



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Análisis del Perfil Emprendedor Universitario: Caso Universidad Católica Santiago De Guayaquil y Universidad Escuela Superior Politécnica Del Litoral. Guayaquil 2017.

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Cedeño Gracia Mirna Carolina

DIRECTOR: Escudero Villafuerte Dayanara Mgs.

CENTRO UNIVERSITARIO GUAYAQUIL

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 DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Dayanara Isabel Villafuerte Escudero

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo titulación: Análisis del perfil emprendedor universitario caso universidad Católica Santiago de Guayaquil y Universidad Escuela Superior Politécnica del Litoral, realizado por Cedeño Gracia Mirna Carolina, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Guayaquil, septiembre del 2017

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Cedeño Gracia Mirna Carolina, declaro ser autora del presente trabajo de Titulación Análisis del perfil emprendedor universitario caso universidad Católica Santiago de Guayaquil y Universidad Escuela Superior Politécnica del Litoral, de la Titulación de Ingeniería en Administración de Empresas , siendo la Magister Dayanara Isabel Villafuerte Escudero director (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

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

f.....

Autor: Cedeño Gracia Mirna Carolina

Cédula: 0800833790

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la oportunidad de haber retomado mis estudios a pesar de las circunstancias y darme la sabiduría necesaria de haber culminado un logro más en mi vida, por el apoyo incondicional de mi esposo mis hijas Angella, Karla y Juanita, mis hermanos Edith y Humberto mis nietos y demás familiares y amigos que siempre estuvieron alentándome para seguir adelante y poder finalizar mi carrera.

AGRADECIMIENTO.

Quiero agradecer a Dios por darme la fortaleza de cumplir cada uno de los objetivos durante todos estos años de estudio, a mi familia a la UTPL por las enseñanzas impartidas y un agradecimiento especial a mi estimada Tutora Magister Dayanara Villafuerte por su guía y no pasando por alto a mi querida familia por la paciencia que tuvieron de comprenderme cuando no podía compartir con ellos.

INDÍCE GENERAL

CARÁTULA.....	ii
CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
INDÍCE DE CONTENIDOS	vi
RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I	5
Fundamentos teóricos de las características y conocimientos del emprendedor universitario.	5
1.1 Concepto de emprendedor	6
1.3 El perfil del emprendedor universitario	9
1.4. Procesos de evaluación de las competencias del emprendedor.....	11
1.5 Actividades de formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento	14
1.6. La vinculación con el entorno y su importancia en la formación del emprendedor.....	17
1.7. Procesos de investigación enfocados a fomentar el emprendimiento.....	20
CAPÍTULO II	24
Diagnóstico del perfil del emprendedor universitario.....	24
2.1 Objetivos	25
Análisis del perfil emprendedor en los estudiantes de la Universidad Católica y la Escuela Superior Politécnica del Litoral de la ciudad de Guayaquil.	25
2.2 Metodología de investigación	25
2.3 Breve reseña histórica de las universidades objeto de estudio.....	28
2.4 Acciones de las universidades relacionadas a la formación del emprendedor universitario.....	30
2.4.1 ESPOL.....	31
2.4.2 UCSG	32
2.5.1 ESPOL.....	33
2.5.2 UCSG	34
2.6 Análisis e interpretación de resultados de la investigación	35
2.6.1 Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la ESPOL.....	35
2.6.1.1.1 <i>Edad</i>	35

2.6.1.1.2 Género.....	36
2.6.1.1.3 Titulación	36
2.6.1.1.4 Semestre	37
2.6.1.1.5 Curso de emprendimiento.....	38
2.6.1.1.6 Padres empresarios.....	38
2.6.1.1.7 Padres empresarios (padre, madre, ambos).....	39
2.6.1.1.8 Referente profesional.....	39
2.6.1.1.9. Padres empresarios.....	40
2.6.1.1.10 Años de experiencia laboral.....	40
2.6.1.1.11 Estudiantes que se encuentran laborando tiempo parcial o completo	41
2.6.1.2.1 Principales incentivos del contexto general.....	41
2.6.2 Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.....	53
2.6.1.2.1 Edad	53
2.6.1.1.2 Género.....	53
2.6.1.2.3 Nacionalidad	54
2.6.1.2.4 Titulación	54
2.6.1.2.5 Semestre	55
2.6.1.2.6 Curso de emprendimiento.....	55
2.6.1.2.8 Padres empresarios (padre, madre, ambos).....	56
2.6.1.2.9 Referente profesional.....	57
2.6.1.2.10 Actualmente creando una empresa.....	58
2.6.1.2.11 Años de experiencia laboral.....	58
2.6.2.2.1 Principales incentivos del contexto general.....	59
2.6.2.2.2 Principales incentivos del contexto general.....	60
2.7 Perfil universitario y sus características	72
2.8 Comparación de resultados en ambas universidades estudiadas	72
CAPÍTULO III	75
Estrategias de fortalecimiento del perfil del emprendedor universitario del Ecuador	75
3.1 Proceso de formación del emprendedor universitario:.....	76
3.2 Mecanismos de acompañamiento y asesoramiento para el fomento del emprendimiento en las universidades.	76
3.3 Estrategias de motivación para el emprendedor universitario.....	78
3.3.1 Propuestas.....	79
Objetivo del proceso de formación del emprendedor	79
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES.....	83

BIBLIOGRAFÍA.....	85
ANEXOS.....	88
ANEXO #1	89
ANEXO #2.....	90
ANEXO #3.....	91
ANEXO #4.....	95

RESUMEN EJECUTIVO

En la presente investigación se realizó un análisis del perfil emprendedor en los estudiantes de la Universidad Católica y la Escuela Superior Politécnica del Litoral de la ciudad de Guayaquil. A través de este estudio se identificaron las limitaciones que enfrentan los discentes en el entorno de emprendimiento de ambos centros de educación superior.

La metodología aplicada fue de tipo descriptivo con un enfoque cualitativo y cuantitativo direccionada a un trabajo de campo efectuado en las Universidades antes mencionadas, con la realización de 200 encuestas en cada establecimiento, cifra que representa la muestra.

Con los resultados de esta investigación se determinó que los estudiantes desconocen varios programas de investigación y emprendimiento que implementan las universidades de estudio, como parte de las acciones ejecutadas para motivar el desarrollo del emprendimiento universitario. Asimismo, se identificaron las características que definen al perfil de emprendedor en cada institución.

Para lo cual se proponen estrategias de fortalecimiento en las universidades analizadas que permitan contribuir a consolidar el perfil emprendedor de los discentes.

Palabras claves: Emprendimiento, espíritu emprendedor, perfil del emprendedor.

ABSTRACT

In the present investigation an analysis of the entrepreneurial profile was carried out in the students of the Universidad Católica Santiago de Guayaquil (UCSG) and Escuela Politécnica del Litoral (ESPOL) of the Guayaquil City.

Through this study, the limitations faced by students in the entrepreneurship environment of both Universities were identified.

The methodology was applied with a qualitative-quantitative approach, a fieldwork carried out in the mentioned universities, with elaboration of 200 surveys in each establishment, which represents the sample.

The results of this research determined that students are not aware of some research and entrepreneurship programs implemented by the study universities as part of the actions taken to motivate development of university entrepreneurship.

Likewise, the strengths and weaknesses in the characteristics that define the entrepreneur profile in each institution were identified.

To this end, strategies are proposed to strengthen the universities analyzed, which will help to merge the students' business profile.

Key words: Entrepreneurship, entrepreneurial spirit, entrepreneur profile.

INTRODUCCIÓN.

Ecuador registró en marzo del 2016 una tasa de desempleo nacional de 5,7%, en comparación al 3,8% que alcanzó en el mismo período del año anterior, obteniendo un incremento de 1,9 puntos porcentuales según datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2016).

Guayaquil registró en marzo del 2016, 7,2% en la tasa de desempleo, siendo la segunda ciudad con los indicadores más altos del país. El primer lugar lo ocupa Quito con un desempleo de 7,8% (3,4 puntos porcentuales más que en 2015) (INEC, 2016).

Este entorno podría aportar el Índice de Actividad Emprendedora Temprana de Ecuador (TEA) que es de 33.6%, es decir que uno de cada tres adultos en el país ha decidido emprender un negocio o ya tenía uno que no superaba los 42 meses de existencia hasta el año 2015. (Informe Global Entrepreneurship Monitor GEM, 2015)

Ante los porcentajes presentados respecto al desempleo en Ecuador, específicamente en Guayaquil, se planifica y organiza el siguiente trabajo, formulando como objetivo general el análisis del perfil emprendedor en los estudiantes de la Universidad Católica y la Escuela Superior Politécnica del Litoral de la ciudad de Guayaquil. Para el logro de esta finalidad se desarrollan los siguientes objetivos específicos:

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

En el transcurso del proceso investigativo se utilizan diferentes métodos investigativos tanto teóricos y empíricos como los matemáticos. Entre los métodos teóricos se consideraron el análisis-síntesis y el de inducción-deducción, enfocados a la fundamentación desde el

análisis de conceptos y definiciones que permitirán abordar generalizaciones teóricas e igualmente empíricas.

Respecto a los métodos matemáticos se utiliza la estadística descriptiva en la tabulación de los resultados procedentes de los instrumentos. Se seleccionó una muestra representativa mediante el método de selección muestral estratificado, lo que permite inferir los resultados hacia la generalidad de la población. Para lo cual se realizaron un total de 400 encuestas a jóvenes de diferentes carreras de las Universidades antes mencionadas.

En el capítulo 1 se detallaron los fundamentos teóricos de las características y conocimientos del emprendedor universitarios. En cuanto al capítulo 2 se realizó el diagnóstico del perfil del emprendedor universitario y en el capítulo 3 se plantearon las estrategias hacia la propuesta del proceso de formación del emprendedor universitario, a fin de diseñar con propuestas sólidas de innovación que guarden un nexo con políticas públicas eficientes que logren dinamizar la economía

De acuerdo a la investigación de campo dirigido a los estudiantes de la UCSG y de la ESPOL, se pudo identificar que el perfil de emprendimiento en los estudiantes de la ESPOL está más marcado y consolidado en relación al de la UCSG. Asimismo, la primera Universidad en mención ofrece más programas de emprendimiento en comparación al segundo centro de educación superior.

CAPÍTULO I

Fundamentos teóricos de las características y conocimientos del emprendedor universitario.

1.1 Concepto de emprendedor

Emprendedor.- es el individuo capaz de percibir oportunidades de negocios, arriesgado y motivado en la consecución de los recursos necesarios para su puesta en marcha, recursos naturales, financieros, tecnológicos y talento humano con la finalidad de crear valor adicional no solo para la economía, sino también crea trabajo para él y muchas veces para otros. (Rajadell, 2009, p.39).

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente, y que actualmente se refiere además a la actitud que debe poseer una persona proactiva (Valarezo, 2015, p.3).

El origen de la palabra emprendimiento en castellano deriva del latín “in prendere” (coger o tomar) y se utilizaba inicialmente para denominar a los aventureros y militares. En la lengua española la primera definición formal fue en 1732 bajo el “Diccionario de las Autoridades” que la definía con esa misma connotación: “Persona que determina hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua”.

Según Formichella , M. (2014) ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad. (p.4)

Para Gómez, (2015), el emprendedor es una persona extraordinaria que promueve nuevas combinaciones o innovaciones.

Según los profesores (Tamayo ,Gutiérrez,Barrales,Bustinza,Fernández & Maraver , 2015), en su “Guía creativa del emprendedor socialmente responsable”, señala las principales funciones de un emprendedor y son las siguientes:

- ✓ Desarrollar y gestionar un adecuado ambiente de trabajo
- ✓ Definir el plan estratégico
- ✓ Asignar productivamente los recursos
- ✓ Dirigir la formación del personal
- ✓ Diseñar una organización dinámica
- ✓ Supervisar las operaciones y su ejecución

El emprendimiento como campo de investigación se encuentra en proceso para consolidar un escenario conceptual; muchos estudios giran alrededor de la empresa, desconociendo a la persona, y al emprendimiento se le nombra en la literatura como entrepreneur, conservando este término su origen francés por la inadecuada traducción a otros idiomas. (Herrera & Montoya, 2013,p.10)

Según Valarezo (2015), se ha establecido dos grandes motivaciones para instalar un negocio: la oportunidad y la necesidad. Emprendimiento por oportunidad es cuando se emprendió al identificarse una oportunidad comercial y se instaló el negocio para aprovecharla, situación óptima que aseguraría el éxito futuro de la nueva empresa, emprendimiento por necesidad es cuando se emprende en una nueva empresa porque no hay otra mejor opción de empleo y se tiene que subsistir. (p.2)

1.2 Características del emprendedor

Para Alcaráz (2011), “los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen del resto de las personas” (p.2).

En la tabla 1, elaborado por Sánchez (2003), se aprecia con claridad cuáles son estas características: Compromiso total, determinación y perseverancia.

- ✓ Capacidad para alcanzar metas.
- ✓ Orientación a las metas y oportunidades.
- ✓ Iniciativa y responsabilidad.

Tabla 1
Características de los emprendedores

CARACTERÍSTICA DE LOS EMPRENDEDORES	
1. Factores motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de logro • Necesidad de reconocimiento • Necesidad de desarrollo personal • Percepción del beneficio económico • Baja necesidad de poder y estatus • Necesidad de independencia • Necesidad de afiliación o ayuda a los demás • Necesidad de escape, refugio o subsistencia
2. Características personales	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa personal • Capacidad de decisión • Aceptación de riesgos moderados • Orientación hacia la oportunidad • Estabilidad emocional/autocontrol • Orientación hacia metas específicas • Locus de control interno (atribuye a él mismo sus éxitos o fracasos) • Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre • Es receptivo en sus relaciones sociales • Posee sentido de urgencia/tiempo valioso • Honestidad/integridad y confianza • Perseverancia/constancia • Responsabilidad personal • Es individualista • Es optimista
3. Características físicas	<ul style="list-style-type: none"> • Energía • Trabaja con ahínco
4. Características intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> • Versatilidad/flexibilidad • Creatividad/imaginación/innovación • Búsqueda de la verdad e información • Planificación y seguimiento sistemático de resultados • Capacidad para analizar el ambiente (reflexión) • Visión comprensiva de los problemas • Capacidad para solucionar problemas • Planificación con límites de tiempo
5. Competencias generales	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Orientación al cliente • Capacidad para conseguir recursos

- Gerente/administrador de recursos
 - Patrón de factores de producción
 - Exige eficiencia y calidad
 - Dirección y gestión de la empresa
 - Red de contacto
 - Comunicación
-
-

Fuente: Tomada de Alcaráz (2011)
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Para Freire (2004), señala que las once condiciones determinantes detrás del emprendedor son las siguientes:

- 1 Emancipación
- 2 Moderación en la ambición de dinero
- 3 Pasión
- 4 Resultados
- 5 Espiritualidad
- 6 Novicio (actitud de aprendiz)
- 7 Disfrute del camino
- 8 Éxitos compartidos
- 9 Determinación
- 10 Optimismo y sueños
- 11 Responsabilidad incondicional (protagonismo). (p. 30 -32)

Los grandes emprendedores enfrentan con valentía las oportunidades y amenazas que se generan en el entorno económico. Los emprendedores más allá de la innovación saben decidir y ejecutar medidas para enfrentar los riesgos y obstáculos.

1.3 El perfil del emprendedor universitario

Peterman & Kennedy (2003) al estudiar los efectos de la formación empresarial en estudiantes de diferentes ramas, concluyeron que los resultados eran muy alentadores, dado que estos, al finalizar las acciones formativas, mostraban una actitud emprendedora por encima del resto del alumnado.

Según Salvador (2008) se considera emprendedor un sujeto cuyas acciones están más influenciadas por los factores internos que los externos. El emprendimiento es una de las actividades humanas más complejas, pues en ellas convergen factores socio-personales, cognitivos, económicos, políticos y culturales, que al combinarse pueden dar como resultado iniciativas de emprendimiento. (Durán & Aponte, 2015)

A continuación, se encuentra una descripción general de las características de un emprendedor.

Tabla 2
Perfil del emprendedor universitario

PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO	
Estudios	Humanidades Ciencias Sociales Ciencias Experimentales Ingenierías Ciencias de la Salud
Experiencia profesional	Actualmente está trabajando Prácticas profesionales
Género	Femenino Masculino
Nacionalidad	No relevante
Estado civil	No relevante
Edad	Desde 19 años a más de 45 años
Estatus socioeconómico	No relevante

Fuente: Tomado del Libro "Perfil del emprendedor universitario" (2015)
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Factores socio-demográficos. Este tipo de factores pueden ser, el género, la edad, la existencia de empresariado en la familia, la experiencia en el trabajo, etc. Es decir, se trata de hechos o circunstancias que se pueden constatar y que tienen efectos determinantes en la actitud emprendedora de la persona. Aunque en las páginas siguientes ahondaremos en el factor género, de entrada, podemos afirmar que no se trata de un grupo homogéneo, aunque las empresas que crean deben ser estudiadas en relación al entorno económico y sociocultural en el que se desenvuelven (Gonzales, 2001).

Rasgos psicológicos. El estudio de la personalidad y la conducta del individuo y su influencia en la actitud hacia la creación de empresas se ha centrado en la reflexión sobre

determinados elementos que diferencian a las personas emprendedoras de las que no lo son. Estos rasgos son la necesidad de logro, el control interno, la tolerancia a la ambigüedad, la propensión al riesgo. Entre los autores que mantienen estos rasgos distintivos están (Brockhaus & Horwitz ,1986; Scherer 1992; Bird: 1989). Su origen está en la obra de McClelland (1968), para quien la motivación de logro es la característica principal de este tipo de personas. Junto a ello, la perseverancia, la actitud competitiva, la independencia y la confianza en uno mismo, son rasgos de carácter facilitadores del éxito y, por tanto, de la motivación hacia el emprendimiento. El "locus de control" es entendido como el grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo ("locus de control" interno) o del contexto ("locus de control" externo). Según autores como Shapero & Brockhaus (1982), un "locus de control" interno es un rasgo propio de los empresarios, especialmente motivados por la independencia de crear su propia empresa.

De acuerdo con Begley & Boy (1987), la capacidad de innovar la propensión a afrontar riesgos moderados y la tolerancia a la incertidumbre son otros rasgos psicológicos asociados a la figura del empresario. Otros autores como Pleitner, (1986), Toledano, (2006) mencionan también la creatividad, iniciativa, flexibilidad, previsión, liderazgo, optimismo o responsabilidad, como rasgos importantes. Incluso la autonomía o escasa necesidad de apoyo serían otros rasgos relevantes.

1.4. Procesos de evaluación de las competencias del emprendedor

El Entrepreneurial Dimensions Profile (EDP) es una herramienta de evaluación innovadora, desarrollada por un grupo de psicólogos e investigadores del Instituto de Desarrollo de Liderazgo (LDI) de Eckerd College de la Florida-Estados Unidos. El EDP permite evaluar los grados en que los estudiantes universitarios están utilizando una "mentalidad emprendedora". (Eckerd College, 2017)

El Club de Emprendedores de la Universidad de Navarra ha recurrido al test en mención para evaluar los rasgos, motivaciones y habilidades de los emprendedores en su institución y consolidar en los mismos la innovación para generar ideas que revolucionen el entorno económico de ese país marcado por la crisis y el desempleo.

El test (EDP), se basa en un estudio de 72 preguntas para medir 14 variables emprendedoras.

Después de encuestar a 330 emprendedores y gerentes, se identificaron variables que caracterizan a un emprendedor según el EDP. (Eckerd College, 2017)

1. Independiente. Los emprendedores independientes prefieren trabajar por su cuenta y establecer su propia dirección. Aman la libertad de elegir sus prioridades y tienen seguridad al tomar decisiones.
2. Preferencia por la flexibilidad. Los emprendedores que promueven este tipo de sistemas en su espacio de trabajo tienden a apostar por la flexibilidad al atender asuntos y el empowerment (dar poder a los empleados). Por el otro lado, no tienen buenos resultados cuando siguen procesos paso a paso.
3. Inconformista. Los emprendedores inconformistas como Jobs tienden a sobresalir de la masa y a actuar de una forma única. No tienen problema en retar el estatus quo y de nadar contracorriente con tal de alcanzar sus objetivos.
4. Tomador de riesgos. Esta clase de emprendedores tiende a tomar riesgos para lograr que la startup despegue, especialmente si hay potencial de obtener una gran recompensa.
5. Orientado a la acción. Este tipo de emprendedores simplemente hace, no piensa. Toman decisiones rápidamente, son impacientes y siempre muestran iniciativa.

6. Apasionado. Los emprendedores apasionados están completamente obsesionados con la misión de su startup. Aunque la pasión es una palabra excesivamente usada en el mundo de los negocios, la realidad es que es necesaria para lanzar una startup y mantenerla en tiempos difíciles. Como dice el dicho: si amas lo que haces, no trabajarás ni un solo día de tu vida.
7. Triunfador. Los emprendedores triunfadores tienen un fuerte deseo de alcanzar grandes metas y quieren ser los mejores en todo lo que hacen. Lo más importante: Para obtener esa meta están dispuestos a hacer sacrificios.
8. Enfoque en el futuro. Los emprendedores que se enfocan en el futuro no se concentran tanto en los detalles presentes, sino que planean en el largo plazo.
9. Generador de ideas. Los emprendedores generadores de proyectos y soluciones suelen ser fanáticos de las lluvias de ideas y pueden atender un problema en diversas formas. No sólo sobresalen por originar grandes ideas, sino por crear las mejores.
10. Habilidad para ejecutar. Los emprendedores que ejecutan son auténticos maestros en convertir ideas en realidad. Son conocidos por 'hacer el trabajo' y son capaces de tomar una meta y crear un plan para alcanzarla.
11. Confianza en sí mismo. Los emprendedores seguros están satisfechos con quienes son y se creen capaces de alcanzar metas basándose en sus propios talentos y habilidades.
12. Optimista. Los emprendedores optimistas suelen ver el vaso medio lleno, no medio vacío. Generalmente creen que todo saldrá bien y que se superarán los obstáculos.
13. Persistencia. Los emprendedores persistentes se mantienen aunque enfrenten obstáculos. Cuando les cierran puertas o sus startups fracasan se mantienen motivados.

14. Poca sensibilidad interpersonal. La mayoría de los emprendedores no son sensibles porque tienden a concentrarse demasiado en levantar su empresa y convertirla en un éxito, por lo que prestan poca atención a los sentimientos ajenos.

Como parte de la promoción de la investigación científica como un aporte al ecosistema emprendedor, la Universidad de Navarra de España tienen un link en su página web “servicios a la empresa” a través del mismo se brinda una oferta científica y tecnológica a las empresas. Este Centro de Educación Superior cuenta con una cartera importante de patentes en las áreas de ciencias, farmacia y medicina.

La Universidad de Navarra forma parte de la red Enterprise Europe Network de la Comisión Europea. La Enterprise Europe Network es la mayor red mundial de apoyo para pymes con vocación de internacionalización, que ofrece servicios sin coste para que las empresas logren internacionalizarse con éxito.

Una de las cuestiones que se tienen en cuenta a la hora de estudiar a los emprendedores universitarios es la motivación empresarial influenciada por los mecanismos de organización de la universidad y los incentivos que proporcionan las políticas públicas (Toole & Czarnitzki, 2007; Shane, 2002).

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

Las universidades juegan un rol importante en el desarrollo de las competencias, habilidades y destrezas en los estudiantes hacia el emprendimiento empresarial. El primer paso es enseñar a formar empresas, y el segundo paso es llevar este aprendizaje a la práctica, considerando las fortalezas y debilidades del entorno económico.

Tabla 3
Actividades de formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento

MEDIDAS	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	CONTENIDO	MECANISMOS DE SEGUIMIENTO Y CONTROL
Sesión informativa emprendimiento, proyectos y recursos para el autoempleo	Promocionar, facilitar y orientar aspectos relacionados con los recursos para el empleo.	Abordar y analizar aspectos claves en el proceso de creación de una empresa, como paso previo al inicio de una actividad emprendedora, para facilitar la toma de decisiones.	1.- Ayudas para el desarrollo de la idea 2.- Elaboración del plan de empresa 3.- Ayudas, subvenciones y trámites de constitución y puesta en marcha de la empresa. DESTINATARIOS: alumnado de 2º curso de ciclos formativos superior, alumnado de los cursos de formación para el empleo.	1.- Cumplimiento de las actividades propuestas en el aula. 2.- Ficha de control para recoger firmas después de cada sesión.
Visita mediateca	Promocionar, facilitar y dar a conocer los servicios para el empleo que ofrece la mediateca.	Concienciar y facilitar el acceso a la información en el proceso de creación de una empresa, como paso previo al inicio de una actividad emprendedora.	1.- Fondo documental 2.- Apoyo en la búsqueda de la idea de negocio 3.- Ayudas, subvenciones y trámites de constitución de la empresa.	Cumplimiento de las actividades propuestas en el aula
Jornada de cultura emprendedora	Promocionar, fomentar el emprendizaje en el alumnado del instituto.	Concienciar y resaltar la importancia del autoempleo como vía de inserción al mercado laboral.	1.- Visión de la realidad del mercado laboral actual. 2.- Experiencias de emprendedores en el recorrido hasta la creación de la empresa 3.- Ayudas, subvenciones y financiación a las que se pueden acoger en la creación de una	Cumplimiento de las actividades propuestas en el aula

Participación en el concurso de idea de empresa y proyecto de empresa	Promocionar, fomentar el emprendizaje	Trabajar y presentar una idea de negocio o un plan de empresa y su viabilidad.	<p>1.- Elaboración de un documento con una idea de negocio o proyecto de empresa</p> <p>2.- Documentar el trabajo con entrevistas y estudios a pie de calle</p> <p>3.- Plan de viabilidad de la idea o del proyecto de empresa.</p>	Cumplimiento de las actividades propuestas en el aula
INCUBIT	Trabajo de reflexión estratégica en el que el alumno tiene que simular la creación de una empresa asociada a las Tics	Conocer todos los pasos para crear una empresa y motivar para el autoempleo.	<p>1.- Elaboración de un documento con la idea de negocio</p> <p>2.- Analizar el entorno, realizar un DAFO</p> <p>3.- Fijar la M-V-V, las inversiones necesarias y plan de viabilidad de empresa.</p>	Cumplimiento de las actividades propuestas en el aula y exposición final del proyecto

Fuente: Ministerio de empleo y seguridad social (2017)
 Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

En Ecuador se promueve la enseñanza del emprendimiento desde los centros parvularios, escuelas, colegios e instituciones de educación superior. En la Unidad Educativa Tomás Moro de Quito, se dicta la materia de empresa y gestión desde el 2008, pero el nombre fue modificado a Business and Management para incentivar el uso y práctica del idioma inglés. En ese establecimiento mencionado, el docente guía a los estudiantes a conformar 32 emprendimientos que se presentan anualmente en la Feria de Empresas del Tomás Moro. Este evento busca poner en escena las destrezas y teorías aprendidas en las aulas. (Tomas Moro, 2017)

Otro caso de educación en emprendimiento se registra en el Colegio Internacional SEK (Quito). Allí los estudiantes desarrollan microempresas desde el programa La Compañía, de la Fundación Junior Achievement. (SEK QUITO, 2017)

Mientras en el Centro Educativo Bilingüe Interamericano CEBI en Guayaquil, las bases de conocimiento sobre emprendimiento se generan desde el jardín, a fin de que puedan canalizarse en los cursos superiores. Los niños elaboran artesanías y comida para venderlas a precios módicos en ferias que realiza cada año este establecimiento. (CEBI, 2017)

Guayaquil cuenta con lo que muchos consideran el primer centro de innovación y emprendimiento de esta ciudad. A través de este espacio los jóvenes y adultos tendrán asesoría, capacitación y las herramientas para convertir sus ideas en negocios. El “Centro Guayaquil Emprende” inició su construcción y remodelación en enero del 2017, en el área donde quedaban los locales comerciales del parque lineal Armando Romero Rodas. Este proyecto es liderado por el municipio de la ciudad. (Municipalidad de Guayaquil, 2017)

De acuerdo a información de la Dirección de Acción Social y Educación (DASE) el espacio tendrá equipamiento tecnológico, wifi, auditorio, áreas abiertas para desarrollar las ideas y los especialistas que darán su consultoría de forma gratuita en marketing y finanzas así como en la tramitología que requiere para montar una empresa, revisarán planes de negocio y se dispondrán de redes de contactos, entre otros apoyos, que incluye un capital semilla.

