLH)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

Los rasgos de personalidad influyen en los puntos de vista de los individuos y afectan a la manera en que estos interactúan con el entorno, en cuanto a la escala de locus de control presentada en los siguientes gráficos se examinarán las variables de este bloque de preguntas. Según los datos obtenidos y representados en la figura 10 los estudiantes de la Universidad de los Hemisferios UDLH presentan resultados con una media aritmética de 5.61 que revela que los alumnos encuestados creen que su futuro depende únicamente de sus propias decisiones, lo que les sucede es producto de la consecuencia de sus propias acciones, alcanzar el éxito es cuestión de trabajo duro, piensan que la suerte poco tiene que ver en ello por eso la mayoría de infortunios que les ocurren son por falta de capacidad, pereza o ignorancia, si se preparan bien a un examen pueden superarlo y las calificaciones que obtienen en sus asignaturas dependen únicamente de sí mismos, consideran que normalmente la gente se toma en serio lo que dicen, saben admitir las críticas y procuran aprender de ellas, y, cuando intentan influir en la decisión de una persona parten en primer lugar de las necesidades de estas personas y tratan de responder a estas necesidades en lugar de intentar convencerlas de que hagan lo que ellos dicen, y por último la variable que cuestiona si cuando le urge un conflicto con otra persona trata de negociar para que ambas

partes salgan ganando. Por debajo de la media se encuentran las variables en las que se consulta a los participantes si tratan de mantener sus propios intereses aunque otras personas tengan distintos intereses, y si encuentran facilidad de entenderse bien con las personas que son diferentes a ellos.



Figura 10: Escala de Locus de Control (UDLH)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

Como se puede ver en la figura 11 las medidas de tendencia central de este análisis sobre la pro actividad son de 5.73 para la Universidad de los Hemisferios UDLH las variables de este bloque que se encuentran sobre la media en las respuestas de los estudiantes encuestados e indican que siempre están buscando mejores formas de hacer las cosas, les gusta defender sus propias ideas, incluso en oposición de las ideas de los demás, y les parece de lo más emocionante ver como sus ideas se convierten en realidad. Por el contrario las variables que se encuentran por debajo de la media aritmética indican que les encanta desafiar a lo tradicional, destacan identificando oportunidades, las mismas que pueden detectarlas mucho antes que otros, si creen en algo lo llevaran a cabo sin importarle las posibilidades de éxito, disfruta de enfrentarse a obstáculos y superarlos con sus propias ideas.

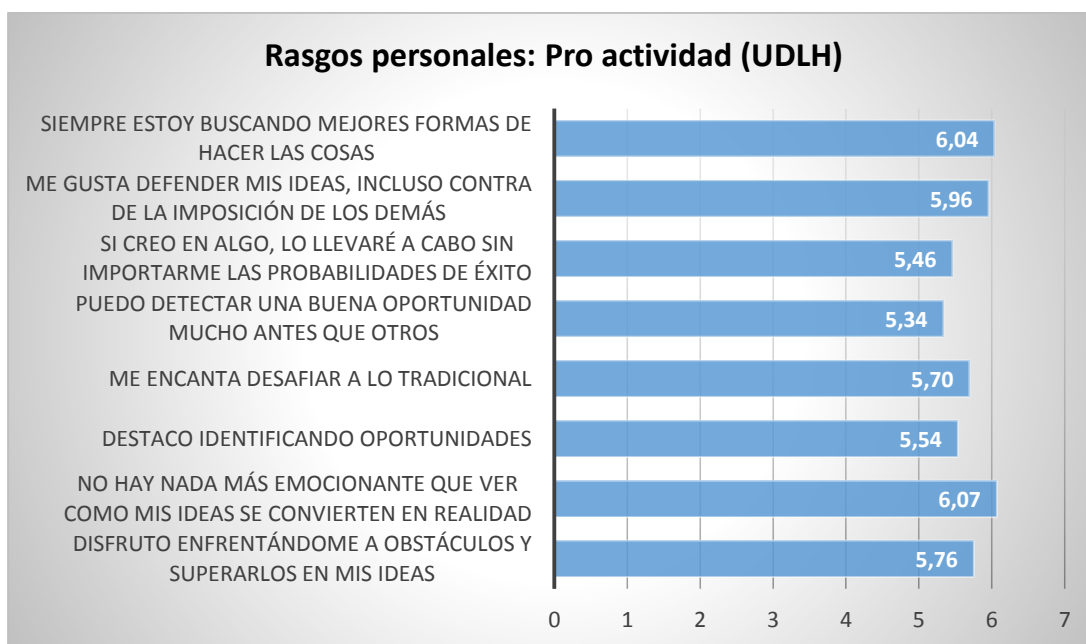


Figura 11: Pro actividad (UDLH)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.2.6 Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender

Como se puede observar en las figura 12 el resultado de la muestra tomada en la Universidad de los Hemisferios UDLH (Media: 5.46), las variables que se encuentran sobre la media aritmética indican cuanta confianza tiene el estudiante para negociar con

proveedores y clientes, inspirar, alentar y motivar a sus empleados, delegar tareas y responsabilidades a empleados y compañeros, reclutar y contratar buenos empleados, supervisar personas a su cargo, confianza para responder de forma eficiente a los problemas y las situaciones del día a día, explicar verbalmente, por escrito de forma clara y concisa su idea de negocio en términos cotidianos, la confianza tiene el estudiante para conseguir que otros se identifiquen y crean en su visión y planes para un nuevo negocio. Las variables ubicadas bajo la media aritmética indican cuanta confianza tiene el estudiante encuestado para estimar la demanda, determinar un precio competitivo, diseñar una campaña de marketing o publicidad efectiva para un nuevo producto o servicio, estimar la cantidad de fondos necesarios para la puesta en marcha de su negocio, crear una red, es decir hacer contactos e intercambiar información con otros, evaluar los costes que supone mantener su negocio, leer e interpretar los estados financieros, captar y administrar los activos financieros de su negocio, estimar las necesidades de financiación de su negocio.

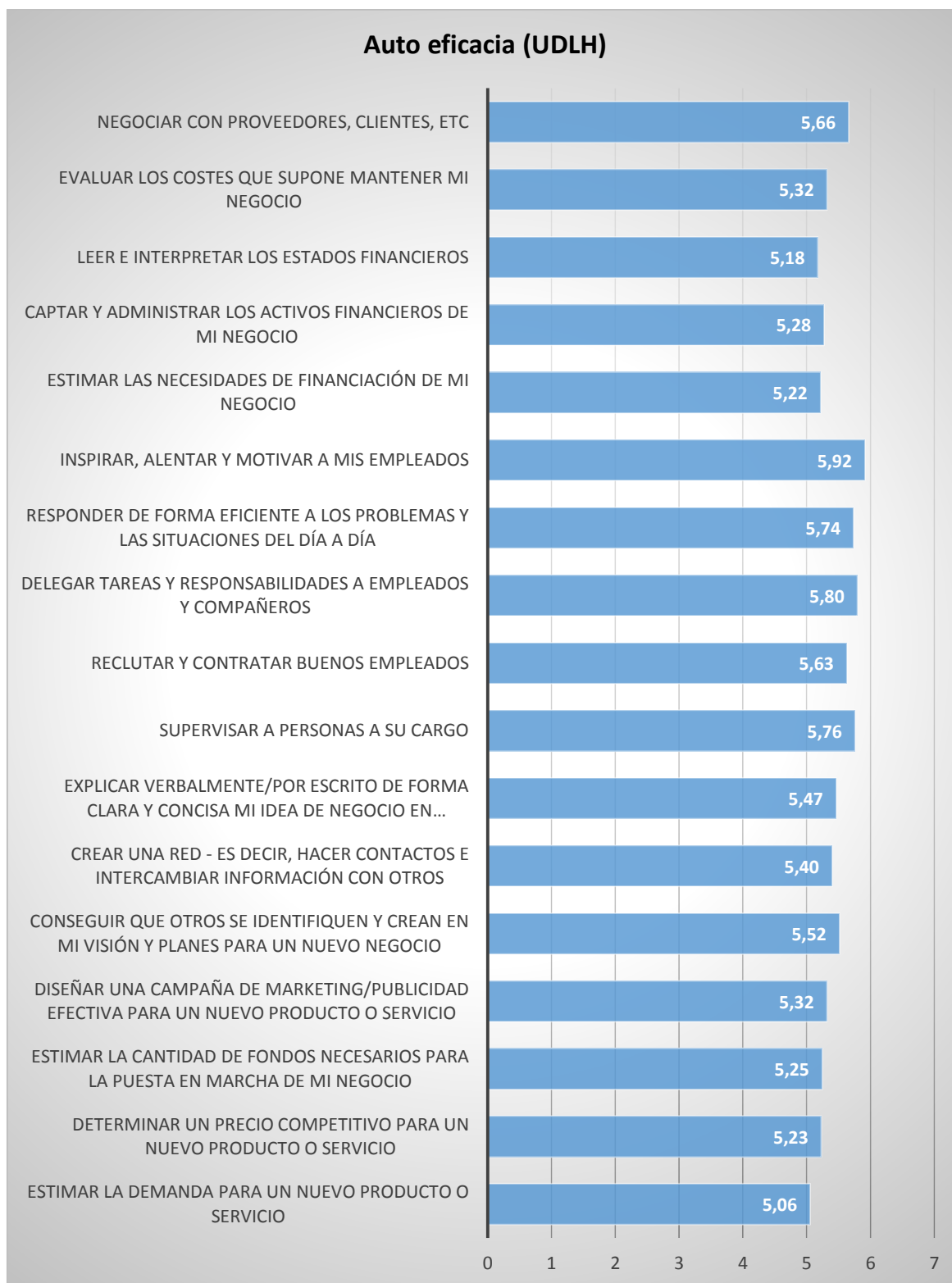


Figura 12: Autoeficacia (UDLH)

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016

Elaboración: Inés María Segovia G.

En el siguiente bloque se evalúa la inteligencia emocional de los estudiantes encuestados de la Universidad de los Hemisferios UDLH (Media 5.35) datos que se describen en la figura 13 mostrando los valores de las variables que se encuentran sobre la media, y que indican que cuando asumen tareas se motivan imaginando excelentes resultados, sienten que controlan sus emociones y tienen muy claros sus sentimientos. Por el contrario las variables que se encuentran debajo de la media describen que los estudiantes encuestados manifiestan que cuando se sienten tristes no tienen mucha energía, y que no son conscientes de la razón por la que cambian sus sentimientos.

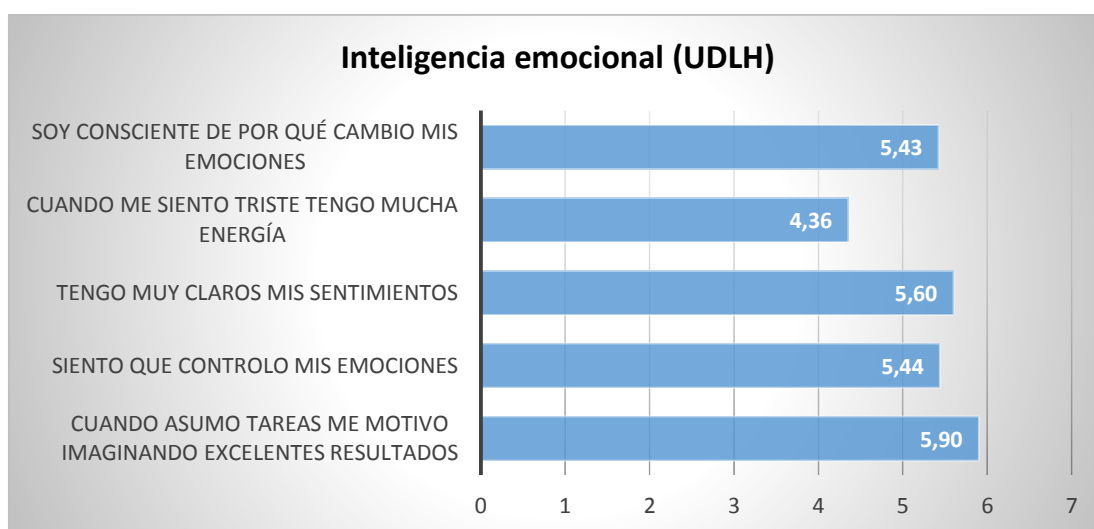


Figura 13: Inteligencia emocional (UDLH).
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.2.7 Percepción de las condiciones del entorno

La figura 14 que describe la percepción de las condiciones del entorno social más cercano de la Universidad de los Hemisferios UDLH (Media 5.55) indica los valores de la variable superior a la media manifiesta que los familiares más cercanos piensan que debería luchar por ser un emprendedor, y las variables cuyos resultados se encuentran por debajo de la media indican que los amigos más cercanos y la gente que es importante para ellos piensan que debería luchar por ser emprendedor.

