



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

AREA ADMINISTRATIVA

TITULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Análisis del perfil emprendedor universitario. Caso: Universidad Nacional de Loja y Universidad Técnica Particular de Loja, Año 2017

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Valarezo Aguirre, Jenny del Rocío

DIRECTORA: Villafuerte Escudero, Dayanara Isabel, Mgs.

CENTRO UNIVERSITARIO LOJA

2018



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, 2018

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Dayanara Isabel Villafuerte Escudero

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: Análisis del perfil emprendedor universitario. Caso Universidad Nacional de Loja y Universidad Técnica Particular de Loja, realizado por Valarezo Aguirre Jenny del Rocío, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, febrero de 2018.

f) _____

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Valarezo Aguirre Jenny del Rocío, declaro ser autor (a) del presente trabajo de titulación: Análisis del perfil emprendedor universitario: Caso Universidad Nacional de Loja y Universidad Técnica Particular de Loja, de la Titulación de Administración de empresas, siendo Dayanara Isabel Villafuerte Escudero, director (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

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

f.) _____

Autora: Valarezo Aguirre Jenny del Rocío

Cédula: 1719829275

DEDICATORIA

Con cariño, dedico este trabajo a seres maravillosos que Dios y la vida me han dado, mis padres: Sr. Miguel Valarezo y Sra. Marianita Aguirre, mi esposo Edwin Ramírez y a mis hijos: Maribel, Jennifer y Edwin Joel, por ser los pilares fundamentales y fuente de motivación para salir adelante en la vida, por estar siempre a mi lado, brindándome su valioso y sincero amor.

Jenny Valarezo A.

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a Dios, por concederme la vida y la fuerza espiritual para alcanzar una meta tan ansiada, por darme salud y actitud para encontrar alternativas de solución a las dificultades que existen en el camino.

Agradezco a mi esposo por su comprensión, por su apoyo desinteresado en todo momento y por su ejemplo de superación de vida.

A todos los docentes de la Universidad Técnica Particular de Loja que con mucho profesionalismo y ética han contribuido a mi formación profesional. Un reconocimiento especial a la Magister Dayanara Isabel Villafuerte Escudero, directora de tesis que con paciencia me brindo su valiosa y acertada orientación para el éxito de este trabajo.

Jenny Valarezo A.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPITULO I: MARCO TEORICO	
1 Fundamentos teóricos de las características y conocimientos del emprendedor universitario.....	5
1.1 Concepto de emprendedor.....	6
1.2 Características del emprendedor	7
1.3 El perfil del emprendedor universitario.....	11
1.4 Evaluación de las competencias del emprendedor.....	12
1.5 Actividades de formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento.....	14
1.5.1 Asignatura de Emprendimiento y Gestión para el nivel de Bachillerato General Unificado	14
1.5.2 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)	15
1.5.3 Fundación para el Desarrollo Empresarial y Social (FEDES)	16
1.5.4 Prendho - Centro de Emprendimiento	16
1.5.5 Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).....	17
1.5.6 Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, (IEPS)	17
1.6 La vinculación con el entorno y su importancia en la formación del emprendedor	18
1.6.1 Cervecería nacional apoya el emprendimiento.....	19
1.6.2 Alianza estratégica de apoyo al emprendedor.....	20
1.6.3 Ecuador empresario impulsa el emprendimiento juvenil.....	21
1.6.4 Programa formativo de emprendimiento.....	21
1.6.5 “Plan Camiones” apoya al emprendimiento	22
1.6.6 Café mujer una oportunidad para emprender	22
1.6.7 Proyecto de empleabilidad y emprendimiento juvenil impulsado.....	23
1.7 Investigación enfocada a fomentar el emprendimiento.....	24

CAPITULO II: DIAGNÓSTICO DEL PERFIL DEL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO

2. Diagnóstico del perfil del emprendedor universitario.....	26
2.1 Objetivos de la investigación.....	27
2.2 Metodología de la investigación.....	27
2.2.2 Tipo de investigación.....	28
2.2.3 Técnicas e instrumentos de investigación.....	28
2.3 Breve reseña de las universidades objeto de estudio	29
2.3.1 Reseña de la Universidad Técnica Particular de Loja.....	29
2.3.2 Reseña de la Universidad Nacional de Loja	31
2.4 Acciones de las universidades relacionadas a la formación de emprendedores universitarios.....	32
2.4.1 Acciones de la Universidad Técnica Particular de Loja.....	32
2.4.2 Acciones de la Universidad Nacional de Loja.....	34
2.5 Identificación de procesos de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento	35
2.5.1 Procesos de la Universidad Técnica Particular de Loja.....	36
2.5.2 Procesos de la Universidad Nacional de Loja.....	37
2.6 Análisis e interpretación de resultados de la investigación.....	37
2.6.1 Estudiantes universitarios.....	37
2.7 Comparación de resultados en ambas universidades estudiadas.....	67
2.8 Perfil del emprendedor universitario.....	74

CAPITULO III: ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO EN EL ECUADOR

3. Estrategias de fortalecimiento del perfil del emprendedor universitario en el Ecuador	
3.1 Procesos de formación del emprendimiento universitario.....	78
3.2 Mecanismos de acompañamiento y asesoramiento para el fomento del emprendimiento en las universidades.....	81
3.3 Estrategias de motivación para el emprendedor universitario	83
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	86
BIBLIOGRAFÍA.....	88
ANEXOS.....	90

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los emprendedores.....	8
Tabla 2. Diferencias entre emprendedor y empresario.....	10
Tabla 3. Servicios para el estudiante de la UTPL.....	30
Tabla 4. Servicios para el estudiante de la UNL.....	32
Tabla 5. Número de estudiantes a encuestar por carrera universitaria UTPL.....	38
Tabla 6. Número de estudiantes a encuestar por carrera universitaria UNL.....	53
Tabla 7. Factores que incentivan a escoger una carrera emprendedora.....	67
Tabla 8. Valoración del entorno universitario.....	68
Tabla 9. Principales obstáculos para escoger una carrera emprendedora.....	68
Tabla 10. Actitud personal hacia el emprendimiento.....	69
Tabla 11. Intensión de ser emprendedor.....	69
Tabla 12. Creatividad.....	70
Tabla 13. Aversión al riesgo.....	70
Tabla 14. Escala de locus de control.....	71
Tabla 15. Nivel de perseverancia.....	71
Tabla 16. Autoeficacia.....	72
Tabla 17. Capacidad de convencimiento.....	72
Tabla 18. Administración de recurso humano.....	73
Tabla 19. Gestión financiera.....	73
Tabla 20. Inteligencia emocional.....	73
Tabla 21. Valoración del entorno social más cercano a los universitarios.....	74
Tabla 22. Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno más cercano.....	74
Tabla 23: Perfil emprendedor universitario.....	74
Tabla 24: Propuesta.....	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de los estudiantes.....	38
Figura 2. Género de los estudiantes.....	39
Figura 3. Semestre de los estudiantes.....	39
Figura 4. Curso de emprendimiento.....	40
Figura 5. Padres empresarios.....	40
Figura 6. Padres empresarios.....	41
Figura 7. Referente profesional.....	41
Figura 8. Estudiantes que se encuentran laborando tiempo parcial o completo.....	42
Figura 9 Principales incentivos del contexto en general.....	42
Figura 10. Valoración del entorno universitario.....	43
Figura 11. Principales obstáculos para escoger una carrera emprendedora.....	43
Figura 12. Actitud personal hacia el emprendimiento.....	44
Figura 13. Intensión de ser emprendedor.....	45
Figura 14. Gestor de un negocio o ser asalariado.....	45
Figura 15. Probabilidad de crear su propia empresa en los próximos 5 años.....	46
Figura 16. Creatividad.....	46
Figura 17. Aversión al riesgo.....	47
Figura 18. Escala de locus de control.....	48
Figura 19. Nivel de perseverancia.....	49
Figura 20. Autoeficacia.....	49
Figura 21. Capacidad de convencimiento.....	50
Figura 22. Administración de recurso humano.....	50
Figura 23. Gestión financiera.....	51
Figura 24. Inteligencia emocional.....	51
Figura 25. Valoración del entorno social más cercano a los universitarios.....	52
Figura 26. Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno más cercano.....	52
Figura 27. Edad de los estudiantes.....	53

Figura 28. Género de los estudiantes.....	54
Figura 29. Semestre de los estudiantes.....	54
Figura 30. Curso de emprendimiento.....	55
Figura 31. Padres empresarios.....	55
Figura 32. Padres empresarios.....	56
Figura 33. Referente profesional.....	56
Figura 34. Estudiantes que se encuentran laborando tiempo parcial o completo.....	57
Figura 35. Principales incentivos del contexto en general.....	57
Figura 36. Valoración del entorno universitario.....	58
Figura 37. Principales obstáculos para escoger una carrera emprendedora.....	58
Figura 38. Actitud personal hacia el emprendimiento.....	59
Figura 39. Intensión de ser emprendedor	59
Figura 40. Gestor de un negocio o ser asalariado	60
Figura 41. Probabilidad de crear su propia empresa en los próximos 5 años.....	60
Figura 42. Creatividad.....	61
Figura 43. Aversión al riesgo.....	61
Figura 44. Escala de locus de control.....	62
Figura 45. Nivel de perseverancia.....	63
Figura 46. Autoeficacia.....	63
Figura 47. Capacidad de convencimiento.....	64
Figura 48. Administración de recurso humano.....	64
Figura 49. Gestión financiera.....	65
Figura 50. Inteligencia emocional.....	65
Figura 51. Valoración del entorno social más cercano a los universitarios.....	66
Figura 52. Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno más cercano.....	66
Figura 53. Modelo ecosistema emprendedor.....	78

RESUMEN

El presente trabajo se encuentra orientado al análisis del perfil emprendedor universitario de estudiantes de la Universidad Nacional de Loja y Universidad Técnica Particular de Loja año 2017, se analizó detalladamente el perfil emprendedor de los estudiantes con el fin de identificar las características, competencias y factores explicativos de la intención emprendedora de los estudiantes objeto de investigación.

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó el tipo de investigación descriptiva con un método inductivo y analítico, los resultados esperados son de carácter cualitativo, los datos fueron obtenidos mediante fuentes primarias, se realizó una muestra de 200 estudiantes por universidad para lograr la representatividad requerida.

Con los resultados obtenidos se evidenció, que los estudiantes están de acuerdo en iniciar un emprendimiento, sin embargo, se verificó que existen deficiencias en cuanto a aversión al riesgo, poco apoyo para los emprendedores, falta de capacitación y los costes que supone mantener su negocio, para lo cual se propone implementar estrategias enfocadas al desarrollo, fortalecimiento y motivación del perfil emprendedor universitario.

PALABRAS CLAVES: Emprendedor, emprendimiento, innovación, estrategia.

ABSTRACT

This work degree is aimed analysis of the entrepreneurial university profile of students of the National University of Loja and Private Technical University of Loja year 2017, the entrepreneurial profile of the students was analyzed in detail in order to identify the characteristics, competences and explanatory factors of the entrepreneurial intention of the students under investigation.

For the development of the present work we used the type of descriptive research with an inductive and analytical method, the expected results are qualitative, the data were obtained through primary sources, a survey was conducted on a sample of 200 students per university to achieve the representativeness required.

With the results obtained, it was evidenced that the students agree to start an enterprise, however, it is verified that there are deficiencies in terms of risk aversion, little support for the entrepreneurs, lack of training and the costs of maintaining their business , for which it is proposed to implement strategies focused on the development, strengthening and motivation of the university entrepreneurial profile.

KEYWORDS: Entrepreneur, entrepreneurship, innovation, strategy.

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador el emprendimiento se ha convertido en una herramienta fundamental para la generación de fuentes de trabajo y crecimiento económico.

Uno de los retos más grandes de las universidades es la formación integral de estudiantes emprendedores capaces de crear, consolidar y desarrollar sus propias empresas sin miedo al fracaso, para enfrentarse al mundo social y laboral, siendo esta la base para la generación de más empleo.

El presente trabajo de titulación sobre “Análisis del perfil emprendedor universitario: Caso Universidad Nacional de Loja y Universidad Técnica Particular de Loja, año 2017” determina y analiza el perfil emprendedor, con el fin de identificar las características, competencias y factores explicativos de la intención emprendedora del emprendedor universitario, desarrollando los siguientes objetivos: fundamentar teóricamente el análisis de las competencias que requiere el emprendedor universitario para ser exitoso en el ámbito empresarial; analizar las acciones desarrolladas por las instituciones de educación superior de estudio para motivar el desarrollo emprendedor de sus estudiantes; identificar las características que permitan definir el perfil de emprendedor de los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja y la Universidad Técnica Particular de Loja y proponer estrategias de fortalecimiento en las universidades de Ecuador, enfocadas al desarrollo emprendedor de los estudiantes.

La presente investigación consta de tres capítulos dirigidos al análisis del perfil emprendedor.

El capítulo I se enfoca en los fundamentos teóricos de las características del emprendedor universitario, analizando el perfil del emprendedor universitario, por otra parte la evaluación de las competencias del emprendedor, las actividades de formación básica y especializada para el fomento del emprendimiento, la vinculación con el entorno y su importancia en la formación del emprendedor y finalmente la investigación enfocada a fomentar el emprendimiento.

El capítulo II busca diagnosticar el perfil del emprendedor universitario de la Universidad Nacional de Loja y Universidad Técnica Particular, se detalla los objetivos de la investigación, la metodología que se utilizó para la obtención de la información fue una investigación de campo mediante la aplicación de encuestas, con una muestra de 200 encuestas por universidad, también se detalla una breve reseña de las universidades objeto de estudio, acciones y procesos de investigación, por otra parte se realiza el análisis e interpretación de

resultados de las universidades objeto de estudio, comparación de resultados en ambas universidades estudiadas y finalmente el perfil del emprendedor universitario.

En el capítulo III se realizó las estrategias de fortalecimiento del perfil del emprendedor universitario en Ecuador, el análisis de los procesos de formación del emprendedor universitario; mecanismos de acompañamiento y asesoramiento para el fomento del emprendimiento en las universidades y por último las estrategias de motivación para el emprendedor universitario.

En conclusión, los estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja y Universidad Nacional de Loja, tienen la intención de emprender en un negocio propio, lo cual resulta beneficioso dentro de las ventajas de competitividad de las universidades y por ende aportan al desarrollo productivo del país.

CAPÍTULO I.
FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LAS CARACTERÍSTICAS Y CONOCIMIENTOS DEL
EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

1.1 Concepto de emprendedor

La palabra emprendimiento es de origen francés *entrepreneur* que significa “pionero”. No obstante, en el siglo XX el economista Joseph Schumpeter ubica al emprendedor como centro del sistema económico, mencionando que “la ganancia viene del cambio, y este es producido por el empresario innovador” (Schumpeter, s.f.)

Un emprendedor es capaz de identificar una necesidad, materializarla en idea, reunir los recursos necesarios y llevarla a la práctica, transformando esa idea en productos y/o servicios que comercializará a través de una empresa (Schnarch, 2014)

Emprendedor es aquella persona que detecta una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha en forma de un negocio o actividad económica. Se caracteriza por ser una persona innovadora, capaz de generar bienes y servicios de una forma creativa (Sanchez, 2013)

El emprendedor es una persona que reconoce una idea viable para un producto o servicio y que la pone en práctica. Los emprendedores ven el cambio (modificación) como la norma y algo deseable y muchas veces son ellos mismos quienes ocasionan, son creadores. Distinguiendo por su capacidad de identificar nuevas formas de desarrollo y progreso (nuevas oportunidades), necesarias para el género humano en cualquiera de sus múltiples facetas; su habilidad para encontrar, mediante procesos creativos e innovación, soluciones para esas necesidades o esos deseos. (Domínguez & Sanchez, 2007)

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad. (Formichella, 2004)

Emprendedor es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. (Forero, 2013)

Un emprendedor es un inversor y un artesano a la vez. (Serantes, 2014)

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. (Duarte & Ruiz, 2009)

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 encararla. El proceso emprendedor comprende todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y crear organizaciones para concretarlas. (Freire, 2004)

De acuerdo con Diana M. González, citado por (Gonzalez, 2007) emprendedor “Es el que hace que las cosas sucedan”

El emprendedor es una personalidad que hace que cualquier situación negativa se convierta en una oportunidad. La persona emprendedora innova, crea, marca las estrategias, descubre nuevos mercados. Es una persona activa que está haciendo crecer el negocio y lo está mejorando constantemente. Debido a que el emprendedor todo el tiempo piensa en el futuro necesita tener el control sobre sus acciones actuales para que pueda convertir en realidad sus sueños y no se queden solo en pensamientos o palabras. (Barón, 2011)

El emprendimiento en el Ecuador es una forma de superación de motivación de la persona de crecer por su voluntad con la capacidad de innovar con el propósito de satisfacer las necesidades del país; uno de los factores en el Ecuador que se ha conducido al éxito ha sido la acumulación de experiencia, habilidad, capacidad y capaz de asumir riesgos ya sea por su cultura y costumbre.

1.2 Características del emprendedor

Entre las características podemos mencionar las siguientes (Reverter, 2005)

- Capacidad de adquirir recursos y combinarlos de la mejor manera posible para el éxito de un proyecto.
- Limitaciones de los riesgos adquiridos mediante continuos análisis y aplicación de técnicas de gestión,
- Desarrollo de la capacidad de innovar para así obtener ventajas competitivas.
- Perspectiva y capacidad de crecimiento y cambio basado en un profundo y dinámico conocimiento del mercado.
- Capacidad de trabajo muy elevado.

- Capacidad de relaciones personales.

Muchos estudiosos del tema coinciden que los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen del resto de las personas.

De acuerdo con John Kao (1989), citado por (Alcaraz, 2011), el emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- Compromiso total, determinación y perseverancia
- Capacidad para alcanzar metas
- Orientación a las metas y oportunidades
- Iniciativa y responsabilidad
- Persistencia en la solución de problemas
- Realismo
- Autoconfianza
- Altos niveles de energía
- Búsqueda de retroalimentación
- Control interno alto
- Toma de riesgos calculados
- Baja necesidad de estatus y poder
- Tolerancia al cambio

Muchos estudiosos del tema y empresarios coinciden en que los emprendedores poseen una serie de características o cualidades que los hacen diferentes de las demás personas en el cuadro se detalla con claridad muchas de estas características.

Tabla 1. Características de los emprendedores.

1. Factores motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de logro • Necesidad de reconocimiento • Necesidad de desarrollo personal • Percepción del beneficio económico • Baja necesidad de poder y estatus • Necesidad de independencia • Necesidad de afiliación o ayuda a los demás • Necesidad de escape, refugio o subsistencia
---------------------------------------	--

<p>2. Características personales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tener iniciativa • Capacidad de decisión • Acepta riesgos moderados • Orientado hacia la oportunidad • Estabilidad emocional/autocontrol • Orientación hacia metas específicas • Locus de control interno (se atribuye a sí mismo sus éxitos o fracasos) • Tolerancia/ambigüedad/presión/incertidumbre • Receptivo en sus relaciones sociales • Sentido de urgencia/ tiempo valioso • Honestidad/ integridad y confianza • Perseverancia / compromiso total • Responsabilidad personal • Individualista • Optimista
<p>3. Características Físicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Energía • Trabajan duro
<p>4. Características intelectuales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Versatilidad/flexibilidad • Creatividad/ imaginación/innovación • Búsqueda de la verdad e información • Planificación y seguimiento de los resultados • Capacidad de analizar el ambiente (reflexión) • Visión comprensiva de los problemas • Capacidad de solucionar problemas • Planificación con límites de tiempo
<p>5. Competencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Orientación al cliente • Capacidad de conseguir recursos • Gerente/administrador de recursos • Patrón de factores de producción • Exige eficiencia y calidad

	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección y gestión de la empresa • Red de contacto • Comunicación
--	--

Fuente: Sánchez, 2003. Citado por (Alcaraz, 2011)
 Elaborado por: Jenny Valarezo Aguirre

A continuación, se detalla las ventajas y desventajas de ser emprendedor, independientemente del motivo por el que una persona se convierte en emprendedor, puede disfrutar de muchas ventajas.

- Es su propio jefe.
- No hay supervisión de un jefe directo.
- Puede controlar su horario de trabajo.
- Obtiene ingresos y prestigio para sí mismo.
- Se autoemplea y es una fuente de empleo para otros.
- Lleva a cabo una idea, un sueño.
- Puede continuar con una tradición familiar.
- Satisface su necesidad de logro.

Sin embargo, no todo es positivo. El emprendedor también tiene que enfrentar una serie de inconvenientes o desventajas cuando realiza sus proyectos.

- Mayor responsabilidad y, por consecuencia estrés.
- Requiere hacer una gran inversión de tiempo, y por ende dedica menos tiempo a su familia o a su vida social.
- No cuenta con los beneficios de un empleo (prestaciones, estabilidad, etcétera)
- Existe el riesgo de que la empresa fracase
- Si se toman decisiones equivocadas, se puede poner en peligro la estabilidad de la empresa. (Gonzalez, 2007)

Así mismo se detallan las principales diferencias entre emprendedor y empresario.

Tabla 2. Diferencias entre Emprendedor y Empresario.

Emprendedor	Empresario
Trabaja mucho	Piensa y elabora mucho
Hace las cosas él mismo o las controla personalmente	Delega y controla resultados

Es muy bueno solucionando problemas	Es muy bueno definiendo estrategias y objetivos, se anticipa a los problemas
Controla que su gente esté todo el día trabajando	Mide los resultados del trabajo de su gente
Hace muchas cosas	Genera mucho valor
Se rodea de gente trabajadora y sumisa, no tiene tiempo para discutir	Se rodea de gente capaz, se debate a fondo cada decisión
Controla el funcionamiento de la rueda operativa de la empresa	Está mirando la empresa, los cambios del mercado y la evolución del entorno
Premia el esfuerzo	Premia los resultados
Conoce las máquinas de su empresa	Conoce los números de su empresa
Es imprescindible en el momento de crear una empresa y echarla a rodar	Es imprescindible para hacer crecer la empresa una vez que comenzó a rodar

Fuente (Perez, 2009)

Elaborado por: Jenny Valarezo Aguirre

Para concluir, podemos decir que las características que se le atribuye al emprendedor son: Creativo, innovador, flexible, dinámico, pionero, autónomo, crea algo nuevo, adapta ideas, desarrolla oportunidades, posee alta confianza en sí mismo, se esfuerza por sobresalir, toma de riesgo, cumplidos en cuanto a tiempo, trabajan en equipo, persistentes en la consecución de objetivos, buenos planificadores, responsables por hacer sus tareas con calidad y eficacia.

1.3 El perfil del emprendedor universitario

Las personas que tienen aptitudes de emprendedores tienen más oportunidades de dar con el emprendimiento correcto, ya que las características innatas o adquiridas por el emprendedor son decisivas para obtener el éxito. (Perera, 2016)

El emprendedor no es un aventurero. Le gusta el riesgo, pero asume riesgos moderados, haciendo todo lo posible para minimizarlos. Tiene un espíritu creativo e investigador, a través de los cuales mantiene constantes búsquedas mediante nuevos caminos y soluciones, siempre amparados en la identificación de las necesidades de la persona. (Perera, 2016)

Un emprendedor es una persona que toma riesgos, tiene iniciativas y creatividad para hacer que las cosas sucedan y no solamente ser espectador de cómo las cosas pasan; tienen una visión, una idea clara, unas ganas de servir al cliente, aplica su talento creativo e innovador para iniciar su propia empresa o engrandecer una ya existente, es aquel que no espera a que nadie le dé una oportunidad, cree en él y en su proyecto, y lucha por sacarlo adelante.

1.4 Evaluación de las competencias del emprendedor

Los emprendedores tienen un comportamiento diferenciado que puede ser analizado tomando en consideración algunos factores como: necesidades conocimientos, habilidades, valores y actitudes, contexto social e historia familiar (Perera, 2016)

Existen muchos modelos que definen las competencias de un emprendedor. Por ejemplo, la ciudad de Medellín, en un intento por promover una cultura de emprendimiento en todos los sectores de la Ciudad, estableció estas cinco competencias como base:

- **Amplitud perceptual:** Es la capacidad de ver más allá del círculo de experiencia o entorno inmediato, cambiando de perspectiva cuando es necesario, para poder encontrar nuevas oportunidades, ideas, información o recursos.
- **Creatividad e innovación:** Es la capacidad de realizar una búsqueda sistemática de oportunidades y soluciones de problemas a través de maneras diferentes de pensar y de actuar, que suelen materializarse en productos y servicios nuevos que satisfacen las necesidades de un público objetivo.
- **Inteligencia social:** Es la capacidad de establecer y mantener relaciones con personas de los diferentes grupos de interés, siendo proactivo en la construcción y participación de redes sociales, de tal manera que se generen contactos que contribuyan al desarrollo de las personas y de los proyectos.
- **Orientación al Logro:** Es la capacidad de desarrollar acciones tendientes a alcanzar el resultado esperado, aprovechando la retroalimentación para mejorar el desempeño, a través de la búsqueda persistente de la calidad de excelencia, lo que permite la proyección exitosa de la persona.
- **Pensamiento sistémico:** Es la capacidad de percibir el mundo en términos de totalidades y estructuras para su análisis, comprensión y acción. Consiste en pensar en los elementos como parte de un todo, identificando las relaciones entre estos, con el fin de crear organizaciones dinámicas, cambiantes y adaptables a las condiciones que presenta el medio. (Hernandez, 2016)

La evaluación de las competencias ha de llevarse a cabo, apoyada en criterios de calidad y dominio de tales competencias con claro conocimiento y referencia a los estudiantes y al equipo de docentes. La evaluación del dominio de las competencias se ha de realizar en un contexto de conocimiento reflexivo y de profundo avance, mediante la autoobservación, el análisis de las necesidades y la valoración y seguimiento de las metas a alcanzar. Esta modalidad evaluativa se sitúa en la autoevaluación, la participación activa en el proceso de

aprendizaje y la concepción de la formación como un proceso a lo largo de la vida; anticipándose a la vivencia de experiencias profesionales y personales. (Domínguez & Sanchez, 2007)

Existen varias competencias y actitudes clave para emprender, las mismas que se detallan a continuación:

- Visión de largo plazo
- Negociación
- Identificación de ideas de negocio
- Trabajo en equipo
- Conocimiento técnico
- Administración de recursos
- Networking
- Elaboración y evaluación de proyectos
- Resolución de problemas de forma creativa
- Planificación: definir agendas
- Estrategias, metas prioritarias y recursos
- Proactividad
- Trabajo duro
- Flexibilidad y adaptación
- Tolerancia al riesgo y la incertidumbre
- Ejecutividad
- Aprendizaje de la experiencia
- Saber delegar
- Tolerancia ante las frustraciones
- Comercialización
- Comunicación (Kantis & Drucaroff, 2011)

Las 10 competencias para que un emprendedor tenga éxito en su empeño productivo. La búsqueda de oportunidades e iniciativa: los emprendedores exitosos ven en todos lados, oportunidades que se pueden convertir en empresas.