También se brindará el servicio de incubación, que consiste en acompañamiento al desarrollo de una idea y su puesta en marcha, de menos de un año a tres. Este proyecto está dirigido a jóvenes emprendedores, microempresarios informales y microempresas nuevas.

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

En el trabajo de investigación elaborado por (Sanabria Rangel, Morales Rubiano, & Ortiz Riaga, 2015) señalan lo siguiente:

Existen diversos mecanismos y estrategias para la vinculación de la universidad con el entorno, los cuales pueden variar según el contexto de los países desarrollados y los países en desarrollo (Torres, 2009). En el caso de los países desarrollados, se presenta una tendencia creciente de las corporaciones privadas a crear alianzas estratégicas con

universidades, y, en muchos de ellos, se están introduciendo leyes sobre propiedad intelectual para favorecer la interacción.

Los principales mecanismos y estrategias son las spin offs, spin outs y start ups, las oficinas de transferencia de tecnología (OTRI), las incubadoras de empresas, los parques científicos y tecnológicos, las pasantías y prácticas profesionales, las consultorías, los programas de educación continuada, los centros de investigación cooperativa y de tecnología, las organizaciones regionales de innovación, las alianzas estratégicas o los consorcios, los centros o unidades empresariales y las políticas institucionales y nacionales, entre otros (Pineda, Morales & Ortiz 2011, pág. 15)

El desarrollo de ideas creativas e innovadoras es el gran desafío para el Ecuador y países de América Latina. En el trabajo promovido por el Banco Interamericano de Desarrollo –BID–, sobre “Empresarialidad en economías emergentes”, se detectó que una de las grandes diferencias que hacen más competitivos al emprendedor del Este de Asia, en relación a los de la región, es su preocupación permanente por competir en los mercados

Es importante la gestión que realizan las universidades a través de su departamento de vinculación con la sociedad o colectividad, ya que conectan al estudiante con el sector público y privado (gremios empresariales), en el desarrollo y ejecución de planes de trabajo que fomentan la creatividad e innovación empresarial. La preocupación por prácticas creativas e innovadoras, se debe promover desde cuando las empresas están en su fase de creación y, por supuesto, cuando la empresa está ya en la etapa de operación real (Araque , 2013).

En ese proceso de conexión, entre la creatividad y la identificación de oportunidades de negocios, es importante que el emprendedor se apoye en una serie de estimuladores de la creatividad. “Como ejemplos de estimuladores de ideas, Araque (2009) propone: visita a un centro comercial, navegación en el Internet, vacaciones dentro y fuera del país, asistencia a

un seminario, entrevistas con expertos de negocios, lectura de libros y revistas, observación de películas y/o de noticieros con orientación económica, etc.”.

Según los resultados del estudio anual 2013 del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el Ecuador obtuvo un Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 36%, en ese año, aproximadamente 1 de cada 3 adultos había realizado gestiones para crear un negocio o poseía uno cuya antigüedad no superaba los 42 meses. (Cedeño & García: 2015).

En Ecuador hombres y mujeres emprenden por igual, a lo largo de los años se ha visto casi paridad; la razón de la TEA femenina a la masculina es de 0.9. Sin embargo, se observan diferencias en cuanto a motivación; la proporción de hombres que emprenden por oportunidad es superior a la de mujeres, mientras que hay más mujeres que emprenden por necesidad. Aun así, la razón de emprendimientos por oportunidad de mujeres a hombres es de 0,8. Este patrón se ha mantenido en el tiempo; las proporciones de hombres y mujeres en la TEA se han venido alternando con pequeñas diferencias. (GEM, 2016)

Ecuador destaca por encima de la media de la región, en el factor Políticas Gubernamentales generales reflejando la importancia de este tema en la economía del país. Mientras en la política de regulación no se han registrado cambios considerables; el apoyo financiero y las políticas gubernamentales referidas a impuestos no contribuyen a favorecer los emprendimientos.

Según el GEM 2016, tanto para Ecuador como para la región, el entorno no se ha percibido favorable a lo largo del tiempo. Las evaluaciones más altas se ubican alrededor del promedio de la escala, y con excepción de educación superior, y acceso a infraestructura física, se han mantenido relativamente estables en el tiempo. La media regional para los 9 factores no muestra diferencias con respecto al 2015.

Tabla 4
La media regional

	Ecuador	Colombia	Chile	Perú	Región	Economía de Eficiencia
Apoyo financiero	2,86	3,63	3,53	3,83	3,42	4,07
Políticas gubernamentales: Políticas generales	3,38	4,22	4,22	3,46	3,76	3,92
Políticas gubernamentales: Regulación	2,68	3,6	4,74	3,14	3,31	3,67
Programas gubernamentales	3,36	4,51	5,05	4,07	4,05	3,96
Educación y formación: Primaria y secundaria	3,07	2,94	2,38	3,19	2,74	2,93
Educación y formación: Educación superior	5,33	5,4	4,77	4,87	4,85	4,59
Transferencia de I +D	3,17	3,53	3,95	3,24	3,38	3,55
Infraestructura comercial y profesional	4,57	4,16	4,92	3,65	4,5	4,72
Apertura del mercado interior: Dinámica	4,54	4,65	3,73	4,25	4,39	5,08
Apertura del mercado interior: Apertura	4,21	3,85	3,99	4,01	3,9	4,04
Acceso a infraestructura física	6,72	6,06	7,44	5,76	6,17	6,38
Normas sociales y culturales	5,35	5,78	5,05	5,01	4,85	4,76

Elaborado por: Cedeño Gracia , Mirna Carolina

Fuente: Tomada del libro (GEM, 2016)

1.7. Procesos de investigación enfocados a fomentar el emprendimiento

La Universidad de Ciencias Aplicadas de Múnich (Alemania) es considerada como una de las mejores universidades de ese país y del mundo para los emprendedores. En la institución se promueve una cultura de fundación de empresas, la investigación, innovación y emprendimiento son las bases de sus programas de estudio y soporte para la creación de empresas. Esta universidad ofrece cursos de formación, equipamiento, tecnologías, asesoramiento, incubadoras y financiación. (página web de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Múnich, 2017)

Esta Universidad cuenta con el Centro de Estrasburgo (SCE) para el emprendimiento imparte conocimientos y habilidades en las áreas de innovación. Este Centro brinda programas de educación e investigación en el área de emprendimiento. Promueve los procesos de innovación y el desarrollo de la propia personalidad empresarial entre estudiantes y profesores. El SCE apoya fundaciones de la ciencia y apoya a compañías jóvenes del desarrollo de ideas a la innovación comercializable. (página web de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Múnich, 2017)

El programa de emprendimiento del SCE contempla:

- Capacitación y enseñanza: seminarios curriculares y proyectos reales, escuelas de verano internacionales, formatos de talleres, certificados de educación complementaria, así como eventos de motivación y networking, tales como clases magistrales.
- Asesoramiento de puesta en marcha y puesta en marcha: entre otras cosas, diversas ofertas de consultoría, talleres de puesta en marcha, incubadoras, programas de apoyo.
- Investigación: proyectos de investigación aplicada, redes, oportunidades de doctorado, tesis de licenciatura y tesis de tesis, publicaciones y conferencias.
- Academia de Emprendimiento Social: entre otros programas de cualificación, start-ups, start-ups, actividades de red con enfoque en emprendimiento social e innovaciones sociales
- Contactos y redes: asociaciones a nivel regional, nacional e internacional con universidades, organizaciones, empresas e instituciones internacionales como la Comisión Europea.

Los proyectos más importantes de investigación y desarrollo de la Universidad de Múnich, que se llevan a cabo en laboratorios especializados, se encuentran en las siguientes áreas:

- La mecánica automotriz
- Creación de valor digital
- Eficiencia energética
- Producción y materiales
- Innovaciones socioeconómicas

La ingeniería de vehículos y de tráfico convierte a esta Universidad en un socio competente para la comunidad empresarial en el campo de la mecatrónica de vehículos aplicados.

La Escuela de Negocios de Copenhague (CBS) (Dinamarca), es uno de los centros de negocio más grandes de Europa y es considerada como la escuela número doce del mundo en el ranking de programas de MBA por The Wall Street Journal. Se encuentra entre los 17 miembros de la alianza europea CEMS (Community of European Management Schools) que ofrece el mejor Máster en Management del mundo, según Financial Times.

La plataforma de emprendimiento de CBS conecta los recursos de investigación con la educación y el sector empresarial. (página web de la Escuela de Negocios de Copenhague (CBS), 2017)

El objetivo central de esta plataforma empresarial es estimular, facilitar y apoyar en la búsqueda de soluciones para casos reales empresariales. Las empresas, la educación empresarial, los estudiantes, los ex alumnos de CBS y los socios públicos son parte de la creación de estas soluciones. (pg. web de CBS, 2017)

La plataforma funciona con una variedad de temas - en la fase inicial:

- Start-up
- Emprendimiento Organizacional
- Diseño y Emprendimiento
- El emprendimiento social
- Globalización y emprendimiento

La plataforma organiza una colaboración interdepartamental para crear sinergias entre las múltiples áreas de experiencia de CBS y las empresas de la región danesa y nórdica. La integración de nuevos conocimientos con las asociaciones y la interacción entre la sociedad

civil se enfoca en ayudar a las personas y organizaciones empresariales en sus esfuerzos. (pg. web CBS, 2017)

IE Business School (España) es la escuela de negocios más prestigiosa de España, fue fundada por emprendedores y está plenamente comprometida con la promoción del espíritu emprendedor, desde los métodos docentes que emplea y el diseño de sus programas, hasta la vinculación con la comunidad externa de inversores, las administraciones públicas y las empresas emergentes. (pg. web IE Business School, 2017)

Esta Escuela de Negocios se caracteriza por defender la igualdad social y la sostenibilidad ambiental. Su Centro para el Emprendimiento y la Innovación promueve la enseñanza y puesta en marcha de proyectos relacionados al asesoramiento a instituciones microfinancieras en Ghana-África o asistencia a empresas sociales en Perú. (pg. web IE Business School, 2017)

En el área de ecosistema de innovación de esta Escuela, denominada “área 31”, se abren anualmente más de 250 startups, estos negocios emergentes están integrados por inversores, programadores, administraciones públicas, socios corporativos y personas entusiastas en promover el espíritu empresarial. (pg. web IE Business School, 2017)

CAPÍTULO II

Diagnóstico del perfil del emprendedor universitario.

2.1 Objetivos

Análisis del perfil emprendedor en los estudiantes de la Universidad Católica y la Escuela Superior Politécnica del Litoral de la ciudad de Guayaquil.

- Fundamentar teóricamente el análisis de las competencias que requiere el emprendedor universitario para ser exitoso en el ámbito empresarial.
- Proponer estrategias de fortalecimiento en las universidades del Ecuador, enfocadas al desarrollo emprendedor de los estudiantes
- Analizar las acciones desarrolladas por las Universidades mencionadas para motivar el desarrollo emprendedor de sus estudiantes
- Identificar las características que permitan definir el perfil de emprendedor de los estudiantes.

2.2 Metodología de investigación

La investigación es de carácter descriptivo con enfoque cuantitativo y cualitativo, ya que contará con técnicas e instrumentos para la obtención de datos, como es la entrevista y encuesta efectuada por la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) a estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) que tiene una población de 9.513 y a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) que tiene una población de 16.024 discentes, por lo que se realizó un muestreo aleatorio y se seleccionó una muestra de 200 estudiantes por cada institución.

Las encuestas serán divididas en 8 bloques para conocer de manera sistemática factores que fomentan el desarrollo emprendedor en los estudiantes.

- ✓ Bloque A: Factores socioculturales
- ✓ Bloque B: Factores Contextuales
- ✓ Bloque C: Actitud hacia el emprendimiento
- ✓ Bloque D: Intención de ser emprendedor
- ✓ Bloque E: Rasgos personales y competencias
- ✓ Bloque F: Autoeficacia
- ✓ Bloque G: Inteligencia emocional
- ✓ Bloque H: Importancia del entorno social más cercano

En cuanto a los tipos de preguntas, se diseñaron preguntas de escala de Likert, que permitió medir actitudes y conocer el grado de conformidad y nivel de opinión de los encuestados ante diferentes preguntas en torno al desarrollo de emprendedores.

El cálculo muestral fue realizado de la siguiente manera:

Dónde:

Z: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

Se puede observar en la siguiente tabla los niveles de confianza:

Z	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de Confianza	75%	80%	85%	90%	95%	96%	99%

e: es el posible error muestral . En este caso se creyó conveniente tomar un valor de error considerable igual al 7%.

σ : Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene valor suele utilizarse un valor constante de 0.5.

N: es el tamaño de la muestra, es decir el número de estudiantes de pregrado que corresponde a cada universidad.

Cálculo muestral de la ESPOL

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

n Tamaño de la muestra
 z Valor del área bajo la curva normal (depende del NC)
 p Probabilidad de éxito (Proporción esperada)
 q Probabilidad de fracaso (1-p)
 e Error máximo admisible

NC	9.513	TAMAÑO ADECUADO DE LA MUESTRA
p	0,5	194,01
q	0,5	195
e	0,07	
Z	1,95	

Elaborado por: Cedeño Gracia, Mirna Carolina

Cálculo muestral de la UCSG

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

n Tamaño de la muestra
 z Valor del área bajo la curva normal (depende del NC)
 p Probabilidad de éxito (Proporción esperada)
 q Probabilidad de fracaso (1-p)
 e Error máximo admisible

NC	16.024	TAMAÑO ADECUADO DE LA MUESTRA
p	0,5	194,01
q	0,5	195
e	0,07	
Z	1,95	

Elaborado por: Cedeño Gracia, Mirna Carolina

2.3 Breve reseña histórica de las universidades objeto de estudio

De acuerdo a la información que se encuentra en la página web de la UCSG (2017), hace referencia a la siguiente reseña histórica de la institución universitaria.

Tabla 5
Reseña histórica de la Universidad Católica de Guayaquil

RESEÑA HISTÓRICA	
Fundación	17 de mayo de 1962
Autoridades fundadoras	Presidente, Mons. César Antonio Mosquera Corral Dr. Leonidas Ortega Moreira P. Joaquín Flor Vásconez S.J
Presidente Constitucional de la República del Ecuador	Dr. Carlos Julio Arosemena Monroy
Cuerpo gubernativo	Dr. Santiago Castillo Barredo Ing. Francisco Amador Ycaza Mons. Antonio Bermeo Mons. Rogerio Beauger P. Jorge Mesía S.J el Dr. Fausto Idrovo Arcentales
Decanos fundadores	
Facultad de Jurisprudencia	Dr. Héctor Romero Menéndez (1962-66)
Facultad de Filosofía	P. José Joaquín Flor (1962-65)
Facultad de Ingeniería	Ing. Raúl Maruri Díaz (1962-63)
Primer período académico de clases	6 de junio de 1963
Facultades	Jurisprudencia Ciencias Sociales y Política Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación Ciencias Físicas y Matemáticas
Cursos dictados	Colegio nocturno "20 de abril", ubicado en Eloy Alfaro 1955 y Manabí – 1966
Fundación del edificio principal	1966

Elaborado por: Cedeño Gracia, Mirna Carolina
Fuente: (UCSG, 2017, pág. web)

De acuerdo a la información que se encuentra en la página web de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (2017), hace referencia a la siguiente reseña histórica de la institución universitaria:

Tabla 6
Breve reseña histórica de la ESPOL

RESEÑA HISTÓRICA	
Fundación	29 de octubre de 1958
Fundación oficial	29 de mayo de 1959
Presidente Constitucional de la República del Ecuador	Dr. Camilo Ponce Enríquez
Primer Rector	Rector , Ing. Walter Camacho Navarro
Financiamiento	Banco Interamericano de Desarrollo , BID
Primer período académico de clases	6 de junio de 1963
Facultades	<p>FIMCP - Facultad de Ingeniería en Mecánica y Ciencias de la Producción FIEC - Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación FCNM - Facultad de Ciencias Naturales y Matemáticas FIMCBOR - Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y Recursos Naturales FCV - Facultad de Ciencias de la Vida FICT - Facultad de Ingeniería en Ciencias de la Tierra FCSH - Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas EDCOM - Escuela de Diseño y Comunicación Visual</p>
Desarrollo Institucional	<p>La capacitación y formación docente. , creación de la Unidad de Planificación., incorporación de jóvenes politécnicos que habían obtenido títulos de MSc. y PhD. Desde hace 40 años la casi totalidad de los profesores titulares laboran a tiempo completo (40 horas semanales). La creación de la carrera de Tecnología Pesquera (1973) y Tecnología en Computación (1974); y la preparación del Plan de Desarrollo Institucional, que incluía tener un nuevo campus, y obtener el apoyo del Gobierno del Ecuador y del BID.</p>

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia
Fuente: (ESPOL, 2017, pág. web)

De 1983 a 1992, el mayor esfuerzo institucional se centró en ejecutar el Plan de Desarrollo o BID ESPOL II, cuyos objetivos se cumplieron a plenitud. (ESPOL, 2017)

- Ampliar el número de carreras de tecnólogos (7 carreras).
- Ampliar el número de carreras de la Facultad de Ingeniería Eléctrica y reforzar las existentes.
- Crear cursos de posgrado.
- Promover y apoyar las actividades de investigación científica y tecnológica.
- Desarrollar programas de extensión y apoyo tecnológico al sector productivo.
- Inaugurar el Centro Nacional de Acuicultura e Investigaciones Marinas, Cenaim (1992), pilar fundamental para la sustentabilidad de la actividad camaronera. Las investigaciones aplicadas del Cenaim han resuelto el problema de la mancha blanca en el camarón.
- La modernización de la infraestructura física del campus Gustavo Galindo Velasco con capacidad para albergar a 10.000 estudiantes.
- Las inversiones en el Parcon donde destacan el edificio del CTI con su data center, la vía de acceso, la represa, la subestación eléctrica.
- El inicio del proceso de acreditación internacional de cinco carreras de ingenierías ante ABET : Ingeniería Mecánica de la FIMCP, Ingeniería de Petróleos de la FICT, Ingeniería Naval de la FIMCBOR, Ingeniería en Electricidad e Ingeniería en Ciencias Computacionales de la FIEC. A inicios del 2013 se presentó de manera oficial la solicitud de acreditación para las Ingenierías en Computación y Mecánica y en el 2014, estas carreras fueron acreditadas internacionalmente por ABET

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

Los centros de educación superior ESPOL y UCSG promueven el emprendimiento a través de la gestión del conocimiento e innovación. La Comisión Europea en su Estrategia Europa 2000, hace una apuesta por la Innovación Social, conceptualizándola como:

La Innovación Social consiste en encontrar nuevas formas de satisfacer necesidades sociales, que no están adecuadamente cubiertas por el mercado o el sector público o en producir cambios de comportamientos necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad capacitando a la ciudadanía y generando nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración. Son por tanto, al mismo tiempo innovadoras en sí mismas y útiles para capacitar a la sociedad a innovar. (Comisión Europea, 2010, pág. 6)

2.4.1 ESPOL

La Espol impulsa y desarrolla la cultura emprendedora y las competencias y recursos de las personas a través de la innovación. Para ello, creó en el 2003 el Centro de Desarrollo de Emprendedores de la ESPOL (CEEMP) que provee formación en conocimientos y habilidades, propicia el contexto adecuado y facilita los contactos que permiten a los emprendedores concebir y lanzar negocios basados en ideas innovadoras. (ESPOL, 2017, pág. web)

El CEEMP fomenta el emprendimiento en estudiantes, ex-alumnos y profesionales en general mediante la implementación de programas de formación y tutoría y la facilitación de la integración entre los sectores productivos, los desarrolladores de innovaciones, y los emprendedores para que estos logren beneficios mutuos e impulsen el desarrollo del país generando empleo y riqueza. (ESPOL, 2017)

El curso de Emprendimiento e Innovación Tecnológica se imparte en todas las carreras de la ESPOL. Este taller es uno de los requisitos obligatorios para poder dictar la materia de Emprendimiento en esta Universidad.

El Centro que fue concebido en base a una propuesta de la Escuela de Postgrado en Administración de Empresas ESPAE. Según el MSc. Guido Caicedo, director del CEEMP, el centro persigue los siguientes objetivos:

- ✓ Desarrollar y aplicar su propio modelo de formación de emprendedores con énfasis en la transversalidad, el aprendizaje experiencial y la multidisciplinareidad.
- ✓ Construir, participar y hacer crecer redes de actores que promuevan el emprendimiento y la innovación en la ciudad, el país y la región.
- ✓ Atraer y formar el talento humano con las competencias necesarias para apoyar la creación de un ecosistema de innovación en la región.

- ✓ Generar los recursos para lograr que en CEEMP sea en un alto porcentaje autogestionable y sostenible.
- ✓ Mantenerse a la vanguardia en los conocimientos, técnicas y herramientas del estado del arte mundial en emprendimiento e innovación.
- ✓ Apoyar procesos de innovación y transferencia de tecnología en la ESPOL y en redes de actores locales, nacionales e internacionales
- ✓ Facilitar espacios físicos y de servicios para apoyar y acelerar emprendimientos innovadores que permeen a la cultura de la ESPOL

Caicedo agrega que el CEEMP realiza las siguientes actividades:

- ✓ Cursos, seminarios y talleres formales a todos los estudiantes sobre Emprendimiento e Innovación Tecnológica y Análisis y Resolución de Problemas.
- ✓ Concursos de innovación y planes de negocios.
- ✓ Desarrollo de casos de estudio relacionados al emprendimiento.
- ✓ Preincubación de empresas. Para acceder a las Pre-Incubadoras (creación de empresas con base tecnológica), los estudiantes deben haber cursado o estar cursando la materia de Emprendimiento e Innovación Tecnológica, tener un producto o servicio a nivel de prototipo. De preferencia, la idea tiene que tener afinidad o relación con una o más de las siguientes áreas: TICs, Electrónica y Energía.

2.4.2 UCSG

Por su parte la UCSG, oferta la Carrera de Emprendimiento en la Facultad de Especialidades Empresariales, con el propósito de contribuir a la creación del trabajo estable, justo y digno a través del ecosistema del emprendimiento como eje transversal para el Desarrollo Nacional. (UCSG, 2017, pág. web)

Según Ángel Castro, director de la carrera en mención, la misión de la misma es formar profesionales éticos y socialmente responsables que sean capaces de crear nuevas empresas y reinventar empresas ya existentes que sean competitivas en un mercado globalizado.

Castro añade que las iniciativas de educación se las puede clasificar en dos grandes grupos: educación sobre emprendimiento y educación para el emprendimiento. La Carrera de Emprendedores brinda educación para el emprendimiento, de forma que los graduados estén en capacidad de: 1) detectar oportunidades, 2) crear organizaciones con fines de lucro o de interés social basadas en esas oportunidades y 3) administrar la organización que ellos crearon.

El director de la carrera en mención, informa que aproximadamente el 25% de los graduados han creado su propia empresa, otro 25% se encuentra colaborando con las empresas de sus familias y el restante 50% desempeñan el papel de intrapreneurs en empresas públicas y privadas.

La Carrera de Emprendedores de la UCSG, a criterio de Castro, debe desarrollar iniciativas que permitan que los proyectos de los estudiantes sean más innovadores. Para ello, propone que las tutorías o trabajos de titulación puedan desarrollarse con estudiantes de otras facultades como la de Ingeniería, Artes y Humanidades, Arquitectura y Medicina, a fin de socializar ideas.

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

2.5.1 ESPOL

La ESPOL realiza talleres para entrenar a formadores en emprendimiento, con el propósito de contribuir en la capacidad de docentes universitarios de facilitar el aprendizaje emprendedor en los estudiantes, para que los mismos desarrollen competencias y conciben productos o servicios innovadores que permitan generar riqueza. (ESPOL, 2017, pg. web)

De acuerdo a información encontrada en su página oficial, la ESPOL cuenta con nueve Centros Institucionales de Investigación, a continuación se mencionan algunos.

- ✓ Biotecnología para el desarrollo-CIBE: se dedica a realizar investigación, innovación, transferencia y desarrollo de talento humano en biotecnología para impulsar la industria nacional y la soberanía tecnológica.
- ✓ Centro de Tecnologías de información -CTI: se dedica a proveer de manera efectiva herramientas y servicios para mejorar la productividad de las personas a través de las TIC, liderar la investigación y desarrollo de las TIC a través de las alianzas con otras Universidades, Gobierno, Industria y la Comunidad para estimular el desarrollo del país.
- ✓ Centro Nacional de Acuicultura e Investigaciones Marinas-CENAIM: se dedica a impulsar el desarrollo sustentable de la acuicultura y la biodiversidad marina en el Ecuador, a través de la investigación científica, el desarrollo tecnológico, la capacitación y la difusión, propiciando un estrecho vínculo entre el Estado, el Sector Productivo y la Comunidad Académica.
- ✓ Centro de investigación, desarrollo e innovación de sistemas computacionales-CIDIS: es un centro de I+D+i que realiza investigación científica y tecnológica

orientada a resolver problemas específicos dentro de sus campos de aplicación en: agricultura, manufactura, transporte, telecomunicaciones y construcciones inteligentes; desarrollando sistemas que integran Hardware y Software.

- ✓ Centro de Energías Renovables y Alternativas-CERA: tiene como ámbito la Investigación, Innovación y Desarrollo en ciencias e ingeniería aplicadas en la aprovechamiento de los recursos renovables, convirtiendo a la electricidad en un insumo de producción y bienestar que mejore la calidad de vida de los ecuatorianos.