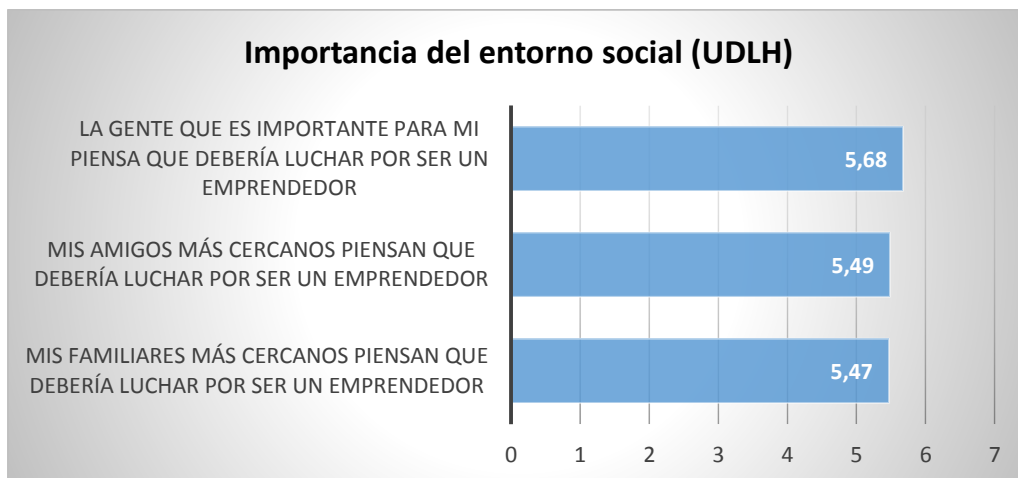


Figura 14: Importancia del entorno social más cercano (UDLH)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

Los valores de las variables que se muestran en la figura 15 con respecto a la importancia de la opinión de su entorno social más cercano para los estudiantes de la Universidad de los Hemisferios UDLH (Media 5.16) indican que les importa mucho lo que piensan sobre su decisión a los miembros más cercanos de su familia y la gente más importante para ellos por el contrario la variable que se encuentra inferior a la media indica que les importa menos lo que los amigos más cercanos piensan sobre sus decisiones.

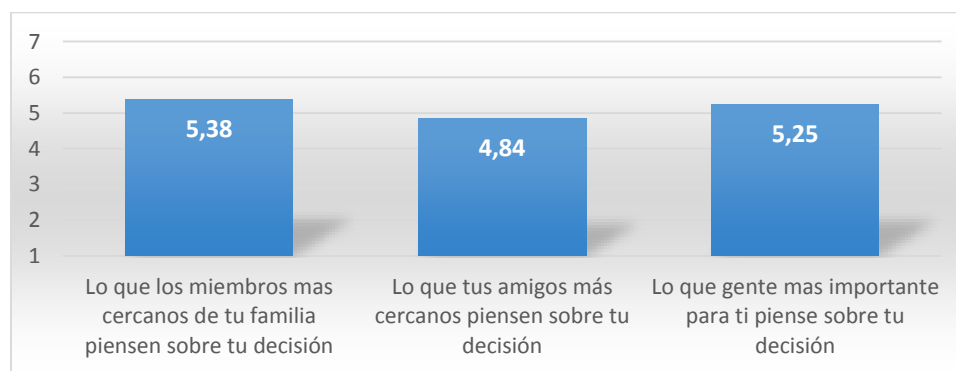


Figura 15: Influencia del entorno cercano (UDLH)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.3 Análisis de la información recopilada de la Universidad de las Fuerzas Armadas

Como se puede observar en la figura 16, los estudiantes que participaron en la investigación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE se inclinan por estudiar Geografía, Mecánica, Biotecnología y en menor cantidad Electrónica, Comercio exterior, Ingeniería civil, Sistemas entre otros.



Figura 16: Participación de estudiantes de la ESPE según la titulación
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.3.1 Análisis de los Factores Contextuales - Factores que incentivan a escoger una carrera emprendedora.

En el caso de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE como se observa en la figura 17 sobre los principales incentivos para escoger una carrera emprendedora se encuentran datos con valores superiores a la media 5.09 en una escala Likert 1:7 donde 1 es totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo, los estudiantes de consideran que siendo emprendedores podrán auto realizarse y ayudar a otras personas.

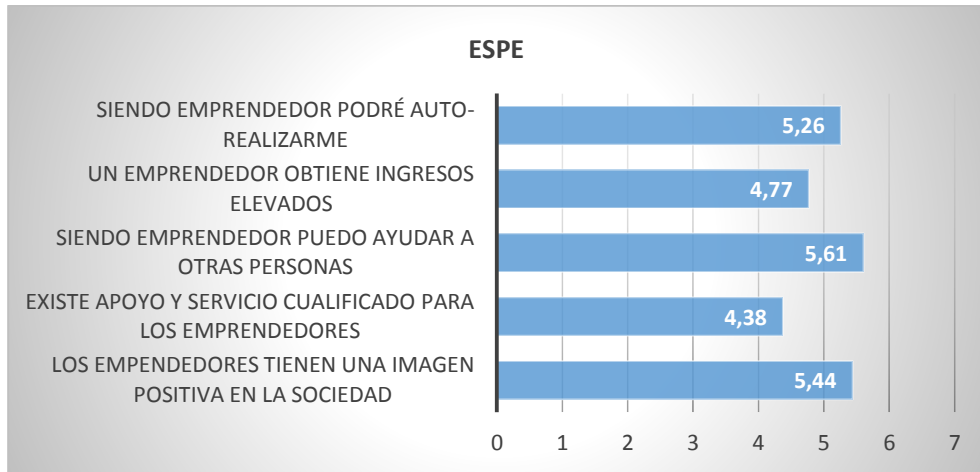


Figura 17: Principales incentivos para escoger una carrera emprendedora (ESPE)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.3.2 Valoración del entorno universitario.

En la figura 18 se observa la valoración del entorno universitario de los alumnos de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE (Media 4.72) que muestra que se dictan cursos que fomentan las habilidades sociales y de liderazgos necesarios para los emprendedores, y se apoya al desarrollo de equipos multidisciplinarios entre los estudiantes, en contraste los factores inferiores a la media se indican las variables: oferta de acceso a una red de accionistas, promoción activa a fundar empresas nuevas, el ambiente motivador para desarrollar ideas para nuevos negocios, y los conocimientos necesarios para la creación e inicio de empresas.

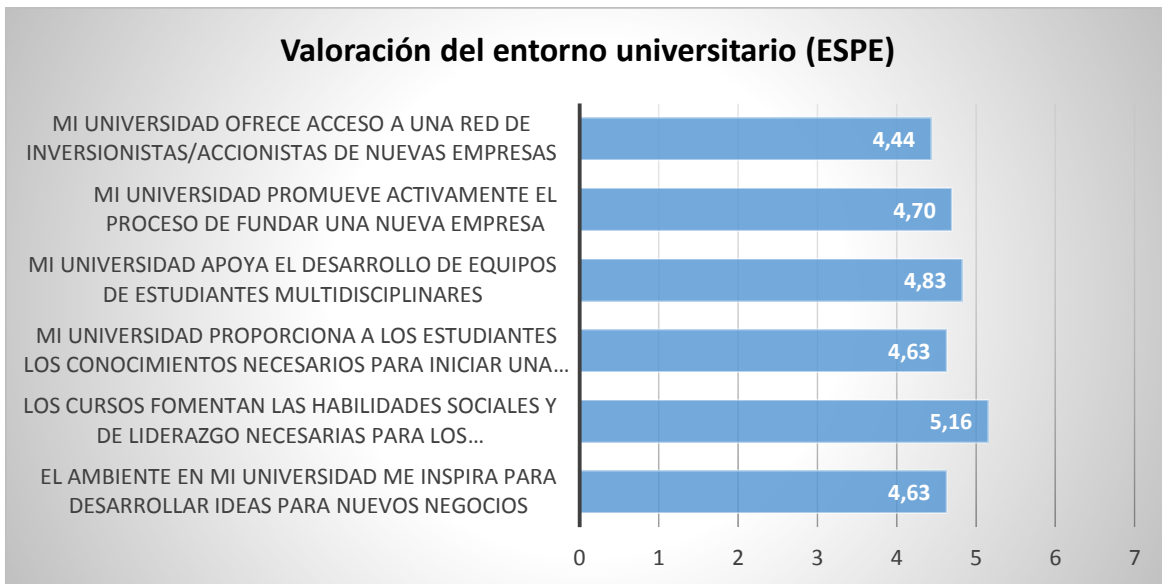


Figura 18: Valoración del entorno universitario (ESPE)
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.3.3 Principales obstáculos o barreras para escoger una carrera emprendedora.

En la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE la media aritmética expuesta en la figura 19 es de 4.81, los valores de las variables que se encuentran por encima de la media nos indican los obstáculos más importantes: existen dificultades para conseguir la financiación para su emprendimiento, consideran que ser emprendedor es una gran responsabilidad, existen demasiados trámites burocráticos, y los valores que se encuentran por debajo de la media corresponden a las variables que indican que existen demasiadas cargas fiscales, falta de creatividad para tener buenas ideas, sienten que no tienen la suficiente formación empresarial, el trabajo del emprendedor demanda muchas horas, desconocimiento del sector de actividades donde se podrían realizar emprendimientos, y la percepción de que los emprendedores no tienen ingresos regulares.

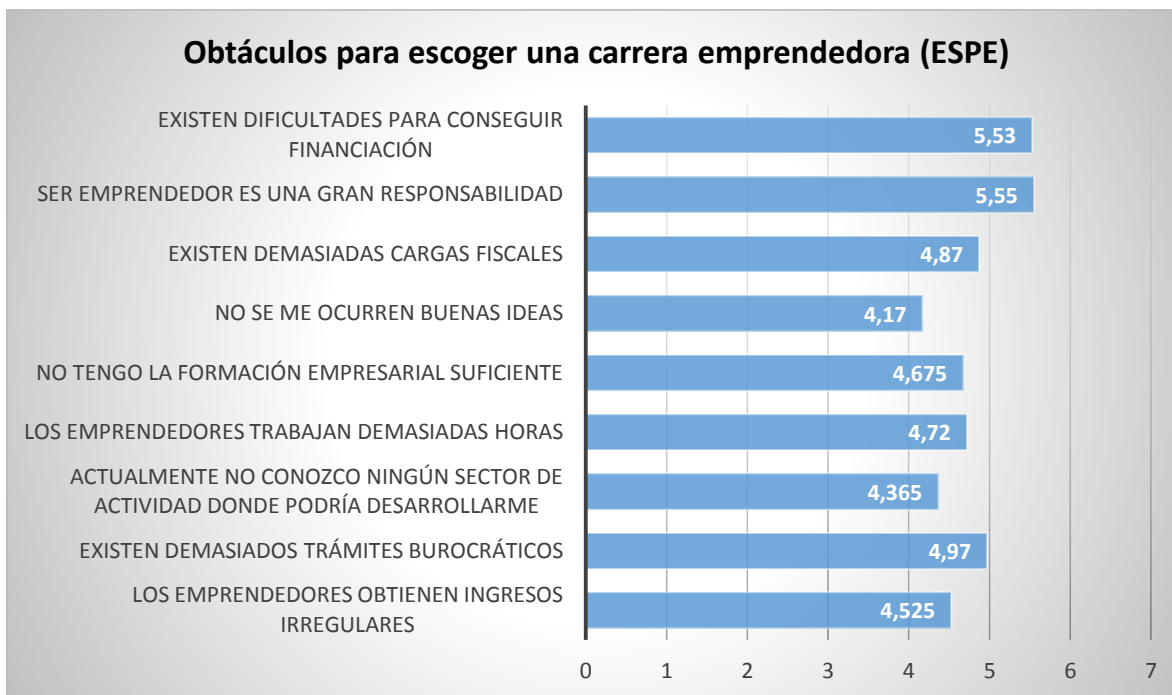


Figura 19: Obstáculos para escoger una carrera emprendedora (ESPE)

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016

Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.3.4 Análisis de la actitud personal hacia el emprendimiento

Según la figura 20, los datos de la muestra de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE nos indican una media aritmética de 5.2 y las variables que se encuentran sobre la media son: Preferiría ser un emprendedor entre las distintas opciones, ser un emprendedor supondría gran satisfacción personal, les encantaría crear una empresa si tuviera recursos y oportunidades., en contraste los valores inferiores a la media aritmética indican que una carrera como emprendedor es atractiva, y considera que ser un buen emprendedor implica más ventajas que desventajas.

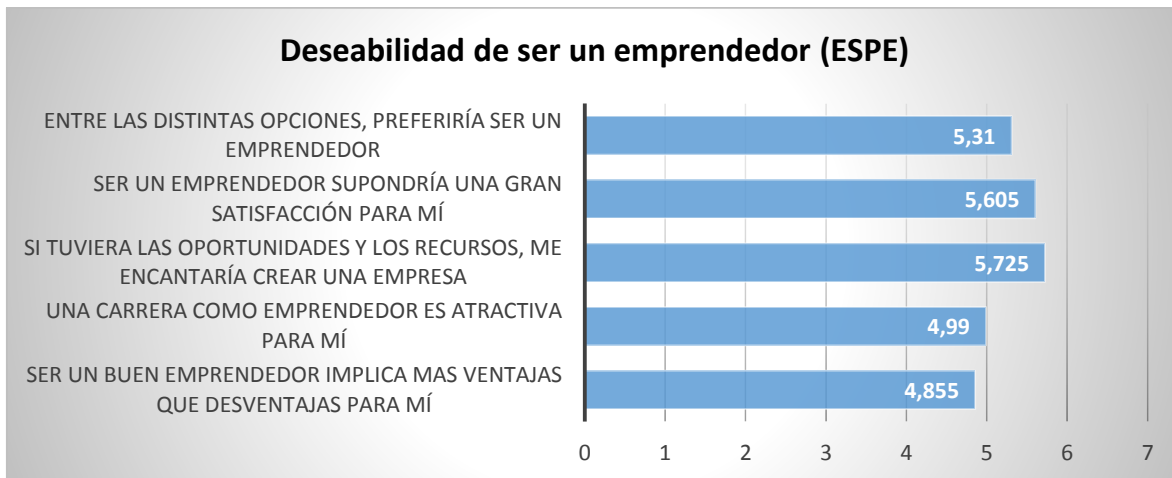


Figura 20: Valoración personal sobre la deseabilidad de ser un emprendedor (ESPE)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

Los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE que estudian para las diferentes carreras se encuentran motivados a escoger el emprendimiento como una opción para el trabajo posterior a su preparación universitaria, como se puede observar en la figura 21, aquellos que estudian Geografía son los más motivados al respecto, casi a la par con los alumnos que cursan sus estudios de Mecánica.