1. **Persistencia:** los exitosos nunca abandonan su empeño.
2. **Cumplimiento de los compromisos:** mantienen sus promesas frente a sus clientes incluso a pesar de que deban hacer sacrificios.
3. **Exigencia de calidad y eficiencia:** siempre buscan como hacer las cosas, mejor, más rápido y más barato.

4. **Toma de riesgos calculados:** este, dice Noelia García, es uno de los aspectos más importantes. Según las investigaciones, un empresario no es una persona que le gusta el riesgo, sino que toma riesgos calculados. Lo determina y además, siempre tiene un plan B si algo sale mal.
5. **Fijación de metas:** esta es otra de las características clave, señala Noelia García. Esto porque hay que tener una meta de largo plazo, que será conseguida con las tareas en todas las demás competencias de esta lista.
6. **Búsqueda de información:** un emprendedor de éxito siempre está a la caza de información sobre sus clientes, sobre tecnologías nuevas y nuevas oportunidades.
7. **Planificación y seguimiento sistemático:** es una tarea de controlar lo que se hace para ver si se está avanzando en la consecución de las metas.
8. **Persuasión y redes de apoyo:** los mejores emprendedores inducen a otras personas a seguirlos o hacer algo para ellos, dice Noelia García. Usan redes de apoyo para alcanzar sus metas y son unos grandes persuasores para obtener un crédito, o conseguir un nuevo cliente.
9. **Independencia y autoconfianza:** los emprendedores de éxito son personas seguras de sus capacidades. (Hernandez, 2016)

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

La formación de emprendedores no se trata sólo de enseñar a crear o dirigir una empresa e innovación, si no de estimular el pensamiento creativo, promover un sentido de autorrealización personal e impulsar el hábito de realizar una autoevaluación diaria del rendimiento.

A continuación se detallan las actividades de formación para fomentar el emprendimiento.

1.5.1 Asignatura de emprendimiento y gestión para el nivel de Bachillerato General Unificado

Actualmente la asignatura de Emprendimiento y Gestión en la malla curricular del Bachillerato General Unificado busca fomentar la cultura del emprendimiento para favorecer la conexión entre educación, visión de futuro y autoempleo para ayudar a la formación profesional. Es importante el desarrollo de esta asignatura en Ecuador porque requiere de ciudadanos/as con creatividad y que sean innovadores, positivos, activos, capaces de asumir riesgos, de dar soluciones a problemas sociales y económicos.

Los objetivos generales de la asignatura de Emprendimiento y Gestión son los siguientes:

- Incentivar el espíritu emprendedor en el estudiante desde diferentes perspectivas y áreas del emprendimiento: comunitario, asociativo, empresarial, cultural, deportivo, artístico, social, etc.
- Comprender los conceptos de ingresos, gastos e inversiones como elemento fundamental para la toma de decisiones.
- Resumir, organizar y registrar la contabilidad básica de un emprendimiento por medio del manejo de las principales cuentas, libros contables y estados financieros.
- Conocer y explicar los requisitos y responsabilidades legales y sociales que debe cumplir un emprendedor, al momento de crear y mantener un emprendimiento, como una forma de retribuir a la sociedad por los servicios recibidos.
- Analizar necesidades de la población, recolectar información con base en muestras e indagar datos relacionados con el emprendimiento, utilizando herramientas estadísticas.
- Elaborar y analizar conceptos y principios básicos de administración de empresas y economía para la toma de decisiones, y explicar su impacto en el desarrollo del emprendimiento.
- Diseñar y formular un proyecto básico de emprendimiento, tomando en consideración todos sus elementos, e incluyendo altos componentes de innovación.
- Conocer metodologías y técnicas para evaluar cuantitativa y cualitativamente la factibilidad de un proyecto de emprendimiento. (Currículo De Bachillerato De Emprendimiento Y Gestion, 2015)

1.5.2 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)

Tiene como finalidad apoyar y fortalecer las iniciativas de emprendimiento de los ciudadanos, el Ministerio de Industrias y Productividad ha creado los Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE), que se encuentran en todas las regiones del país. En estos establecimientos, que suman más de 60, se brindan capacitaciones y asesoramiento técnico a los ciudadanos, las cuales buscan generar destrezas y habilidades productivas en los beneficiarios, además de apoyar al desarrollo de nuevos emprendimientos, su **misión es** formular y ejecutar políticas públicas, para la transformación del patrón de especialización industrial, que genere condiciones favorables para el Buen Vivir. (Ministerio de Industrias y Productividad, s.f.)

Las actividades que presta MIPRO para fomentar el emprendimiento son el programa de emprendimiento productivo, el programa de emprendimiento inclusivo y los centros de incubadoras e innovación productiva.

1.5.3 Fundación para el Desarrollo Empresarial y Social (FEDES)

Es una organización que nace en julio del 2003 como iniciativa de la Universidad Técnica Particular de Loja, llamándose en primera instancia Agencia de Desarrollo Empresarial – ADE. Luego, en octubre del 2013 su razón social cambió a Fundación para el Desarrollo Empresarial y Social FEDES. En el año 2013, a través de un convenio firmado entre la Universidad Técnica Particular de Loja y FEDES, se otorgó a la Fundación la administración de varios proyectos de vinculación con la colectividad de la UTPL. Hoy por hoy desde FEDES se administran seis proyectos: Educación para la Vida; Sistema Integrado Filarmónico Infante Juvenil –SINFIN-; Centro de Desarrollo e Innovación para la Industria y la Minería –CIMA-; Centro de Emprendimiento –prendho-; Cooperación para el Desarrollo; y EDES Business School. (Solutions, s.f.)

Las actividades que realiza la fundación para el desarrollo empresarial y social son:

Formar profesionales en el sector industrial y minero.

Formar a través del conocimiento, red de contactos y experiencia EDES Business School

Enseñanza-Aprendizaje musical para niños/as, adolescentes y adultos.

Ejecutan proyectos de desarrollo para mejorar las condiciones de vida de las familias con más necesidades

Estimular, impulsar y consolidar emprendimientos

Realizan capacitaciones a estudiantes UTPL y a su vez permitimos el intercambio de experiencias con productores locales.

Elaboran cerámica artística y utilitaria de alta calidad y con valor agregado representado en sus diversas formas y figuras. (FEDES, 2018)

1.5.4 Prendho - Centro de Emprendimiento

Es una impulsadora de empresas y emprendimientos, generadora de conocimiento, innovación y desarrollo. Prendho se destaca por ser una incubadora y aceleradora de empresas que busca convertir las ideas innovadoras en negocios rentables e impulsar los proyectos que ya tienen un cierto grado de maduración en Loja, región sur y todo el Ecuador. Durante el año 2016 y 2017 Prendho fue la mejor incubadora en el ranking ecuatoriano de SENESCYT. A continuación, se detalla las empresas que conforman parte del Centro de Emprendimiento Prendho.

Sala de Pre-incubación

- LOJA SOFT SOLUTIONS
- ONE CLICK SERVICIOS INFORMÁTICOS CÍA. LTDA
- Q + L
- STORE SOLUTION SISTEMAS
- CID SECURE
- LUNYXTEC
- CAMPUSOFT
- INGENIERÍA VERDE
- SIC ELECTRITELECOM
- AQA SOLUTIONS
- KRADAC
- MULTIVISION AR
- PM&BS
- DBASELOJA (Prendho, s.f.)

1.5.5 Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)

El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), desarrollo unas jornadas de trabajo con representantes de siete universidades, para vincular a jóvenes universitarios en servicios a la comunidad, mediante prácticas o pasantías pre profesionales, debidamente monitoreadas en los campos de su especialidad, como requisito previo a la obtención de un título profesional. Estas actividades se desarrollaron como parte de la Misión Leónidas Proaño que el MIES lleva adelante con dos modalidades que buscan fortalecer los conocimientos adquiridos tanto en el ámbito formativo como en experiencias vivenciales. Experiencias que permitirán desarrollarse y conocer los entornos de sus comunidades como del país.

Las modalidades que se implementarán, son las denominadas Escuelas Abiertas (participación de jóvenes con barrios y comunidades) y la Vinculación de estudiantes universitarios y de bachillerato con los servicios del MIES, (Centros de Atención de Personas con Discapacidad, Centros Gerontológicos, Centros de Acogimiento, Centros de Desarrollo Infantil). (MIES, s.f.)

1.5.6 Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, Ecuador (IEPS)

Es una entidad de derecho público, anexa al Ministerio de Inclusión Económica y Social, tiene patrimonio propio, e independencia técnica, administrativa y financiera, brinda apoyo a los

ciudadanos que deseen emprender, bajo la Ley de Economía Popular y Solidaria la cual promueve la asociatividad, da preferencia a la persona por encima del capital, y además impulsa la igualdad y la eficiencia en base a la superación grupal y comunitaria.

El IEPS busca la inclusión de todos los ciudadanos, en los ámbitos Económico, con la generación de empleos; Financiero, apoyando en el acceso a créditos; Social, mediante enseñanzas; Cultural, preservando los saberes ancestrales; y Político, impulsando la toma de decisiones.

Entre los principales beneficios que ofrece el IEPS, a los actores de la EPS, se encuentran:

- Brindar capacitación asociativa, administrativa y técnica para dirigir un proyecto o emprendimiento económico;
- Realizar seguimientos y evaluaciones a los productos o servicios;
- Ofrecer asesoría legal, y coordinar apoyo con otras instituciones públicas, como: MAGAP, SECAP, MIES, entre otras;
- Orientar en el acceso a créditos y préstamos en la banca pública;
- Ayudar a posicionar los productos y servicios en mercados nacionales e internacionales, promoviendo el intercambio entre otros miembros y asociaciones de la EPS. (Socioeco Org, s.f.)

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

Ecuador en el 2016 alcanza una actividad emprendedora temprana, TEA, de 31,8%, inferior a la obtenida en 2015 de 33,6%, ubicándose en primer lugar en la región. El GEM evalúa la favorabilidad del entorno a través de tres factores: El grado en que la sociedad considera al emprendimiento como una buena opción de carrera, el grado en que la sociedad atribuye estatus y reconocimiento a los emprendedores exitosos y el grado en que los medios tienen un papel importante destacando a los emprendedores. En 2016, aproximadamente el 60% de la población considera emprender como una buena opción de carrera; 61% considera confiere estatus, y 69% destaca el rol de los medios. (Global Entrepreneurship Monitor, 2016)

El proceso emprendedor no es un proceso aislado del entorno, sino que está condicionado por diferentes factores externos que afectan de maneras diversas el desarrollo del emprendimiento. Algunos factores condicionantes importantes son:

- 1 **Entorno macroeconómico:** el nivel de crecimiento económico y la estabilidad de precios inciden sobre el grado de éxito de un emprendimiento productivo.
- 2 **Entorno institucional:** El apoyo para resolver problemas que brindan las redes sociales (amigos, familias) e institucionales (asociaciones empresariales, ONGs, agencias de desarrollo) facilitan el acceso a los recursos necesarios para emprender.
- 3 **Capital social:** el grado de asociativismo con otros emprendedores ya sean del mismo o distinto rubro productivo, ayuda al crecimiento y desenvolvimiento del emprendedor.
- 4 **Regulaciones:** una regulación adecuada en términos de requisitos y costos para inicio de una actividad productiva estimula la creación de emprendimientos y la consolidación en el tiempo de los mismos.
- 5 **La cultura empresarial:** sociedades con culturas favorables a la empresarialidad son más proclives a despertar en las personas el deseo de emprender. Aspectos como la valoración social del emprendedor, las actitudes frente al riesgo de fracasar y la presencia de modelos empresariales, son factores que influyen sobre la vocación emprendedora. (Bentolila, 2016)

1.6.1 Cervecería Nacional apoya el emprendimiento

"Siembra futuro es un programa para emprendedores que impulsa la Cervecería Nacional (CN) desde 2008, como subsidiaria de SAB Miller, que desarrolla el proyecto en Colombia y Sudáfrica. El objetivo del programa consiste en otorgar créditos para proyectos de emprendimiento que se presentan en un concurso. El financiamiento es a cinco años plazo sin pago de intereses. Los montos de los préstamos van desde \$8 000 hasta \$12 000, informa Carlos Andretta, director de Relaciones Corporativas de Cervecería Nacional.

La convocatoria de "Siembra Futuro" se realiza a escala nacional con un período de inscripción de 30 días a 40 días, vía Internet. En el concurso se receptan ideas de negocios que sean generadoras de empleo y a la vez innovadoras. En 2008, la expectativa era de unas 500 iniciativas, pero se presentaron 1 500. En 2009 hubo 5 000 inscritos. El programa "Siembra Futuro no solo promueve el emprendimiento; también brinda herramientas a través de la capacitación es un respaldo económico y formativo para introducir productos en el mercado nacional.

Las ideas se aplican a diversos sectores. Así, del total de inscritos se seleccionan 300 ideas, de las cuales, luego del análisis respectivo, quedan 150 que son sometidas a capacitación y, tras la elaboración de un plan de negocios, se eligen a los ganadores del financiamiento. En 2008, fueron 30 y el año pasado 40, además otros 20 proyectos recibirán asesoría técnica. (Explored, 2010)

1.6.2 Alianza estratégica de apoyo al emprendedor entre la UTPL, Cervecería Nacional y Solinal Food School.

20 emprendedores artesanales de elaboración de cerveza serán los primeros beneficiados en este primer proyecto. La Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) en alianza estratégica con Cervecería Nacional y Solinal Food School crearon el primer Instituto de la Cerveza del Ecuador. Se trata de un proyecto académico enfocado en brindar asesoría académica y técnica a los emprendedores artesanales de cerveza.

El objetivo es que los emprendedores se capaciten sobre todo el proceso de elaboración de cerveza y que además armen sus planes de venta, mercadeo y administración adecuada del proyecto; otro de los enfoques es que la cultura de la cerveza se afiance en el país, de ahí que en el primer proyecto participan 20 emprendedores (de entre 4.000 aspirantes) de varias provincias. Los perfiles de los estudiantes fueron escogidos a través de un examen de conocimientos básicos sobre procesamiento de cerveza y administración.

Es así que, Gustavo Guimas, vicepresidente de Manufactura de Cervecería Nacional, Ruth Simaluiza, directora del Centro Regional Quito de la UTPL, Daniel Cedeño, Intendente de Concentraciones de la Superintendencia de Control de Poder de Mercado, y Lenin Javier Maingón (d), gerente de Operaciones de la empresa Solinal Food School firmaron oficialmente el convenio para arrancar con el proyecto piloto.

El proyecto inicial no tiene costo y se compone de tres módulos (ciclos trimestrales). El primero se enfocará en emprendimiento y comercialización a cargo de la Universidad Técnica Particular de Loja; el segundo será el módulo de cervecería, a cargo de expertos cerveceros de la Cervecería Nacional, y el tercero será enfocado en la cervecería artesanal dictado por Solinal. Los módulos serán presenciales y vía online, e incluyen actividades en la fábrica de Cervecería Nacional y clases en las ciudades de Quito y Guayaquil. El aporte de Solinal será técnico y conceptual para enseñar a los estudiantes el maridaje con alimentos y tendencias como el slow beer.

Una vez más UTPL afirma su compromiso con el emprendimiento y el desarrollo económico del Ecuador a través de su centro de emprendimiento Prendho y en la creación de alianzas estratégicas en diferentes programas de capacitación dirigidos a emprendedores. (Duque, 2017)

1.6.3 Ecuador Empresario impulsa el emprendimiento juvenil.

Cerca de 40 jóvenes de 14 ciudades del país son parte del programa de capacitación Ecuador Empresario, que se lleva a cabo en esta ciudad en la Cámara de Industrias, Producción y Empleo de Cuenca. Este programa es impulsado por la Fundación Hacer. Se trata de un programa becario que cubre todos los gastos de los estudiantes, que busca formar el carácter empresarial en jóvenes universitarios. En esta ocasión se puso énfasis en reunir estudiantes de Esmeraldas y Manabí, provincias que fueron afectadas por el terremoto de abril. Durante seis meses, tres de estudios presenciales y tres a través de clases virtuales, los participantes adquirirán conocimientos y desarrollarán destrezas de liderazgo y manejo de negocios.

Verónica Abad, directora ejecutiva de la Fundación Hacer, explicó que este programa nació de la necesidad de crear en los jóvenes una cultura de emprendimiento y negocios que les permita iniciar una actividad económica propia en el futuro. “Este programa es becario, cubre todos los gastos de los participantes. Aspiramos capacitar a 80 jóvenes cada año. Los requisitos para participar son: tener entre 18 y 25 años de edad y ser estudiantes universitarios”, dijo Abad. El programa fue lanzado hace más de dos meses, periodo en el cual se eligió a los 40 mejores estudiantes para formar parte de Ecuador Empresario. “Para poder seleccionar a los estudiantes más comprometidos recorrimos el país y los visitamos en sus ciudades para hacer una entrevista personal”, explicó la directora ejecutiva de la Fundación Hacer.

Eneas Biglione, representantes de Fundación Hacer, apuntó que durante los seis meses de capacitación se fortalecerán las habilidades blandas con jornadas sobre el coaching ejecutivo y se les capacitará en conocimientos sobre plan de negocios, proyecciones económicas, innovación y creatividad. “Todos estos conocimientos canalizarán las acciones necesarias para cristalizar los proyectos de emprendimiento al finalizar el proceso. Los tres mejores proyectos que se presenten recibirán fondos económicos como capital semilla para iniciar sus actividades económicas”, dijo Biglione. Para seleccionar a los tres mejores proyectos se llevará a cabo una feria donde se expondrán los proyectos y un jurado calificador escogerá a los ganadores. (Diario el Tiempo, 2016)

1.6.4 Programa Formativo de Emprendimiento

Como parte de los esfuerzos para la reactivación económica del país y con el fin de motivar los emprendimientos del sector, Almacenes TIA aportó económicamente en el Programa Formativo de Emprendimiento Accionar de la Pastoral Social Cáritas en Manta. La jornada de capacitación se efectuó en la Iglesia María Auxiliadora y contó con la participación de 20

emprendedores. Junto a la Pastoral Social Cáritas se evaluar  el proceso de reactivación de los emprendimientos y los resultados de este programa formativo. (TIA S.A., 2016)

1.6.5 “Plan Camiones” apoya al emprendimiento

A través de Plan Camiones las marcas ChevyPlan y Camiones Chevrolet, muestran una nueva alternativa para los transportistas, con esta iniciativa brindan apoyo para los emprendedores ecuatorianos con la apertura de un punto de venta en la ciudad de Guayaquil. En este local, las marcas ponen a disposición de los clientes una importante exhibición de camiones que muestra la variedad de vehículos facilitando la adquisición de un nuevo camión. La empresa promueve una cultura de planificación que incrementa el emprendimiento dentro de la industria automotriz, brindando productos y servicios que se ajustan a las necesidades y capacidades de pago del mercado, siendo un aliado financiero para el gremio transportista ecuatoriano. (Auto Maganize.ec , 2016)

1.6.6 Café Mujer una oportunidad para emprender

Promover posibilidades y crear o dotar independencia financiera, es la iniciativa que se persigue a través del Consorcio Café Mujer, un programa que busca constituir un fondo semilla y crear "nuevos negocios" dirigido a mujeres. El consorcio tendrá como objetivo principal desarrollar un modelo de apoyo a nuevos emprendedores en torno a la Industria del Café, la zona de impacto será Zamora, específicamente la Federación de Pequeños Exportadores Agropecuarios Orgánicos del Sur de la Amazonía ecuatoriana APEOSAE.

Para ser parte del proceso de elección del Consorcio Café Mujer se realizará una convocatoria que seguir  el siguiente proceso:

- Identificación de necesidad de la comunidad
- Elaborar un plan de negocios
- Evaluación de propuestas por un comité
- Adjudicación de los fondos

Como parte del acuerdo las partes involucradas se comprometen a:

El Centro de emprendimiento prendho.- Definir y ejecutar un modelo de acompañamiento para las emprendedoras que postulan un proyecto de emprendimiento. El modelo estará constituido tanto por actividades, metodología, tutelaje, mentoría que permita identificar proyectos con alto grado de pertinencia empresarial. Seguimiento de los proyectos en las diferentes etapas: elaboración, presentación, aprobación, ejecución y cumplimiento.

Establecer un modelo de trabajo, para que se vinculen estudiantes de las carreras de Agroindustrias y afines, de la UTPL.

Café Galleti las siguientes acciones para su conformación: Estructurar un fondo de capital (riesgo o semilla), proveniente de la compra de café a la APEOSAE, equivalente a 0,30 centavos por libra o \$30 por quintal de café a parte del precio acordado previamente, según la calidad requerida; y, que se pondrá a disposición de las emprendedoras de acuerdo a la aprobación del proyecto presentado. Junto a Prendho, crear una marca femenina de “Café Mujer”. Buscar el involucramiento de instituciones privadas u ONGs a fin de lograr un mayor alcance del proyecto (Zona de influencia, capital).

Apeosae, se compromete las siguientes acciones para su conformación.- Proveer café bajo las condiciones de calidad y volúmenes acordados con café Galleti. Recibir el premio o fondo de capital de Café Galleti, correspondiente a la venta de café y que formará parte del fondo para el Programa Café Mujer. Poner a disposición de las propuestas seleccionadas, los fondos previstos, bajo los términos y condiciones del Programa (reembolsable, condiciones favorables). Facilitar la información correspondiente a la Asociación: número de socios, número de familias en detalles, principales productos cultivados, zona de influencia, etc. Acompañamiento a las emprendedoras en tema de organización social, cooperativismo, etc. (Carrión, 2017)

1.6.7 Proyecto de empleabilidad y emprendimiento juvenil impulsado por Holcim.

El proyecto de Formación Adolescente y Juvenil en las ciudades de Guayaquil y Latacunga tiene como objetivo mejorar las condiciones de formación y empleabilidad de los adolescentes y jóvenes entre 15 y 29 años vinculados al sector de construcción, y a su vez, contribuye a la reducción del trabajo infantil; identificando el riesgo social y físico que puede generar esta práctica prematura. Al mismo tiempo Proyecto de formación adolescente y juvenil arranca en Guayaquil y Latacunga. Ma. del Carmen Lazo Coordinadora del Proyecto Instituto Benjamín Carrión pretende desarrollar habilidades blandas, competencias psicosociales - laborales y formación técnica de acuerdo a su interés, que permitan la empleabilidad y la capacidad de impulsar iniciativas emprendedoras.

El proyecto arrancó en enero del 2016, con la socialización y el levantamiento de información de los adolescentes y jóvenes, en la Provincia del Guayas - Guayaquil, Parroquia Chongón; y en la Provincia de Cotopaxi - Latacunga, Parroquia Eloy Alfaro con una duración de 15 meses. Esta propuesta busca beneficiar a 60 adolescentes y jóvenes, en la ciudad de Guayaquil y en la ciudad de Latacunga 30. (El Buen Vecino, 2016)

1.7 Investigación enfocada a fomentar el emprendimiento.

El emprendimiento ha sido siempre un valor fundamental y característico del Tecnológico de Monterrey, que va más allá de la creación de empresas, constituyendo una actitud mental para inventar, innovar y resolver problemas, cuenta con diversos proyectos de apoyo para incentivar el espíritu emprendedor, como lo son las incubadoras y aceleradoras de empresas, los programas académicos especializados en emprendimiento; 4 a nivel profesional y 4 a nivel postgrado. En estos programas se han creado varias empresas, algunas de ellas introduciendo nuevas tecnologías al mercado.

La razón de ser del Instituto es promover que el alumno del Tec se gradúe con las herramientas que lo ayuden a ser un profesional innovador, sin temor al fracaso, dispuesto a cuestionar, con ganas de trascender y que pueda articular y materializar muy bien sus ideas.

Con la finalidad de proveer conocimiento y vinculación a alumnos, emprendedores, corporativos e inversionistas, el Tecnológico de Monterrey creó el centro de innovación y emprendimiento (CIE) a través del centro buscan alcanzar apoyos de gobierno hacia los emprendedores y grandes empresas para ejecutar proyectos de innovación. También impulsan tecnologías desarrolladas en centros de investigación de universidades, y transmiten conocimiento y experiencia vivencial emprendedora a los alumnos de posgrado.

El Tecnológico de Monterrey, durante más de 20 años, ha tenido presencia en América Latina a través de sus cuatro oficinas ubicadas estratégicamente en países como Perú, Panamá, Colombia y Ecuador.

Un organismo que también fomenta la actividad emprendedora o empresarialidad es el BID con estudios para comprender mejor el fenómeno emprendedor o a través de proyectos para probar nuevos modelos, la red latinoamericana de economía de la innovación y el emprendimiento es un organismo que atiende las necesidades de emprendimiento bajo la luz de un conocimiento estructurado y sistematizado, propiciando un ambiente innovador y altamente competitivo para la mejora continua de empresas nuevas y existentes en América Latina, los objetivos de esta red son fortalecer la calidad de la investigación en temas de innovación y emprendimiento, contribuir a la formación de jóvenes investigadores y aumentar la visibilidad de la investigación en estas áreas.

La Corporación Financiera Nacional interesada en el desarrollo socio económico del Ecuador tiene entre sus objetivos la inclusión en el sistema económico nacional de estudiantes universitarios que posean una idea diferenciadora, innovadora o un proyecto, que pueda

convertirse en un plan de negocios, alineado a la normativa que le rige; de tal manera que estas personas puedan iniciar una actividad como empresarios, la corporación financiera nacional busca establecer convenios con universidades para el desarrollo de proyectos e ideas de negocios que puedan convertirse en una realidad sostenible, a través de la difusión y aplicación de la línea de crédito.

La alianza para el emprendimiento y la innovación del Ecuador (AEI) es una red de actores públicos, privados y académicos que busca fomentar el emprendimiento y la innovación a nivel nacional como base del desarrollo productivo del Ecuador, su rol es generar continuidad en procesos y proyectos mediante la articulación de esfuerzos entre sus aliados, de tal manera que se generen sinergias para apoyar a que los emprendedores e innovadores tengan acceso a información de emprendimiento e innovación que permita a los emprendedores tomar decisiones acertadas y que mitiguen el riesgo, en lo relacionado a sus empresas, brindan financiamiento de capital de riesgo que les permita a los emprendedores poner en marcha proyectos innovadores, acceso a educación emprendedora para niños en escuelas y colegios; y desarrollo de competencias emprendedoras para profesionales.