2.5.2 UCSG

Mientras la UCSG cuenta con el Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE), que según lo publicado en la página web de esta Universidad, coordina la investigación que realizan los nueve Institutos de Investigación, uno por cada una de las Facultades que conforman la Institución. A continuación se detallan los más vinculados a la actividad del emprendimiento. Instituto de Cultura, Arte, Idiomas y Multimedia-ICAIM de la Facultad Artes y Humanidades, Instituto de Investigación de la Facultad Ingeniería Civil- IIFIUC, Instituto de Hábitat y Diseño- IPUR de la Facultad de Arquitectura, Instituto de Investigación de la Facultad Ciencias Económicas, Biomedicina-INFOCSI de la Facultad Ciencias Médicas, y el Instituto de Ciencias Empresariales-ICE de la Facultad Especialidades Empresariales.

Entre los objetivos específicos que persigue el SINDE se detalla la promoción de la innovación y el emprendimiento como respuesta a las necesidades de las empresas, del gobierno y la sociedad en general, considerando como ventaja la infraestructura física, técnica y lógica de los Institutos y la Universidad.

Asimismo propone estimular la articulación regional, nacional e internacional de la Universidad mediante su vinculación con redes científicas y organismos, para potenciar la investigación, la prestación de servicios y la cooperación que permita financiar proyectos de investigación y desarrollo. (UCSG, 2017 pg. web)

Según Larrea, (2017, pág. 155) la innovación social, solo puede darse en contextos de promoción de oportunidades para el desarrollo de las capacidades del conocimiento y su aprendizaje, de creatividad, de filiación de los sujetos sociales por la ética y la estética del buen vivir, y en horizontes epistemológicos de cooperación interinstitucional e internacional que a la vez que descolonizan la exclusividad de las lógicas científicas para la comprensión de la realidad, crean otras que fortalecen los procesos de autodeterminación del pensamiento y la participación ciudadana.

2.6 Análisis e interpretación de resultados de la investigación

A continuación, se van a detallar los resultados de la investigación de campo realizada a los estudiantes de la Universidad Católica (UCSG) y de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) de la ciudad de Guayaquil, tópicos relacionados al emprendimiento universitario.

2.6.1 Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la ESPOL

A continuación se exponen todas las figuras de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, de acuerdo a la muestra tomadas al azar de los 200 estudiantes de diferentes semestres y paralelos.

2.6.1.1 Factores socioculturales

2.6.1.1.1 Edad

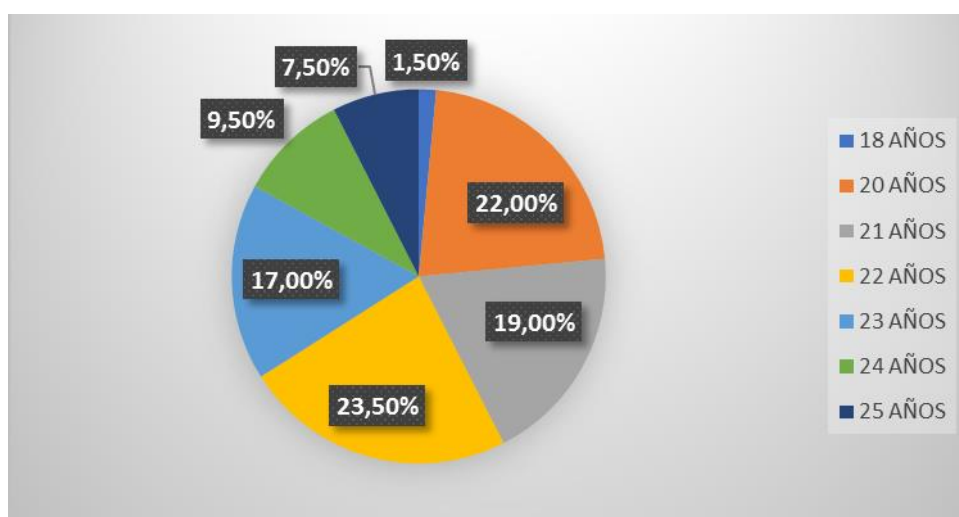


Figura 1. Edad de los estudiantes

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

De la figura 1, el 23.50% se encuentran en la edad de 22 años, seguidos del 22.00% de 20 años de edad, dejando en última posición a los estudiantes de 25 años de edad siendo el 7.50%, concluyendo que los estudiantes de la ESPOL son relativamente jóvenes.

2.6.1.1.2 Género

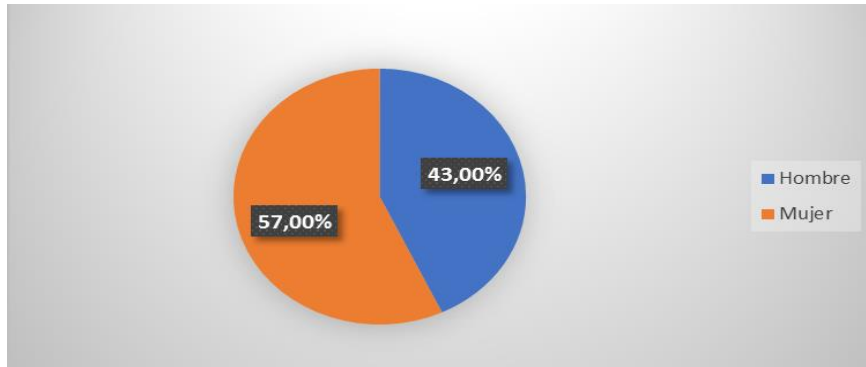


Figura 2 Género

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

El 57.00% de los entrevistados son mujeres, mientras que el 43.00% son hombres, destacándose así el sexo femenino como la mayor cantidad de entrevistados en torno al conjunto referencial “estudiantes universitarios ESPOL”. La totalidad de los estudiantes encuestados son de nacionalidad ecuatoriana.

2.6.1.1.3 Titulación

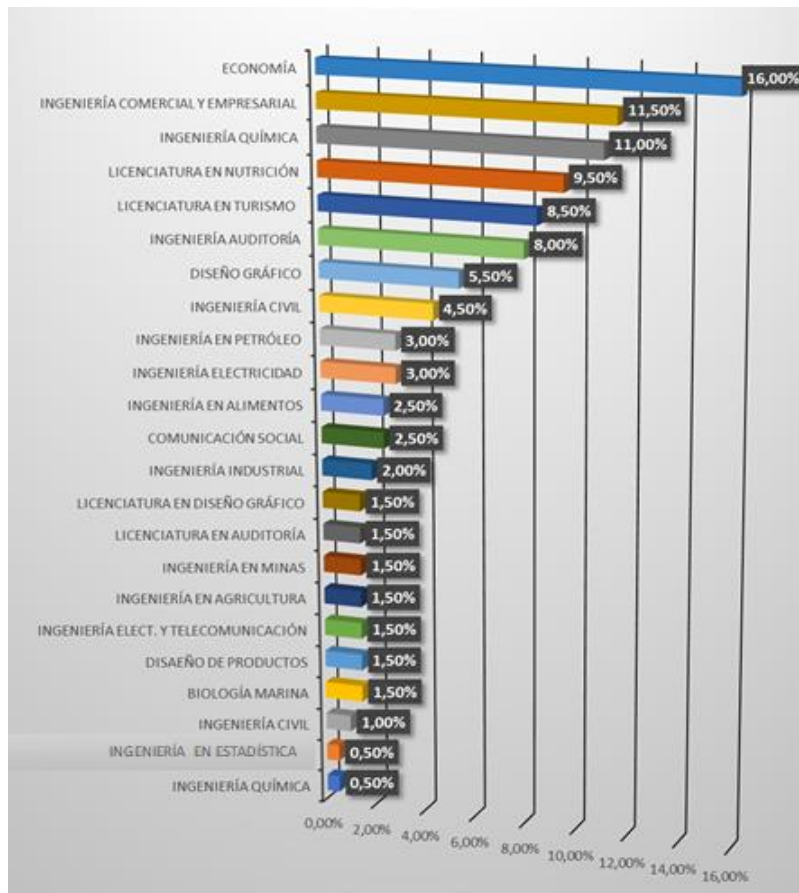


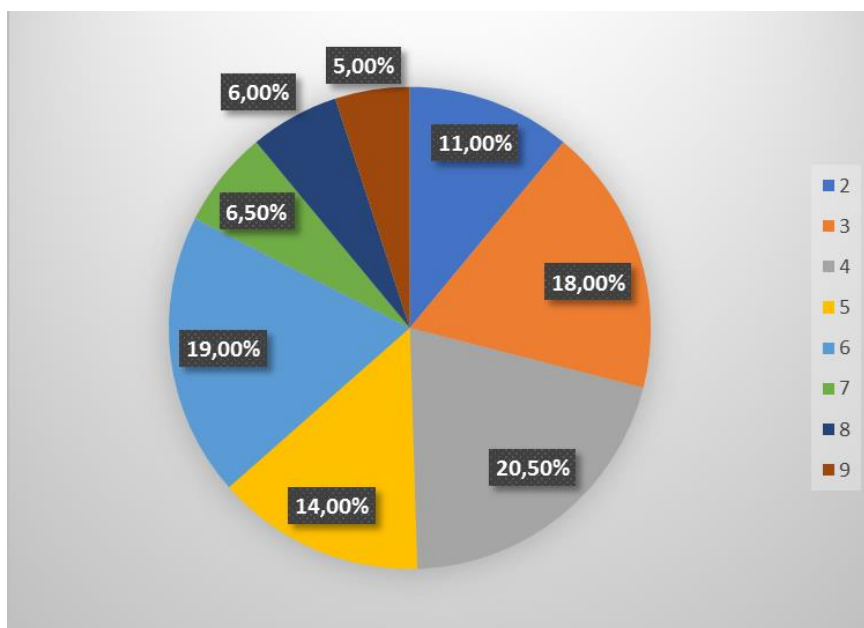
Figura 3. Titulación

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Como puede observarse en la figura 3 se muestra que los alumnos encuestados representan a 23 de las 33 carreras que oferta la ESPOL. Los alumnos de la titulación que predomina pertenecen a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, específicamente a la carrea de Economía con 16%, seguida de Ingeniería comercial y Gestión Empresarial con 11.50% e Ingeniería Química con 11%. Estas tres titulaciones tienen los rangos más altos, mientras que las demás se encuentran por debajo del 11%. emprendedoras.

2.6.1.1.4 Semestre



Figuran 4. Semestres

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

En la figura 4 los estudiantes pertenecen a un 4to semestre, representando a la mayor cantidad en un 20.5%, 6to semestre en un 19%, 3er semestre en un 18% cantidades menores a estos porcentajes pertenecen a otros semestres. De acuerdo a los resultados obtenidos se ha logrado obtener información de estudiantes con conocimientos medios y avanzados acerca de sus carreras que les permita tomar una decisión a futuro entre emprender o trabajar como empleado en una institución.

2.6.1.1.5 Curso de emprendimiento

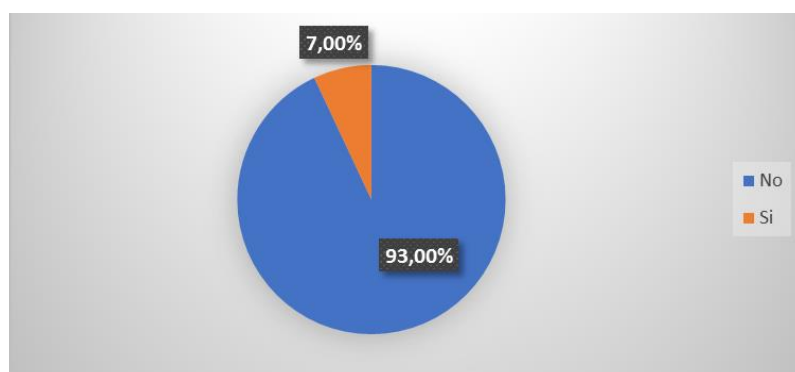


Figura 5 .Curso de emprendimiento

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

El 93.00% de los estudiantes no han realizado ningún curso, seminario, etc., relacionados con el emprendimiento, contrastando el 7% si los han tomado. Por lo tanto los estudiantes no cuentan con el conocimiento necesario en cuanto a lo que significa emprender obteniendo una pauta para poder proponer un programa de emprendimiento o campañas de incentivos con el fin de que dichos programas sean abordados por los estudiantes de la ESPOL.

2.6.1.1.6 Padres empresarios

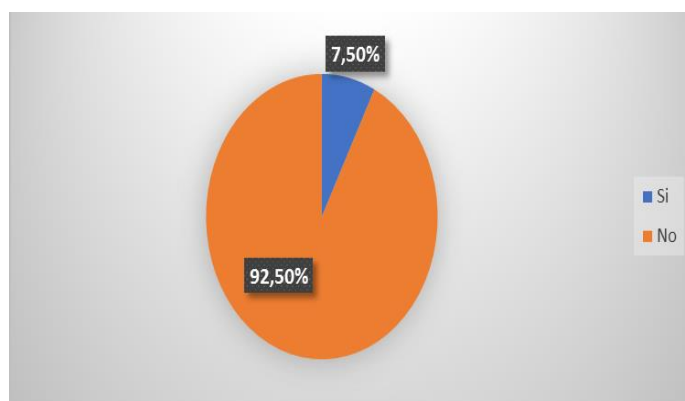


Figura 6. Padres empresarios

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

El 92.50% de los padres de los estudiantes de la ESPOL no son empresarios o no tienen algún tipo de negocio, mientras que el 7.50% de los padres de los estudiantes en la actualidad han desarrollado un giro de negocio. Este resultado podría considerarse una limitante dentro de la motivación de emprender, visión e independencia económica en los estudiantes universitarios de la ESPOL.

2.6.1.1.7 Padres empresarios (padre, madre, ambos)

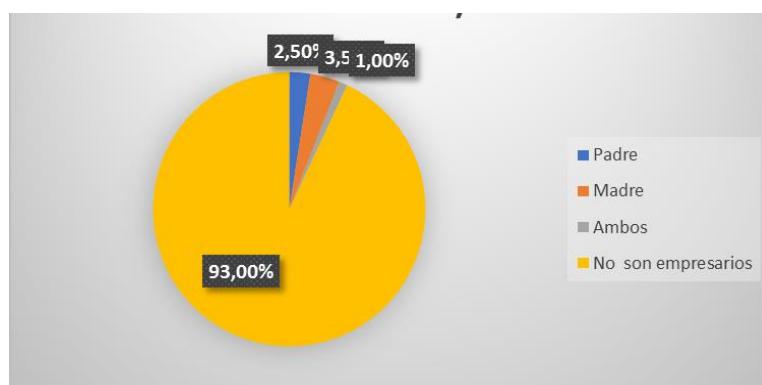


Figura 7. Padres empresarios
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Del 7% de los padres de los estudiantes de la ESPOL que son empresarios, el 3.5% de las madres son propietarias de una empresa o giro de negocio, el 2.5% son los padres los propietarios de negocios, mientras que el 1% ambos padres son los propietarios de negocios. Los antecedentes emprendedores de la madre podrían influir en la predisposición de sus hijos a realizar actividades empresariales.

2.6.1.1.8 Referente profesional

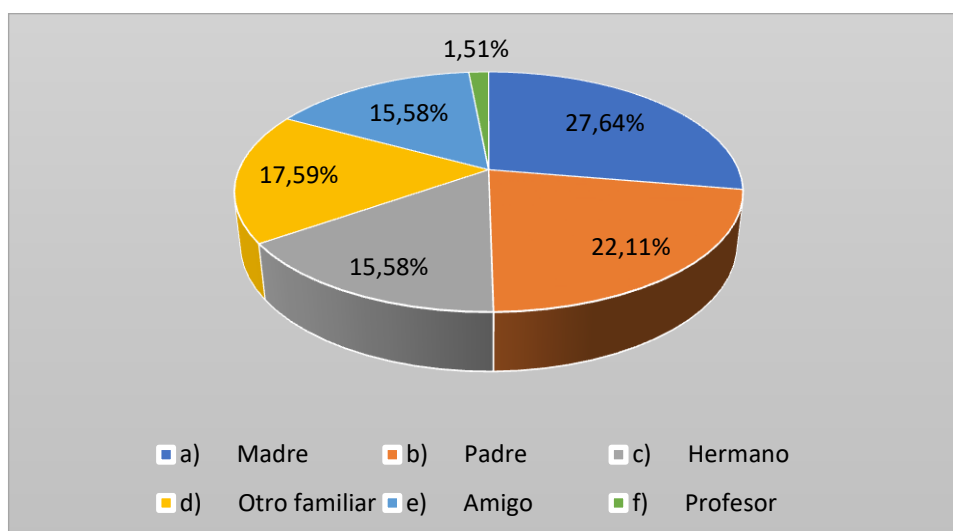


Figura 8. Referencia profesional
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Para los estudiantes de la ESPOL, un gran referente profesional es la madre corroborado con el 27.64% de los encuestados, así también consideran como referente al padre con el 22.11% de encuestados mientras que las demás se encuentran por debajo del 15.58%. A partir de los resultados obtenidos de la figura 9 se concluye que los referentes profesionales recaen en su familia, específicamente en la madre.

2.6.1.1.9. Padres empresarios

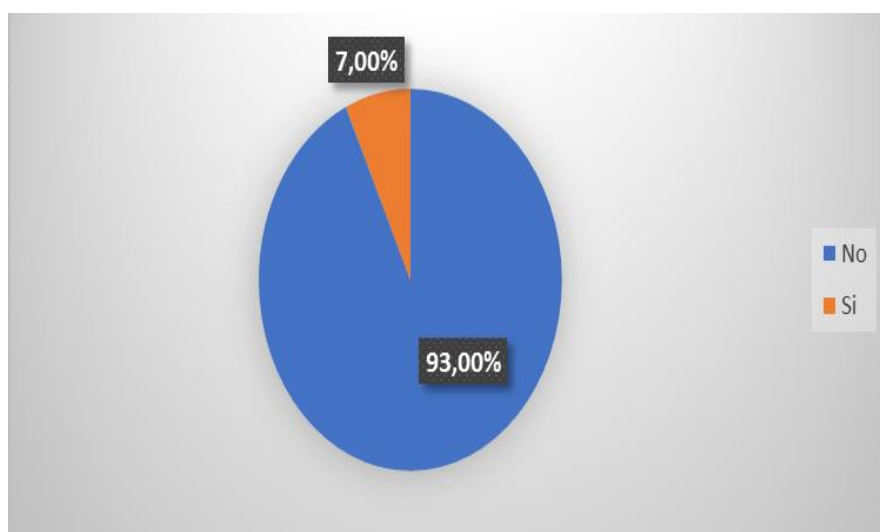


Figura 9 .Creando una empresa

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Los antecedentes emprendedores influyen en la predisposición del alumnado a realizar actividades empresariales. De acuerdo a la figura 9 el 93 % de los estudiantes de la ESPOL, no están en este momento involucrados en la creación de una empresa, mientras que el 7 % de estos estudiantes ya tienen un proyecto de negocios.

2.6.1.1.10 Años de experiencia laboral



Figura 10. Años de experiencia laboral

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Tan sólo el 1% de los estudiantes encuestados, tienen por lo menos un año de experiencia laboral, mientras que el 99% no labora, esta situación se podría dar por varios factores: la falta del tiempo debido a que son clases presenciales, la inflexibilidad de los horarios de trabajo, la falta de motivación por parte de la familia o políticas gubernamentales, por último porque poseen la provisión económica de sus padres.

2.6.1.1.11 Estudiantes que se encuentran laborando tiempo parcial o completo

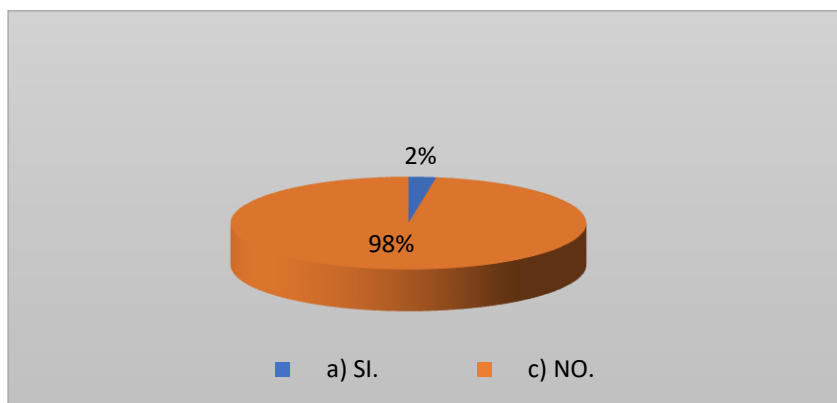


Figura 11. Estudiantes que se encuentran laborando tiempo parcial o completo
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

De acuerdo a los resultados de la encuesta, el 98% de los estudiantes de la ESPOL no trabajan, mientras que el 2 % si trabaja, esto se debe a la totalidad de la muestra fue tomada de los estudiantes que cursan su carrera superior en modalidad presencial.

2.6.1.2 Factores contextuales

En este nuevo segmento, la investigación de campo fue dirigida a los factores que más incentivan a los estudiantes para emprender un negocio, así mismo que influyen en la sociedad para la creación de nuevas plazas de trabajos con personal altamente calificado.

2.6.1.2.1 Principales incentivos del contexto general

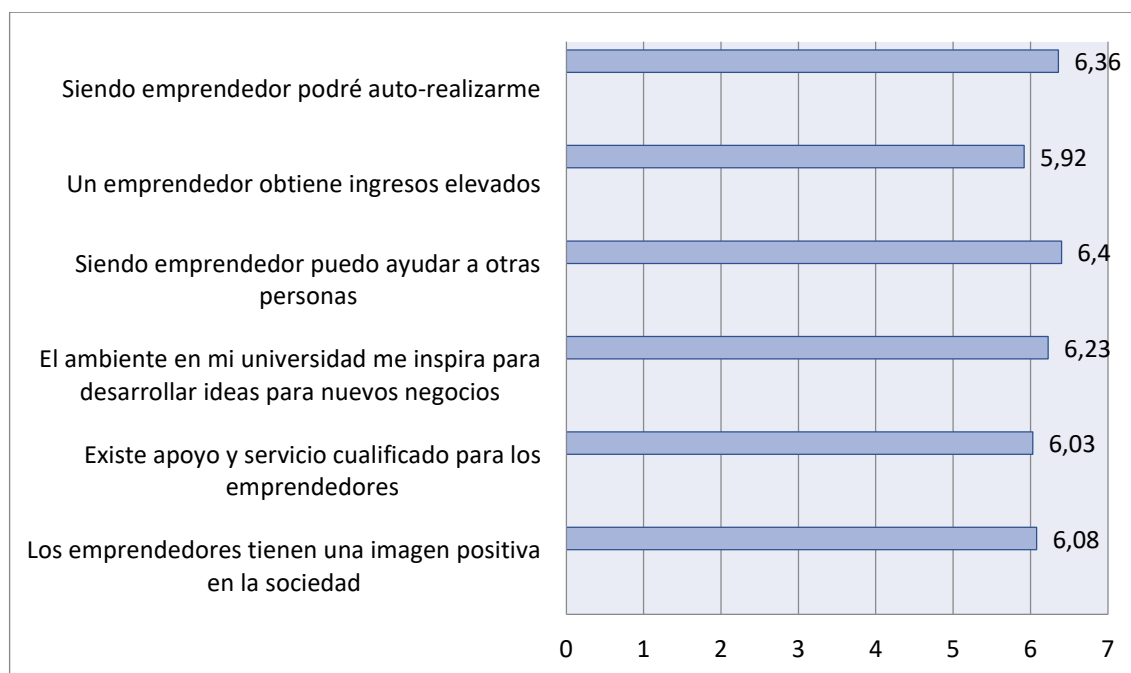


Figura 12: Principales incentivos del contexto general
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

En la figura 12 se visualiza que el factor que más motiva a los estudiantes es poder auto realizarse como emprendedor mostrando una evaluación de 6.26 en la escala de Likert, por otro lado su incentivo es poder ayudar a personas (6.4), así mismo los estudiantes de la ESPOL que han sido entrevistados reconocen que el ambiente de su universidad los inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios (6.23). EL valor de la media promedio es de 6.11.

2.6.1.2.2 Valoración del entorno universitario de los entrevistados

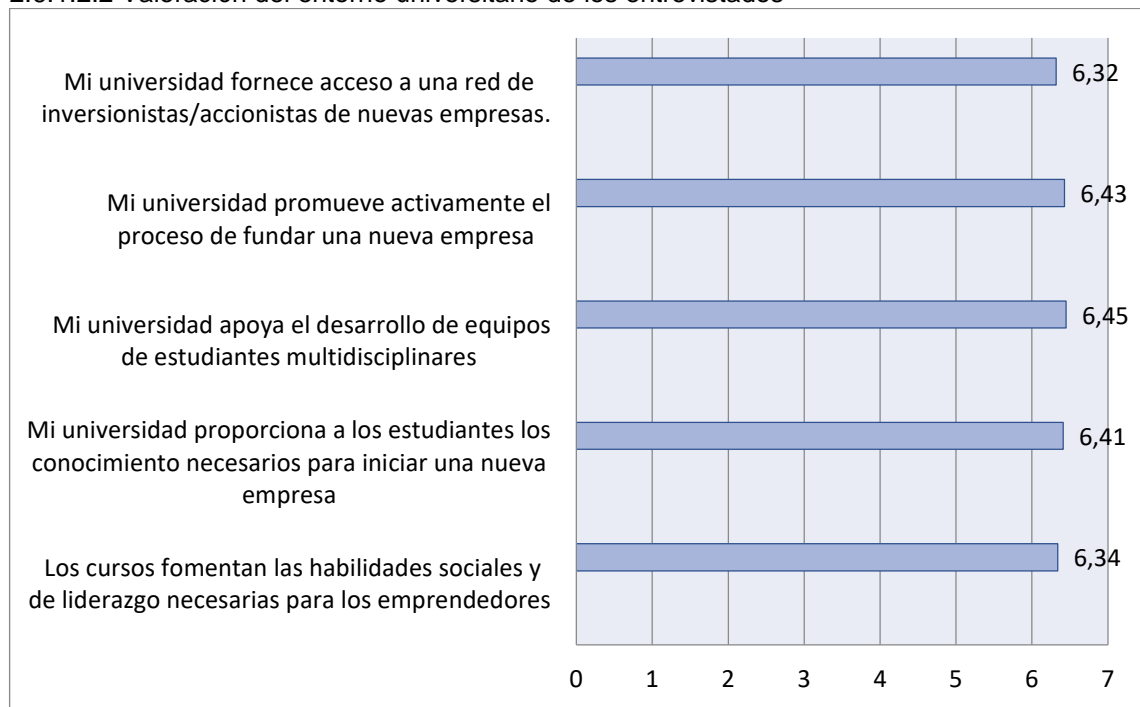


Figura 13. Valoración del entorno universitario de los entrevistados
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016
 Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

En la figura 13 se aprecia que los estudiantes se encuentran motivados para ser emprendedores pues la puntuación de la media general estimada en este bloque es de 6.39 en la escala de Likert, como resultado coinciden que la universidad apoya a los equipos de estudiantes de desarrollo multidisciplinario, donde encontrarán una red de inversionistas que deseen aportar con sus capitales para la obtención de alguna rentabilidad.