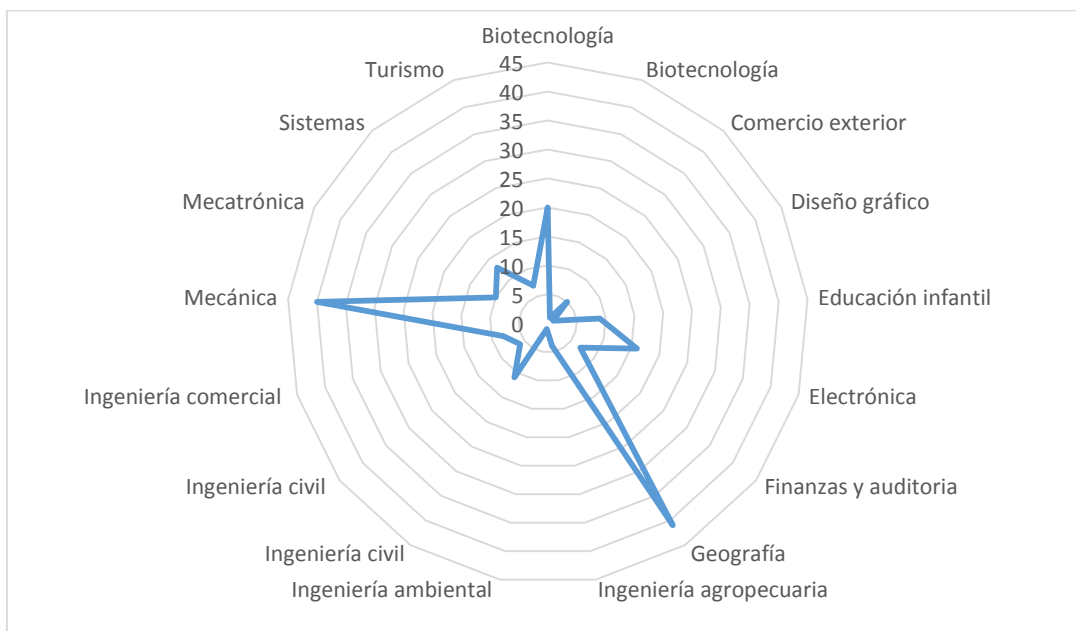


Figura 21: Carreras más interesadas en el emprendimiento de la ESPE
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

En el caso de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE se observa una media de 5.35 según la figura 22, las variables que corresponden a los valores superiores a la media que nos indican la intención de ser emprendedor de los estudiantes encuestados son: prefieren el autoempleo que trabajar en relación de dependencia con un salario fijo, tienen la intención de empezar una empresa algún día, han pensado seriamente en la posibilidad de emprender, se encuentran decididos a crear una empresa en el futuro; las variables inferiores a la media indican estar preparados para hacer cualquier cosa para ser emprendedores, tienen como su objetivo personal ser emprendedores, pretenden construir una empresa en los siguientes cinco años después de terminar sus estudios universitarios.

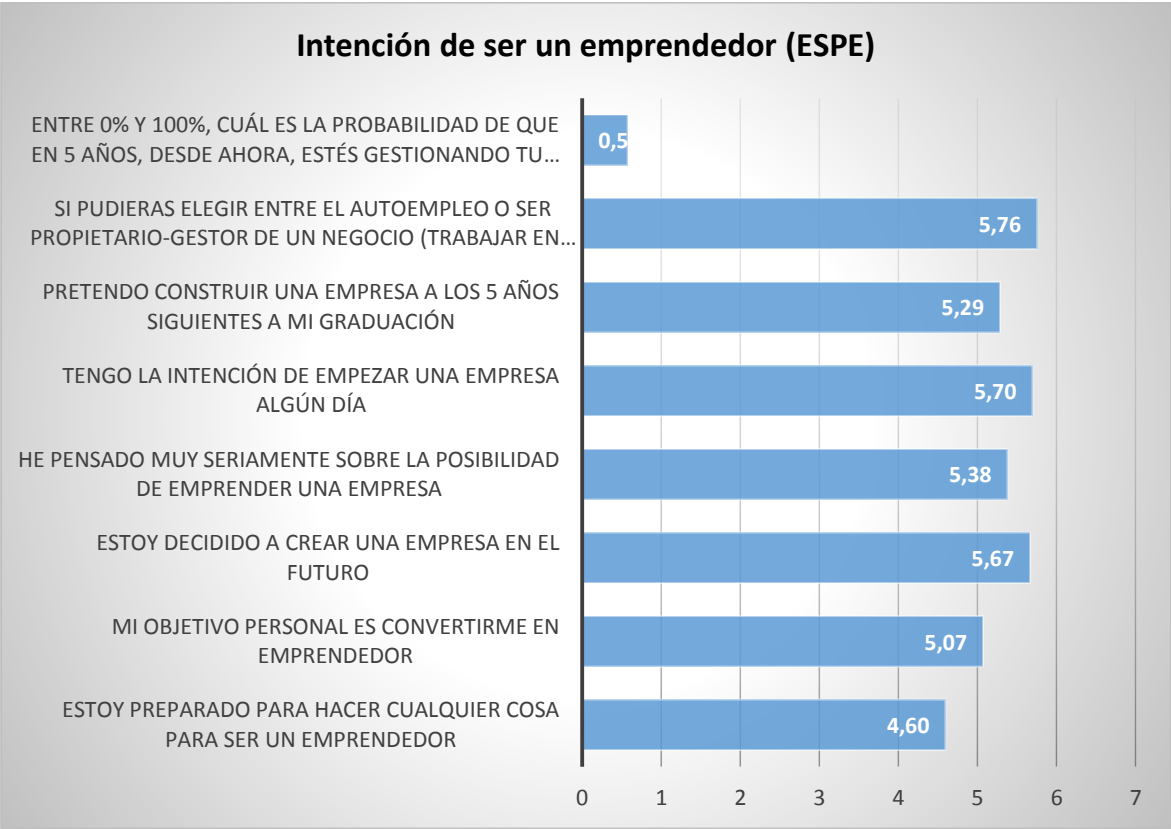


Figura 22: Intención de ser un emprendedor (ESPE)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.3.5 Rasgos personales y competencias

Centrados en la comparación de rasgos personales y competencias, los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, según el gráfico 23 se analizan los datos según la media aritmética que se registra de 5.2, y que indica que los estudiantes de esta universidad sienten entusiasmo por realizar cosas nuevas e inusuales, y todas las demás variables de esta figura se encuentran por debajo de la media lo que indica que este grupo de estudiantes tienen menor interés en encontrar ideas originales y encontrar posibilidades creativas para solucionar problemas.

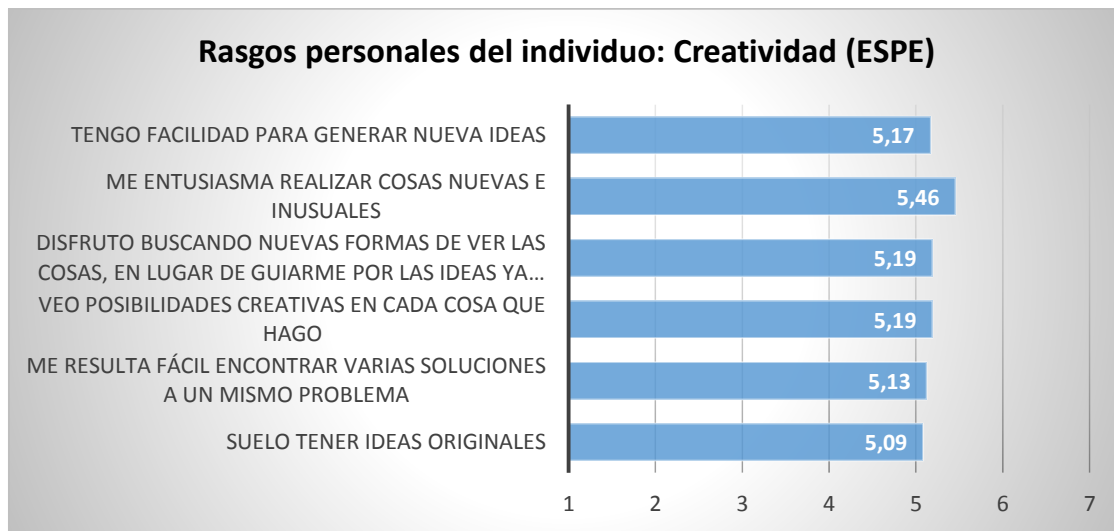


Figura 23: Creatividad (ESPE)

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016

Elaboración: Inés María Segovia G.

Según la muestra tomada en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE como se puede observar en la figura 24, los valores que se encuentran por encima de las medias indican que los estudiantes son cautelosos con los planes, siempre toman decisiones con prudencia y precisión, y piensan en las consecuencias desfavorables de sus actos, por otro lado se encuentran por debajo de la media las variables que muestran que los estudiantes no se ponen metas pequeñas para alcanzarlas sin dificultad, no precisamente prefieren una opción segura porque prefieren arriesgar, y no sienten antipatía por las decisiones arriesgadas.

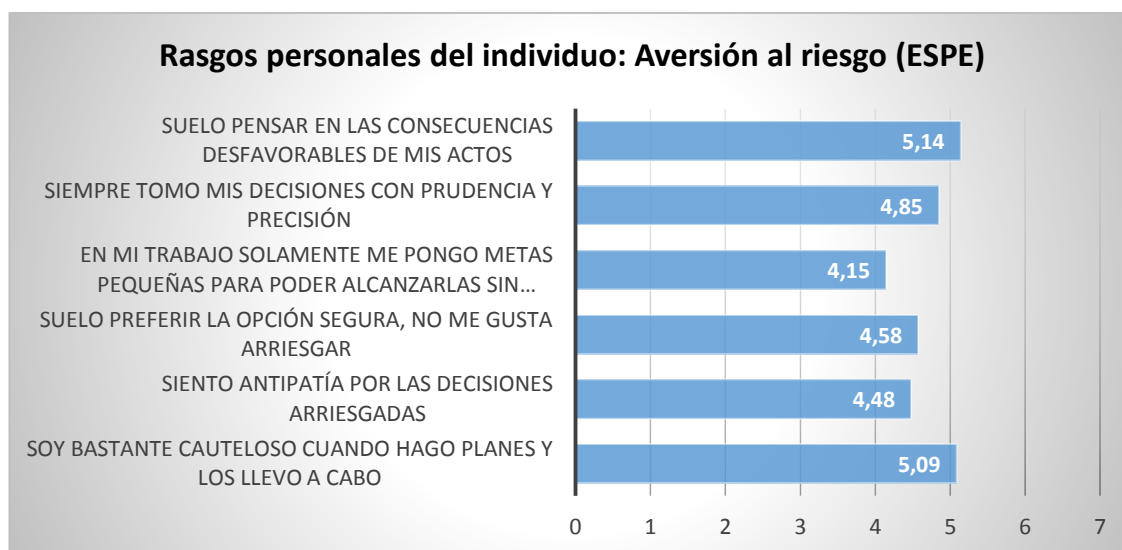


Figura 24: Aversión al riesgo (ESPE)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

En la figura 25, los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE presentan resultados con una media aritmética de 5.30, lo que demuestra que los alumnos encuestados tienen sus puntos de vista con la misma tendencia que la Universidad de los Hemisferios UDLH con respecto a las siguientes variables: piensan que alcanzar el éxito es cuestión de trabajo duro, entienden que su futuro depende únicamente de sus propias decisiones, lo que les ocurre es producto de la consecuencia de sus acciones, y los infortunios provocados nada tienen que ver con la suerte, saben que si se preparan bien a un examen pueden superarlo y las calificaciones que obtienen en sus asignaturas dependen únicamente de ellos mismos.

Las variables que consultan si el estudiante se entiende fácilmente con las personas por muy diferentes que sean, consideran que la gente se toma con seriedad sus ideas, reciben críticas de buena manera y procuran aprender de ellas, y, cuando intentan influir en la decisión de una persona se interesan primordialmente de las necesidades de estas personas y tratan de responder a estas necesidades, tratan de mantener sus propios intereses aunque otras personas tengan intereses distintos, se encuentran por debajo de la media aritmética.



Figura 25: Escala de Locus de Control (ESPE)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

Las variables de este bloque que se encuentran sobre la media (5.32) en las respuestas de los estudiantes encuestados en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE como se puede ver en la figura 26 muestran que les gusta defender sus propias ideas incluso en oposición de las ideas de los demás, siempre están buscando mejores formas de hacer las cosas y les provoca emoción ver convertir sus ideas en realidad. Las variables que se encuentran por debajo de la media aritmética indican que no identifican las oportunidades con facilidad, no desafían a lo tradicional, no disfruta de enfrentarse a obstáculos y superarlos con sus propias ideas.