La corporación para el emprendimiento y la innovación en el Ecuador, ofrece espacios de pensamiento que a partir de la investigación y el análisis de mejores prácticas, coordinara con actores del ecosistema para fomentar el emprendimiento y la innovación mediante proyectos específico. Los objetivos de alianza para el emprendimiento y la innovación son incrementar la cantidad de aliados que fomentan el emprendimiento e innovación y trabajen de manera coordinada, impulsar el fomento de emprendimiento e innovación alrededor de industrias con alto potencial de innovación, e impulsar el incremento de la inversión privada en investigación y desarrollo a través de la vinculación entre universidad y empresa.

Los emprendedores ecuatorianos, como los del resto de la región, dependen en gran medida del financiamiento propio para sus negocios. En el 2016 en particular, posiblemente dada la desaceleración económica, esta dependencia es mayor en relación al año anterior. Sin embargo, hay avances en el desarrollo de nuevos mecanismos de financiamiento como inversionistas ángeles y capital de riesgo. Al estar aún en etapa inicial, es pronto para determinar el efecto que podrían tener en crear un ecosistema de financiamiento maduro que permita la gestación y sostenibilidad de emprendimientos dinámico, (Global Entrepreneurship Monitor, 2016)

CAPÍTULO II.

DIAGNÓSTICO DEL PERFIL DEL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO.

2.1 Objetivos de la investigación

La presente investigación plantea los siguientes objetivos

Objetivo general:

Analizar el perfil emprendedor en los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja y Universidad Técnica Particular de Loja.

Objetivos específicos:

1. Analizar las acciones desarrolladas por las instituciones de educación superior de estudio para motivar la formación de emprendedores.
2. Identificar las características que permitan definir el perfil de emprendedor de los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja y Universidad Técnica Particular de Loja.
3. Determinar el proceso de investigación y vinculación relacionados al emprendimiento de los estudiantes universitarios.

2.2 Metodología de la Investigación

Para el desarrollo del presente capítulo se utilizará el método, inductivo y analítico con el fin de analizar el perfil emprendedor de los estudiantes universitarios, los resultados esperados son de carácter cualitativo, los datos fueron obtenidos mediante fuentes primarias. Se realizó una encuesta que fue proporcionada por la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) España, el formato de la encuesta consta de preguntas cerradas y preguntas dicotómicas con el fin de analizar el perfil emprendedor de los estudiantes universitarios, en las encuestas se aplicó la escala de Likert con la finalidad de expresar su nivel de concordancia con la afirmación de la siguiente manera: 1 Totalmente en desacuerdo hasta 7 Totalmente de acuerdo. (Ver anexo 1).

En este capítulo se realizará el levantamiento de información a través del método inductivo que parte de casos particulares para llegar a conclusiones generales mediante la indagación a profundidad de los datos obtenidos a través de la utilización de los instrumentos de investigación.

Mediante la elaboración de tablas y gráficos se aplicará el método analítico para emitir interpretaciones de los resultados obtenidos de las fuentes primarias.

2.2.1 Tipo de investigación

En el presente trabajo se utilizará el tipo de investigación descriptivo que se basa en los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas se presentarán las interpretaciones del análisis del perfil de emprendimiento que muestran los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja y de la Universidad Técnica Particular De Loja.

2.2.2 Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas e instrumentos son el conjunto de mecanismos y medios de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar datos, para la recolección de datos e informaciones en la presente investigación se aplicarán las siguientes:

2.2.2.1 Encuesta

En la encuesta se utiliza el cuestionario IECEU-Anexo. Intención Emprendedora y Competencias en Estudiantes Universitarios, cuestionario desarrollado por la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) España. Formato que está siendo utilizado en universidades de España y Brasil; la encuesta consta de 8 bloques (A, B, C, D, E, F, G y H), preguntas cerradas y preguntas dicotómicas ya que permite interpretar los resultados con mayor facilidad, por ende para poder determinar ciertas variables se hizo una prueba piloto, este último permitió determinar con mayor certeza dichas variables.

De acuerdo a la información facilitada por la administración de las dos universidades objeto de estudio se observa que en el periodo académico abril - agosto 2017, modalidad presencial en la Universidad Nacional de Loja existieron 12318 estudiantes matriculados en pregrado de todas las carreras ofertadas, mientras que en la Universidad Técnica Particular de Loja existen 5868 estudiantes, según balcón de servicios de la UTPL, con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 7%, dando como resultado un total de 195, realizándose 200 encuestas por universidad para lograr la representatividad requerida.

Cabe indicar que el cálculo de la muestra para cada universidad se la realizó de la siguiente manera:

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

σ^2 = nivel de confianza 95%

p= probabilidad a favor 50%

q= probabilidad en contra 50%

n= número de elementos (tamaños de la muestra)

e= error de estimación 7%

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

$$n = \frac{0,96}{.0049}$$

n= 195 o 200 encuestas.

2.3 Breve reseña de las universidades objeto de estudio.

A continuación, se analiza la reseña histórica de cada una de las universidades objeto de estudio.

2.3.1 Reseña de la Universidad Técnica Particular de Loja

La Universidad Técnica Particular de Loja fue fundada por la Asociación Marista Ecuatoriana (AME) el 3 de mayo de 1971. Oficialmente reconocida por el Estado Ecuatoriano bajo el Decreto Ejecutivo 646, publicado en el Registro Oficial Nro. 217 del 5 de mayo de 1971, con el cual se constituye como persona jurídica autónoma al amparo del convenio de “Modus Vivendi” celebrado entre la Santa Sede y el Ecuador, teniendo en cuenta las normas de la Iglesia en su organización y gobierno. (UTPL, s.f.)

La misión específica es la de velar, desarrollar el espíritu y los valores evangélicos que se desprenden del humanismo de Cristo en la comunidad universitaria en unidad con el carisma Idente. (UTPL, s.f.)

La UTPL tiene como líneas estratégicas de acción la academia, la investigación, la innovación, el fortalecimiento al emprendimiento y la vinculación con la sociedad. Ofrece 24 carreras en su modalidad presencial, 17 en su modalidad abierta y a distancia y 5 postgrados vigentes, aportando así al país con más de 65 000 profesionales.

Cuenta con 4 áreas académicas tales como tales como: Administrativa, Técnica, Biológica y Biomédica y Socio Humanística. (Ver anexo 2 y 3)

La UTPL comprometida con la sociedad de su entorno impulsa estudios de postgrado para dar respuesta a nuevas demandas sociales, laborales y de investigación. Sus programas están orientados a crear una generación de profesionales altamente cualificados que puedan dar respuesta a las necesidades de progreso de los sectores económicos y sociales más innovadores; fomentar la formación de investigadores con la competencia tecnológica, teórica

y científica, con la actitud crítica, con la capacidad de generar, transferir y aplicar nuevos conocimientos. (UTPL, s.f.)

La oferta de estudios de cuarto nivel de la universidad se concreta en una formación avanzada que está respaldada con el modelo educativo y aplicación didáctico-pedagógica de nuevas tecnologías y avances de la información y comunicación, oferta cinco postulaciones:

- Maestría en Comunicación, mención investigación y cultura digital.
- Especialización en Medicina Familiar y Comunitaria
- Maestría en Química Aplicada
- Maestría en Recursos Hídricos
- Maestría en Biología de la Conservación y Ecología Tropical

Para facilitar el acceso real a la educación superior a los profesionales con título de tercer nivel que deseen cursar un postgrado cuenta con modalidad abierta y a distancia, modalidad Semipresencial y modalidad Presencial. (UTPL, s.f.)

La red de Centros de la Universidad Técnica Particular de Loja se ubica en todas las provincias del Ecuador, y en el extranjero en: Roma, Madrid, Nueva York, y Bolivia.

Veinte y seis centros UTPL del país están conectados mediante el sistema de aulas virtuales, coordinadores, docentes investigadores, tecnología entre otros permiten llegar a los estudiantes que deciden ser parte de este gran reto. Así mismo, tiene los siguientes servicios para el estudiante como son:

Tabla 3. Servicios para el estudiante de la UTPL

Entorno virtual de aprendizaje	Desarrollan su proceso formativo a través de la interactividad con docentes y compañeros
Biblioteca UTPL	Es un espacio de estudio, consulta y encuentro que favorece la autonomía y responsabilidad en su aprendizaje
Ruta de Buses	Poseen un sistema de transporte gratuito desde y hacia el Campus en la sede central en Loja
Salas de Computo	Cuenta con 12 salas equipadas con tecnología de punta, para desarrollar con éxito los proyectos de vinculación generados desde la UTPL

Edificio de prototipos	Centro de Emprendimiento emprendho, Ecolac (planta UHT), Fundación para el desarrollo empresarial y social (FEDES), Fundación Misión Idente Ecuador
Hospital de la UTPL	Atención integral en sus diferentes especialidades médicas, pueden comunicarse a la línea gratuita 1800 HUTPL (1 800 488751)

Fuente: (UTPL, s.f.)

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

2.3.2 Reseña de la Universidad Nacional de Loja

La Universidad Nacional de Loja, es una institución de educación superior, laica, autónoma, de derecho público, con personería jurídica y sin fines de lucro, de alta calidad académica y humanística, que ofrece formación en los niveles: técnico y tecnológico superior; profesional o de tercer nivel; y, de postgrado o cuarto nivel; que realiza investigación científico-técnica sobre los problemas del entorno, con calidad, pertinencia y equidad, a fin de coadyuvar al desarrollo sustentable de la región y del país, interactuando con la comunidad, generando propuestas alternativas a los problemas nacionales, con responsabilidad social; reconociendo y promoviendo la diversidad cultural y étnica y la sabiduría popular, apoyándose en el avance científico y tecnológico, en procura de mejorar la calidad de vida del pueblo ecuatoriano. (Universidad Nacional de Loja, s.f.)

Es misión de la Universidad Nacional de Loja: la formación académica y profesional, con sólidas bases científicas y técnicas, pertinencia social y valores; la generación y aplicación de conocimientos científicos, tecnológicos y técnicos, que aporten al desarrollo integral del entorno y al avance de la ciencia; el fortalecimiento del pensamiento, la promoción, desarrollo y difusión de los saberes y culturas; y, la prestación de servicios especializados, la visión es consolidarse como una Comunidad Educativa, con excelencia académica, humanista y democrática, líder en el desarrollo de la cultura, la ciencia y la tecnología. (Universidad Nacional de Loja, s.f.)

A continuación se detalla las carreras de modalidad presencial y a distancia de la Universidad Nacional de Loja.

Cuenta con las ofertas en la modalidad presencial y a distancia en las Area de: Recursos Naturales Renovables, Educativa, Energía, Jurídica y Salud. (Ver anexo 4 y 5)

Los servicios que presta la Universidad Nacional de Loja son los siguientes:

Tabla 4. Servicios para el estudiante de la UNL

	Unidades/ Servicios
Bienestar Estudiantil	Infocentro universitario Servicio de becas Servicio de la defensoría de los derechos estudiantiles. Servicio de salud Servicio de trabajo social Servicio de trabajo social: programa para estudiantes con discapacidad. Servicio de trabajo social: proyecto para las estudiantes-madres embarazadas de la Universidad Nacional de Loja. Servicio psicopedagógico y asistencia psicológica
Investigación y Desarrollo	Red universitaria de prevención integral del uso y consumo de drogas dirigido a los estudiantes de la universidad Nacional de Loja
Radio Universitario	Apoyo interinstitucional Laboratorio de prácticas pre-profesionales Medio académico Producción de productos radiofónicos Servicios sociales

Fuente: (Universidad Nacional de Loja, s.f.)
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

2.4 Acciones de las universidades relacionadas a la formación de emprendedores universitarios.

En el Ecuador se ha observado una tendencia creciente a nivel de las universidades públicas y privadas por el fomento del espíritu emprendedor en los estudiantes dando como resultado para el país, una situación positiva a la hora de ir formando ciudadanos, con competencias emprendedoras, capaces de enfrentar de forma efectiva los retos que impone el actual entorno competitivo global, en el que viven todos los países del mundo; siendo, precisamente, el principal reto la generación de empleo y riqueza.

2.4.1 Acciones de la Universidad Técnica Particular de Loja.

El emprendimiento y la investigación son dos fortalezas de la Universidad Técnica Particular de Loja, cuenta con el Centro de Emprendimiento que impulsa 15 iniciativas de estudiantes y profesionales, las cuales ya están funcionando, estas iniciativas pasaron por un riguroso plan de evaluación y luego de asesoramiento, la capacitación es fundamental para que los

emprendimientos se sostengan en el tiempo y generen desarrollo es por ello que desde la cátedra se buscan alternativas para fortalecer las ideas creando emprendimientos, que luego de un tiempo se convierten en empresas económicamente activas.

“Ser Más Emprendedor”. Considerando que Ecuador es un país por naturaleza emprendedor y que con la crisis que sacudió al país, al menos uno de cada tres adultos busca un ingreso adicional con el lanzamiento de un emprendimiento, bajo esa premisa la Universidad Técnica Particular de Loja, realizó 12 talleres gratuitos en diferentes ciudades del país como: Quito, Zamora, Cariamanga, Cayambe, Otavalo, Ibarra, Tulcán, Latacunga, Ambato, Riobamba, Guaranda y Zaruma, con la idea de capacitar a quienes tengan una idea de negocio, ya que como Institución Educativa, fomenta el desarrollo de la sociedad ecuatoriana, transfiriendo conocimientos más allá de las aulas, llegando a diversas comunidades. (UTPL, s.f.)

Convencidos de que toda persona que tenga interés y motivación de emprender un negocio debe ser apoyada, se dictaron talleres para emprendedores y microempresarios del sector, con el objetivo de potenciar habilidades emprendedoras y directivas, proporcionar y aplicar metodologías ágiles e identificar nuevas propuestas de emprendimientos innovadores, que en mediano plazo incrementarán la competitividad del sector.

Las capacitaciones de aproximadamente 8 horas, se dividían en una parte teórica con ejemplos reales y una parte práctica grupal, siendo un aproximado de 1700 personas las beneficiadas de estas formaciones que estuvieron a cargo del personal de PRENDHO, quien junto a 3 panelistas externos brindaron la asesoría necesaria para las ideas de negocio presentadas durante las jornadas. (UTPL, s.f.)

Fomento al Emprendimiento. La UTPL promueve emprendimientos a través de su Fundación para el Desarrollo Social y Empresarial-FEDES, apoyando a sus estudiantes como a emprendedores externos. Dentro de la Fundación se desarrolla el Centro de Emprendimiento PRENDHO que es una incubadora de empresas y co-working, que provee asistencia técnica e infraestructura para el desarrollo de las investigaciones, proyectos y acompañamiento. (UTPL, s.f.)

El aporte investigativo y académico que realizan los docentes UTPL a la sociedad, tanto a nivel local como nacional e internacional, se refleja en los proyectos de investigación, innovación, emprendimiento y vinculación que proyectan en los artículos científicos y divulgativos que generan y que cada año permiten que la universidad destaque entre los primeros lugares de la producción científica del Ecuador, fruto de sus publicaciones que son indexadas en bases internacionales como Scopus, logrando desde el 2003 hasta la actualidad, 670 publicaciones. En 2016, se convirtió en la primera institución de educación superior en Ecuador en contar con un Centro de Apoyo a la Tecnología e Innovación (CATI)

logrado mediante convenio con el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI). Este Centro permitirá fortalecer aspectos de investigación, innovación, propiedad intelectual, patentes, derechos de autor y afines. Alineados a esta filosofía de innovación y emprendimiento, la UTPL le dio vida al Centro de Emprendimiento “prendho”, una impulsadora y aceleradora de empresas que en 2016 fue reconocida por segunda ocasión, como mejor incubadora del Ecuador, luego de aprobar con éxito el proceso de “Acreditación de Espacios de Innovación” que lideró la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación- Senescyt, evaluando la experiencia, infraestructura, servicio, talento humano y networking de 40 incubadoras vinculadas a universidades y empresas públicas o privadas.

La Alianza para Emprendimiento e Innovación del Ecuador (AEI) es una red de actores públicos, privados y académicos que busca fomentar el emprendimiento y la innovación, como base del desarrollo productivo del Ecuador. Está conformado por 68 aliados y trabaja desde hace tres años en temas de formación y capacitación, marco legal, fomento de mercados, desarrollo, investigación e innovación, acceso a financiamiento y otros. UTPL a través de prendho es uno de los aliados académicos que viene colaborando estrechamente con AEI desde sus inicios.

La malla curricular de las titulaciones de la UTPL, cuenta con el componente de formación básica que son materias con temáticas fundamentales que reflejan la dinámica de la universidad y deben ser aprobadas por todos los estudiantes de la UTPL, dentro de este componente consta la materia de emprendimiento con cuatro créditos y sin requisitos para su selección, en el practicum se establece en que ciclo y lugar se realizan las practicas, las cuales están direccionadas a incrementar el emprendimiento. El aspecto investigativo ha sido siempre un fuerte en la UTPL, por ello viene trabajando en la constitución de su campus en Loja como “Parque Científico y Tecnológico”, buscando potenciar la innovación y la creatividad en la actividad científica dentro de un ecosistema dinámico que inspire nuevas investigaciones y así origine oportunidades de aprendizaje para sus estudiantes y permita atender necesidades de la comunidad ecuatoriana. (UTPL, s.f.)

2.4.2 Acciones de la Universidad Nacional de Loja

El Centro de Desarrollo Empresarial y Ayuda al Emprendimiento en la actualidad funciona a través de un convenio suscrito entre el Ministerio de Industrias y Productividad y la Universidad Nacional de Loja con el objeto de fomentar la cultura emprendedora de desarrollo económico local a través de facilitar herramientas de gestión administrativa mediante el uso de las TICs para las PYMES y prestar servicios de acompañamiento y asesoría para convertir las ideas de negocios en emprendimientos. Son objetivos del Centro:

- Generar planes de acción para promover las competencias emprendedoras de los estudiantes y la comunidad a través de la participación de los docentes y estudiantes de las carreras del AJSA en proyectos de vinculación de la UNL con la sociedad.
- Capacitar y asesorar en el proceso de conversión de ideas de negocios en nuevas empresas, identificadas mediante la actividad académica, la investigación y gestión con aliados estratégicos.
- Facilitar la participación de los emprendedores a fondos concursables de la Unidad de Emprendimiento para viabilizar proyectos productivos.
- Acreditar servicios de vinculación con la sociedad, en los campos de su especialidad, de conformidad con los lineamientos definidos por el CEAACES.
- Implementar un sistema de seguimiento y evaluación de los diferentes proyectos a ejecutarse en el ámbito de acción de vinculación de la UNL con la Sociedad. (Universidad Nacional de Loja, s.f.)

La Unidad de Bienestar Estudiantil (UBE) de la Universidad Nacional de Loja (UNL), cumpliendo con su planificación en beneficio de la comunidad universitaria, impartirá las Jornadas de Potenciamiento a Futuros Profesionales, en las que se analizarán los siguientes temas: Cómo desarrollar una hoja de vida atractiva, una entrevista y la búsqueda de oportunidades en la plataforma de empleo; Generar oportunidades desde el emprendimiento; Liderazgo e innovación social y Liderazgo y coaching.

Estas jornadas se desarrollarán del 01 al 04 de agosto, en horarios matutinos y vespertinos. Para la socialización de los temas que la UBE ha planteado en estas jornadas, la empresa lojana Emprendiendo, la cual se enfoca en la gestión y formación de emprendimiento y liderazgo, brindará su apoyo.

Esta empresa social se creó hace cuatro años y busca generar una nueva visión del desarrollo de sectores rurales y urbanos.

Por su parte, la empresa Coach Loja se dedica a trabajar en el desarrollo personal y fortalecer las capacidades de las personas, y también será parte de estas jornadas dirigidas a docentes y estudiantes (Universidad Nacional de Loja, s.f.)

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

2.5.1 Procesos de la Universidad Técnica Particular de Loja.

La Universidad Técnica Particular de Loja consciente que los grupos de investigación componen el elemento necesario para potenciar y consolidar la investigación e innovación, mediante el logro de resultados de calidad, pertinentes y visibles, el Vicerrectorado de Investigación establece la normativa para la creación y el reconocimiento de los grupos de investigación.

El grupo de investigación se define como un conjunto de investigadores que trabajan intencionalmente en un plan o agenda de investigación, enmarcada en una temática común, durante un tiempo suficiente para producir resultados de producción intelectual según el caso.

Los grupos de investigación permiten:

- Identificar intereses comunes de investigación
- Captar recursos de investigación
- Trabajar en redes de otras instituciones nacionales o extranjeras
- Potenciar la actividad de investigación evitando esfuerzos aislados

La Unidad Vinculación UTPL enmarcada en el Plan Institucional de Vinculación con la Sociedad UTPL 2014 – 2020, propone como objetivo general “articular los diferentes saberes universitarios y roles de participación: docente-alumno, para la ejecución de programas de vinculación con la Sociedad que contribuyan al desarrollo humano y el bienestar de la Sociedad”.

La vinculación de la Universidad con la sociedad consiste en el conjunto de acciones y procesos académicos ejecutados por los departamentos en cooperación con sectores externos a la Universidad, como el Estado, los gobiernos locales, los sectores productivos y la sociedad civil, orientados a resolver problemas y ejecutar programas y proyectos que tengan impactos positivos en el país y el mundo.

La vinculación de la Universidad con la colectividad está fundada en la investigación, la transferencia de tecnología, extensión y en la responsabilidad social Universitaria. Los aportes de la UTPL al desarrollo de la sociedad y el Estado se realizan en cada uno de dichos campos y desde las distintas fortalezas erradicadas en sus alumnos y docentes en constante especialización. La UTPL ha planteado varias acciones que fomenten la vinculación, basándose tanto en sus siete líneas estratégicas de investigación que se enmarcan a los Programas de Investigación, como en su oferta académica, de tal manera que, a través de programas y proyectos planteados y ejecutados en cada una de las áreas, contribuyan activamente al cumplimiento de las grandes metas de desarrollo del Ecuador. (UTPL, s.f.)

La Dirección de Investigación es la entidad organizadora, promotora y evaluadora de los procesos de investigación científica, tecnológica y de innovación de la Universidad Nacional de Loja. Apoya el desarrollo sostenible de la región sur del Ecuador y del país, en concordancia con los lineamientos estratégicos de desarrollo del país, a través de la ejecución de programas y proyectos de investigación en las Ciencias de la vida, la naturaleza y las ingenierías; las Ciencias Energéticas y Tecnología Digital; las Ciencias Sociales y Humanísticas; y, las Ciencias de la Salud

Las Líneas de Investigación Científica, Desarrollo Tecnológico e Innovación, direccionan y promueven la generación de conocimiento científico, base para la innovación tecnológica y la transferencia de conocimientos. Estas líneas han sido construidas con pertinencia científica, académica y social, lo que permite la integración intra e interinstitucional. (UTPL, s.f.)

2.5.2 Procesos de la Universidad Nacional de Loja.

La Universidad Nacional de Loja cuenta con Centros y Estaciones de Investigación, como el Laboratorio de Análisis Químico, Centro de Biotecnología, Centro de Estudios Territoriales, Centro de Investigaciones Tropicales del Ambiente y la Biodiversidad – CITIAB, Estación Experimental El Padmi, Estación Experimental Zapotepamba, Estación Experimental El Chilco, Herbario “Reinaldo Espinosa”, Jardín Botánico "Reinaldo Espinosa", estos laboratorios están destinado al apoyo y desarrollo de los proyectos de investigación. (Emprende pyme.net, 2016)

Sin embargo la Universidad Nacional de Loja no cuenta con programas que incentiven el desarrollo del espíritu emprendedor.

2.6 Análisis e interpretación de resultados de la investigación

Dentro del análisis del perfil emprendedor de estudiantes universitarios en la ciudad de Loja, es muy importante conocer en qué medida son incentivados los estudiantes por parte de las universidades para convertirse en un emprendedor. El objetivo es analizar el perfil emprendedor en los estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja y Universidad Nacional de Loja.

2.6.1. Estimación del número de estudiantes a encuestar por carrera universitaria.

A continuación, se presenta los resultados de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja, de acuerdo al azar de los 200 estudiantes de diferentes carreras ofertadas por la universidad.

Tabla 5: Número de estudiantes a encuestar por carrera universitaria UTPL

CARRERAS UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	Nº DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
Medicina	11	5,50
Sistemas Informáticos y Computación	5	2,50
Ingeniería Civil	10	5,00
Derecho	12	6,00
Bioquímica y Farmacia	1	0,50
Administración en Banca y Finanzas	26	13,00
Geología y Minas	5	2,50
Agropecuaria	2	1,00
Arquitectura	8	4,00
Ingeniería Química	2	1,00
Comunicación Social	8	4,00
Gestión Ambiental	2	1,00
Administración de Empresas	26	13,00
Contabilidad y Auditoria	10	5,00
Ingles	13	6,50
Hotelería y Turismo	2	1,00
Economía	13	6,50
Psicología	8	4,00
Electrónica y Telecomunicaciones	36	18,00
TOTAL	200	100,00

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

2.6.1.2 Caracterización de estudiantes universitarios investigados UTPL.

2.6.1.2.1 Edad

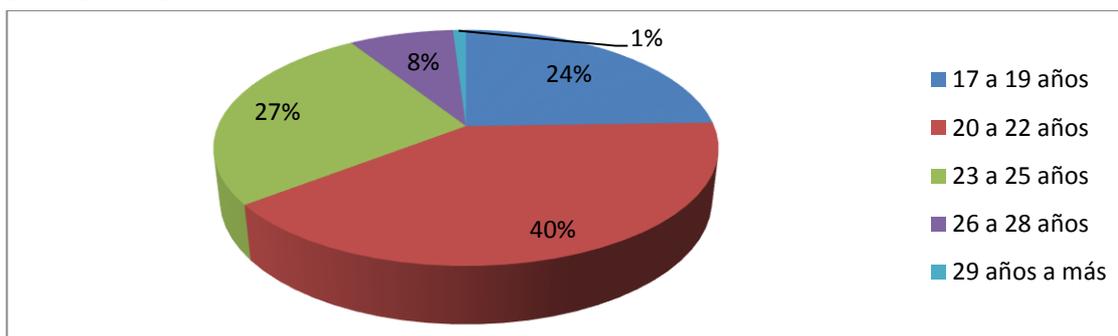


Figura 1. Edad de los estudiantes.
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

El promedio de edad de los estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja es de 22 años. El 40% de los estudiantes se encuentra entre 20 y 22 años de edad y el 27% tienen entre 23 y 25 años respectivamente.