2.6.1.2.3 Principales obstáculos/barrera para escoger una carrera emprendedora

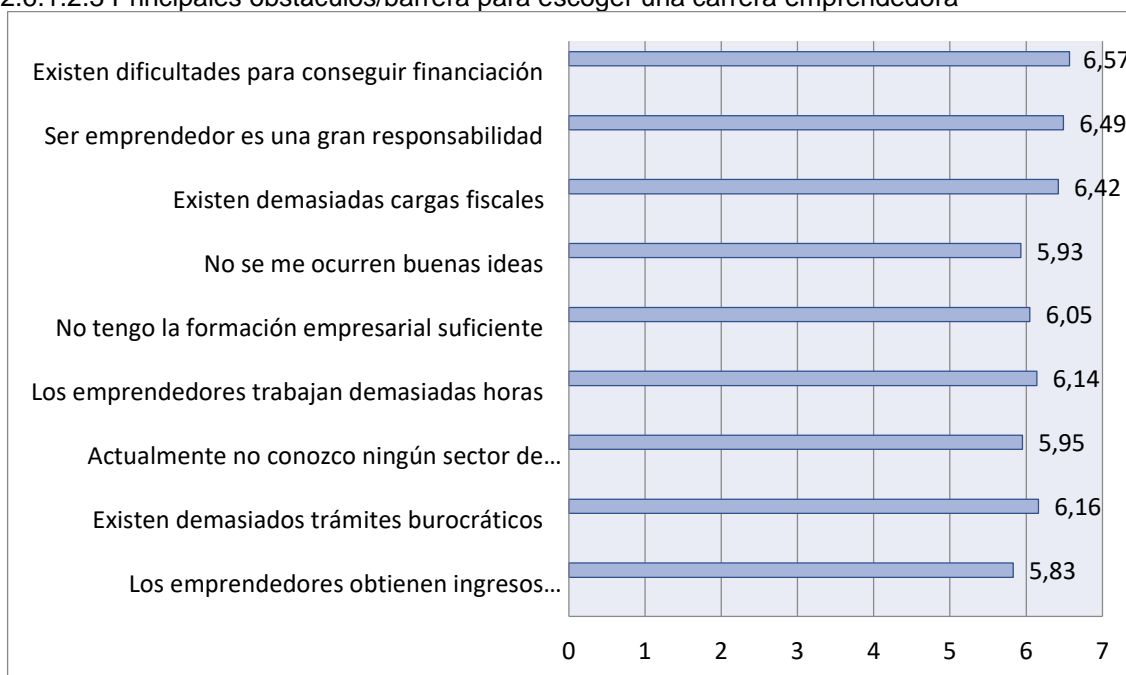


Figura 14. Principales obstáculos/barrera para escoger una carrera emprendedora

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayoría de los estudiantes encuestados indican que el mayor obstáculo al momento de emprender es conseguir financiamiento(6.57), sumado a las cargas fiscales que genera el iniciar y mantener un negocio (6.42) y la responsabilidad que se requiere al ser emprendedor (6.42). En promedio general el 6.17 en escala de Likert está de acuerdo que estas afirmaciones representan un obstáculo para escoger una carrera emprendedora.

2.6.1.3 Actitud hacia el emprendimiento.

En la figura 16 se aprecia la actitud que el emprendedor debe tener para ser competitivo ante el resto de nuevos y actuales emprendedores.

2.6.1.3.1 Actitud hacia el emprendimiento

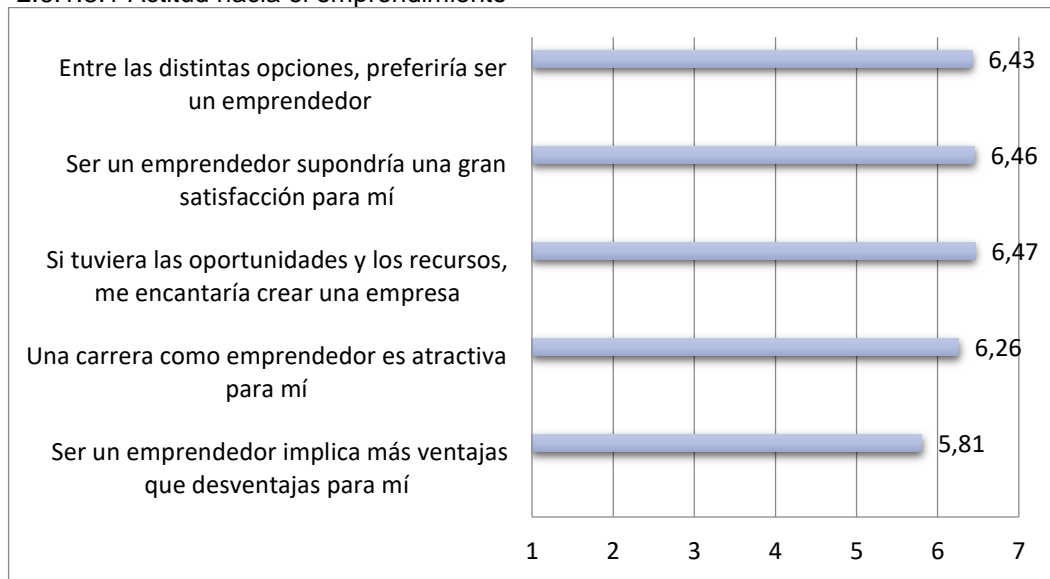


Figura 15. Actitud hacia el emprendimiento

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

La mayoría de los estudiantes, señalan que ser emprendedor supondría una gran satisfacción y a su vez se relaciona con la preferencia (6.46 y 6.46 respectivamente) en la escala de Likert. En general los estudiantes de la ESPOL muestran una actitud positiva hacia el emprendimiento (6,28).

2.6.1.4 Intención de ser Emprendedor

En este bloque se analiza si los universitarios mantienen una valoración personal positiva o negativa sobre la opción de llegar a ser un emprendedor. Los discentes condicionan el emprendimiento de un proyecto al acceso de recursos.

La figura 17 muestra que el estudiante universitario posee la intención de crear su propia empresa a futuro, pues la media de este bloque según la escala de Likert es relativamente alta 6.25, lo cual demuestra que el estudiante está decidido a llevar a cabo su idea de negocio después de su graduación.

2.6.1.4.1 Intención de ser emprendedor

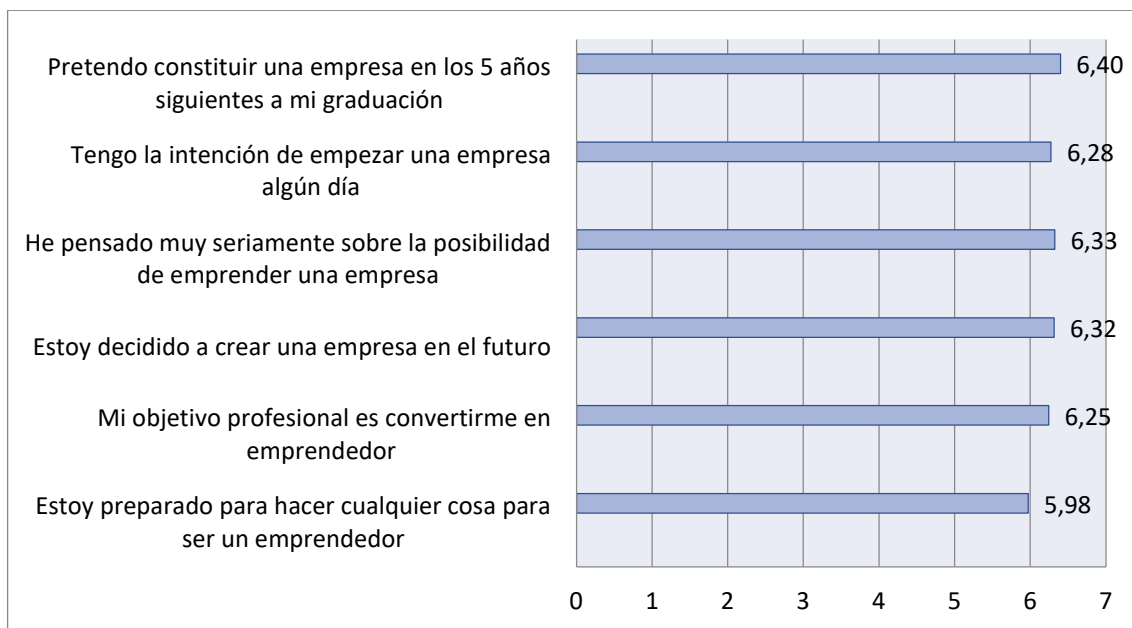


Figura 17. Intención de ser emprendedor
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

En la figura 18, se mencionan las preferencias entre los hombres y mujeres al gestar un negocio o ser asalariados.

2.6.1.4.2. Gestor de negocios o ser asalariados

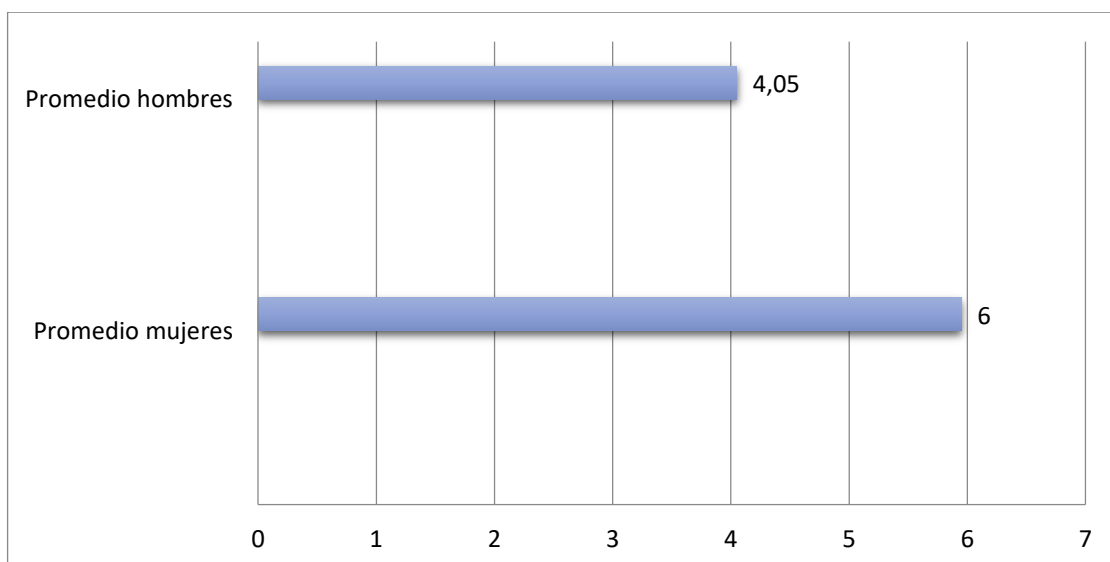


Figura 18. Gestor de negocios o ser asalariados
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Las estudiantes femeninas se sienten, más preparadas que los estudiantes varones (6 vs. 4.05) en escala de Likert para llegar a ser propietario-gestor de un negocio, es decir las mujeres están de acuerdo que su objetivo profesional sea llegar a ser un emprendedor/a mientras que los hombres tiene una actitud neutra.

2.6.1.4.3. Probabilidad de crear du propia empresa en los próximos 5 años

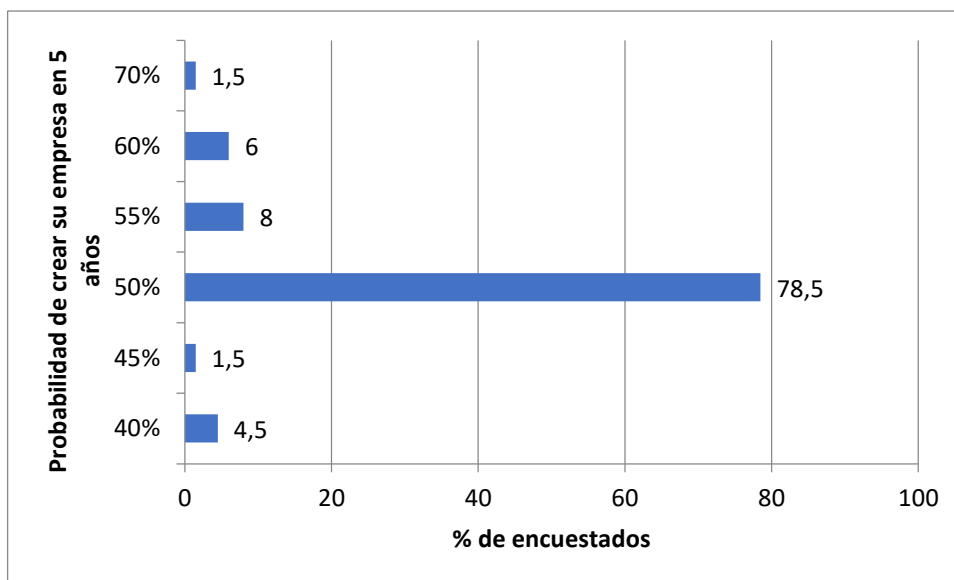


Figura 20. Probabilidad de crear du propia empresa en los próximos 5 años
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016
 Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Sobre la posibilidad de gestionar su propia empresa en los próximos 5 años los estudiantes indicaron que en un 1.5% están el 70% seguros sobre la posibilidad de que en 5 años dirigirán su propia empresa, mientras otro 1.5% señalo lo contrario, ellos no se ven en 5 años gestionando su propio negocio, por otra parte, un 78.5% creen que existen el 50% de posibilidad para lograr este objetivo.

2.6.1.5 Rasgos personales y competencias

En el siguiente apartado se analizan los rasgos del individuo como la propensión a actuar, mediante el locus of control o la aversión al riesgo. También se recogen competencias esenciales del emprendedor como la creatividad, la comunicación y la proactividad, siendo el caso que los universitarios si tienen un espíritu emprendedor acompañado de creatividad, así también presentan independencia para tomar decisiones trascendentales sobre proyectos de emprendimiento.

En la figura 20, se mencionan los ítems que acercaría a la cualidad de la creatividad que deben poseer los estudiantes universitarios

2.6.1.5.1 Creatividad

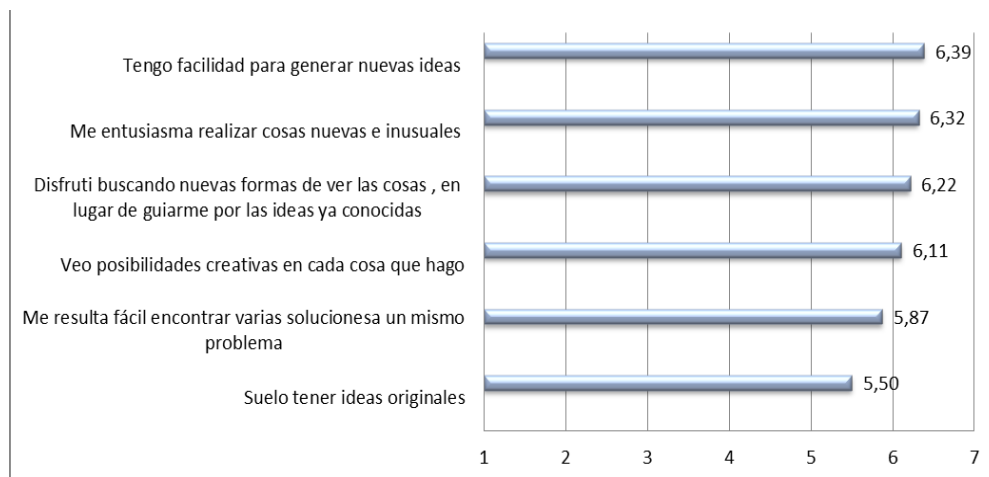


Figura 20. Creatividad

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Según los resultados de esta pregunta, los estudiantes tienen facilidad para generar nuevas ideas que permitan desarrollar negocios. Además, demuestran la capacidad para buscar soluciones a problemas vinculados a la actividad empresarial, así la media refleja un promedio de 6.06 en la escala de Likert.

2.6.1.5.2 Aversión al riesgo

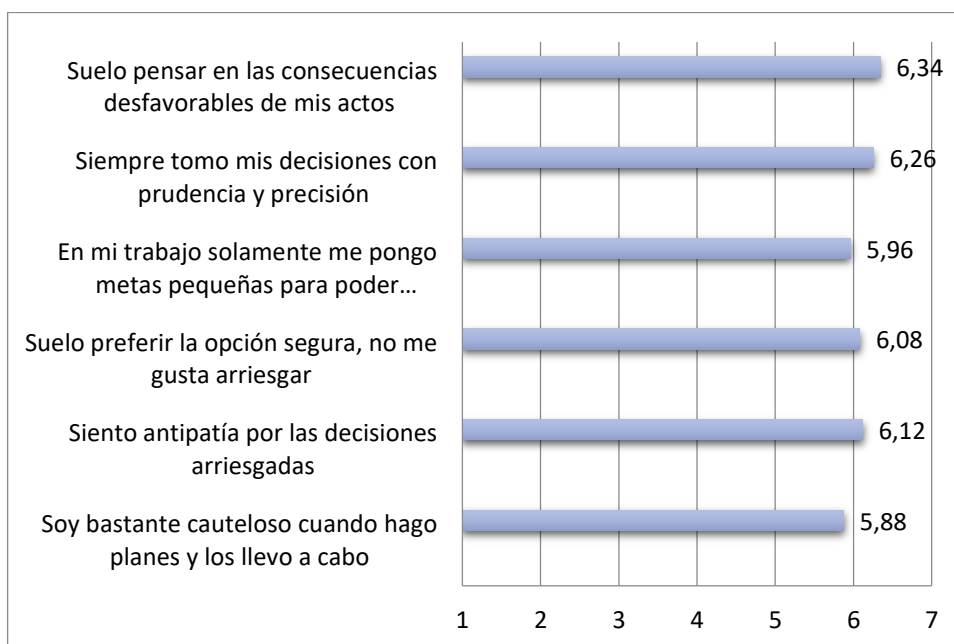


Figura 21. Aversión del riesgo

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Según datos obtenidos respecto a la aversión al riesgo los estudiantes demostraron correr riesgo, pero de manera moderada, es decir suelen pensar en las consecuencias de sus actos, son bastante cautelosos para hacer planes y llevarlos a cabo, en lo que no están de acuerdo es que en sus trabajos se pongan metas pequeñas para alcanzarlas. El estudiante emprendedor es consciente de los riesgos que se corren al optar esta carrera emprendedora por tal razón la media refleja un promedio de 6.10 en la escala de Likert.

En la figura 22, se detallan ítems de personalidad de cada uno de los estudiantes, con respecto a la encuesta realizada a los universitarios de la ESPOL.

2.6.1.5.3 Escala de locus de control

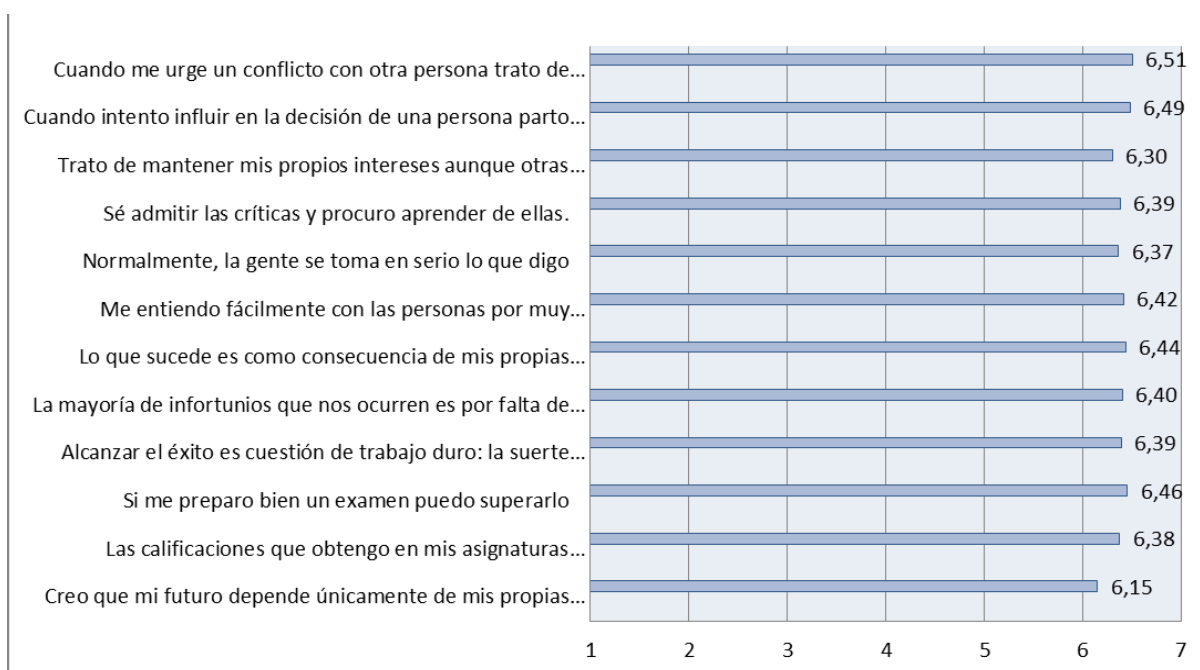


Figura 22. Escala de locus de control
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016
 Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

El resultado que se obtuvo en este bloque fue un promedio de 6.38, el estudiante está consciente que si se prepara para un examen puede realizarlo sin problema (6.46),son conscientes que su futuro depende de ellos mismos (6.15), que deben reflejar pasión al realizar actividades de emprendimiento, y tener una personalidad muy definida para que las personas con las que socializa o negocia reciba ganancias de igual manera (6.51).

En la figura 23, se visualizan los ítems respecto a la proactividad en relación a los universitarios encuestados.

2.6.1.5.4 Proactividad

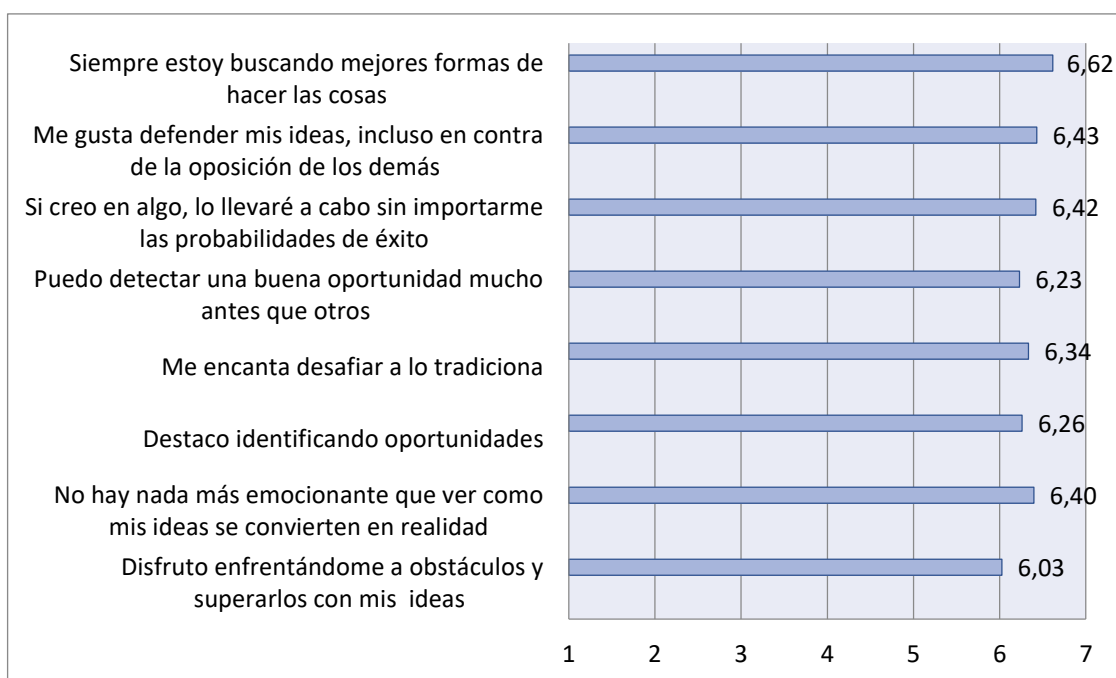


Figura 23. Proactividad

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Son personas definidas y decididas, que no temen al fracaso, porque están conscientes que las decisiones que ellos tomen están bajo su responsabilidad, disfrutando de lo que hacen, detectando oportunidades de negocios y nuevas ideas de emprendimiento. El resultado que se obtuvo en este bloque fue un promedio de 6.33.

2.6.1.6 Autoeficacia

Los encuestados (Figura 24) están capacitados para tomar decisiones y delegar actividades y tareas a los miembros de su círculo personal y profesional (6.55)., demuestran una lectura asertiva de los estados financieros de la empresa, estudios de los costos de los productos y servicios (6.38) , pueden estimar la demanda de un nuevo producto y/o servicio, logrando que el mercado identifique la visión empresarial que el emprendedor se haya trazado (5.95)

Por lo tanto, la Autoeficacia se refiere a la convicción de poseer las capacidades para emprender. Es decir los estudiantes son altamente capaces de organizar y ejecutar acciones de forma efectiva para producir resultados requeridos, así lo refleja una media promedio de 6,33.

