



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA.

Análisis del emprendedor universitario. Caso Universidad Central del Ecuador y Universidad Tecnológica Equinoccial, año 2017.

TRABAJO DE TITULACIÓN.

AUTORA: Campaña López, Matilde Elizabeth.

DIRECTORA: Espinoza Torres, Diana Lucia, Mgs.

CENTRO UNIVERSITARIO AMBATO

2017



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

Septiembre, 2017

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.

Directora.

Mgs. Diana Lucia Espinoza Torres.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN.

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: Análisis del emprendedor universitario. Caso Universidad Central del Ecuador y Universidad Tecnológica Equinoccial, año 2017. Realizado por Matilde Elizabeth Campaña López autora, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, septiembre 2017

f) _____

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.

Yo, Matilde Elizabeth Campaña López declaro ser autora del presente trabajo de titulación: Análisis del emprendedor universitario. Caso Universidad Central del Ecuador y Universidad Tecnológica Equinoccial, año 2017. De la Titulación de Ingeniería en Administración de Empresas, siendo la Mgs. Diana Lucía Espinoza Torres, directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además, certificó 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 que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f) _____

Autora: Matilde Elizabeth Campaña López.

Cédula: 0502202955

DEDICATORIA

Mi tesis se la dedico con todo mi amor a mi querido esposo Ángel Mata por el sacrificio y esfuerzo al apoyarme a seguir una carrera, pero sobre todo por creer en mi capacidad, aunque si hemos pasado momentos difíciles en los que he querido renunciar y él siempre ha estado brindándome su comprensión sin dejarme decaer dándome aliento a continuar.

A mis adoradas hijas Daniela y Marilyn, por haber sido la fuente de inspiración para superar cada día y cumplir con mis ideales.

A mis pequeños Angie y Axel, que en este momento no entenderán mis palabras espero en un futuro les sea de ejemplo y no se rindan ante las dificultades.

A mis padres quienes con sus palabras de aliento me apoyaban impulsándome siempre a ser perseverante.

A mis hermanos que siempre han tenido la confianza que siga adelante, compartiendo alegrías y tristezas, y a todas aquellas personas que estuvieron a mi lado logrando que este sueño se haga realidad.

Matilde Campaña.

AGRADECIMIENTO.

Primeramente, quiero agradecer a Dios por haberme permitido llegar al final de esta etapa dándome salud y vida, pero sobre todo por concederme la felicidad de disfrutar de mi familia.

Doy las gracias a mis padres por enseñarme a enfrentar la vida con dignidad y respeto.

A mi marido por su fuerza, empeño, comprensión, paciencia, amor, por el soporte sea económico y moral que me ha brindado.

Mis dos hijas por el apoyo incondicional, y por todo aquel tiempo que les he quitado por dedicarme a esta meta trazada sin reclamo alguno, siendo ustedes quien han dado sentido a mi vida.

Gracias a la Universidad Técnica Particular de Loja que con su modalidad de estudio a distancia me ha permitido llegar a tener una profesión.

No ha sido fácil llegar al final, pero con todo el aporte, amor, apoyo, de todas las personas que me han acompañado en estos años las dificultades se han notado menos, gracias a toda mi familia porque fueron fundamentales para la culminación de mi carrera.

Matilde Campaña.

ÍNDICE DE CONTENIDOS.

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
RESUMEN.	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I	5
FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LAS CARACTERÍSTICAS Y CONOCIMIENTOS DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO	5
1.1 Conceptos de emprendedor.....	6
1.3. El perfil del emprendedor universitario	12
1.4 Procesos de evaluación de las competencias del emprendedor	15
1.5 Actividad de formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento	17
1.6 La vinculación con el entorno y su importancia en la formación del emprendedor.....	19
1.7 Procesos de investigación enfocados a fomentar el emprendimiento	21
CAPÍTULO II	26
DIAGNÓSTICO DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO	26
2.1 Objetivos de la investigación.....	27
Objetivo general:.....	27
Objetivos específicos:.....	27
2.2 Metodología de investigación	27
2.2.1. Diagnóstico.....	27
2.2.2. Tipos de investigación	27
2.2.3. Métodos aplicados	29
2.2.4. Nivel de investigación.....	29
2.2.5. Técnicas de investigación.....	30
2.3 Breve reseña de las universidades objeto de estudio	30
2.3.1 Universidad Central del Ecuador	30
2.3.2 Universidad tecnológica equinoccial (UTE).....	33
2.4 Acciones de las Universidades relacionadas a la formación del emprendedor universitario .	34

2.4.1 Universidad Central del Ecuador.....	34
2.4.2. Universidad Tecnológica Equinoccial.....	37
2.5. Identificación de procesos de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento en las universidades objeto de estudio.....	38
2.5.1. Universidad Central del Ecuador.....	38
2.5.2. Universidad tecnológica equinoccial.....	40
2.6. Análisis e interpretación de resultados de la investigación.....	42
2.6.1. Universidad Central del Ecuador.....	42
2.6.1.1. Factores socioculturales.....	42
2.6.2 Universidad Tecnológica Equinoccial.....	59
2.7. Comparación de resultados en ambas universidades estudiadas.....	76
2.8. Perfil universitario y sus características.....	80
CAPÍTULO III.....	82
ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO EN EL ECUADOR.....	82
3.1 Procesos de formación del emprendedor universitario.....	83
3.2 Mecanismos de acompañamiento y asesoramiento para el fomento del emprendimiento en las universidades.....	90
3.3 Estrategias de motivación para el emprendedor universitario.....	93
CONCLUSIONES.....	103
RECOMENDACIONES.....	104
BIBLIOGRAFÍA.....	105
ANEXOS.....	109

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Edad	42
Figura 2 : Género.....	43
Figura 3: Nacionalidad	43
Figura 4: Titulaciòn	44
Figura 5: Semestre	45
Figura 6: Emprendimiento.....	45
Figura 7: Empresario (autònomo)	46
Figura 8: Empresario autónomo.....	46
Figura 9: Referente profesional.....	47
Figura 10:Estudiantes universitarios con negocio propio	47
Figura 11: Universitarios involucrados en la creaciòn de una empresa.....	48
Figura 12: Años de experiencia.	48
Figura 13:Principales incentivos del contexto general.....	49
Figura 14: Valoraciòn del entorno universitario	49
Figura 15: Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora.....	50
Figura 16: Actitud personal hacia el emprendimiento.....	51
Figura 17: Intenciòn de ser emprendedor.	51
Figura 18: Capacidad creativa.	52
Figura 19: Aversiòn al riesgo.	53
Figura 20: Escala de locus de control	54
Figura 21: Proactividad.	55
Figura 22: Autoeficacia	56
Figura 23: Inteligencia emocional.....	57
Figura 24: Valoraciòn del entorno social más cercano de los universitarios entrevistados... ..	58
Figura 25: Grado de importancia que otorga a la opiniòn de su entorno social más cercano de los universitarios entrevistados.	58
Figura 26: Edad.	59
Figura 27: Género.....	59
Figura 28: Nacionalidad	59
Figura 29: Titulaciòn	60
Figura 30: Semestre	61
Figura 31: Emprendimiento.....	61
Figura 32: Empresario (autònomo)	62
Figura 33:Empresario autónomo.....	62
Figura 34: Referente profesional.....	63
Figura 35: Estudiantes universitarios con negocio propio	63
Figura 36: Universitarios involucrados en la creaciòn de una empresa.....	64
Figura 37: Años de experiencia	64
Figura 38:Principales incentivos del contexto general.....	65
Figura 39:Valoraciòn del entorno universitario	66
Figura 40:Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora.....	67
Figura 41:Actitud personal hacia el emprendimiento.....	68
Figura 42: Intenciòn de ser emprendedor.	68

Figura 43: Capacidad creativa.	69
Figura 44: Aversión al riesgo.	70
Figura 45: Escala de locus de control	71
Figura 46: Proactividad.	72
Figura 47: Autoeficacia	73
Figura 48: Inteligencia emocional.....	74
Figura 49: Valoración del entorno social más cercano de los universitarios entrevistados... ..	75
Figura 50: Grado de importancia que otorga a la opinión de su entorno social más cercano de los universitarios entrevistados.	75
Figura 51: Comparación de la intención emprendedora de las dos universidades	76
Figura 52: Percepción de las condiciones del entorno	78
Figura 53: Modelo de aprendizaje.....	83
Figura 54: Modelo de aprendizaje.....	84
Figura 55: Modelo ideal para la formación de emprendedores.....	85
Figura 56: Hacia un modelo de emprendimiento universitario.....	91
Figura 57: Modelos y mecanismo de interacción	93

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1 Ventajas y Desventajas de ser emprendedor.....	10
Tabla 2: Ventajas y desventajas	12
Tabla 3: Contenido curricular	18
Tabla 4: Comparación de las dos universidades (Factores socioculturales)	78
Tabla 5: Comparación de las dos universidades (Factores contexto emprendedor)	79
Tabla 6: Acciones universitarias en materia de emprendimiento.....	91
Tabla 7: Propuesta 1.....	96
Tabla 8: Propuesta 2.....	96
Tabla 9: Propuesta 3.....	97
Tabla 10: Propuesta 4.....	97
Tabla 11: Propuesta 5.....	98
Tabla 12: Propuesta 6.....	98
Tabla 13: Propuesta 7.....	99
Tabla 14: Propuesta 8.....	99
Tabla 15: Propuesta 10.....	100
Tabla 16: Propuesta 11.....	100
Tabla 17: Propuesta 12.....	100
Tabla 18: Propuesta 13.....	101
Tabla 19: Propuesta 14.....	102

RESUMEN.

El emprendimiento ha sido considerado desde hace algunos años como el camino hacia el desarrollo y el sostenimiento económico. Entre sus principales características está el generar independencia y autonomía laboral, crear fuentes de empleo, aspirar a que los proyectos se sustenten y contribuyan a la calidad de vida de sectores, comunidades y localidades en general.

El “Análisis del emprendedor universitario. Caso Universidad Central del Ecuador y Universidad Tecnológica Equinoccial, año 2017”, aborda el tema del desarrollo de emprendedores a partir de un diagnóstico de la Escala de Actitudes Emprendedoras, medida en la comunidad estudiantil (200 estudiantes como muestra en cada universidad), se analizó en base a la estadística descriptiva y los resultados aportan información válida para el análisis de las actitudes del desarrollo de emprendedores desde las instituciones de educación superior. Ello permitirá tomar decisiones en torno a estrategias que posibiliten el desarrollo de emprendedores y la potenciación de las universidades como eje central de dicha formación.

PALABRAS CLAVES: Emprendimiento, diagnóstico, desarrollo, estrategias, actitudes emprendedoras.

ABSTRACT

Entrepreneurship has been considered for some years as the road to development and economic sustainability. Among its main characteristics is the creation of independence and labor autonomy, the sources of employment, aim for projects to be sustained and contribute to the quality of life of sectors, communities and localities in general.

The research entitled "Analysis of the university entrepreneur. Case of Universidad Central del Ecuador and Universidad Tecnológica Equinoccial, 2017", addresses the topic of entrepreneurship development based on a diagnosis of the Entrepreneurial Attitudes Scale, measured in the student community (200 students as a sample in each university), analyzed based on descriptive statistics and the results provide valid information for the analysis of the development of entrepreneurs from higher education institutions. This will make it possible to make decisions about strategies that enable the development of entrepreneurs and the empowerment of the University as the central axis of such training.

KEY WORDS: Entrepreneurship, diagnosis, development, strategies, entrepreneurial attitudes.

INTRODUCCIÓN.

El emprendimiento es fundamental en una sociedad, crea competitividad en el mercado, mejora la calidad de los productos o servicios e incentiva a las personas a especializarse en métodos y formas para poner en marcha sus proyectos.

Emprendimiento es la actitud de no tenerle miedo al esfuerzo, a los fracasos, a la perseverancia, es atreverse a dar un paso más y asumir los riesgos que lo conllevan. Emprender es hacer un sueño realidad, es la forma en que cada uno como persona puede ser el arquitecto de su proyecto de vida futura (Vélez, 2016).

En el presente trabajo de fin de titulación sobre, “Análisis del emprendedor universitario. Caso Universidad Central del Ecuador y Universidad Tecnológica Equinoccial, año 2017.” Pretende demostrar que actualmente el tema sobre el emprendimiento ha tomado auge, ante la crisis económica que atraviesa el país siendo importante la creación de nuevas empresas donde se pueda demostrar el potencial creativo e innovador frente al desempleo.

La investigación se dirige concretamente a analizar el espíritu emprendedor universitario, resultante de la formación universitaria y los nuevos métodos que se utilizan en las instituciones educativas los cuales influyen en la formación de una visión generadora con actitudes y aptitudes emprendedoras eficientes y positivas a los jóvenes que se interesen por el impulso al emprendimiento, dotándolos de herramientas necesarias para el éxito de una idea de negocio.

La investigación comprende tres capítulos:

El capítulo uno tiene una estructura que aborda la temática de investigación desde un enfoque teórico conceptual de las categorías fundamentales como emprendimiento, perfil del emprendedor universitario y el aporte de las universidades desde la vinculación con la sociedad y el desarrollo investigativo, se basa en los fundamentos teóricos de las características y conocimientos del emprendedor universitario, analizando los conceptos y características del emprendedor desde varios puntos de vista de distintos autores. De igual forma, breves recuentos del perfil del emprendedor, la evaluación de las competencias del emprendedor, la formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento, como influye la vinculación con el entorno, su importancia en la formación del emprendedor y por último, los procesos de investigación enfocados a fomentar el emprendimiento.

El segundo capítulo enfoca el diagnóstico del perfil del emprendedor universitario, una breve reseña de las universidades que son objeto de estudio y las acciones de las mismas relacionadas a la formación del emprendedor universitario, también analiza los procesos de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento en las universidades objeto de estudio, de igual manera se realiza el análisis e interpretación de resultados, en cada una de las universidades estudiadas, a partir de las estadísticas descriptivas, así como la evaluación y características del perfil del emprendedor. De manera que se pueda realizar una comparación de resultados de las universidades estudiadas, y finalmente el perfil del emprendedor.

El capítulo tercero detalla las estrategias de fortalecimiento del perfil emprendedor universitario en el Ecuador, dentro del cual se ejecuta un análisis de procesos de formación del emprendedor universitario para comprender los mecanismos de acompañamiento y asesoría para el fomento del emprendimiento en las universidades, y por último las estrategias de motivación para los estudiantes.

El presente trabajo sustenta la importancia de la formación profesional en emprendimiento como una de las respuestas de la universidad ecuatoriana contemporánea a necesidades en el campo del conocimiento y la práctica empresarial. En tal sentido, se sustenta la pertinencia y necesidad del diagnóstico inicial que sirva de referente para la proyección de estrategias para el desarrollo de emprendedores desde las universidades, de manera que los futuros graduados puedan influir positivamente en el fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa (PYME) en el contexto regional y nacional contribuyendo al impulso del sector productivo desde la preparación de los profesionales, para el fortalecimiento de su actitud emprendedora.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LAS CARACTERÍSTICAS Y CONOCIMIENTOS DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

1.1 Conceptos de emprendedor.

El emprendimiento constituye una estrategia de alto impacto en las economías locales y nacionales. Desde diferentes ámbitos, se busca promover una cultura del emprendimiento sobre todo desde el ámbito educativo, en las Universidades, que juegan un rol fundamental en la formación del perfil de un emprendedor.

El término emprendimiento lleva implícito múltiples interpretaciones y diferentes acercamientos teórico conceptuales. El Centro de Emprendedurismo de la Universidad de Miami en Ohio (2015), determinó que el emprendimiento debe concebirse como el proceso de identificación, caracterización, desarrollo y planificación que permitan realizar en la práctica, la perspectiva de una visión, a fin a una idea innovadora, novedosa, una oportunidad o aspectos que permitan mejorar alguna iniciativa de proyectos ya comenzada; y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre.

Sin duda, estos acercamientos teóricos pueden ser analizados y fundamentados desde la experiencia investigativa, pudiendo afirmar que el emprendimiento no solo puede verse asociado al riesgo y a la incertidumbre. La planificación óptima en los estudios previos al acto de emprender, pueden garantizar minimizar los riesgos, la incertidumbre, sobre todo cuando se ha realizado la creación de la nueva empresa, desde un plan de negocios, estudios de mercado y factibilidad.

El emprendedor, debe lograr materializar sus ideas innovadoras desde un trabajo organizado, planificado y de gestión. Perseguir una oportunidad, porque mayormente el emprendimiento se debe analizar más como una oportunidad y no necesidad, conlleva el establecimiento de una planificación estratégica, desde asignación de funciones, tareas y actividades para llegar a la creación de una nueva empresa o negocio. Por ende, es evidente la importancia de la proyección de un camino, de cómo se da inicio a la proyección de la visión mencionada con anterioridad, que le permita poner en marcha las ideas. (Sánchez, 2014)

En el Diccionario de la Real Academia Española del año 1732, el emprendedor fue definido como “la persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar con resolución y empeño alguna operación considerable y ardua” (Sanchez Anaya, 2011, pág. 6). Desde estas perspectivas, la autora considera que un emprendedor siempre va a ser esa persona que ejecuta sus ideas, que logra ver concretado sus sueños, un visionario con fuerza de

voluntad, disciplina, que cree en sí mismo y trabaja para lograr las oportunidades que pudo visionar. Es el arte de poder hacer realidad un sueño que requiere de compromiso consigo mismo, con las ideas y con sus pequeñas acciones, llega a hacer algo grande, como una empresa, que contribuye al progreso económico y social, actuando con responsabilidad moral y social.

Nobbot (2014) afirma que el emprendimiento dentro de las múltiples funciones que se han desarrollado desde épocas remotas, tuvo sus inicios en acciones generadas por parte de personas que se han destacado en lo que se refiere a ideas innovadoras, con un carácter decidido y audaz han hecho que sus ideas se diferenciaron del resto. En muchos países y regiones existen personas que han logrado emprender, sobre todo al contar con instituciones privadas, fundaciones, instituciones gubernamentales que brindan apoyo al emprendimiento. Los seres humanos son emprendedores, con capacidad de explorar, organizar, crear, arriesgarse, consiguiendo un modo de mejorar su vida; a estas personas se les puede llamar emprendedores, desde épocas de la creación de los instrumentos de trabajo, las formas innovadoras para sobrevivir, el desarrollo de la agricultura, pesca y ganadería.

Con respecto a lo anterior, Nobbot (2014), afirma que la palabra emprendedor no aparece en el siglo XXI precisamente, debido a que el ser humano ha buscado cambios; la innovación ha estado presente desde el origen de la historia donde los primeros grupos humanos buscaron formas de producción y de relación con la naturaleza. Es decir, que en épocas remotas y en la actualidad, existe una similitud en cuanto a cómo interpretar el emprendimiento orientado a criterio de la autora, a la búsqueda y explotación de oportunidades, que generen procesos de transformación, en correspondencia con los objetivos y metas. El asumir riesgos, la creatividad, la voluntad y el compromiso personal, forman y moldean a un emprendedor. Esos principios siempre caracterizarán a los que son capaces de hacer la diferencia y apuntar a un cambio social.

En la antigüedad clásica se enfoca a los mercaderes fenicios que fueron los primeros negociantes, los mismos que recorrieron el Mediterráneo, usaron el alfabeto y según la información obtenida, era utilizado como una estrategia comercial.

Buelna-Ávila (2008) manifiesta, la iniciativa individual era escasa, los emprendedores de tipo civil no eran bien recibidos y eran pocos; fueron los italianos quienes se arriesgaron a atravesar Eurasia y penetraron en el Imperio Chino en busca de comercio. Sin embargo, los judíos fueron quienes hicieron del ahorro y la inversión un oficio para obtener dividendos.

Esta situación cambió en el siglo XV, una serie de emprendedores indagaron rutas comerciales alternas que rompieran el bloqueo otomano de la ruta de la seda. Esta búsqueda transformó al mundo, estos emprendedores modificaron la vida entera del planeta puesto que globalizó su economía.

En la Roma Clásica en las calles llenas de comercio se dio inicio al trueque y unos se dedicaron a los proyectos de “startups”¹ que exploraba la imprenta.

En Estados Unidos en la época dorada, por 1840, cuando los norteamericanos pusieron rumbo al oeste en busca de minas de oro. En 1800 y 1900, los emprendedores tecnológicos basaron su negocio en la electricidad. (Sánchez, 2011).

Por otro lado, la autora Sánchez Anaya (2011), explica que la palabra entrepreneur aparece en el siglo XVI y en el XVIII, los franceses extienden el término a los constructores de puentes, caminos, y arquitectos, a diferencia de los hispanos que relacionan a personas que obtienen un contrato con otra y lo ejecuta, en España era un maestro de obra a contratistas de sentido originales, o sea, quienes tenían contratos reales, contratos de producción de bienes por encargo, no conocían el riesgo y los ingresos eran asegurados.

En 1755 Richard Cantillón cambia definitivamente este sentido y dice que emprender es “La voluntad o capacidad de afrontar la incertidumbre” y postula que el resultado de toda actividad es incierto, implica riesgos y alguien tiene que asumirlo con la esperanza de recompensa en el futuro.

Posteriormente, el también economista francés J.B. Say (1803) añadió a la definición de Cantillón que el emprendedor era también un líder que dirige una empresa, un contratista, que atraía a otras personas, un intermediario entre capital y trabajo, con el objetivo de constituir organizaciones productivas, esta definición perduró hasta el siglo XX. Y así en la concepción moderna entrepreneur/emprendedor pasa de un tomador de riesgo económico a un innovador.

Sin dudas, el emprendimiento supone una auténtica necesidad social puesto que no hay sociedad capaz de progresar en sus parámetros de bienestar si no es suficientemente competitiva. Para ello necesita ser innovadora en su conjunto y disponer de personas

¹ Startups. Son empresas jóvenes, pero con un potencial muy considerable de crecimiento.

emprendedoras. A su vez, esta capacidad innovadora, debe estar basada en una adecuada gestión del conocimiento, donde las universidades juegan un papel fundamental.

Alcaraz (2011) en su obra divide a los emprendedores en cinco tipos de personalidades:

- El emprendedor oportunista; busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- El emprendedor adquisitivo, se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.
- El emprendedor incubador; en su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.
- El emprendedor imitador; genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

Continuando con la investigación se puede mencionar que existen distintos modos de abordar una respuesta para la pregunta crucial ¿Qué es un emprendedor? así lo afirma en su libro “Pasión por emprender” el autor Freire (2005, pág. 3).

- Un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para ponerse al frente de ella.
- El proceso emprendedor comprende todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y crear organizaciones para concretarlas.

Desde estas perspectivas, se puede afirmar que, en los momentos actuales, considerando la evolución del concepto de emprendedor es una persona capaz de detectar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para desarrollar un nuevo concepto de negocio; es decir, tiene la virtud de detectar y resolver problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y los recursos a su alcance.

1.2 Características del emprendedor.

Mucho se puede hablar en relación a este tema, sin embargo hay algo que debe resaltarse y es que, por el mismo hecho de que no todas las personas son iguales, cada individuo ha desarrollado su propio estilo de pensamiento, ha forjado su propia personalidad y por ende, quienes triunfan en un negocio (emprendimiento), no necesariamente deben ser iguales a

otros que también hayan sido exitosos, cada quien se especializa en determinadas fortalezas y por lo general se focaliza en éstas para avanzar en su proyecto.

A pesar de ello, no está por demás hacer un repaso de expertos en el tema que han determinado las características que debe tener un emprendedor, su comportamiento, las cualidades y atributos que les permita resolver problemas a través de diferentes estrategias, cabe mencionar entonces las características básicas de los emprendedores de éxito descritas por algunos autores:

Tabla 1: Ventajas y Desventajas de ser emprendedor

CARACTERISTICAS DEL EMPRENDEDOR SEGÚN ALGUNOS AUTORES.	
AUTOR	CARACTERISTICAS
(Del Junco Garcia, Martinez , & Zaballa, 2007, págs. 8,9,10)	<p>Pasión, se entregan a su actividad con cuerpo y alma para lograr las metas.</p> <p>Visión, se necesita un plan y la visualización de los objetivos finales.</p> <p>Capacidad de aprendizaje, reconocer que están aprendiendo siempre y pueden aprender de todos cada día.</p> <p>Buscar lograr resultados, personas prácticas que creen que pueden controlar su propio destino</p> <p>Determinación y coraje, aceptar problemas, tomar oportunas decisiones y dar solución con eficacia.</p> <p>Creatividad e innovación, proceso por el cual las ideas de negocio son generadas, desarrolladas y transformadas en valor agregado.</p> <p>Persistencia, toda iniciativa debe ser persistente. Tratar una sola vez y darse por vencido no es suficiente.</p> <p>Sentido de oportunidad. - identificar necesidades, problemas, y tendencias de las personas que viven a su alrededor y concebir alternativas de satisfacción.</p> <p>Trabajo en equipo, unificar ideas y lograr consensos haciendo que el grupo humano funcione en armonía.</p> <p>Autoestima, es optimista y seguro, tiene confianza en sí mismo en las propias habilidades y capacidades.</p> <p>Asertividad, no dar rodeos ir directo al grano para manifestar que piensa, siente y quiere sin lastimar a los demás.</p> <p>Organización, realizar un cronograma de actividades con la capacidad de recibir ajustes permanentes.</p>
(Gutiérrez Robayo, 2010)	<p>Capacidad de exploración, es la intención y acción de incrementar conocimientos.</p> <p>Pensamiento emprendedor, actúa sobre el medio para cambiarlo, resuelve situaciones, tiene iniciativa.</p> <p>Pensamiento estratégico, sabe a dónde se quiere llegar con la empresa y cómo alcanzar este objetivo.</p> <p>Trabajo en equipo, trabajar en cooperación con otros, para</p>

	<p>entregar resultado colectivos y articulados, Liderazgo, influencia interpersonal, dirigido a través del proceso de comunicación, al logro de una o varias metas. Negociación, capacidad para concretar acuerdos y desarrollar alianzas entre sociedades beneficiosas para las partes Orientación a objetivos, capacidad para enfocar la labor en procura alcanzar una meta o un objetivo, teniendo en cuenta el costo-beneficio de sus acciones. Proactividad. - anticipa las situaciones, se adelanta a los hechos, previene las necesidades y problemas para proveer soluciones. Proyección social, piensa en el beneficio social, como: igualdad, justicia, medio ambiente y respeto por la diversidad. Integridad personal, el íntegro respeta los principios y valores de los demás y se comporta de manera transparente.</p>
(Bautista Morales, 2014, págs. 18,19,20)	<p>Tiene alta autoestima, para lograr superar los obstáculos y cumplir con todos los objetivos planteados, Asume riesgos, debe calcular los costos de la puesta en práctica de su proyecto de negocio. Piensa positivamente, tiene una actitud ganar - ganar con todas las personas involucradas en la realización del proyecto. Desarrolla el liderazgo, tienen la habilidad de ejercer influencia sobre los demás para lograr objetivos comunes. Administra sus recursos, invierten sabiamente el dinero y optimiza los procesos operativos para obtener mayor rentabilidad económica. Actualiza sus conocimientos, tiene inquietud intelectual, pero al mismo tiempo es una persona que realiza acciones para llevar a la práctica sus ideas. Posee información de su entorno, tiene un conocimiento general del mercado, de los clientes, de la competencia y del sector productivo donde se va a posicionar su empresa. Se adapta a los cambios, en un mundo donde lo único constante es el cambio. Es creativo e innovador, Son personas dispuestas a experimentar nuevas maneras de hacer las cosas. Es proactivo, tiene la libertad de decidir y la facultad de elegir su respuesta frente a las circunstancias del entorno.</p>
(Anzona Rojas, 1995)	<p>El Emprendedor debe ser audaz: Para saber controlar su medio. Para estar dispuesto a correr riesgos. Para que su vida sea una aventura emocionante. Para ser capaz de afrontar las situaciones. Para lograr ser diferente. El Emprendedor debe ser tenaz: Para levantarse una y mil veces. Para lograr sus fines. Para tener una firme convicción. Para ser infatigable. Para hacer su segundo, tercero y cuarto esfuerzo. El Emprendedor debe ser apasionado: Para no desanimarse nunca. Para ver siempre el lado bueno de las cosas. Para hacer de los problemas sus oportunidades. Para estar lleno de energía.</p>

	Para saber pensar en grande. El Emprendedor debe ser responsable: Para no culpar a los demás. Para no usar excusas. Para aceptar los errores. Para saber afrontar sus acciones. El Emprendedor debe tener confianza: Para creer mucho en sí mismo. Para sentirse capaz de hacer las cosas. Para que nada, ni nadie lo derrumbe. Para saber que sí puede. El Emprendedor debe tener iniciativa: Para saber que toda la organización le concierne. Para que todas sus contribuciones sean valiosas. Para no esperar a los demás. Para ser capaz de ser el único. El Emprendedor debe tener voluntad: Para seguir adelante. Para ser capaz de organizar su vida. Para ser cumplido. Para ser auto disciplinado. Para saber esperar.
--	---

Fuente: Del Junco G (2007)., Gutiérrez R (2010)., Bautista M 2014., Anzona R (1995).

Elaborado por: Matilde Campaña.

Por lo descrito anteriormente, los emprendedores tienen una línea común de aptitudes y actitudes como emprendedores, están basados en un estilo común de emprender y sus conductas son similares para que puedan tener similares objetivos y resultados.