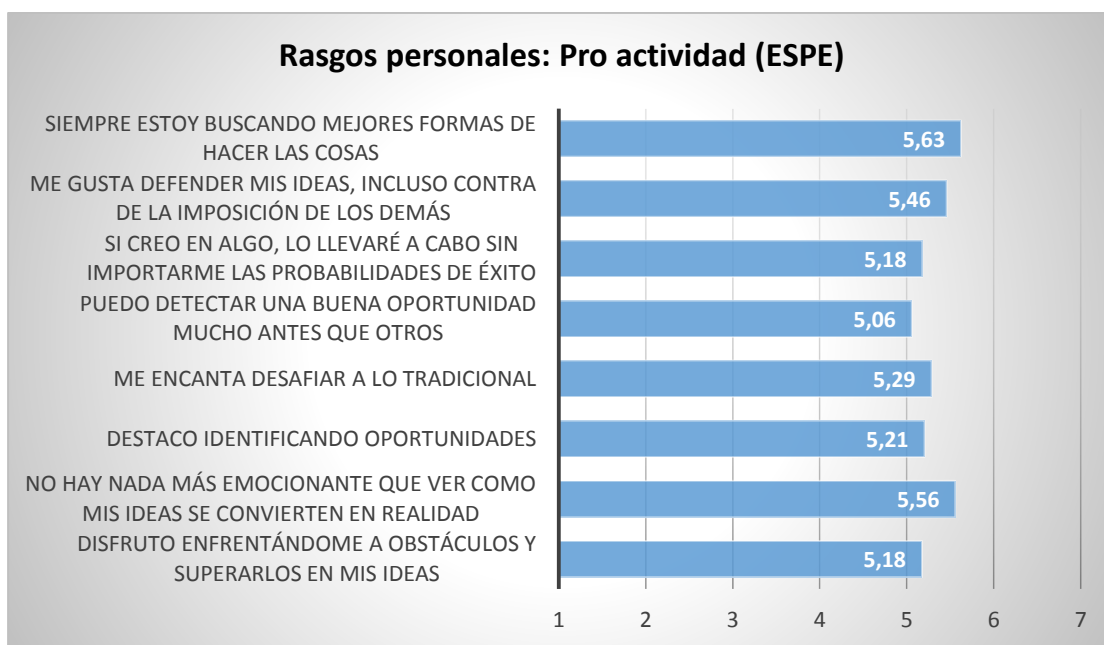


Figura 26: Pro actividad (ESPE)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.3.6 Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender

La Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE (Media 5.19) como se puede ver en la figura 27 muestra las variables que se encuentran sobre la media aritmética que indican las siguientes aseveraciones: nivel de confianza tiene el individuo para negociar con proveedores y clientes, confianza para responder de forma eficiente a los problemas y las situaciones del día a día, inspirar, alentar y motivar a sus empleados, delegar tareas y responsabilidades a empleados y compañeros, reclutar y contratar buenos empleados, supervisar personas a su cargo, explicar verbalmente por escrito de forma clara y concisa su idea de negocio en términos habituales. Bajo la media aritmética se encuentran las variables la falta de confianza tiene el estudiante encuestado para estimar la demanda, determinar un precio competitivo, diseñar una campaña de marketing o publicidad efectiva para un nuevo producto o servicio, estimar la cantidad de fondos necesarios para la puesta en marcha de su negocio, evaluar los costes que supone mantener su negocio, crear una red de contactos e intercambiar información con otros, descifrar los estados financieros,

captar y administrar los activos financieros, identificar las necesidades de financiación, y dificultades para conseguir que otros se identifiquen y crean en su visión y planes para un nuevo negocio.

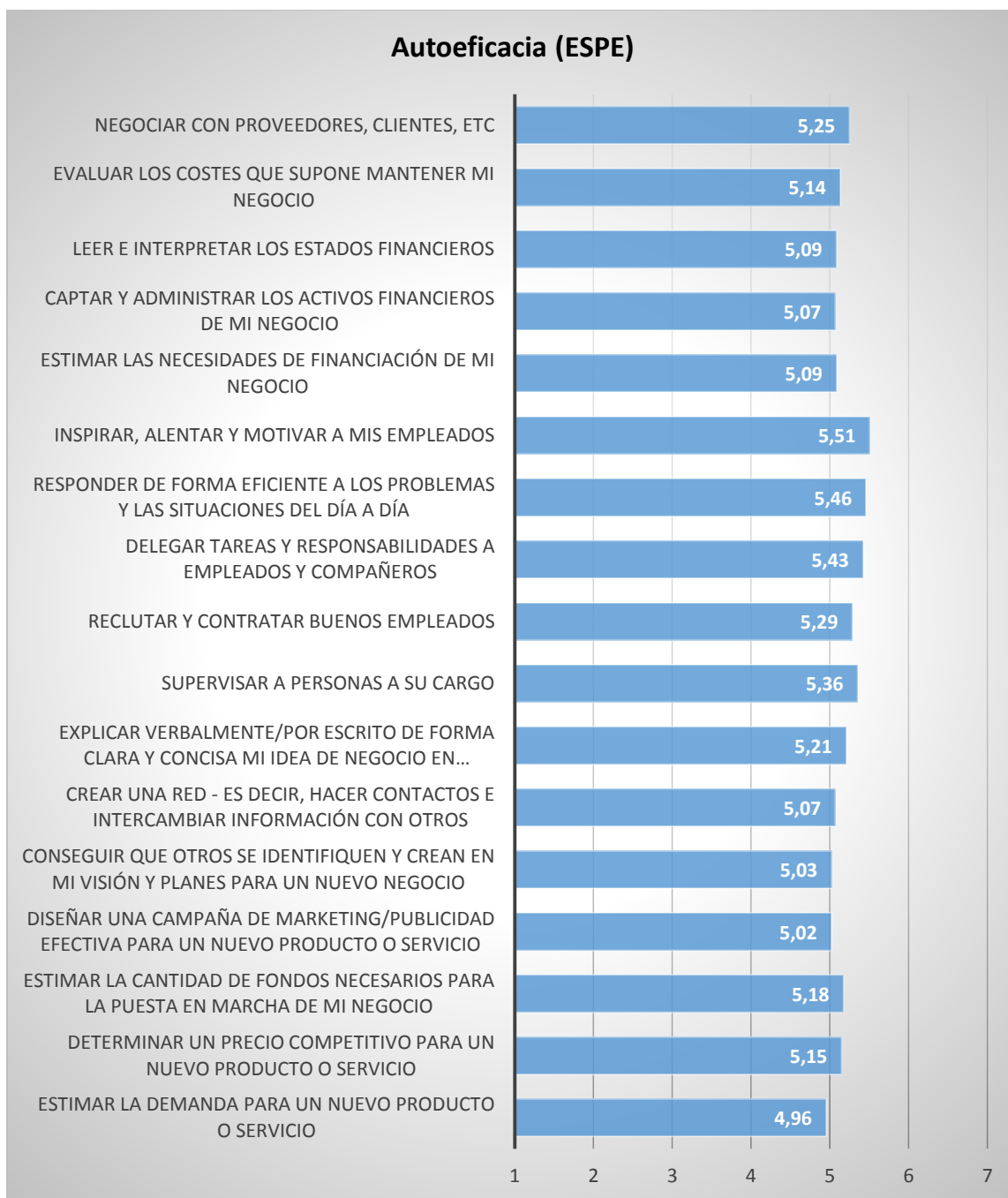


Figura 27: Autoeficacia (ESPE)

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016

Elaboración: Inés María Segovia G.

La inteligencia emocional de los estudiantes encuestados de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE (5.19), evaluada en este bloque como se describe en la figura 28 se encuentran sobre la media aritmética los valores de las variables que se motivan al asumir tareas imaginando excelentes resultados, controlan sus emociones, tienen claros sus sentimientos, de tal manera que son conscientes de las razones por las que cambian sus emociones. Por debajo de la media se encuentra la variable que indica que cuando están tristes no tienen mucha energía.

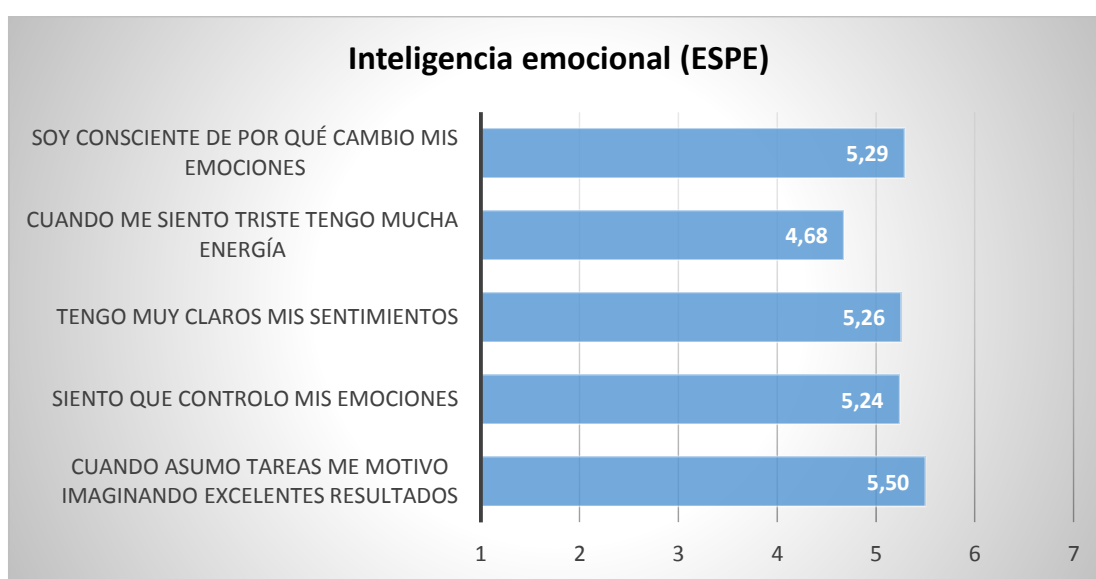


Figura 28: Inteligencia emocional (ESPE)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

2.6.3.7 Percepción de las condiciones del entorno

Como se observa en la figura 29 la importancia del medio social más cercano para los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE (Media 5.22) se ve influenciada por la gente que es importante para el estudiante, y que piensa que debería luchar por ser un emprendedor, al encontrarse bajo la media las variables que indican que los amigos y familiares no son tan influyentes en las ideas de que el estudiante fuera un emprendedor.

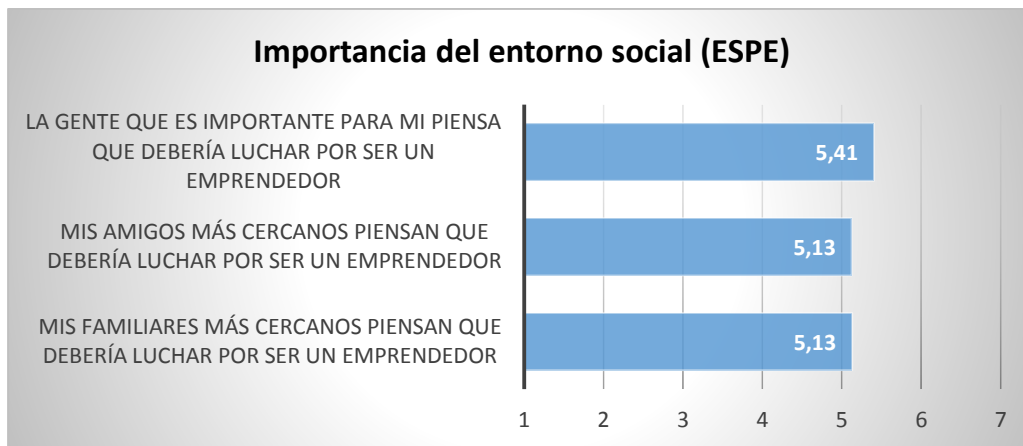


Figura 29: Importancia del entorno social más cercano (ESPE)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

Los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE (Media 4.97) de la misma manera que respondieron los encuestados de la Universidad de los Hemisferios UDLH (Figura 30) dan más importancia a la aprobación sobre sus decisiones a los miembros de su familia y la gente que consideran importante, en contraste no les interesa demasiado la opinión de los amigos más cercanos.

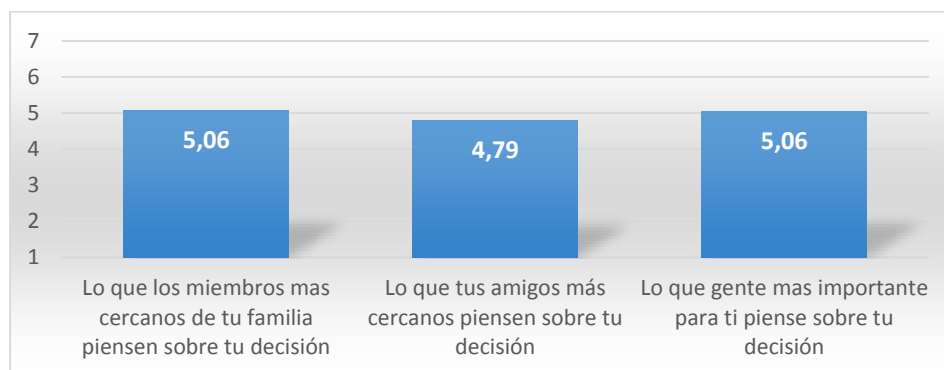


Figura 30: Influencia del entorno más cercano (ESPE)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

2.7 Comparación de resultados en ambas universidades estudiadas

El porcentaje de participación que indica la figura 31 muestra que, de los 200 estudiantes encuestados en la Universidad de los Hemisferios UDLH el 42% son mujeres y el 58% hombres, con cifras muy similares, los 200 estudiantes encuestados en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE el 40% son mujeres, y el 60% hombres. Según el GEM 2016 en el Ecuador, hombres y mujeres emprenden por igual, en los estudios realizados en los años pasados se ha visto que las proporciones de hombres y mujeres en la TEA se han venido alternando con pequeñas diferencias porcentuales. (GEM, 2016)

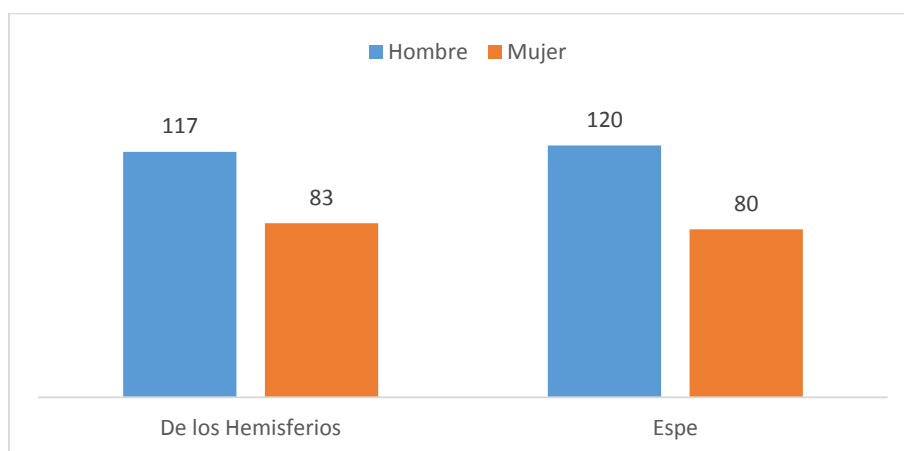


Figura 31: Participación según el género de los estudiantes
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
Elaboración: Inés María Segovia G.