2.6.1.2.2 Género

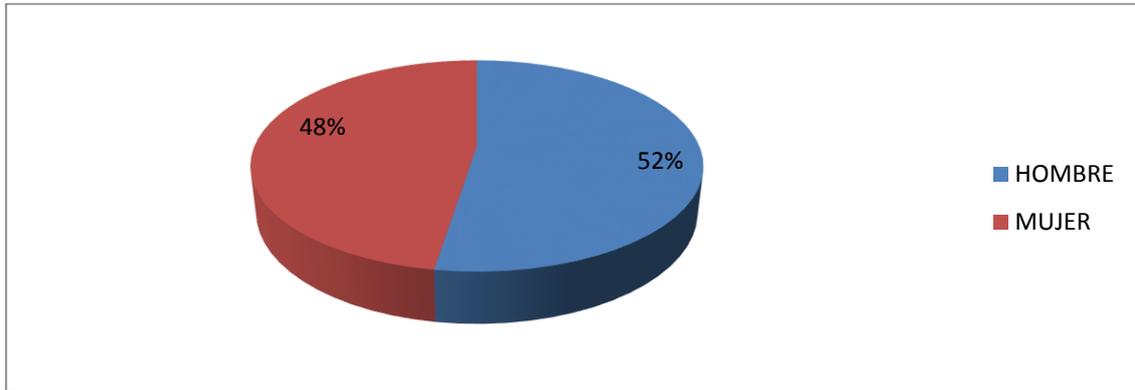


Figura 2. Género de los estudiantes.

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

El 52% de los estudiantes encuestados son hombres y el 48% son mujeres, existiendo una diferencia de género del 4%. Cabe indicar que actualmente existe igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres para acceder a la educación superior, así mismo la totalidad de los estudiantes universitarios son de nacionalidad ecuatoriana.

Las titulaciones que predominan son Electrónica y Telecomunicaciones (18%) seguida de Administración de Empresas y Banca y Finanzas (13%), mientras que las demás se encuentran por debajo del 6.5%.

2.6.1.2.3 Semestre

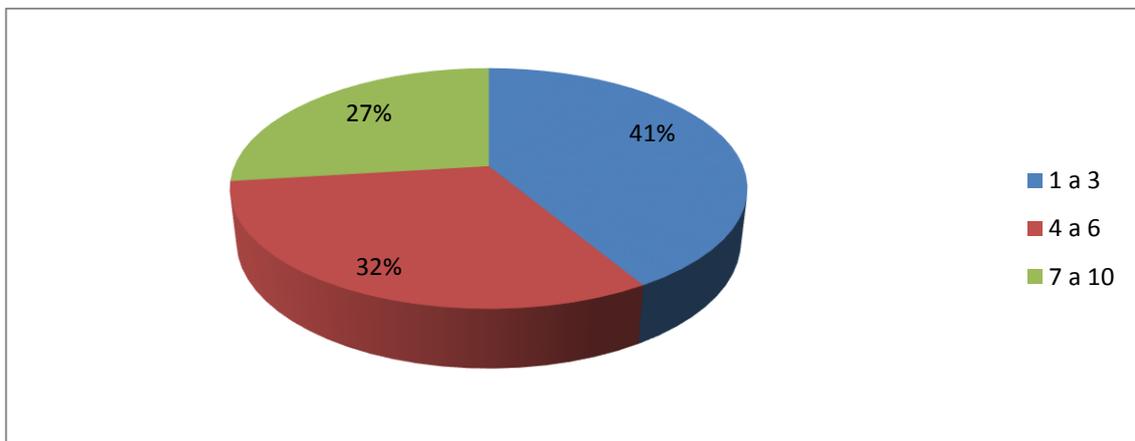


Figura 3. Semestre de los estudiantes

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

El 41% de los estudiantes se encuentran cursando entre el primer y tercer semestre de la carrera, seguidos del 32% que se encuentran entre cuarto y sexto semestre, los mismos que ya tienen más conocimientos en temas especializados de sus carreras.

2.6.1.2.4 Curso de emprendimiento

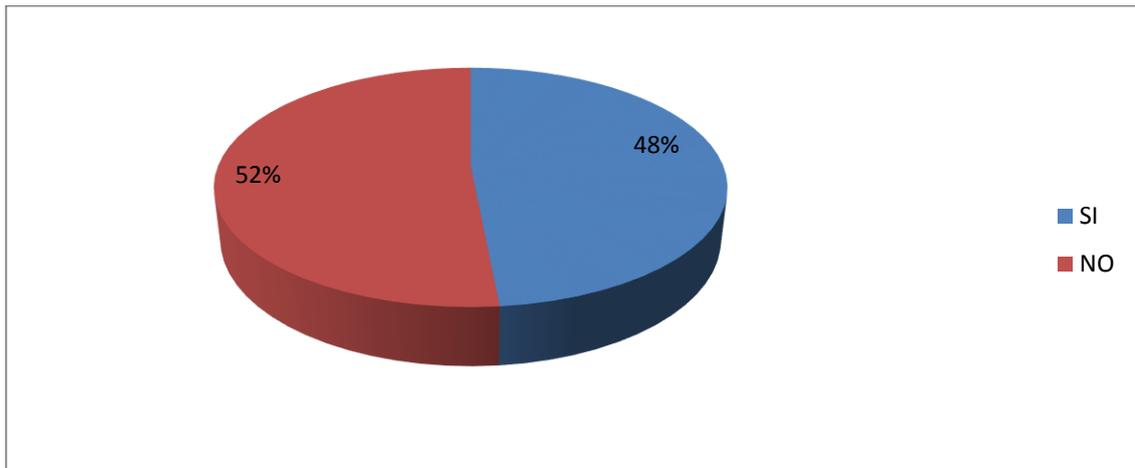


Figura 4. Curso de emprendimiento

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Un 48% de los estudiantes manifiestan haber recibido cursos de emprendimiento con conocimientos necesarios para generar un emprendimiento propio al culminar sus estudios independientemente de la carrera elegida, mientras que el 52% no ha recibido ningún curso. Esto es contradictorio al plan curricular de las carreras de modalidad presencial que puede justificarse de que los estudiantes encuestados no han aprobado aún esta asignatura, aunque es de formación básica puede tomársela a lo largo de la carrera universitaria.

2.6.1.2.5 Padres empresarios

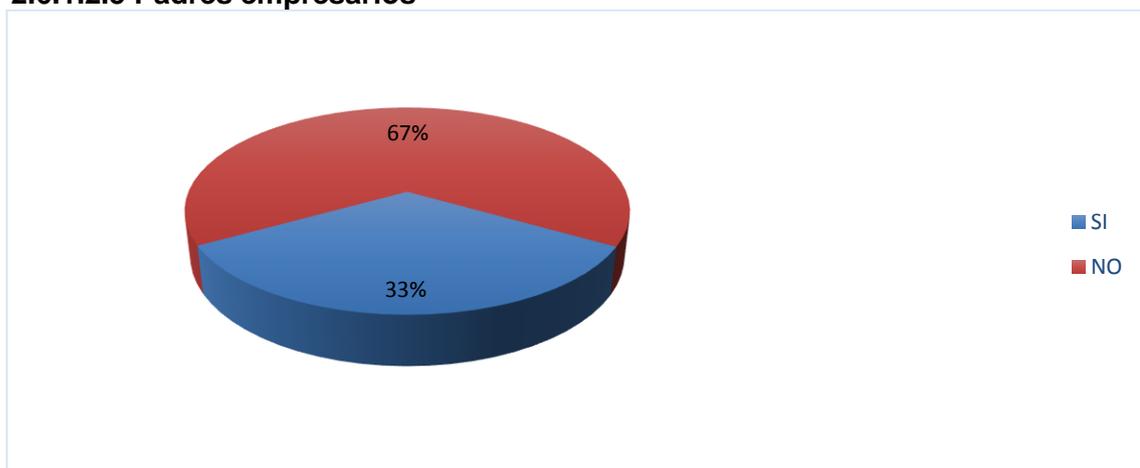


Figura 5. Padres empresarios

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

El 33% de los padres si son empresarios o tienen su propio negocio y el 67% no son empresarios autónomos, esto influye en los estudiantes ya que no tienen una figura emprendedora que los motive antes de escoger una carrera hacia el emprendimiento.

2.6.1.2.6 Padres empresarios.

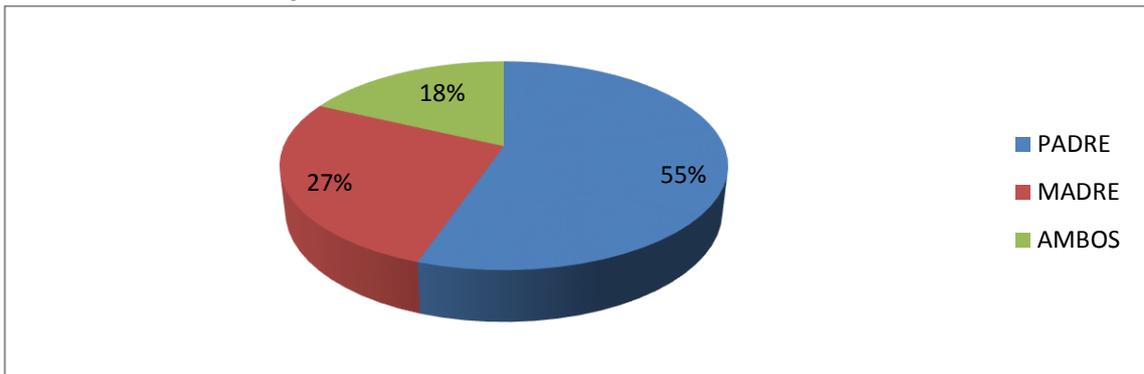


Figura 6. Padres empresarios

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Del 33% de los padres de los estudiantes que son empresarios, un 55% son propietarios de un negocio, el 27% indica que son las madres propietarias de una empresa, y un 18% corresponde a ambos padres que son los propietarios de las empresas. Por lo tanto los hijos que crecen en un hogar donde los padres son emprendedores, tienen más oportunidades de incursionar en temas de emprendimiento.

2.6.1.2.7 Referente profesional.

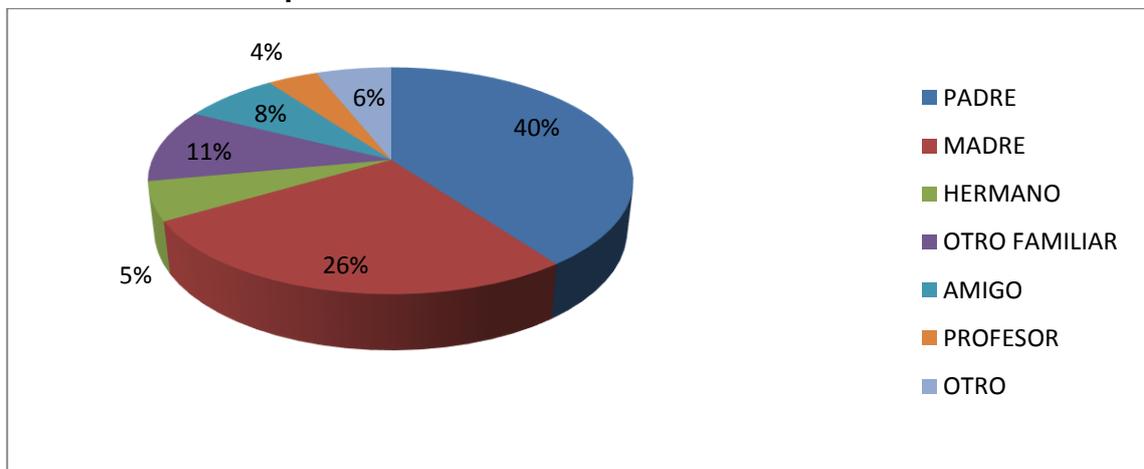


Figura 7. Referente profesional

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Un gran referente profesional es el padre con un 40% de los estudiantes, el 26% indica que es su madre, mientras el 11% corresponde a hermano, amigo, profesor, otro familiar y otros. Concluyendo que el referente profesional son las figuras paternas que motivan a los estudiantes a escoger una carrera emprendedora.

2.6.1.2.8 Años de experiencia laboral

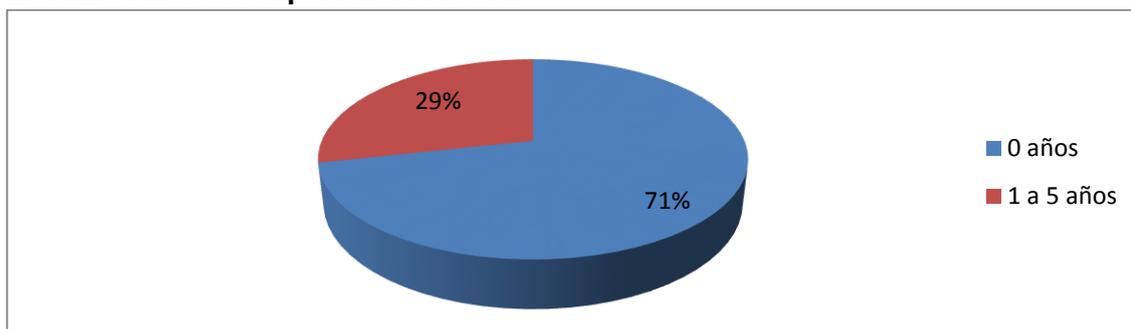


Figura 8. Estudiantes que se encuentran laborando tiempo parcial o completo.

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

El 29% de los estudiantes han trabajado por lo menos un año, y el 71% no tiene experiencia laboral manifestando que no cuentan con tiempo libre para laborar.

2.6.1.2.9 Principales factores que incentivan escoger una carrera emprendedora



Figura 9. Principales incentivos del contexto en general

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL.

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es de 5,88, esto significa que los estudiantes universitarios tienden a estar más motivados a escoger una carrera emprendedora para crear su propia empresa y no depender de un empleo, dentro de los factores con mayor rango se encuentra el poder ayudar a otras personas (6,22) así también los estudiantes indican que al momento de iniciar un emprendimiento tienen una imagen positiva de la sociedad (6,08) y con menor rango los estudiantes manifiestan estar de acuerdo en que existe apoyo y servicio cualificado para los emprendedores (5,44) lo que significa que los emprendedores si tienen apoyo para realizar emprendimientos.

2.6.1.2.10 Valoración del entorno universitario



Figura 10. Valoración del entorno universitario
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL.
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es 5,77, lo que significa que los estudiantes se encuentran motivados y están de acuerdo que los cursos de emprendimiento dictados por la Universidad Técnica Particular de Loja, fomentan habilidades sociales y de liderazgo necesarias para emprender (5,86), por otra parte la universidad apoya el desarrollo de equipos de estudiantes multidisciplinarios (5,82)

2.6.1.2.11 Principales obstáculos para escoger una carrera emprendedora



Figura 11. Principales obstáculos para escoger una carrera emprendedora
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL.
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es 5,52, que significa que los estudiantes están de acuerdo que el principal obstáculo para escoger una carrera emprendedora es una gran responsabilidad de ser emprendedor(6,00) esto debe a que los estudiantes se encuentran actualmente en formación y no cuentan con experiencia necesaria para emprender un negocio o empresa, de igual manera existen otros obstáculos, por ejemplo: dificultades para conseguir financiación, demasiados trámites burocráticos y cargas fiscales, así mismo los estudiantes universitarios manifiestan que existen dificultades para conseguir financiación (5,87), existen demasiados trámites burocráticos para realizar un emprendimiento (5,58) y cargas fiscales (5,56)

2.6.1.2.12 Actitud personal hacia el emprendimiento



Figura 12. Actitud personal hacia el emprendimiento
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL.
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes tienen una actitud positiva hacia el emprendimiento, con una media de 6,05 en la escala de Likert, según los resultados obtenidos los estudiantes están totalmente de acuerdo que ser emprendedor supondría una gran satisfacción personal (6,23), si tuvieran las oportunidades y los recursos les encantaría crear una empresa (6,20) y preferirían ser un emprendedor (6,19)

A continuación, se analizará la intención de ser emprendedor.

2.6.1.2.13 Intención de ser emprendedor

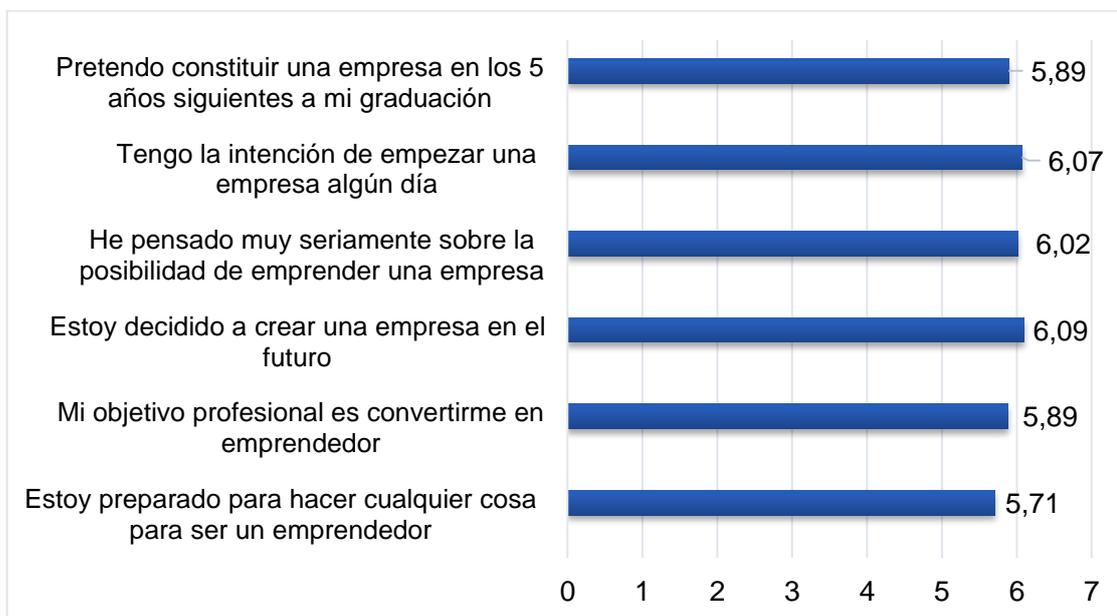


Figura 13. Intención de ser emprendedor

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL.

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja están totalmente decididos a crear una empresa en los 5 años siguientes a su graduación (6.09). La media en cuanto a la intención de ser emprendedor es de 5,95, que significa que el objetivo principal de los estudiantes es convertirse en emprendedor en el futuro.

2.6.1.2.14 Gestor de un negocio o ser asalariado

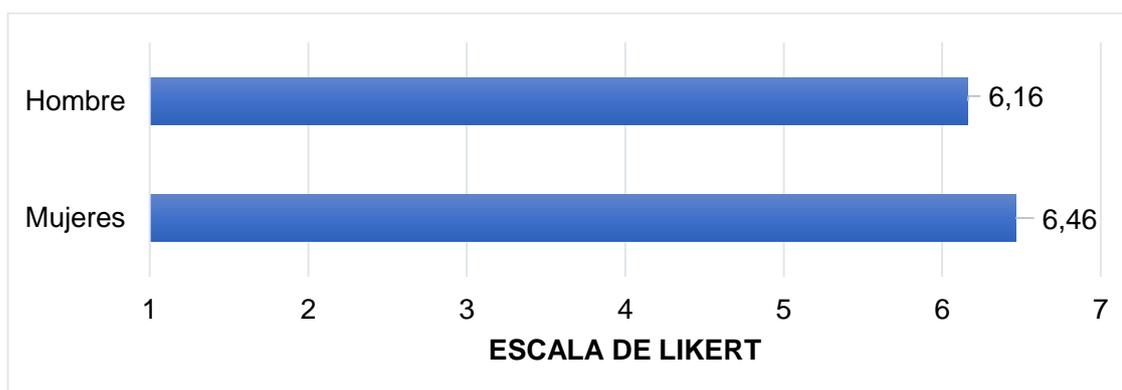


Figura 14. Gestor de un negocio o ser asalariado

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL.

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Las mujeres emprendedoras universitarias tienen más espíritu emprendedor para ser gestora de su propio negocio (6,46), a diferencia del hombre que demuestra tener menor preferencia de ser gestor de un negocio (6,16). La media es de 6.31.

2.6.1.2.15 Probabilidad de crear su propia empresa en los próximos 5 años

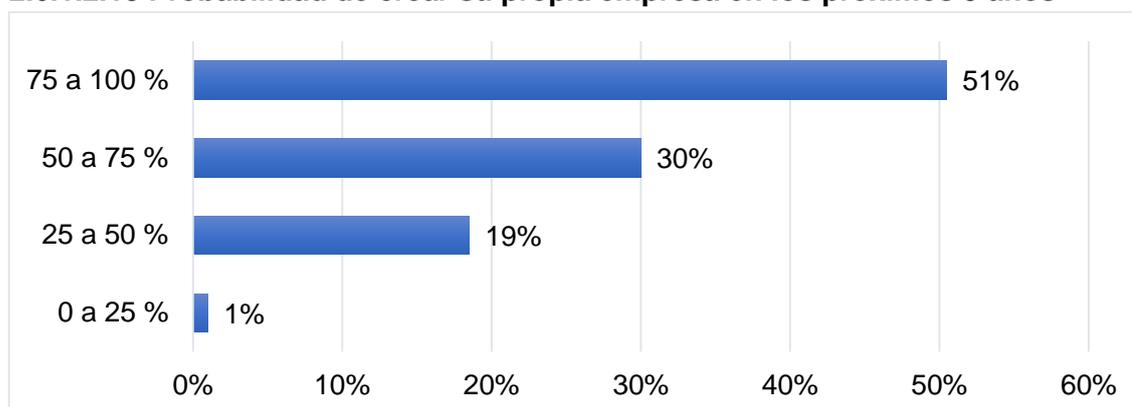


Figura 15. Probabilidad de crear su propia empresa en los próximos 5 años

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

El 51% de los estudiantes universitarios manifiestan estar seguros que crearán su propia empresa en los próximos 5 años, mientras el 1% indicó lo contrario, ellos no ven la posibilidad de gestionar su propia empresa en 5 años, y el 30% que se encuentra sobre la media demuestra que es probable lograr crear su propia empresa o negocio.

2.6.1.2.16 Creatividad

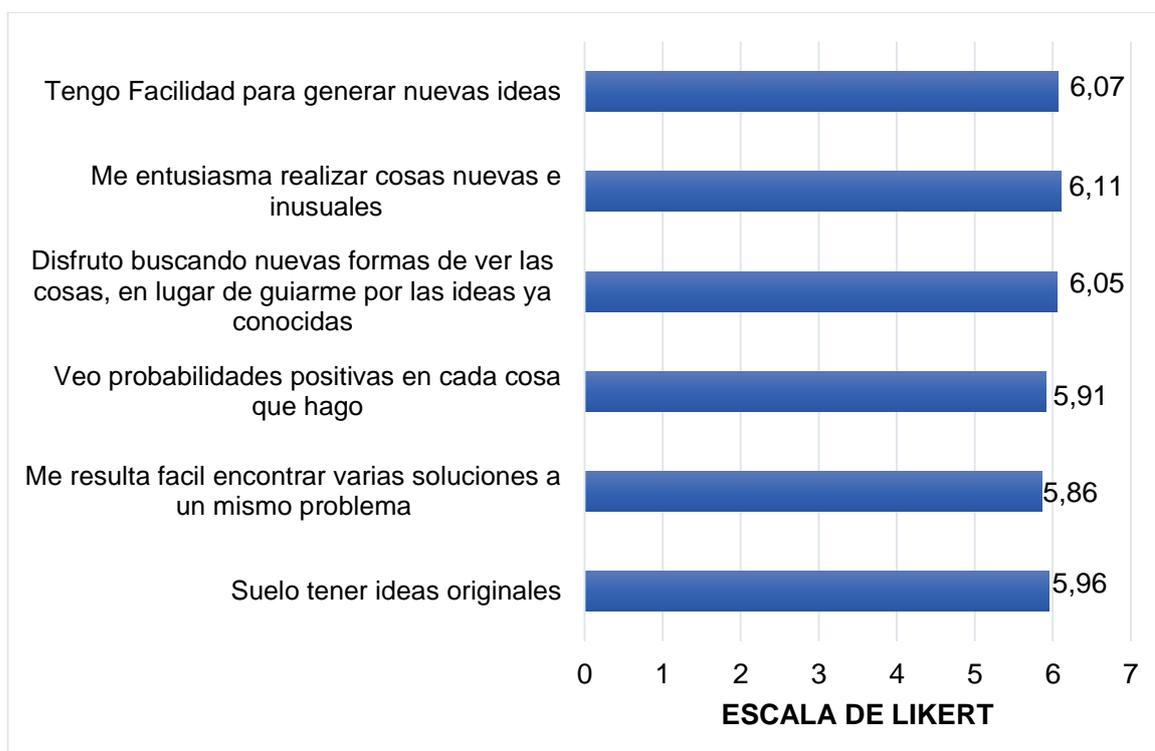


Figura 16. Creatividad

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es 5,99, significa que los estudiantes de la UTPL son muy creativos para realizar cosas nuevas (6,11), tienen facilidad para generar nuevas ideas (6,07), disfrutan buscando

nuevas formas de ver las cosas en lugar de guiarse por las ideas conocidas (6,05), así también ven probabilidades positivas en cada cosa que hacen y suelen tener ideas originales (5,96), les resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema (5,86), es decir los estudiantes universitarios cuentan con una característica fundamental para realizar un emprendimiento.