Tabla 2: Ventajas y desventajas

<i>Ventajas</i>	<i>Desventajas</i>
Puede crear su propio horario de trabajo	Requiere mayor tiempo para sus tareas por lo que descuida su vida familiar y social.
Es fuente de empleo para otras personas y es autoempleo	No cuenta con los beneficios de empleados (seguridad social, estabilidad, entre otros)
Lleva a cabo ideas y sueños	Puede que la empresa fracase
Es su propio jefe	Mayores responsabilidades, estrés y sobrecarga laboral
Satisface su necesidad de logro	Si toma decisiones equivocadas, puede estar en peligro la estabilidad de la empresa

Fuente: Del Junco G (2014). El emprendedor universitario. Mac Graw Hill.

Elaborado por: Matilde Campaña.

1.3. El perfil del emprendedor universitario

El emprendimiento se ha convertido en objeto de gran interés desde todos los ámbitos de la sociedad. Pero más allá de un concepto de moda, el emprendimiento supone una auténtica

necesidad social puesto que no hay sociedad capaz de progresar en sus parámetros de bienestar si no es suficientemente competitiva.

Para ello, necesita ser innovadora en su conjunto y disponer de personas emprendedoras. Y a su vez, esta capacidad innovadora debe estar basada en una adecuada gestión del conocimiento, donde las universidades juegan un papel fundamental.

Así las universidades actuales se enfrentan al reto de ser más emprendedoras a través de una participación más activa en la solución de los problemas sociales. No les basta ser simples espectadoras del cambio que se produce a su alrededor y adaptarse o sumarse al mismo, sino que deben convertirse en piezas fundamentales de ese cambio, como promotoras, contribuyendo a través de la aportación de ideas innovadoras que estimulen el desarrollo económico y social de sus comunidades.

Una de las tareas fundamentales para ello, es sensibilizar en la cultura emprendedora a los estudiantes, formarles en capacidades transversales a sumar al conocimiento que les transfieren para que la sociedad pueda aprovechar al máximo su valor. Con estudiantes entrenados en habilidades emprendedoras y universidades que apuesten por el emprendimiento integral se genera un entorno favorable para desarrollar un emprendimiento basado en la innovación y el alto conocimiento, creado y transferido por las propias universidades, un emprendimiento basado en la oportunidad y de alto valor añadido, vital para mejorar la empleabilidad y la competitividad en nuestras sociedades, como claves para su crecimiento.

Potenciar esta actividad requiere planificación previa y, para ello haber adquirido el conocimiento necesario para poder desarrollarlo, debido a que resulta sumamente importante analizar el punto de partida, seguimiento y evolución de la situación en la que están tanto las universidades como los estudiantes respecto al emprendimiento, si se quieren desarrollar acciones realmente útiles para ambos y que redunden positivamente en la sociedad. De aquí la importancia del presente estudio ya que supone el primer paso para poder tener una visión más clara de la situación del emprendimiento en el ámbito universitario y con ello llevar a cabo acciones que favorezcan un entorno propicio para la generación de nuevas empresas y mejoren la empleabilidad y la generación de oportunidades para los jóvenes. (Junco, 2014)

Es oportuno mencionar que los emprendedores universitarios a diferencia del empresario común, poseen mayores atributos que influyen de manera positiva en la creación y construcción de nuevas ideas debido a su formación profesional; sin embargo, hay que resaltar también el mérito de aquellos emprendedores que no tuvieron una formación académica pero han dado cátedra a los poseedores de títulos de tercero y cuarto nivel en negocios por lo que además de los conocimientos adquiridos en las aulas, es necesario poseer el espíritu emprendedor y cuando ya se ha logrado iniciar, ser persistente y recordar que la universidad empírica y la del trabajo, es de grande importancia y es necesario tener una predisposición de acero a la hora de iniciar una empresa.

Moreano (2006) en la revista sobre “El perfil psicosocial del emprendedor universitario” argumenta que, desde el estudio de la intención emprendedora, se analizan variables psicosociales que permiten elaborar el perfil del emprendedor universitario. Se clasifican las variables psicosociales en tres espacios: familiar, socio laboral y personal, además los estudiantes poseen una alta intención de trabajar por cuenta ajena en una empresa privada o pública, y una baja intención de desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo.

Específicamente, se ha encontrado que el género, la familia, la experiencia laboral, la educación hacia el autoempleo, el apoyo social, la percepción de barreras y los valores individualistas y colectivistas permiten predecir la intención de crear una empresa o trabajar por cuenta propia.

Vejarano y Espinosa (2007) en su investigación sobre las actitudes de los estudiantes de la UTE, comparte las siguientes conclusiones:

- 1.- Los resultados arrojados demostraron que existen actitudes y conductas altamente positivas hacia el emprendimiento dentro del estudiantado.
- 2.- Existe actitudes en los docentes y estudiantes, así como en los directivos de apoyo a las estrategias que conlleven a fortalecer las actividades que conduzcan a fomentar una cultura emprendedora.
- 3.- Un perfil, de acuerdo a los valores de los indicadores del test utilizado, altamente positivo entre los estudiantes tanto en uno como en otro género.

Arribas Fernández y Vila Gisbert (2004), en la sección del libro “La actitud emprendedora del universitario valenciano” manifiesta que, en los últimos dos años, el carácter emprendedor del joven universitario ha aumentado ligeramente, pasando de un 31,8% a un 37%. Por tanto, uno de cada tres universitarios manifiesta su intención de crear una empresa al

finalizar los estudios, este porcentaje varía según la titulación que cursan y el tipo de centro universitario. Así, se observa que los alumnos de las titulaciones de Marketing (todos en universidades privadas) son más emprendedores que los restantes.

Otros aspectos que muestran estar relacionados con la iniciativa empresarial en España son el sexo del alumno, la presencia de antecedentes familiares o el hecho de haber trabajado previamente. En concreto, entre los varones el porcentaje de emprendedores es del 44,4% frente al de las mujeres que es del 30,9%; también entre los alumnos cuyos padres son propietarios de algún negocio o empresa se detecta una mayor actitud emprendedora, manifestando el 50,0% de dichos alumnos el deseo de crear su propia empresa; además, son los alumnos que ya han trabajado los que mayor actitud emprendedora presentan. (Fernández, 2010).

Presenta el informe sobre el “perfil emprendedor del estudiante universitario” en el cual se puede notar que para la mayoría, emprender se relaciona directamente con crear nuevas empresas. Los emprendimientos son valorados de manera positiva por los universitarios: al menos un 56% así lo afirma, un 7,5% de los encuestados mencionaron estar relacionados a un emprendimiento familiar, el 4,9% declaró haber creado una empresa. Además de quienes ya forman parte del ecosistema emprendedor, el informe demostró que existe un gran grupo de potenciales emprendedores universitarios, el 26,4% considera que posee conocimientos y habilidades necesarios para llevar a cabo un emprendimiento, esto quiere decir que al menos un 25% tiene actitud emprendedora, pero tiene serias dudas sobre si posee las habilidades necesarias para llevar a cabo un proyecto de este tipo, pues el miedo a fracasar es un importante obstáculo para los universitarios que desean emprender, ya que al menos un 48,6% declara que posee este temor.

1.4 Procesos de evaluación de las competencias del emprendedor

En los últimos años el tema de las competencias ha tenido mayor auge en los campos educativo y organizacional de la psicología a nivel mundial; las competencias, ya sean laborales, profesionales, o educativas, se han definido de diversas formas sobre el origen y naturaleza lo que da a notar que no existe un concepto claro y que se debe explorar y conocer más sobre esta temática (Hernández, 2015).

También Kirby (2004) citado por (Zamanda *et al.*, 2011), manifiesta que: las competencias que tiene un emprendedor son: asumir el riesgo, es decir, la capacidad para tolerar la incertidumbre; el locus de control interno alto, que permite controlar sus emociones;

creatividad, lo que le da la facilidad de pensar de forma no convencional; orientación al logro y a las oportunidades; autonomía, en definitiva, tener el control total de su organización.

El Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI, presidida por Jacques Delors y elaborado en 1996. Afirma que competencia es «aprender a hacer a fin de adquirir no sólo una calificación profesional sino, más generalmente, una competencia que capacite al individuo para hacer frente a gran número de situaciones y a trabajar en equipo». En los textos educativos internacionales se define la competencia como «capacidad de responder a demandas complejas movilizándolo recursos psicológicos y sociales en un entorno concreto» Existen dos claves esenciales en este modelo: interiorizar una cultura de evaluación que incida en el aprendizaje, y no sólo evalúe el resultado, sino que acompañe el proceso; y la elaboración de desempeños competenciales que permitan objetivar y medir con claridad el desarrollo en los alumnos. (Pellicer, 2013)

Los autores Frías y Pérez (2013) en su artículo 'La evaluación del perfil profesional como un factor clave para el éxito de la actividad emprendedora', describen el método D.I.S.C. para evaluar los perfiles de los emprendedores, desarrollado en 1928 por Marston Moulton, para determinar un modelo recurrente del comportamiento del ser humano en interacción con el entorno; a través de cuatro variables: dominancia (actitud activa y positiva ante un ambiente hostil), influencia (actitud activa y positiva ante un ambiente favorable), estabilidad (actitud pasiva ante un ambiente favorable) y conformidad (actitud pasiva ante un ambiente hostil).

En los años 70, el Dr. Thomas Hedrickson adaptó la teoría de Moulton al mundo del trabajo y de las organizaciones, desarrollando un nuevo sistema de evaluación conocido como APP/APT para evaluar el perfil de los emprendedores mediante cuestionarios simples y rápidos se analiza el perfil profesional (APP) de las personas que aspiran a ser emprendedoras, o contrastándolo con otro cuestionario de evaluación del puesto de trabajo (APT), para adaptar el perfil de la persona con el perfil del puesto de trabajo a ocupar. Todo esto arroja como resultado cuatro categorías estándar de emprendedores: tecnológico, sociológico, comercial y polivalente.

- Tecnológico, es un líder de alto contenido tecnológico e importante especialización técnica, trabaja en equipos altamente cualificados.
- Sociológico, dirige proyectos que terminan con otros colectivos humanos, primero las personas después la tecnología, sea en ejecución como en resultados.
- Comercial, orientado a objetivos donde el carácter social, o técnico son secundarios y predomina resultados con un entorno comercial o mercado concreto.

- Polivalente, o de carácter general, este emprendedor puede ser asimilable a las otras, intentando introducir la racionalidad y huir de una propuesta simplificadora. (Frías Gómez y Pérez Velasco, 2001, págs. 4,5).

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

Valnalon, empresa pública del Gobierno del Principado de Asturias, (2015) afirma que el emprendimiento se reforma constantemente para mejorar la calidad educativa y fomentar el desarrollo de la iniciativa, creatividad y el espíritu emprendedor que forman parte de los objetivos de la educación.

Los siguientes son los objetivos diseñados en España para fomentar el emprendimiento a nivel educativo:

Objetivos de educación secundaria obligatoria: Desarrollar el espíritu emprendedor y la confianza en sí mismo, la participación, el sentido crítico, la iniciativa personal y la capacidad para aprender a aprender, planificar, tomar decisiones y asumir responsabilidades.

Objetivos de bachillerato: Afianzar el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, trabajo en equipo, confianza en uno mismo y sentido crítico.

Objetivos de formación profesional: Afianzar el espíritu emprendedor para el desempeño de actividades e iniciativas empresariales.

Morales *et al.*, (2015), informa que, en los últimos años, se ha hecho evidente que las instituciones de educación superior (IES) han incorporado el tema del emprendimiento a sus procesos de formación, extensión e investigación, con diferentes énfasis, estrategias y acciones, debido a la importancia que se le ha dado en función del desarrollo económico y social. Los gobiernos también lo han vinculado dentro de sus agendas y han estructurado planes, programas y proyectos para fortalecerlo, entendiendo que su promoción puede contribuir al desarrollo económico y social de los países, Gibb y Hannon (2007).

Garcés Rengifo (2015), en su investigación sobre las políticas públicas de fomento al emprendimiento dice son necesarias, y requieren empezar insertando a éste criterio como una actitud en sus ciudadanos, ya que no posee un concepto único, por el contrario, es un elemento multidimensional, pero que mantiene condiciones comunes, como la creatividad, la innovación y las características que desarrolla la persona que emprende. Ecuador mantiene una serie de políticas públicas que se han enfocado en el apoyo a las empresas de manera

general, que han promovido acciones aisladas de intervención y que no han articulado los diferentes esfuerzos surgidos desde la gestión pública, privada. (pag.110)

En el Ecuador, con respecto a la actividad de formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento se ha encontrado información relevante para su debido análisis como por ejemplo: el emprendimiento empresarial es una competencia que se desarrolla como parte inherente de la formación profesional, que generalmente son planteadas por las instituciones de educación superior de tercer nivel de manera, que contribuyan con profesionales impulsándolos hacia una inclinación de propuestas e iniciativas para la constitución empresarial, es decir, profesionales capaces de concretar la idea de crear una empresa mediante el aprovechamiento de una oportunidad de negocios. Dado que el emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios es susceptible de ser evaluado, se busca conocer en los ambientes de formación didáctica las características más relevantes de emprendimiento empresarial, presentes en los alumnos (Hernández, 2015, pág. 1).

El Ministerio de Educación plantea la incorporación de la asignatura de “emprendimiento y gestión” desde una perspectiva humana, orientada a dar operatividad y aprovechar las oportunidades que se presenta en el país para ir generando acciones y actividades en los diferentes tipos de emprendimiento, mediante la dotación de las herramientas necesarias para que sean los jóvenes gestores quienes escriban una nueva historia individual, familiar y comunitaria. (Ministerio de Educación, 2015)

Tabla 3: Contenido curricular

PRIMERO DE BACHILLERATO	Planificación y control financiero del emprendimiento	- Conceptos financieros - Contabilidad básica
	Responsabilidad legal y social del Emprendedor	-Requisitos legales para el emprendimiento -Obligaciones tributarias y laborales
SEGUNDO DE BACHILLERATO	Investigación de Mercado y Estadística Básica	- Diseño e investigación de campo - Estadística aplicada al mercadeo y ventas
	Economía para la toma de decisiones	- Principios de administración - Economía aplicada al emprendimiento

TERCERO DE BACHILLERATO	Formulación del proyecto de emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación del problema a resolver - Descripción (Emprendimiento) - Plan operacional - Plan comunicacional - Plan financiero
	Evaluación del proyecto de emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> -Evaluación cuantitativa -Evaluación cualitativa

Fuente: (Ministerio de Educación, 2015)
 Elaborado por: Matilde Campaña.

Según el Ministerio de Educación del Ecuador (2011) la cultura del emprendimiento se fomenta de manera gradual: en los niveles de preescolar y básica, a partir de las competencias básicas y ciudadanas, se trabajan los procesos elementales del emprendimiento; y en la educación media se consolidan las competencias para el impulso empresarial como oportunidad para que el estudiante materialice sus actitudes emprendedoras en el desarrollo de actividades y proyectos orientados a la creación de empresas o unidades de negocio con perspectivas de desarrollo sostenible.

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

La vinculación con el entorno y su importancia en la formación del emprendedor es un tema de interés para muchos autores como Osorio y Pereira (2010) los cuales sostienen que:

El ambiente influye positiva o negativamente en la decisión de cumplir los objetivos, llevando a que cada sujeto tenga sus propias interpretaciones, que moderan y afectan directamente el proceso por el cual elige e implementa las opciones para acometer una acción, en particular la elección de un objetivo de interés y actuar de conformidad. Además, la percepción de factores ambientales beneficiosos facilita el paso de los intereses a los objetivos y de estos a acciones (pág. 27).

La actividad emprendedora depende de diversos factores relacionados con el marco institucional de cada país, así lo menciona, (Rengifo, 2015), de acuerdo a los resultados de diversos estudios, Latinoamérica en su conjunto se encuentra rezagada en cuanto al desarrollo y promoción del emprendimiento, con respecto a muchos países del Asia y Europa sin embargo el espíritu de nuestros ciudadanos a veces logra superar las trabas económicas e institucionales para emprender. Por tanto, se requiere orientar al futuro emprendedor con programas de competitividad, trabajar en proyectos de cooperación

técnica que permitan a los empresarios e innovadores contar, no sólo con un entorno que promueva el desarrollo de nuevos emprendimientos, sino también brindarles las herramientas necesarias para que los mismos sean exitosos y sostenibles a largo plazo (pág. 1).

El autor Garcés Rengifo (2015), en su trabajo investigativo comenta que el entorno macroeconómico es fundamental a la hora de emprender, su influencia condiciona el funcionamiento de las empresas en general y es por esto que los factores de crecimiento económico, exportaciones, importaciones, inversiones, o el mercado laboral, son aspectos periódicamente monitoreados. Entonces el ecosistema del emprendedor ecuatoriano está formado por una serie de esfuerzos institucionales desarticulados, que apoyan en mayor medida las etapas de formación y puesta en marcha de negocio. Dicho ecosistema se encuentra en una situación riesgosa en el Ecuador debido, principalmente, a sus deficiencias en lo concerniente a la concentración del tejido productivo, la inexistencia de productos financieros especializados, la carencia de un sistema académico particularizado para el emprendedor, la ausencia de herramientas tecnológicas y la falta de innovación (pág., 110).

De igual manera, existen importantes elementos que se encuentran incentivando al emprendimiento, entre los cuales destaca la estabilidad macroeconómica y política, la cultura emprendedora, y el desarrollo social que ha tenido el país en los últimos años, con lo cual se confirma el segundo objetivo específico.

El ambiente externo es el sistema de nivel superior en el que se inserta la empresa, y está formada por aquellos factores, fuerzas o variables que influyen, directa o indirectamente, en los procesos de gestión. El análisis del ambiente externo es esencial para conocer el origen de las oportunidades y amenazas con las que se encuentra la empresa. La capacidad que tenga la dirección para analizar y predecir la forma en que las fuerzas del entorno van a afectar a la compañía resulta fundamental para desarrollar una estrategia empresarial adecuada. (Sáez *et al.*, 2012, pág. 33)

Moreano Galiano (2015), comenta en su trabajo investigativo que según el Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés) “El emprendimiento en el Ecuador se ha destacado por crear las condiciones y el entorno propicio para el desarrollo y fortalecimiento de las ideas de emprender un negocio, con la finalidad de aportar al progreso de la sociedad, generando comunidades intelectualmente creativas, competitivas. El gobierno ha

ido implementado varias reformas en el modelo económico orientadas a “lograr la transición de una estructura económica primaria-productora, a una economía generadora de alto valor agregado, mediante la constante creación del conocimiento y la innovación social y tecnológica.” Así como la transformación de la matriz productiva. Con ese objetivo el Estado impulsa la diversificación productiva, la desconcentración de la producción, la mejora de la productividad y la competitividad. (GEM, 2015)

Enlazando las definiciones anteriores se puede manifestar que, en la actualidad el estudio del ambiente es un factor preponderante para la formación de un emprendedor, puesto que el entorno es el principal de varios elementos de los cuales depende el éxito de un emprendimiento. Como lo menciona Duarte (2007) “el entorno emprendedor comprende un conjunto de variables que generan oportunidades y amenazas para las actividades de emprendimiento”. Es decir que existen impedimentos u obstáculos para el emprendedor como son los retos del ambiente externo, causando el cierre de muchos emprendimientos. Pero se puede notar que el Ecuador está creando y fomentando un entorno adecuado para el emprendimiento.

Por otro lado Santamaria *et al.* (2013), afirma que:

La familia es considerada el principal elemento motivador para el sostenimiento de las empresas, la cual se busca beneficiar con contribuciones económicas y ofertas laborales. Es importante resaltar que mantener el prestigio familiar en la sociedad que se ha ganado con la creación de la empresa es un factor que impulsa el sostenimiento de estas empresas. En síntesis, el aspecto social estudiado muestra que el trabajo es la principal fuente de apoyo familia. (pág.86)

1.7 Procesos de investigación enfocados a fomentar el emprendimiento

Actualmente es evidente considerar el emprendimiento como el camino hacia el desarrollo y el sustento económico para muchas personas y asociaciones. Sin duda genera autonomía, independencia económica, da apertura a nuevas fuentes de empleo y cadenas de valor que potencializan las economías locales.

El emprendimiento posibilita el desarrollo de la competitividad, que conlleva al perfeccionamiento de la oferta y, por ende, a una mayor proyección de la demanda si se tiene en cuenta que es un proceso de mejora continua, de incentivo para lograr productos o servicios de mayor calidad.

Existen investigaciones referentes a emprendimiento como el informe emitido por el Banco Mundial (2015) en América Latina, se puede observar que existen pequeñas y medianas empresas pero el nivel de innovación aún es insuficiente, a diferencia de países como Nueva Zelanda, Australia, Canadá, Estados Unidos, Singapur, Irlanda, Dinamarca, Francia, Finlandia y Luxemburgo que son países desarrollados y tienen los índices más altos de emprendimiento e innovación a nivel mundial, mayormente gracias a la estabilidad económica, seguridad jurídica, balanza de pagos positiva, bajos índices de desempleo y agilidad para crear empresas (Informe del Banco Mundial, región América Latina, 2015).

No obstante, los factores antes mencionados, en América Latina, son intermitentes limitando de esta forma, al emprendimiento y convirtiéndolo en un accionar poco activo y de crecimiento lento frente a los países con mayor emprendimiento en todo el mundo.

Estudios realizados en Ecuador por Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2016), indican, que Ecuador es el segundo país que más emprende en el mundo pero los negocios no se consolidan, alcanzando un índice de actividad emprendedora temprana del 33.6% a junio del 2016. Esto revela que, de cada 3 adultos, al menos uno ha desarrollado un negocio. En contraste con los estudios de ESPAE Graduate School of Management (2015), indican, que Ecuador obtuvo un índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 32.6% en el 2014. Es decir, los estudios son coincidentes con respecto al adicional de la antigüedad de los negocios (Versoza, 2017).

Por otro lado, según el estudio de la Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2016) citado por Rovayo, (2009), para impulsar el emprendimiento en el país, se requiere, entre otras cosas mejorar condiciones de entorno y financiamiento; generar espacios para la innovación y desarrollo de mercados, así como promover la vocación y competencias en emprendedores y propiciar una mayor conexión entre el mundo académico y el laboral. Por otro lado, promover redes de emprendedores y fomentar el uso de nuevas tecnologías de la información.

Se puede mencionar que los procesos para fomentar el emprendimiento son de suma importancia y que en la actualidad se comienza a enseñar a tempranas edades siendo estos capaces de manejar tecnología lo que les ayuda desde niños a desarrollar habilidades para el éxito como son la creatividad o el espíritu emprendedor las cuales son necesarias para conseguir la auto confianza y así desarrollen su talento.

Actualmente el emprendimiento se fomenta mediante procesos estratégicos, encaminados a brindar apoyo para que muchas personas puedan alcanzar el éxito a partir de proyectos sostenibles y duraderos. Moreano Galiano (2015), afirma que el apoyo al emprendimiento en Ecuador, por parte del Estado Central o de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, se manifiesta a partir de la realización de talleres dictados por empresarios importantes, permitiendo que las personas aprendan y amplíen sus redes de contacto, e impulsando de esta manera, al desarrollo de sus ideas y al trabajo cooperativo. Se puede constatar varias iniciativas, como, por ejemplo, la Universidad del Conocimiento YACHAY, Universidad IKIAM ubicada en la Amazonía. (pág. 29)

El estado ha apoyado al desarrollo de emprendedores ya sea a través de la entrega de recursos no reembolsables así como a través de convenios con instituciones financieras para que otorguen créditos a emprendedores, como, por ejemplo, el programa Progresar impulsado por la Corporación Financiera Nacional. El cambio no solo debe ser por parte del Estado, sino también de la población, que debe ir modificando sus comportamientos y cambiando sus hábitos (Fernández, 2015).

Pero hay una tendencia en los emprendedores ecuatorianos que a decir de Juan Miguel Revilla (2014) buscan en otros países el apoyo necesario que seguramente no encuentran en el Ecuador. Menciona como ejemplos, organizaciones internacionales como la Academia de Wayra en Perú, el programa Startup Chile y organizaciones en Colombia. Se considera que aún son insuficientes las fuentes para el acceso a préstamos y las facilidades existentes en el país, no contando con una iniciativa sólida de apoyo a las nuevas empresas; se avizora un panorama distinto, puesto que el país ya ha iniciado algunos pasos para cristalizar ese apoyo que tanto requieren especialmente los emprendedores más jóvenes, pero se requiere de un trabajo articulado entre varias organizaciones, controlado y supervisado por el gobierno como estrategia para el desarrollo de emprendedores.

Por otro lado, las universidades están aportando su contingente y entre las iniciativas que más sobresalen se encuentra la Escuela Politécnica del Litoral (ESPOL) que a través de su primera Escuela de Negocios del Ecuador (ESPAE), permite a las nuevas organizaciones iniciar y mejorar continuamente al entrar en un círculo virtuoso de definición, prueba y validación con clientes y la creación de productos mínimos viables, enfrentando el riesgo de manera gradual y reduciendo la incertidumbre de un emprendimiento (Araque, 2016).

En publicaciones emitidas en el país por Revista Líderes, colectivo de autores, (2016) afirma que existen emprendimientos que surgen, crecen, se desarrollan y luego, según el caso, se estabilizan o desaparecen. Por este motivo, necesitan ayuda de empresas innovadoras y entidades de apoyo para el emprendimiento, que contribuyan al crecimiento sostenible de los equipos emprendedores, de las pequeñas y medianas empresas, que generan y hacen crecer organizaciones innovadoras en una región. También organizaciones privadas que promuevan y apoyen el emprendimiento, incubadoras, los inversionistas ángeles, los fondos de capital de riesgo, las universidades y las agencias del gobierno que fomentan y financian las iniciativas.

No hay una cifra exacta de los emprendimientos en el país, pero se estima que solo en la ciudad de Quito existen unas 30 iniciativas que se podrían considerar viables, provenientes principalmente, del esfuerzo de ecuatorianos que retornaron de otros países a donde acudieron en busca de recursos para mejorar su calidad de vida en su país de origen y por su espíritu emprendedor. (Araque, 2016)

El crecimiento económico y la generación de empleo son las dos motivaciones centrales en los proyectos de promoción de la actividad emprendedora. Sin embargo, los mecanismos a través de los cuales la creación y desaparición de empresas impactan sobre el crecimiento y el empleo, no siempre son bien conocidos por los responsables de la preparación e implementación de dichos negocios.

Desde estas perspectivas, se puede afirmar que en Ecuador se necesita un esfuerzo público y privado que permita generar políticas públicas concretas firmes que faciliten los accesos a las tecnologías de la información, mejoras en la educación e infraestructura, reducción de tiempos en trámites del Estado al momento de constituir una empresa o registrar una marca o idea que impulse la competitividad e innovación como pilar fundamental para la generación de empresas, y acciones concretas que estimulen el emprendimiento a nivel nacional.

El emprendimiento desde inicios del año 2000, se ha venido conociendo con mayor impacto en el plano productivo y educativo lo que evidencia la importancia de determinar la relación de la educación y el emprendimiento. La Universidad como generadora de ideas para el desarrollo de la sociedad será el complemento que dotará de instrumentos técnicos que, ligados a la motivación, el estímulo de la creatividad, la planificación, el financiamiento y la ejecución, serán la guía para el éxito del emprendimiento.

Para muchos profesionales, el emprendimiento es la opción indicada para llevar a cabo sus ideas e implementar en sus propios proyectos los conocimientos adquiridos en formación académica. De esta manera, serán profesionales emprendedores generadores de fuentes de empleo dinamizando la economía y permitiendo contrarrestar la crisis económica. En este sentido, se considera necesario investigar el perfil de emprendimiento que poseen los estudiantes en las universidades ecuatorianas, que, para el presente estudio, se analizarán los casos de la Universidad Central del Ecuador y de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

Esta formación que se centra en áreas de gestión empresarial suele incluir aspectos tales como el marketing, finanzas, formas jurídicas de una empresa. No se trata de una formación en profundidad o de nivel avanzado que vaya a permitir al emprendedor gestionar todos estos aspectos una vez creada su empresa, sino que le va a proporcionar unos conocimientos y una visión global que le permitirán conocer y estar al tanto de todas estas cuestiones.

Generalmente, los emprendedores tienen un alto grado de conocimientos y formación en su propio sector, pero poseen mayores lagunas en estas otras cuestiones. De ahí que recibir formación en estas temáticas pueda suponer un apoyo fundamental en los comienzos

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

2.1 Objetivos de la investigación

Objetivo general:

Caracterizar el perfil emprendedor en los estudiantes de la Universidad Central del Ecuador y Universidad Tecnológica Equinoccial.

Objetivos específicos:

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

2.2 Metodología de investigación

Dentro de este capítulo se da a conocer el conjunto de procedimientos metodológicos desarrollados en, el proceso de investigación científica, también el diseño de las herramientas que aportarán a la investigación.

2.2.1. Diagnóstico

Se realizó la investigación de campo en una muestra representativa de estudiantes de la Universidad Tecnológica Equinoccial y de la Universidad Central, con el propósito de analizar las acciones desarrolladas por las instituciones de educación superior de estudio para motivar el desarrollo emprendedor de sus estudiantes. Se seleccionó una muestra de 400 estudiantes, 200 estudiantes fueron encuestados en cada Universidad pudiendo obtener resultados en torno a las acciones mencionadas con anterioridad.