2.6.1.6.1 Autoeficacia

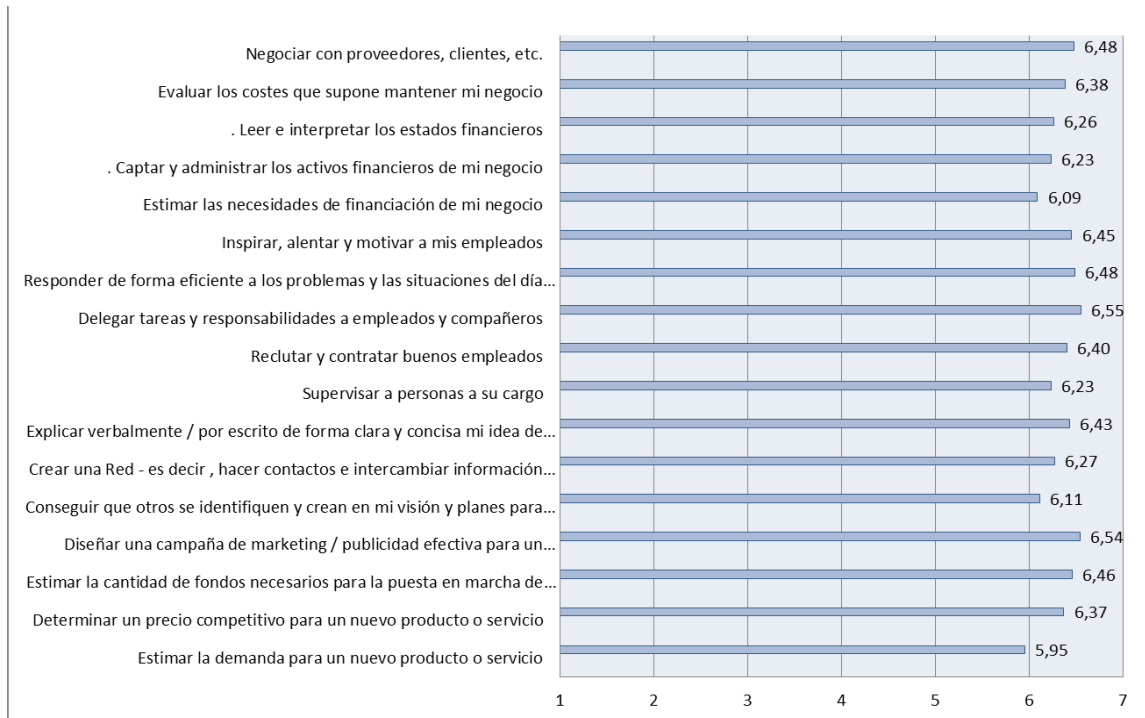


Figura 24. Autoeficacia

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

2.6.1.7 Inteligencia emocional

2.6.1.7.1 Inteligencia emocional

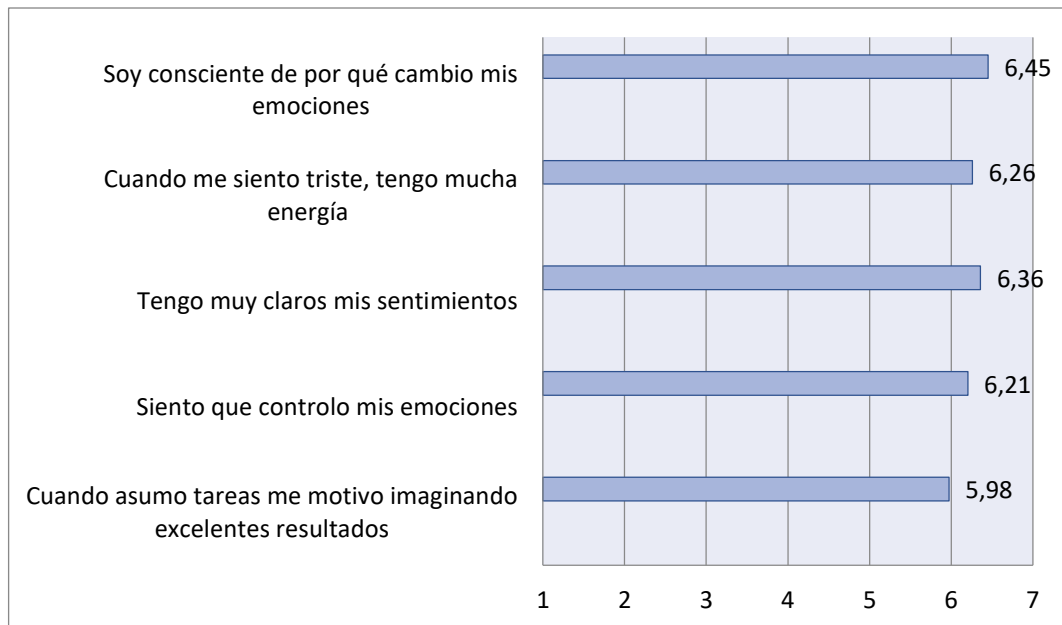


Figura 25. Inteligencia emocional

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Los estudiantes de la ESPOL tienen la capacidad de transportarse imaginativamente al éxito de sus ideas de emprendimiento, demuestran dominio propio sobre sus emociones y sentimientos de logros, el promedio refleja 6.25 por encima de la media.

2.6.1.8 Importancia del entorno social más cercano

2.6.1.8.1 Valoración del entorno social más cercano de los universitarios entrevistados.

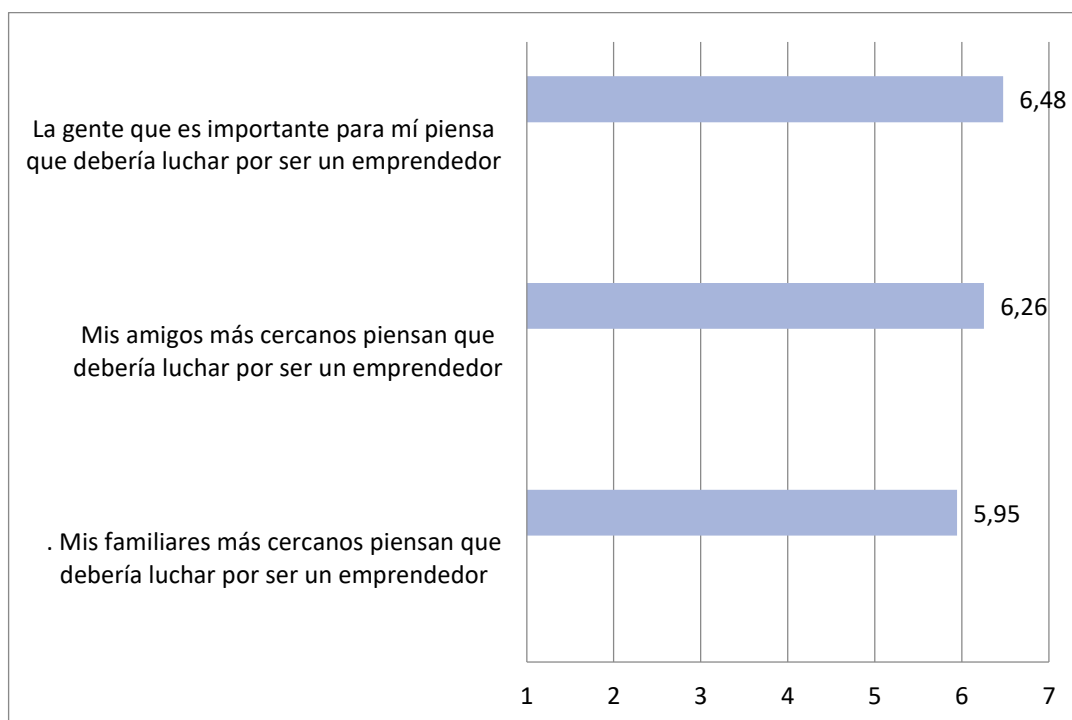


Figura 26. Valoración del entorno social más cercano de los universitarios entrevistados.
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

En este bloque los estudiantes afirmaron que la gente que es importante para ellos piensa que deberían luchar por ser emprendedores (5.95), con promedio general de 5.83 queda demostrado un alto nivel de importancia para el emprendedor la opinión de su entorno más cercano llega a ser trascendental en la decisión de luchar por una carrera emprendedora.

2.6.1.8.2 Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano los universitarios entrevistados.

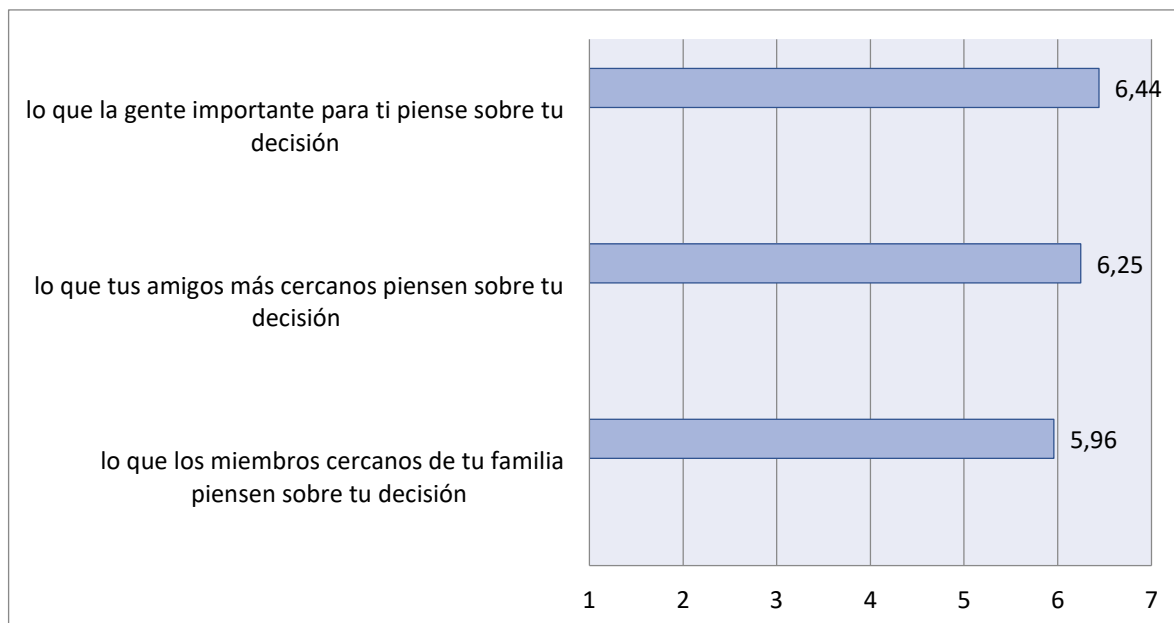


Figura 27. Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano los universitarios entrevistados.

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios ESPOL 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Se observa que el nivel de importancia que tienen los familiares más cercanos sobre la decisión de luchar por una carrera emprendedora es 5.96 así lo refleja la escala de Likert, es decir que la opinión que menos les importa es la de sus familiares. De esta forma queda demostrado que para los emprendedores la opinión de la gente importante prevalece (6.44).

La mayoría (57%) de los estudiantes encuestados en la ESPOL son mujeres. Sus referentes profesionales tanto del sexo masculino como femenino son las madres (28%) que les brindan el apoyo hacia la independencia económica, así mismo el (3.5%) son propietarias de un giro de negocio. Esto como respuesta a que las estudiantes femeninas se sienten, más preparados que los estudiantes varones (6 vs. 4.05) para llegar a ser propietario-gestor de un negocio.

Solo el 7.50 % de los progenitores son empresarios este resultado podría considerarse una limitante dentro de la motivación de emprender sin embargo los estudiantes de la ESPOL muestran una actitud positiva hacia el emprendimiento (6,28) y el (6.25) está decidido a llevar a cabo su idea de negocio después de su graduación.

2.6.2 Resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

2.6.2.1 Factores socioculturales

2.6.1.2.1 Edad

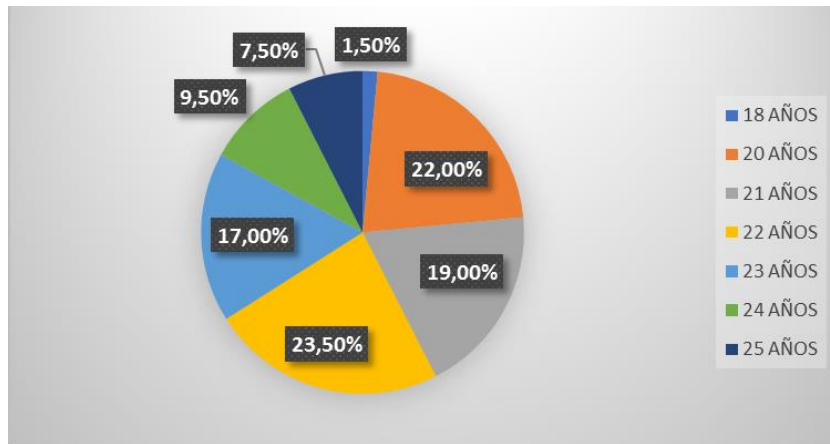


Figura 28. Edades de los estudiantes 2016
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

De la figura 28, el 23.50% se encuentran en la edad de 22 años, seguidos del 22.00% de 20 años de edad, dejando en última posición a los estudiantes de 25 años de edad con 7.50%. Se puede observar que el conjunto referencial de los encuestados de UCSG, tienen una edad promedio de 24 años.

2.6.1.1.2 Género

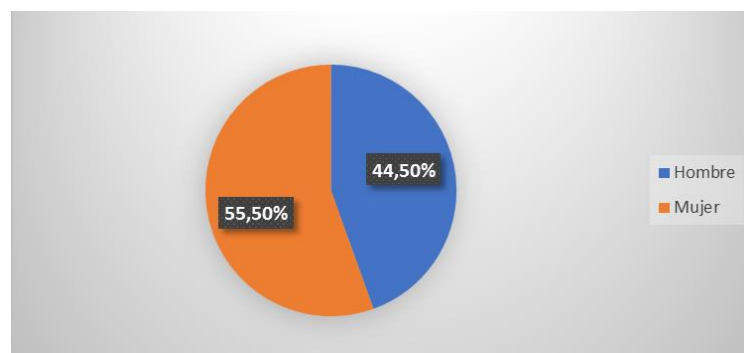


Figura 29. Género
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

El 55.50% de los entrevistados son mujeres, mientras que el 44.50% son hombres. En relación al género, se encuentran parejos, por lo cual se podría sostener que en un futuro los nuevos negocios se conformarían por parejas heterosexuales emprendedoras.

2.6.1.2.3 Nacionalidad

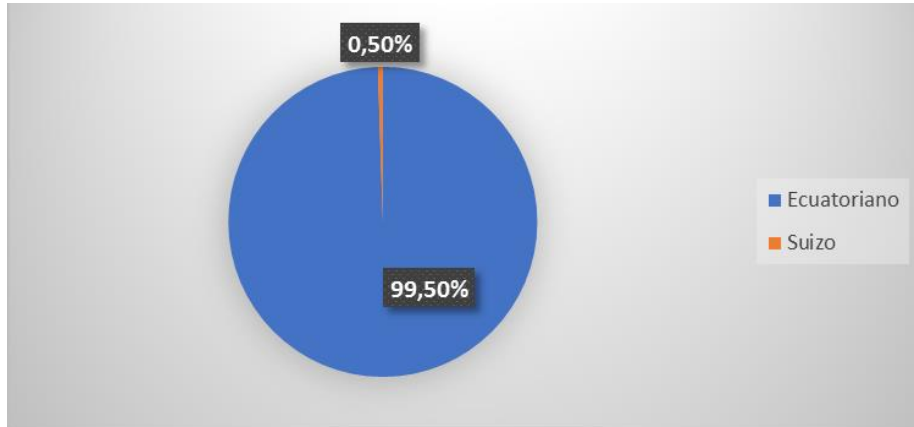


Figura 30. Nacionalidad

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

En la UCSG se encuestó a un estudiante de nacionalidad suiza (0.50%) el resto de estudiantes encuestados son de nacionalidad ecuatoriana (99.50%).

2.6.1.2.4 Titulación

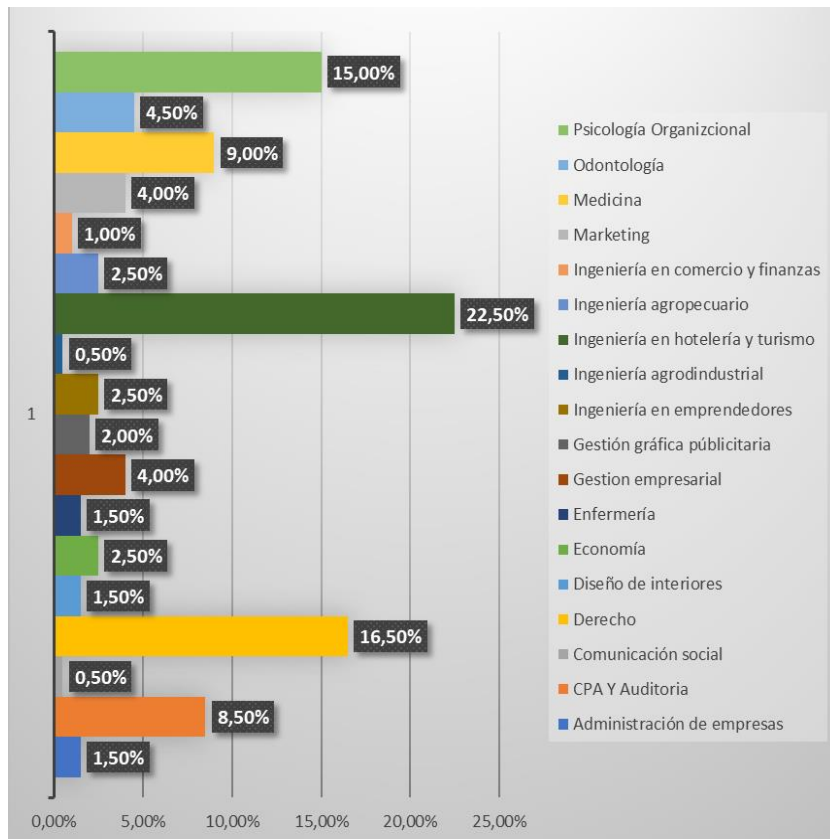


Figura 31 .Titulación

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Como puede observarse en la figura 4 se muestra que los alumnos encuestados representan a 18 de las 35 carreras que oferta la UCSG. La carrera más predominante en la universidad es Ingeniería en hotelería y turismo con 22.50 %, seguido de medicina 16.50% y economía con 15%.

2.6.1.2.5 Semestre

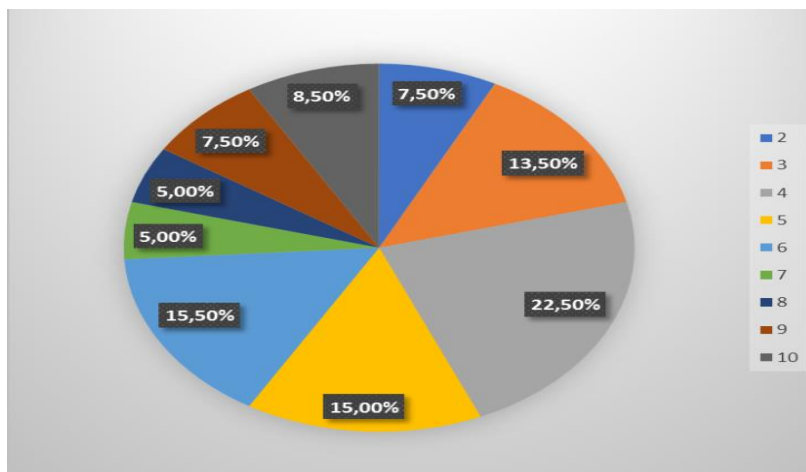


Figura 32 .Semestre

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

La mayor parte de los estudiantes consultados están cursando el 4to semestre con un 22.50%, seguidos por los del 6to semestre con un 15.50% y posteriormente los del 5to semestre con 15%. En general los estudiantes encuestados no han terminado su carrera.

2.6.1.2.6 Curso de emprendimiento

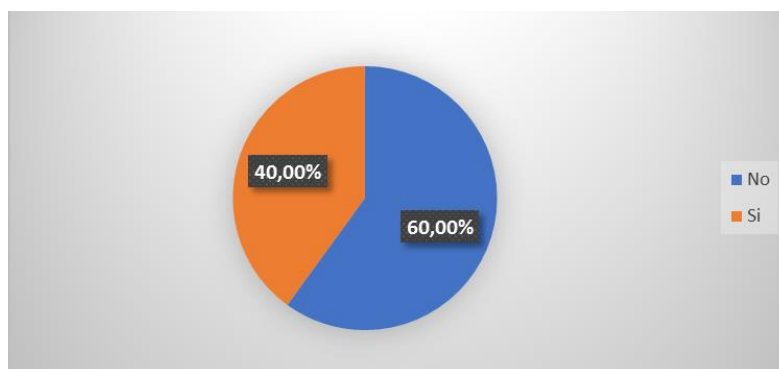


Figura 33. Curso de emprendimientos

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

En la UCSG el 60% de los estudiantes afirman no haber recibido curso alguno o capacitación sobre emprendimiento, este porcentaje es alto porque en la universidad en cuestión se impulsa carreras de emprendimiento organizacional.

2.6.1.2.7 Padres empresarios

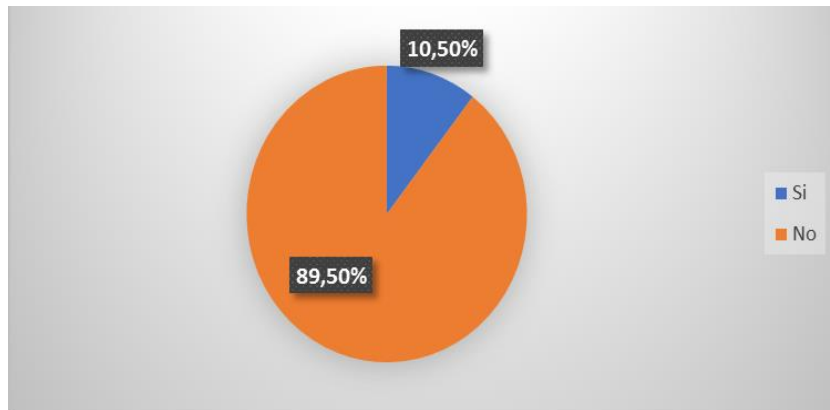


Figura 34. Padres empresarios

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Los padres de los estudiantes de la UCSG reflejan una actitud negativa hacia el emprendimiento (89.50%) , este hecho influye de forma importante en su intención por llegar a ser un emprendedor.

2.6.1.2.8 Padres empresarios (padre, madre, ambos)

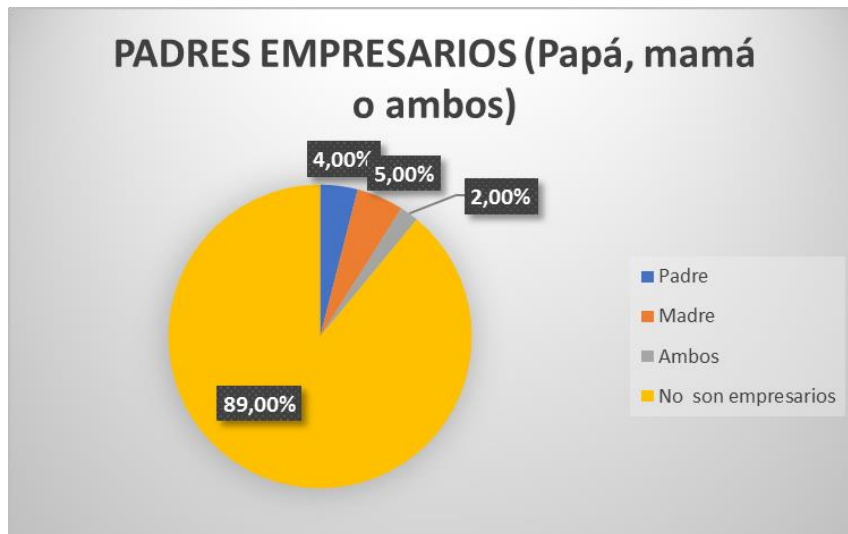


Figura 35 . Padres empresarios

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

La mayoría de progenitores (89%) no son empresarios. Se podría decir que las madres de los estudiantes universitarios son más emprendedoras, por su misma naturaleza de ser cautelosas y administradoras del hogar (5%), en cambio, los padres en la mayoría de los casos son reaccionarios ante un evento, por lo tanto, suelen cometer más errores administrativos que las madres (4%).

2.6.1.2.9 Referente profesional

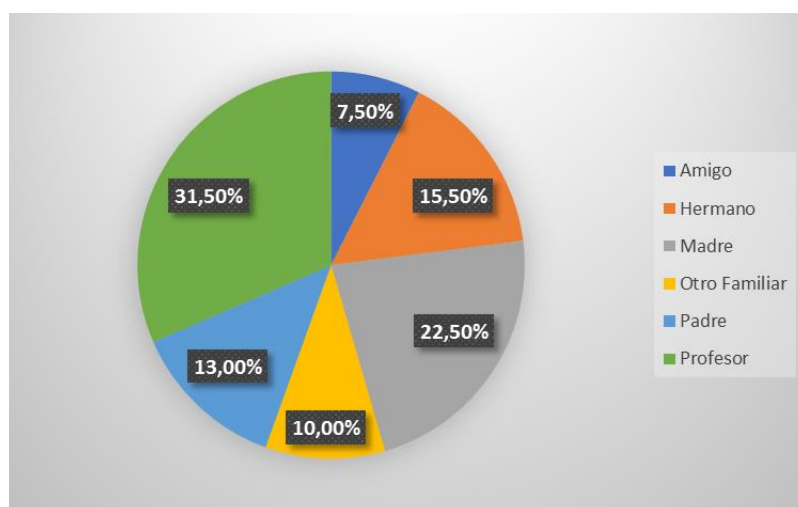


Figura 36. Referente profesional
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Los profesores de la UCSG, son referentes del emprendimiento para sus propios estudiantes (31.50%), el hecho de que el alumnado tenga antecedentes emprendedores por parte de sus docentes podría aportar a su capacidad para desenvolverse eficientemente en los estudios universitarios. Por otro lado las madres juegan un papel importante como referentes con el 22.50%.

Como se muestra en la Figura 37 el 21.50% de los estudiantes encuestados, han creado un negocio, conforme a sus conocimientos académicos y experiencias de otros referentes del emprendimiento organizacional, mientras el 78.50% no ha iniciado un negocio. La guía de los docentes es un factor muy importante para que los estudiantes de la UCSG se motiven en el desarrollo de nuevas ideas y negocios.