Como podemos observar en la figura 32 en su mayoría, los encuestados de ambas universidades son ecuatorianos con un 98,75%, y el 1,25% de estudiantes cubanos, chilenos, venezolanos, españoles y panameños.

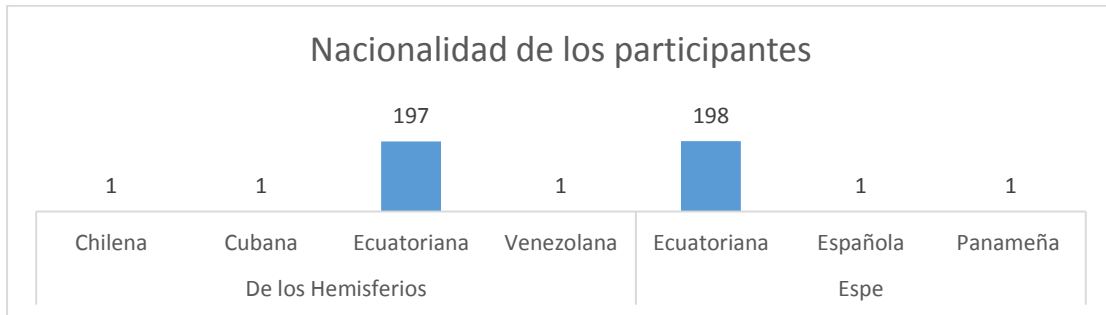


Figura 32: Participación de estudiantes por nacionalidad
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
Elaboración: Inés María Segovia G.

Se ha realizado un análisis de los factores generales que se incluyeron en las preguntas de la encuesta realizada en esta investigación a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE y Universidad de los Hemisferios UDLH, siendo en general muy parecidas las respuestas en las dos universidades se ha calculado una media aritmética de 5,2 en la escala de Likert que indica 1: Totalmente en desacuerdo y 7: Totalmente de acuerdo, como se puede observar en la figura 33 en las diferentes áreas se analizan los factores contextuales que abarcan los principales incentivos y las principales barreras influyentes para la decisión emprendedora de los estudiantes encuestados, valoración del entorno universitario, actitud personal hacia el emprendimiento, intención de ser emprendedor, rasgos personales y competencias, creatividad, aversión al riesgo, escala de Locus de Control (LC), pro actividad, análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender como la autoeficacia, inteligencia emocional, y los factores que influyen del entorno social más cercano.

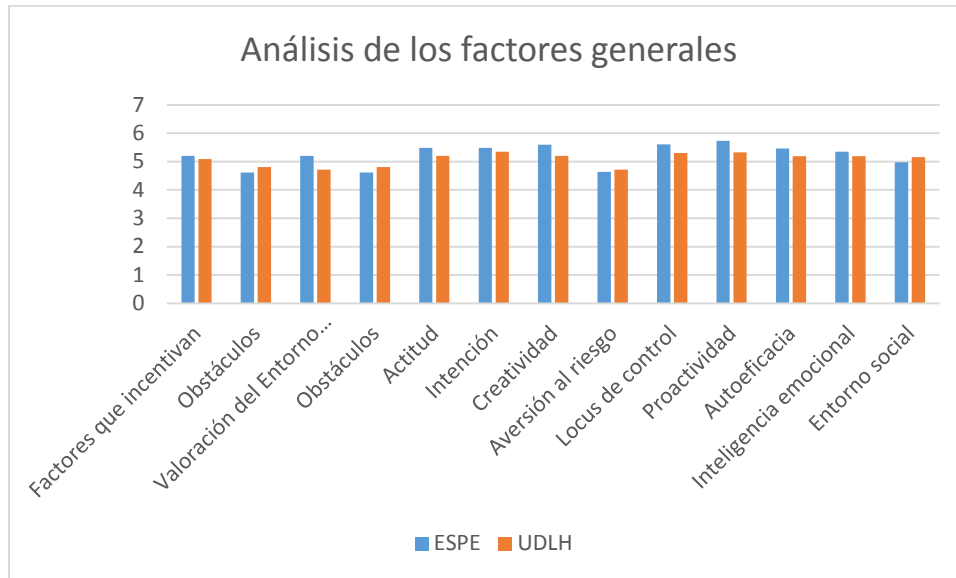


Figura 33: Análisis de factores generales
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
Elaboración: Inés María Segovia G.

Como referencia para entender la distribución de estudiantes encuestados según su género, sabemos que la actividad emprendedora temprana (TEA) y personas que han establecido negocios en el Ecuador según la investigación de intención emprendedora realizada en el año 2016 por el GEM indica que los hombres han concretado su negocio en un 52.09% y las mujeres en un 47.91%. (GEM, 2016)

Los participantes de la muestra del presente estudio han tomado cursos de emprendimiento por su cuenta, y además lo toman en las mismas instituciones, ya que en ambas universidades como parte del pensum de sus carreras deben tomar cursos de emprendimiento, además hoy en día en los colegios se recibe obligatoriamente una materia con esta temática durante los dos últimos años de bachillerato. Como se puede ver en la Figura 34, la muestra de los estudiantes de la Universidad de los Hemisferios UDLH indica que el 52% ha tomado cursos relacionados con el emprendimiento, y en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE el 36%.

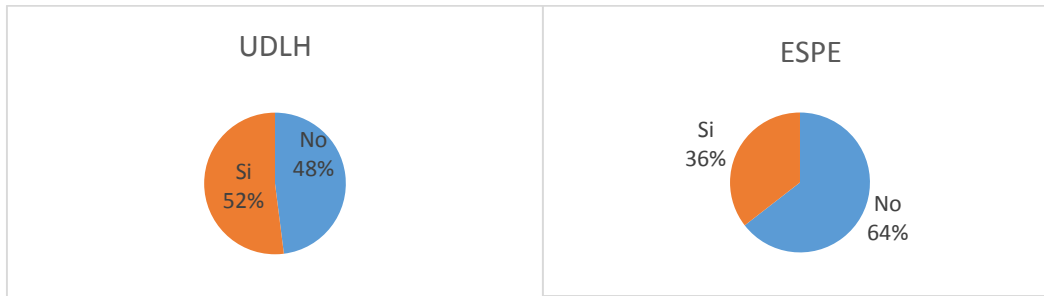


Figura 34: Estudiantes que hayan realizado alguna vez algún curso relacionado con el emprendimiento

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016

Elaboración: Inés María Segovia G.

El análisis de la influencia del entorno familiar y profesional en la intención de emprender es de vital importancia para esta investigación, para ello es necesario analizar el apoyo al estudiante por parte del entorno más cercano, se considera el carácter emprendedor de los progenitores, ya que según estudios se sabe que los alumnos con antecedentes emprendedores perciben un mayor apoyo del entorno familiar y social el momento de decidirse por convertirse en un emprendedor. (Madrid, 2013). Los estudiantes que tienen en su círculo cercano familiar a empresarios, en general ven más fácil y probable establecer una empresa propia, tienen mayor apoyo económico para llevar a cabo esta decisión a pesar de que requieren mayor aprobación de su familia y amigos. Aquellos estudiantes que no tienen empresarios en su familia prefieren trabajar en relación de dependencia y tienen mayor dificultad para emprender. (Aragón & Baixauli, 2014).

Como se puede ver en la figura 35, el 60% de los padres de estudiantes de la Universidad de los Hemisferios UDLH han sido empresarios o tienen un autoempleo, de los cuales el 31% son padres, 7% madres, y un 22% ambos padres autónomos.

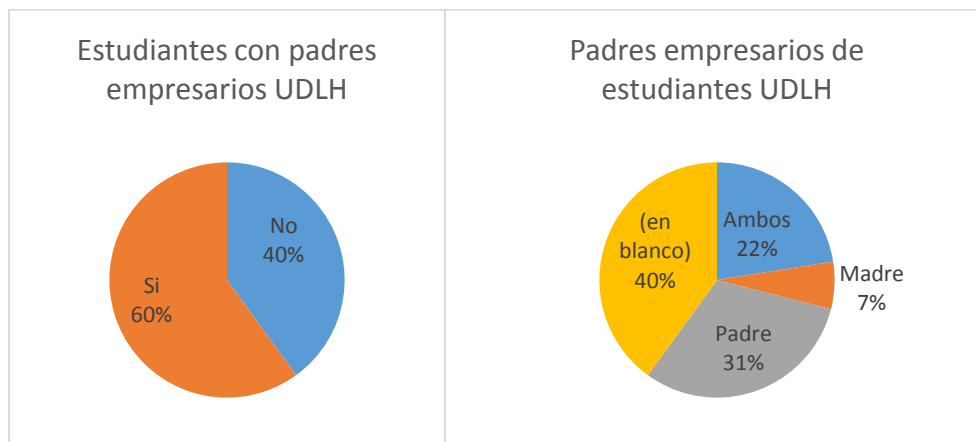


Figura 35: Estudiantes de la muestra tomada en la UDLH cuyos padres han sido o son empresarios: Padre, madre o ambos.
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
Elaboración: Inés María Segovia G.

En la figura 36 se observa que el 42% de los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE tiene padres autónomos, de los cuales 14% son padres, 11% madres y 15% ambos padres son empresarios.

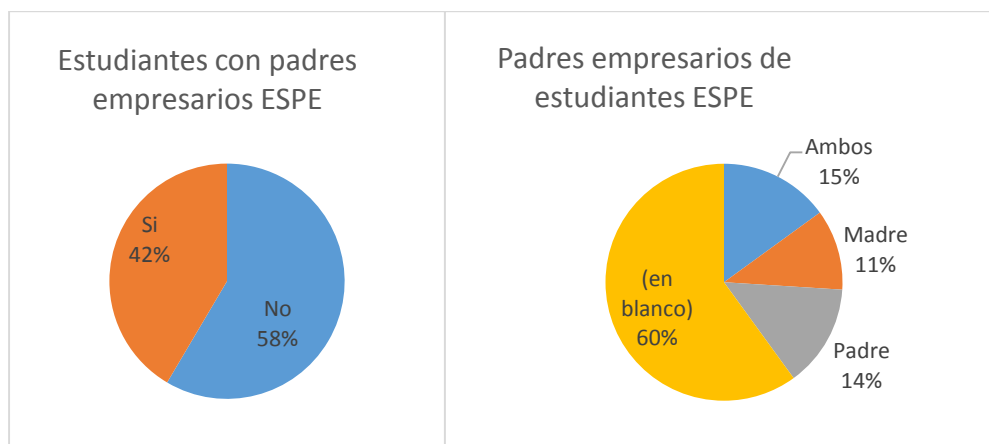


Figura 36: Estudiantes de la muestra tomada en la ESPE cuyos padres han sido o son empresarios: Padre, madre o ambos.
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
Elaboración: Inés María Segovia G.

Parte importante del entorno que influye en las percepciones y acciones de los estudiantes en la intención de emprender son los referentes profesionales y su autonomía o

dependencia a empresas. En la Universidad de los Hemisferios UDLH para los estudiantes de la muestra su referente principal es el padre (Figura 37), en un 45%, la madre en un 23% y el 36% restante los profesores, amigos, hermanos, u otros familiares como se puede observar el 52% de su referente profesional tiene un negocio propio.

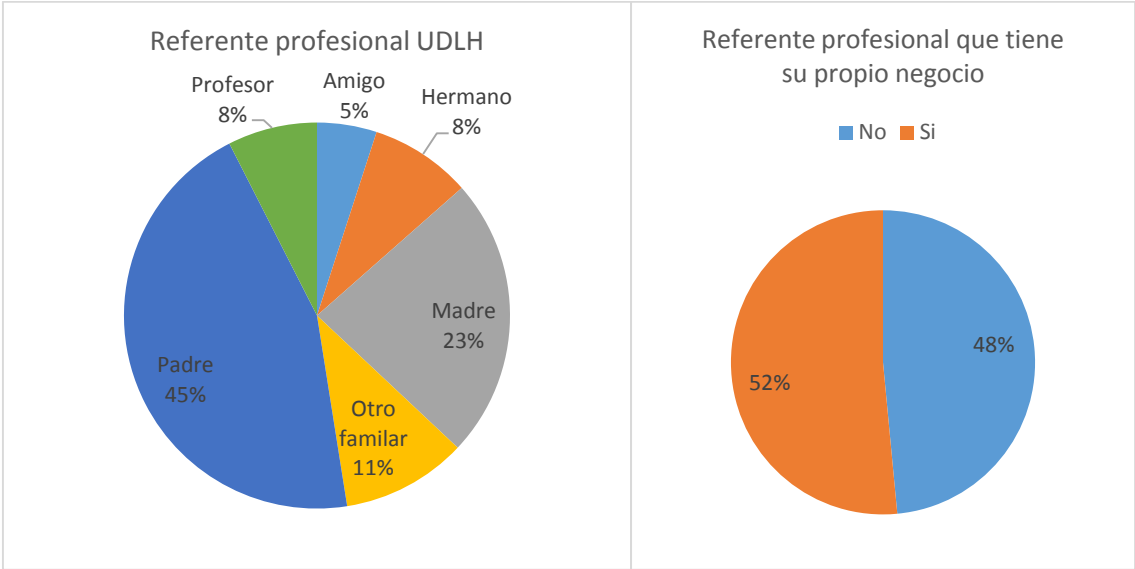


Figura 37: ¿A qué persona de tu entorno consideras como tu referente profesional? ¿Tiene su negocio propio? (UDLH)
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

En la figura 38 se observa que, el referente profesional para los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE principalmente es el padre con un 37%, luego la madre con un 22% y 41% son los profesores, amigos, hermanos, u otros familiares. El 33% de su referente profesional tiene su negocio propio.