2.2.2. Tipos de investigación

Para llevar a cabo el trabajo de tesis se utilizaron los siguientes tipos de investigación:

De campo: Investigación aplicada en el lugar de los hechos, lugar y sitio donde se presenta el problema. Se realizó la recolección de datos con la colaboración de los estudiantes en cada una de las universidades, a través de las técnicas e instrumentos diseñados en la investigación.

La población en la universidad Central del Ecuador es de 36982 alumnos y para fines estadísticos nuestra población es infinita.

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

o = nivel de confianza 95%

p = probabilidad a favor 50%

q = probabilidad en contra 50%

n = número de elementos (tamaño de la muestra)

e = error de estimación 7%

$$\frac{3.84^2 (0.50)(.50)}{.07^2}$$

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

n = 195 ó 200 encuestas

La población en la universidad tecnológica equinoccial es de 10944 alumnos y para fines estadísticos nuestra población es infinita.

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

o = nivel de confianza 95%

p = probabilidad a favor 50%

q = probabilidad en contra 50%

n = número de elementos (tamaño de la muestra)

e = error de estimación 7%

$$\frac{3.84^2 (0.50)(.50)}{.07^2}$$

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

n = 195 ó 200 encuestas

Documental (bibliográfica): Como parte de la investigación bibliográfica desarrollada, se consideraron fuentes de información como libros, periódicos, folletos, revistas, artículos científicos, tesis referentes al tema investigado.

Descriptiva: Se basa en la descripción y análisis de la problemática de investigación, así como en la descripción de los resultados que permitieron desarrollar la propuesta.

2.2.3. Métodos aplicados

Contiene la descripción y argumentación de las principales decisiones metodológicas adoptadas según el tema de investigación y las posibilidades del investigador. La claridad en el enfoque y estructura metodológica es condición obligada para asegurar la validez de la investigación (Sampieri, 2011).

Se utilizaron los métodos analíticos – sintéticos en la conformación y construcción de la investigación bibliográfica, el método estadístico para la interpretación de los datos recolectados a través de los cuestionarios, así como el inductivo – deductivos en la conformación y análisis de la investigación.

2.2.4. Nivel de investigación

De acuerdo al enfoque de la investigación se puede afirmar que es de tipo cuantitativa y cualitativa, si se tiene en cuenta que la metodología cualitativa permitió realizar inferencias, valoraciones subjetivas en torno a los resultados de investigación, mientras que la metodología cuantitativa, permitió establecer los análisis porcentuales y la estadística descriptiva.

En correspondencia a los objetivos de la investigación, constituye un estudio descriptivo / explicativo.

El punto de partida de la investigación fue la revisión bibliográfica anteriormente mencionada acerca del tema, planteamiento y formulación del problema, objetivos, interrogantes,

caracterización de la población y selección de la muestra de estudio; elaboración de instrumentos, estudio de campo, procesamiento de datos, análisis de datos, conclusiones y recomendaciones.

2.2.5. Técnicas de investigación.

La investigación de campo incluyó la aplicación de técnicas con las que se recopiló información, entre ellas, la encuesta que permitió valorar la situación actual de la gestión de las Universidades en el desarrollo de emprendedores. Como instrumento para la recolección de datos, se utilizó el cuestionario de Intención Emprendedora y Competencias en Estudiantes Universitarios (IECEU) (ver anexo1), que abordó las dimensiones fundamentales de las variables en estudio de acuerdo a los objetivos de la investigación.

El cuestionario aplicado contiene 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. Se utilizó la escala para descubrir diferentes actitudes del encuestado en torno a:

- nivel de acuerdo con una afirmación.
- frecuencia con la que se realiza cierta actividad.
- nivel de importancia que se atribuye a un determinado factor.
- valoración de un servicio, producto, o empresa.
- probabilidad de realizar una acción futura.

Se realizó el análisis y procesamiento estadístico de la información obtenida, desde la tabulación, codificación de la encuesta aplicada, para la interpretación de resultados, mediante el programa SPSS, que permitió generar las tablas de frecuencia, los gráficos de representación de las frecuencias y porcentajes encontrados, así como el análisis de tablas de contingencia para el estudio comparativo entre las muestras estudiadas. Los datos recogidos se procesaron siguiendo los procedimientos que se mencionan a continuación:

- Revisión crítica de la información
- Tablas de frecuencia y representación gráfica

2.3 Breve reseña de las universidades objeto de estudio

2.3.1 Universidad Central del Ecuador

El origen de la Universidad Central se sustenta en tres instituciones educacionales célebres de la historia colonial del Ecuador: el Seminario de “San Luis” y las Universidades “San Gregorio Magno”, de los Jesuitas y “Santo Tomás de Aquino”, de los dominicos, respectivamente. La base puede considerarse el Seminario, donde luego de algún tiempo los miembros de la Compañía de Jesús crearon la Universidad Gregoriana.

El arribo de los jesuitas a Quito en 1586, dio notorio impulso a la educación, aunque para entonces, ya existía el Seminario Mayor de Quito y el Colegio Real de “San Fernando”, de los dominicos.

Pese al indiscutible valor de la educación allí impartida, el Seminario no tuvo atribuciones para conferir títulos de Bachiller, Licenciado, Maestro o Doctor sino hasta 1622, con lo que se creó la Universidad de Quito, llamándola Real y Pontificia Universidad de “San Gregorio Magno”. Esta decisión se oficializó recién el 19 de mayo de 1651, año que aparece en el escudo institucional.

Para la expulsión de los integrantes de esa Orden en 1767, la Universidad de “San Gregorio” continuó con una vida artificial hasta 1769, en que fue clausurada por Carlos III, para luego realizarse una refundación con la de “Santo Tomás de Aquino”.

Esta había sido fundada por los dominicos en 1688.

Tanto la Universidad de “San Gregorio” como la de “Santo Tomás” fueron privadas, mientras que la que resultó de estas dos, la Central, es de origen estatal.

La Junta de Temporalidades en el año 1776 suprimió la Universidad de “San Gregorio” y diez años más tarde (1786) se declaró secularizada la de “Sato Tomás de Aquino”. El 26 de octubre de 1787 entró en vigencia en Estatuto de la “Real Universidad de Santo Tomás de la ciudad de Quito”.

Aquí se dictaban las cátedras de Retórica, Lengua Inca, Artes, Sagrada Escritura, tres de Cánones y tres de leyes, Jurisprudencia y Medicina que tuvieron mayor acogida porque llenaban necesidades y aspiraciones largamente reclamadas. La primera idea de establecer en Quito la enseñanza de la medicina se debe a los religiosos de Santo Domingo.

El proceso de “secularización” fue un paso hacia la democratización de las universidades en la América Española, puesto que se introdujeron cátedras como las de Derecho Civil, Economía Pública, Historia Civil, Derecho Público, Filosofía y Medicina, además que obligaba a que el rector fuera elegido entre los miembros docentes, sin importar escuela ni sistemas, sino sólo sus méritos. El primero fue Don Nicolás Carrión, Doctor en Leyes.

En 1800 quedó formalmente establecida la Real Universidad de “Santo Tomás de Aquino” en la ciudad de Quito, que lograría subsistir un cuarto de siglo con el poderío hispano.

En el proceso de emancipación la Universidad jugó un papel importantísimo; de sus claustros surgió el precursor de la independencia hispanoamericana, Dr. Eugenio Espejo.

Desde entonces y hasta 1822, la institución vivió situaciones críticas, aunque sus claustros estuvieron abiertos. El 25 de febrero es la fecha de la última acta oficial; el grito libertario del 24 mayo es el comienzo de la gesta que concluye cuando el 27 de junio se cambiaron los emblemas reales por los republicanos.

Pero, constituida la Gran Colombia, la Universidad fue preocupación del Estado; es así que el 18 de marzo de 1826, el Congreso de Cundinamarca, ocupándose de la instrucción pública, dictó una ley en cuyo Capítulo VII ordenó:

Art. 42.- En las capitales de los departamentos de Cundinamarca, Venezuela, y Quito se establecerán Universidades Centrales que abracen con más extensión la enseñanza de Ciencias y Artes.

Art. 43.- Estas universidades comprenderán todas las cátedras asignadas por los Departamentos en el artículo 33 que consta la cátedra de Literatura, Filosofía, Matemática, Ciencias Naturales, Física, Geografía y Cronología Lógica, Derecho Natural. Además, las siguientes cátedras: Astronomía, Mecánica Analítica y Celeste, Botánica, Agricultura, Zoología, Mineralogía, Arte, Minas.

Así surgió ya definitivamente la Universidad Central.

El Libertador Simón Bolívar, el 25 de julio de 1827, emitió un Reglamento para el funcionamiento de la Universidad Central de Venezuela, que fue acogido y aplicado por las otras dos Universidades: la de Quito y la de Bogotá, órgano donde se sientan ya las bases de una universidad democrática.

En el Gobierno del Presidente Dr. Vicente Rocafuerte, el 20 de diciembre de 1836 se dictó una Ley de Instrucción Pública que, en lo tocante a la educación superior, en su Artículo 1º, determina el Escudo que deberá usar la Universidad, que es el que se ha mantenido hasta hoy, y cuyo artículo 7º designa definitivamente que “La Universidad de Quito es la central de la República del Ecuador”. La Universidad se encuentra en Categoría B según análisis emitido por el CEAACES (Dirección General Académica y Departamento de Cultura Universidad Central, 2017).

2.3.2 Universidad tecnológica equinoccial (UTE)

Con el objetivo de formar profesionales aptos para responder a los requerimientos del desarrollo del país y que además contaran con un perfil acorde con las circunstancias políticas, económicas y sociales que exigía el modelo de desarrollo económico en la década de los 70's, el 9 de agosto de 1971, se creó el Instituto Tecnológico Equinoccial UTE, mediante resolución legalmente reconocida por el Presidente, Dr. José María Velasco Ibarra; dentro de su oferta académica no tradicional, incluía carreras intermedias de carácter técnico y tecnológico.

En el año de 1980, el Instituto Tecnológico Equinoccial crea la extensión de Santo Domingo de los Tsáchilas para satisfacer las demandas de formación técnica de este importante sector.

Como consecuencia de la expedición de la Ley de Universidades y Escuelas Politécnicas del 14 de mayo de 1982, mediante la cual se norma y regula la existencia y funcionamiento de las Universidades y Escuelas Politécnicas, en 1986 se crea la Universidad Tecnológica Equinoccial.

El 31 de mayo de 1999, se instituyó la extensión de la Universidad Tecnológica Equinoccial en la Península de Santa Elena brindando así la posibilidad de obtener un título de nivel superior a los jóvenes de esta Provincia.

Desde sus inicios, la UTE cubre las necesidades de formación de profesionales con una educación científica y tecnológica de nivel superior basados en una instrucción socio-humanística.

Actualmente contamos con 6 Facultades de: Arquitectura y Urbanismo, Ciencias de la Ingeniería e Industrias, Hospitalidad y Servicios, Ciencias Administrativas, Comunicación, Artes y Humanidades y Ciencias de la Salud "Eugenio Espejo", ofreciendo más de 25 carreras de pregrado.

Durante este tiempo, la Universidad Tecnológica Equinoccial se ha convertido en un referente en el Ecuador, caminando con paso firme por el sendero de la investigación científica y la innovación, siempre comprometida con la calidad educativa del país, con la formación continua de sus docentes y la acreditación de sus programas académicos.

Sus estudiantes, profesores investigadores, trabajadores administrativos y de servicio dan vida a la UTE. La Universidad actualmente se encuentra en Categoría B según el análisis

emitido por el CEAACES (Dirección General Académica y Departamento de Cultura Universidad Tecnológica Equinoccial, 2017).

2.4 Acciones de las Universidades relacionadas a la formación del emprendedor universitario

En los últimos años, se ha hecho evidente que las Instituciones de Educación Superior (IES) han incorporado el tema del emprendimiento a sus procesos de formación, extensión e investigación, con diferentes énfasis, estrategias y acciones, debido a la importancia que se le ha dado en función del desarrollo económico y social. Los gobiernos también lo han vinculado dentro de sus agendas y han estructurado planes, programas y proyectos para fortalecerlo (Gibb & Hannon, 2007), entendiendo que su promoción puede contribuir al desarrollo económico y social de los países.

2.4.1 Universidad Central del Ecuador.

La formación de espíritu emprendedor en estudiantes, desde las Universidades estudiadas, se sustenta en la profundización por parte del mismo, del conocimiento sobre los problemas que se presentan en su campo profesional, y el desarrollo de competencias para la búsqueda de posibles respuestas mediante el fortalecimiento de la creatividad y la capacidad de aplicación de conocimientos teóricos de las distintas disciplinas en la solución de los problemas.

Se fundamenta esto en el conocimiento del objeto de la profesión y del contexto donde deben ser aplicados, deseo y voluntad de indagar en torno a los problemas existentes y capacidad y motivación para generar respuestas pertinentes a problemas esenciales. Con esto se amplían las posibilidades de una inserción más exitosa del profesional que ha recibido una formación en el espíritu emprendedor, a la vez que se subraya el valor de su aporte a la sociedad y al desarrollo sostenible (Diálogo Dirección de Vinculación con la Colectividad, UCE, 2017).

Del diálogo mantenido con los miembros de la Dirección de Vinculación con la Colectividad de la UCE (Dávalos, 2017) se pudieron constatar las siguientes acciones llevadas a cabo en cuanto a los proyectos de vinculación en el año 2017:

Proyectos semilla, el cual está previsto financiar 30 proyectos semilla de los cuales 15 se financiarán en primer semestre del año 2017.

- Monto por proyecto USD 3.000.
- Cuatro áreas temáticas:

Estos proyectos son previamente seleccionados por la Comisión de Investigación Formativa de la UCE y posteriormente por el Programa ARES.

Otro serían los proyectos de investigación multidisciplinarios.

- Tienen una duración de 2,5 años (30 meses), y un financiamiento de hasta \$100.000
- Fecha de llamada de los proyectos, inicios de abril.
- Fecha límite de recepción de los proyectos 1 de junio de 2017.
- Selección de proyectos: hasta el 30 de junio.

La universidad oferta cursos de formación para su personal académico relacionados a emprendimiento, se pueden citar los que se han ofertado en el 2017:

Cursos:

1. Desarrollo de emprendedores.
2. Desarrollo de eventos y ferias de emprendimientos.
3. Resultados del análisis exploratorio del entorno empresarial, sector sur de la ciudad de Quito. Propuesta de estrategias
4. Seminario-taller sobre planes de negocio.

Objetivos, estrategias y acciones para la formación de emprendedores:

1. En la materia desarrollo de emprendedores: Se consideró importante la inserción de ejercicios de auto preparación a partir del aprendizaje basado en problemas.
2. El análisis del mercado para la creación de nuevas empresas: Se fundamentaron y estandarizaron los contenidos a desarrollar en cada carrera para los estudios de mercado: descripción del mercado que atenderá la empresa, demanda potencial del producto o servicio, conclusiones del estudio de mercado realizado y resumen del plan de ventas.
3. Presentación de planes de negocio
4. Encuentro de emprendedores: Auspiciado por la facultad, se generan reuniones entre emprendedores y estudiantes con el objetivo de intercambiar experiencias y articular acciones conjuntas. Participación en congresos y eventos sobre temática emprendedora. Difundir y estimular la participación de alumnos en este tipo de eventos.
5. Charlas a ingresantes a la facultad: El objetivo es que los alumnos ingresantes incorporen la opción de ser emprendedores entre las tradicionales alternativas laborales que existen.
6. Organización de eventos: Donde instituciones relacionadas a la temática puedan informar sobre sus actividades. Por ejemplo, instituciones crediticias, tecnológicas, organizaciones públicas que fomenten la actividad emprendedora.

7. Foro de discusión en la temática: De esta manera, docentes y estudiantes han podido encontrarse e intercambiar opiniones sobre el emprendedurismo.

Siendo la universidad el eje fundamental para el desarrollo de las ideas dentro de la sociedad, las mismas deben de ser consideradas como estratégicas para obtener así una actitud emprendedora en desarrollo. Si se logra contar con instituciones de educación superior en donde se impulse y se genere la creatividad y el ingenio, posteriormente se convertirán y se verán los frutos, en piezas claves para el crecimiento económico de la sociedad.

El emprendimiento en la Universidad Central debe convertirse en una oportunidad que brinde a los estudiantes el espacio adecuado para presentar sus ideas y aplicar sus conocimientos adquiridos en las aulas de clase con el objetivo en sí de generar sus proyectos en relación al emprendimiento la innovación y el desarrollo.

Para todo este contexto, se hace necesario realizar un análisis pormenorizado de los componentes de la proactividad, ética profesional, empatía, Innovación, autonomía y toma de riesgos en los estudiantes y docentes (Dávalos, 2017).

Estableciendo el análisis de cada uno de los componentes se considera que la proactividad es un escenario en el cual los estudiantes buscan crecer en el ámbito profesional manifestándose así con una actitud emprendedora favorable para el desarrollo de ideas y proyectos. Los estudiantes al recibir una formación profesional están conscientes que al prestar un productos o servicios el mismo deberá satisfacer las necesidades de los usuarios o clientes, esto en función de aportar al desarrollo sociedad.

Es necesario fortalecer la investigación en el emprendimiento, innovación, liderazgo, creatividad, toma de decisiones, espíritu empresarial, autoconfianza y trabajo en equipo que impulse de forma objetiva la actitud emprendedora en los jóvenes universitarios, pero también es necesario motivar y capacitar a los catedráticos universitarios en temas relacionados a la cultura del emprendimiento con el objetivo de concientizar tanto a profesores y a estudiantes de las ventajas y desventajas que generan el trabajo dependiente como empleado y el trabajo independiente como emprendedor ya que este último activa la economía del país y el desarrollo de los pueblos. (Dávalos, 2017)

2.4.2. Universidad Tecnológica Equinoccial.

La formación en emprendimiento dota a los graduados de especialidades empresariales de la UTE de mejor preparación y mayor capacidad de respuesta ante las necesidades de la sociedad, mediante la interiorización de conocimientos, habilidades y valores que se materializan en la realización de proyectos innovadores a criterio de los miembros de la Dirección de investigación y vinculación (González, 2017).

La formación de profesionales emprendedores formados en el pensamiento estratégico, la innovación, la flexibilidad, la comunicación y la responsabilidad social, es uno de los ejes estratégicos de la institución y se materializa en cada una de las carreras, lo que incide favorablemente en la generación y desarrollo de las PYMES, y por consiguiente, en el desarrollo del sector productivo de las ciudades del país.

La construcción de un proyecto educativo para la formación en emprendimiento responde al modelo educativo que propugna la educación superior ecuatoriana en la actualidad, proceso orientado al perfeccionamiento y elevación de la calidad en la formación profesional en el país y que la UTE ejecuta en sus carreras (González, 2017).

Establecen y llevan a cabo un proceso de formación “humanista, reflexiva, científica, democrática, cultural, integral, con responsabilidad y compromiso social y ambiental”, en la que se concibe al estudiante como “actor central del proceso, autónomo, creativo, crítico y reflexivo, con las habilidades para seguir aprendiendo” y al docente en su calidad de “orientador, tutor y motivador con atributos académicos de rigor y polivalencia que desde la horizontalidad del proceso, aprende de sus estudiantes” (González, 2017). La pertinencia del modelo está dada por sus relaciones con los principios que establece la Ley Orgánica de Educación Superior, tales como calidad, pertinencia, integralidad, autodeterminación para la producción del pensamiento y conocimiento, y por su articulación con los campos de actuación profesional que identifica el Plan Nacional del Desarrollo para el Buen Vivir como “dominios”.

En este modelo, a juicio de los miembros de investigación entrevistados, se inserta con total coherencia el proyecto educativo para la formación en emprendimiento, el cual asume la integralidad del futuro emprendedor a partir de la apropiación por parte del estudiante, de sistemas de conocimientos, desarrollo de habilidades y formación de valores, mediante el diseño e implementación de estrategias educativas que posibiliten la vinculación de la teoría con la práctica, el conocimiento del entorno social en el que debe insertarse y la potenciación de su capacidad creativa, la de innovación y la toma de decisiones. Desde cada una de las materias se solicita el proyecto integrador de saberes del semestre los

cuales se presentan en las Jornadas Integradoras de proyectos en diferentes áreas de conocimiento.

Esta formación se desarrolla en estrecha relación con el sector productivo, a fin de que puedan orientar sus acciones desde los niveles más tempranos al desarrollo de su capacidad de indagación, búsqueda de oportunidades y posibilidad de innovación, acompañado todo ello de un comportamiento responsable socialmente, pues únicamente así, podrán mañana ser capaces de lograr la creación de empresas exitosas, fuentes de empleo y palancas impulsoras del desarrollo que tanto necesita el país.

Funcionan las Áreas de Estimulación desde donde se intenta que los estudiantes elaboren y participen con proyectos propios en concursos y ferias. Algunas de las iniciativas pueden realizadas son ciclos de charlas y conferencias con emprendedores, en especial con jóvenes graduados universitarios que lleven adelante actividad emprendedora. Los concursos de proyectos que se realizan anualmente, concursos de proyectos innovadores generados por los estudiantes, estableciendo premios monetarios para los mejores; asesoramiento y cursos de capacitación, brindados por docentes de las facultades y con la colaboración de estudiantes avanzados. (González, 2017).

Objetivos, estrategias y acciones para la formación de emprendedores:

1. Se considera en la malla curricular de las carreras, la materia Desarrollo de emprendedores y Desarrollo de Talentos.
2. Encuentro de emprendedores: auspiciado por facultades y carreras como espacios de articulación entre empresarios, estudiantes y docentes.
3. Participación en congresos y eventos sobre temática emprendedora.
4. Foro de discusión y charlas de orientación para los estudiantes de últimos niveles, que puedan conocer de los problemas del entorno.

Es evidente que se hace indispensable fortalecer el desarrollo de emprendedores en la Universidad, aún es insuficiente el trabajo que desarrollan en la formación de los estudiantes y las acciones no se sistematizan y son periódicas, por lo que se reconoce que es un aspecto a mejorar en la institución (González, 2017).

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

2.5.1. Universidad Central del Ecuador.

Los proyectos o programas de vinculación o investigación relacionados con el emprendimiento o el desarrollo empresarial y que repercutan en un beneficio para la sociedad, impulsados por la UCE, se relacionan a la potenciación del sector rural y de las economías rurales. En Ecuador, los sectores rurales tienen una economía más atrasada que los sectores urbanos, esto se debe a la falta de innovación, el difícil acceso a la ciudad, por ser una área no urbanizada y en especial por sus pocas edificaciones, la única manera de sustento que posee el área rural es la inmensidad de espacios verdes que la componen lo que ayuda a la realización de actividades agropecuarias y agroindustriales que en la mayoría de las veces, no abastecen para satisfacer las necesidades de aquellas personas que habitan en el sector. Es por ello, que la vinculación de la Universidad Central con las zonas rurales, contribuye a educar a las personas para el desarrollo de proyectos de emprendimientos que les permitan mejorar la calidad de vida.

Se realizó un acercamiento a las Universidades que conforman las unidades de observación del estudio, se solicitó información sobre procesos de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento donde se pudo constatar, que la Universidad Central del Ecuador (UCE) lleva a cabo proyectos como:

1. Impulso de convenios nacionales para capacitación y formación del emprendedor.
2. Formación y capacitación para los dueños de puestos en los mercados locales.
3. Fortalecer y promover los centros de servicio a la comunidad en cuanto a la generación de planes de negocio
4. Mantener y fortalecer el vínculo de los estudiantes, egresados y graduados con el sector empresarial
5. Sistematizar las políticas vigentes de vinculación con la colectividad, en un documento institucional, en concordancia con los principios, misión y valores de la Universidad orientado al trabajo con los sectores rurales
6. Detectar necesidades sociales del país, para fundamentar la formulación precisa de proyectos de desarrollo económico y social
7. Incrementar la cobertura y el impacto de la acción universitaria en los sectores rurales, en torno a las economías rurales y su dinamización.

De forma general, la Universidad busca una cooperación mutua con la sociedad, es decir, por un lado, se ofrecen diferentes servicios a la sociedad en el ámbito de la consultoría, los

servicios técnicos, la formación continua, actualización del personal en conocimientos, habilidades, innovaciones tecnológicas, el servicio social, y desde otras perspectivas, es necesario las respuestas de la sociedad para la mejora de los requerimientos que esta demanda.

La dirección de Formación Continua y Vinculación con la Comunidad, que forma parte de la Dirección General Académica, es la unidad ejecutora de todo lo mencionado en la UCE. Es, consiguientemente, el interlocutor operativo con la comunidad.

En el caso de la UCE, los miembros de la Dirección de Vinculación con la Comunidad, manifestaron que se encuentran realizando un proyecto importante, propuesto por estudiantes y docentes de la carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas, denominado Fortalecimiento de la educación financiera y administrativa de emprendedores y está dirigido a fortalecer la economía doméstica con la educación financiera y administrativa de 60 familias seleccionadas de sectores cercanos a la Universidad, en la ciudad de Quito.

Autoridades de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UCE y del Gobierno Autónomo Descentralizado de Pichincha inauguraron el programa de capacitación para emprendedores en el sector Solanda de la ciudad de Quito. Alrededor de cincuenta comerciantes recibieron formación en conocimientos de contabilidad, tributación, marketing y otros, a cargo de docentes de las carreras de Contabilidad y Auditoría y de Administración de Empresas de la Universidad Central.

El taller de emprendimiento fue el primer módulo que se impartió, los comerciantes provenientes de diversos sectores económicos como confección textil, servicios de alimentación y otros, tuvieron la posibilidad de recibir 32 horas presenciales de capacitación impartidas durante 3 semanas.

Por otro lado, con el lema “1,000 nuevos emprendedores para mi país”, la Universidad Central realizó el lanzamiento oficial de su programa UCE Emprendedora, un importante proyecto que tiene como fin involucrar al estudiantado, docentes y personal de la UCE a formar parte de este proyecto que genere nuevos conocimientos y que los apliquen para la generación de riquezas intelectuales y financieras para alcanzar el desarrollo de la nación. Al respecto, Doris Saldamando (2017), directora de Relaciones Públicas e Internacionales de la universidad, afirmó que constituye una nueva etapa de innovación y emprendedurismo, se desea fortalecer y desarrollar nuevos potenciales en los estudiantes mediante las alianzas con las universidades y la empresa privada.

2.5.2. Universidad tecnológica equinoccial.

En la UTE se ha realizado una investigación acerca de la importancia de la formación profesional en emprendimiento como una de las respuestas de la universidad a necesidades en el campo del conocimiento y la práctica empresarial. La investigación hace énfasis en la necesidad de que la Universidad contribuya al aporte de los futuros graduados en el surgimiento y desarrollo de la pequeña y mediana empresa, lo que podría impulsar la transformación de la matriz productiva. Se destaca la importancia de la pequeña y mediana empresa y sus limitaciones actuales para el desarrollo del país. Esto sustenta la pertinencia y necesidad del diseño e implantación de un proyecto educativo de formación universitaria de manera que los futuros graduados, puedan influir positivamente en el fortalecimiento de la PYME a nivel regional, y con ello, contribuir a impulsar el sector productivo del país y América Latina, mediante este importante tipo de organización empresarial.

La UTE presenta proyectos de alto impacto en cuanto a la formación de emprendedores si se considera que se ha podido constatar que forma parte de un convenio importante entre la Corporación Andina de Fomento, CAF, y el comité promotor del sistema ecuatoriano de apoyo a la formación de emprendedores para el desarrollo de herramientas de apoyo a la capacitación de emprendedores, mediante la creación de una Cátedra Interuniversitaria de promoción de la capacidad emprendedora , moderna y ajustada a la realidad del Ecuador. La UTE forma parte del Comité Promotor de este proyecto.

Uno de los puntos más altos de esta entidad es la investigación. Entre el 2010 y el 2012, por ejemplo, la UTE sumó 24 publicaciones en revistas especializadas en investigación, a escala internacional. El Ing. Rodrigo Gallegos, director de Investigación y Transferencia de Tecnología (2017), menciona que el objetivo es superar lo logrado y conseguir que toda la base de profesores empiece a publicar en revistas especializadas. El catedrático añade que en este proceso existe una vinculación con el emprendimiento. A partir de la investigación científica se genera innovación y desarrollo. A esto se suma el análisis de mercados, para determinar si las ideas pueden convertirse en productos. Si los productos funcionan, se pasa a la transferencia tecnológica.

Este proceso, puede generar venta de patentes, transferencia de conocimientos y generación de empresas de base tecnológica. El Ing. Gallegos (2017) afirmó que toda investigación surge de las necesidades reales de las comunidades. "Investigamos para el desarrollo y solución de problemas reales". Los alumnos se involucran en las investigaciones, según su nivel de estudios. Ayudan desde el levantamiento de información hasta el procesamiento de datos. Desarrollan trabajos de investigación además que se incorporó no solo la materia de Emprendimiento para todas las carreras, desde donde se

desarrolla el espíritu empresarial y surgen ideas de negocios, sino también la materia Proyecto de Vida para que los estudiantes sepan ser y hacer en sus vidas y reflexionen sobre sus actividades, anhelos, objetivos y formación. Los centros de investigación por tanto juegan un rol fundamental en este proceso puesto que son el semillero de la transferencia tecnológica y su consecuente generación de “spin-offs”, esto es la creación de empresas formadas para comercializar la tecnología creada en estos centros de investigación.