2.6.1.2.17 Aversión al riesgo

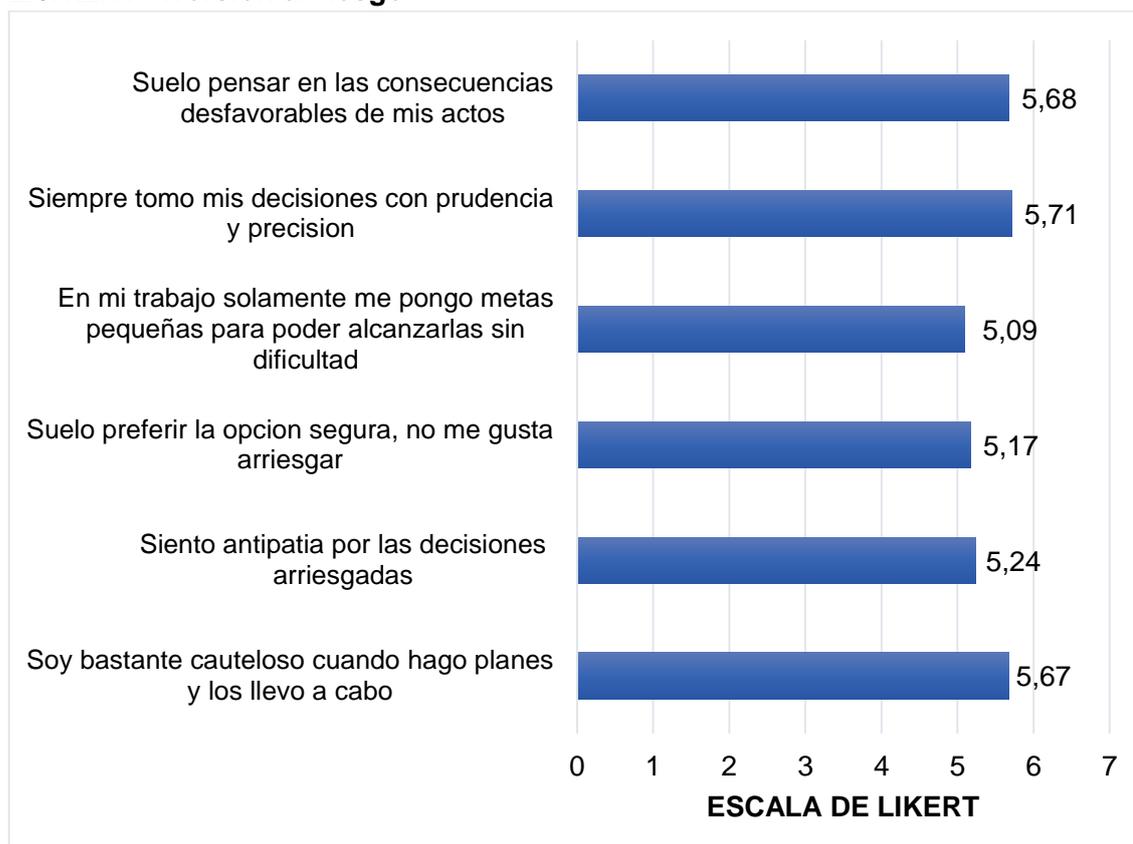


Figura 17. Aversión al riesgo
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

En lo que se refiere a la aversión al riesgo, la media es de 5,43, lo que significa que los estudiantes están de acuerdo que siempre toman sus decisiones con prudencia y precisión(5.71), piensan en las consecuencias desfavorables de sus actos y son bastante cautelosos cuando hacen planes y los llevan a cabo. Sin embargo los estudiantes también manifiestan que optarían por proponerse metas pequeñas para poder alcanzarlas sin dificultad, prefirieren la opción segura y no les gusta arriesgar, esto se debe a que los estudiantes al momento de emprender no cuentan con los recursos necesarios.

2.6.1.2.18 Escala de locus de control

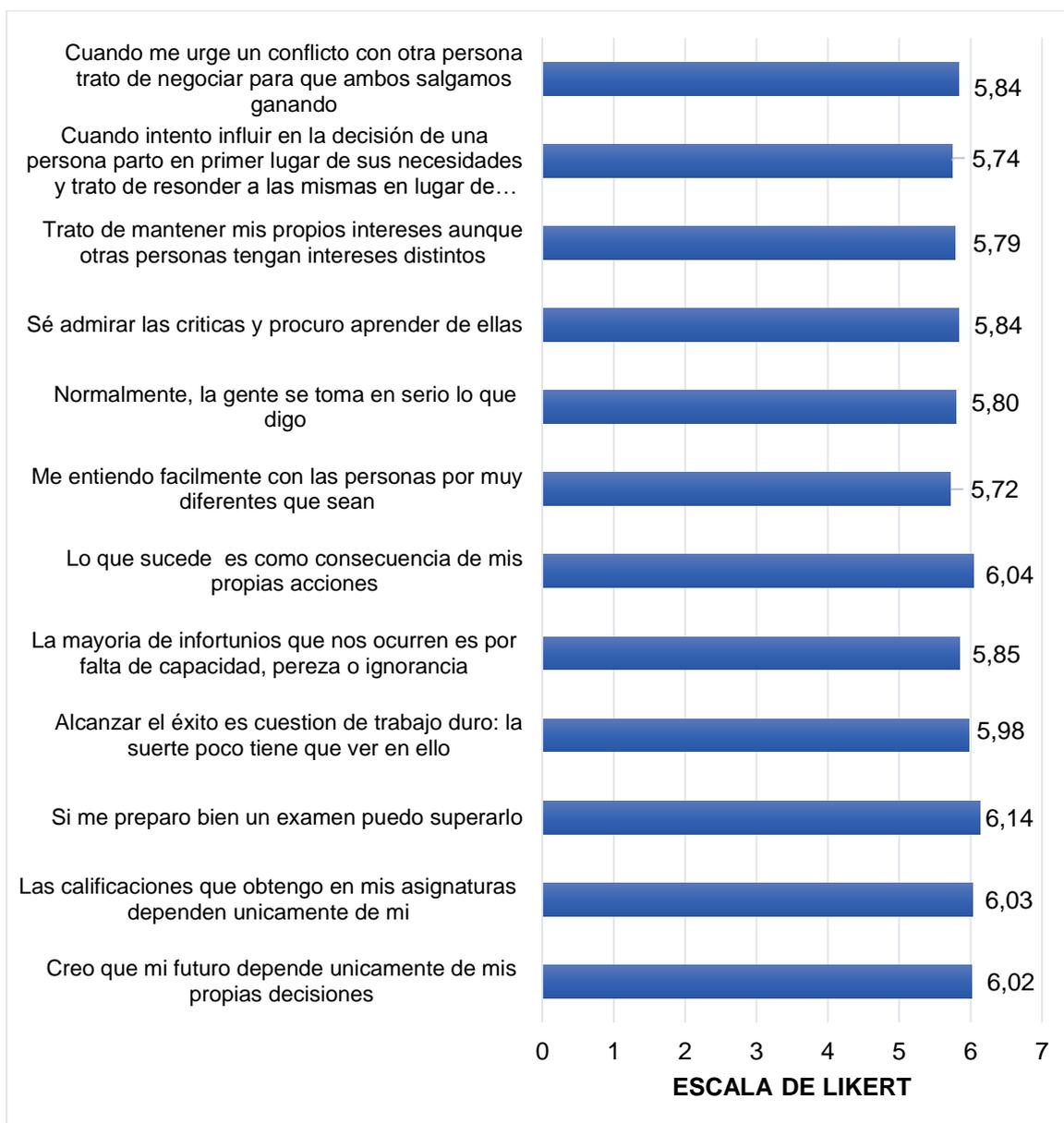


Figura 18. Escala de locus de control

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

En este apartado se analiza el locus de control (éxito o fracaso), la media es 5,90, lo que significa que los estudiantes manifiestan estar de acuerdo que si se preparan bien para un examen pueden superarlo (6.14), lo que les sucede es producto de la consecuencia de sus propias acciones. Así mismo los estudiantes opinan que tienen facilidad para relacionarse con las personas por muy diferentes que sean y cuando intentan influir en la decisión de una persona parten en primer lugar de las necesidades de estas personas y tratan de responder a sus necesidades en lugar de intentar convencerlas de que hagan lo que ellos dicen.

2.6.1.2.19 Nivel de perseverancia



Figura 19. Nivel de perseverancia

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

En este bloque la media es de 5,82, lo que denota que los estudiantes de la UTPL son personas perseverantes que siempre están buscando mejores formas de hacer las cosas, les gusta desafiar lo tradicional y le gusta defender sus propias ideas como punto más sobresaliente de este tema.

2.6.1.2.20 Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender autoeficacia

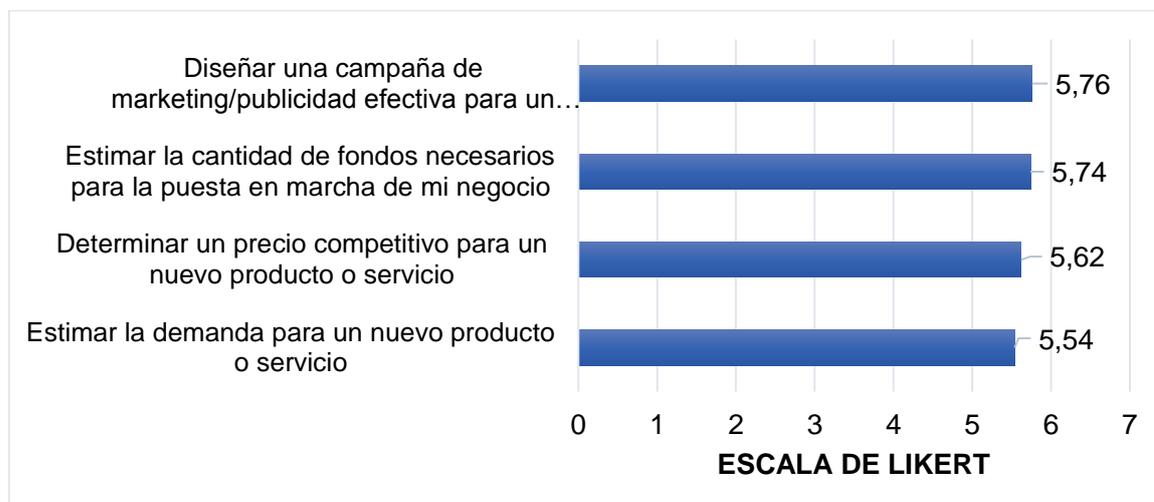


Figura 20. Autoeficacia

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es 5,67, lo que significa que los estudiantes están de acuerdo en diseñar un plan de marketing o publicidad efectiva para un nuevo producto o servicio (5.7), estiman la cantidad de fondos necesarios para la puesta en marcha de su negocio, por otro lado determinar o estimar la demanda o precio competitivo para un nuevo producto o servicio, concluyendo que la autoeficacia es la capacidad personal de los estudiantes para realizar un emprendimiento y obtener excelentes resultados.

2.6.1.2.21 Capacidad de convencimiento

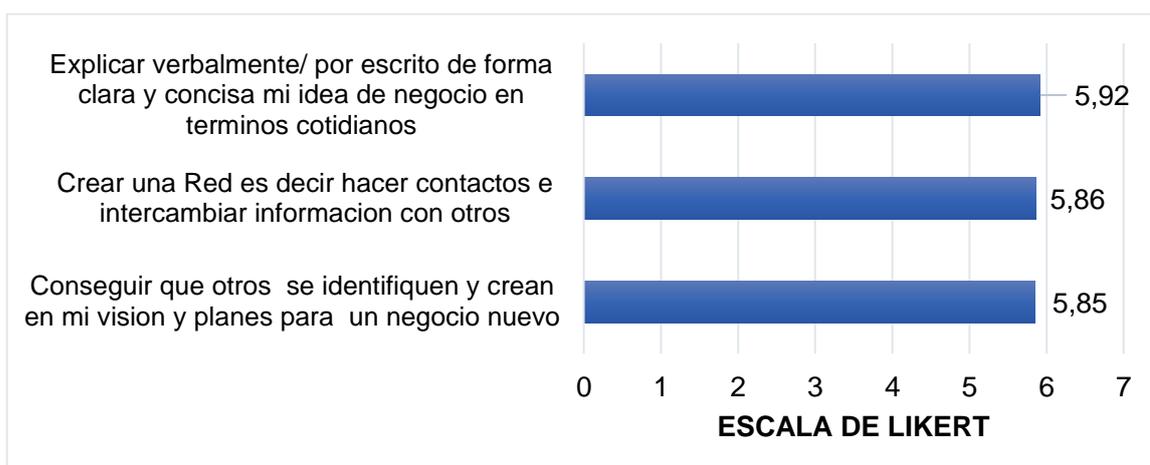


Figura 21. Capacidad de convencimiento

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es 5,88, referente a las afirmaciones sobre la capacidad de convencimiento que debe tener el emprendedor para expresar sus ideas (5,92) de negocio, demostrando su confianza para conseguir sus objetivos propuestos para emprender.

2.6.1.2.22 Administración de recurso humano



Figura 22. Administración de recurso humano

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es de 6,03, en este apartado sobre las capacidades para gestionar el recurso humano, los estudiantes están de acuerdo en tener la capacidad para inspirar, apoyar, motivar y contratar buenos empleados al momento de crear su empresa o negocio,

2.6.1.2.23 Gestión financiera

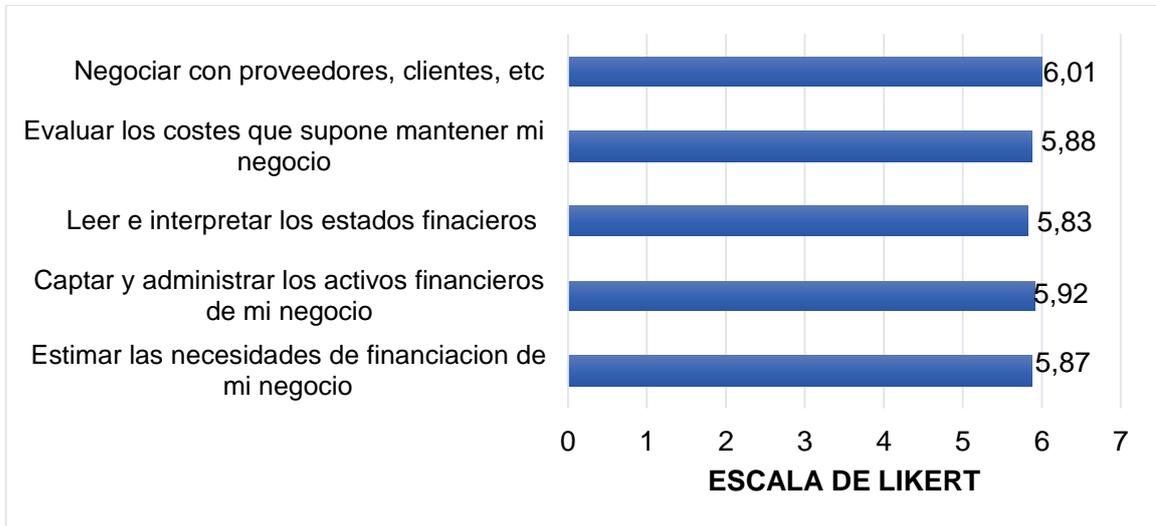


Figura 23. Gestión financiera
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Como se observa en la figura 23, presenta una media de 5.90, los estudiantes manifiestan estar de acuerdo que al momento de emprender su negocio o empresa tienen los conocimientos necesarios para gestionar el financiamiento así también tendrán la facilidad para negociar con proveedores, clientes entre otros.

2.6.1.2.24 Inteligencia emocional



Figura 24. Inteligencia emocional
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Como se observa en la figura 24, los estudiantes universitarios están de acuerdo que pueden controlar sus emociones de forma positiva hacia el emprendimiento con una media de 5,64, esto significa que los estudiantes controlan sus emociones y son conscientes de los resultados que obtendrán a futuro.

2.6.1.2.25 Valoración del entorno social más cercano a los universitarios

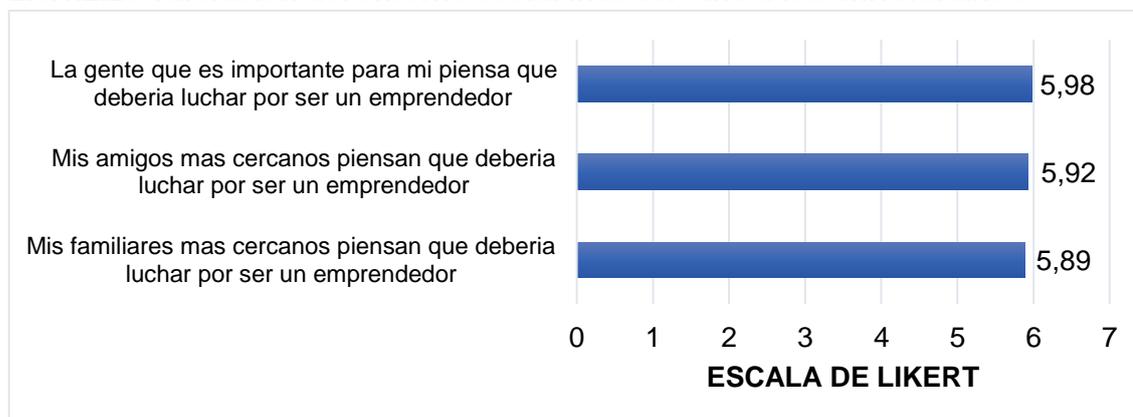


Figura 25. Valoración del entorno social más cercano a los universitarios
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es de 5.93. La gente es importante para los estudiantes de la UTPL, de igual manera los amigos son determinantes en las acciones emprendidas y finalmente sus familiares.

2.6.1.2.26 Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano

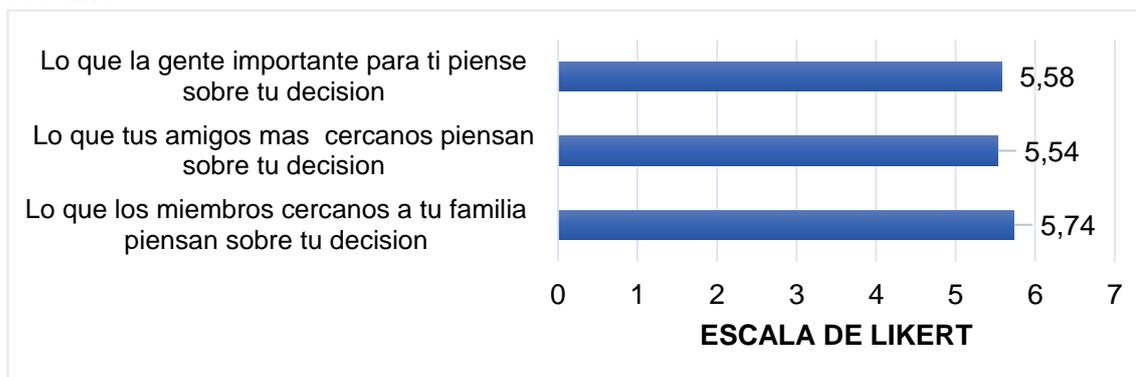


Figura 26. Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno más cercano
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes le dan mayor grado de importancia a su familia sobre lo que piensan al emprender un negocio, valor que se encuentra sobre la media 5,62, por otro lado, las opiniones que menor importancia les dan son la gente y sus amigos de su entorno más cercano.

A continuación, se presenta los resultados de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja, de acuerdo a la muestra tomada al azar de los 200 estudiantes de diferentes carreras ofertadas por la universidad.

Tabla 6: Número de estudiantes a encuestar por carrera universitaria UNL.

CARRERAS UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA	Nº DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
Banca y Finanzas	6	3,00
Psicología	9	4,50
Emprendimiento y Gestión	1	0,50
Administración Pública	20	10,00
Contabilidad y Auditoría	65	32,50
Arquitectura	4	2,00
Odontología	8	4,00
Artes Plásticas	1	0,50
Administración de Empresas	20	10,00
Comunicación Social	4	2,00
Diseño Gráfico	2	1,00
Economía	11	5,50
Educación Básica	6	3,00
Ingeniería Ambiental	3	1,50
Derecho	10	5,00
Ingeniería Automotriz	3	1,50
Zootecnia	4	2,00
Hotelería y Turismo	12	6,00
Medicina	11	5,50
TOTAL	200	100,00

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

2.6.1.3 Caracterización de estudiantes universitarios investigados UNL.

2.6.1.3.1 Edad

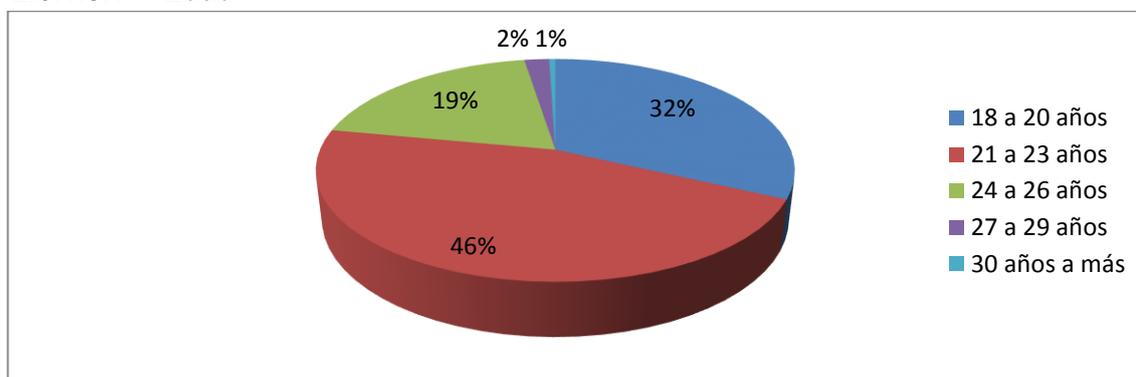


Figura 27. Edad de los estudiantes

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

El promedio de edad de los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja es de 22 años. El 46% de los estudiantes se encuentran entre 21 a 23 años de edad y el 32% tienen entre 18 a 20 años respectivamente.

2.6.1.3.2 Género

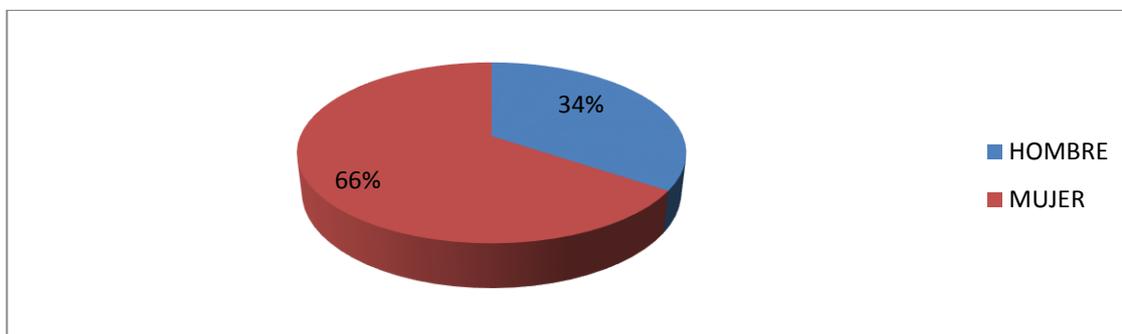


Figura 28. Género de los estudiantes

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

El 66% de los estudiantes encuestados son mujeres y el 34% son hombres, existiendo una diferencia de género del 32% prevaleciendo el sexo femenino.

Las titulaciones que predominan son Contabilidad y Auditoría con el 32,50% seguida de Administración de Empresas con el 10,00%, mientras que las demás se encuentran por debajo del 9 %.

2.6.1.3.3 Semestre

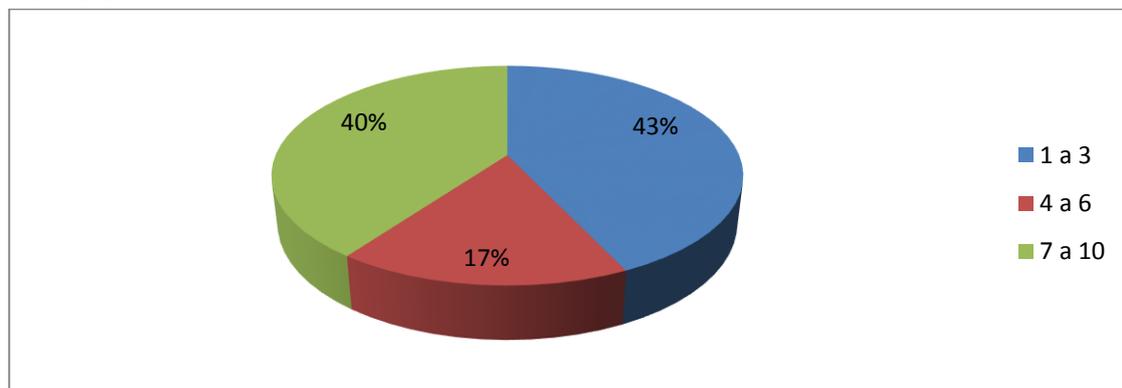


Figura 29: Semestre de los estudiantes

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

El 43% de los estudiantes se encuentran cursando entre el primer y tercer semestre de la carrera, seguidos del 40% que se encuentran entre séptimo a décimo semestre. Los mismos que ya tienen conocimientos en temas especializados en sus carreras.

2.6.1.3.4 Curso de emprendimiento

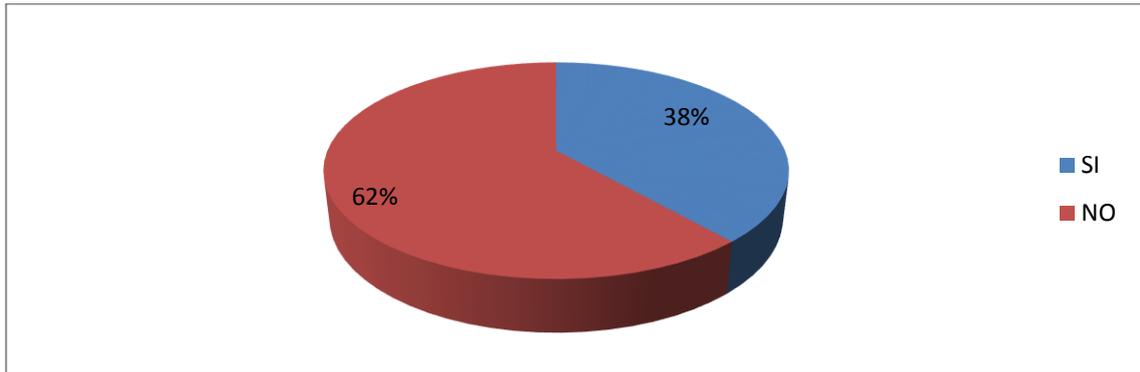


Figura 30. Curso de emprendimiento
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

El 38% de los estudiantes manifiestan haber recibido cursos de emprendimiento, con conocimientos necesarios para generar un emprendimiento propio al culminar sus estudios independientemente de la carrera elegida, mientras que el 62% no ha recibido ningún curso. La Universidad Nacional de Loja no cuenta con la asignatura de emprendimiento en todas las carreras.