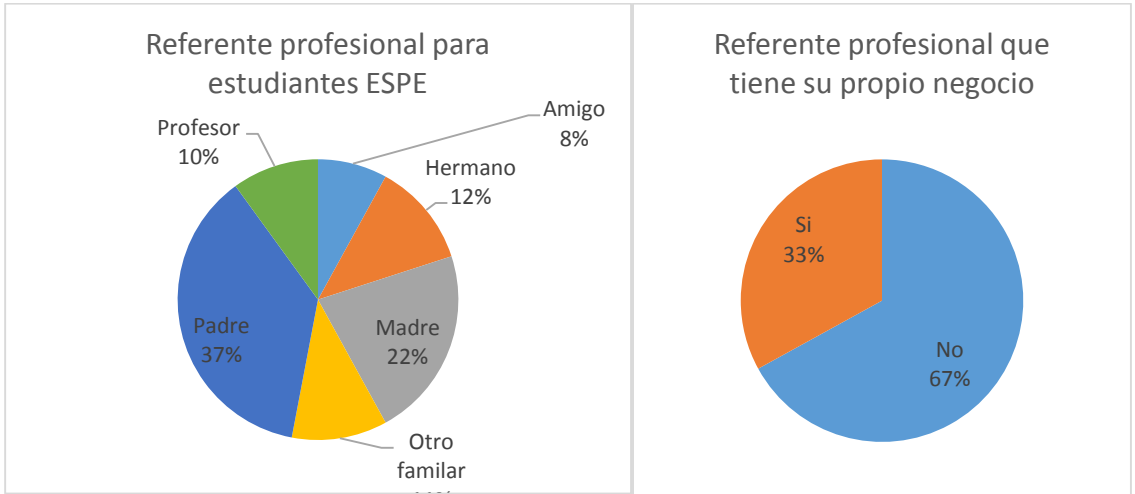


Figura 38: ¿A qué persona de tu entorno consideras como tu referente profesional? ¿Tiene su negocio propio? (ESPE)

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016

Elaboración: Inés María Segovia G.

En la figura 39, el 24% de los estudiantes de la Universidad de los Hemisferios UDLH se encuentran actualmente involucrados en la creación de una empresa, en contraste con el 7% de estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además se observa según las figuras 14 y 15 que el 33% de los estudiantes de la UDLH tienen experiencia laboral, y el 15% se encuentra trabajando actualmente. El 24% de los estudiantes de la ESPE tienen experiencia laboral, y el 7% se encuentra trabajando en este momento.

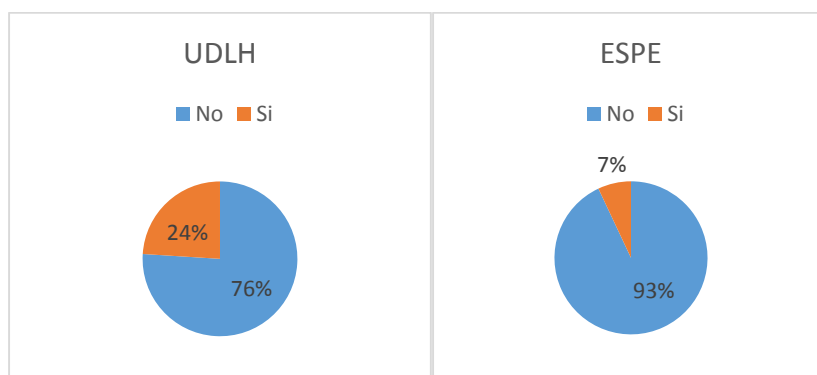


Figura 39: Estudiantes involucrados en la creación de una empresa

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016

La experiencia laboral de los estudiantes de la Universidad de los Hemisferios UDLH, y de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE de manera muy similar en las dos universidades, son pocos los individuos que tienen experiencia laboral principalmente porque sus estudios demandan su tiempo completo mientras cursan su pregrado, y sin embargo se puede observar en la figura 40 que en 119 de 400 estudiantes es decir el 29.75% trabajan o han trabajado en algún momento.

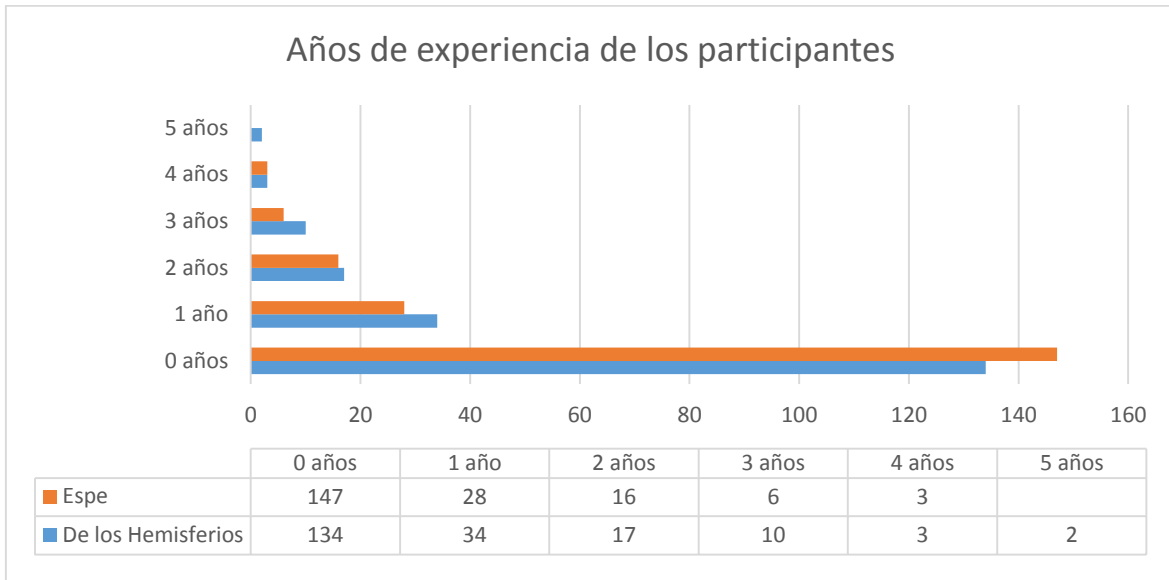


Figura 40: Experiencia laboral de los estudiantes
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

En la figura 41 podemos observar que, el 7 % de los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, y el 15 % de los estudiantes de la Universidad de los Hemisferios se encuentran actualmente trabajando.

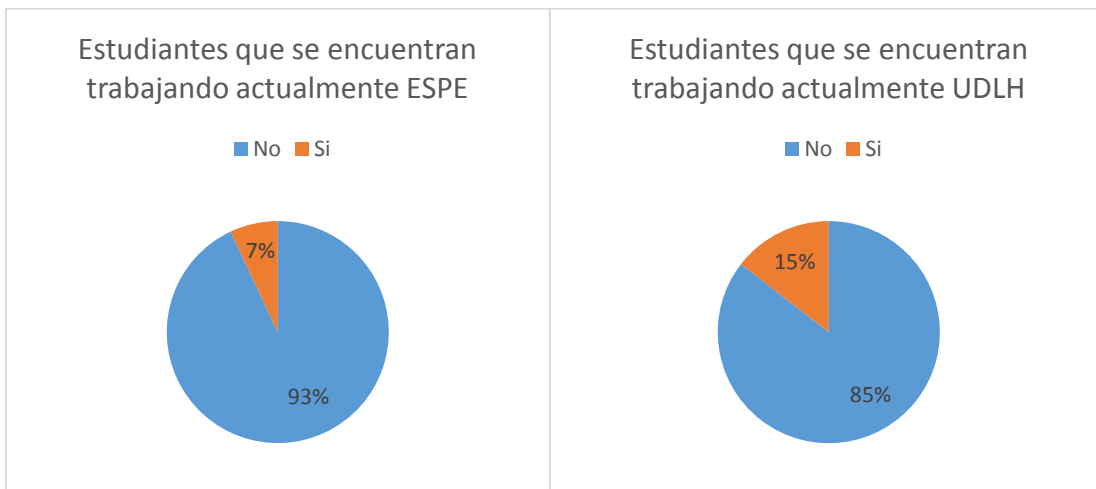


Figura 41: Estudiantes que se encuentran trabajando
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
 Elaboración: Inés María Segovia G.

Con el fin de evaluar la intención de ser un emprendedor se ha preguntado a los estudiantes encuestados si preferirían ser asalariados en alguna empresa o el autoempleo como propietario o gestor de un negocio, y los resultados indican 118 de 200 estudiantes de la Universidad de los Hemisferios UDLH prefieren el autoempleo siendo como se puede observar en la figura 42.

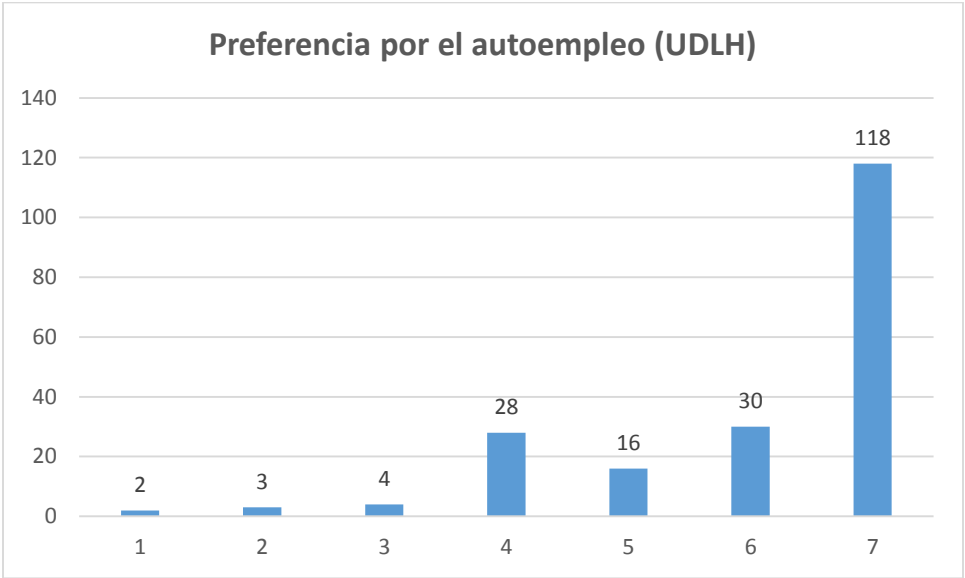


Figura 42: Preferencia por el autoempleo (UDLH)
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
Elaboración: Inés María Segovia G.

Al evaluar la intención de ser un emprendedor, se puede observar que 89 de 200 estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE preferirían el autoempleo que ser asalariados en alguna empresa o como indica la figura 43.

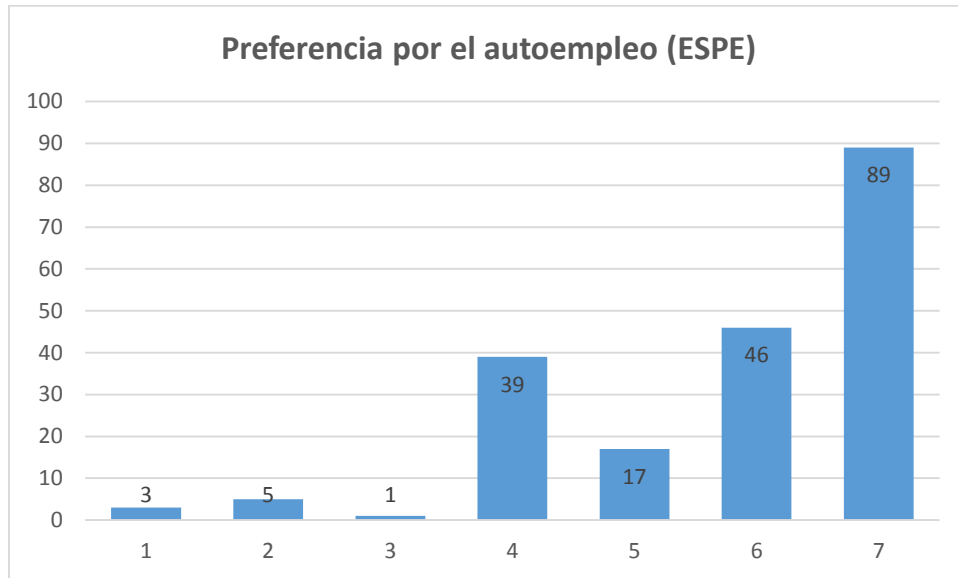


Figura 43: Preferencia por el autoempleo (ESPE)
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios, 2016
Elaboración: Inés María Segovia G.

2.8 Evaluación del perfil universitario y sus características

El emprendimiento universitario potencial y activo de los estudiantes encuestados de las universidades objeto de esta investigación ha sido analizado desde su perfil sociodemográfico y sus factores socio-culturales hasta los elementos que evalúan el interés hacia el emprendimiento. Las características que se han encontrado en ambas universidades son muy similares, y con respecto a su creatividad, intención y actitud para emprender se encuentran valores superiores a la media aritmética de cada variable, lo cual nos indica que en general los jóvenes estudiantes tienen una actitud positiva ante la idea de emprender.