2.6. Análisis e interpretación de resultados de la investigación.

“El propósito del análisis es aplicar un conjunto de estrategias y técnicas que le permiten al investigador obtener el conocimiento que estaba buscando, a partir del adecuado tratamiento de los datos recogidos.” (Hurtado, 2000:181). A continuación, se presenta el análisis que permitirá identificar las características socio culturales de los estudiantes de las universidades objeto de estudio, además se identificará las características que permitan identificar el perfil emprendedor de acuerdo a diferentes variables expuestas.

2.6.1. Universidad Central del Ecuador

2.6.1.1. Factores socioculturales.

2.6.1.1.1. Edad:

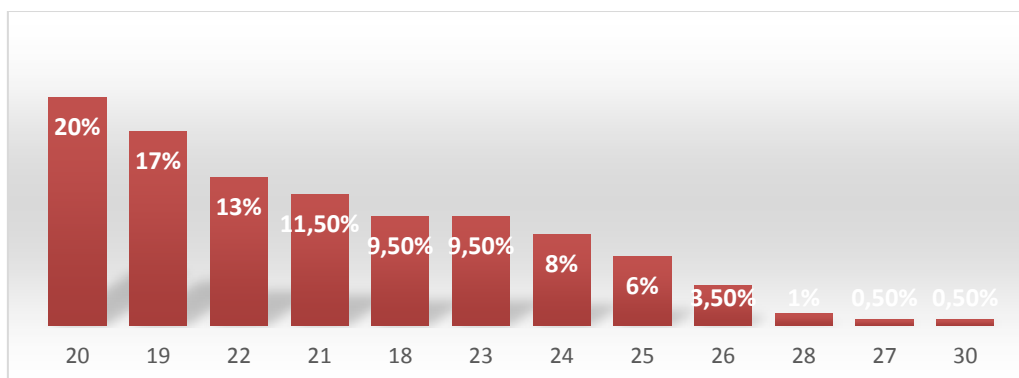


Figura 1: Edad

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

La figura 1 permite observar que los estudiantes objeto de estudio en su mayoría (20%) tienen la edad de 20 años, sucesivamente podemos encontrar que el 17% de los estudiantes participantes del estudio tienen 19 años de edad. La media en cuanto a la edad es de 21,3.

2.6.1.1.2. Género y nacionalidad:

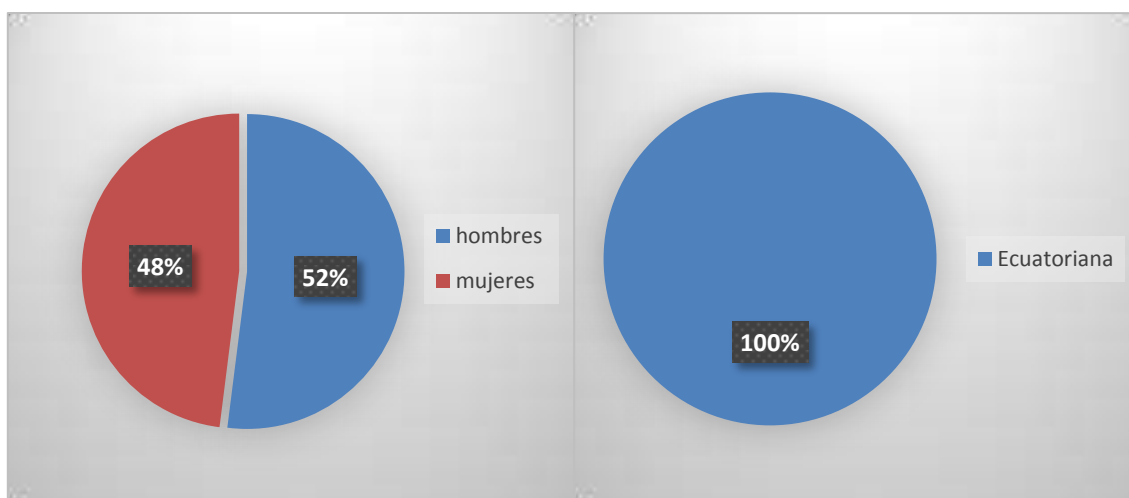


Figura 2: Género

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

Figura 3: Nacionalidad

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

Las figuras 2 y 3, permiten describir que no existen diferencias significativas en cuanto al porcentaje de estudiantes hombres con respecto al porcentaje de estudiantes mujeres, aunque prevalece en 4 puntos porcentuales los hombres con un 52%, en relación a las mujeres el 48%, lo que permitirá tener apreciaciones proporcionales en cuánto al género para la presente investigación, además podemos resaltar que casi en su totalidad los universitarios investigados son ecuatorianos con un 98,5%.

2.6.1.1.3. Titulación:

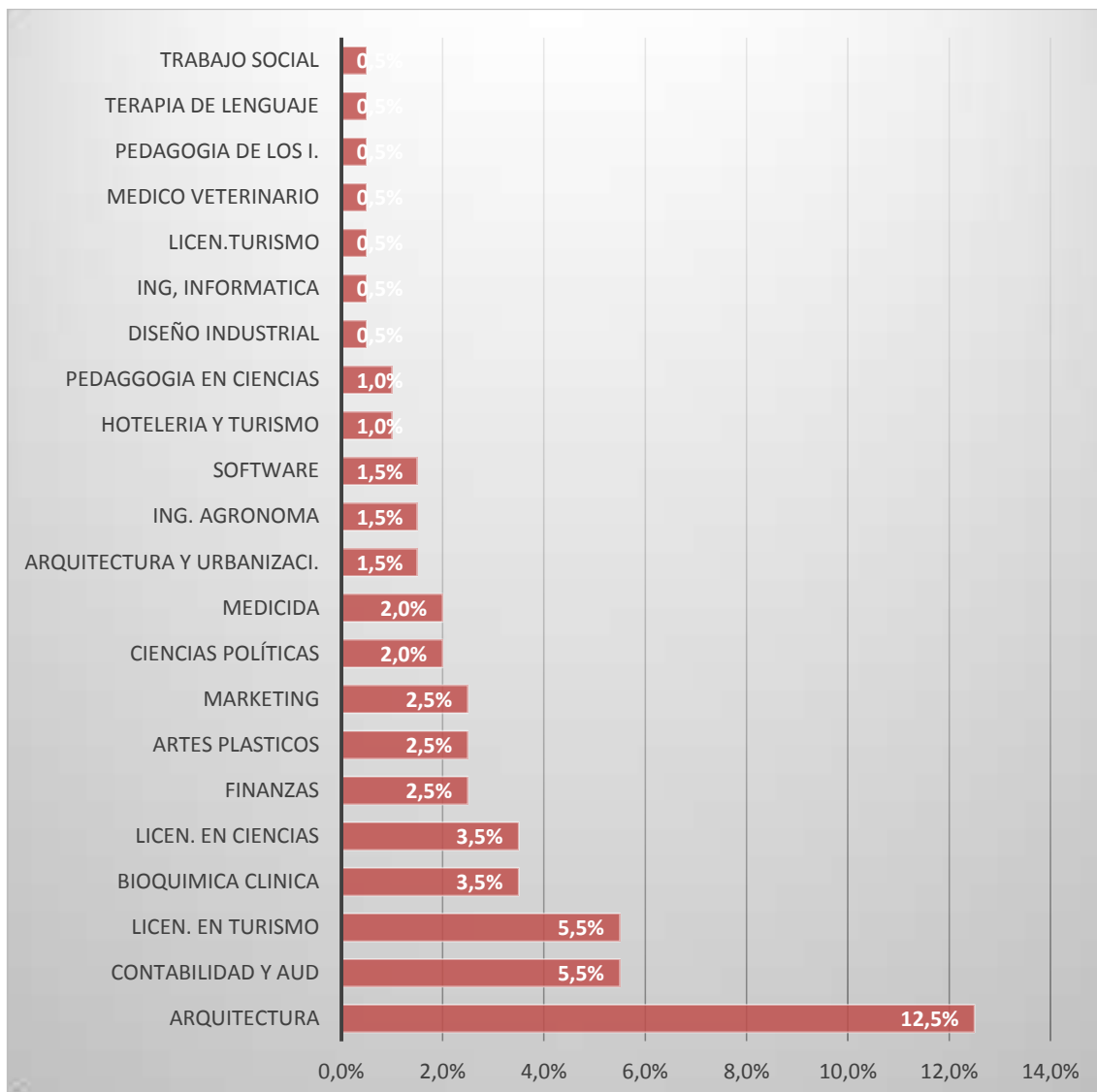


Figura 4: Titulación

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Matilde Campaña

La diversidad de carreras en la UCE es de 57 lo que representa una fortaleza, la diversidad de opciones para preparar a los futuros profesionales a resolver problemas del ámbito empresarial, institucional y social. De acuerdo al muestreo aleatorio aplicado en la investigación los estudiantes objeto de estudio con una mayoría pertenecen a la carrera de arquitectura con un porcentaje de (12,5%), que son los que más prevalecen seguidos de contabilidad y auditoría con el (5.50%), siendo los porcentajes más representativos.

2.6.1.1.4: Semestre.

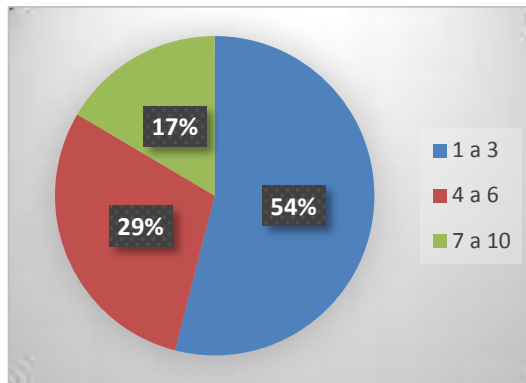


Figura 5: Semestre
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

La figura presente se pueden evidenciar que los estudiantes objeto de estudio en su mayoría se encuentran cursando entre primer y tercer semestre de la carrera con el 54%, seguidos de los que se encuentra entre cuarto y sexto semestre 29%, este porcentaje de estudiantes pueden haber adquirido experiencias, conocimientos, que les permita tener una perspectiva más precisa, del alcance de su carrera e ideas más claras en cuanto a iniciativas hacia el emprendimiento, que es el propósito de la presente investigación.

2.6.1.1.5: Formación en emprendimiento.

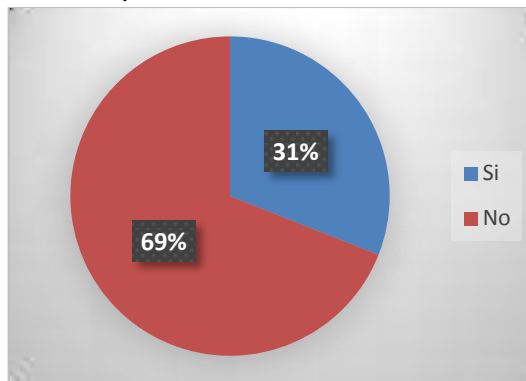


Figura 6: Emprendimiento
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

El 69%, de estudiantes encuestados que representa la mayoría, no ha recibido cursos de emprendimiento lo que evidencia que las universidades deben potenciar espacios académicos para la formación de la actitud emprendedora en los estudiantes, y fomentar el desarrollo de emprendedores con visión empresarial.

2.6.1.1.6: Padres empresarios.

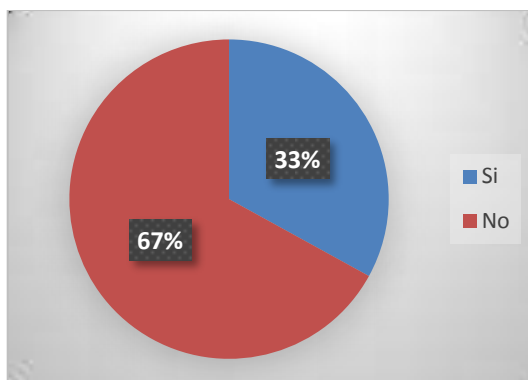


Figura 7: Empresario (autónomo)
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

Según el muestreo investigado se puede notar que es insuficiente el desarrollo de emprendedores, pues aún carecen de formación y cultura del emprendimiento. Lo que se evidencia al obtener que solo el 33% de los padres de los estudiantes encuestados han sido empresarios autónomos, mientras que el 67% de encuestados, no lo es.

2.6.1.1.7: Padres empresarios.

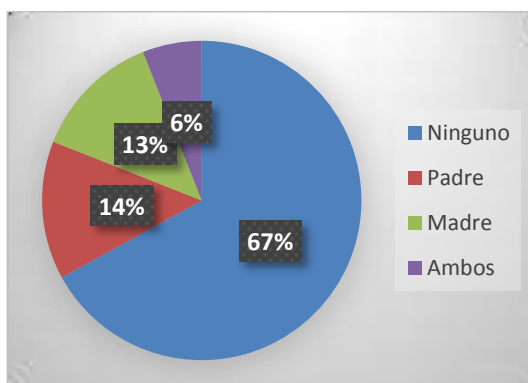


Figura 8: Empresario autónomo
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

Los estudiantes universitarios afirman que tanto el padre como la madre, no son empresarios autónomos en un 67 % que representan a la mayoría. Un 13,50 % manifiestan que los padres han sido empresarios y un 13 %, que las madres han sido empresarias.

2.6.1.1.8: Referente profesional:

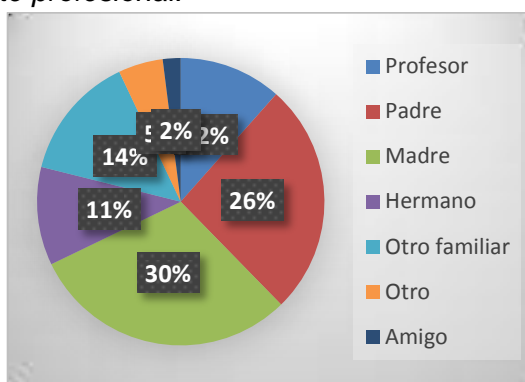


Figura 9: Referente profesional

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Matilde Campaña

Es significativo que, para la mayoría de estudiantes universitarios, es decir, para el 29,50% la madre representa un referente profesional, lo que evidencia que las mujeres han ido ganando un rol importante dentro de la sociedad como profesionales; y el 26 % considera como su referente profesional, a los padres.

2.6.1.1.9: Estudiantes universitarios con negocio propio:

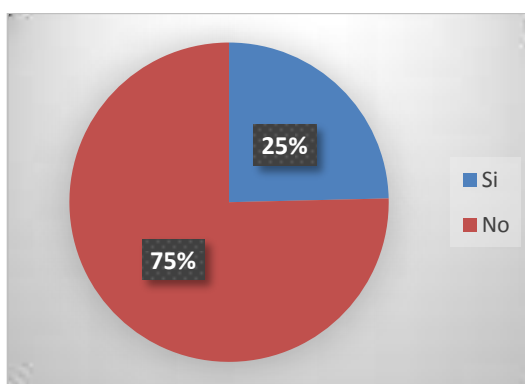


Figura 10: Estudiantes universitarios con negocio propio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Matilde Campaña

El 75%, de los estudiantes universitarios, no posee aún su propio negocio, no obstante, es significativo que un 25%, posee actualmente un negocio propio dando a conocer sus actitudes y capacidades hacia el emprendimiento.

2.6.1.1.10: *Universitarios involucrados en la creación de una empresa:*

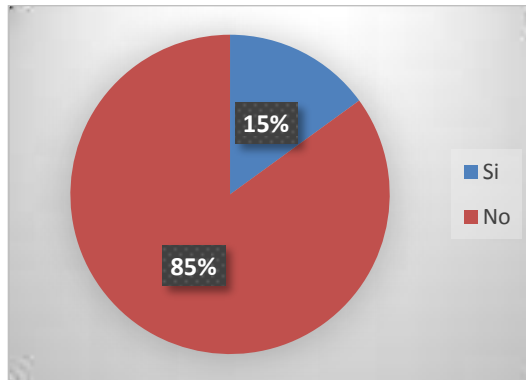


Figura 11: Universitarios involucrados en la creación de una empresa
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

El 85%, de estudiantes, actualmente no se encuentra involucrado en la creación de una empresa, por lo que es importante que la universidad fomente el desarrollo de emprendedores e incentive la generación de ideas de negocio.

2.6.1.1.11: *Años de experiencia laboral:*

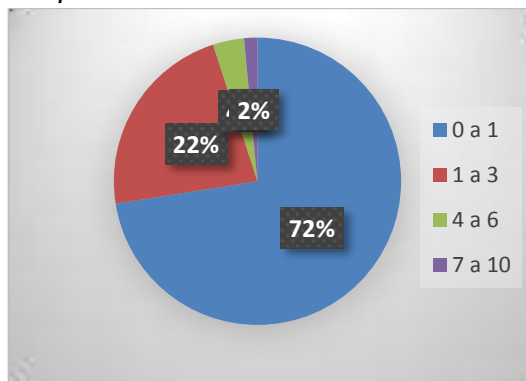


Figura 12: Años de experiencia.
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

El 72 % de los estudiantes no posee ningún año de experiencia laboral, lo que evidencia que la mayor parte de ellos están dedicados exclusivamente a sus estudios, mientras que un 22% afirman que tiene una experiencia laboral de 1 a 3 años. Obviamente al no tener experiencia solo el 16%, tiene un trabajo logrando un progreso en la vida profesional.

2.6.1.2. Factores contextuales.

2.6.1.2.1. Principales factores que incentivan a escoger una carrera emprendedora



Figura 3: Principales incentivos del contexto general.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Matilde Campaña

De la información presentada en la figura 13, podemos concluir que la imagen de un emprendedor es considerada positiva y progresiva sea personal o profesionalmente obteniendo una media de 4.73 en la escala Likert. Además, se puede identificar que la mayor parte de estudiantes los motiva: sobresalen la media son: el poder ayudar a otras personas (5.30), el poder auto-realizarse (4.98) y la imagen positiva que tienen los emprendedores en la sociedad (4.77).

2.6.1.2.2. Valoración del entorno universitario.

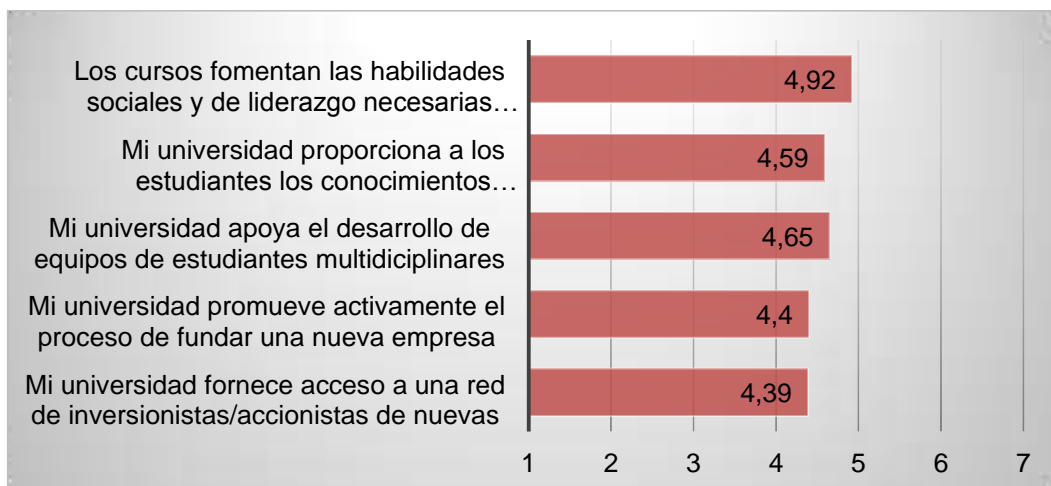


Figura 14: Valoración del entorno universitario

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Matilde Campaña

Analizando la figura 14, se puede concluir que los cursos fomentan habilidades sociales de liderazgo necesarias para los emprendedores obteniendo una media de 4,9 en la escala de

Likert. Además, se puede identificar que, para la mayor parte de estudiantes, el entorno universitario proporciona a los estudiantes conocimientos necesarios para iniciar una empresa, obteniendo una media de 4,5 y la concepción de que la universidad apoya el desarrollo de equipos de estudios multidisciplinares, con una media de 4,65.

2.6.1.2.3. Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora.

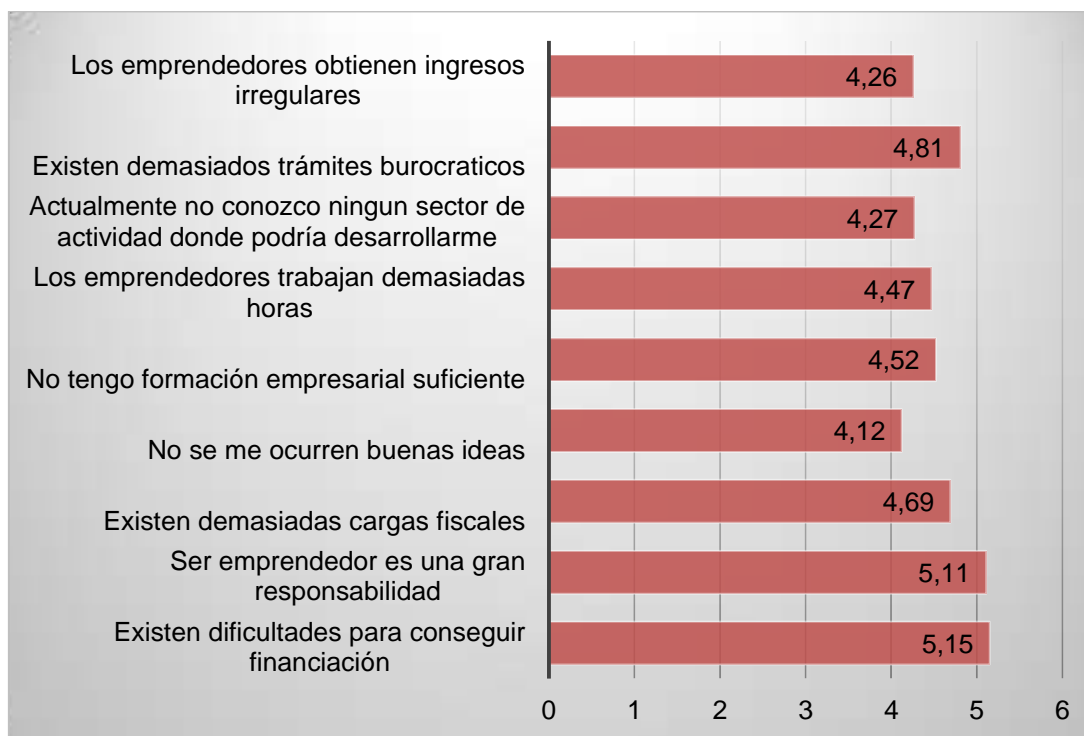


Figura 15: Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

Del análisis de la figura podemos concluir que la actitud emprendedora se limita por las cargas fiscales con una media de 4,69, que significa que está de acuerdo en la escala Likert de 1 al 7 y está apenas por encima de la media de todos los ítems analizados que es de 4,6; trámites burocráticos con 4,81 que forma parte de la percepción que tiene el estudiante de la situación a la que se enfrenta un emprendedor así como el hecho de que se requiere de una formación empresarial suficiente 4,52; y donde juega un rol importante la universidad como actor de cambio social. Un aspecto favorable en cambio, es la importancia de que los estudiantes reconocen que el ser emprendedor es una gran responsabilidad con el 5,11; por un lado, es favorable y por otro, puede interpretarse como un factor que frena su espíritu emprendedor, pero tenemos sobretodo la dificultad de conseguir financiación con la media más alta que es de 5,15.

2.6.1.3. Actitud hacia el emprendimiento.

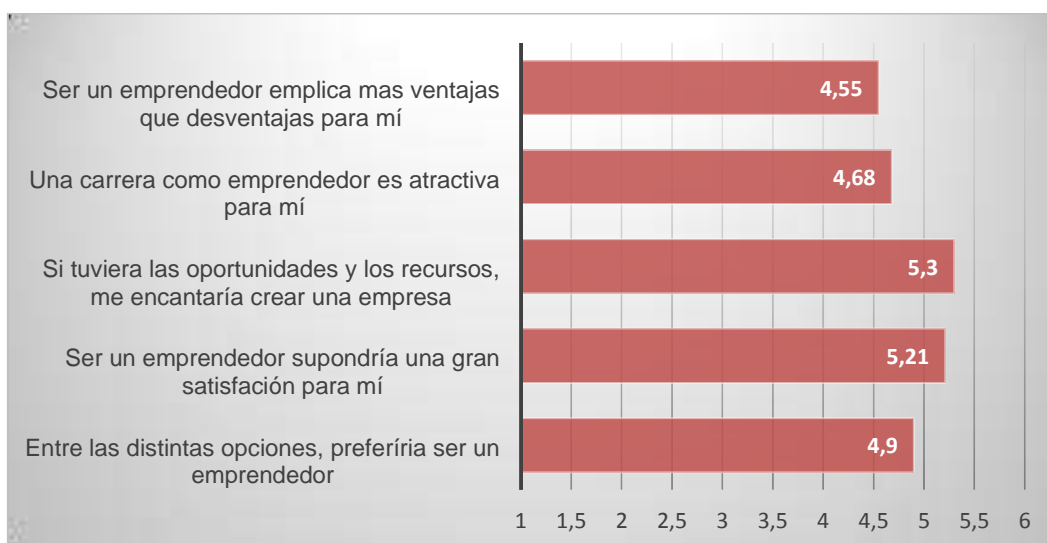


Figura 2: Actitud personal hacia el emprendimiento.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

Analizando esta figura se puede concluir que la actitud emprendedora es considerable proporcional a una media de 4,93, que significa que está de acuerdo en la escala Likert de 1 al 7 y se observa que está encima de la media la concepción de que ser un emprendedor supondría una gran satisfacción para mí (5,21) y si tuviera las oportunidades y los recursos me encantaría crear una empresa (5,3), todo esto debido a que las personas piensan en el emprendimiento como una alternativa para el progreso y obtener un ingreso propio.

En cuanto a ser un emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí, la media resultante es de 4,55, afirmando que las personas no son compatibles con las ideologías de un negocio y de ser emprendedor por miedo al fracaso.

2.6.1.4. Análisis de la intención emprendedora de los universitarios.

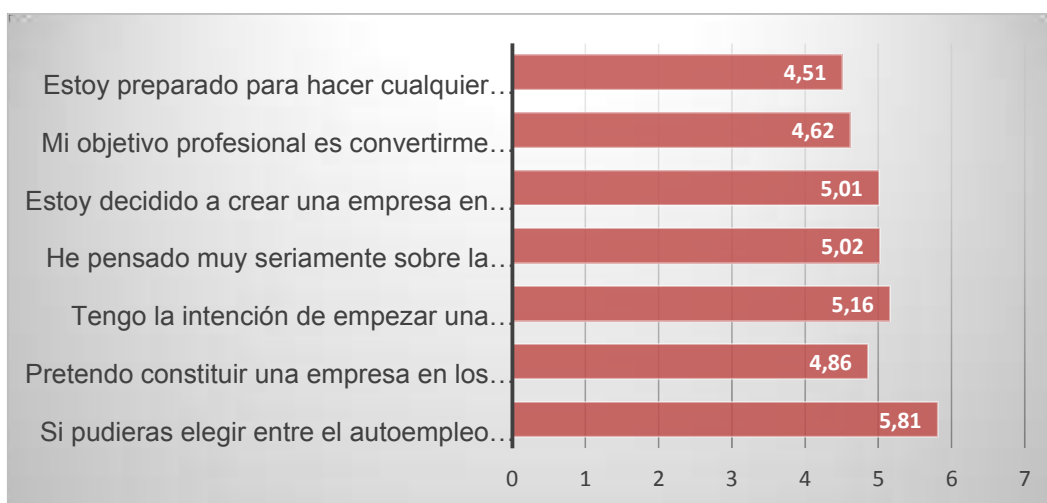


Figura 17: Intención de ser emprendedor.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

De la información de la Figura 17, se deduce que la actitud de querer emprender de aquí a 5 años se toma mucho en consideración con una media de 5,0, en la cual se destaca: si pudiera elegir entre el autoempleo o ser propietario-gestor de un negocio, con una media de 5,81 que en la escala de Likert es una muy buena posición porque representa que los encuestados están muy de acuerdo con la afirmación.

Cabe recalcar que los otros ítems se encuentran bajo la media, como son: estoy preparado para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor (5,15), mi objetivo principal es convertirme en emprendedor (4,51), entre otros.

