

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:  
CARACTERIZACIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA  
EN PROFESIONALES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

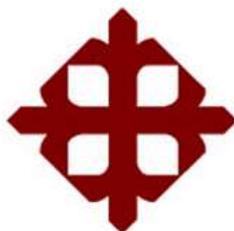
**AUTOR:  
DIRK ALEXANDER ZAMBRANO VERA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADEMICO DE:  
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TUTORA:  
Ing. Mariella Johanna Jácome Ortega, Ph.D.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRIA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el **Ingeniero en Administración de Empresas, Dirk Alexander Zambrano Vera**, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magister en **Administración de Empresas**.

**DIRECTORA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

---

**Ing. Mariella Johanna Jácome Ortega, Ph.D.**

**REVISORA**

---

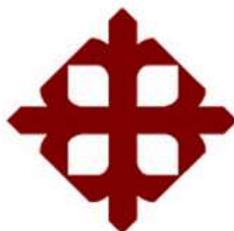
**Econ. Laura Zambrano Chumo, Mgs.**

**DIRECTORA DEL PROGRAMA**

---

**Econ. María del Carmen Lapo Maza, Ph.D.**

**Guayaquil, 08 de julio del 2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRIA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Dirk Alexander Zambrano Vera**

**DECLARO QUE:** El Proyecto de Investigación; **Caracterización de la Intención Emprendedora en Profesionales de la ciudad de Guayaquil**, previa a la obtención del **Grado Académico de Magister en Administración de Empresas**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

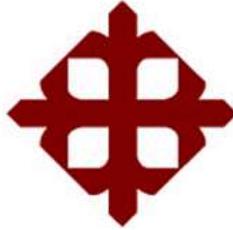
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

**Guayaquil, 08 de julio del 2019**

**EL AUTOR**

---

**Dirk Alexander Zambrano Vera**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRIA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Dirk Alexander Zambrano Vera**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Proyecto de Investigación: Caracterización de la Intención Emprendedora en Profesionales de la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 08 de julio del 2019**

**EL AUTOR:**

---

**Dirk Alexander Zambrano Vera**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRIA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**REPORTE URKUND**

The screenshot displays the URKUND report interface. The main content area shows the following details:

- Documento:** Caracterización de la Intención Empresarial 03 de junio de 2019 (URFEGUC.pdf) [54293802]
- Presentado:** 2019-07-01 17:40 (-05:00)
- Presentado por:** dnlzambiano@gmail.com
- Recibido:** maria.lapu.uco@analysis.orkund.com
- Mensaje:** Proyecto de investigación Final DIRM ZAMBRANO [Mostrar el mensaje completo](#)

A yellow highlight indicates: **2%** de estas 53 páginas, se componen de texto presente en 3 fuentes.

The right sidebar, titled "Lista de fuentes", shows the following sources:

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	<a href="https://scielo.conicet.rioseo.org/comp-suj/artes&amp;op=30736-50620190000001">https://scielo.conicet.rioseo.org/comp-suj/artes&amp;op=30736-50620190000001</a>
	<a href="https://www.tkk.cat/biblioteca/handle/10003/56167/tesisPCAG.pdf">https://www.tkk.cat/biblioteca/handle/10003/56167/tesisPCAG.pdf</a>
	<a href="http://www.redalyc.org/pdf/3062/3062115705.pdf">http://www.redalyc.org/pdf/3062/3062115705.pdf</a>
Fuentes alternativas	
Fuentes no usadas	

The interface also includes a top navigation bar with the URKUND logo and a "PROBAR LA NUEVA BETA DE URKUND" link, and a bottom toolbar with icons for "Advertencias", "Reiniciar", "Exportar", and "Compartir".

## AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la sabiduría y fortaleza en momentos de flaqueza. Gracias a Él todo es posible.

A mi esposa Daniela, por ser mi mejor amiga, mi compañera de vida y ser la madre de mi hija, por su apoyo y amor incondicional a pesar de las adversidades.

A mis padres, Alex y Chela, por ser un ejemplo de sacrificio y perseverancia, además de ser mi fuente de inspiración y superación. Los amo infinitamente.