Las características del perfil del estudiante de la Universidad de los Hemisferios UDLH que se encuentran explícitas en esta investigación con respecto a la intención de ser un emprendedor se puede decir que, tiene una actitud positiva a la idea del emprendimiento, le supondría una gran satisfacción personal lograr una carrera de emprendedor, prefiere el auto empleo a un trabajo remunerado, tiene intención de hacer su propia empresa en algún momento, sin embargo no asegura que en 5 años pueda iniciar su propia empresa y aún se siente en la etapa de preparación. Los rasgos personales y competencias del estudiante señalan que es creativo al momento de generar ideas originales e innovadoras, se

entusiasmo al realizar cosas novedosas e interesantes. Entre los rasgos personales se puede anotar que el estudiante es cauteloso con los planes, toma decisiones con prudencia y toma en cuenta las posibles consecuencias de sus actos, sabe que alcanzar el éxito es fruto del esfuerzo, por lo que prefiere prepararse bien para sentirse capaz y defender sus propias ideas, incluso en oposición a las de los demás. En cuanto a conocimientos y habilidades para emprender, el estudiante de esta universidad tiene la suficiente autoconfianza para responder eficientemente ante los problemas cotidianos, tiene habilidades para negociar con clientes y proveedores, delegar tareas y motivar, alentar e inspirar a sus empleados hasta conseguir que se identifiquen con su visión de negocio. Tiene auto control en sus emociones y sentimientos, se motiva cuando asume tareas proyectándose a obtener excelentes resultados. El estudiante emprendedor se siente apoyado por sus familiares cercanos al optar por una carrera de emprendimiento y le interesa más lo que piensa su familia cercana y gente importante para él.

Las características del estudiante de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE que se han encontrado al analizar sus rasgos personales y competencias se denota el entusiasmo por realizar cosas nuevas e inusuales, es cauteloso con los planes ya que toma decisiones prudentes y precisas, y reflexiona sobre las consecuencias desfavorables de sus actos. En cuanto a la valoración personal sobre la deseabilidad de ser emprendedor el estudiante tiene una actitud positiva hacia elegir una carrera emprendedora ya que considera que siendo emprendedor podrá realizarse y ayudar a otras personas, si tuviera los recursos y las oportunidades estaría dispuesto a crear una empresa, esta consiente de que su futuro depende únicamente de sus propias decisiones y lo que le ocurre es producto de sus actos es decir, sabe que alcanzar el éxito es cuestión de esfuerzo, le gusta defender sus ideas incluso en oposición de las de los demás, busca como hacer mejor las cosas y le emociona hacer de sus ideas una realidad, tiene confianza al negociar con sus clientes y responder de forma eficiente a los eventuales problemas del día a día, es capaz de inspirar, alentar y motivar a sus empleados, organizar a su equipo y delegar tareas, reclutar y contratar buenos empleados, supervisar personas a su cargo, se motiva al asumir tareas inspirado en conseguir excelentes resultados, tiene autocontrol sobre sus emociones. El medio que le rodea es influenciado por la gente que es importante para él y que piensa que debería luchar por ser un emprendedor.

CAPÍTULO III

ALTERNATIVAS DE FORTALECIMIENTO DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

3.1 Estructura de las alternativas propuestas.

Luego de haber realizado la evaluación del perfil universitario de los estudiantes de las universidades objeto de estudio de esta investigación y descritas sus características se estructura una propuesta de mejora al perfil actual que incentive el emprendimiento en los jóvenes universitarios.

El perfil del emprendedor universitario puede mejorar partiendo de los mismos pilares que se encuentran afianzados en los estudiantes de las dos universidades en estudio y que tienen cualidades positivas interesantes respecto del emprendimiento que dan apertura al progreso. En el análisis del perfil del emprendedor universitario del estudiante se encuentran características generales positivas con respecto a la intención y actitud hacia el emprendimiento, pero le hace falta sentirse preparado para emprender un negocio y estar seguro de que su capacidad es la garantía de su éxito. Le hace falta proyectarse al futuro con objetivos claros donde puedan desarrollarse sus propias ideas sustentadas en los conocimientos que adquieren en las aulas de clases. Teniendo en cuenta que los factores que impulsan el emprendimiento son el apoyo financiero, la creación de políticas gubernamentales favorables a la gestión del emprendimiento, la educación y entrenamiento enfocada al emprendimiento, y otros más amplios que influyen directamente como el clima económico global, y las normas sociales y culturales se han analizado los elementos que afectan y qué son considerados obstáculos para el estudiante emprendedor como es el desconocimiento del medio, la falta de formación apropiada, la falta de iniciativas, los trámites burocráticos y las cargas fiscales.

El estudiante universitario necesita considerar que puede tener buenas ideas de negocio y tener un enfoque de cómo desarrollarlas, puede enfocarse en buscar información los sectores de desarrollo que le interesen e investigar las opciones que pueden ofrecer y de las que pueden surgir ideas innovadoras para aplicarlas, debe enfocarse en mejorar la formación empresarial orientada a su campo de desarrollo, y utilizar las herramientas tecnológicas que existen para organizar su tiempo, requiere informarse sobre las diferentes alternativas de financiación que existen para impulsar y sostener un negocio propio o emprendimiento como los típicos préstamos para la pequeña y mediana empresa que ofrece la banca y la corporación financiera nacional como también las empresas que apoyan con fondos para inversión para el apoyo al fomento de emprendimientos y buscar apoyo en las incubadoras de nuevas empresas, y que ahora brindan varias opciones de asesoría para principiantes.

3.2 Descripción de las fases del perfil del emprendedor universitario propuesto.

Como antecedente a la propuesta de un modelo de emprendimiento se ha realizado el análisis del perfil del emprendedor universitario que abarca la observación factores internos como son los conocimientos y habilidades para emprender, competencias, autoeficacia e inteligencia emocional, la actitud personal hacia el emprendimiento y los rasgos personales como son la creatividad, aversión al riesgo y pro actividad, y, factores externos como son las condiciones del entorno social y familiar que influyen positiva o negativamente sobre la decisión del estudiante, el apoyo, la formación empresarial, la cultura que el ambiente familiar y social proveen. Una vez realizado el análisis este estudio considera la relación entre los intereses, intenciones, conductas emprendedoras y las expectativas de resultados extrínsecos e intrínsecos atribuidos a la creación de negocios propios.

En un modelo de emprendimiento propuesto se deben diseñar acciones de apoyo al emprendimiento con actividades concretas como el acompañamiento e impulso a iniciativas emprendedoras de los estudiantes universitarios, mejoramiento del entorno en el ambiente universitario con el fin de lograr el empoderamiento de los estudiantes enfocando al emprendimiento como una opción efectiva de realización personal, profesional y económica afianzando una imagen positiva sobre sí mismos al proyectarse como emprendedores dueños de los negocios sustentados en sus propias ideas, labor que corresponde a las universidades comprometidas por gestar el emprendimiento junto con lograr la mejora de calidad de graduados y el fomento de la investigación. Otra acción importante es la información a todos los estudiantes sobre los espacios colaborativos existentes en las universidades objeto de estudio fomentando el apoyo mutuo, el involucramiento en la construcción de redes, alianza con empresas y start-ups.

3.3 Detalle del perfil del emprendedor universitario.

El perfil del emprendedor universitario ideal debería ser aquel estudiante que tiene un ambiente adecuado en el que se motiva a elegir el emprendimiento como una opción viable para el desarrollo de su carrera profesional. Las universidades tienen un papel trascendental en este afán de impulsar a los jóvenes estudiantes en este camino que se sale de lo tradicional. Para que el estudiante encamine sus ideas de realización hacia ser

un emprendedor necesita vencer el miedo que le significa correr sus propios riesgos entendiendo que al fin y al cabo esta decisión le representará mayor estabilidad que un empleo asalariado que podría resultar más cómodo en una primera instancia, pero que podría estancar su crecimiento profesional. El estudiante debe desarrollar competencias como conocimientos en administración de empresas y marketing, manejo de estrategias, aspectos jurídicos y financieros, internacionalización, tecnología y redes sociales, y conocimiento del sector, toma de decisiones estratégicas, generar ideas originales, encontrar soluciones creativas a los problemas, habilidades para detectar las oportunidades de negocios.

3.4 Procesos de formación del emprendedor universitario

El estudiante emprendedor debe formarse para tener las herramientas necesarias que va a necesitar para hacer negocios por su cuenta tanto en el área académica como en los factores de formación personal cultivando la creatividad, pro actividad, autoeficacia, inteligencia emocional, autocontrol. La educación que reciba el estudiante deberá ser enfocada al liderazgo, y debe tener los suficientes conocimientos y competencias para para sostener su emprendimiento. El pilar de la formación del emprendedor es su carrera profesional, que es de donde se determina el campo de interés donde va a desarrollar sus ideas emprendedoras, paralelamente a sus estudios universitarios es conveniente que realice prácticas o pasantías en las áreas de interés de su carrera para que conozca el trabajo que se desarrolla en los diferentes campos, de esa manera va tomando experiencia, la que le servirá cuando trabaje en su propio negocio. La formación del estudiante debe ser amplia en los campos que requieren conocimiento para el manejo de una empresa como administración, ventas y marketing, estrategias, finanzas y contabilidad, temas jurídicos, tecnología y redes sociales, y conocimiento del sector.

3.5 Mecanismos de generación de experiencias para el fomento del emprendimiento

Socializar la existencia de empresas incubadoras en las ciudades que además de impulsar las iniciativas emprendedoras ofrecen seguimiento e incluso contactos para desarrollar la venta de productos y servicios, y también ofrecen capital.

En la ciudad de Quito donde están ubicadas las dos universidades objeto de este estudio se encuentran algunas organizaciones incubadoras con las que se podría concretar convenios para identificar estudiantes interesados en el emprendimiento que puedan tener acceso a los beneficios que ofrecen estas empresas.

Tanto la Universidad de los Hemisferios UDLH como la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE tienen programas de apoyo al emprendedor que deberían darse a conocer entre los estudiantes de sus centros de una manera más amplia que llegue a todo el alumnado.

Un mecanismo interesante de generación de experiencia para el fomento de emprendimiento podría ser la participación de los estudiantes en el concurso “Global Student Entrepreneur Awards”, quien es uno de los actores del ecosistema emprendedor, ya que empodera a emprendedores para aprender y crecer a través de educación, así como de herramientas para el éxito de sus negocios, facilita y desarrolla el crecimiento personal y de negocios de cada emprendedor. Anualmente esta organización invita a concursar a estudiantes emprendedores que manejan su propio negocio entre más de 1700 concursantes de 50 países. Este evento es una oportunidad para hacer nuevos contactos, descubrir nuevos recursos y hacer crecer su negocio. Los premios del concurso Global son económicos, consultoría en estructuración estratégica, asesoría legal, financiera y de estrategias, y los gastos pagados para el viaje

Las universidades deberían premiar los proyectos que sus estudiantes emprendan, ya que sería beneficioso para estudiantes y para la universidad que tengan empresarios exitosos que hayan surgido de su alumnado.

3.6 Sistemas de control para la evaluación del perfil del emprendedor universitario

Para medir el perfil del emprendedor universitario se puede hacer un inventario de competencias de emprendimiento y variables sociodemográficas que influyen en el espíritu empresarial, los resultados de estas investigaciones permitirán formular lineamientos estratégicos útiles para las entidades de apoyo al emprendimiento.

Desde un punto de vista económico, los emprendimientos con relación al desarrollo de industrias inciden directamente en el crecimiento económico, desde el enfoque psicológico se evalúa el perfil del emprendedor con factores como la personalidad, competencias existentes y experiencias, desde una visión sociológica se evalúa las razones de encontrar mayor cultura emprendedora en ciertas regiones, características de los individuos y condiciones del entorno. Partiendo de los distintos enfoques del emprendimiento se puede establecer un método para comprobar si el impacto de la educación en competencias genera el resultado esperado, y constatar la posibilidad de integrar acciones formativas y competencias a nivel de educación superior aparte del perfil de la carrera del estudiante. (Flores & Palao, 2013).

La presente investigación puede ser utilizada con fin de evaluar el perfil del emprendedor, estudiante de la Universidad de los Hemisferios UDLH y estudiante de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE para formular mecanismos de motivación para el desarrollo de la gestión del perfil del emprendedor universitario.

3.7 Propuestas de desarrollo para el impulso de la gestión del perfil del emprendedor universitario.

En un modelo de emprendimiento propuesto se presenta en el siguiente cuadro, las acciones recomendadas para la gestión del perfil del emprendedor las universidades del Ecuador.