2.6.1.5. Rasgos personales y competencias.

2.6.1.5.1. Capacidad creativa.

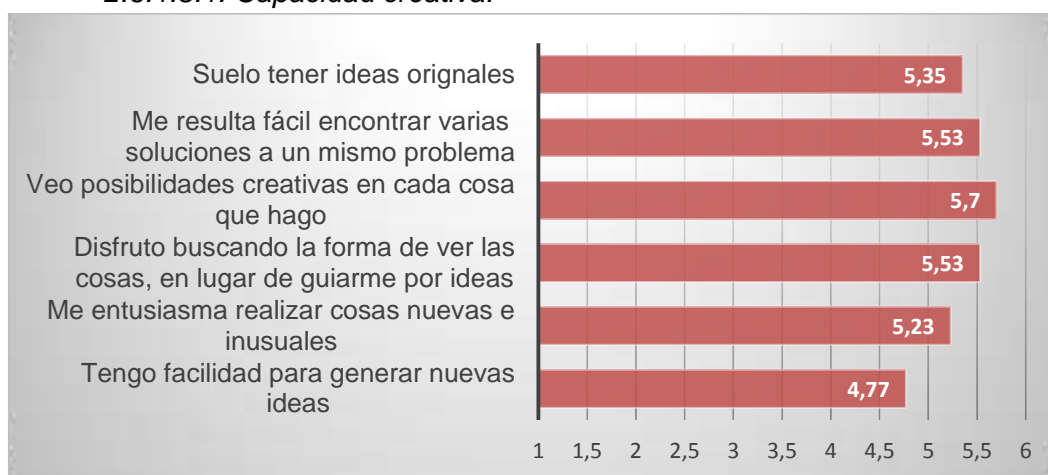


Figura 18: Capacidad creativa.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

Al analizar el gráfico podemos constatar que el entusiasmo en cosas nuevas viene considerado importante, las posibilidades creativas son aspectos positivos que tengan estas perspectivas, siendo el primer paso para con una media de 5.35, en la cual se destaca: veo posibilidades creativas en cada cosa que hago con el 5.7; y que en la escala de Likert es una muy buena posición debido a que se está muy de acuerdo; disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas y me resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema ambas con una media de 5,53 en cuanto a tengo facilidad para generar nuevas ideas con el 4,77 es el ítem que está por debajo de la media que hemos obtenido en este análisis, debido a que no todos logramos encontrar varias ideas y soluciones a un problema algo que deberíamos desarrollar para saber desenvolvemos de la manera correcta en un futuro.

2.6.1.5.2. Aversión al riesgo.



Figura 19: Aversión al riesgo.
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

De la figura anterior, se puede afirmar que existen aspectos muy positivos como es el hecho que la mayoría posee facilidad para generar nuevas ideas, todo esto se desenvuelve con una media del 5.11, en la cual se puede ver que la que se destaca más es : siempre tomo mis decisiones con prudencia y precisión con 5,82, lo que es un aspecto favorable porque todo emprendedor debe ser prudente y tomar decisiones adecuadas sin que peligre su negocio, seguida por la afirmación, en mi trabajo solamente me pongo metas pequeñas para poder alcanzarlas obteniendo una media de 5,30 además del hecho de si sienten antipatía por las decisiones arriesgadas, obteniendo un resultado de 4,76 que es el que está por debajo de la media constatando que tienen aversión al riesgo.

2.6.1.5.3. Escala de locus de control.



Figura 20: Escala de locus de control

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

La figura 20 representa aspectos muy positivos, con respecto a que la mayoría está totalmente de acuerdo con afirmaciones muy importantes para potenciar una actitud emprendedora, como por ejemplo, el hecho de asumir las consecuencias de sus actos, la percepción de que el éxito no tiene que ver con la suerte, sino con el trabajo duro, así como que solo de ellos dependen sus éxitos, de su voluntad y perseverancia, siendo favorable esta percepción obteniendo una media de 5.22, así como en cuanto a afirmaciones como lo que sucede es como consecuencia de mis propias acciones y si me preparo bien para un examen, saldré exitoso, se obtiene en ambas, una media de 5,48, representando que los encuestados están de acuerdo con dichas afirmaciones.

2.6.1.5.4. Proactividad.



Figura 21: Proactividad.
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

La figura 21 permite afirmar que existen aspectos muy positivos referentes a que la mayoría está totalmente de acuerdo con afirmaciones muy importantes para potenciar una actitud emprendedora, como por ejemplo, el hecho de que siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas con el 5,50 que sobrepasa la media que es de 5,16, así como me gustaría defender mis ideas 5,41, entre otras, ítems donde se encuentran respuestas positivas ya que están de acuerdo según la escala del 1 al 7 lo que se refiere a que la mayoría, consideran que siempre están buscando mejores formas de hacer las cosas, y tengan perspectivas de ser creativos, de encontrar oportunidades de crecimiento, superación e independencia económica.

2.6.1.6. Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender.



Figura 22: Autoeficacia
 Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Matilde Campaña

En la figura 22 de un total de 17 ítems con una media de 5,06, lo que representa que la mayoría consideran que el grado de confianza en sus capacidades para explicar verbalmente o por escrito de forma clara y concisa, es relevante, por lo que con respecto a esta afirmación, se obtiene una media de 5,03 representando que los encuestados se consideran totalmente capaz, lo que significa que están preparados, siendo un aspecto positivo que permite afirmar que cuentan con la preparación y formación para ser un emprendedor y su preparación como líderes, así como para diseñar campañas de marketing

obteniendo una media de 5,28, estimar fondos para su negocio con una media de 5,04, la demanda de nuevos productos, 4,81, por ende, es favorable el nivel de conocimiento que poseen los estudiantes con respecto a las dimensiones propuestas y tienen una variación leve con respecto a la media.

De igual manera, los estudiantes, consideran que el grado de confianza en sus capacidades para inspirar, alentar a sus empleados y motivarles, es totalmente capaz, con el 5,40, la facilidad de crear una red, intercambiando información 4,99, lo que significa que tienen la capacidad para ser líderes, así como para responder de forma eficiente a los problemas y las situaciones del día a día.

La mayoría, consideran que el grado de confianza en sus capacidades para negociar con clientes 5,07, leer e interpretar estados financieros 4.87 así como para captar y administrar los activos financieros de un negocio 4,97; que, aunque estén debajo de la media es favorable como respuesta.

2.6.1.7. Inteligencia emocional (control de emociones).

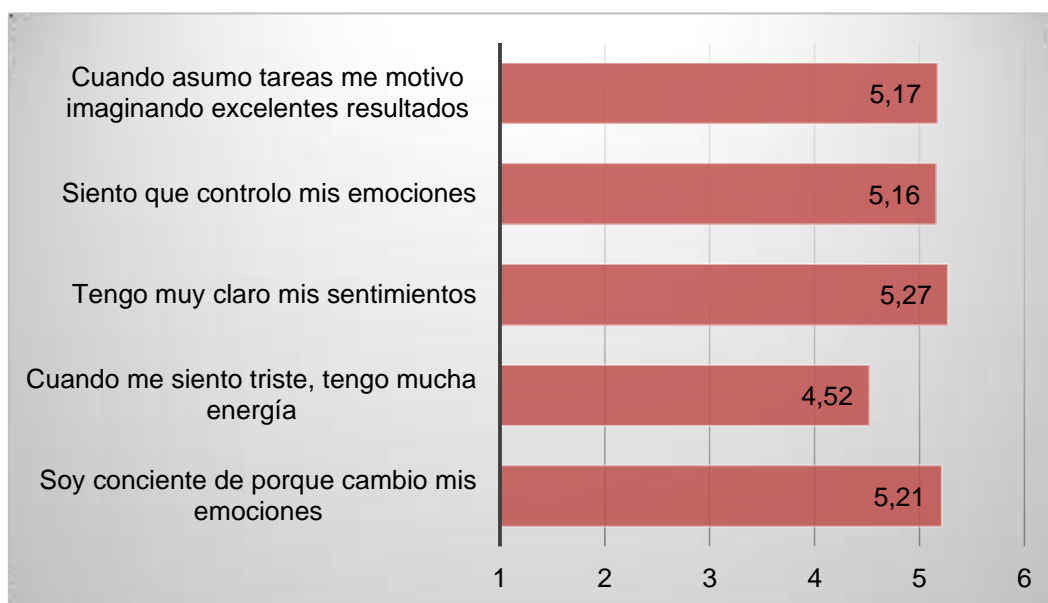


Figura 23: Inteligencia emocional
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

En la figura 23, se puede afirmar que la inteligencia emocional y madurez de los estudiantes es significativa con una media de 5,06; además de ideas importantes como cuando asumo tareas me motivo imaginando excelentes resultados, donde se obtuvo una medida de 5,17; siento que controlo mis emociones, 5,16; y tengo muy claros mis sentimientos 5,27; están sobre la media demostrando que están de acuerdo con que pueden controlar sus emociones, siendo una actitud muy adecuada que facilitará el desarrollo de emprendimientos. En cambio, están por debajo de la media, afirmaciones como cuando me

siento triste tengo mucha energía con un resultado de 4,52; soy consciente que cambio mis emociones, 5,21, lo que es un aspecto positivo al darse cuenta lo que podría influir en sus decisiones.

2.6.1.8. Percepción de las condiciones del entorno.

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

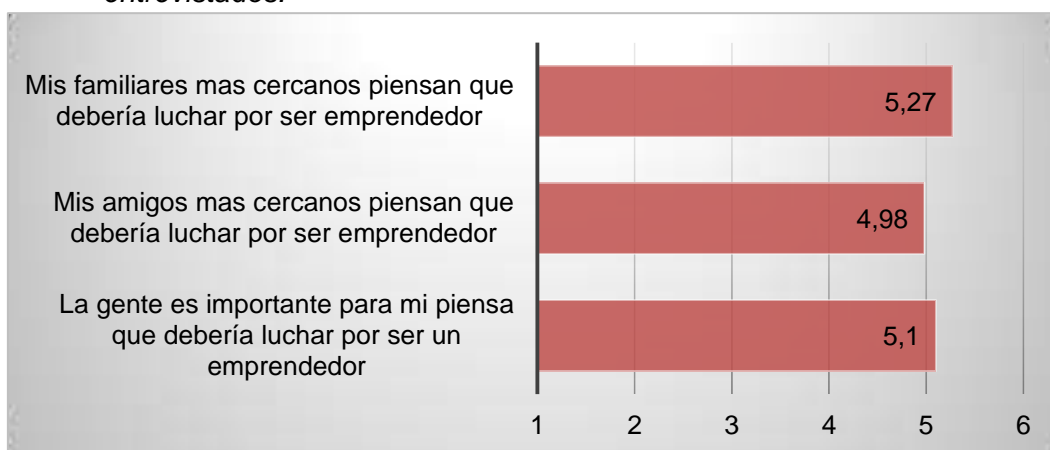


Figura 24: Valoración del entorno social más cercano de los universitarios entrevistados.
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

De la figura 24, se puede afirmar que la mayoría, consideran que la gente importante, los amigos, la familia piensan que deberían luchar por ser un emprendedor con una media de 5; lo que significa que están totalmente de acuerdo con esta idea, siendo un aspecto importante que permite afirmar que cuentan con un entorno que favorece las actitudes emprendedoras.

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

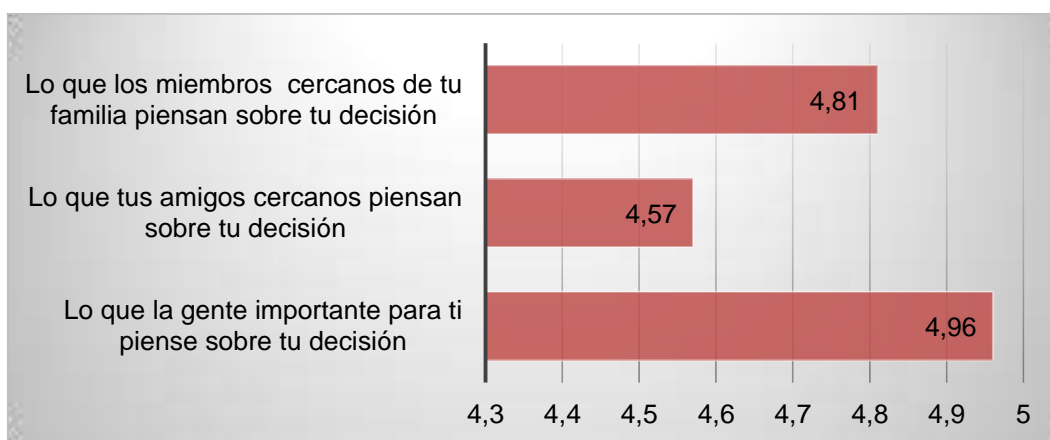


Figura 25: Grado de importancia que otorga a la opinión de su entorno social.
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

La figura 25 analizamos si la opinión del entorno es relevante, lo que piensan sobre sus decisiones, los amigos cercanos, obteniendo una media de 4,57; la gente importante, 4,96; los miembros cercanos de la familia, 4,81 por lo que se encuentran ligeras variaciones con la media interpretando que les importa mucho lo que piensan y esta podría ser una ventaja porque les impulsa a luchar por las metas que se trazan, pero al mismo tiempo, podría ser una desventaja por el miedo a ser juzgados al asumir algún riesgo o fracaso

2.6.2 Universidad Tecnológica Equinoccial.

2.6.2.1. Factores socio culturales

2.6.2.1.1. Edad:

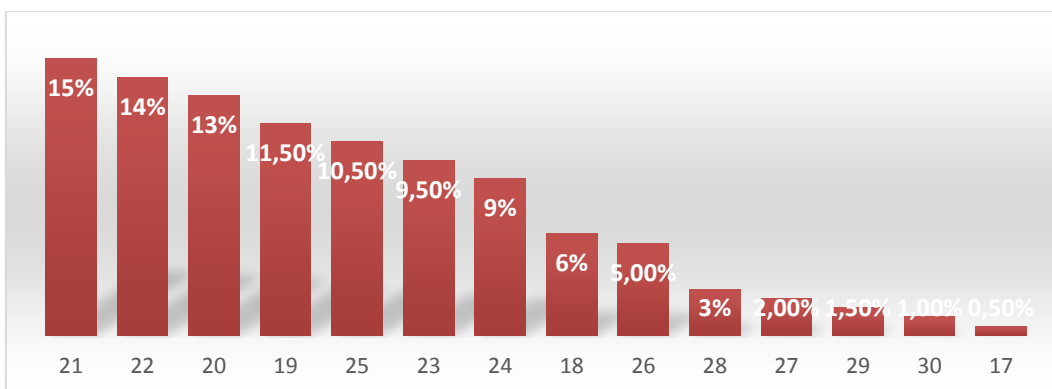


Figura 26: Edad.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

La figura 1 permite observar que los estudiantes objeto de estudio en su mayoría (15%) tienen la edad de 21 años, sucesivamente podemos encontrar que el 14% de los estudiantes participantes del estudio tienen 22 años de edad. La media en cuanto a la edad es de 22,21

2.6.2.1.2. Género y nacionalidad.



Figura 27: Género

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

Figura 28: Nacionalidad

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

Las figuras 27 y 28, permiten describir que no existen diferencias significativas en cuanto al porcentaje de estudiantes hombres con respecto al porcentaje de estudiantes mujeres, aunque prevalece en 6 puntos porcentuales las mujeres con un 54%, en relación con los hombres el 46%, lo que permitirá tener apreciaciones proporcionales en cuánto al género para la presente investigación, además podemos resaltar que en su totalidad los universitarios investigados son ecuatorianos con un 100%.

2.6.2.1.3. Titulación:

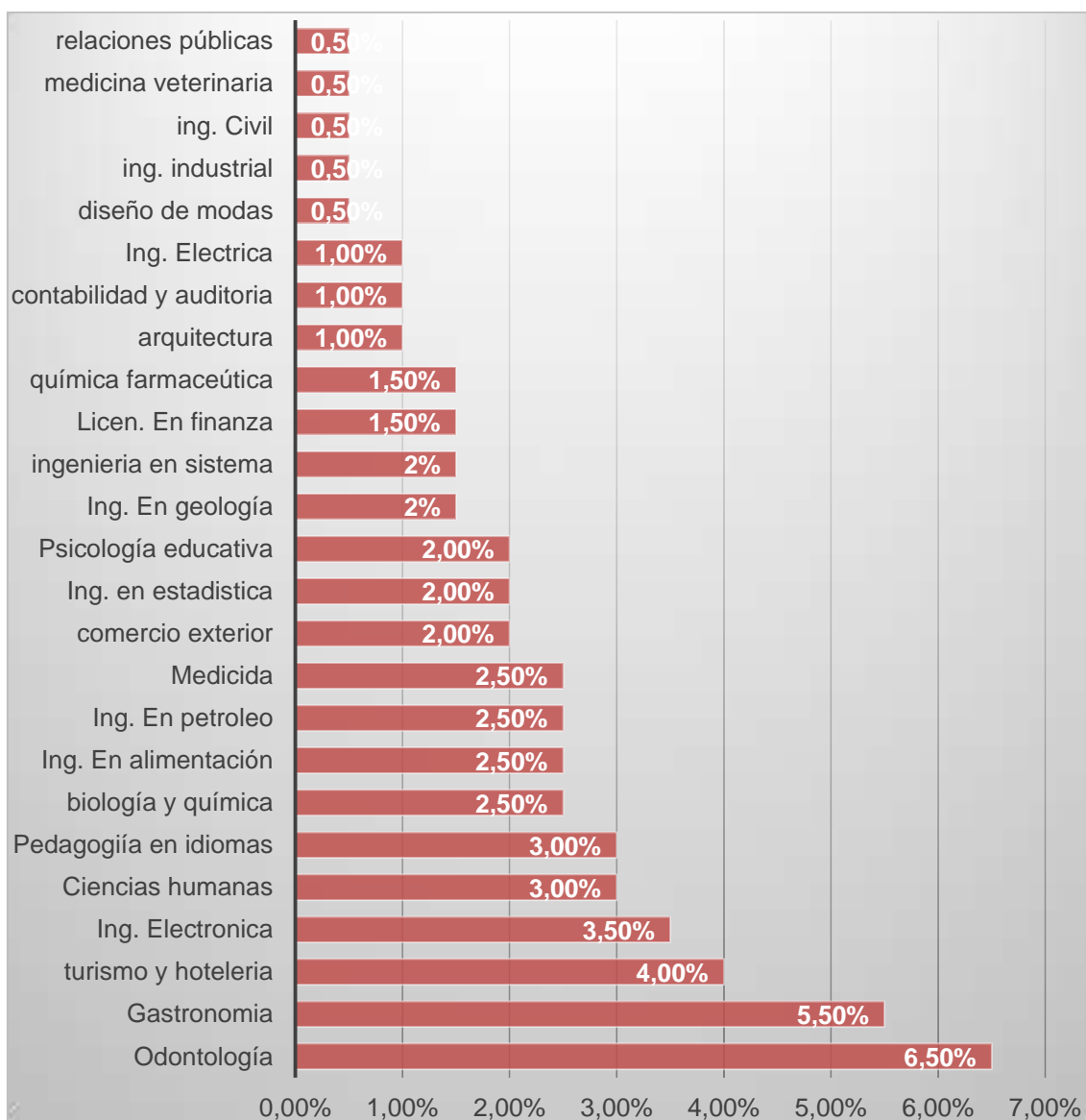


Figura 29: Titulación
 Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Matilde Campaña

La diversidad de carreras en la UTE es de 49 lo que representa una fortaleza, la diversidad de opciones para preparar a los futuros profesionales a resolver problemas del ámbito empresarial, institucional y social. De acuerdo al muestreo aleatorio aplicado en la

investigación los estudiantes objeto de estudio con una mayoría pertenecen a la carrera de Odontología con un porcentaje de (6,50%), que son los que más prevalecen seguidos de Gastronomía con el (5.50%), siendo los porcentajes más representativos.

2.6.2.1.4: Semestre.

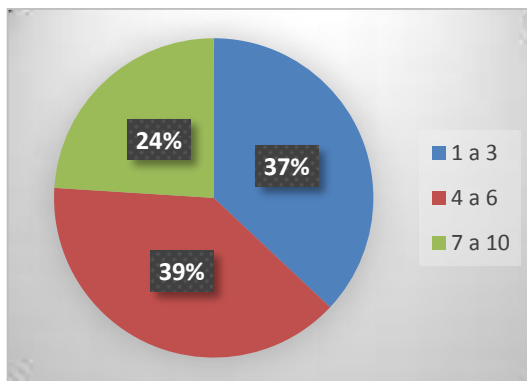


Figura 30: Semestre
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

En la figura presente se pueden destacar que los estudiantes objeto de estudio en su mayoría se encuentran cursando entre cuarto y sexto semestre de la carrera con el 39%, seguidos de los que se encuentra entre primer y tercer semestre 37%, este porcentaje de estudiantes pueden haber adquirido experiencias, conocimientos, que les permita tener una perspectiva más precisa, del alcance de su carrera e ideas más claras en cuanto a iniciativas hacia el emprendimiento, que es el propósito de la presente investigación.

2.6.2.1.5: Formación en emprendimiento.

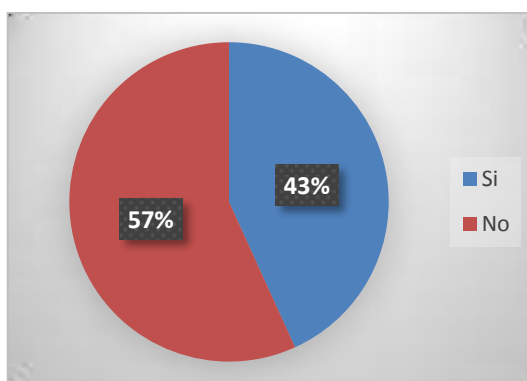


Figura 31: Emprendimiento
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

El 69%, de estudiantes encuestados que representa la mayoría, no ha recibido cursos de emprendimiento lo que evidencia que las universidades deben potenciar espacios académicos para la formación de la actitud emprendedora en los estudiantes, y fomentar el desarrollo de emprendedores con visión empresarial.

2.6.2.1.6: Padres empresarios.

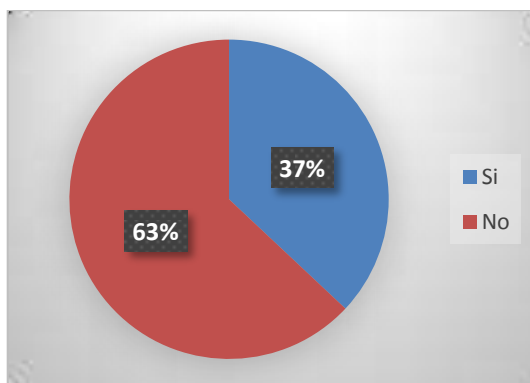


Figura 32: Empresario (autónomo)

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Matilde Campaña

Según el muestreo investigado se puede notar que es insuficiente el desarrollo de emprendedores, pues aún carecen de formación y cultura del emprendimiento. Lo que se evidencia al obtener que solo el 33% de los padres de los estudiantes encuestados han sido empresarios autónomos, mientras que el 67% de encuestados, no lo es.

2.6.2.1.7: Padres empresarios.

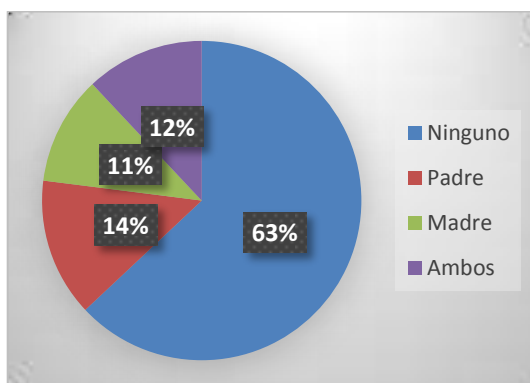


Figura 33: Empresario autónomo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Matilde Campaña

Los estudiantes universitarios afirman que tanto el padre como la madre, no son empresarios autónomos en un 63 % que representan a la mayoría. Un 14 % manifiestan que los padres han sido empresarios y un 12 %, que las madres han sido empresarias.

2.6.2.1.8: Referente profesional:

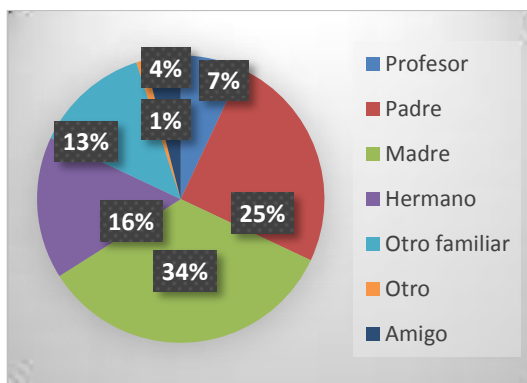


Figura 34: Referente profesional

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

Es significativo que, para la mayoría de estudiantes universitario, es decir, para el 34% la madre representa un referente profesional, lo que evidencia que las mujeres han ido ganando un rol importante dentro de la sociedad como profesionales; y el 25 % considera como su referente profesional, a los padres.

2.6.2.1.9: Estudiantes universitarios con negocio propio:

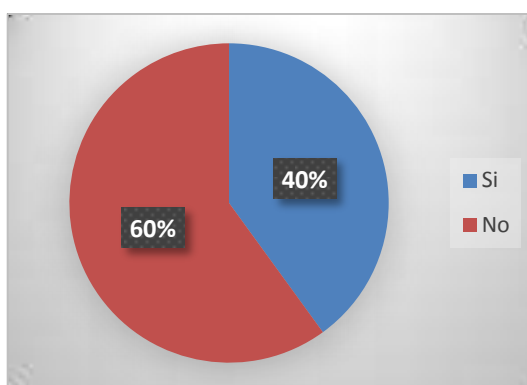


Figura 35: Estudiantes universitarios con negocio propio

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

El 60%, de los estudiantes universitarios, no posee aún su propio negocio, no obstante, es significativo que un 40%, posee actualmente un negocio propio dando a conocer sus

actitudes y capacidades hacia el emprendimiento, por lo que podemos notar que los jóvenes ya poseen una actitud diferente.

2.6.2.1.10: *Universitarios involucrados en la creación de una empresa:*

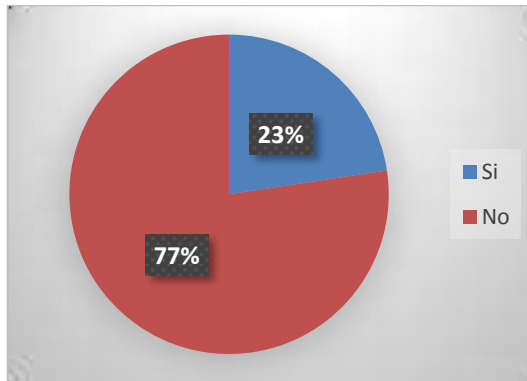


Figura 36: Universitarios involucrados en la creación de una empresa
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña.

El 77%, de estudiantes, actualmente no se encuentra involucrado en la creación de una empresa, por lo que es importante que la universidad fomente el desarrollo de emprendedores e incentive la generación de ideas de negocio.

2.6.2.1.11: *Años de experiencia laboral:*

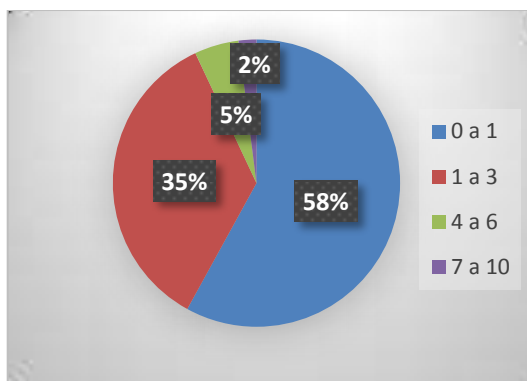


Figura 37: Años de experiencia
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

El 58% de los estudiantes no posee ningún año de experiencia laboral, lo que evidencia que la mayor parte de ellos están dedicados exclusivamente a sus estudios, mientras que un 35% afirman que tiene una experiencia laboral de 1 a 3 años. Obviamente al no tener experiencia solo el 5%, tiene un trabajo logrando un progreso en la vida profesional.

2.6.2.2. Factores contextuales.

2.6.2.2.1. Principales factores que incentivan a escoger una carrera emprendedora

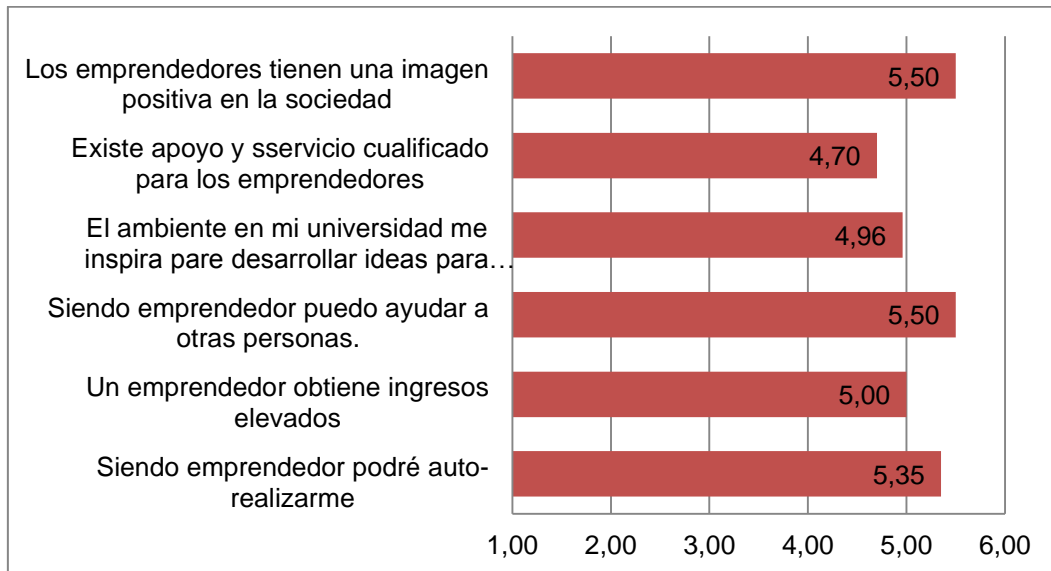


Figura 3: Principales incentivos del contexto general.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Matilde Campaña

De la información presentada en la figura 38, se puede afirmar que la imagen de un emprendedor es considerada positiva y progresiva sea personal o profesionalmente obteniendo una media de 5,17 en la escala de Likert. Además, se puede identificar que la mayor parte de estudiantes los motiva el hecho de poder ayudar a otras personas (5.50), el poder auto-realizarse (5,35) y la imagen positiva que tienen los emprendedores en la sociedad (5,50).