2.6.1.3.5 Padres empresarios

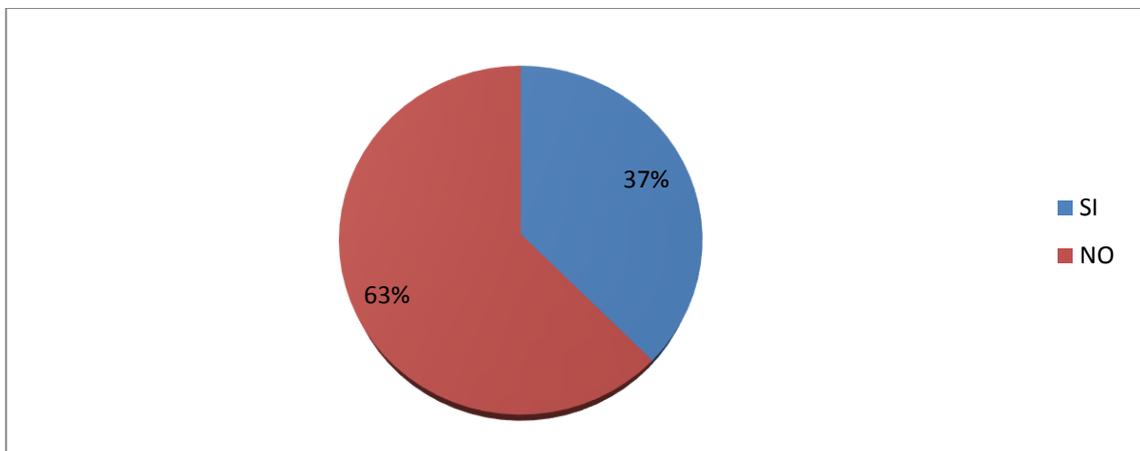


Figura 31. Padres empresarios
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

El 63% de los padres no son empresarios o tienen su propio negocio y el 37% si son empresarios autónomos, esto influye de forma importante en su intención por llegar a ser un emprendedor.

2.6.1.3.6 Padres empresarios

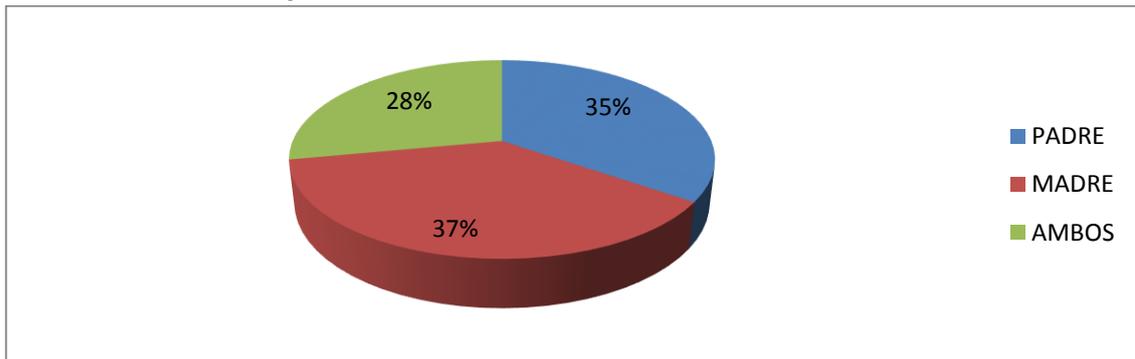


Figura 32. Padres empresarios
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Del 37% de los padres de los estudiantes que son empresarios, un 35% son propietarios de un negocio, el 37% indica que son las madres propietarias de una empresa y un 28% corresponde a ambos que son los propietarios de las empresas. Por lo tanto los hijos que crecen en un hogar donde los padres son emprendedores, tienen más oportunidades de incursionar en temas de emprendimiento.

2.6.1.3.7 Referente profesional.

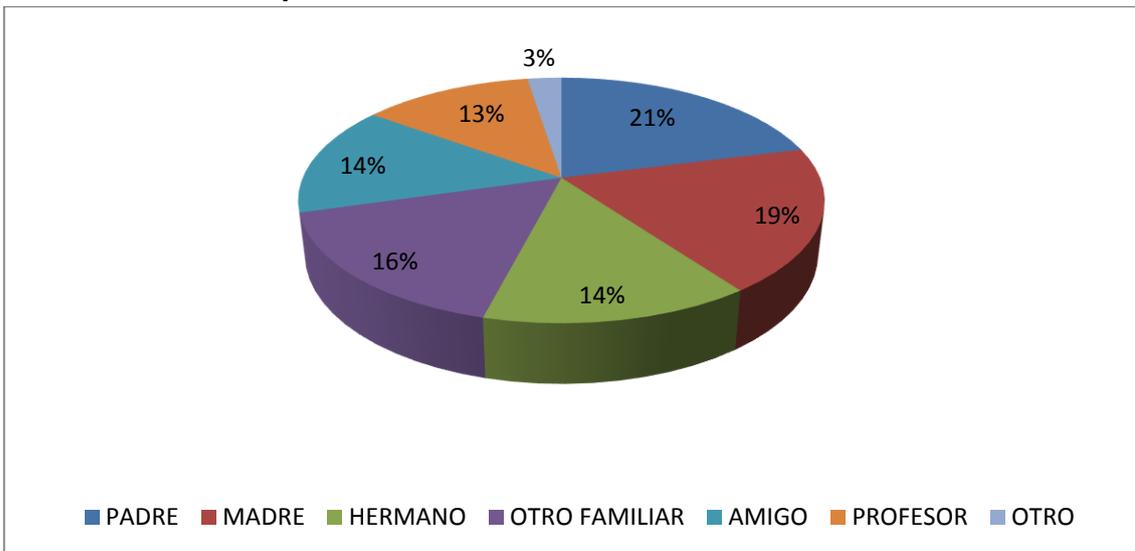


Figura 33. Referente profesional
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Un gran referente profesional es el padre con un 21% de los estudiantes, el 19% indica que es su madre, mientras el 16% corresponde a otro familiar y otros. Concluyendo que el referente profesional son las figuras paternas que motivan a los estudiantes a escoger una carrera emprendedora.

2.6.1.3.8 Años de experiencia laboral

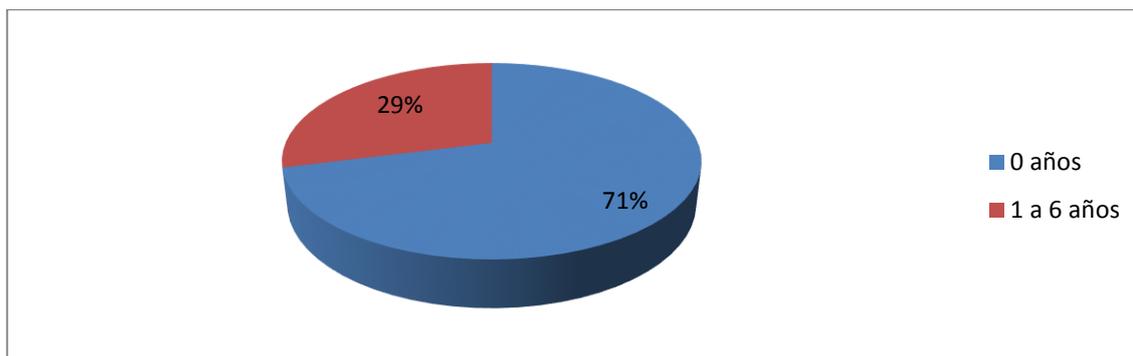


Figura 34. Estudiantes que se encuentran laborando tiempo parcial o completo.

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

El 29% de los estudiantes han trabajado por lo menos un año, y el 71% no tiene experiencia laboral manifestando que no cuentan con tiempo libre para laborar.

2.6.1.3.9 Principales factores que incentivan escoger una carrera emprendedora



Figura 35. Principales incentivan del contexto en general.

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es de 5,19, esto significa que los estudiantes universitarios tienden estar más motivados a escoger una carrera emprendedora para crear su propia empresa y no depende de un empleo, dentro de los factores con mayor rango se encuentra el poder ayudar a otras personas (5,51), así mismo la auto-realización es muy importante para el estudiante (5,45) y con menor rango los estudiantes indican que al momento de iniciar un emprendimiento tienen una imagen positiva de la sociedad (5,44) lo que significa que los emprendedores si tienen apoyo para realizar emprendimientos.

2.6.1.3.10 Valoración del entorno universitario

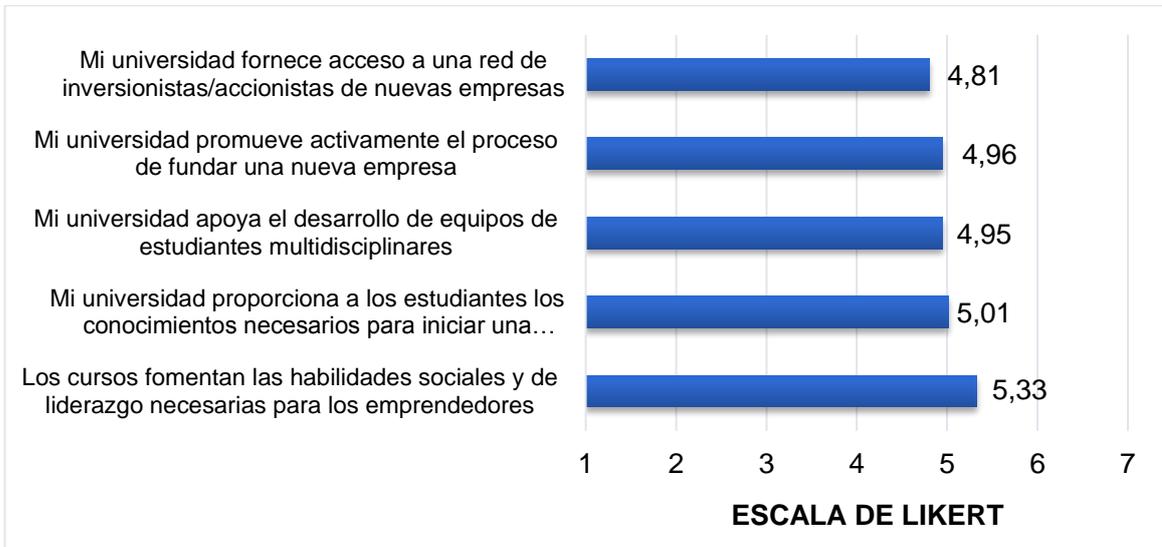


Figura 36. Valoración del entorno universitario
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es 5,01, lo que significa que los estudiantes se encuentran motivados y están de acuerdo que los cursos de emprendimiento fomentan habilidades sociales y de liderazgo necesarias para emprender (5,33), por otra parte la Universidad Nacional de Loja proporciona los conocimientos necesarios a los estudiantes (5,01)

2.6.1.3.11 Principales obstáculos para escoger una carrera emprendedora

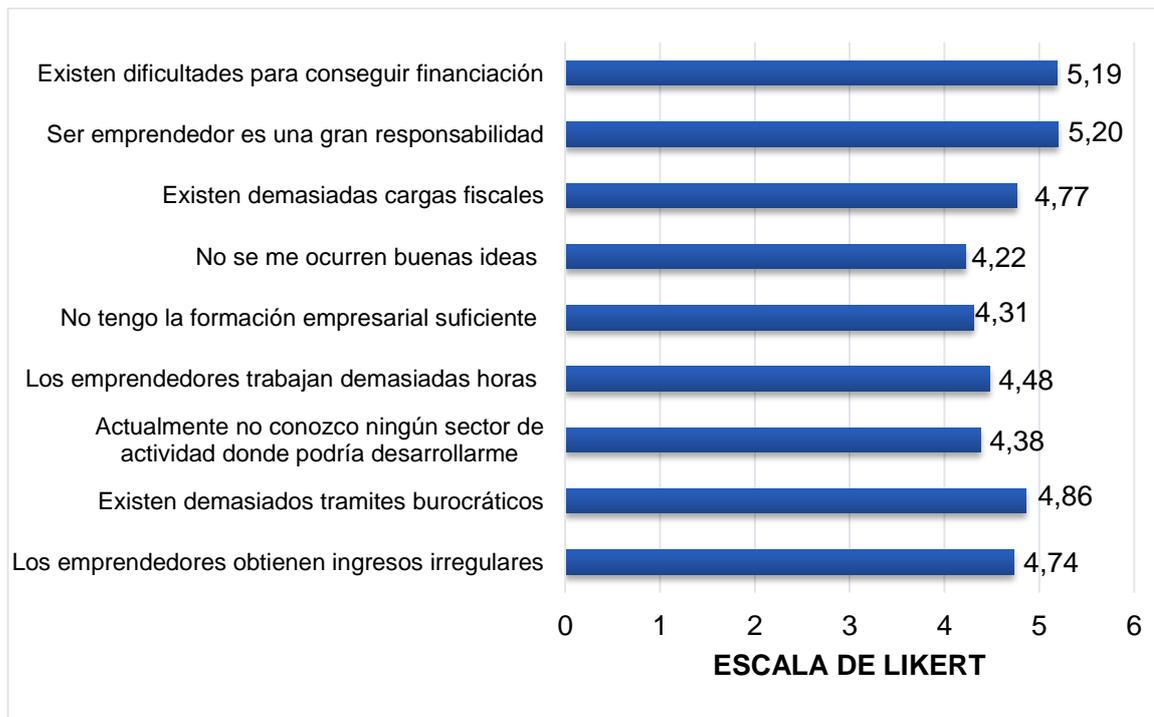


Figura 37. Principales obstáculos para escoger una carrera emprendedora
Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es 4,68, que significa que los estudiantes están de acuerdo que el principal obstáculo para escoger una carrera emprendedora es una gran responsabilidad de ser emprendedor (5,20) esto debe a que los estudiantes se encuentran actualmente en formación y no cuentan con experiencia necesaria para emprender un negocio o empresa, de igual manera existen otros obstáculos, por ejemplo: dificultades para conseguir financiación, demasiados trámites burocráticos y cargas fiscales, así mismo los estudiantes universitarios manifiestan que existen dificultades para conseguir financiación (5,19), existen demasiados trámites burocráticos para realizar un emprendimiento (4,86) y cargas fiscales .

2.6.1.3.12 Actitud personal hacia el emprendimiento

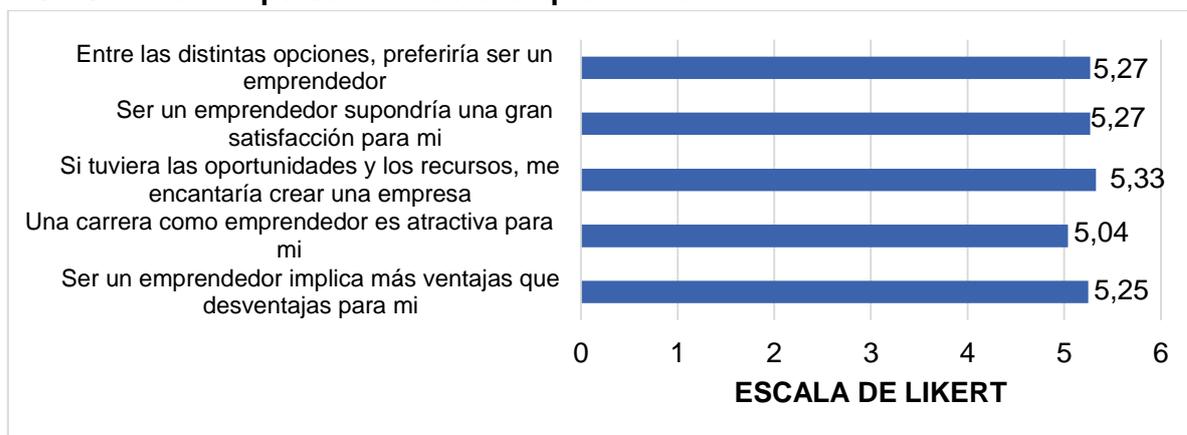


Figura 38. Actitud personal hacia el emprendimiento
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes tienen una actitud positiva hacia el emprendimiento, con una media de 5,23, según los resultados obtenidos los estudiantes están totalmente de acuerdo que si tuvieran las oportunidades y los recursos les encantaría crear una empresa (5,33), preferiría ser un emprendedor (5,27) y supondría una gran satisfacción personal (5,27))

2.6.1.3.13 Intención de ser Emprendedor

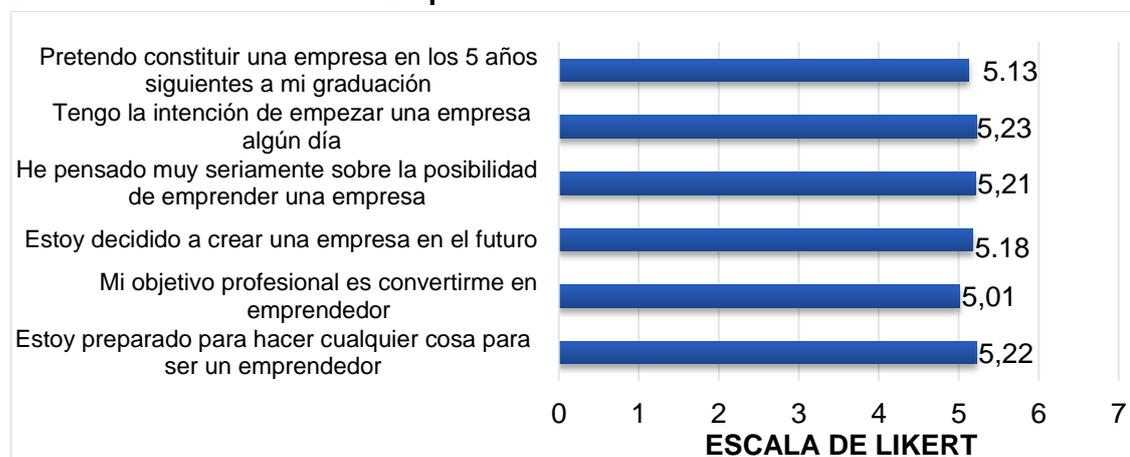


Figura 39. Intención de ser emprendedor
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes de la Universidad Nacional están totalmente decididos a crear una empresa en los 5 años siguientes a su graduación (5.23). La media en cuanto a la intensidad de ser emprendedor es de 5,16, que significa que el objetivo principal de los estudiantes es convertirse en emprendedor en el futuro.

2.6.1.3.14 Gestor de un negocio o ser asalariado

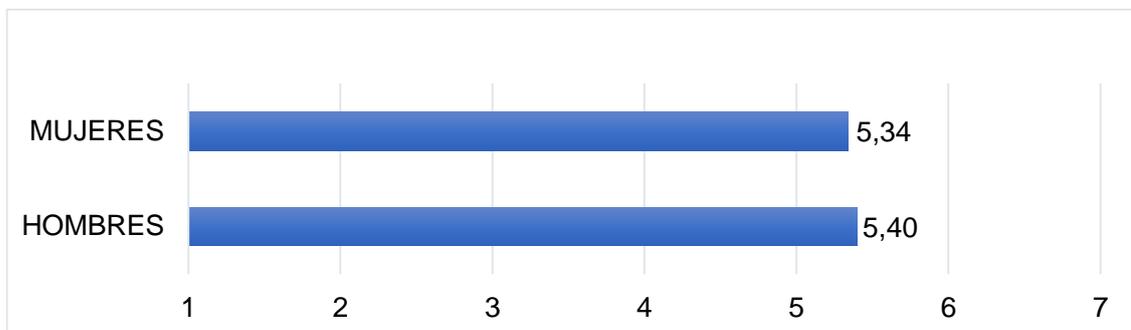


Figura 40. Gestor de un negocio o ser asalariado
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Las mujeres emprendedoras universitarias tienen menos espíritu emprendedor para ser gestora de su propio negocio (5,34), a diferencia del hombre que demuestra tener mayor preferencia de ser gestor de un negocio (5,40). La media es de 5.37.

2.6.1.3.15 Probabilidad de crear su propia empresa en los próximos 5 años

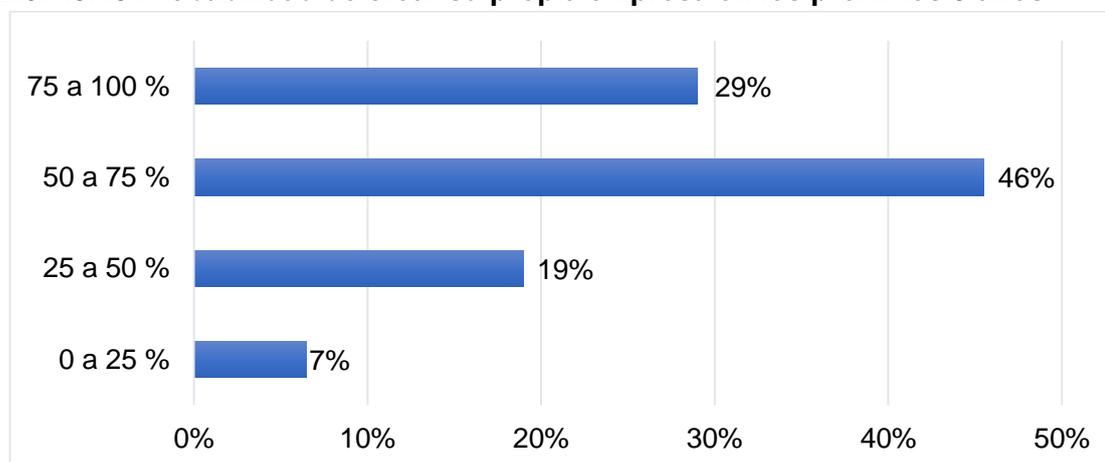


Figura 41. Probabilidad de crear su propia empresa en los próximos 5 años
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UTPL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

El 29% de los estudiantes universitarios manifiestan estar seguros que crearán su propia empresa en los próximos 5 años, mientras el 7% indicó lo contrario, ellos no ven la posibilidad de gestionar su propia empresa en 5 años, y el 46% que se encuentra sobre la media demuestra que es probable lograr crear su propia empresa o negocio

2.6.1.3.16 Creatividad

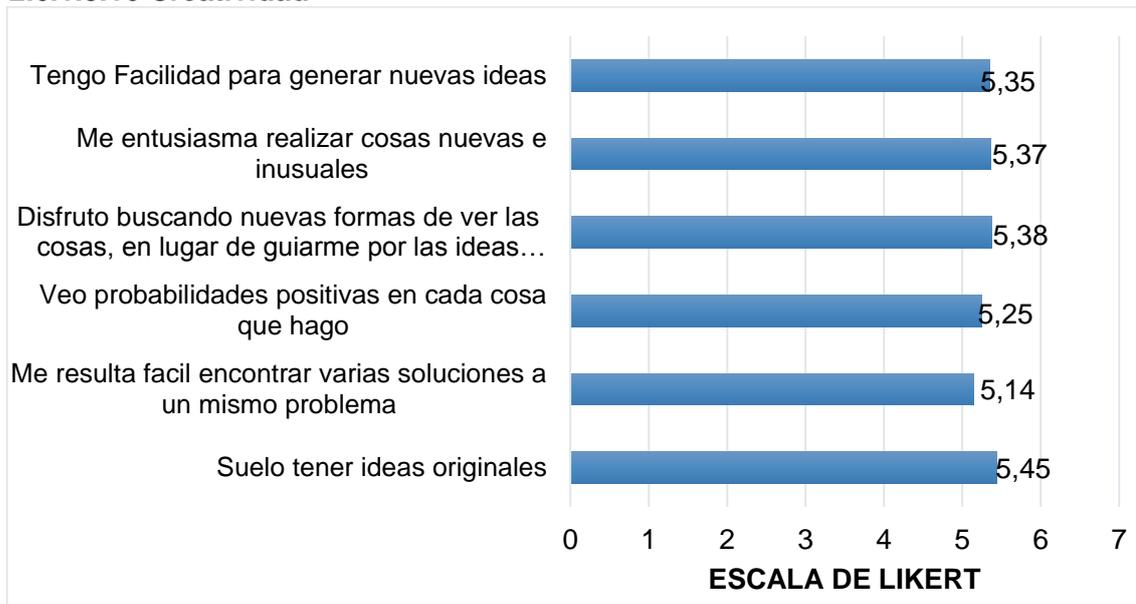


Figura 42. Creatividad

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es 5,32 significa que los estudiantes de la UNL, tienen ideas originales para realizar un emprendimiento (5,45), disfrutan buscando nuevas formas de ver las cosas en lugar de guiarse por las ideas conocidas (5,38), así también les entusiasma realizar cosas nuevas (5,37), es decir los estudiantes universitarios cuentan con una característica fundamental para realizar un emprendimiento.

2.6.1.3.17 Aversión al riesgo

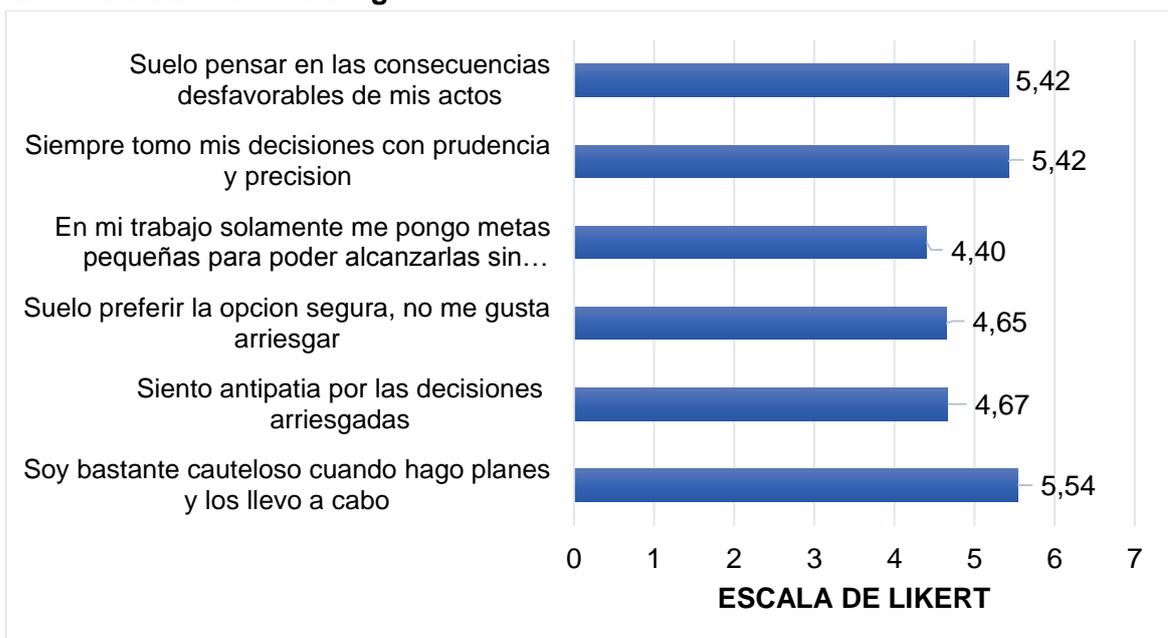


Figura 43. Aversión al riesgo

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

En lo que se refiere a la aversión al riesgo, la media es de 5,02, en lo que se refiere a la aversión al riesgo que tiene el estudiante universitario al momento de emprender, están de acuerdo que son cautelosos para hacer planes y llevarlos a cabo, siempre toman sus decisiones con prudencia y decisión y piensan en las consecuencias de sus actos, así también los estudiantes optarían por proponerse metas pequeñas para poder lograr sin dificultad, prefirieren la opción segura y no les gusta arriesgar, esto se debe a que los estudiantes al momento de emprender no cuentan con los recursos necesarios.