MODELO DE EMPRENDIMIENTO PROPUESTO

PROPUESTA:	OBJETIVOS:	ESTRATEGIAS:	ACTIVIDADES:
Concurso interno de proyectos innovadores	* Fomentar la creatividad para las ideas de negocio	* Conseguir auspicio para financiar los premios: Inversionistas y Empresa incubadora de negocios	* Definir el cronograma del evento, hacer el formato de formulario para inscripción, crear un comité calificador
	* Motivar a los estudiantes a presentar sus proyectos	* Delegar la responsabilidad de la realización del evento al gobierno estudiantil guiado por un profesor asignado del colegio o facultad de Administración de Empresas, o profesor de Emprendimiento	* Promoción y propaganda del evento, invitar a participar en el concurso a todos los estudiantes de todas las carreras de pregrado.
	* Evaluar anualmente el arranque y sostenimiento de emprendimientos de los estudiantes universitarios	* Realizar este concurso anualmente, y revisar luego del año la sostenibilidad del proyecto ganador del anterior año.	* Gestionar el auspicio mediante convenios de entendimiento con incubadoras de negocios externas e internas a la universidad
Impartir la clase de emprendimiento como parte del currículo	* Proveer a los estudiantes del conocimiento y la estrategia para emprender un negocio propio	* Proponer a las autoridades correspondientes la inclusión de la materia de Emprendimiento como parte del pensum de estudios	* Definir una clase de Emprendimiento como obligatoria para todas las carreras de pregrado de la universidad
	* Dar a conocer a todos los estudiantes de pregrado de la universidad que la opción del autoempleo es viable	* Establecer que como parte del curso todos los estudiantes realicen un ensayo calificado de un emprendimiento propio	* Asignar el curso de Emprendimiento a un profesor afín al tema, con la experticia en el área
Convenios con empresas incubadoras de negocios	* Beneficiarse de los servicios que ofrecen las incubadoras de negocios como capacitación, asesoría jurídica, administración, contabilidad, y demás áreas de interés, usar la base de datos de contactos de clientes y proveedores del área de interés	* Proponer a las incubadoras de negocios nacionales e internacionales un convenio de beneficio mutuo, ya que los estudiantes emprendedores pueden solicitar sus servicios luego de conocer estas empresas y saber que garantizarían el éxito de sus negocios.	* Buscar contactos de incubadoras de negocios nacionales e internacionales
	* Usar los espacios asignados en las áreas de funcionamiento de las incubadoras de negocios apropiados para reuniones, capacitaciones y desarrollo de proyectos	* Las redes de inversionistas promovidas por las incubadoras de negocios lograrían encontrar proyectos lucrativos interesantes para invertir, y los estudiantes se beneficiarían al recibir el financiamiento para sus emprendimientos	* Lograr los convenios de beneficio mutuo con las incubadoras de negocios - estudiantes de la universidad con proyectos sustentables.

Tabla 1 Modelo de emprendimiento propuesto

Elaboración: Inés María Segovia G.

La realización de un concurso se realizará en tres etapas, en la primera fecha se recibirán las inscripciones, se llenará un formulario con los datos del proyecto, y un resumen, los 10 mejores proyectos seleccionados tendrán en la siguiente fecha la oportunidad de presentar su proyecto en 15 minutos, de donde se escogerán el 1ero, 2do y 3er lugar. Todos tendrán como premio un monto asignado para iniciar su emprendimiento y una membresía para usar los servicios de una empresa incubadora de negocios.

La inclusión de la clase de emprendimiento como parte del pensum de la carrera de pregrado de los estudiantes de la universidad.

Los convenios entre incubadoras de negocios y estudiantes de la universidad pueden resultar beneficiosos para ambas partes al proveerse mutuamente de ventajas para lograr sus objetivos, los estudiantes podrían beneficiarse de los servicios que ofrecen las incubadoras, y estas pueden encontrar proyectos lucrativos para ubicar el dinero de los inversionistas.

CONCLUSIONES

El estudio realizado nos ha arrojado resultados interesantes muy útiles para diagnosticar el perfil del emprendimiento de los estudiantes universitarios de las Universidades ESPE y UDLH. Los datos que se han identificado son muy valiosos ya que nos permiten evaluar los factores demográficos y contextuales.

- ❖ El análisis de las características generales relativas al proceso del emprendimiento se relacionan con las particularidades de las características socio demográficas, y las condiciones actuales de su entorno universitario y familiar, intención, actitud y aptitud de estos estudiantes para escoger el emprendimiento como una opción de autoempleo en su desarrollo profesional. En esta investigación se encuentran similitudes importantes en la investigación realizada tanto en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE como en la Universidad de los Hemisferios UDLH como son: la preferencia por el autoempleo, la actitud positiva, se sienten atraídos ante la posibilidad de emprender su propio negocio.
- ❖ El perfil del emprendedor universitario potencial y activo de los estudiantes de las universidades considerado en esta investigación ha sido analizado desde su perfil sociodemográfico y sus factores socio-culturales hasta los elementos que evalúan el interés hacia el emprendimiento. Las características que se han encontrado en ambas universidades son muy similares, con respecto a su creatividad, intención y actitud para emprender, todas estas calificadas efectivamente positivas hacia una actitud efectiva ante la idea de emprender seguros de sus habilidades y competencias para este objetivo.
- ❖ Los factores externos que forman parte del entorno de apoyo al emprendimiento de los estudiantes universitarios analizados en esta investigación indican que los estudiantes de la UDLH encuentran un clima universitario más adecuado para el desarrollo del emprendimiento que los estudiantes de la ESPE por el apoyo y preparación académica en las áreas de conocimiento, habilidades sociales y de liderazgo necesarias para la incubación de nuevas empresas activas o potenciales.

RECOMENDACIONES

- ❖ Diseñar acciones encaminadas a determinar los factores externos que forman parte del entorno de apoyo al emprendimiento de los estudiantes universitarios. Se ve necesario el acompañamiento e impulso a iniciativas emprendedoras de los estudiantes universitarios.
- ❖ Enfocar positivamente a la posibilidad de que los estudiantes puedan elegir el autoempleo como la mejor opción de realización profesional, lo que sugiere que las Universidades de los Hemisferios UDLH y de las Fuerzas Armadas ESPE sean las encargadas de proveer el apoyo a las ideas de emprendimiento y el servicio cualificado para los emprendedores, de tal manera que los estudiantes tengan una imagen positiva sobre sí mismos, y tengan la suficiente autoconfianza de que su realización sea completa en los ámbitos profesional y económico.
- ❖ Implementar un ambiente propicio para la incubación de negocios por parte de los centros de estudio: Universidad de los Hemisferios UDLH y Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, brindando la capacitación adecuada para que el estudiante universitario se empodere en su posición de emprendedor. Fomentar el conocimiento, las habilidades sociales y liderazgo. Apoyo y guía para el arranque y sostenibilidad de empresas nacientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, X. (2012). *Las trabas al emprendimiento en Ecuador*. Obtenido de Retos: http://ret.ups.edu.ec/documents/1999140/2968424/V4_Andrade.pdf
- Aragón, A., & Baixauli, S. (2014). *Intención emprendedora de los estudiantes de bachillerato y ciclos formativos en la región de Murcia*. Universidad de Murcia, Murcia, España.
- Bravo, S. (2013). *Análisis de las características de un emprendedor en proceso de incubación y no incubados*. Obtenido de https://svpn.utpl.edu.ec/+CSCO+00756767633A2F2F686763792D6365767A622E7562666772712E726B79766F65766674656268632E70627A++/primo_library/libweb/action/-CSCO-3h--display.do;jsessionid=12787428C2039BF44616E6B59F778E9A?tabs=detailsTab&ct=display&fn=search&doc=T

- ESPE. (01 de 07 de 2017). <http://www.espe.edu.ec/>. Obtenido de <http://www.espe.edu.ec/>
- ESPE, P. w. (2011). *Unidad de Emprendimiento e Innovación*. Obtenido de <http://uei.espe.edu.ec/>
- Flores, M., & Palao, J. (2013). Evaluación del impacto de la educación superior en la iniciativa emprendedora. Murcia, España.
- Galindo, R., & Echavarría, M. V. (Julio de 2011). Diagnóstico de la Cultura Emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquía. Medellín, Colombia.
- García, A., Déniz, M., & Cuellar, D. (2015). *Inteligencia Emocional y emprendimiento: Posibles líneas de trabajo*. Bogotá, Colombia.
- GEM. (2016). *GEM Global Entrepreneurship Monitor*. Recuperado el 9 de enero de 2016, de Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, Regents Park, London NW1 4SA, UK: <http://www.gemconsortium.org/data/key-nes>
- GEM. (2016). www.espae.espol.edu.ec. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Ecuador: <http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/GemEcuador2015.pdf>
- Gobierno Nacional de la República del Ecuador. (Agosto de 2017). *Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de Fomento Productivo: <http://www.economiasolidaria.gob.ec/fomento-productivo/#>
- Guerrero, M. (2016). *Perfil emprendedor del estudiante universitario - Informe 2015.1016*. España.
- Humanup. (s.f.). *Humanup*. Recuperado el 17 de 01 de 2017, de <http://www.humanup.co>
- Landero, A., Vásquez, J., & Muñoz, A. (enero de 2015). *Un modelo social cognitivo de intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios*. (l. e. 1695-2294, Ed.) Recuperado el 22 de enero de 2017, de <http://revistas.um.cs/analcsps>
- Lasio, Virginia; Caicedo Guido, Ordeñana, Xavier; Izquierdo Edgar. (2015). www.espae.espol.edu.ec. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Ecuador: <http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/GemEcuador2015.pdf>
- Macas, J. C. (2014). El ambiente para el emprendimiento en la ciudad de Loja y actitudes hacia la actividad emprendedora de los estudiantes universitarios, año 2013.
- Madrid, A. (2013). *Intenciones emprendedoras en el alumnado de la Universidad Politécnica de Cartagena*. Universidad Politécnica de Cartagena, Cartagena.
- Mancilla, C., & Amorós, J. E. (2015). Entrepreneurship in regions: Differentiated impacts of the socio cultural and gender types. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 58-70. Recuperado el 20 de Noviembre de 2016, de <http://dx.doi.org/10.1108/ARLA-04-2013-0031>

- Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (19 de Junio de 2014). *Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor*. Recuperado el 7 de Enero de 2017, de <https://svpn.utpl.edu.ec/+CSCO+00756767633A2F2F7271662E6E2E726F667062756266672E70627A++/eds/detail/detail?vid=2&sid=1b2be744-3a1c-4d69-8b2c-ab5b4b33883f%40sessionmgr4007&hid=4211&bdata=Jmxbhmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#db=fua&AN=97197397>
- Micó, P., & González, A. (2015). *Emprendedor con Éxito: 10 claves para generar modelos de negocio*. México D.F, México: Alfaomega Grupo Editor.
- Moriano, Juan Antonio; Jos, Francisco; Morales, Francisco. (2006). *El perfil psicosocial del emprendedor universitario*. Madrid, España: Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones.
- Prieto, C. (2014). *Emprendimiento: Conceptos y plan de negocios* (Primera ed.). México, México: Pearson Education.
- Rovayo, G. (Enero de 2011). *Los tres desafíos del emprendedor ecuatoriano*. Obtenido de investiga.ide.edu.ec: <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/los-tres-desafios-del-emprendedor-ecuatoriano>
- Sánchez, Hernadez, Jimenez. (2016). *Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal*. México.
- Steyaert, C. y. (2006). *Entrepreneurship as Social Change. A Third Movements in Entrepreneurship Book*. Massachusetts, USA: MPG Book Ltd.
- Thinkids Project. (25 de Agosto de 2017). Obtenido de Thinkids Project: <http://thinkidsproject.com/thinkidsworld/>
- Trip, B. (17 de 01 de 2017). *Buen Trip Hub*. Obtenido de <http://www.buentriphub.com/programa-de-mentor>
- UDLH. (01 de 07 de 2017). *Univerisdad de los Hemisferios*. Obtenido de <https://www.uhemisferios.edu.ec/>
- Uribe, M., & Reinoso, J. (2013). *Emprendimiento y Empresarismo Diferencias, conceptos, cultura emprendedora, idea y proyecto de empresa*. Bogota D.C. Colombia: Ediciones de la U.
- USFQ, P. w. (2013). *Feria Anual de Emprendimiento USFQ*. Obtenido de https://www.usfq.edu.ec/eventos/emprendimiento_2013/Paginas/default.aspx
- Valencia, A., Montoya, I., & Montoya, A. (Octubre de 2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *OmniaScience*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2016

ANEXOS



CUESTIONARIO IECEU - Intención Emprendedora y Competencias en Estudiantes Universitarios

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

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

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

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

Nombre de la Universidad: _____ Ciudad: _____

Bloque A

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

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

Semestre: _____

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

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

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

Padre Madre Hermano Otro familiar Amigo Profesor Otro: _____

¿Posee su propio negocio? Si No

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

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

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

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

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

Bloque B

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

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

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

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

Bloque C

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

Totalmente en desacuerdo

Totalmente de acuerdo

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

Bloque D

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

Totalmente en desacuerdo

Totalmente de acuerdo

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

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

Preferiría ser un asalariado en alguna empresa

Preferiría el autoempleo o propietario-gestor

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

D8. Entre 0% y 100%, ¿Cuál 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

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

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

Totalmente en desacuerdo

Totalmente de acuerdo

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

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

Totalmente en desacuerdo

Totalmente de acuerdo

	1	2	3	4	5	6	7
E16. Creo que mi futuro depende únicamente de mis propias decisiones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E17. Las calificaciones que obtengo en mis asignaturas dependen únicamente de mí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E18. Si me preparo bien un examen puedo superarlo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E19. Alcanzar el éxito es cuestión de trabajo duro: la suerte poco tiene que ver en ello	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E20. La mayoría de infortunios que nos ocurren es por falta de capacidad, pereza o ignorancia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E21. Lo que sucede es como consecuencia de mis propias acciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E22. Me entiendo fácilmente con las personas por muy diferentes que sean.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E23. Normalmente, la gente se toma en serio lo que digo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E324. Sé admitir las críticas y procuro aprender de ellas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E25. Trato de mantener mis propios intereses aunque otras personas tengan intereses distintos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E26. Cuando intento influir en la decisión de una persona parto en primer lugar de sus necesidades y trato de responder a las mismas en lugar de intentar convencerle de que haga lo que yo digo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E27. Cuando me urge un conflicto con otra persona trato de negociar para que ambos salgamos ganando.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

Totalmente en desacuerdo

Totalmente de acuerdo

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

Bloque F

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

Totalmente incapaz

Totalmente capaz

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

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

Bloque G

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

Bloque H

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:	Totalmente en desacuerdo							Totalmente de acuerdo						
	1	2	3	4	5	6	7	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"/>	<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"/>	<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"/>	<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) piensen 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 piensen sobre tu decisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<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 piensen sobre tu decisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<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*)