2.6.2.2.2. Valoración del entorno universitario.

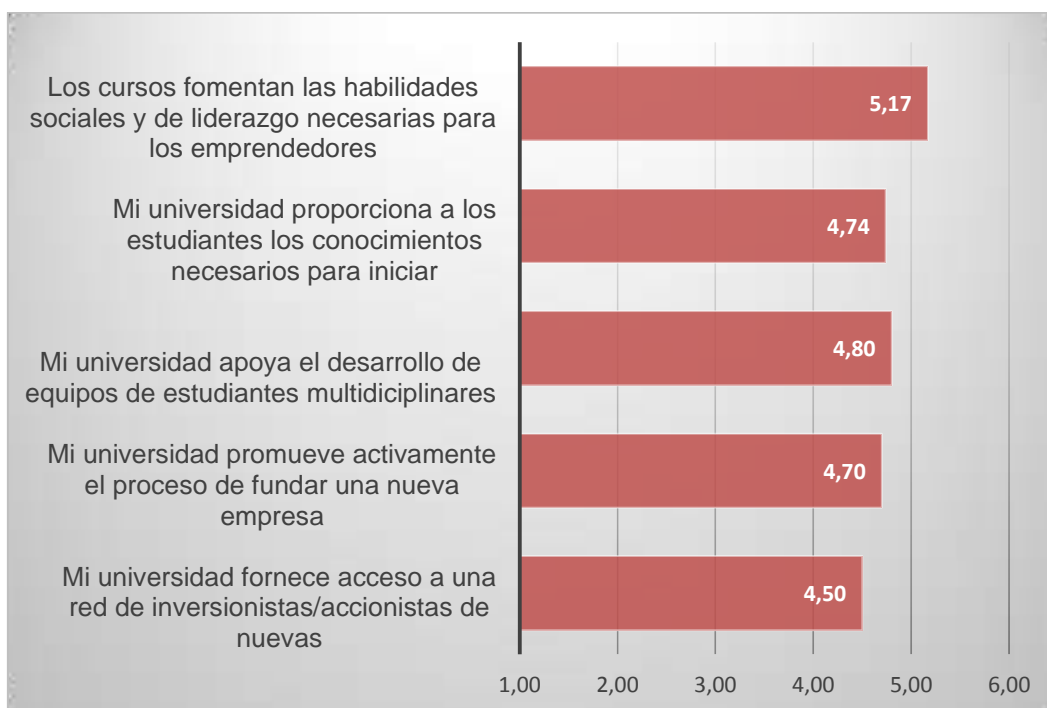


Figura 4: Valoración del entorno universitario

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Matilde Campaña

Analizando la figura 39, se puede afirmar que los cursos fomentan habilidades sociales de liderazgo necesaria para los emprendedores obteniendo una media de 5,17 en la escala de Likert. Además, se puede identificar que, para la mayor parte de estudiantes, la universidad proporciona al estudiante los conocimientos necesarios para iniciar un emprendimiento, obteniendo una media de 4,74 y mi universidad apoya el desarrollo de equipos de estudios multidisciplinarios, con una media de 4,8.

2.6.2.2.3. Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora.

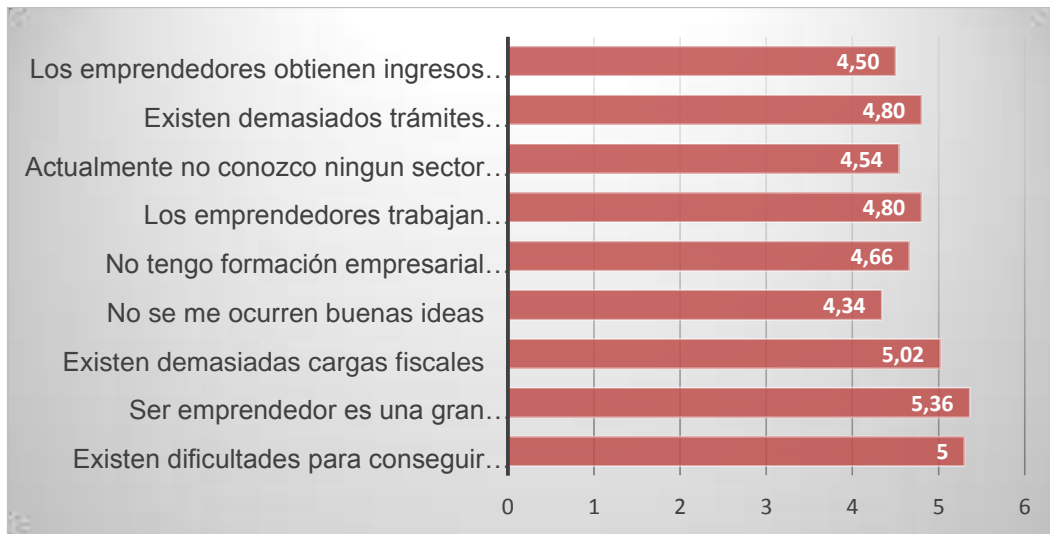


Figura 5: Principales obstáculos/barreras para escoger una carrera emprendedora.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

La figura 40 permite afirmar que la actitud emprendedora se limita por las cargas fiscales con una media de 5,02; que significa que está de acuerdo en la escala Likert de 1 al 7 y está apenas por encima de la media de todos los ítems analizados que es de 4,81; trámites burocráticos con 4,8, que forma parte de la percepción que tiene el estudiante de la situación a la que se enfrenta un emprendedor así como el hecho de que se requiere de una formación empresarial suficiente 4,66; y donde juega un rol importante la universidad como actor de cambio social. Un aspecto favorable en cambio, es la importancia de que los estudiantes reconocen que el ser emprendedor es una gran responsabilidad con el 5,36 de valor obtenido en la media; por un lado, es favorable, y por otro, puede interpretarse como un factor que frena su espíritu emprendedor, pero tenemos sobretudo la dificultad de conseguir financiación con la media más alta que es de 5,30.

2.6.2.3. Actitud hacia el emprendimiento.

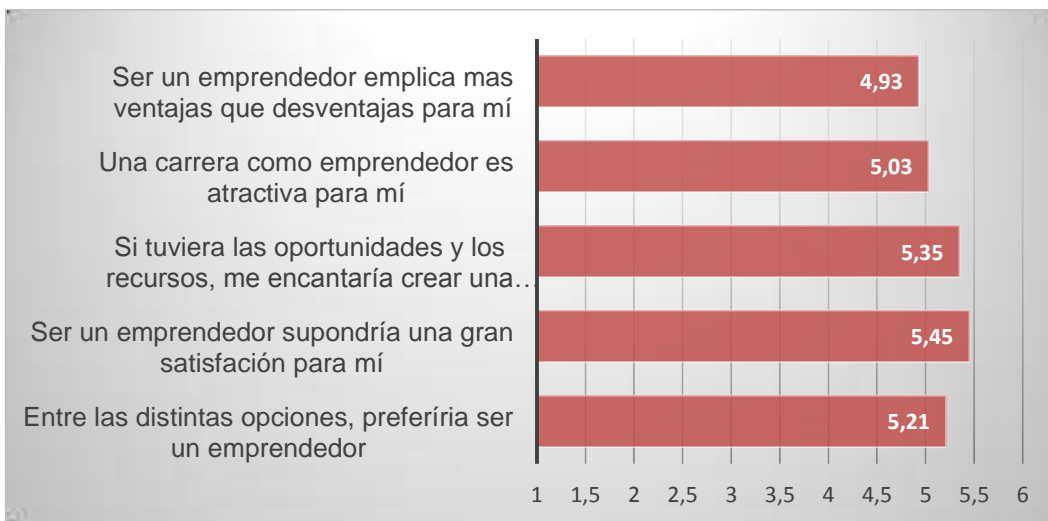


Figura 41: Actitud personal hacia el emprendimiento.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

Del análisis de la figura 41, se puede afirmar, que la actitud emprendedora es significativa con una media de 5,19, que significa que están de acuerdo en la escala Likert de 1 al 7 pudiendo observar que está por encima de la media las afirmaciones referentes a ser un emprendedor supondría una gran satisfacción para mí (5,45) y si tuviera las oportunidades y los recursos me encantaría crear una empresa (5,35), todo esto debido a que las personas piensan en lo que es un progreso y un ingreso propio.

También se puede afirmar, que se obtiene un valor bajo en cuanto a la afirmación, ser un emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí con un (4,93) poniendo que las personas no son compatibles con las ideologías de un negocio y de ser emprendedor por miedo al fracaso.

2.6.2.4. Análisis de la intención emprendedora de los universitarios.

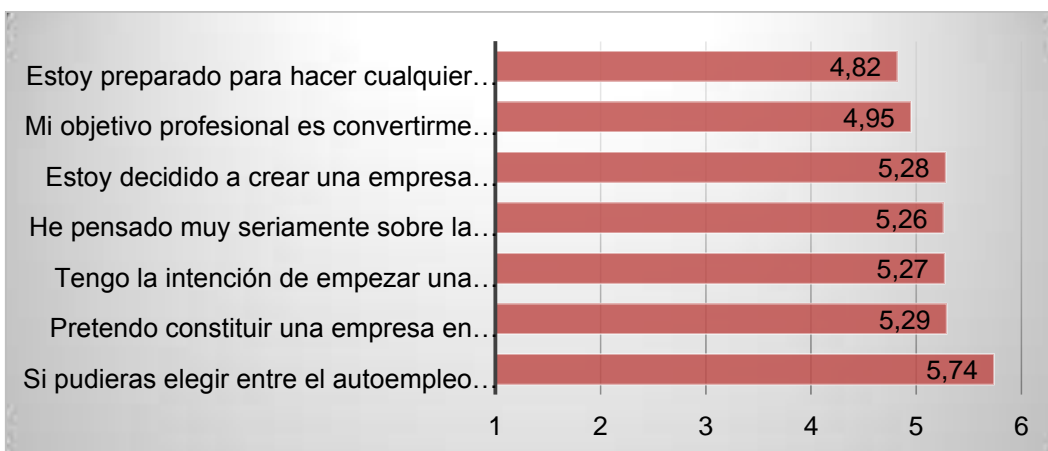


Figura 6: Intención de ser emprendedor.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

La figura 42 permite afirmar que la actitud de querer emprender de aquí a 5 años se toma mucho en consideración con una media de 5,29, en la cual se destaca: si pudiera elegir entre el autoempleo o ser propietario-gestor de un negocio con una media de 5,74 que en la escala de Likert es una muy buena posición porque se está muy de acuerdo.

Cabe recalcar que los otros ítems se encuentran bajo la media, como son: estoy preparado para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor (4,82), mi objetivo principal es convertirme en emprendedor (4,95), entre otros.

No se encuentra en una mala posición, pero podría mejorar, con un mayor incentivo en lo que es el emprendimiento, de manera que los estudiantes comprendan que no solo hay esa opción de trabajar como empleado sino ser el jefe de uno mismo.

2.6.2.5. Rasgos personales y competencias.

2.6.2.5.1. Capacidad creativa.

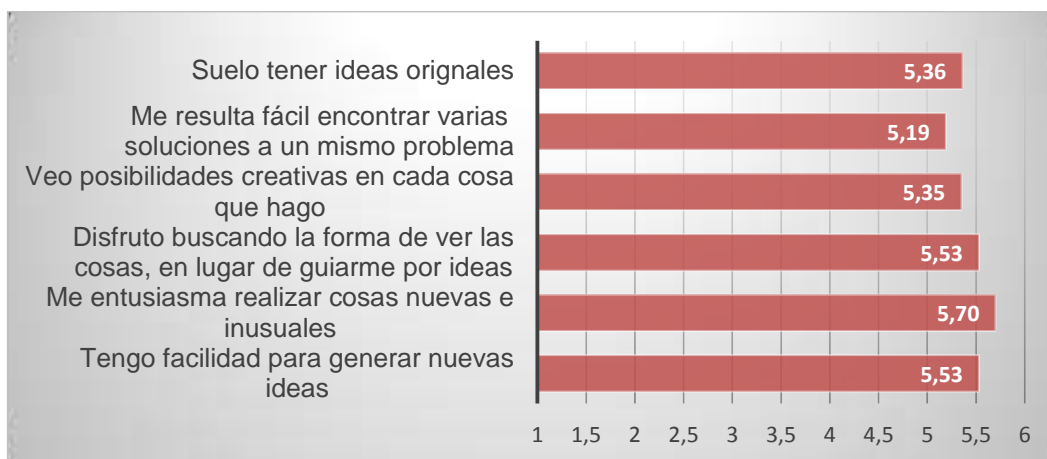


Figura 43: Capacidad creativa.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Matilde Campaña

Al analizar la figura 43 se puede constatar que el entusiasmo en cosas nuevas es considerado importante, las posibilidades creativas, son aspectos positivos que tengan estas perspectivas, siendo el primer paso para llegar a cima con una media de 5.44, en la cual se destaca: me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales 5,7 que en la escala de Likert es una muy buena posición debido a que se está muy de acuerdo, tengo facilidad para generar nuevas ideas y disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas ambas con una media de 5,53.

Me resulta fácil encontrar varias soluciones en un mismo problema (5,19), siendo la la media más baja obtenida en este análisis, debido a que no todos logran encontrar varias

soluciones a un problema algo que se debería desarrollar para que los estudiantes puedan desenvolverse de la manera correcta en un futuro.

2.6.2.5.2. Aversión al riesgo.

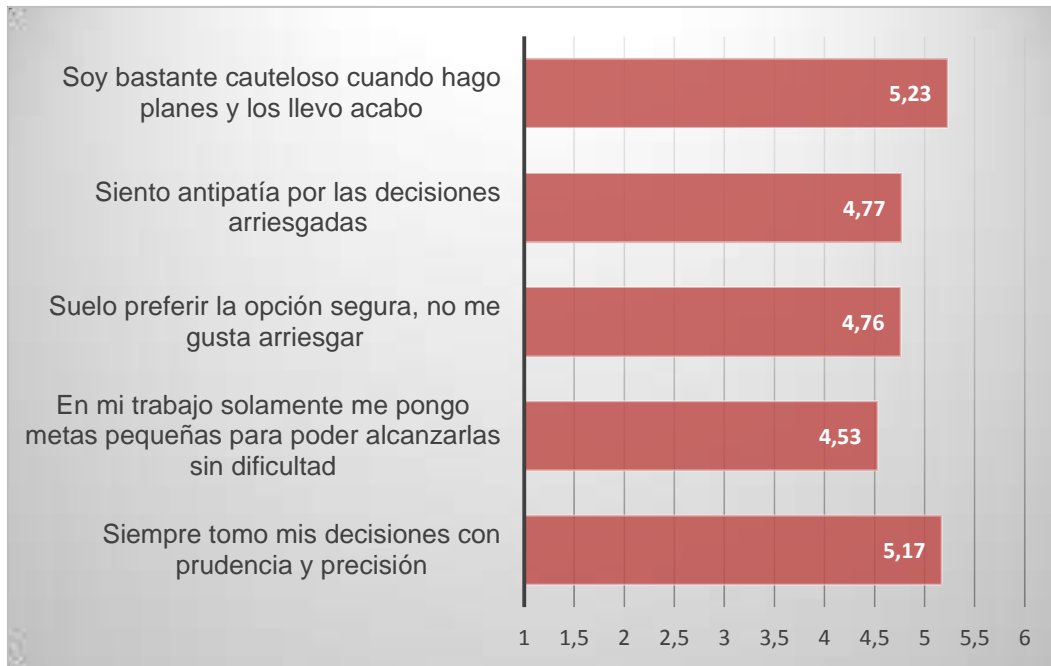


Figura 44: Aversión al riesgo.
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

La figura 44 permite afirmar, que aspectos muy positivos es que la mayoría posee facilidad para generar nuevas ideas, todo esto se desenvuelve con una media del 4.96, en la cual se puede ver que la que se destaca la afirmación suelo pensar en las consecuencias desfavorecidas de mis actos (5.30), así como soy bastante cauteloso cuando hago planes (5.23), lo que es un aspecto favorable porque todo emprendedor debe ser prudente y tomar decisiones adecuadas sin que peligre su negocio.

2.6.2.5.3. Escala de locus de control.



Figura 45: Escala de locus de control

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Matilde Campaña

La figura 45 permite afirmar aspectos muy positivos como el hecho de que la mayoría está totalmente de acuerdo con afirmaciones muy importantes en torno a la percepción que tienen para poder potenciar una actitud emprendedora con una media de (5,5), la cual es alta. Como por ejemplo, el hecho de afirmaciones como creo que mi futuro dependa de mí donde se obtiene una media de 5,73 suelo pensar en consecuencias desfavorables de mis actos, y las calificaciones que tengo dependen únicamente de mí con el 5,63, son las más altas con respecto a la media, lo que denota que los estudiantes poseen una actitud positiva de liderazgo, autonomía, equilibrio emocional así como madurez para asumir que los acontecimientos que suceden, son resultado de sus propias acciones, siendo muy favorable las percepciones con respecto a las afirmaciones anteriores.

2.6.2.5.4. Proactividad.

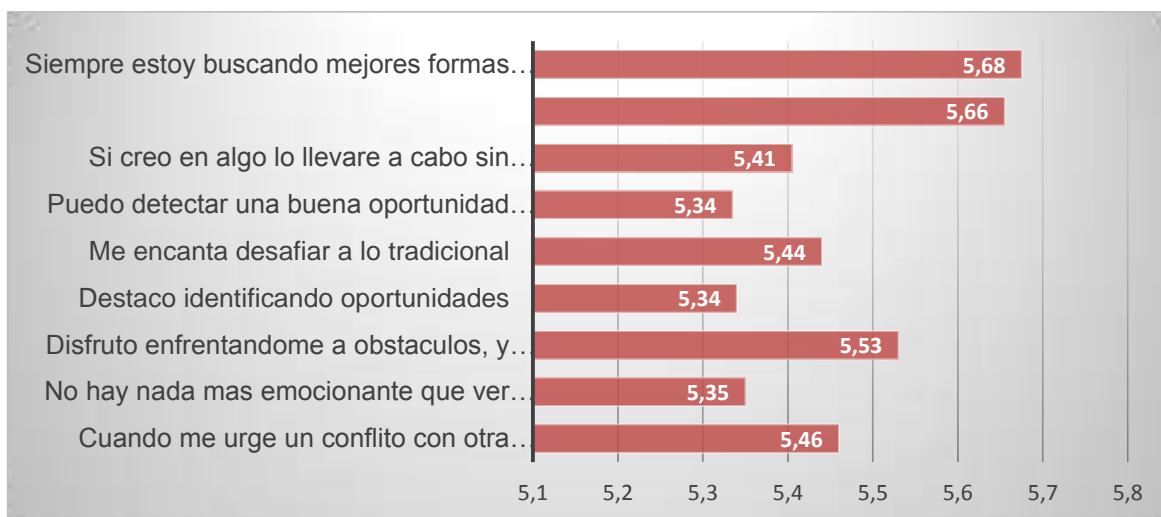


Figura 46: Proactividad.
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

La figura 46 permite analizar aspectos muy positivos, como la mayoría está totalmente de acuerdo con afirmaciones muy importantes para potenciar una actitud emprendedora, como por ejemplo, el hecho de siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas con el 5,68 que sobrepasa la media que es de 5,47 así como me gustaría defender mis ideas 5,66 entre otras en estos ítems tenemos respuestas positivas ya que están de acuerdo según la escala del 1 al 7 lo que se refiere a que la mayoría, consideran que siempre están buscando mejores formas de hacer las cosas, y tengan perspectivas de ser creativos, de encontrar oportunidades de crecimiento, superación e independencia económica; además respuestas del 5,46 que están de acuerdo con que disfrutaban enfrentándose a obstáculos y superarlos ósea se enfrentaría al riesgo que es un aspecto importante para emprender.

2.6.2.6. Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender.



Figura 47: Autoeficacia
 Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Matilde Campaña

En la presente figura, se representan un total de 17 ítems con una media de 5,26 lo que representa que la mayoría, consideran que el grado de confianza en sus capacidades para explicar verbalmente o por escrito de forma clara y concisa con 5,31 es totalmente capaz, lo que significa que están de acuerdo con esta idea, siendo un aspecto positivo que permiten

afirmar que cuentan con la preparación y formación para emprender, así como para diseñar campañas de marketing 5,37, estimar fondos para su negocio 5,3, la demanda de nuevos productos 5,17 es favorable el nivel de conocimiento que poseen los estudiantes con respecto a las dimensiones propuestas y tienen una variación leve con respecto a la media.

De igual manera los estudiantes, consideran que el grado de confianza en sus capacidades para inspirar, alentar a sus empleados y motivarles, es totalmente capaz, con el 5,48, la facilidad de crear una red, intercambiando información 5,24, lo que significa están capacitados para emprender y ser líderes, así como para responder de forma eficiente a los problemas y las situaciones del día a día.

La mayoría, consideran que el grado de confianza en sus capacidades para negociar con clientes 5,31, leer e interpretar estados financieros 5,13 así como para captar y administrar los activos financieros de un negocio 5,15; que, aunque estén debajo de la media es favorable como respuesta.

2.6.2.7. Inteligencia emocional (control de emociones).



Figura 48: Inteligencia emocional

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

La figura 48 representa que la inteligencia emocional y madurez de los estudiantes es significativa con una media de 5,08; en donde los ítems cuando asumo tareas me motivo imaginando excelentes resultados 5,33; siento que controlo mis emociones 5,16; y tengo muy claros mis sentimientos 5,17; están sobre la media por lo que quiere decir que están de acuerdo que pueden controlar sus emociones, siendo una actitud muy adecuada que facilitaría el desarrollo de emprendimientos. En veces están por debajo de la media cuando me siento triste tengo mucha energía 4,72; soy consciente que cambio mis emociones 5,04 lo que es un aspecto positivo al darse cuenta lo que podría influir en sus decisiones.

2.6.2.8. Percepción de las condiciones del entorno.

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

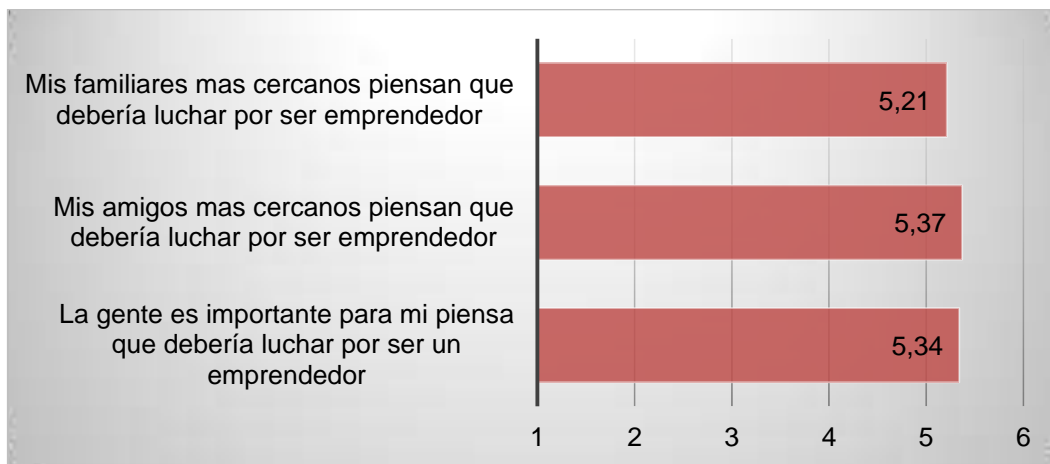


Figura 49: Valoración del entorno social más cercano de los universitarios entrevistados.
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

Observando la figura 49, se puede afirmar que los estudiantes consideran que la gente importante, los amigos, la familia piensan que deberían luchar por ser un emprendedor con una media del 5,30; lo que significa que están totalmente de acuerdo con esta idea, siendo un aspecto importante que permiten afirmar que cuentan con un entorno que favorece las actitudes emprendedoras.

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

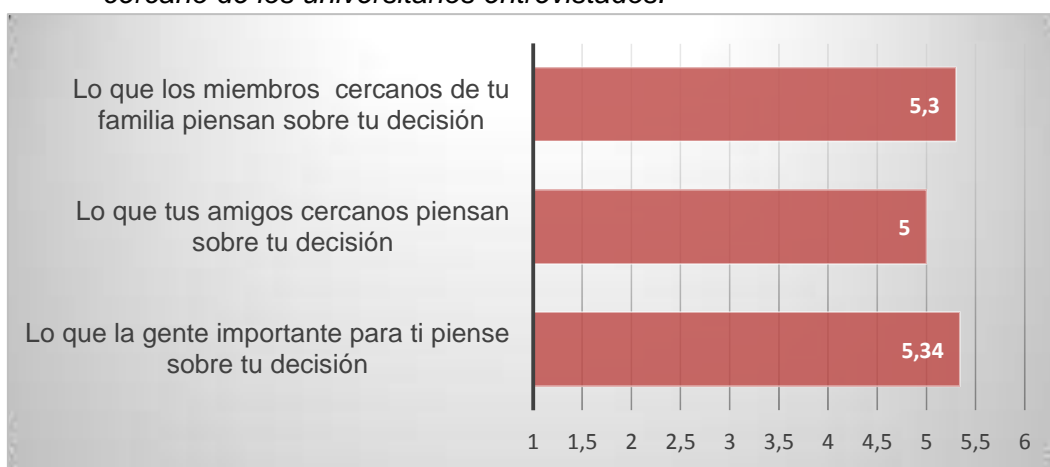


Figura 50: Grado de importancia que otorga a la opinión de su entorno social más cercano de los universitarios entrevistados.
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Matilde Campaña

En la figura 50, los ítems en donde se considera si para los estudiantes objeto de estudio les importa lo que piensan sobre sus decisiones los amigos cercanos, se obtiene una media de 5,25; la gente importante 5,34; los miembros cercanos de la familia 5,30 según nuestro análisis están con ligeras variaciones con la media lo que nos da a entender que les importa mucho lo que piensan y esta podría ser una ventaja porque les impulsa a luchar por las metas que se trazan pero al mismo tiempo podría ser una desventaja por el miedo a ser juzgados cuando deban asumir algún riesgo o fracaso.

2.7. Comparación de resultados en ambas universidades estudiadas

En lo que se refiere a una comparación entre las dos universidades en el tema de los factores socioculturales, se toma en consideración las preguntas más fundamentales, para poder tener un análisis profundo de lo que es la situación actual de ambas universidades en lo que concierne el emprendimiento y su progresivo desarrollo.

Se puede afirmar que, en la universidad privada, prevalece el emprendimiento. En la universidad tecnológica equinoccial (UTE), los estudiantes son económicamente más estables, tomando en cuenta que los estudiantes en su mayoría son estudiantes de cuarto a sexto semestre con un total de 39% sucesivamente encontramos con un 37% los estudiantes de primero a tercero, se debe considerar por otra parte, los estudiantes de la UCE arrasan con un 54% que frecuentan de primer a tercer semestre, seguidos de los estudiantes de cuarto a sexto con un 29%.

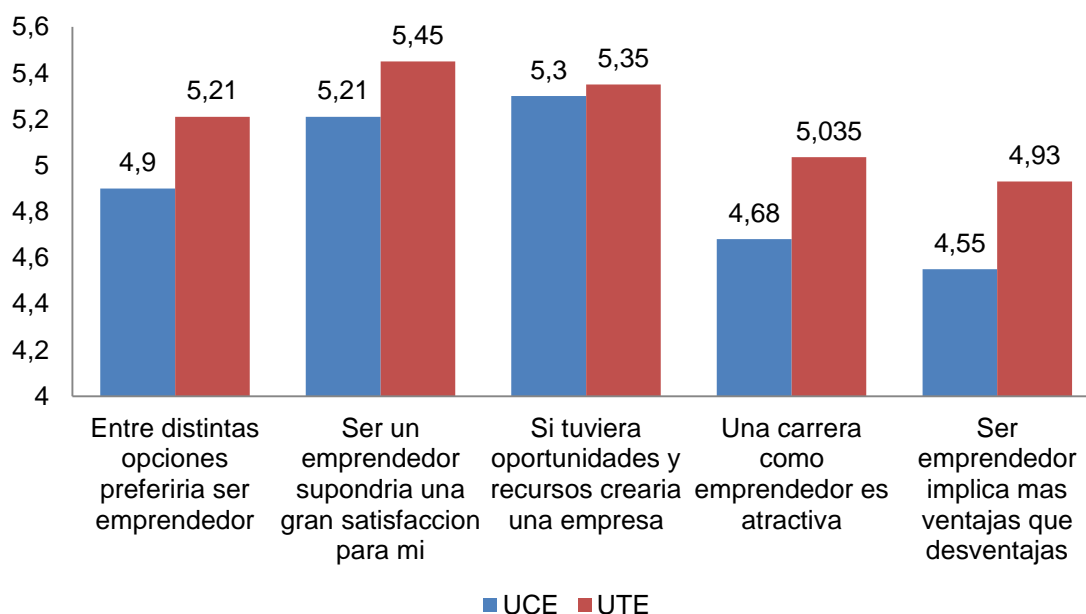


Figura 51: Comparación de la intención emprendedora de las dos universidades
Fuente: Encuestas
Elaborado por: Matilde Campaña

Analizando la intención emprendedora de los universitarios, no muestran diferencias importantes, ya que la UTE se destaca con una media del 5,29 a comparación de un 4,99 de la UCE de esto se puede deducir que la UTE tiene una percepción superior para emprender en un futuro.