2.6.1.3.18 Escala de Locus de Control



Figura 44. Escala de locus de control.

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

En este apartado se analiza el locus de control, la media es 5,66, se analiza el nivel de éxito o fracaso como dependiente de sí mismo, en este bloque los estudiantes manifiestan estar de acuerdo que su futuro depende únicamente de ellos así como las calificaciones que obtiene en sus asignaturas, de igual manera los estudiantes se socializan con facilidad con otras personas

2.6.1.3.19 Nivel de Perseverancia



Figura 45. Nivel de perseverancia
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

En este bloque la media es 5,42, significa que los estudiantes de la UNL son personas perseverantes que siempre superan los obstáculos con sus ideas, siempre están buscando mejores formas de hacer las cosas y les emociona ver como sus ideas se convierten en realidad.

2.6.1.3.20 Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender – autoeficacia

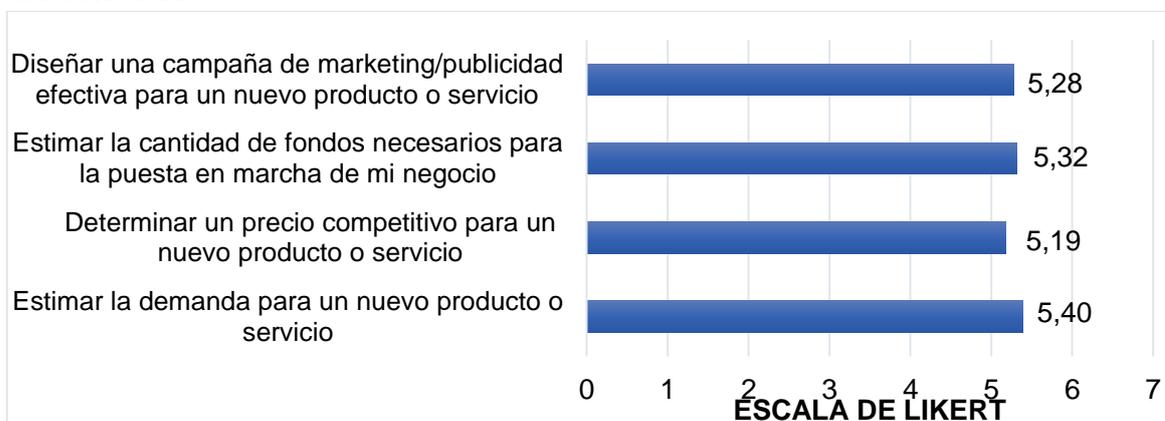


Figura 46. Autoeficacia
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es 5,30, lo que significa que los estudiantes se encuentran capaces para estimar la demanda para un nuevo producto o servicio, evaluar la cantidad de fondos necesarios para la puesta en marcha de su negocio así mismo están de acuerdo que es muy importante diseñar un plan de marketing o publicidad efectiva para iniciar un emprendimiento.

2.6.1.3.21 Capacidad de convencimiento

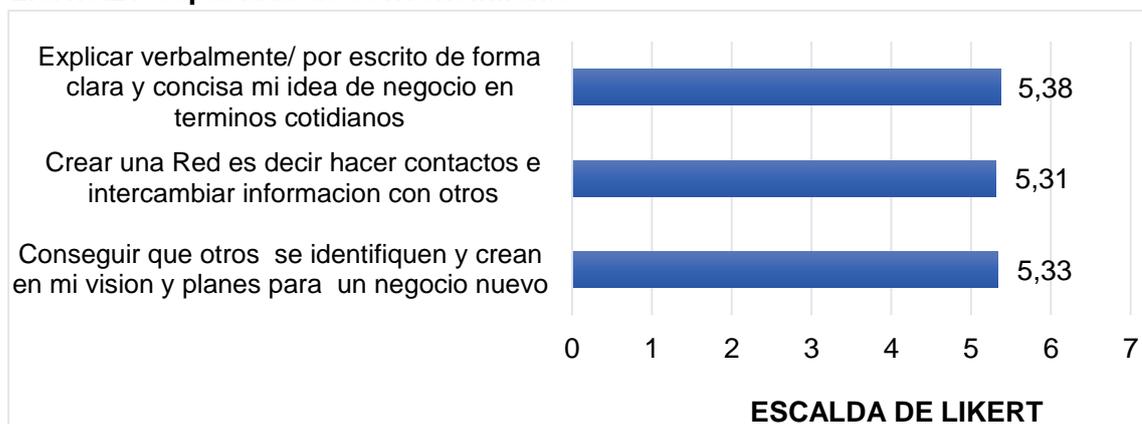


Figura 47. Capacidad de convencimiento
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media de 5,34, los estudiantes universitarios manifiestan estar de acuerdo en tener facilidad para expresar sus ideas de negocio, otro factor importante es la capacidad de crear una red es decir hacer contactos e intercambiar información, los estudiantes confían en la capacidad de convencimiento que poseen para conseguir sus objetivos propuestos para emprender.

2.6.1.3.22 Administración de Recurso Humano



Figura 48. Administración de Recurso Humano
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes universitarios están de acuerdo que tienen la capacidad necesaria para supervisar el recurso humano a su cargo, presenta una media de 5,61, así mismo el emprendedor cuenta con otras capacidades como inspirar, motivar y reclutar a sus empleados para obtener excelentes resultados así responder de forma eficiente los problemas y situaciones que se presenten en el diario vivir.

2.6.1.3.23 Gestión financiera

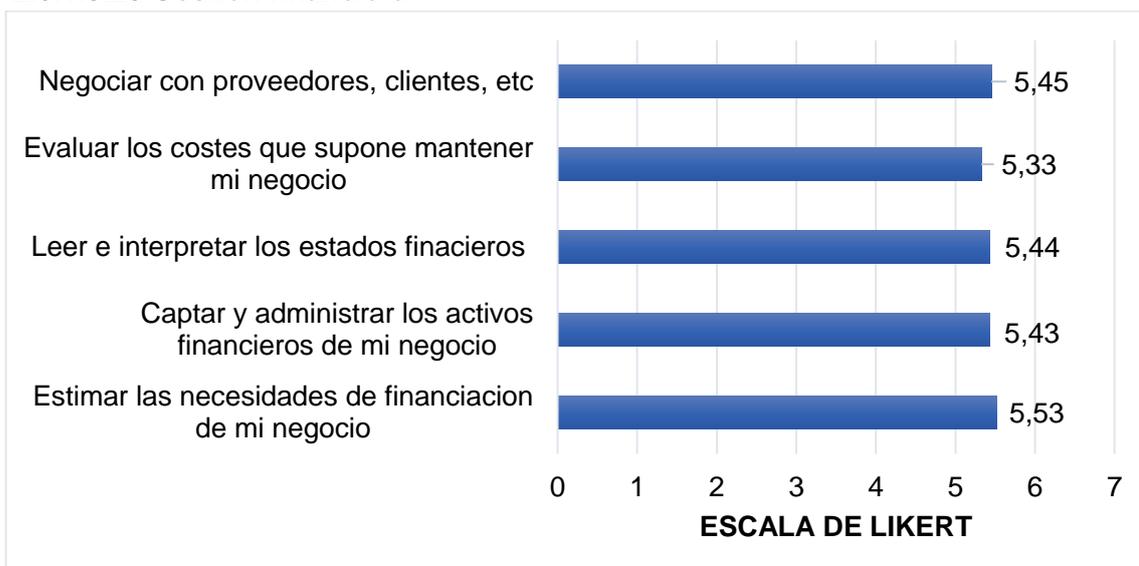


Figura 49. Gestión financiera
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es 5.44, la variable con mayor rango es estimar las necesidades de financiación de la empresa, negociar con proveedores, clientes entre otros, es decir cuentan con el conocimiento necesario en gestión financiera para realizar un emprendimiento.

2.6.1.3.24 Inteligencia emocional

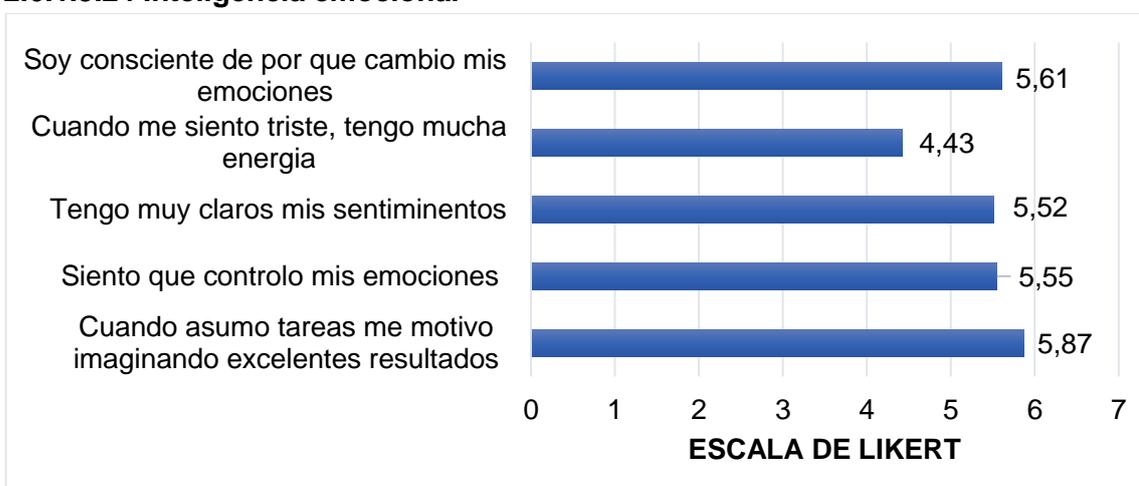


Figura 50. Inteligencia emocional
 Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La media es 5,40, los estudiantes universitarios están de acuerdo que pueden controlar sus emociones de forma positiva hacia el emprendimiento, asumen tareas, se motivan imaginando excelentes resultados, son conscientes del por qué cambian sus emociones y tienen muy claros sus sentimientos.

2.6.1.3.25 Valoración del entorno social más cercano a los universitarios



Figura 51. Valoración del entorno social más cercano a los universitarios

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La valoración del entorno social más cercano a los universitarios presenta una media 5,29 según escala de Likert, la variable más importante para los estudiantes universitarios es la opinión de sus familiares sobre su decisión de luchar por ser un emprendedor, y en segundo lugar los amigos y finalmente la gente.

2.6.1.3.26 Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano

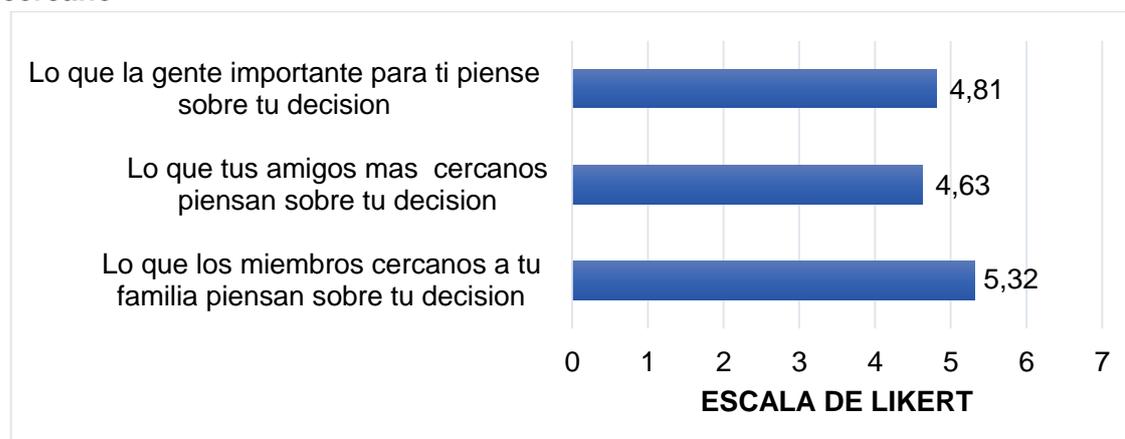


Figura 52. Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno más cercano

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios UNL

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes le dan mayor grado de importancia a su familia sobre lo que piensan al emprender un negocio, valor que se encuentra sobre la media 4,92, por otro lado las opiniones que menor importancia les dan son la gente y sus amigos de su entorno más cercano.

2.7 Comparación de resultados en ambas universidades estudiadas.

A continuación, se analiza las semejanzas y diferencias que existen entre las dos universidades objeto de estudio.

En la Universidad Nacional de Loja prevaleció el sexo femenino mientras que la Universidad Técnica Particular de Loja el sexo masculino, la edad promedio de los estudiantes universitarios es de 22 años y todos son de nacionalidad ecuatoriana. El 48% de los estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja se destaca como el grupo más numeroso de haber recibido cursos de emprendimiento, a diferencia que en la Universidad Nacional de Loja se evidencia solo un 38%.

Los estudiantes universitarios que tienen padres empresarios en su mayoría corresponden a la UNL con el 37%, a diferencia de la UTPL con el 33%.

En lo referente a la experiencia laboral de los estudiantes universitarios, existe una similitud del 71% entre ambas universidades, por lo que se dedican específicamente a sus estudios.

Tabla 7 Factores que incentivan a escoger una carrera emprendedora

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Los emprendedores tienen una imagen positiva en la sociedad	6.08	5.44
Existe apoyo y servicio cualificado para los emprendedores	5.44	4.74
El ambiente en mi universidad me inspira para desarrollar ideas para nuevos negocios	5.76	4.94
Siendo emprendedor puedo ayudar a otras personas	6.22	5.51
Un emprendedor obtiene ingresos elevados	5.73	5.05
Siendo emprendedor podre auto-realizarme	6.02	5.45

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los resultados obtenidos muestran que la Universidad Técnica Particular de Loja proporciona más incentivos a los estudiantes a diferencia de la Universidad Nacional de Loja, por tal motivo la UNL debe incrementar más incentivos que motive a los estudiantes a ser emprendedores y no depender de un empleo.

Así mismo se observa que para los estudiantes, un emprendedor es reconocido positivamente dentro de la sociedad, aspecto que es muy importante para fomentar el desarrollo del

emprendimiento, por otra parte los estudiantes consideran que siendo emprendedores logran dos objetivos principales: el ayudar a las personas, por medio de la generación de nuevas fuentes de empleo y otorgándoles productos que satisfacen sus necesidades y la auto-realización personal y profesional.

Tabla 8 Valoración del entorno universitario

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Los cursos fomentan las habilidades sociales y de liderazgo necesarias para los emprendedores	5.86	5.33
Mi universidad proporciona a los estudiantes los conocimientos necesarios para iniciar una nueva empresa	5.79	5.01
Mi universidad apoya el desarrollo de equipos de estudiantes multidisciplinares	5.82	4.95
Mi universidad promueve activamente el proceso de fundar una nueva empresa	5.76	4.96
Mi universidad fornece acceso a una red de inversionistas/accionistas de nuevas empresas	5.60	4.81

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Según los datos, se puede observar que los estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja, perciben mayor apoyo hacia el emprendimiento desde el entorno de su universidad, esto se debe a que dentro de sus mallas curriculares consta el componente de formación básica Emprendimiento; así como también las gestiones productivas y los cursos de capacitación a través de los cuales fomentan un mayor espíritu emprendedor, mientras que en UNL, si bien existe la asignatura de Emprendimiento esta no transversal en todas las carreras.

Tabla 9 Principales obstáculos para escoger una carrera emprendedora

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Los emprendedores obtienen ingresos irregulares	5.37	4.74
Existen demasiados trámites burocráticos	5.58	4.86
Actualmente no conozco ningún sector de actividad donde podría desarrollarme	5.20	4.38
Los emprendedores trabajan demasiadas horas	5.45	4.48
No tengo la formación empresarial suficiente	5.45	4.31
No se me ocurren buenas ideas	5.21	4.22
Existen demasiadas cargas fiscales	5.56	4.77
Ser emprendedor es una gran responsabilidad	6.00	5.20
Existen dificultades para conseguir financiación	5.87	5.19

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes universitarios ven como su principal obstáculo para emprender a la responsabilidad que deben asumir, ya que toda actividad amerita tiempo, dedicación y esfuerzo para poder alcanzar los objetivos propuestos.

Así mismo los estudiantes consideran que tienen dificultades para disponer de financiamiento, demasiados trámites burocráticos y cargas fiscales que impide iniciar sus operaciones en el mercado. Sin embargo consideran que si tuvieran los recursos y las oportunidades emprenderían sin ninguna dificultad.

Tabla 10 Actitud personal hacia el emprendimiento

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Ser un emprendedor implica más ventajas que desventajas para mi	5.77	5.25
Una carrera como emprendedor es atractiva para mi	5.87	5.04
Si tuviera las oportunidades y los recursos, me encantaría crear una empresa	6.20	5.33
Ser un emprendedor supondría una gran satisfacción para mi	6.23	5.27
Entre las distintas opciones, preferiría ser un emprendedor	6.19	5.27

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Con respecto a la actitud emprendedora, en los dos escenarios se considera que el emprendimiento produce satisfacción personal, ven en el emprendimiento más ventajas personales y profesionales, por lo tanto la preferirían entre las distintas opciones de dedicación profesional que les ofrece su entorno.

Tabla 11 Intención de ser Emprendedor

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Estoy preparado para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor	5.71	5.22
Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor	5.89	5.01
Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	6.09	5.18
He pensado muy seriamente sobre la posibilidad de emprender una empresa	6.02	5.21
Tengo la intención de empezar una empresa algún día	6.07	5.23
Pretendo constituir una empresa en los 5 años siguientes a mi graduación	5.89	5.13

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes de la UTPL están decididos a crear su propia empresa, lo que sería una gran satisfacción individual, de igual forma los estudiantes de la UNL tienen la intención de crear su empresa algún día, manteniéndose activa la idea de fomentar actividades que mejoren el interés de crear su propia empresa después de los 5 años posterior a su graduación.

Tabla 12 Creatividad

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Suelo tener ideas originales	5.96	5.45
Me resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema	5.86	5.14
Veo probabilidades positivas en cada cosa que hago	5.91	5.25
Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas.	6.05	5.38
Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales	6.11	5.37
Tengo Facilidad para generar nuevas ideas	6.07	5.35

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Se observa en los resultados que los estudiantes son más creativos lo que les permite llevar a cabo actividades que promuevan cambios positivos para mejorar su calidad de vida y la de los demás. También tienen entusiasmo por hacer cosas nuevas, y se concentran más en las ideas innovadoras para iniciar un emprendimiento.

Tabla 13 Aversión al Riesgo

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Soy bastante cauteloso cuando hago planes y los llevo a cabo	5.67	5.54
Siento antipatía por las decisiones arriesgadas	5.24	4.67
Suelo preferir la opción segura, no me gusta arriesgar	5.17	4.65
En mi trabajo solamente me pongo metas pequeñas para poder alcanzarlas sin dificultad	5.09	4.40
Siempre tomo mis decisiones con prudencia y precisión	5.71	5.42
Suelo pensar en las consecuencias desfavorables de mis actos	5.68	5.42

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Se observa que los estudiantes tienen miedo al riesgo para emprender una empresa, ya sea porque existen demasiados trámites burocráticos, cargas fiscales y falta de recursos.

Tabla 14 Escala de Locus de Control

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Creo que mi futuro depende únicamente de mis propias decisiones	6.02	6.07
Las calificaciones que obtengo en mis asignaturas dependen únicamente de mi	6.03	5.99
Si me preparo bien un examen puedo superarlo	6.14	5.96
Alcanzar el éxito es cuestión de trabajo duro: la suerte poco tiene que ver en ello	5.98	5.81
La mayoría de infortunios que nos ocurren es por falta de capacidad, pereza o ignorancia	5.85	5.70
Lo que sucede es como consecuencia de mis propias acciones	6.04	5.67
Me entiendo fácilmente con las personas por muy diferentes que sean	5.72	5.43
Normalmente, la gente se toma en serio lo que digo	5.80	5.41
Sé admirar las críticas y procuro aprender de ellas	5.84	5.57
Trato de mantener mis propios intereses aunque otras personas tengan intereses distintos	5.79	5.44
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	5.74	5.40
Cuando me urge un conflicto con otra persona trato de negociar para que ambos salgamos ganando	5.84	5.52

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes poseen una actitud positiva de liderazgo, para asumir con responsabilidad los acontecimientos que sucedan de sus acciones.

Es decir que tienen confianza en sí mismos para poder alcanzar sus objetivos propuestos.

Tabla 15 Nivel de perseverancia

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Disfruto enfrentándome a obstáculos y superarlos	5.70	5.59
No hay nada más emocionante que ver como mis ideas se convierten en realidad	5.97	5.53
Destaco identificando oportunidades	5.70	5.30
Me encanta desafiar lo tradicional	5.86	5.30
Puedo detectar una oportunidad mucho antes que otros	5.73	5.30
Si creo en algo, lo llevaré a cabo sin importarme las probabilidades	5.66	5.38

Me gusta defender mis ideas.	5.92	5.37
Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas	6.00	5.55

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes de las Universidades caso de estudio, son perseverantes para alcanzar sus objetivos propuestos, superando así los obstáculos que se le presentan al realizar un emprendimiento.

La creatividad les permite llevar a cabo sus actividades que impulsan cambios positivos para mejorar su calidad de vida.

Tabla 16 Análisis de los conocimientos y las habilidades para emprender -autoeficacia

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Estimar la demanda para un nuevo producto o servicio	5.54	5.40
Determinar un precio competitivo para un nuevo producto o servicio	5.62	5.19
Estimar la cantidad de fondos necesarios para la puesta en marcha de mi negocio	5.74	5.32
Diseñar una campaña de marketing/publicidad efectiva para un nuevo producto o servicio	5.76	5.28

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Se observa que los estudiantes se encuentran motivados para realizar emprendimientos y obtener excelentes resultados.

Tabla 17 Capacidad de convencimiento

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Conseguir que otros se identifiquen y crean en mi visión y planes para un negocio nuevo	5.85	5.33
Crear una red es decir hacer contactos e intercambiar información con otros	5.86	5.31
Explicar verbalmente/ por escrito de forma clara y concisa mi idea de negocio en términos cotidianos	5.92	5.38

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Referente a las habilidades de convencimiento que debe tener el emprendedor sobre su idea de emprendimiento, los estudiantes están de acuerdo con dichas aseveraciones confían en su capacidad de dirigir, gestionar y de liderar una empresa.

Tabla 18 Administración de recurso humano

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Supervisar a personas a su cargo	5.99	5.79
Reclutar y contratar buenos empleados	6.08	5.50
Delegar tareas y responsabilidades a empleados y compañeros	5.99	5.58
Responder de forma eficiente a los problemas y situaciones del día a día	6.01	5.54
Inspirar, alentar y motiva a los empleados	6.11	5.65

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes están de acuerdo que el emprendedor tiene la capacidad y talento para supervisar, contratar y motivar a las personas a su cargo, así como el solucionar de manera eficiente los problemas que se presenten en el diario vivir.

Tabla 19 Gestión financiera

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Estimar las necesidades de financiación de mi negocio	5.87	5.53
Captar y administrar los activos financieros de mi negocio	5.92	5.43
Leer e interpretar los estados financieros	5.83	5.44
Evaluar los costes que supone mantener mi negocio	5.88	5.33
Negociar con proveedores, clientes, etc	6.01	5.45
Estimar las necesidades de financiación de mi negocio	5.87	5.53

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes indican que la negociación con los proveedores, clientes, es muy importante para fomentar las relaciones duraderas, así mismo cuentan con el conocimiento necesario para realizar un emprendimiento.

Tabla 20 Inteligencia emocional

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Cuando asumo tareas me motivo imaginando excelentes resultados	6.09	5.87
Siento que controlo mis emociones	5.84	5.55
Tengo muy claros mis sentimientos	5.91	5.52
Cuando me siento triste, tengo mucha energía	4.80	4.43
Soy consciente de porque cambio mis emociones	5.57	5.61

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes indican que pueden controlar sus emociones, actitud que es muy importante, ya que facilitara el desarrollo de emprendimientos obteniendo excelentes resultados.

Tabla 21 Valoración del entorno social más cercano

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Mis familiares más cercanos piensan que debería luchar por ser un emprendedor	5.89	5.44
Mis amigos más cercanos piensan que debería luchar por ser un emprendedor	5.92	5.15
La gente que es importante para mi piensa que debería luchar por ser un emprendedor	5.98	5.27

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes consideran que la gente es un impulso para realizar un emprendimiento.

Tabla 22 Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno social más cercano

UNIVERSIDAD	UTPL	UNL
Lo que los miembros cercanos a tu familia piensan sobre tu decisión	5.74	5.32
Lo que tus amigos más cercanos piensan sobre tu decisión	5.54	4.63
Lo que la gente importante para ti piense sobre tu decisión	5.58	4.81

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Los estudiantes coinciden que le dan mayor importancia a la opinión de su familia sobre la decisión de realizar un emprendimiento.

2.8 Perfil del emprendedor universitario.

Analizando los resultados obtenidos de las encuestas, se presenta la siguiente tabla con las características del perfil universitario.

Tabla 23: Perfil emprendedor universitario

Edad	La edad promedio de los estudiantes es de 22 años
Referente familiar	El padre, es considerado como referente del emprendimiento dentro del seno familiar.
Predisposición para emprender	Mujeres son más emprendedoras que los hombres

Experiencia laboral	No tienen experiencia laboral
Principales factores que motivan escoger una carrera emprendedora	Los estudiantes sienten que siendo emprendedores puede ayudar a otras personas, tanto en el ámbito económico y social.
Valoración del entorno	Los cursos de liderazgo son elementales para fomentar el emprendimiento.
Principal obstáculo para escoger una carrera emprendedora	Responsabilidad que deben asumir.
Actitud personal hacia el emprendimiento	Con oportunidades y recursos estarían dispuestos a crear su propia empresa.
Intención de ser emprendedor	Alta, tienen la intención de crea su empresa algún día.
Gestor de un negocio	Los hombres son más propensos a crear una empresa.
Creatividad	Alta, son creativos para realizar cosas nuevas.
Aversión al riesgo	Tienen que superar especialmente el miedo al fracaso.
Escala de Locus de control	Alta, tienen confianza en si mismo
Nivel de perseverancia	Alta, para superar los obstáculos.
Conocimientos y habilidades para emprender	Alta, existe conocimiento con respecto a emprendimiento.
Capacidad de convencimiento	Alta, poseen un claro convencimiento en sus capacidades para lograr
Administración de Recurso Humano	Alta, están capacitados para motivar al personal a su cargo
Gestión financiera	Alta, están capacitados para negociar con proveedores, clientes, etc.
Inteligencia emocional	Alta, son positivas en cada situación.
Grado de importancia que otorgan a la opinión de su entorno más cercano	Les importa mucho la opinión familiar en su formación.