2.6.1.2.10 Actualmente creando una empresa

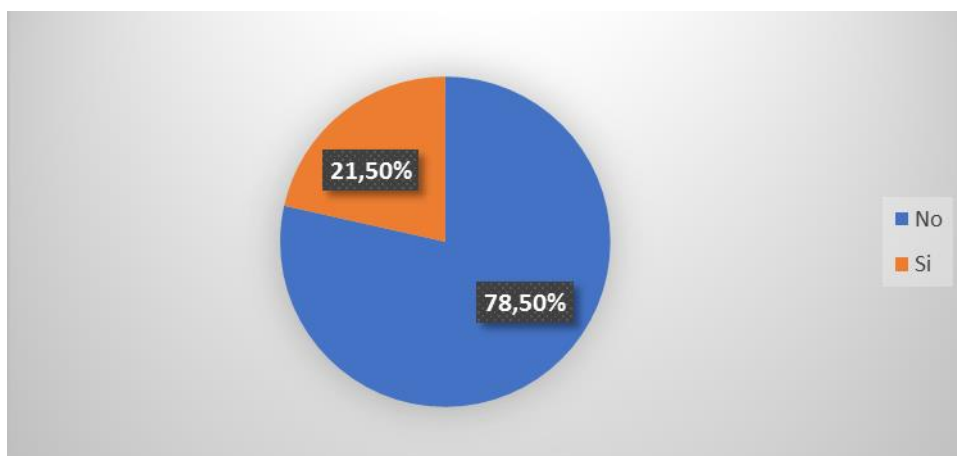


Figura 37. Actualmente creando una empresa
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

2.6.1.2.11 Años de experiencia laboral

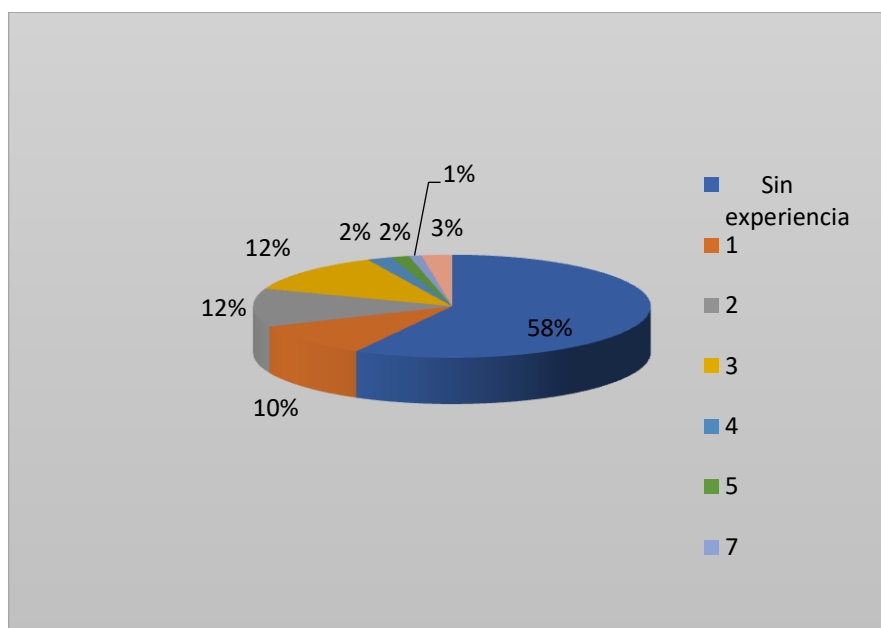


Figura 38. Años de experiencia laboral
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

El 12% cuenta con dos y tres años de experiencia laboral, mientras que el 58% no cuenta con experiencia laboral, el resto de estudiantes tienen experiencia de 4 a 8 años en porcentajes muy pequeños. La muestra tomada pertenece a estudiantes con una edad promedio de 24 años, el 22.50% de ellos están cursando el 4to semestre.

2.6.1.2.12 Estudiantes que se encuentran laborando tiempo parcial o completo



Figura 39 . Estudiantes que se encuentran laborando tiempo parcial o completo
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

La mayoría de los estudiantes no trabajan 91%, y el 9% se encuentran laborando ya sea a tiempo parcial o completo., esta situación se podría dar por varios factores: la falta del tiempo debido a que son clases presenciales, la inflexibilidad de los horarios de trabajo, la falta de motivación por parte de la familia o políticas gubernamentales, o porque poseen la provisión económica de sus padres.

2.6.2.2 Factores contextuales

En este segmento se va a descubrir lo que más incentiva a los estudiantes en emprender un negocio, aportación a la sociedad por la creación de nuevas plazas de trabajo con personal altamente calificado.

2.6.2.2.1 Principales incentivos del contexto general

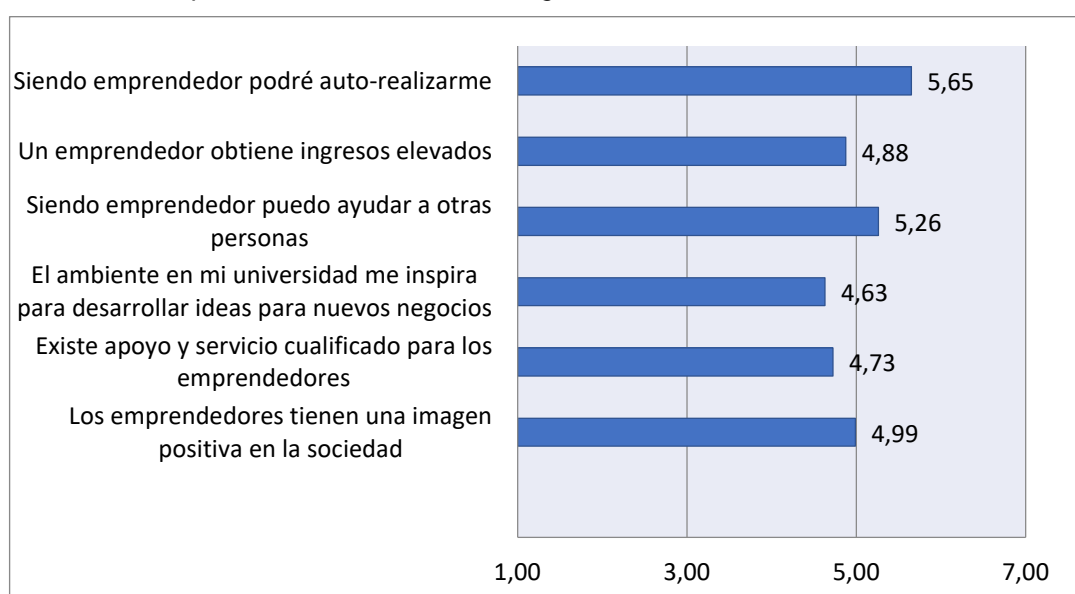


Figura 40 .Principales obstáculos/barrera para escoger una carrera emprendedora
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

En la figura 40 se visualiza que el factor que más motiva a los estudiantes es poder auto realizarse como emprendedor mostrando una evaluación de 5.65 en la escala de Likert, por otro lado su incentivo es poder ayudar a personas (5.26), así mismo los estudiantes de la UCSG que han sido entrevistados expresan su deseo de ser emprendedor por los ingresos altos que obtienen (4.88). El valor de la media promedio es de 5.02.

2.6.2.2.2 Valoración del entorno universitario de los entrevistados.

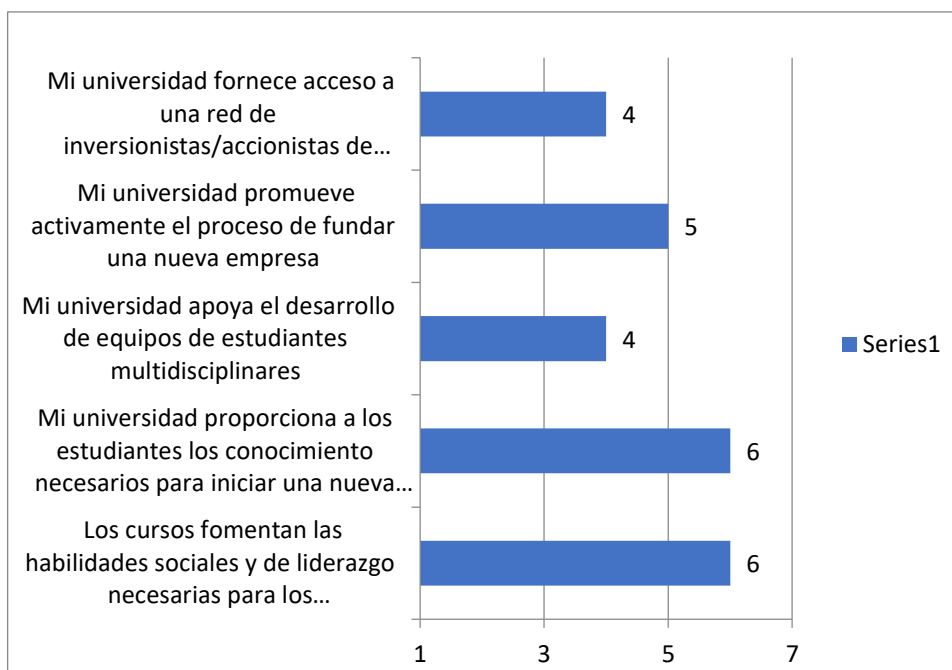


Figura 41. Valoración del entorno universitario de los entrevistados
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
 Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

La mayoría de los estudiantes coinciden que la universidad apoya a los equipos de estudiantes de desarrollo multidisciplinario, donde encontrarán una red de inversionistas que deseen aportar con sus capitales para la obtención de alguna rentabilidad. La media promedio es de 5.00 en la escala de Likert.

En el siguiente gráfico 42, se presentan los principales obstáculos y barreras que tienen los estudiantes universitarios para escoger una carrera emprendedora.

2.6.2.2.3 Principales obstáculos/barrera para escoger una carrera emprendedora

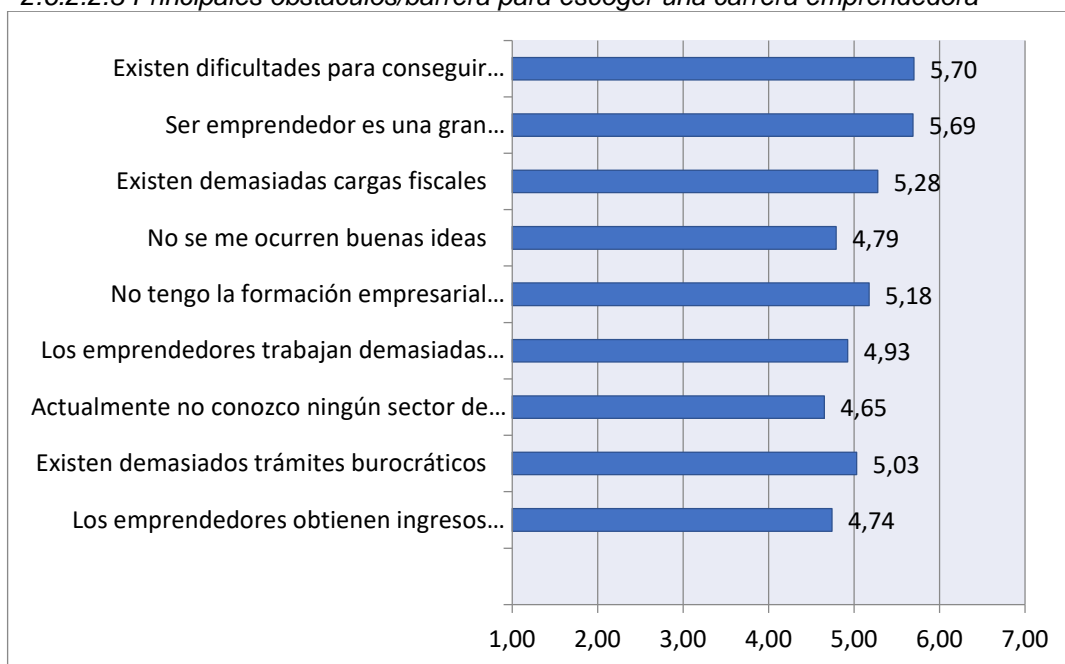


Figura 42. Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Los resultados señalan que la mayoría de los estudiantes encuestados creen que el mayor obstáculo de los emprendedores es conseguir financiamiento (5.70), seguido de la responsabilidad que significa tener un giro de negocio (5.69), además las cargas fiscales impuestas por el gobierno convirtiéndose en éstas una gran barrera al momento de emprender una empresa (5.28).

2.6.2.3 Actitud hacia el emprendimiento.

En el siguiente gráfico se aprecia la actitud que el emprendedor debe tener para ser muy competitivo ante el resto de nuevos y actuales emprendedores.

2.6.2.3.1 Actitud hacia el emprendimiento.

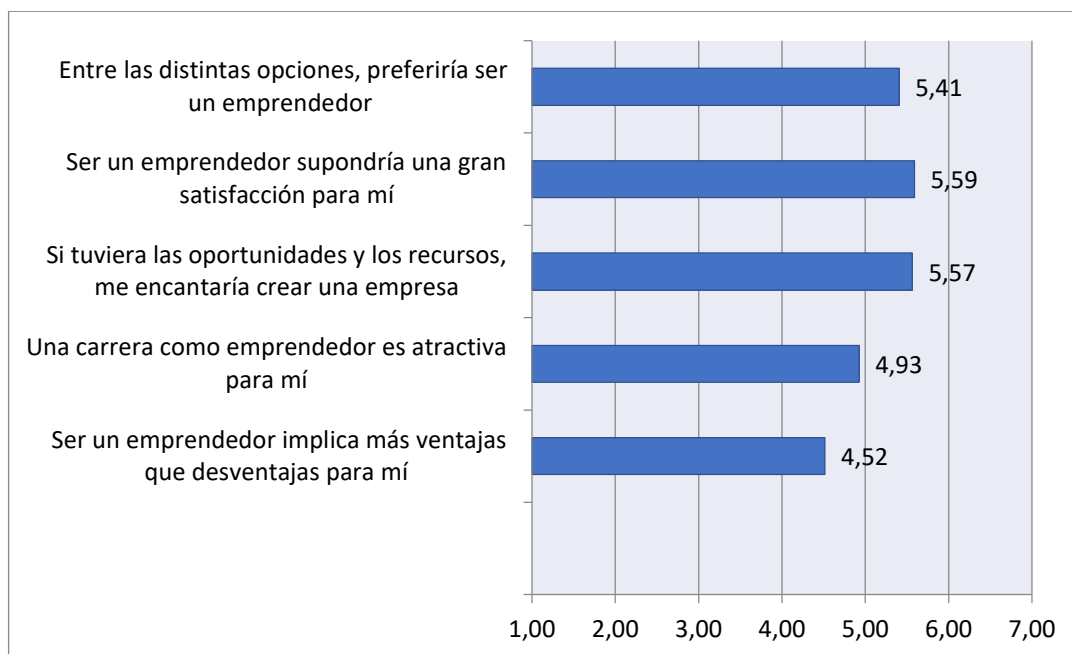


Figura 43. Actitud hacia el emprendimiento.

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

La mayoría de los estudiantes, señalan que ser emprendedor supondría una gran satisfacción (5.59), así mismo señalan que si tuvieran los recursos necesarios aprovecharían la oportunidad de ejercer (5.57) y así mismo están convencidos que tendrían mucha ventaja ante el resto de las personas que no tienen una actitud emprendedora (4.52).

2.6.2.4 Intención de ser Emprendedor

En este bloque se analizaron si los universitarios mantienen una valoración personal positiva o negativa sobre la opción de llegar a ser un emprendedor, siendo estos los resultados positivos ya que si ellos contaran con el recurso adecuado, emprenderían el proyecto (5.57).

La figura 44 muestra que el estudiante universitario posee la intención de crear su propia empresa a futuro, pues la media de este bloque según la escala de Likert es relativamente alta 5.52, lo cual demuestra que el estudiante está parcialmente decidido a llevar a cabo su idea de negocio después de su graduación.

2.6.2.4.1 Intención de ser emprendedor

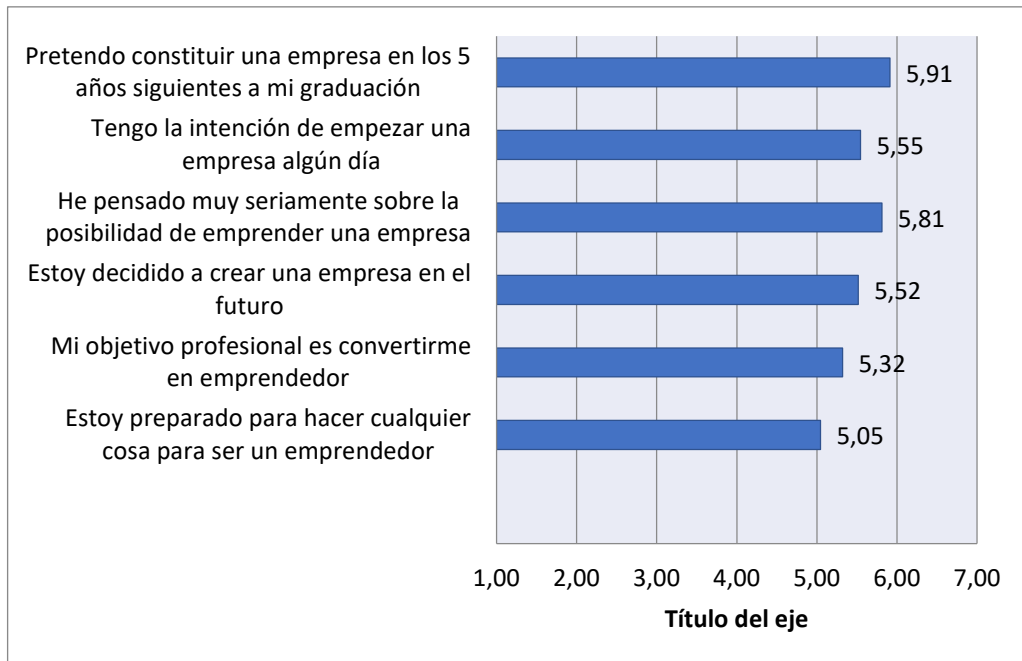


Figura 44. Intención de ser emprendedor
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

En la figura 45, se mencionan las preferencias entre los hombres y mujeres al gestar un negocio o ser asalariados.

2.6.2.4.2. Gestor de negocios o ser asalariados

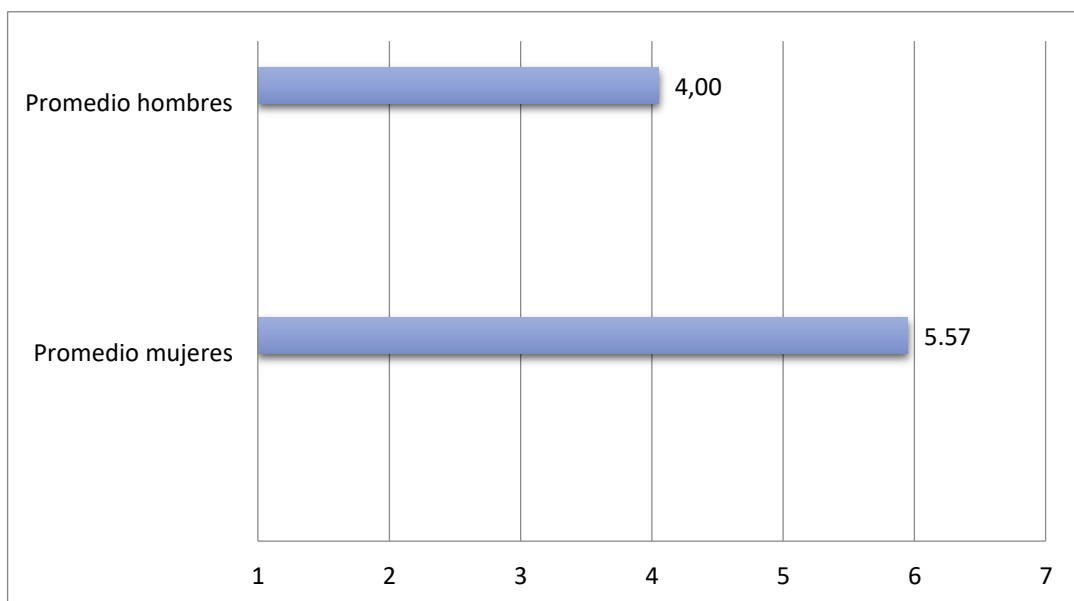


Figura 45. Intención del emprendedor
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

En la figura 45 hay más mujeres tienen más espíritu emprendedor (5.57), mientras hay más hombres que prefieren ser asalariados (4.0) en la escala de Likert. Se aprecia que la preferencia de la mujer emprendedora hacia la gestación de su propio negocio es mayor que la del hombre emprendedor, es decir que la predisposición al autoempleo para la mujer es más motivante en épocas actuales.

2.6.2.4.3. Probabilidad de crear tu propia empresa en los próximos 5 años

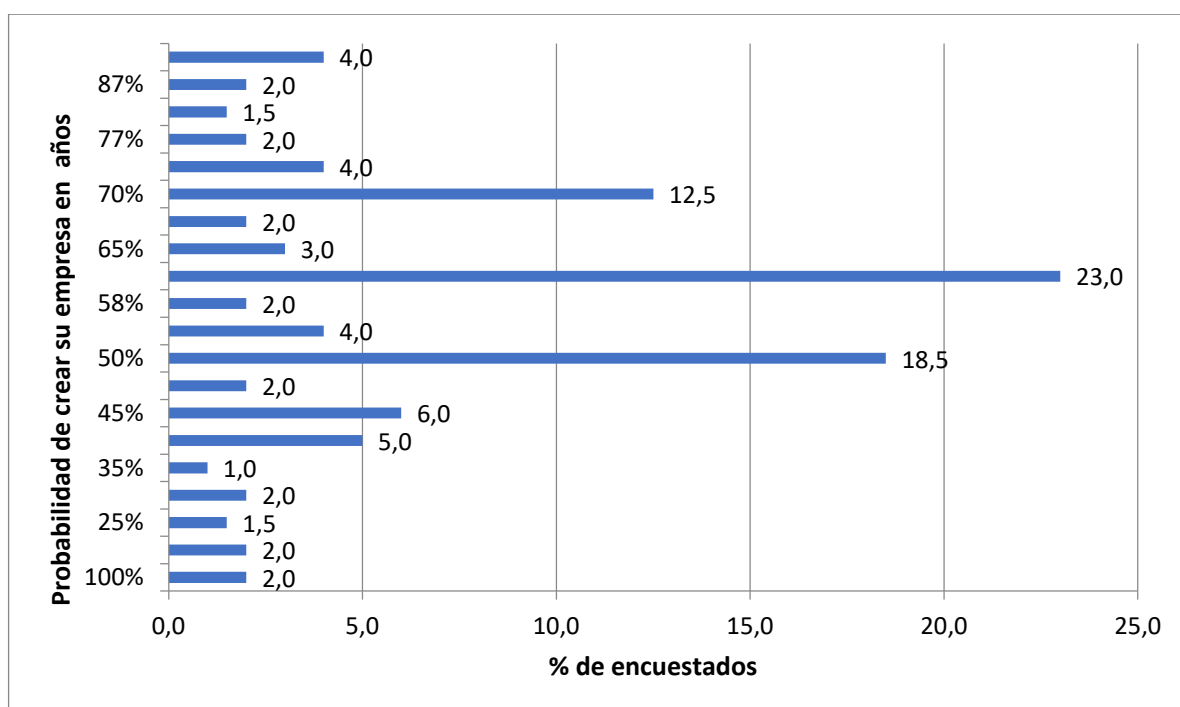


Figura 46. Probabilidad de crear tu propia empresa en los próximos 5 años
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
 Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

De acuerdo a los resultados de la encuesta los estudiantes indicaron que en un 2% están seguros que en 5 años dirigirán su propia empresa, mientras otro 2% señaló lo contrario, ellos no se ven en 5 años gestionando su propio negocio, por otra parte, un 18.5 % creen que existen posibilidades medias de lograr este objetivo. El 17.5% están por debajo de la media esto demuestra menor probabilidad de lograr el objetivo,, mientras que un 62% por encima de la media creen que es muy probable hacer realidad este objetivo.

2.6.2.5 Rasgos personales y competencias

En la figura 47, se mencionan los ítems que acercaría a la cualidad de la creatividad que deben poseer los estudiantes universitarios.

2.6.2.5.1 Creatividad

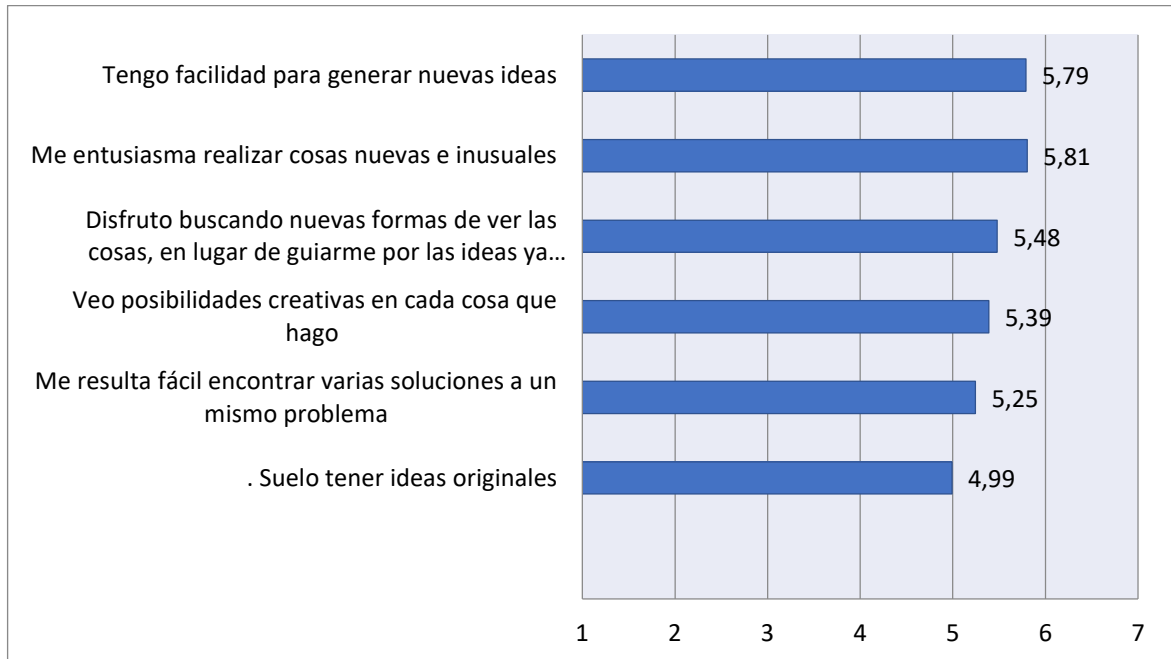


Figura 47. Creatividad

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

La siguiente figura señala que los estudiantes de la UCSG tienen facilidad para generar nuevas ideas (5.79), desarrollar negocios o algún tema de emprendimiento, y disfrutan buscando nuevas cosas para iniciar temas de negocios estando ligados con el desarrollo de habilidades y atributos personales que forman la base de las dimensiones del emprendimiento (5.81). Por otro lado también se sienten entusiasmados para hacer actividades por sí solos o agrupar personas para desarrollarlo (5.48).

En la siguiente figura, se detallan los ítems que ayudarán a notar si el estudiante de la UCSG, les gustan tomar riesgos ante cualquier panorama que se presenten en el medio.