Dentro de los rasgos personales y competencias, se recoge aptitudes esenciales del emprendedor como son la creatividad con la media del 5,35 de la UCE frente al 5,44 de la UTE así como la proactividad que de igual manera juega un rol importante tomando el valor de 5,16 en la escala de Likert vs 5,47 nuevamente sobresaliendo la UTE, por otra parte se analizan los rasgos del individuo como la propensión actuar mediante el locus de control, que hace referencia al grado que un individuo percibe el éxito o el fracaso a causa de su propia conducta, acompañado con la aversión al riesgo, cabe recalcar que en estos ítems se tiene en consideración la prudencia y cautela al momento de la toma de decisiones, sobretodo porque una acción mal ejecutada puede llevar a una consecuencia desfavorable.

En los conocimientos y habilidades para emprender, prevalece lo que es un alto grado de confianza en las capacidades para determinar el precio, la demanda, la cantidad de un bien o servicios, etc. Por lo que tiene la convicción de ser capaces de organizar y ejecutar acciones para obtener resultados positivos con una media del 5,6 en la UTE y 5,26 en la UCE, lo que da a notar las habilidades específicas y conocimientos que tienen los estudiantes para dirigir una empresa.

De la misma manera el entorno social es importante para a la autoestima de cada uno de los nuevos emprendedores, puesto que el principal apoyo que reciben es de la gente más cercana que los rodea a diario.

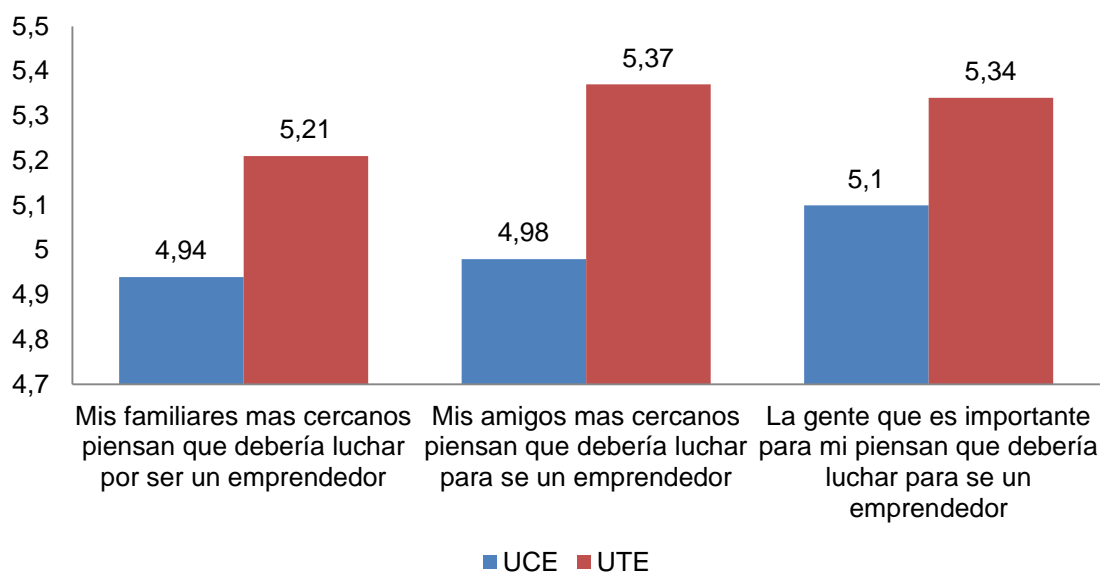


Figura 52: Percepción de las condiciones del entorno

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Matilde Campaña

Comparativamente la universidad tecnológica equinoccial durante todo el análisis siempre ha prevalecido, con los porcentajes y medias más altas como este gráfico con el 5,31 a pesar de toda la variación no es tan notable ya que obtuvimos una media de 5 de la universidad central.

Tabla 4: Comparación de las dos universidades (Factores socioculturales)

FACTORES SOCIO CULTURALES	UCE	UTE	PROMEDIO
Curso Emprendimiento			
Si	31%	43.50%	37.25%
No	69%	56.50%	62.75%
Alguno de tus padres es empresario			
Si	33%	36.50%	34.75%
No	67%	63.50%	65.25%
Posee su propio negocio			
Si	24.50%	40%	32.25%

No	75.50%	60%	67.75%
Estas involucrado en la creación de una empresa			
Si	14.50%	22.50%	18.50%
No	85.50%	77.50%	81.50%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Matilde Campaña.

En el siguiente análisis podemos observar resultados útiles en el contexto sociocultural, en primer lugar se destaca en todos los ítems la universidad tecnológica equinoccial cabe recalcar que en la universidad privada, prevalece el emprendimiento, se habla de que más estudiantes cuentan con negocios propios que sus similares de la universidad pública, es así que, de acuerdo a los resultados emanados del estudio, en la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE), el 40% de los investigados posee un negocio, versus apenas el 24.5% de los de la Universidad Central del Ecuador (UCE), cabe resaltar que según los universitarios en la UTE con un 43.50% reciben cursos de emprendimiento en comparación a la UCE que tiene un 31%.

Tabla 5: Comparación de las dos universidades (Factores contexto emprendedor)

FACTORES DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR	UCE	UTE	PROMEDIO
Incentivo del contexto en general	4.73	5.17	4.95
Valoración del entorno universitario	4.50	4.78	4.64
Obstáculos y barreras	4.69	5.02	4.85
Creatividad	5.35	5.44	5.39
Aversión al riesgo	5.11	4.96	5.05
Locus de control	5.22	5.49	5.35
Proactividad	5.16	5.47	5.31
Autoeficacia	5.06	5.26	5.16
Inteligencia	5.06	5.08	5.07

emocional			
-----------	--	--	--

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Matilde Campaña.

Los datos representan una media de 5,39 en cuanto al desarrollo de la creatividad en ambas universidades donde se destaca el locus de control con una media de 5,35 considerando que la confianza en sí mismos es fundamental para poder obtener un objetivo y ser estables emocionalmente, no solamente a nivel personal, sino también con el entorno. Analizando los factores contextuales se puede notar que los elementos incentivadores hacia una carrera emprendedora son la autorrealización, el apoyo a otras personas, obtener ingresos elevados, generar nuevas ideas y entre otras. Es evidente que nadie nace emprendedor, las habilidades deben irse formando y adquiriendo, con esfuerzo, inteligencia y una dedicación constante.

En cuanto al entorno universitario en afirmaciones como mi universidad favorece el acceso a una red de inversionistas, promueve activamente el proceso de fundar empresas, apoya el desarrollo de equipos, proporciona el conocimiento y fomenta habilidades para los emprendedores, se obtiene el 64.28 % en la UCE y el 68.28% en la UTE, por lo que en ambas universidades, los estudiantes están de acuerdo con el apoyo constante y el incentivo que les ofrecen estas instituciones, en la formación de emprendedores. Entre los obstáculos y barreras para escoger una carrera emprendedora, el 67% frente al 71,71 % donde la UCE sobresale, cabe recalcar que en ambas universidades, los estudiantes perciben las complicaciones en este factor principal, que limitan al nuevo empresario.

En el análisis de los ítems sobre la actitud hacia el emprendimiento muestra una evolución media del 4.93 vs el 5.19 en una escala del 1 al 7 donde son considerados valores elevados por tanto la UCE se enfoca más sobre una actitud positiva en el emprendimiento. Como se puede afirmar, la principal característica de todo empresario es lo que lo mueve al emprendimiento y la innovación. Esta actitud es la que lo diferencia del resto de las personas.

2.8. Perfil universitario y sus características.

El emprendedor es un individuo fundamental dentro de una sociedad, la capacidad de dirigir, de gestionar, y de liderar, principalmente es el motor impulsor para el desarrollo de un país, de una empresa o de una economía familiar.

Al iniciar una nueva empresa se arriesga todo, se tiene la motivación y también cierta incertidumbre, el mayor miedo es el fracaso y la pérdida de todo lo invertido, una de las

consideraciones más importantes para que un proyecto funcione es el perfil que el emprendedor debe tener, y la manera en la que adquiere los conocimientos y sepa sobretodo desarrollarlos.

Tomando en cuenta las tablas de comparación de los resultados obtenidos de las dos universidades se hará un análisis de los rasgos generales del emprendedor universitario.

- Auto realizarse
- Inspiración
- Tener ideas originales
- Creatividad e innovatividad
- Viabilidad
- Percepción del riesgo
- Cauteloso
- Saber priorizar
- Trazar objetivos
- Optimismo
- Prudencia y precisión
- Negociación
- Confianza en los demás
- Confianza en sus capacidades
- Comunicación y socialización
- Proactividad
- Analiza el entorno social

CAPÍTULO III

ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO EN EL ECUADOR

3.1 Procesos de formación del emprendedor universitario

Un emprendedor tiene la capacidad de crear, iniciar y llevar adelante un proyecto, una empresa, un sueño, una ilusión o un nuevo sistema de vida, teniendo siempre como fuente de inspiración la confianza en sí mismo, la autodisciplina, y la determinación de actuar en pro de sus sueños. (Naranjo, 2007)

Un sistema educativo universitario de calidad debe responder a las necesidades de la sociedad y a las expectativas de los estudiantes, ya que mediante lo aprendido el estudiante puede desarrollarse en la práctica, siendo capaz de generar una cantidad creativa sobre el entorno actuando, así como empresarios innovadores, capaces de asumir riesgos y dar soluciones oportunas antes los problemas.

Cuando los estudiantes emprendedores desarrollan sus habilidades, actitudes y progresan en sus carreras profesionales, aporta beneficios económicos fortaleciendo así el capital del país al generar empleo y riqueza, esta formación académica de los profesionales emprendedores se ve influenciada a que la universidad esté conectada con las empresas y con el entorno regional.

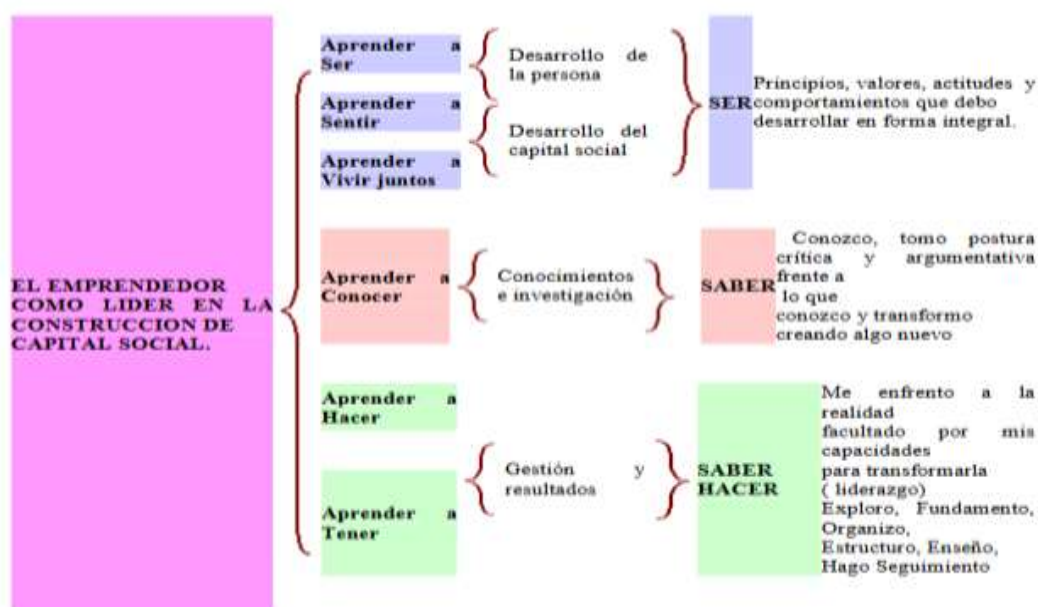


Figura 53: Modelo de aprendizaje.
Fuente: Naranjo (2007)
Elaborado por: Matilde Campaña

Para las Universidades formar emprendedores innovadores es un reto, ya que la Universidad tradicionalmente se ha dedicado a formar profesionales con amplios

conocimientos, pero dedicados a buscar empleo, mas no a construir su propio negocio tanto en el sector público o privado. (Camacho, 2007)

Por lo tanto, corresponde a las universidades, como instituciones de promoción y desarrollo social, adelantar un papel de liderazgo en la formación de la cultura emprendedora de sus estudiantes, pero para que esta actividad produzca resultados concretos es necesario que la labor educativa no se efectúe sobre el vacío, como producto de las buenas intenciones o de la intuición, debe estar estrechamente vinculada a la investigación, de la cual, debe nutrirse, encontrar orientación y solidez (Romero, 1988; Robledo, 1993).

En los años 80 el modelo de aprendizaje creado, solamente contemplaba los contenidos como el elemento fundamental del modelo, ignorando completamente las actitudes y aptitudes que son otros elementos constitutivos de cualquier modelo de aprendizaje, como se aprecia en el siguiente gráfico.



Figura 54: Modelo de aprendizaje.
Fuente: Grupos de Reflexión de Cursos de Pedagogía y Lasallismo (2014)
Elaborado por: Matilde Campaña

El proceso para la formación del profesional emprendedor se caracteriza por el papel activo que toma el estudiante dentro del mismo, en el cual valoran el error como potenciador del conocimiento, haciendo de la educación una experiencia transformadora que le permita extraer de sí misma el máximo de su potencial.

Para esto Naranjo (2007) propone un modelo pedagógico para la formación del profesional emprendedor, el cual se caracteriza por el papel activo que toma el estudiante en el proceso

de aprendizaje, valora papel del error como potenciador del conocimiento y propenden por hacer de la educación una experiencia transformadora, es decir, que le permite a las personas extraer de sí mismas el máximo de su potencial.



Figura 55: Modelo ideal para la formación de emprendedores.
 Fuente: Modelo propuesto por Silva (2011)
 Elaborado por: Matilde Campaña

En Ecuador las expectativas de los universitarios son muy altas, las mismas que generan ideales para emprender y ser gestores sociales; sin embargo, la falta de empleos y oportunidades en los sectores públicos y privados, ha orillado a los jóvenes a generar sus propios negocios para la supervivencia, y por ende es muy importante tomar en cuenta y buscar estrategias para fortalecer las actitudes y actitudes del profesional.

El reconocimiento del emprendimiento en Ecuador se inicia desde el 2004 desde las aulas universitarias ecuatorianas, acompañadas de organismos externos a la realidad ecuatoriana como son Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (GEM) y la Confederación de Empresarios de Madrid (CEIM), entre otros, surgiendo los mismos desde el sector privado. (Samaniego, 2014)

De acuerdo a un estudio realizado “Empresas dinámicas en Ecuador: factores de éxito y competencias de sus fundadores” aproximadamente el 90% de los emprendedores indicaron que el espacio para competir en el país con un producto o servicio diferenciado fue la principal fuente de oportunidades en que basó la creación de sus empresas. Cabe recalcar

que el 75% pertenecen al sector basado en el conocimiento, además se apoyaron significativamente en el uso de Internet.

El 50% de emprendedores pertenecen a redes informales conformadas por hasta ocho personas, quienes principalmente son amigos que se han desempeñado como ejecutivos de empresas grandes y que en el 35% de los casos no mantienen vínculos comerciales con la empresa. (Arteaga, 2009)

En el Ecuador no existe varias empresas que generen empleo, ya que hoy en día muchos jóvenes están expuestos a muchos cambios con la aparición de las nuevas tecnologías que han remplazado la mano de obra, por lo que muchos jóvenes emprendedores han recurrido principalmente a amigos, conocidos, proveedores de su región y familiares para la obtención de recursos de información, tecnológicos e insumos. Además, según (Arteaga, 2009) las universidades, instituciones públicas, asociaciones/gremios e incubadoras no participan activamente en el proceso de apoyo a los potenciales emprendedores ni a los empresarios existentes.

Desde hace muchos años atrás las Universidades se han convertido en fuentes generadores de conocimientos y aprendizaje, con la única finalidad de convertir al estudiante en empleados de un sector público o privado, muchos han desarrollado conocimientos limitados que han permitido la búsqueda de empleo y al mismo tiempo el desempleo, porque siempre están esperando una oportunidad de trabajo, mientras que no se ha dado énfasis a la otra parte como es el desarrollo de estrategias para generar emprendimientos para el beneficio de una colectividad, por ende es importante fortalecer al estudiante con visión a largo plazo generando proyección en el contexto de emprendimientos, para de esta manera trascender al mercado como fuente generadora de economía.

Es muy importante tomar en cuentas las estrategias de fortalecimiento del perfil del emprendedor universitario solo así se formar profesionales con conocimientos basados en el emprendimiento y el fortalecimiento del sector económico.

Las universidades actualmente deben ser universidades modernas donde interactúan los centros de investigación con los profesores, con el objetivo de busca de soluciones a los problemas y necesidades reales del mercado y el medio ambiente. El término de universidades modernas, describe a las universidades que incorporan la generación de conocimiento como segunda misión de la misma, y se enlaza la enseñanza y la investigación científica (Blenker, 2004).

Según Blenker (2014) manifiesta que las universidades deben ser generadores de conocimiento, en las mismas que se deben actualizar las mismas, para generar profesionales pensantes que permitan generar emprendimientos, la misma que varias universidades buscan generar investigaciones para fomentar el desarrollo y conocimiento en los jóvenes, es esencial ser partícipes de la investigación generadora de ideas innovadoras para el fortalecimiento académico y empresarial.

El emprendedurismo universitario es el corazón del sistema de innovación universitario, que genera la transferencia de conocimiento y tecnología, a través de intermediarios tales como oficinas de transferencia de tecnología y la creación de incubadoras o parques científicos que finalmente generan las empresas de nueva creación. Cuando las universidades apoyan e incentivan el emprendimiento, pueden transformar el conocimiento que poseen las innovaciones que pueden generar la creación de nuevas organizaciones. (Rotherma, 2007)

Según la interpretación del autor analiza lo siguiente el universitario es la pieza clave para el funcionamiento de un sistema educativo, que genera conocimiento de aprendizaje, en donde permite al estudiante desarrollar sus capacidades y habilidades para generar conocimientos basados en la formación de proyectos que generen emprendimientos.

En el contexto empresarial, “emprendimiento” se refiere a las iniciativas empresariales concebidas libre y espontáneamente por cualquier persona. El componente diferenciador respecto a cualquier otro tipo de iniciativa es que el emprendedor aprovecha las oportunidades que se le presentan, las mismas que son asumidas como una opción superior de autorrealización y de generación de empleo e ingresos; es un “estilo de vida”. (Pérez, 2009)

Según Emma Pérez, interpreta al emprendimiento empresarial como una oportunidad que se presenta en la vida diaria, la misma que permite generar empleo, solo se puede lograr con iniciativa y poniendo en práctica todo lo aprendido en el sistema educativo, que permite buscar estrategias de emprendimiento para la construcción de empresas y centros gestores de economía.

Es preciso destacar que la formación y la motivación hacia el emprendimiento empresarial es una de las estrategias más implementadas por las más importantes universidades del mundo, como un mecanismo eficiente y comprobado para aumentar tanto la velocidad de nacimiento y de desarrollo de nuevas empresas, como su tasa de éxito a mediano plazo. Ello ha llevado a que, actualmente, existan más de 2,500 incubadoras en marcha en países industrializados y en economías en transición, destinadas a potenciar el desarrollo tanto global como el de ciertas áreas estratégicas. (Pérez,2009)

Según el autor, manifiesta es muy importante formar profesionales con visiones innovadoras en el desarrollo de ideales para incrementar más empresas que permitan el incremento de empleo, Esto permite que las políticas de educación sobre emprendimiento sean dinámicas, de forma tal que incluso un estudiante de diseño gráfico, por ejemplo, puede tomar cátedras relativas a emprendimiento. Esto fomenta el espíritu emprendedor en los estudiantes de la universidad en general. Dicho esto, se entendería que el emprendimiento es considerado un eje transversal del proceso educativo de las universidades que optan por este modelo. Con respecto al enfoque de la enseñanza de emprendimiento, así como al uso de las herramientas de aprendizaje, durante el XVII Congreso Latinoamericano y del Caribe sobre Espíritu Empresarial llevado a cabo en el año 2006, se dio importancia al desarrollo de las etapas y los elementos para fomentar el espíritu empresarial en un esquema educativo.

En algunos planteles de educación se aplica lo que se podría denominar “medios experimentales de educación”, donde el docente es un facilitador del proceso de aprendizaje, dotado de instrumentos técnicos y de experiencia práctica. En este y cualquier esquema de educación la malla curricular tiene una importancia fundamental, dado que debe alinearse con los objetivos de la carrera. En América Latina, y particularmente en el Ecuador, se carece de estándares educativos que permitan evaluar la malla curricular de la carrera de emprendimiento, por lo que se necesita acudir a estándares internacionales. (Fredy, 2007)

Según (Fredy, 2007) en el Ecuador no existe un alto estándar de educación que ayude al estudiante universitario en la formación, de desarrollar las capacidades y habilidades, creatividad para poner en práctica y crear emprendimientos que generen empleo. Se puede manifestar que en los países subdesarrollados todavía existe ese pensamiento de limitación, que no ha permitido crecer y seguimos siendo.

Estas nuevas condiciones del mercado implican para las empresas, la exigencia de “contar con personas que posean un alto grado de flexibilidad para adecuarse a los nuevos procesos laborales.

Tradicionalmente asociada a “la educación empresarial” vivimos tiempos diferentes que necesitan renovar los marcos teóricos, los contenidos pedagógicos y las metodologías didácticas. El enfoque “emprendedor es el creador de nuevas empresas, reuniendo los recursos necesarios para aprovechar una oportunidad de mercado. (Mario, Dehter, 2009)

Tener educación de calidad implica un compromiso de todos los involucrados. Sin embargo, parecería que hay una suerte de conformismo, pues los actores aceptan resignar la calidad

de la educación por comodidad, por ley del menor esfuerzo y menor compensación. A los estudiantes no les gusta que les exijan, los profesores no exigen para no resultar incómodos y las autoridades no exigen para evitar problemas. Es decir, aunque todos sabemos el problema, queremos que otros cambien sin que eso me afecte de ninguna forma (Malhotra, 2004).

Según lo manifiesta el autor vivimos en una sociedad conformista, facilista porque siempre estamos ligados a los cambios, como por ejemplo hoy en la actualidad el internet nos ha facilitado y perdimos es buen habito de investigar, de la misma manera estamos ligados a proceso educativos fallidos que se debe reformar los contenidos que no han permitido ir más allá de ser profesionales, una de las formas para lograrlo es enseñando al estudiante ir más allá de lo aprendido, para generar microempresas y llenar las expectativas del perfil profesional, se podrá lograr este cambio solo si nos exigimos, y miramos para adelante tomando en cuenta los siguientes pasos:

- Aprovechan las oportunidades del mercado.
- Identifican potencialidades y generan una necesidad de innovación y/o mejora de procesos.
- Se orientan a ser empresas competitivas y de crecimiento continuo.
- Demuestran competencias, funciones y desarrollan estrategias competitivas.
- Se articulan a procesos y modelos de desarrollo local, regional y nacional.
- Demandan servicios diversos con la finalidad de mejorar sus productos y obtener mayor rentabilidad.

Se trata de apoyarlos para plasmar y concretar ideas con mayor garantía de éxito que si lo hicieran por cuenta propia. Es preciso destacar que la formación y la motivación hacia el emprendimiento empresarial es una de las estrategias más implementadas por las más importantes universidades del mundo, como un mecanismo eficiente y comprobado para aumentar tanto la velocidad de nacimiento y de desarrollo de nuevas empresas, como su tasa de éxito a mediano plazo (Peña, 2015).

Las ideas innovadoras generan éxito en el ámbito laboral del emprendimiento, también es importante la preparación académica, porque es un ente que ayuda a generar conocimiento, por ende, es esencial genera desde un principio varias estrategias que vayan de acorde al trabajo que se desea generar.

Tener educación de calidad implica un compromiso de todos los involucrados. Sin embargo, parecería que hay una suerte de conformismo, pues los actores aceptan resignar la calidad de la educación por comodidad, por ley del menor esfuerzo y menor compensación. A los estudiantes no les gusta que les exijan, los profesores no exigen para no resultar incómodos y las autoridades no exigen para evitar problemas. Es decir, aunque todos sabemos el problema, queremos que otros cambien sin que eso me afecte de ninguna forma (Malhotra, 2004).

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

El desarrollo de emprendedores y nuevas empresas es un objetivo común a distintas políticas, tales como las de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa (Mi PYME), las de fomento de la innovación tecnológica, las de educación y las de empleo y formación profesional (Angelelli, 2005).

Los mecanismos de acompañamiento para el fomento del empresario permiten el desarrollo del universitario en el campo laboral ya que según un estudio realizado por (Arteaga, 2009) uno de cada dos emprendedores recuerda que para la obtención de información y la identificación de oportunidades de negocio fue importante la interacción con grupos conformados por una a tres personas, quienes en más del 50% de los casos se habían desempeñado como ejecutivos de empresas, sean estas grandes o PYMES.

Al involucrar el sector social en estos procesos de emprendimiento, se fortalecen los niveles de competitividad empresarial, contribuyendo al desarrollo de la región o del país, así queda demostrado, que las empresas creadas desde el enfoque social, genera no sólo una forma de empleo y de concepción de la empresa, también brinda bienestar a la comunidad involucrada reduciendo los niveles de exclusión social. (Salinas & Osorio, 2012)

Para Naranjo (2007) el potencial empresario debe conocer cuáles son sus valores, actitudes y dones, y analizar si estos son los que mejor le permitirán desempeñarse como líder para propiciar las relaciones de confianza, reciprocidad y cooperación en su equipo de trabajo, y, además, debe preparar un plan de trabajo para potenciar estos valores y actitudes

En el estudio “Hacia un modelo de emprendimiento universitario” se plantea una propuesta de un Programa de Emprendimiento PRODEM, el cual tiene como objetivo unificar el área de formación empresarial, para lo cual se plantea un programa curricular de acción-actuación-creación, con el fin de resolver problemas, encontrar oportunidades y generar

actividades empresariales sostenibles en un contexto socio laboral profesional que posibilite mejores condiciones de vida y mayor desarrollo regional. (Camacho, 2007)



Figura 56: Hacia un modelo de emprendimiento universitario.

Fuente: Modelo propuesto por (Camacho, 2008)

Elaborado por: Matilde Campaña

De acuerdo a los resultados obtenidos en una encuesta dirigida a veintinueve agentes/expertos en materia de emprendimiento por el Observatorio de Emprendimiento Universitario edición 2015-2106 en España, la mayoría de los universitarios entrevistados reconocen la existencia de a de diversos programas, asignaturas, infraestructuras e incentivos dirigidos a la comunidad universitaria para fortalecer/desarrollar el emprendimiento universitario. En la siguiente tabla se observa las acciones universitarias empleadas para promover el emprendimiento y los resultados obtenidos.

Tabla 6: Acciones universitarias en materia de emprendimiento

Elementos de un entorno universitario emprendedor	Alumnos
Promueve diversos programas orientados a fomentar el emprendimiento en la comunidad universitaria	70,3%
Proporciona asignaturas/cursos orientados a la formación en emprendimiento.	61,8%
Tiene una unidad de apoyo orientada a la incubación de nuevas empresas creadas por los estudiantes/profesores.	50,0%

Incentiva a los emprendedores universitarios a través de premios o reconocimientos.	62,0%
Difunde continuamente los programas de apoyo o iniciativas orientadas a promover el emprendimiento.	59,0%

Fuente: (Observatorio de emprendimiento universitario edición 2015-2016)
Elaborado por: Matilde Campaña.

Para Salinas & Osorio (2012) el emprendimiento es una iniciativa personal con proyección comunitaria que se desarrolla en contextos sociales y económicos generando sinergias cooperativas entre los diferentes actores que participan en toda “acción emprendedora”.

Las acciones de un proyecto de fomento deben ser consistentes con sus objetivos. Si lo que se busca es difundir la cultura emprendedora, las actividades deberán apuntar a generar motivación y competencias emprendedoras en la población (Angelelli, 2005).

Los autores Salinas & Osorio (2012) acotan que el emprendimiento es innovación, por lo tanto, la integración entre universidad, gobierno, comunidad y empresas del entorno es fundamental para construir escenarios cooperantes capaces de generar múltiples alternativas productivas a través de diferentes modelos empresariales como: Asociaciones, red empresarial, corporaciones, y corporativas.