Fuente: Encuestas aplicadas a estudiantes universitarios
Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

Indicando que los estudiantes tanto del UTPL y UNL se sienten en la capacidad de poder crear o generar un emprendimiento sin embargo la aversión al riesgo y la responsabilidad que atañe el cambiar su estilo de vida son causantes de que los jóvenes no quieran arriesgarse a generar su propio empleo.

CAPÍTULO III.

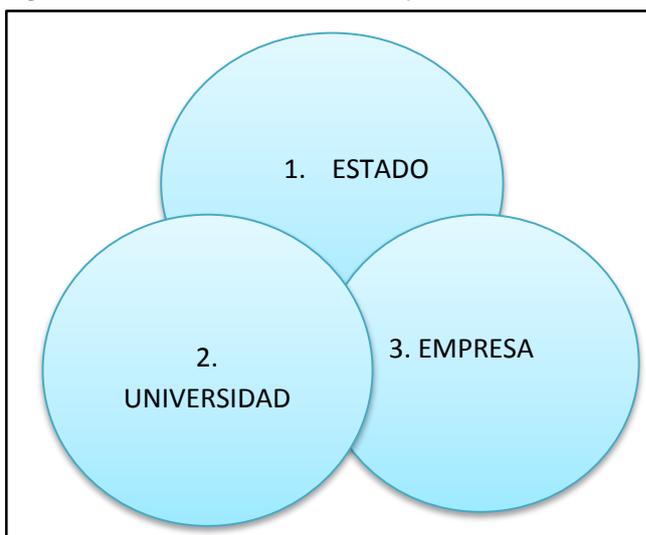
**ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN EL
ECUADOR**

3.1 Procesos de formación del emprendedor universitario.

La formación de un emprendedor es un proceso en el cual intervienen un sinnúmero de variables culturales, sociales, económicas y psicológicas que conjuntamente con los conocimientos específicos, se busca formar emprendedores exitosos. Las universidades deben sumar importancia al desarrollo de los conocimientos suficientes para despertar el espíritu emprendedor en sus estudiantes.

El ecosistema emprendedor está formado por Estado, universidad y empresa, estos actores deben comprometerse de manera conjunta, los gobiernos deben crear un entorno para el desarrollo de los emprendimientos con programas de financiamientos a través de un capital semilla; las universidades desde su formación académica impulsan iniciativas de emprendimiento e innovación y las empresas brindan asesoramiento y acompañamiento en la ejecución de sus ideas emprendedoras.

Figura 53: Modelo ecosistema emprendedor



Fuente: Jenny Valarezo Aguirre

Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

La ausencia de alguno de estos tres actores significaría una dificultad en el proceso para lograr el éxito, por lo que deben estar estrechamente relacionados entre ellos bajo un esquema de planificación de largo plazo integrando metas y objetivos de forma precisa y estratégica.

A continuación, se plantea la siguiente propuesta, resultado de la investigación realizada en las universidades estudiadas.

- Motivación al espíritu emprendedor y aversión al riesgo.

Tabla 24: Propuesta.

Objetivos	Estrategias	Actividades
Crear espacios de emprendimiento e innovación continua en las universidades	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar conferencias en tema de emprendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación de conferencias en conjunto Estado-empresa-universidad, tres veces al año. Los lugares rotarán de acuerdo al número de participantes y a los ponentes • Invitaciones a empresarios exitosos e investigadores en emprendimiento locales, nacionales o extranjeros • Planificación de presupuestos • Serán gratis o pagados, de acuerdo a la magnitud del evento. En las dos modalidades se entregarán certificados
	<ul style="list-style-type: none"> • Propiciar la creación de un Club de mentores 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un encuentro entre mentores nacionales e internacionales con la intención de proponer el crear un club de mentores • Nombrar un consejo directivo del Club de mentores • Proponer a los mentores ofertar un encuentro por los menos una vez por semana con los emprendedores, dependiendo del caso • Se llevará un registro de las mentorías realizadas para informes de cumplimiento • Todos los acuerdos o resoluciones que se lleven a cabo entre emprendedores y Club de mentores adicionales a la mentoría quedarán en actas formales para el respectivo seguimiento • Se firmarán acuerdos de confidencialidad
	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar capacitaciones en emprendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un plan de capacitación a emprendedores, docentes y público en general. • Las capacitaciones serán mensuales, gratis o pagadas dependiendo del nivel de capacitación. • Los tres actores de emprendimiento se encargarán de elaborar la planificación, presupuesto y aprobación del mismo, así como también asumirán el financiamiento del mismo.

		<ul style="list-style-type: none"> • El lugar de las capacitaciones rotarán de acuerdo al número de participantes. • Se entregarán certificados avalados por las universidades.
	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una página de difusión y capacitación on line 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar cursos, talleres y seminarios de emprendimiento on line de forma gratuita. • Entregar certificados de asistencia una vez terminado el curso. • Compartir experiencias con emprendedores exitosos. • Promocionar productos o servicios que ofrece la empresa. • Publicar videos, fotografías o audios de emprendimientos
	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar ferias y exposiciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar los productos o servicios emprendedores. • Estará dirigido a todo el público asistente: estudiantes, docentes, emprendedores, etc. • Se realizará dos veces al año • Premiaran a los más destacados. • Los espacios que ocupen para exponer serán asumidos por los municipios.
	<ul style="list-style-type: none"> • Efectuar el programa retos emprendedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Convocar a estudiantes y docentes a participar del programa retos emprendedores Loja. • Los equipos deben estar formados por un mínimo de 4 y un máximo de 6 miembros. • Realizarlo tres veces al año. • Conformar un jurado para la selección de los mejores 5 proyectos. • Promover el desarrollo de la competencia emprendedora • Premiar a los equipos con los mejores proyectos emprendedores.
Crear un programa retos emprendedores	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la convocatoria por parte del Estado y las empresas 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer las fechas para realizar la convocatoria • Informar el contenido específico de cada uno de los retos. • Seleccionar el mejor reto innovador • 2, 3 o 4 años cuando las características del proyecto así lo requieran.
	<ul style="list-style-type: none"> • Otorgar estímulos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estarán sujetos a selección y premiación a los tres primeros lugares

		<ul style="list-style-type: none"> • Los estímulos serán financiados por parte del Estado
Crear un banco semilla de financiamiento para emprendedores	<ul style="list-style-type: none"> • Participación de todas las universidades 	<ul style="list-style-type: none"> • Convocar a todas las universidades de la Zona 7 • Por parte del Estado incentivar con becas a las mejores ideas innovadoras.
	<ul style="list-style-type: none"> • Responsables de las Universidades 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el seguimiento de los proyectos a realizarse. • Continuar con asesoramiento semanal. • Registros de asistencia
	<ul style="list-style-type: none"> • Quien alimenta el Banco semilla 	<ul style="list-style-type: none"> • El Estado será el encargo de realizar la financiación del Banco semilla. • El crédito no será reembolsable • Plazo un año para hacer crecer el emprendimiento • Asesoramiento por parte de incubadoras • Los proyectos con presupuesto alto será bien justificado.
	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar cursos de ideas innovadoras 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la programación de cursos de emprendimiento. • Llevarlo a cabo en los auditorios de las Universidades • Dictados por especialistas en tema de innovación. • Pueden ser mensual o quincenal • De forma gratuita • Evaluar a los estudiantes al finalizar el curso.
	<ul style="list-style-type: none"> • Formar equipos emprendedores multidisciplinarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Convocar a los estudiantes universitarios de todas las carreras que participen. • Supervisión de los equipos por parte de los docentes. • No hay límite de edad.

Fuente Jenny del Rocío Valarezo Aguirre
 Elaborado por: Jenny del Rocío Valarezo Aguirre

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

Las universidades que cuentan con mecanismos de acompañamiento y asesoramiento tienen como resultado estudiantes con un gran espíritu emprendedor, es necesario difundir, entusiasmar, formar y ayudar al nacimiento de ideas emprendedoras en los estudiantes, el fomento a la cultura del emprendimiento en un país es fundamental para aumentar la

productividad y el crecimiento económico, fortalecer el emprendimiento es un arduo trabajo, una tarea conjunta tanto de la universidad y los estudiantes.

Proceso 1: Convenios entre Estado, academia y empresas

El Estado debe brindar mecanismos de incentivos a las universidades y a los empresarios para que los procesos y los productos inviertan en la productividad nacional a través de desarrollo tecnológico, empleo, y progreso en las capacidades productivas.

Realizar un convenio en donde el Estado proporcione los recursos, la academia los conocimientos y las empresas aporten los productos, con la finalidad de crear nuevas empresas y nuevos puestos de trabajo mediante la participación activa de estos tres componentes.

El propósito es que las universidades tradicionales se conviertan en universidades emprendedoras, ya que la vinculación entre estado, universidad y empresa es de gran importancia en el intercambio de conocimientos y en las relaciones sociales.

Proceso 2: Financiamiento

Mediante el financiamiento, los emprendedores podrán poner en marcha su negocio. Se propone que el Estado apoye mediante capital semilla la creación de empresas o negocios que se encuentren en etapa de inicio con temas innovadores, es decir productos o servicios que no estén disponibles en el mercado, otorgando todo el monto requerido para la ejecución del proyecto, y que no sean reembolsables

Proceso 3: Creación de redes de contactos y alianzas estratégicas

Crear una red de contactos con el fin de dar a conocer a otros emprendimientos o negocios, escuchar y aprender de los demás, encontrar potenciales colaboradores, socios e inversores, identificar oportunidades de negocio y abrir mercados externos, con alianzas estrategias que brinden apoyo de una firma con trayectoria y renombre para comercializar, aumentar la escala productiva y comercial, con asistencia técnica, licencias de marcas y patentes, para lograr alianzas estrategias exitosas se debe identificar intereses comunes que puedan ser satisfechos, tener comunicación fluida e intensa dedicación, definir cronogramas de trabajo y compromisos de recursos.

Proceso 4: Capacitación en temas de emprendimiento en las Universidades

La capacitación es un proceso de corta duración en el que se adquieren conocimientos y habilidades técnicas para lograr objetivos propuestos, la finalidad es que los beneficiarios de

la capacitación puedan replicar lo aprendido. Se brindaran actividades de capacitación con temas relacionados con emprendimiento como: formación, tecnología, creatividad e innovación, finanzas, marketing, planificación y puesta en marcha de negocios, serán ejecutados por expertos nacionales e internacionales, de forma trimestral.

Proceso 5: Difusión del emprendimiento

Docentes y estudiantes que realicen proyectos de emprendimiento a través de la coordinación académica pueden utilizar aulas específicas para exponer sus proyectos, estos espacios servirán también para aclarar las inquietudes de los estudiantes, se difundirá de igual manera mediante los medios de comunicación internos como carteleras y periódicos internos su finalidad será mantener un acercamiento permanente con los estudiantes a fin de que conozcan las actividades realizadas. Otro mecanismo es la utilización de medios nacionales como televisivos, prensa, radio, periódicos, revistas y sitios web, que permitan exponer los diferentes proyectos y eventos de emprendimiento realizados.

Proceso 6: Uso de laboratorios en diferentes áreas

Implementación de laboratorios orientados a fortalecer capacidades de innovación y emprendimiento, constituyéndose como un agente creador y ejecutor de experiencias que permiten potenciar proyectos de carácter científico-tecnológico, donde participan distintos actores del mundo universitario, estatal, empresarial y emprendedor, se realizara diferentes actividades abiertas y gratuitas para apoyar la formación sobre innovación y emprendimientos, como charlas y visita a empresas.

Proceso 7: Participación activa de las incubadoras

Contar con la participación activa de incubadoras que brinden servicios de asesoría especializada, capacitación e infraestructura administrativa a los pequeños y micro empresarios en forma compartida, con tutorías por parte de consultores expertos que guían al emprendedor en su proceso de planeación, arranque, desarrollo, crecimiento y consolidación de la empresa, su funcionamiento será vinculado con organismos públicos como son los municipios, e instituciones financieras a través de la cuales se gestione recursos.

3.3 Estrategias de motivación para el emprendedor universitario.

Lo estrategias que propongo a continuación son convenio entre Estado, Academia y Empresas privadas en la ciudad de Loja.

- **Estrategia N° 1: Crear un programa de retos emprendedores Loja.**

Los programas de emprendimiento se realizan con la finalidad de fomentar iniciativas de emprendimiento en los universitarios, y que estos a su vez respondan a la problemática social del país de una manera creativa e innovadora, es por ello que se debe constituir una alianza entre Estado, empresa y universidad creando el programa “Retos emprendedores Loja” con la participación de los estudiantes universitarios abarcando la zona 7 (El Oro, Loja y Zamora Chinchipe), cuya ejecución será dos veces al año y los proyectos estarán sujetos a una selección y premiación.

- **Estrategia N° 2: Crear Banco Semilla de financiamiento para emprendedores.**

El Banco semilla tiene como finalidad brindar recursos para el desarrollo de proyectos de investigación y emprendimiento.

Para la creación de este Banco se debe gestionar recursos por parte del Estado, los cuales serán entregados a los estudiantes de las universidades que ganen en la selección de sus proyectos innovadores, para iniciar su negocio, ya que difícilmente podrían ser financiados por alguna entidad financiera debido a su riesgo o inexistencia de activos que respalden un crédito, los fondos no son reembolsables, es decir, que no deben devolverse, se realizará seguimiento y evaluación al cumplimiento del proyecto.

- **Estrategia N° 3: Crear espacios de emprendimiento e innovación continuas con empresarios expertos e investigadores.**

Realizar conferencias y congresos con empresarios exitosos, con el fin es incrementar el ímpetu de emprender en los estudiantes, relacionados con liderazgo, creatividad e innovación, se realizarán dos veces al año con una duración de 8 horas por dos días, el costo para acceder a las conferencias será gratuito para brindar asesoría a todos los estudiantes que tienen interés en realizar emprendimientos

Propiciar la creación de un club de mentores nacionales e internacionales, con el propósito de apoyar de manera voluntaria a emprendedores y pequeños empresarios, inicialmente se debe realizar una reunión de diagnóstico, para conocer los objetivos el estado actual del proyecto y se identificarán las áreas más débiles, el programa de mentoría tendrá una duración de 5 a 6 meses, con reuniones mensuales de 60-90 minutos hasta la finalización y puesta en marcha de cada uno de los proyectos.

Crear una página de difusión en donde se socialice emprendimientos, se brinde capacitación y asesoramiento en línea para lograr incentivar el emprendimiento, despejar inquietudes y reducir el medio al fracaso.

Realizar ferias, exposiciones físicas y online de los trabajos, con el fin de motivar a nuestros estudiantes a sentirse empresarios, mostrando sus trabajos y en algunos casos simulando el funcionamiento de empresas, también se realizar concursos de proyectos innovadores creados por los estudiantes con incentivos económicos para el mejor.

CONCLUSIONES

El presente trabajo de titulación da interesantes resultados mismos que ayudan al diagnóstico del perfil de emprendimiento de los estudiantes de las universidades caso de estudio.

- El perfil del emprendedor universitario de los estudiantes de las universidades objeto de estudio, ha sido analizado tomando en cuenta factores y elementos relacionados al interés de emprender, en ambas universidades se ha encontrado características similares, se destaca que el hombre tiene una participación mucho mayor que la mujer, la edad promedio del perfil emprendedor es de 22 años, el mayor referente para realizar un emprendimiento es el padre, en cuanto a la experiencia laboral los estudiantes que trabajan a tiempo completo o parcial tienen un porcentaje del 29% a diferencia del 71% que no tiene experiencia.
- En lo referente al apoyo por parte de las universidades en cursos o talleres se ha podido determinar que el 48% de los estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja si han recibido cursos de capacitación relacionados al emprendimiento, mientras que del total de los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja el 38% manifestaron haber recibido cursos relacionados con emprendimiento.
- Se evidenció también que los estudiantes, cuentan con la intención, actitud y creatividad para realizar un emprendimiento, sin embargo también se logró identificar el miedo al fracaso, ya sea por no contar con los recursos necesarios, por falta de capacitación técnica, por demasiados trámites burocráticos lo cual no les permite arriesgarse.
- Finalmente, se concluye que los estudiantes de las Universidades Técnica Particular de Loja y Nacional de Loja, tienen la intención de emprender en un negocio propio, lo cual resulta beneficioso dentro de las ventajas de competitividad de las universidades y por ende aportan al desarrollo productivo del Ecuador.

RECOMENDACIONES

- Incrementar cursos de emprendimiento e innovación dictados por profesionales con la finalidad de incentivar el espíritu emprendedor en los estudiantes.
- Que las universidades gestionen mediante convenios con organismos públicos o privados fuentes de financiamiento, flexibilidad y agilidad de trámites permitiendo a los emprendedores desarrollar su idea de negocio.
- Incentivar el emprendimiento mediante el acceso a redes de inversionistas con el fin de hacer realidad la idea de negocio.
- Fomentar con incentivos académicos o económicos la participación de los estudiantes universitarios, en concursos de proyectos innovadores.
- La Universidad Nacional de Loja, ha demostrado estar comprometida con el emprendimiento, sin embargo, podría fomentarlo incluyendo la asignatura de emprendimiento a todas sus facultades, ya que actualmente esta asignatura no se la imparte a todas las carreras.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz Rodriguez, R. (2011). *Emprendedor de Exito*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V. A .
- Auto Maganize.ec* . (22 de septiembre de 2016). Obtenido de <http://automagazine.ec/plan-camiones-apoya-al-emprendimiento/>
- Ballina Rios, F., & Martin Hernadez, S. (2007). Concepto de emprendedor. En *Las competencias profesionales relacionadas con las TIC y el espiritu emprendedor*. España: Secretaria General Tecnica.
- Barón, L. E. (2011). *Los 12 libros que todo emprendedor debe leer*.
- Bentolila, C. (2016). *Emprendiendo*. Argentina.
- Carrión, K. (31 de MAYO de 2017). *UTPL NOTICIAS*. Obtenido de <https://noticias.utpl.edu.ec/cafe-mujer-una-oportunidad-para-emprender>
- Currículo De Bachillerato De Emprendimiento Y Gestion*. (2015). Obtenido de https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/09/Lineamientos_Emprendimiento_Gestion_2BGU.pdf
- Diario el Tiempo*. (07 de diciembre de 2016). Obtenido de <http://www.eltiempo.com.ec/noticias/empresarial/11/403815/ecuador-empresario-impulsa-el-emprendimiento-juvenil>
- Duarte, T., & Ruiz Tibana, M. (2009). Emprendimiento una opcion para el desarrollo. 326 331.
- Duque, V. (27 de marzo de 2017). *UTPL NOTICIAS*. Obtenido de Nace el primer Instituto de la Cerveza en Ecuador: <https://noticias.utpl.edu.ec/nace-el-primer-instituto-de-la-cerveza-en-ecuador>
- El Buen Vecino*. (abril de 2016). Obtenido de http://www.holcim.com.ec/fileadmin/templates/EC/doc/El_Buen_Vecino/BV28.pdf
- Explored* . (21 de abril de 2010). Obtenido de <http://hoy.tawsa.com/noticias-ecuador/cerveceria-nacional-apoya-el-emprendimiento-403765.html>
- Forero Bernal, L. A. (2013). El Emprendimiento y la innovacion, el camino al desarrollo.
- Formichella, M. m. (2004). El concepto de emprendimiento y su relacion con el empleo, la educacion y el desarrollo local.
- Freire, A. (2004). *Pasion por emprener: De la vidad a la cruda realidad*. Buenos Aires: Penguin Random House Grupo Editorial Argentina, 2012.
- Global Entrepreneurship Monitor*. (2016). Ecuador.
- Gonzalez Salazar, D. M. (2007). *Plan de Negocios para emprendedores al Exito*. Mexico: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA.
- Hernandez Acosta, J. J. (2016). *Emprendimiento Creativo*. Puerto Rico.
- IEPS*. (s.f.). Obtenido de <http://www.economiasolidaria.gob.ec/ieps-presento-los-proyectos-preseleccionados-para-la-incubadora-de-emprendimientos-solidarios/>

- Kantis, H., & Drucaroff, S. (2011). *Corrienso Fronteras para crear y potenciar empresas*. Mexico: GRANICA S.A.
- MIES. (s.f.). Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/misionvision/>
- Perera, J. C. (2016). *EMPRENEDORES*.
- Perez Gorostegui, E. (2009). *Curso de Economía de la empresa*. Madrid: Centro de Estudios Ramon Areces S.A.
- Prendho. (s.f.). Obtenido de [rendho](#)
- Reverter, A. G. (2005). *LOS NUEVOS EMPRENEDORES. CREACION DE EMPRESAS EN EL SIGLO XXI*. BARCELONA.
- Rodrigo Varela V., P. D. (2008). *INNOVACION EMPRESARIAL, Arte y ciencia en la creacion de empresas*. Bogota. D. C., Colombia.: MARIA FERNANDA CASTILLO.
- Rodriguez, R. A. (2011). *EL EMPRENEDOR DE EXITO cuarta edición*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Sanchez Aguilar, J. S. (2013). Emprendedor. En *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio*. España, Antequera: IC Editorial.
- Schnarch Kirberg, A. (2014). Empredimiento Exitoso. En *Empredimiento Exitoso*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Serantes, J. (2014). Concepto de Emprendedor. En *Finanzas para Nuevos Emprendedores: Aprende a gestionar las finazas de tu empresa*. España: IntelligentConta.
- Socioeco Org. (s.f.). Obtenido de http://www.socioeco.org/bdf_organisme-558_es.html
- Solutions. (s.f.). Obtenido de <http://www.lojasoftsolutions.com.ec/>
- TIA S.A. (octubre de 2016). Obtenido de <https://www.corporativo.tia.com.ec/content/tia-presenta-accionar-programa-formativo-de-emprendimiento>
- Universidad Nacional de Loja . (s.f.). Obtenido de <http://unl.edu.ec/>
- UTPL. (s.f.). Obtenido de <https://www.utpl.edu.ec/>
- Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. Colombia, Bogota: Editorial Pearson.

ANEXOS



CUESTIONARIO IECEU - Intención Emprendedora y Competencias en Estudiantes Universitarios

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

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

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

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

Nombre de la Universidad: _____ Ciudad: _____

Bloque A

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

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

Semestre: _____

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

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

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

Padre Madre Hermano Otro familiar Amigo Profesor Otro: _____

¿Posee su propio negocio? Sí No

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

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

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

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

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

Bloque B

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

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

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

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

Bloque C

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

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

Bloque D

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

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

D7. Si pudiera 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"/>						

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"/>						
E2. Me resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema	<input type="checkbox"/>						
E3. Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago	<input type="checkbox"/>						
E4. Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas	<input type="checkbox"/>						
E5. Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales	<input type="checkbox"/>						
E6. Tengo facilidad para generar nuevas ideas	<input type="checkbox"/>						

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

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

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

Bloque F

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

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

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

Bloque G

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

Bloque H

Por favor, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:	Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	6	7
H1. Mis familiares más cercanos piensan que debería luchar por ser un emprendedor	<input type="checkbox"/>						
H2. Mis amigos más cercanos piensan que debería luchar por ser un emprendedor	<input type="checkbox"/>						
H3. La gente que es importante para mí piensa que debería luchar por ser un emprendedor	<input type="checkbox"/>						

Por favor, indique el nivel de importancia en una escala de 1 hasta 7.

¿En qué medida te importa lo que las personas (mencionadas a continuación) piensan sobre tu decisión o no de luchar por una carrera de emprendedor?	No me importa en absoluto				Me importa mucho		
	1	2	3	4	5	6	7
H4. lo que los miembros cercanos de tu familia piensan sobre tu decisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H5. lo que tus amigos más cercanos piensan sobre tu decisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H6. lo que la gente importante para ti piense sobre tu decisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

Anexo 2.

Area	Carrera
Administrativa	Administración de Empresas
	Administración en Banca y Finanzas
	Contabilidad y Auditoría
	Hotelería y Turismo
	Economía
	Gastronomía
Técnica	Arquitectura
	Artes Plásticas y Diseño
	Electrónica y Telecomunicaciones
	Geología y Minas
	Ingeniería Civil
	Sistemas Informáticos
	Computación
Biológica y Biomédica	Alimentos,
	Agropecuaria
	Biología
	Ingeniería Industrial
	Bioquímica y Farmacia
	Gestión Ambiental
	Ingeniería Química
	Medicina
	Enfermería
Socio Humanística	Comunicación
	Pedagogía de los Idiomas Nacionales y Extranjeros
	Derecho

Anexo 3

Area	Carrera
Administrativa	Administración de Empresas
	Administración en Gestión Pública
	Administración en Banca y Finanzas
	Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
	Contabilidad y Auditoría
	Economía
Técnica	Informática
Biológica	Gestión Ambiental
Sociohumanística	Derecho
	Psicología
	Comunicación Social
	Ciencias de la educación y mención en: Educación Básica, Educación Infantil, Física y Matemática
	Inglés
	Lengua y Literatura
	Química
	Biología

Anexo 4

Area	Carrera
Agropecuaria y de Recursos Naturales Renovables	Ingeniería Agrícola
	Ingeniería Agronómica
	Ingeniería Forestal
	Medicina Veterinaria y Zootecnia
	Manejo y Conservación del Medio Ambiente
Educativa	Artes Plásticas
	Cultura Física
	Educación Básica
	Educación Musical
	Físico – Matemáticas
	Idioma Inglés
	Informática Educativa
	Lengua Castellana y Literatura
	Psicología Educativa y Orientación
	Psicología Infantil y Educación Parvulario
	Psicorrehabilitación y Educación Especial
	Químico Biológicas
	Ciencias de la Comunicación Social
Energía	Electromecánica
	Electrónica y Telecomunicaciones
	Ingeniería en Sistemas
	Geología Ambiental y Ordenamiento Territorial,
Jurídica	Administración de Empresas
	Administración Pública
	Banca y Finanzas
	Contabilidad y Auditoría
	Derecho
	Economía
	Trabajo Social

	Carrera de Turismo
Salud	Enfermería
	Laboratorio Clínico
	Medicina Humana
	Odontología
	Psicología Clínica

Anexo 5.

Area	Carrera
Jurídica	Administración de Empresas Derecho Comunicación Social Ingeniería en Contabilidad y Auditoría Trabajo Social
Agropecuaria y de Recursos Naturales Renovables	Administración y Producción Agropecuaria Científico-Técnica Bibliotecología e Información
Educativa	Educación Especial Educación Parvulario Informática Educativa Psicología Infantil Psicorrehabilitación