2.6.2.5.2 Aversión al riesgo

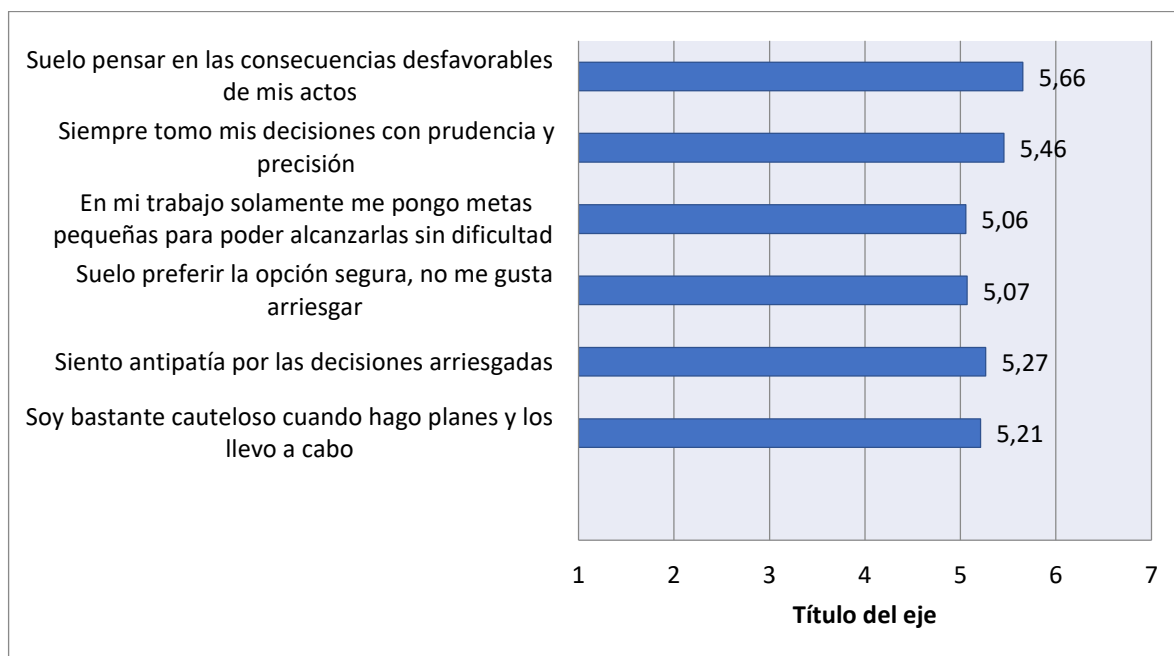


Figura 48. Aversión al riesgo

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Muestran ser cautelosos al momento de tomar decisiones (5.66) , es decir suelen pensar con prudencia y precisión (5.46) , a pesar de ser jóvenes esta vez no se caracterizan por tomar riesgos más bien por prefieren la opción segura (5.07) .En promedio de 5 en escala de Likert los estudiantes demostraron ser pusilánimes .

En la figura 49, se detallan ítems de personalidad de cada uno de los estudiantes, con respecto a la encuesta realizada a los universitarios de la UCSG.

El resultado que se obtuvo en este bloque fue un promedio de 5.68 en escala de Likert, por lo tanto el estudiante tratan de mantener sus propios intereses (6.87), son conscientes que su futuro depende de ellos mismos (6.15), que deben reflejar pasión al realizar actividades de emprendimiento, y tener una personalidad muy definida para que las personas con las que socializa o negocia reciba ganancias de igual manera (5.80).

2.6.2.5.3 Escala de locus de control

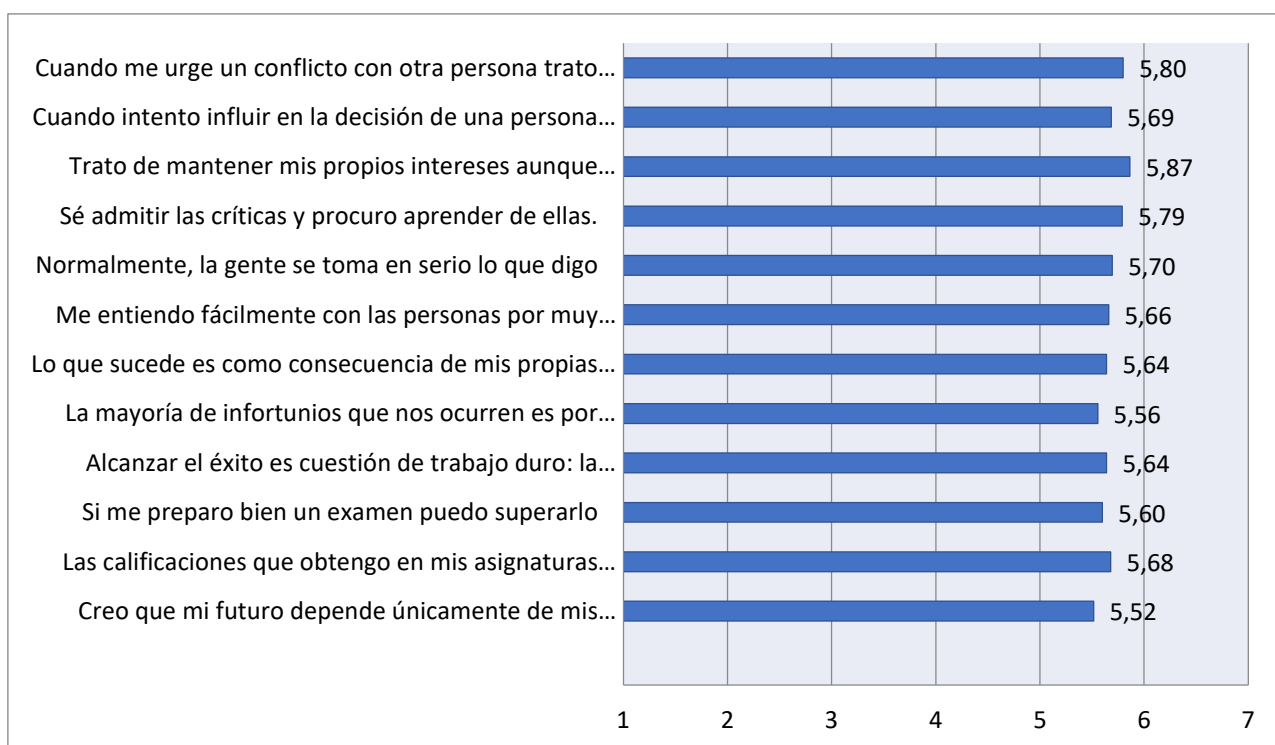


Figura 49 .Escala de locus de control

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

En la figura 50, se visualizan los ítems con respecto a la pro actividad en relación a los universitarios encuestados pertenecientes a la UCSG.

Son personas definidas y decididas, donde no temen al fracaso, porque están conscientes que las decisiones que ellos tomen están bajo su responsabilidad disfrutando de lo que hacen, detectan oportunidades de negocios y de nuevas ideas de emprendimiento. La media promedio indica que la mayoría se considera proactivo (5.75).

2.6.2.5.4 Proactividad

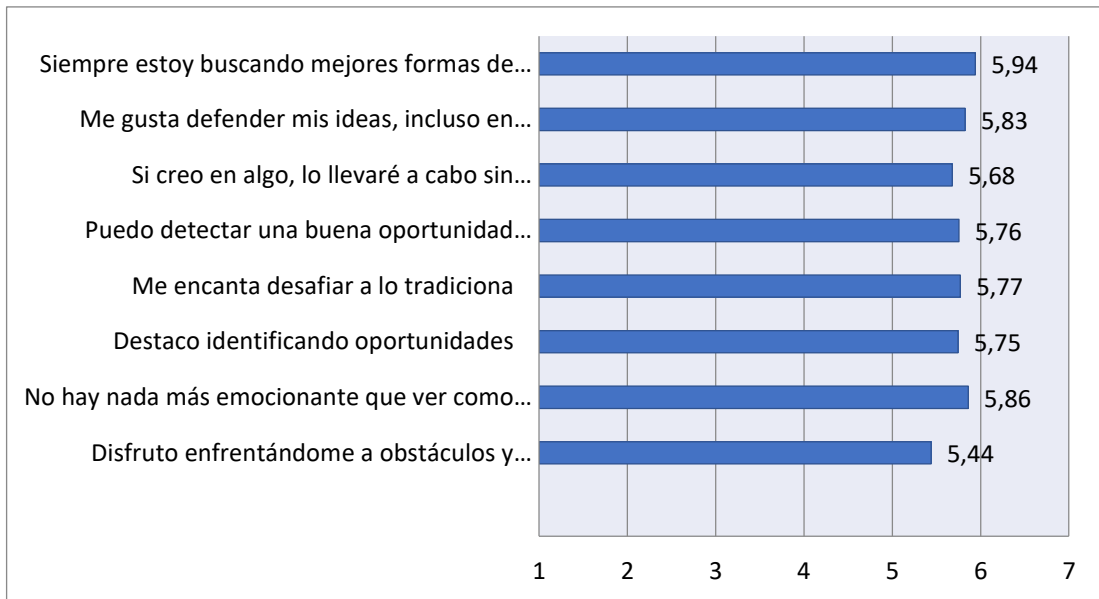


Figura 50. Pro actividad

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

2.6.2.6 Autoeficacia

En este apartado se analizaron los rasgos del individuo como la propensión a actuar, mediante el locus of control o la aversión al riesgo. También se recogen competencias esenciales del emprendedor como la creatividad, la comunicación y la proactividad, siendo el caso que los universitarios si sienten un espíritu emprendedor con mucha creatividad, así también la independencia de tomar decisiones trascendentales para el emprendimiento, con una personalidad altamente definida.

En la siguiente figura 51, se anotan los ítems que ayudarían a descubrir la autoeficacia de los estudiantes universitarios encuestados.

2.6.2.6.1 Autoeficacia



Figura 51. Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender –autoeficacia.
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Están capacitados para tomar decisiones y delegar actividades y tareas a los miembros de su círculo personal y profesional (6.10), demostrando con una lectura asertiva los estados financieros de la empresa, estudios de los costos de los productos y servicios, que permitan tomar decisiones (5.64). Confían plenamente en su capacidad de explicar verbalmente o por escrito su idea de negocio (5.79). Refleja una media promedio de 5.57.

2.6.2.7 Inteligencia emocional

En la figura 52, se descubrirán si los estudiantes de la UCSG, manejan sus inteligencias emocionales ante cualquier situación que implique riesgo y emociones de alegrías y tristezas.

El promedio que refleja es de 5.62, por encima de la media, Esto significa que los estudiantes están conscientes del por qué cambian sus emociones y de la importancia que tiene el saber controlarlas, se motivan imaginando excelentes resultados en sus tareas (5.91), tienen muy claros sus sentimientos y la importancia que tiene saberlos sobrellevar.

2.6.2.7.1 Inteligencia emocional

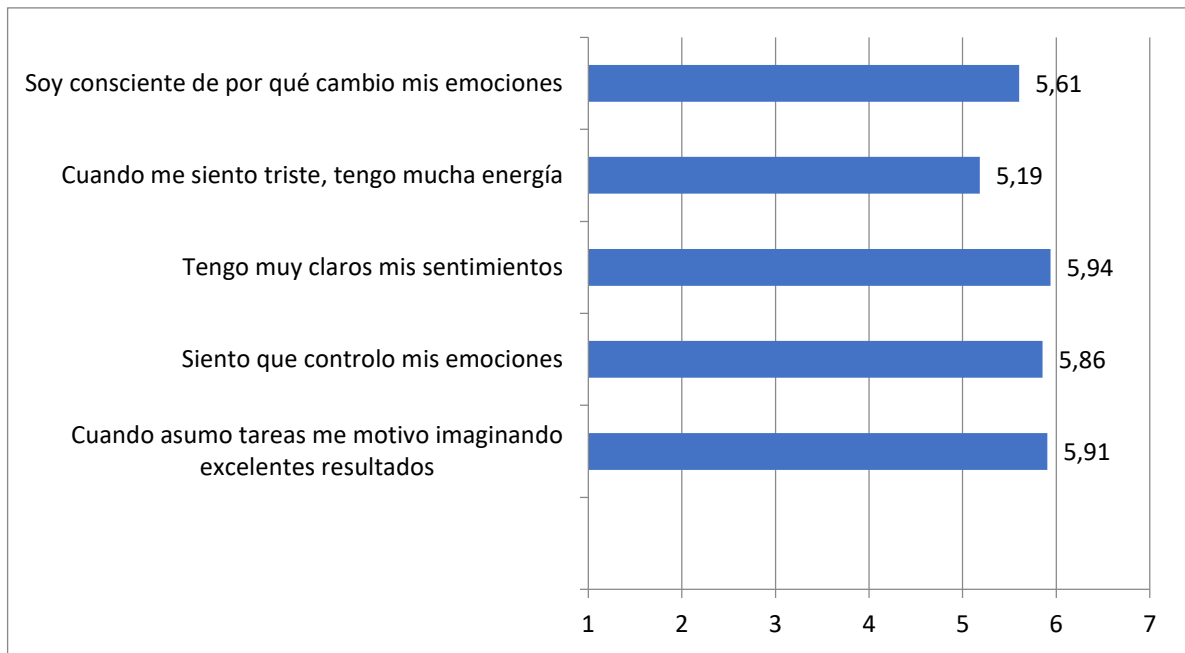


Figura 52. Inteligencia emocional
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

2.6.2.8 Importancia del entorno social más cercano

2.6.2.8.1 Valoración del entorno social más cercano de los universitarios entrevistados.

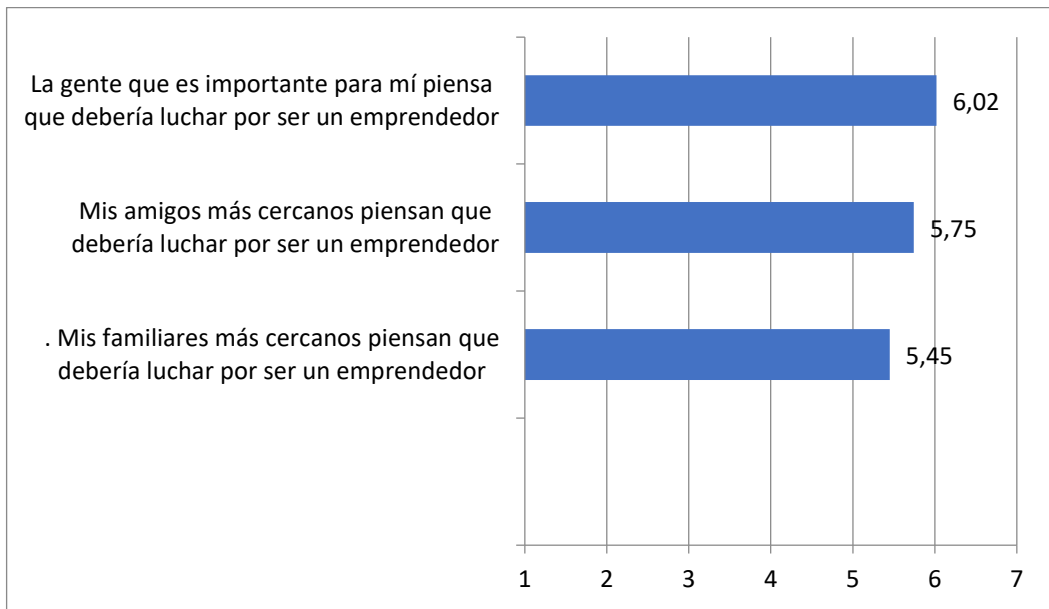


Figura 53. Valoración del entorno social más cercano de los universitarios entrevistados.
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

La presión social que el individuo percibe a la hora de llevar a cabo un comportamiento emprendedor (norma social) se mide a través de la percepción que el estudiante tiene sobre

si su “gente de referencia” aprobaría la decisión de montar una empresa .En este bloque los estudiantes afirmaron que la gente que es importante para ellos piensa que deberían luchar por ser emprendedores (6.02), con promedio general de 5.75.

2.6.2.8.2 Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano los universitarios entrevistados.

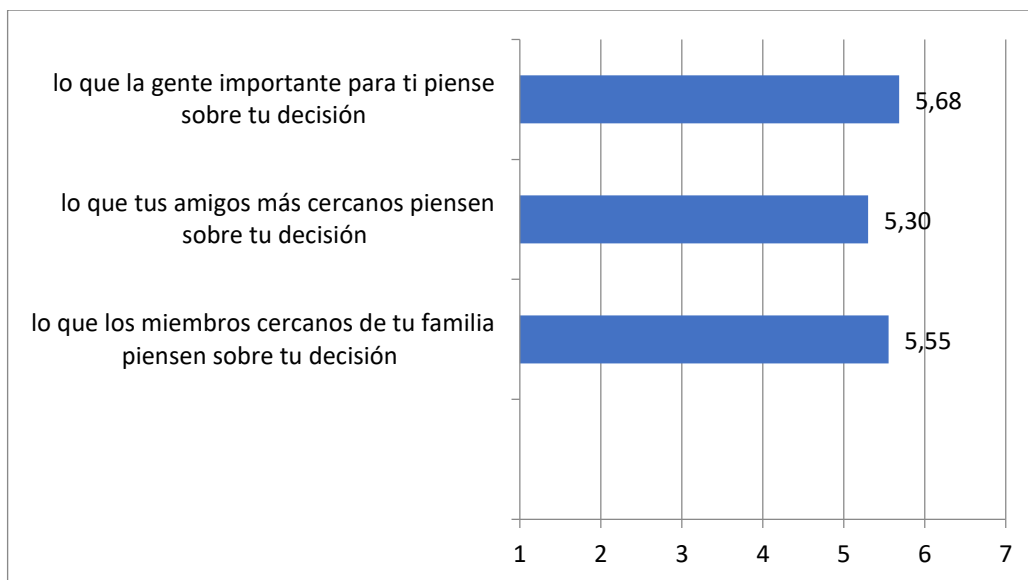


Figura 54. Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano a Los universitarios entrevistados.

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UCSG 2016

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Únicamente el 5.55 del alumnado percibe que sus familias piensan que es conveniente luchar por una carrera emprendedora, disminuyendo este valor en escala de Likert al 5.30 para el caso de “amigos cercanos”.

En la UCSG, la mayoría (55%) de los estudiantes encuestados son mujeres. Sus referentes profesionales tanto del sexo masculino como femenino son las madres (22.50%) en su mayoría, así mismo el (5%) son propietarias de un giro de negocio. Esto como respuesta a que las estudiantes femeninas se sienten, más preparados que los estudiantes varones (5.57 vs. 4.0) para llegar a ser propietario-gestor de un negocio.

Solo el 10.50 % de los progenitores son empresarios este resultado podría considerarse una limitante dentro de la motivación de emprender. Los estudiantes de la UCCSG muestran una actitud parcial hacia el emprendimiento reflejando una media promedio de (5.20) y el (5.52), es decir que están parcialmente decididos a llevar a cabo su idea de negocio después de su graduación.

2.7 Perfil universitario y sus características

La educación tiene funciones que definimos como sustantivas y sociales, para que esto se cumpla, debe existir una definición del perfil del egresado universitario.

Dicho perfil permite establecer aquellos elementos indispensables con los que debe contar un universitario para poder desarrollarse adecuadamente dentro de la sociedad y retribuir así un beneficio.

Para ello es necesario establecer primero una definición de perfil. Ahora bien, cabe mencionar que para el diseño curricular se elaboran dos tipos de perfiles, el perfil de ingreso, que define aquellas características básicas que un alumno debe poseer al momento de ingresar a una institución y por lo tanto iniciar un proceso de aprendizaje; y el perfil de egreso, que como antes se mencionó son aquellas características que se obtienen y se supone tendrían que estar desarrolladas en un alumno al término de su proceso de aprendizaje. Dicho perfiles nos permiten también establecer cursos de acción para la elaboración de planes y programas.

En la siguiente tabla se muestra ciertas características del perfil universitario

Tabla 7
Perfil universitario y sus características

Perfil universitario		
Edad promedio	22 años	
Género	masculino	43.75%
	femenino	56.25%
Semestre	La mayoría (24%) en promedio pertenece al 4to semestre.	
Nacionalidad	Ecuatoriano(a) 99%	
Trabajan /parcial o completo	si	5.5%
	no	94.5%

Fuente: Tomada de las encuestas aplicadas a los universitarios
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

2.8 Comparación de resultados en ambas universidades estudiadas

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los estudiantes de la UCSG y a los estudiantes de la ESPOL, se obtuvo las siguientes comparaciones:

Tabla 8
Padres empresarios (comparación)

Padres Empresarios	UCSG	ESPOL
Padre	4.00%	2.50%
Madre	5.00%	3.50%
Ambos	2.00%	1.00%
No son empresarios	89.00%	93.00%
TOTAL	100.00%	100%

Fuente: Tomada de las encuestas aplicadas a los universitarios
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Como se aprecia en la tabla 8, los padres empresarios en la mayor cantidad son las madres de los estudiantes de la UCSG, mientras que el 93.00% de los padres de los estudiantes de la ESPOL no son empresarios, lo que indica que los las madres emprenden en mayor medida que los padres en ambas universidades. Los estudiantes de la ESPOL no tienen antecedentes emprendedores por parte de sus padres en gran medida, sin embargo no fue una limitante para el alumnado. Esto como respuesta a que los estudiantes de la ESPOL se sienten más preparados que los estudiantes UCSG (5.02 vs. 4.78) para llegar a ser propietario-gestor de un negocio.

Tabla 10

Comparación de resultados en ambas universidades estudiadas

Parámetro	ESPOI	UCSG
Curso de emprendimiento	7%	40%
Trabajan /parcial o completo	2%	9%
Valoración del entorno universitario de los entrevistados	6.11	5.00
Actitud personal hacia el emprendimiento	6.28	5.20
Intención de ser emprendedor	6.25	5.52
Proactividad	6.33	5.75
Aversión al riesgo	6.10	5.73

Fuente: Tomada de las encuestas aplicadas a los universitarios
Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

Un resultado importante es que los alumnos de la UCSG se hayan incorporado en muchísima mayor medida que los alumnos de la ESPOL al mercado laboral (9% vs 2%), así mismo han realizado cursos de emprendimiento en la UCSG (40%) mientras en la Espol solo el 7% ha recibido algún curso relacionado con el emprendimiento.

Se destacan las elevadas cifras asociadas a la intención emprendedora del alumnado de la ESPOL con un valor de 6.25, en la escala de Likert, los y las estudiantes afirman estar preparados para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor; y en la UCSG los estudiantes no consideran totalmente que su objetivo profesional es llegar a ser un emprendedor reflejando un valor de 5.52. Por consiguiente existe una mayor proporción de estudiantes de la ESPOL que se sienten confiados plenamente en sus capacidades y habilidades con una media de 6,25, en cambio en la UCSG reflejan cierto grado de inseguridad con un promedio de 5,56 en la escala de Likert.

Los estudiantes de la UCSG muestran ser cautelosos al momento de tomar decisiones (5.73), a pesar de ser jóvenes esta vez no se caracterizan por tomar riesgos más bien prefieren la opción segura, a diferencia de los estudiantes de la ESPOL que demostraron correr riesgo, pero de manera moderada, es decir suelen pensar en las consecuencias de sus actos, son cautelosos para hacer planes y llevarlos a cabo, por tal razón la media refleja un promedio de 6.10..

La iniciativa y proactividad del alumnado de la UCSG es inferior a la de la ESPOL, sin embargo 5.75 vs 6.33 respectivamente. Claramente esta iniciativa está relacionada con la actitud personal hacia el emprendimiento (5.20 vs 6.28).

CAPÍTULO III

Estrategias de fortalecimiento del perfil del emprendedor universitario del Ecuador

3.1 Proceso de formación del emprendedor universitario:

Ante los cambios tecnológicos y científicos así como la globalización de los mercados y la nueva economía del conocimiento, las universidades de países desarrollados se han visto motivadas para incluir en sus currículos cursos, programas y asesorías específicas de emprendimiento. En los Estados Unidos, por ejemplo, hay más de 1.600 universidades que ofrecen programas formales de entrepreneurship (KURATKO, 2005). De acuerdo a (Baygrave: 1.998) la gran ventaja competitiva de este país no está dada tanto por la fuerza de sus multinacionales, sino por la cultura empresarial de sus ciudadanos.

Considerando los resultados bibliográficos y de campo obtenidos en los capítulos anteriores, se diseña la siguiente propuesta para consolidar el perfil del emprendedor universitario.



Figura 55. Investigación/Estrategias/Actividades/Resultados

Fuente: (Mirna Cedeño, 2017)

Elaborado por: Mirna Carolina Cedeño Gracia

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

Para ambas Universidades en estudio es un desafío diseñar nuevos programas o repotenciar los actuales enfocados en consolidar el perfil del emprendedor universitario. La

innovación a partir de la investigación se debe implementar en los Centros de Educación Superior para generar buenas prácticas en la incubación de empresas (Bhatli, 2014).

A partir de los resultados presentados en el Capítulo II, se plantean acciones de mejora al proceso de gestión de acompañamiento emprendedor. La meta es tener líderes comprometidos con la sostenibilidad social, económica y ambiental del Ecuador, a través de un proceso permanente de incubación de iniciativas de negocios que contemple un asesoramiento en lo técnico, financiero y formativo.

Para lo cual se recomienda abordar los siguientes mecanismos relacionados a las siguientes áreas:

Desde lo académico se debe considerar la infraestructura y el capital humano (docentes) con los que cuenta para expandir el proceso de enseñanza-aprendizaje vinculado al emprendimiento. El profesor debe brindar una asesoría directa e individual o grupal de dos horas por semana. Asimismo, se puede considerar el uso de ambientes virtuales, a través de la plataforma blackboard, en la que se puede establecer una mayor comunicación y atención hacia el emprendedor y el programa (Parra & Argote, 2013). El lienzo del modelo de negocio Canvas que le permitirá al estudiante reflejar las fortalezas y debilidades de sus proyectos, así como la práctica del Elevator Pitch- presentación sobre una idea de emprendimiento, ante potenciales clientes o accionistas- para fortalecer las habilidades comunicativas y exponer de forma clara y sintetizada sus iniciativas; son dos estrategias que pueden ser usadas por los formadores de emprendedores.(Orozco, Parra, Ruíz, & Matíz, 2016).

En el ámbito de la investigación se debe considerar el aumento de publicaciones indexadas en bases de revistas científicas de mayor ranking (QUARTIL 1, 2 o 3) con temas relacionados al emprendimiento, incubación empresarial, entre otros. Esto le permitirá a las Universidades y a los estudiantes con sus respectivos proyectos, adquirir mayor visibilidad mundial, facilitar el acceso al artículo desde diversos sitios alrededor del mundo y promover el prestigio de los autores al permitir que se hagan estudios de impacto. Esto podría captar la atención de potenciales socios para sus ideas. La vinculación con la colectividad es un aspecto fundamental como parte de los mecanismos de acompañamiento y asesoramiento.

Los estudiantes deben generar emprendimientos sociales que estén direccionados a ayudar a sectores, comunidades que enfrenten necesidades. Las multinacionales u otras compañías, a fin de cumplir la iniciativa de carácter voluntario: responsabilidad social empresarial-RSE, pondrán la mira en este tipo de proyectos que ejecutan las empresas,

para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y mejoren su situación competitiva y valorativa.

Asimismo, el aumento del número de laboratorios que promuevan la investigación científica a través de bibliotecas digitales con acceso a bases de datos multidisciplinarias de mayor impacto- y la fase de incubación, debe ser considerado como una estrategia clave en el acompañamiento al emprendedor universitario.

En el ámbito de las relaciones internacionales, las universidades deben fortalecer el sistema de intercambio estudiantil con centros de educación superior que posean status o reconocimiento a nivel mundial-regional. Además, el sistema de otorgamiento de becas debe ser aplicado como motivación o recompensa al estudiante o grupo de estudiantes que presente el mejor proyecto a nivel técnico y que tenga un impacto social.