De acuerdo con Villaveces (2006), las primeras vinculaciones entre la academia y el entorno se dieron bajo un esquema de oferta-demanda en el llamado modelo lineal de transferencia del conocimiento, desde el ámbito académico hacia el ámbito industrial, bajo un carácter disciplinar, homogéneo y jerárquico, realizado solo en universidades y centros de investigación para satisfacer intereses académicos y disciplinarios.

Para (Ortiz & Morales, 2011), el modelo del triángulo de Sábato se presentó como una estrategia para relacionar el Gobierno, las empresas públicas y la infraestructura pública en ciencia y tecnología, en los países de Latinoamérica, ya que la región contaba con la particularidad de que el Estado participaba activamente en el manejo de algunas industrias (Maldonado, 2008).

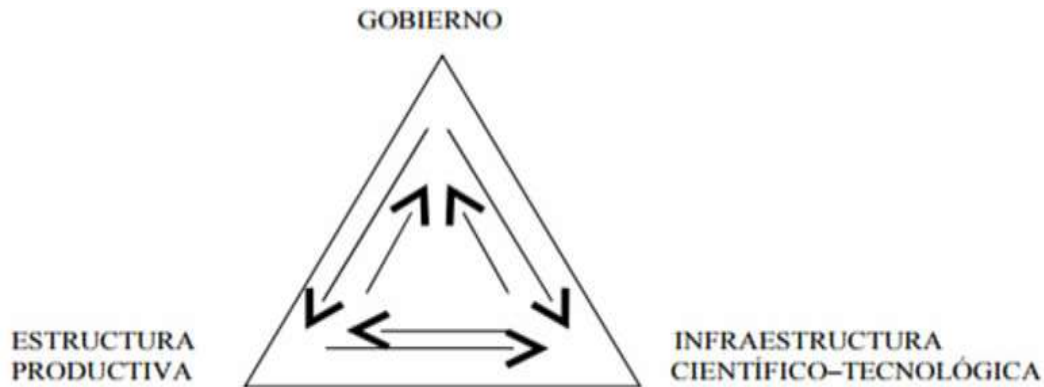


Figura 57: Modelos y mecanismo de interacción
 Fuente: Modelo propuesto por (Ortiz & Morales, 2011)
 Elaborado por: Matilde Campaña

Este es un solo triángulo nacional en el que la sociedad interviene para mantenerlo y responder a las necesidades externas; aquí radica la principal diferencia con el modelo de la triple hélice, en el cual se plantean múltiples esquemas de interacción (Ortiz y Morales, 2011).

Según (Morales, 2011) los mecanismos varían según el contexto de los países desarrollados y los países en desarrollo. En el caso de los países desarrollados, existe una tendencia creciente de las corporaciones privadas a desarrollar alianzas estratégicas con universidades, y muchos de estos países están introduciendo leyes y haciendo innovaciones institucionales de diferentes tipos, así como están descubriendo sus propios caminos de interacción y desarrollo de su capacidad de innovación.

3.3 Estrategias de motivación para el emprendedor universitario.

El emprendedor se identifica porque es capaz de hacer algo novedoso, de dar otro uso a algo que ya existe y así participar en la transformación de su propia vida y la de su entorno, tiene capacidad para generar ideas, transformarlas, adaptarlas, proponer diversas alternativas y ver en un problema una oportunidad. (Ruiz, 2009)

Los emprendedores universitarios tienen a su alcance la tecnología, el seguir informándose y aprendiendo es la llave para su éxito, ya que el conocimiento es poder, lo que es considerado como una estrategia para generar nuevos productos que sobresalgan en el mercado.

Para Angelelli & Julia (2005) las principales motivaciones para promover la actividad emprendedora son sus efectos positivos sobre el crecimiento y el empleo, la materialización de estos efectos positivos puede tomar periodos de tiempo considerables, razón por la cual

los proyectos de fomento deben concebirse con horizontes de tiempo de mediano o largo alcance.

El crecimiento económico depende del perfil de las empresas que se fomentan, ya que deben distinguirse de los negocios ya existentes y de su capacidad para generar productos innovadores en el mercado competitivo.

La Comisión de las Comunidades Europeas (2003) con el fin de impulsar el emprendimiento, propone tres pilares:

- Derrumbar barreras al desarrollo de los negocios y el crecimiento,
- Equilibrar los riesgos
- Recompensar la iniciativa empresarial

Salinas & Osorio, (2012) recomienda que se trabaje de manera interactiva con el individuo, la empresa y la sociedad, como acciones de apoyo propone: simplificar los trámites para crear nuevas empresas, reducir las barreras y los costes, suavizar la legislación de insolvencia, promover el espíritu empresarial en la escuela, apoyarse en la universidad, acceso a préstamos y microcréditos

Además de intervenir en la formación profesional de los alumnos es necesario que las universidades cultiven el emprendimiento de sus estudiantes a través de enseñarles a:

Se dice que la motivación es el proceso que da energía y dirección a la conducta. Conocerlo nos permite comprender por qué las personas realizan o no una acción. En el contexto universitario, la motivación es un tema fundamental para responder preguntas como ¿por qué la motivación de los estudiantes varía a lo largo del ciclo?, ¿por qué algunos estudiantes se muestran interesados y comprometidos, mientras que otros incluso no asisten a clases?, ¿qué puede hacer un docente para promover la motivación en el aula?

Debería ser práctica común que en los planes de estudios se incorporaran grupos de materias que tiendan a una formación integral: que abarquen diversas áreas del conocimiento, distribuidas a lo largo del desarrollo de la carrera, y que dentro de cada grupo el estudiante pueda optar por algunas de ellas e incrementar el interés por las mismas.

A fin de consolidar la actitud emprendedora, se proponen líneas de acción que deben ejecutarse en las universidades de forma permanente como estrategia para generar sinergias y contribuir a la formación de emprendedores y al desarrollo de la cultura emprendedora. Las líneas propuestas deben apuntar mayormente a la Capacitación a los

estudiantes, a través de cursos, talleres, seminarios y jornadas de intercambio con empresarios del entorno local y regional, a fin de brindar conocimientos y herramientas de gestión para la creación de empresas en el futuro.

Por otro lado, se deben crear centros de Apoyo al Emprendedor como ya existen en algunas universidades del país, destinados a brindar asistencia directa y personalizada a emprendedores, a través de asesoramiento y tutorías para evaluación y seguimiento de emprendimientos productivos como también facilitar el acceso a informaciones relevantes para el emprendedor, relativa a posibles fuentes de financiamiento, convocatorias de proyectos, ferias, donde los estudiantes pueden vincularse y aprender de las experiencias y casos que se deben resolver, a partir del trabajo en conjunto con los docentes.

La formación de formadores en emprendimiento, con el objetivo de contribuir a la formación de los docentes universitarios como líderes y orientadores dentro del proceso de enseñanza aprendizaje, a fin de generar en los futuros formadores habilidades y técnicas que promuevan los aspectos actitudinales y motivacionales en potenciales emprendedores, a través de las dinámicas grupales.

La formación de docentes para evaluación y seguimiento de proyectos de emprendimiento, los que pueden evaluar y seleccionar ideas de negocios que puedan ser presentadas a empresarios locales y regionales, con la finalidad de que las mejores ideas de negocio, puedan ser implementadas. Los futuros profesionales deben desarrollar una acción emprendedora en la búsqueda de generar valor a la empresa propia o a su cargo, a través de la creación o expansión de una actividad económica capaz de generar valor agregado, ganancias y rendimientos mayores a los de la competencia o la industria, mediante la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados, esto lo podrán lograr desarrollando las siguientes competencias empresariales:

- Orientación al logro
- Búsqueda de resultados
- Autonomía
- Poder
- Responsabilidad social
- Autoestima
- Conciencia del mercado
- Persistencia
- Creatividad

De acuerdo al estudio realizado en las Universidades objeto de estudio, se plantean las siguientes estrategias basadas en la situación actual de las Universidades con respecto al emprendimiento y a los resultados obtenidos en la encuesta, a juicio de la autora:

Impartir Cursos de emprendimiento. Formación y desarrollo de emprendedores.

Tabla 7: Propuesta 1

Objetivos	Capacitar a los estudiantes en el área de emprendimientos y desarrollo de emprendedores para la adquisición de conocimientos y formación necesaria para la creación de empresas e iniciativas de negocios
Estrategias	Generar espacios de reflexión y construcción en torno al desarrollo de emprendimientos, desde actividades como Talleres y Grupos Focales.
Actividades	Coordinar los Cursos de Capacitación con los docentes y responsables de área afines a los temas planteados. Incentivar la participación de docentes y estudiantes

Fuente: Matilde Campaña.

Elaborado por: Matilde Campaña.

Educación Administrativa financiera para las familias de sectores rurales y urbanos.
Economía Familiar. Programas de Vinculación Social de la Universidad con la territorialidad.

Tabla 8: Propuesta 2

Objetivos	Fortalecer la educación financiera y administrativa de las familias de las zonas urbanas y rurales cercanas a la Universidad, como alternativa para el desarrollo de emprendedores
Estrategias	Realización de Programas de vinculación de la Universidad con la sociedad
Actividades	Análisis del entorno y diagnóstico de la situación actual Temáticas desarrolladas en Módulos para el aprendizaje autónomo de los participantes

Fuente: Matilde Campaña.

Elaborado por: Matilde Campaña.

Ferias de emprendimiento. Proyectos de desarrollo de ideas de negocio para el fortalecimiento de las mejores iniciativas.

Tabla 9: Propuesta 3

Objetivos	Generar espacios que permitan a la comunidad académica promover la cultura del emprendimiento universitario y contribuir al fortalecimiento de los procesos formativos, investigativos y de proyección social, asociados al emprendimiento y la innovación, mediante el desarrollo de conferencias y la socialización de experiencias exitosas a nivel local y nacional, logrando la visibilidad de iniciativas productivas y proyectos innovadores desarrollados desde el que hacer académico y social.
Estrategias	Realizar concursos que permitan reconocer y premiar al mejor emprendimiento en cada una de las categorías fijadas para el desarrollo del evento
Actividades	El participante o grupo de participantes deberá presentar su proyecto sin superar las 4 páginas, en él se debe plasmar las principales características de la iniciativa: Identificar nombre de la idea de negocio Logotipo (si lo tiene) Concepto del negocio Factor innovador Modelo de Negocio Plan comercial (estrategias de mercadeo) Equipo emprendedor Información Financiera del proyecto (como mínimo un presupuesto) Impacto económico, social, académico y ambiental

Fuente: Matilde Campaña.

Elaborado por: Matilde Campaña.

Charlas y Conferencias con emprendedores locales y nacionales que compartan sus experiencias con los estudiantes. Encuentro de emprendedores para intercambiar experiencias con los estudiantes y articular acciones conjuntas.

Tabla 10: Propuesta 4

Objetivos	Incrementar y fortalecer la articulación entre estudiantes y empresarios, donde puedan compartir experiencias y reforzar los conocimientos adquiridos en lo que respecta al desarrollo de habilidades y
------------------	---

	comportamientos emprendedores por medio de charlas, dinámicas y varias actividades.
Estrategias	Realizar un acompañamiento a emprendimientos e iniciativas empresariales, como servicios de apoyo al emprendimiento universitario
Actividades	Dinámicas, charlas, los empresarios podrán contar sus experiencias y casos de éxito. Charla, comportamientos emprendedores, revisión metas – próximos pasos, dinámica, networking (yo compro, yo vendo), casos de éxito y experiencia, encuesta de satisfacción

Fuente: Matilde Campaña.

Elaborado por: Matilde Campaña.

Desarrollo de equipos multidisciplinarios

Tabla 11: Propuesta 5

Objetivos	Favorecer la integración de varias disciplinas en la realización de proyectos afines al desarrollo de emprendimientos
Estrategias	Integración de aprendizajes significativos y competencias específicas para el desarrollo de proyectos de inversión y factibilidad
Actividades	Evaluación de ideas de negocio Análisis de factibilidad Propuestas integradoras

Fuente: Matilde Campaña.

Elaborado por: Matilde Campaña.

Cursos para la creación de empresas y fuentes de financiamiento. Acceso a una red de inversionistas / accionistas

Tabla 12: Propuesta 6

Objetivos	Determinar los elementos conceptuales que abarca la planificación financiera y su relación con el entorno.
Estrategias	Comprender las herramientas cualitativas y cuantitativas que permitan la evaluación de la planificación formulada
Actividades	Articulación con emprendedores Red de inversionistas para posibles fuentes de financiamiento

Fuente: Matilde Campaña.

Elaborado por: Matilde Campaña.

Observatorio empresarial por carreras

Tabla 13: Propuesta 7

Objetivos	Realizar un banco de problemas de las empresas del entorno de las Universidades
Estrategias	Diseñar un repositorio de las empresas del entorno que permita la interacción, análisis de problemas y el diálogo entre los estudiantes y los empresarios
Actividades	Levantamiento de información Diagnóstico Selección de los problemas Convenios para proyectos entre la Universidad y el sector empresarial

Fuente: Matilde Campaña.

Elaborado por: Matilde Campaña.

Competencias del talento emprendedor como temática en la planificación curricular

Tabla 14: Propuesta 8

Objetivos	Aportar pautas y ejemplos prácticos para fomentar la actividad emprendedora en los estudiantes
Estrategias	Diseño de proyectos de factibilidad a partir del aprendizaje basado en problemas
Actividades	Talleres grupales, Conferencias,

Fuente: Matilde Campaña.

Elaborado por: Matilde Campaña.

- Materia optativa “Orientación profesional e iniciativa emprendedora”
- Temáticas en la planificación micro curricular:
 - Iniciativa emprendedora
 - La empresa y su entorno
 - Creación y puesta en marcha de una empresa
 - Función administrativa

Cursos de Liderazgo y habilidades necesarias para el desarrollo de emprendedores

Tabla 15: Propuesta 10

Objetivos	Profundizar en las claves en las que se asienta el emprendimiento como forma de pensar, de hacer y de ser, con especial atención en el trabajo en equipo y la resolución de problemas.
Estrategias	Impulsar el emprendimiento y crecimiento de las Pymes y/o interesados en emprender, permitiéndoles potenciar sus capacidades empresariales.
Actividades	Modelo de educación activa, en el que los participantes construyen su aprendizaje a partir de su experiencia y la participación en el curso. En el marco teórico se consideran los contenidos para que los asistentes interioricen y asimilen profundamente las habilidades directivas necesarias para el correcto desarrollo de puestos de responsabilidad y su importancia en una organización. Se pueden realizar actividades de forma individual y en grupos para que los asistentes integren su aprendizaje a partir de su participación en el curso.

Fuente: Matilde Campaña.

Elaborado por: Matilde Campaña.

Proyecto Incubadora de Negocios, para la creación de empresas con la utilización de un software.

Tabla 16: Propuesta 11

Objetivos	Determinar la importancia de los diferentes elementos que intervienen en la administración de una empresa
Estrategias	Simulador de negocios
Actividades	Manejo de aspectos contables, financieros, estudios de mercado y estimación de oferta - demanda

Fuente: Matilde Campaña.

Elaborado por: Matilde Campaña.

Talleres de creación de empresas

Tabla 17: Propuesta 12

Objetivos	Dar a conocer a los participantes los elementos que contiene un plan de negocio, así como sensibilizarlos acerca de la importancia de su elaboración para aumentar las probabilidades de éxito de una empresa, proporcionándole los conocimientos y las herramientas
------------------	--

	necesarias para realizarlo.
Estrategias	El estudiante será capaz de identificar con exactitud las posibilidades de éxito de su proyecto. Tendrá un panorama amplio de los mercados que pueden significar potencial para un negocio y cómo deberá hacerlo. Podrá trabajar en la elaboración de su propio plan de negocio.
Actividades	Modelo de negocio. Análisis de mercado. Análisis técnico. Análisis de la organización. Marco legal. Evaluación financiera.

Fuente: Matilde Campaña.

Elaborado por: Matilde Campaña.

Difundir y estimular la participación de alumnos en eventos de emprendedores

Tabla 18: Propuesta 13

Objetivos	Difundir y estimular la participación de alumnos en eventos de emprendedores
Estrategias	Estrategias de difusión, promoción, persuasión y publicidad
Actividades	Sitios Web o Blog: Va a ser el lugar al cual acudan los potenciales asistentes para ampliar la información que reciben sobre el evento Correo Electrónico, Redes Sociales como facebook, twitter, linkedin y hasta youtube. Correo Directo: Confección de Folleto informativo o “Anuncios” previos al evento y envío de mensajes.

Fuente: Matilde Campaña.

Elaborado por: Matilde Campaña.

Foros con el tema formación y desarrollo de emprendedores

Tabla 19: Propuesta 14

Objetivos	Fomentar espacios de discusión y análisis en torno al tema de desarrollo de emprendedores
Estrategias	Diseñar espacios comunicativos para a discusión y análisis del tema desarrollo de emprendedores
Actividades	Foro Técnico: Para plantear y resolver grupalmente dudas relacionadas con el tema de discusión. Foro Social: Para el reconocimiento, el esparcimiento, compartir y crear vínculos. Foro Académico: Para discutir los contenidos que interesan. Es indicado para los diálogos argumentativos y pragmáticos. En él se facilita la orientación hacia la indagación y la reflexión sobre conceptos en discusión

Fuente: Matilde Campaña.

Elaborado por: Matilde Campaña.

CONCLUSIONES.

- El emprendimiento es aquella actitud y aptitud que las personas poseen para hacer frente a nuevos retos, nuevos proyectos que permitan mejorar su situación actual y aportar al bienestar de los que los rodean.
- En la Universidad Central y en la Universidad Tecnológica Equinoccial, más del 50 % de los estudiantes encuestados, se consideran emprendedores, al afirmar que prefieren un negocio propio que un empleo, lo que resulta una ventaja competitiva para las universidades
- La formación de los estudiantes está encaminada a la generación de ideas innovadoras y al mejoramiento continuo, que pueda beneficiar al desarrollo del país.
- El emprendimiento en la actualidad, ha ganado gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia laboral y estabilidad económica.
- El emprendimiento se concibe no solo como una fuente de riqueza individual, sino que puede enfocarse en diferentes ámbitos sociales como la educación, medio ambiente, salud, comercio, derechos humanos.
- La Universidad debe ser la base a partir de la cual se construya un cambio que beneficie a la sociedad al ser un ente que forma profesionales para que posteriormente, entren en el ámbito laboral.
- En las Carreras de Pregrado ofertadas por las Universidades, están presentes los temas relacionados con el Emprendimiento y Responsabilidad Social, esto se pudo determinar a través del análisis entre dichos temas con el currículo y el Perfil Profesional de cada una de las Carreras.
- En cuanto a la formación en Emprendimiento es importante resaltar que no existe una asignatura que se denomine como tal y que sea común en el currículo de las carreras, sin embargo, hay asignaturas que tienen relación con este tema como son Liderazgo y Negociación, Liderazgo y Trabajo en equipo, Proyectos Sociales, Gestión de Talento Humano, Evaluación Financiera Social de Proyectos, entre otros.
- Un porcentaje alto de los estudiantes encuestados se considera creativo e innovador, características que son importantes para ser un emprendedor.
- Los estudiantes están de acuerdo en que los conocimientos recibidos aportan para desarrollar acciones de bienestar general con el entorno, que su modo de ser y hacer las cosas genera un aporte ético con el entorno y que su formación tiene una participación activa con el cuidado del medio ambiente.

RECOMENDACIONES.

- Dado que el emprendimiento es un tema de importancia en el ámbito nacional e internacional, se debe procurar el fortalecimiento del mismo, mediante la creación de una asignatura que sea obligatoria y común en todas las carreras, teniendo en cuenta que como se evidenció en el análisis del currículo realizado como parte de la investigación documental, no existe una materia que se llame como tal y que sea común para las carreras.
- Se deben establecer líneas de formación profesional e investigación orientadas a explotar el potencial emprendedor de los estudiantes de las diferentes carreras de la universidad, pero enfocándolo a la vinculación con la colectividad.
- Se debe crear un sistema que ayude a la evaluación del estudiante enfocado al emprendimiento, en la medida que se pudo constatar en el análisis de las carreras realizado, que este sistema no existe en la universidad.
- Se deben incentivar la realización de encuentros con emprendedores, la realización de eventos y Talleres para la formación de emprendedores, así como la articulación de acciones conjuntas con los empresarios.
- Se hace indispensable estimular a los estudiantes al desarrollo de ideas innovadoras que puedan servir de referente para la creación de empresas.

BIBLIOGRAFÍA.

- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito 4 edición*. México: Mc Graw Hill Educación.
- Alles, M. (2003). *Diccionario de Preguntas: Gestión por competencias*. Argentina: Ediciones Granica
- Alpízar, J. (2008). *¿Profesionales competitivos o competentes? II- Tipología de competencias*. Bogotá, Colombia: Editorial Universitaria
- Amar, A. (2009). *Fundamentos de Administración: Teoría general y proceso administrativo*. México: Pearson Educación.
- Alsina et al. (2013). *Rubrica para la evaluación de competencias*. Barcelona: ICE y Ediciones OCTAEDRO, S.L.
- Anzona Rojas, S. (1995). *La actitud emprendedora: espíritu que enfrenta los retos del futuro*. En S. Anzona Rojas, *La actitud emprendedora: espíritu que enfrenta los retos del futuro*. México: Graw-Hill.
- Ander-Egg, E. (2009). *Diccionario del trabajo social*. Argentina: Editorial Brujas.
- Anzorena, O. (2012). *El arte de comunicarnos*. Argentina: Ediciones Lea.
- Araque, W. (2013). *Articulación de la promoción del emprendimiento a nivel universitario*.
- Arribas Fernández, I., & Vila Gisbert, J. (2004). *LA ACTITUD EMPRENDEDORA DEL UNIVERSITARIO VALENCIANO*. En I. Arribas Fernández, & J. Vila Gisbert, *LA ACTITUD EMPRENDEDORA DEL UNIVERSITARIO VALENCIANO*. VALENCIA: Universitat de Valencia.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales*. Estados Unidos de América: Grupo Planeta, Estados Unidos de América.
- Banco Mundial. (s.f.). *El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación*.
- . Bateman, T. & Snell, S. (2004). *Administración, un nuevo panorama competitivo*. Tomo I (6ta. Ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.

- Blázquez, F., Devesa, A. & Cano M. (1999). Diccionario de términos éticos. España: Editorial Verbo Divino.
- Borrell, F. (2004). Cómo Trabajar en Equipo. España: Ediciones Gestión.
- Buckley, R. & Caple, J. (1991). La formación: teoría y práctica. España: Ediciones Díaz de Santos
- Cabra, M. & Horacio, H. (2010). Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial. Bogotá: Ediciones de la U.
- Cánovas, C. (2004). Tejedoras de sí mismas. México D.F: Uaa.
- Carneiro, M. (2004). La responsabilidad social corporativa interna. España: ESIC Editorial.
- Carmen, C. T., & Viveros, H. F. (1996). *LOS EMPRENDEDORES EVOLUCIONAN EL CONCEPTO*. Cali: UNICATOLICA, FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA,.
- Cegarra, J. (2012). La investigación científica y tecnológica. Madrid-España: Ediciones Díaz de Santos.
- Cordero et al. (2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad. *Maskana*.
- CORREDOR, D. Y. (2003). *La importancia de formar jóvenes emprendedores*. Colombia: UPTC.
- Del Junco Garcia, J., Martínez , P., & Zaballa, R. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de Pymes Españolas. *Economía aplicada*, s.n.
- Douglas, E., Finnerty, J., & Stowe, J. (2000). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Marisa de Anta Primera Edición.
- Duarte Cueva, F. (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y negocio*, pp. 46-56.
- Durán, S., Parra, M., & Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opción*, 200-215.
- Ecuavisa. (21 de 2 de 2014). *Ecuavisa-noticias*. Recuperado el 13 de 07 de 2016, de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/54050-jovenes-ecuatorianos-lideran-grandes-proyectos-emprendedores>

.EKOS. (02 de 10 de 2013). Pichincha una provincia de emprendimiento. *Revista EKOS Perú*.

EKOS. (19 de MAYO de 2014). *Ekosnegocios*. Recuperado el 24 de 10 de 2016, de Ekosnegocios:

<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=3624>

El mundo. (s.f de s.f de s.f). Espiritu emprendedor y entorno para los negocios. *El mundo*.

EL TELEGRAFO. (21 de 05 de 2015). ECONOMIA. *EL TELEGRAFO*.

Emprendedurismo. (16 de Noviembre de 2016). *Emprendedurismo*. Obtenido de Emprendedurismo: <http://emprendepd.blogspot.com/p/historia.html>

Ensayo Completo De La Iliada (Homero). (14 de octubre de 2011). Obtenido de Ensayo Completo De La Iliada (Homero): <https://www.clubensayos.com/Filosof%C3%ADa/Ensayo-Completo-De-La-Iliada-Homero/85469.html>

Gallegos Riofrío, R. (s.f.). Innovación y emprendimiento para superar la crisis. *Eidos*.

35. García del Junco, J., Álvarez, P., & Reina, R. (2007). Características del Emprendedor de Éxito en la Creación de PYMES Españolas. *Estudios de economía aplicada*, sn.

García García, M. (2009). *Evaluación de competencias transversales*. Madrid: Universidad Europea de Madrid.

37. GEM. (2015). *El emprendimiento*. Ecuador: Global Entrepreneurship Monitor.

Guerrero et al. (2017). *"Perfil emprendedor del estudiante universitario"*. México: Copyright © 2017 Universia México.

Gutiérrez Robayo, P. (2010). Identifica y potencializa tus competencias emprendedoras. *Bogotá Emprende*.

Hermedia, R. (s/f). Considera que tiene características para ser un emprendedor. *DigiGnos*, 1,4.

Jaramillo, A. (15 de 12 de 2014). Las StartUp ganan presencia en Ecuador. *El Comercio*.

LIDERES. (2013). En la UTE, el emprendedor traza un plan de vida. *REVISTA LIDERES*. Lideres. (s/f). Ecuador cimienta un ecosistema para emprendedores. *Lideres*.

LIDERES. (2013). Los desafíos que tiene el emprendedor en el país. *Revista líderes*.

Ministerio de Educación. (2015). *CURRÍCULO DE BACHILLERATO EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN*. QUITO- ECUADOR: MINISTERIO DE EDUCACIÓN.

Ministerio de Educación Nacional. (2011). *La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos*. Bogota: Panamericana Formas e Impresos S.A.

Ministerio de Educación. (2015). *CURRÍCULO DE BACHILLERATO EMPRENDIMIENTO Y GESTIÓN*. QUITO- ECUADOR: MINISTERIO DE EDUCACIÓN.

Ministerio de Educación Nacional. (2011). *La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos*. Bogota: Panamericana Formas e Impresos S.A.

Morales Rubiano, M. E., Sanabria Rangel, P., & Ortiz Riaga, C. (2015). Interacción universidad y entorno: marco para el emprendimiento. *Educación y educadores*.

Moriano et al. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 75-79.

Nobbot. (05 de 05 de 2014). *Nobbot. Infografía: Historia, origen y evolución del emprendedor*. Obtenido de Nobbot. Infografía: Historia, origen y evolución del emprendedor: <http://www.nobbot.com/negocios/infografia-historia-origen-evolucion-del-emprendedor/>

Observatorio de emprendimiento universitario. (2015-2016). *Perfil emprendedor del estudiante universitario*. Madrid: Crue Universidades Españolas-RedEmprendia-CISE. .

Observatorio de emprendimiento universitario. (2015-2016). Perfil emprendedor del estudiante universitario. Madrid: Crue Universidades Españolas-RedEmprendia-CISE. .

Observatorio del emprendimiento universitario. (2014-2015). *Perfil emprendedor del estudiante universitario*. España: CISE, CRUE, REDEMPRENDIA.

UNIMOOC aemprende. (24 de 4 de 2013). *Los emprendedores preguntan*. Obtenido de Los emprendedores preguntan: http://emprendedorespreguntan.blogspot.com/2013_04_01_archive.html

Universidad Central del Ecuador. (s.f.). *Universidad Central del Ecuador: home*. Obtenido de Universidad Central del Ecuador: home: <http://www.uce.edu.ec/>

UTPL. (s.f.). *Innovación y Emprendimiento » Incubadora de Base Tecnológica*. Obtenido de Innovación y Emprendimiento » Incubadora de Base Tecnológica: http://investigacion.utpl.edu.ec/es/incubadora_tecnologica

ANEXOS

Anexo1: Cuestionario de IECEU.

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"/>
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"/>
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"/>
¿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"/>
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"/>
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"/>
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"/>
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"/>
¿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"/>
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"/>
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"/>
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"/>
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"/>

Bloque G

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

Bloque H

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

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

Anexo 2: Fotografias realizando el cuestionario.





Anexo 3: Escala Likert.

BLOQUE A (pregunta A2)	BLOQUE A (preguntas dicotómicas)	BLOQUE A (pregunta A6)	BLOQUE A (pregunta A7)	Escala Likert
Hombre	Si	Padre	Padre	1
Mujer	No	Madre	Madre	2
		Ambos	Hermano	3
			Otro familiar	4
			Amigo	5
			Profesor	6
			Otro	7