La realización o participación en congresos, talleres, paneles empresariales, ruedas de negocios, tertulias, networking; actividades enfocadas al pensamiento de diseño y modelo de negocio, y a conseguir una red de contactos con inversionistas y clientes potenciales, así como a dar recomendaciones que validen la propuesta de valor, son acciones que deben ser tomadas en cuenta por las universidades objeto de estudio.

Gestionar a través del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO, una Política Nacional de Emprendimiento e Innovación, es otra estrategia para impulsar el emprendimiento universitario.

3.3 Estrategias de motivación para el emprendedor universitario.

- ✓ Motivar al estudiante a que culmine el proyecto de fin de carrera.
- ✓ Apadrinar al estudiante que presente el mejor proyecto de emprendimiento.
- ✓ Crear asociaciones denominadas “Junior Empresas”.
- ✓ Ofrecer capacitaciones de emprendimiento al estudiante universitario, a través de convenios de cooperación con universidades internacionales para habilitar la transferencia del conocimiento, no solo con los docentes sino con estudiantes de universidades reconocidas en el área de emprendimiento.
- ✓ Desarrollar jornadas de sensibilización en las Universidades para promover la cultura de emprendimiento.
- ✓ Asesorías en la elaboración de proyectos empresariales.
- ✓ Crear un área motivacional de emprendimiento a través de campañas de comunicación que se realicen dos veces al año en los establecimientos de educación superior.
- ✓ Desarrollar seminarios de capacitación a los docentes en temas de emprendimiento.

- ✓ Crear programas de posgrado en desarrollo de micro y pequeñas empresas.

3.3.1 Propuestas

Objetivo del proceso de formación del emprendedor

- ✓ Fomentar el espíritu emprendedor.

Reforzar los valores de iniciativa, responsabilidad, innovación y emprendimiento en la educación y formación de los niños y jóvenes e incentivar y apoyar las iniciativas de emprendimiento personal, colectivo y de autoempleo.

Tabla 11

Objetivo del proceso de formación del emprendedor.

ESTRATEGIAS	Actividades	Beneficios
Convenios de cooperación educativa.	Convenios anuales con empresas públicas y privadas del Ecuador.	Los estudiantes de los últimos semestres obtienen créditos académicos para financiar proyectos. Los estudiantes completan su formación académica Se estimula la actividad emprendedora.
Proyecto de fin de carrera.	Desarrollar y defender un proyecto de emprendimiento de fin de carrera.	Obtener su título universitario. Los mejores proyectos serán promovidos en el ámbito empresarial para su respectiva puesta en marcha.
Apadrinar al estudiante	Los graduados que ejercen una labor profesional tanto como empresarios o gerentes de una empresa, colaboren como tutores de los estudiantes de los últimos semestres.	Los estudiantes pueden llegar a tener conocimientos más precisos sobre la realidad laboral en el ámbito de las industrias y de las empresas.
Crear asociaciones denominadas "Junior Empresas"	Formar asociaciones sin fines de lucro formadas y gestionadas por los estudiantes.	Se crean lazos de colaboración entre la Universidad y el mundo laboral y empresarial.

Desarrollar jornadas de sensibilización dos veces al año.	Se realizarán visitas a estudiantes de diferentes Carreras y grupos de investigación en colaboración con instituciones que prestan servicios al emprendedor.	Se promueve una cultura de emprendimiento.
Ofrecer capacitaciones de emprendimiento al estudiante universitario.	Capacitar trimestralmente a los universitarios emprendedores actuales con el propósito de complementar sus conocimientos técnicos.	Adaptar los nuevos conocimientos adquiridos a las necesidades derivadas de sus negocios
Asesorías en la elaboración de proyectos empresariales.	Desarrollar la idea de negocio hasta la puesta en marcha.	Minimiza el riesgo de cierre del negocio
Crear un área motivacional de emprendimiento, a través de campañas de comunicación a realizar dos veces al año.	Dar a conocer el programa a los estudiantes a través de una serie de actividades.	Induce a los estudiantes a ser parte del área motivacional.
Desarrollar seminarios de capacitación a los docentes en temas de emprendimiento.	Fortalecer el proceso de enseñanza-aprendizaje.	Permite mejorar la metodología y estrategias pedagógicas aplicadas a la enseñanza.
Crear programas de posgrado en desarrollo de micro y pequeñas empresas.	Desarrollar publicidad para los estudiantes universitarios referente a estos programas	Actualizar y consolidar los conocimientos adquiridos en la carrera de grado.

Fuente: Elaborado por (Mirna Cedeño, 2017)

CONCLUSIONES

En la caracterización de las competencias que requiere el emprendedor universitario, como parte de uno de los objetivos de la tesis, se concluye que el emprendedor tiene la capacidad de innovar y posee cualidades que definen su perfil, como la creatividad, iniciativa, flexibilidad, previsión, liderazgo y optimismo. Es un individuo motivado por alcanzar la independencia laboral; dispuesto a crear valor agregado en el entorno económico. Su éxito se mide por la inclusión laboral de otros en el negocio propuesto.

A diferencia de la ESPOL que cuenta con el Centro de Desarrollo de Emprendedores de la ESPOL (CEEMP) desde el 2002, la UCSG oferta la Carrera de Emprendimiento en la Facultad de Especialidades Empresariales. A través del CEEMP, la ESPOL promueve más la cultura emprendedora que la UCSG. La ESPOL condiciona y obliga al estudiante politécnico a cursar la materia de Emprendimiento e Innovación Tecnológica, como uno de los requisitos para acceder a las Pre-Incubadoras (creación de empresas con base tecnológica). Ambos centros de educación superior motivan la investigación con enfoque hacia el emprendimiento. La UCSG cuenta con el Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE) y la ESPOL tiene nueve Centros Institucionales de Investigación.

A pesar de la ventaja que la ESPOL tiene sobre la UCSG al tener el CEEMP, los discentes de la UCSG se han insertado en el mercado laboral en muchísima mayor medida que los alumnos de la ESPOL (9% vs 2%). En opinión de los estudiantes, en la UCSG han realizado más cursos de emprendimiento (40%) mientras en la ESPOL solo el (7%) ha recibido algún curso relacionado con el emprendimiento.

Al momento de identificar las características que definan al perfil del emprendedor de los estudiantes de las universidades en estudio, se logró conocer que las madres emprenden en mayor medida que los padres en ambas universidades, ya que los padres empresarios en la mayor cantidad son las madres de los estudiantes de la UCSG, mientras que el 93.00% de los padres de los estudiantes de la ESPOL no son empresarios.

Del análisis cuantitativo realizado en el Capítulo II, se determina que los estudiantes de la ESPOL no tienen antecedentes emprendedores por parte de sus padres, sin embargo esto no fue una limitante para el alumnado, ya que los estudiantes de la ESPOL afirman estar más preparados que los estudiantes UCSG (5.02 vs. 4.78) para llegar a ser propietario-gestor de un negocio.

Además, los estudiantes de la ESPOL muestran una mayor intención emprendedora en promedio con un 6.26 vs 5.52 de la UCSG en la escala de Likert. La iniciativa y proactividad del alumnado de la UCSG es inferior al de la ESPOL, 5.38 vs 6.33 respectivamente. Esta iniciativa está relacionada con la actitud personal hacia el emprendimiento (5.20 vs 6.23) correspondientemente.

Como parte de las estrategias de fortalecimiento en las universidades del Ecuador, enfocadas al desarrollo emprendedor de los estudiantes, se concluye que ambas instituciones deben aumentar la inversión en infraestructura (más laboratorios de investigación-pre incubadoras) y capital humano (docentes) para expandir el proceso de enseñanza-aprendizaje vinculado al emprendimiento. En el ámbito de la investigación, ambas universidades deben alcanzar publicaciones indexadas en bases de revistas científicas de mayor ranking (QUARTIL 1, 2 o 3) con temas relacionados al emprendimiento, incubación empresarial, entre otros, para posicionar a sus entidades como referentes en el área de mención.

Asimismo, las universidades deben crear asociaciones sin fines de lucro formadas y gestionadas por los estudiantes, para estrechar los nexos entre la universidad y el mundo laboral y empresarial. Las universidades deben considerar la firma de convenios anuales con empresas públicas y privadas del Ecuador, como una ventana para que los estudiantes de los últimos semestres tengan acceso a créditos académicos y puedan financiar sus proyectos.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a la investigación y resultados obtenidos, se puede recomendar lo siguiente:

Considerando la actual infraestructura que tienen ambas universidades respecto a los laboratorios de investigación y de incubación de empresas, las instituciones deben consolidar los mecanismos de acompañamiento y asesoramiento para el fomento del emprendimiento universitario. A través del sistema de otorgamiento de becas, prácticas pre profesionales o vinculación con la sociedad, se debería facilitar el acercamiento de los estudiantes que cursen los últimos semestres al departamento de investigación para promover el aprendizaje científico que de paso a la innovación antes de crear sus empresas, así como el rápido acceso al mercado laboral.

Tomando en cuenta que los estudiantes de la USCG se han insertado al mercado laboral de forma más rápida y en mayor proporción que los discentes de la ESPOL, se propone a esta última universidad aumentar la participación de los estudiantes en congresos, talleres, paneles empresariales, ruedas de negocios, tertulias, networking; a fin de que los discentes puedan obtener una red de contactos con inversionistas y clientes potenciales de sus start ups.

Se recomienda que la UCSG cuente con un Centro de Desarrollo de Emprendedores que le permita promover más la cultura emprendedora y la innovación tecnológica. Ambas universidades deben conectar la plataforma de emprendimiento con los recursos de investigación (innovación y patentes) y el sector empresarial, replicando lo que realizan universidades internacionales como la Universidad de Ciencias Aplicadas de Múnich (Alemania) y la Escuela de Negocios de Copenhague (CBS) (Dinamarca), cuyas actividades se citan en el Capítulo I.

Asimismo, las universidades deben realizar acciones de lobby y comunicación para gestionar a través del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO, una Política Nacional de Emprendimiento e Innovación, como una estrategia clave para impulsar juntas el emprendimiento universitario.

Los estudiantes de ambas universidades mencionan que falta de financiamiento limita la ejecución de los proyectos de emprendimiento-PYMES. Ante ello, se propone que los

fondos de capital de riesgo creados en el 2017 por el Ministerio de Industrias y Productividad y la Corporación Financiera Nacional puedan servir como una alternativa para financiar los negocios emergentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaráz Rodríguez, R. (2011). En *El emprendedor de éxito* (4ta ed., pág. 288). México D.F.: Mc Graw Hill. Recuperado el 26 de Julio de 2017
- Araque Jaramillo, W. (2013). Factores determinantes de la asociatividad como alternativa para el fortalecimiento de pequeñas y medianas industrias. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- Araque, W. (2009). Perfil del emprendedor ecuatoriano. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Barbara, B. J. (1989). *Entrepreneurial behaviour*.
- Begley, T. .. (1987). Psychological characteristics of associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. *Journal of business*.
- Bhatli, D. (2014). *Best Practices at top university business incubators, cases and insights* .
- Brambilla, H. &. (2009). *The Scandinavian Journal of Economics*. Blackwell Publishing Ltd.
- CEBI. (2017). Obtenido de <http://www.cebi.com.ec>
- Czarnitzki, T. (2007). Academic Science and Entrepreneurship: Dual Engines of Growth,. *Econ papers*.
- Dehter. (2001). *Responsabilidad social de las universidades hispanoamericanas*.
- Escuela Superior Politécnica del Litoral. (27 de Julio de 2017). Obtenido de Escuela Superior Politécnica del Litoral: <http://www.espol.edu.ec/es/nosotros/historia-de-la-espol>
- ESPOL. (2017). Obtenido de <http://www.espol.edu.ec>
- ESPOL. (2017). Obtenido de <http://www.espol.edu.ec/es/nosotros/historia-de-la-espol>
- Etzkowitz, H. (1998). Capitalizing knowledge.
- Europea, C. (2010). Obtenido de [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2010\)0546/com_com\(2010\)0546_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2010)0546/com_com(2010)0546_es.pdf)
- Formichella , M. (2014). *Concepto de emprendimiento y su relación con la educación*. Buenos Aires: Rivadía.
- Formichella, M. M. (2004). Concepto de emprendedor. En *EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACION, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL*. (pág. 42). Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Freire, A. (2004). En *Pasión por emprender* (pág. 237). Buenos Aires: Santillana. Recuperado el 27 de Julio de 2017
- GEM. (2016). ESPOL.
- Gibb. (2005). *Creating the entrepreneurial university worldwide*.
- Gómez, L. A. (s.f.). (6 de junio de 2015). *Slideshare Teorías del Emprendimiento*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/dealanjay/teorias-delemprendimiento>

- González. (2001). Actitudes y motivaciones hacia el trabajo y la creación.
- Herrera C. & Montoya L. (2013). En *El emprendedor: una aproximación su definición y caracterización* (pág. 10). Milagro: Grupo de Investigación en Mercadeo, Innovación y Competitividad en Gestión Agropecuaria.
- Kantis. (2002). *Creación y desarrollo de nuevas empresas*. Obtenido de <http://www.iadb.org/wmsfiles/products/publications/documents/1481923.pdf>
- Kuratko, D. (2005). *The emergence of entrepreneurship education: Development, trends*.
- La revista líderes. (29 de Noviembre de 2015). Obtenido de Revista Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/especial-emprendimiento-jovenes-negocios-dificultades.html>
- Larrea, E. (2017). *Contextos, Estudios, Procesos y Dimensiones de la Pertinencia como Fuerza Impulsora de las Transformaciones del Sistema Red de Educación Superior. El Caso Ecuatoriano*. España: . TESEO: Universidad de Almería.
- Ministerio de empleo y seguridad social. (2017). Obtenido de http://www.empleo.gob.es/es/estrategia-empleo-joven/logos/planes/Plan_Actuacion_I_Cuatrovientos.pdf
- Morales, G. (2001). *Actitudes y motivaciones hacia el trabajo y la creación*.
- Municipalidad de Guayaquil. (2017). Obtenido de <http://www.guayaquil.gob.ec>
- Orozco, J. (2016). *Acompañamiento a emprendedores en la Universidad EAN: Del modelo IN3 a EAN Impacta*. Bogotá.
- Prentice., B. (1986). *The art and science of entrepreneurship*. Prentice Hall.
- Paris, K. (1994). *A leadership model for planning and implementing change for*. Wisconsin: Center.
- Parra, L. y. (2013). *La gestión en el proceso de creación empresarial: el caso de IN3 de la Universidad EAN de Colombia*.
- Pérez Cachafeiro, T. (2010). *Iniciativa emprendedora en la educación en España*. Madrid.
- Peterman, N. E. (2003). *Enterprise education: Influencing students*. Entrepreneurship theory and practice.
- Pineda, K. (2011). Modelos y mecanismos de interacción Universidad-Empresa-Estado: *Revista Equidad & Desarrollo*, 15.
- Pleitner, J. (1986). *Entrepreneurs and new Venture Creation : Some reflections of Conceptual Nature*.
- Rajadell Carreras, M. (2009). En U. P. Catalunya (Ed.), *Creación de empresas* (3ra ed., pág. 332). Catalunya, España: Ediciones UPC. Recuperado el 26 de Julio de 2017
- Red emprendia. (2015). Perfil del emprendedor universitario. En *PERFIL EMPRENDEDOR DEL ESTUDIANTE UNIVERSITARIO* (Depósito legal: M-38985-2016 ed.). Universidades españolas.
- Sanabria P. , Morales M. & Ortíz C. (2015). Vinculación con el entorno. En *Interacción universidad y entorno: marco para el emprendimiento*. Bogotá: Universidad La Sabana. doi:10.5294/edu.2015.18.1.7

- Scherer, K. (s.f.). What does facial expressions express. Chichester : Wiley .
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic*. Harvard press.
- SEK . (2017). Obtenido de <http://www.sekquito.com/es>
- Shane. (2002). Technology opportunity and firm formtion.
- Shane, S. (2003). Bringing individuals back in: the effects of career experience on new firm founding.
- Shapero, A. (1982). *Social dimensions of Entrepreneurship*.
- Stephan, L. &. (1991). Productivity over the life cycle.
- Tamayo Torres, I., Gutiérrez Gutiérrez, L., Barrales Molina, V., Bustinza Sánchez, Ó., Fernández Pérez, V., & Maraver Tarifa, G. (2015). Funciones de un emprendedor. En *Guía creativa del emprendedor socialmente responsable* (pág. 116). Granada: Universidad de Granada.
- Toledano, N. (2006). las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios . Revista Educación .
- Tomas, M. (2017). Obtenido de <http://www.tomasmoro.ec/>
- Torres, A. D. (2009). *Patrones de vinculación academia-industria: factores determinantes en el caso de México*.
- UCSG. (2017). Obtenido de <http://www.ucsg.edu.ec>
- Universidad Católica de Guayaquil. (27 de Julio de 2017). Obtenido de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://www2.ucsg.edu.ec/resena-historica.html>
- Valarezo, E. (2015). Origen de la palabra emprendimiento. En *Ecuador, ¿País de emprendedores?* (pág. 257). Guayaquil: Universidad ECOTEC.

ANEXOS

ANEXO #1

Entrevista al MSc. Guido Caicedo, director del Centro de Emprendedores de la ESPOL.

¿Qué acciones relacionadas a la formación del emprendedor universitario, lleva adelante la ESPOL?

- ✓ Cursos formales a todos los estudiantes: Emprendimiento e Innovación Tecnológica y Análisis y Resolución de Problemas.
- ✓ Programa de Clubes profesionales y organizaciones estudiantiles.
- ✓ Eventos y talleres extracurriculares.
- ✓ Preincubación de empresas.
- ✓ Desafíos y concursos.

¿Qué procesos de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento en las universidades promueve la ESPOL?

Espae realiza el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Ecuador. Adicionalmente algunos profesores de ESPAE realizan investigación al respecto

Se ha participado de actividades, eventos con la comunidad de la ciudad de Guayaquil.

¿Cuáles son las características del perfil del emprendedor politécnico?

Usamos solo una definición: Una persona que crea valor en la sociedad a través de la innovación.

Trabajamos algunas competencias pero no tenemos un perfil específico del emprendedor politécnico porque esperamos que exista un amplia variedad de perfiles

¿Cuáles son los procesos de formación del emprendedor universitario que se realizan en la ESPOL?

Explicado anteriormente

Cuáles son los mecanismos de acompañamiento y asesoramiento que lleva adelante la ESPOL para fomentar el emprendimiento?

Explicado anteriormente. Proveemos integración con empresas tecnológicas

¿Qué estrategias de motivación promueve la ESPOL para fortalecer el área de emprendimiento universitario?

- ✓ Formamos a los profesores de la ESPOL con un módulo sobre cómo enseñar emprendimiento dentro de cualquier cátedra.
- ✓ Mantenemos capacitaciones especiales para los profesores de nuestros cursos formales
- ✓ Apoyamos al club de emprendedores para que realice actividades dentro de la universidad.

- ✓ Apoyamos a los clubes y organizaciones estudiantiles para participar en desafíos y competencias.
- ✓ Atendemos estudiantes que quieran desarrollar sus ideas de negocios.
- ✓ Promovemos la participación de estudiantes en eventos de la ciudad.

ANEXO #2

Entrevista al MSc. Ángel Castro, director de la Carrera de Emprendimiento de la UCSG

¿Los graduados de la carrera de emprendedores demuestran adecuadas competencias para la identificación e implementación de negocios?

Quienes formamos parte de la Carrera de Emprendedores soñamos en que nuestros graduados pudieran crear y desarrollar las denominadas empresas dinámicas o gacelas que son empresas con alto potencial de crecimiento y escalabilidad, que pudieran traspasar fronteras, pero debemos también recordar que la carrera es joven y que se acostumbra medir estos parámetros cuando han transcurrido al menos cinco años desde la fecha de graduación.

¿Qué sugiere para perfeccionar la formación en emprendimiento de sus graduados?

Dos de los aspectos de mayor debilidad en el ecosistema emprendedor ecuatoriano son los del financiamiento e innovación. Creo que la Carrera debe desarrollar iniciativas que permitan que los proyectos de los estudiantes sean más innovadores, quizás las tutorías o trabajos de titulación podrían desarrollarse con estudiantes de otras facultades como las de Ingeniería, la Técnica, Artes y Humanidades, Arquitectura y Medicina. Conozco que la Universidad formará parte de la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI) la cual promete algunos beneficios u opciones para nuestros estudiantes y graduados. Para resolver el problema de falta de fuentes de financiamiento para los emprendedores en la actualidad se está formando una red de inversionistas ángeles, pero en este aspecto falta mucho camino que recorrer pues se debería desarrollar un sistema de financiamiento de capital de riesgo.

¿Qué temas considera usted resultan más útiles para el desarrollo del emprendimiento?

- ✓ Dirección empresarial.
- ✓ Mercadotecnia.
- ✓ Contabilidad y Finanzas.
- ✓ Comunicación.
- ✓ Identificaciones de necesidades sociales y oportunidades de negocios.
- ✓ Desarrollo de negocios.
- ✓ Innovación

ANEXO #3

Cuestionario tomado de la UPCT realizado a los estudiantes de la ESPOL Y UCSG



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

CUESTIONARIO IECEU - Intención Emprendedora y Competencias en Estudiantes Universitarios

1

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: _____

A4. Por favor, especifique el nombre de la titulación que está cursando _____

Semestre: _____

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

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

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

Padre Madre Hermano Otro familiar Amigo Profesor Otro: _____

¿Posee su propio negocio? Si No

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

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

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

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

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

Bloque B

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

	Totalmente en desacuerdo						Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5	6	7
B1. Los emprendedores tienen una imagen positiva en la sociedad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B2. Existe apoyo y servicio cualificado para los emprendedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B3. El ambiente en mi universidad me inspira para desarrollar ideas para nuevos negocios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B4. Siendo emprendedor puedo ayudar a otras personas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B5. Un emprendedor obtiene ingresos elevados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B6. Siendo emprendedor podré auto-realizarme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B7.1 Los cursos fomentan las habilidades sociales y de liderazgo necesarias para los emprendedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B7.2 Mi universidad proporciona a los estudiantes los conocimientos necesarios para iniciar una nueva empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B7.3 Mi universidad apoya el desarrollo de equipos de estudiantes 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		
	1	2	3	4	5	6	7
C1. Ser un emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C2. Una carrera como emprendedor es atractiva para mí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C3. Si tuviera las oportunidades y los recursos, me encantaría crear una empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C4. Ser un emprendedor supondría una gran satisfacción para mí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C5. Entre las distintas opciones, preferiría ser un emprendedor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bloque D

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

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

D7. Si pudieras elegir entre el autoempleo o ser propietario-gestor de un negocio (trabajar en tu propia empresa) y ser un asalariado en alguna empresa, ¿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		
	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:

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

	Totalmente incapaz							Totalmente capaz						
¿Cuánta confianza tiene usted en su capacidad para...?														
F5. Conseguir que otros se identifiquen y crean en mi visión y planes para un nuevo negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<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"/>

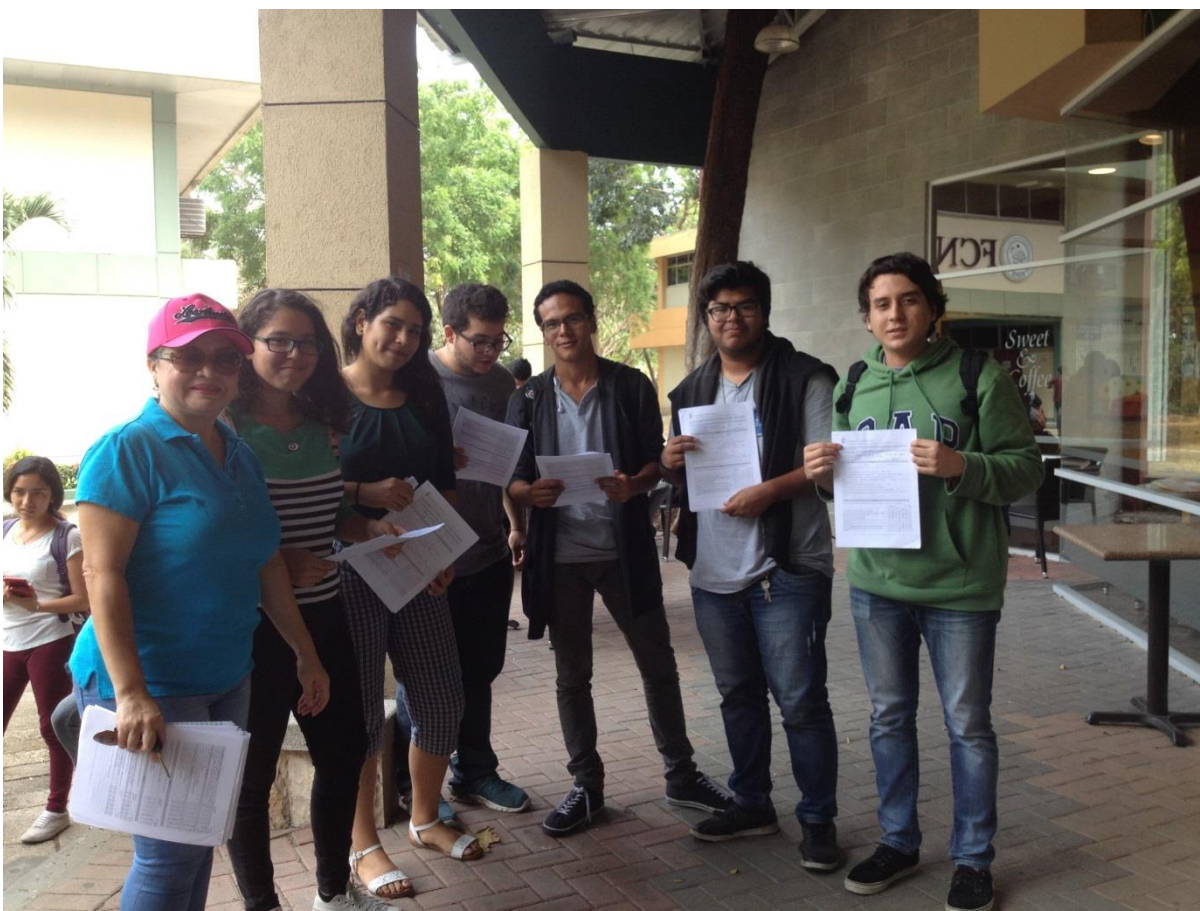
Bloque H

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"/>
Por favor, indique el nivel de importancia en una escala de 1 hasta 7.														
¿En qué medida te importa lo que las personas (mencionadas a continuación) piensan sobre tu decisión o no de luchar por una carrera de emprendedor?	No me importa en absoluto							Me importa mucho						
H4. lo que los miembros cercanos de tu familia piensan sobre tu decisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H5. lo que tus amigos más cercanos piensan sobre tu decisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<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)

ANEXO #4

Realización de encuestas con los estudiantes de la ESPOL



Realización de encuestas con los estudiantes de la UCSG