A mi hermano Kiki, por sus consejos y por cuidar de todos nosotros.

A mi tutora Mariella Jácome Ortega, por su tiempo, dedicación y sobre todo, por haber confiado en mí.

Dirk

## DEDICATORIA

A mi hija Alina Daniela, que pronto estará con nosotros para ser la bendición más grande que un padre puede tener.

A mi hermana Alexa, por su amor incondicional desde el día que nací, por cuidarme como a su propio hijo. Por la confianza depositada en mí en cada etapa de mi vida. Por darme esa palabra de aliento en los momentos más difíciles y cuando más la necesitaba. Te agradezco infinitamente por haberme convencido en ingresar a la Maestría.

A mis sobrinas Dianita, María José y Alexis y a mi sobrino Ricky para que en el futuro a través del estudio se desarrollen profesionalmente y cumplan todas sus metas y objetivos.

Dirk

## Índice de Contenido

Resumen.....	XIII
Abstract .....	XIV
Introducción .....	2
Antecedentes.....	5
Problema de investigación.....	9
Formulación del problema de investigación.....	11
Justificación.....	11
Objetivos de la investigación.....	13
Objetivo general.....	13
Objetivos específicos .....	13
Pregunta de la investigación.....	13
Hipótesis de la investigación .....	14
Variables de la investigación.....	14
Variables independientes .....	14
Variable Dependiente.....	14
Variable Mediadora.....	14
Capítulo I: Marco teórico .....	15
Teoría de la Controlabilidad Percibida .....	15
Teoría de la Orientación Emprendedora Individual.....	16
Teoría de la autoeficacia emprendedora .....	18

Teoría de Acción Razonada.....	22
Teoría de Comportamiento Planificado (TCP).....	25
Conclusión del Marco Teórico .....	34
Capítulo II: Marco Referencial .....	38
Conclusión del Marco Referencial.....	52
Capítulo III: Metodología y Resultados .....	53
Diseño de la investigación.....	53
Tipo de Investigación .....	54
Alcance de la investigación .....	54
Alcance descriptivo de la Investigación. ....	55
Alcance explicativo de la investigación. ....	55
Enfoque de investigación .....	56
Investigación Cuantitativa. ....	57
Metodología.....	57
Unidad de análisis, población y muestra. ....	58
Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información. ....	59
Discusión de los resultados .....	60
Fiabilidad del instrumento. ....	66
Análisis de datos perdidos. ....	67
Conclusiones del análisis.....	74
Capítulo IV: Propuesta .....	76
Análisis situacional.....	76

Objetivos de la propuesta .....	79
Propuesta estratégica para la promoción del emprendimiento. ....	80
Estrategias para promover la actitud emprendedora en los jóvenes profesionales ....	81
Estrategias para fortalecer el entorno emprendedor la intención emprendedora .....	82
Estrategias para incentivar la confianza del potencial emprendedor. ....	83
Conclusiones y Recomendaciones .....	86
Conclusiones.....	86
Recomendaciones .....	89
Referencias .....	91

## Índice de tablas

Tabla 1 <i>Sexo del encuestado.</i> .....	60
Tabla 2 <i>Rango de edad del encuestado.</i> .....	61
Tabla 3. <i>Estado civil del encuestado</i> .....	62
Tabla 4 <i>Ocupación del encuestado</i> .....	63
Tabla 5 <i>Número de hijos del encuestado</i> .....	63
Tabla 6 <i>Nivel de Educación formal del encuestado</i> .....	64
Tabla 7 <i>Aspiración profesional a largo plazo</i> .....	65
Tabla 8 <i>Familiares que son propietarios de su propio negocio o empresa.</i> .....	65
Tabla 9 <i>Validez interna del cuestionario por pregunta y por factor.</i> .....	66
Tabla 10 <i>Análisis de Datos perdidos estadísticos univariados</i> .....	68
Tabla 11 <i>Análisis de Datos Perdidos Estadísticos Descriptivos</i> .....	69
Tabla 12 <i>Prueba de Validez Convergente y Discriminante</i> .....	70
Tabla 13 <i>Matriz de Varianza explicada.</i> .....	70
Tabla 14 <i>Matriz de Factores rotados.</i> .....	71
Tabla 15 <i>Resultados de Hipótesis Planteadas</i> .....	73
Tabla 16 <i>Ajuste del Modelo de Ecuación Estructural</i> .....	74

## Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> Modelo teórico propuesto. ....	35
<i>Figura 2.</i> Campo profesional del encuestado.....	64
<i>Figura 3.</i> Análisis de Modelación Estructural .....	72

## Resumen

Esta investigación tiene como objetivo caracterizar los factores que influyen en la intención de emprender de individuos que forman parte de la población económicamente activa de la ciudad de Guayaquil. La caracterización es lograda a través de la teoría de comportamiento planificado de Ajzen (1985, 1987, 2002). El instrumento utilizado en la presente investigación explica la intención de emprender a través de tres constructos: la actitud emprendedora, las normas subjetivas, la autoeficacia emprendedora y la controlabilidad percibida. El análisis de los datos se realizó utilizando el análisis factorial exploratorio y el modelo de ecuaciones estructurales para comprobar las hipótesis propuestas. La muestra evaluada fue de 479 personas. El 54% de los individuos evaluados corresponden a profesionales universitarios que han llegado a un tercer nivel de instrucción formal, seguido de 22% de profesionales que tienen una maestría o doctorado. De igual forma, se pudo conocer que el 39 % de los individuos que participaron del estudio tiene familiares con empresas y negocios. Entre los hallazgos más importantes del presente estudio, se identificó que la actitud influye de forma positiva sobre la intención emprendedora, así también se comprobó que las normas subjetivas no influyen sobre la intención de emprender. Finalmente, se pudo evidenciar que la autoeficacia influye sobre la intención a través de la mediación de la controlabilidad percibida, lo cual justifica el modelo teórico propuesto.

**Palabras claves:** teoría del comportamiento planificado, controlabilidad percibida, locus de control, emprendimiento en Guayaquil, intención de emprender.

## **Abstract**

The objective of this research is to characterize the factors that influence the intention to undertake of individuals that are part of the economically active population of Guayaquil. The characterization is achieved through the theory of Planned Behavior of Ajzen (1985, 1987, 2002). The instrument used in the present investigation explains the intention to undertake through three constructs: the entrepreneurial attitude, the subjective norms, the entrepreneurial self-efficacy and the perceived controllability. The analysis of the data was carried out using the exploratory factorial analysis and the model of structural equations to verify the hypotheses proposed in the present study. The sample evaluated was 479 people. 54% of the individuals evaluated correspond to university professionals who have reached a third level of university education, followed by 22% of professionals who have a master's or doctorate. Similarly, it was known that 39% of the individuals who participated in the study have relatives with companies and businesses, while the rest reported not having family members with ventures. Among the findings reported in the present study it was possible to demonstrate that the attitude has a positive influence on the entrepreneurial intention. It was also possible to verify that the subjective norms do not influence the intention to undertake. Finally, it could be shown that self-efficacy influences the intention through the mediation of perceived controllability, which justifies the proposed theoretical model.

**Keywords:** theory of planned behavior, perceived controllability, locus of control, entrepreneurship in Guayaquil, intention to be an entrepreneur.

## **Introducción**

En la actualidad existe un creciente interés hacia el estudio de las intenciones emprendedoras de los profesionales en países en vías de desarrollo. Diversos estudios consideran que las intenciones emprendedoras tienen un rol trascendental en el proceso de decisión de creación de una empresa y es por dicha razón que ha aumentado significativamente el interés por conocer más sobre este ámbito en los últimos tiempos (Almadana, 2016).

La importancia de la actividad emprendedora en la sociedad actual es un hecho totalmente aceptado debido al desarrollo económico y social que este conlleva para las regiones. El creciente interés por estudiar las relaciones entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico considera que la creación de empresas es un modo de solucionar los problemas de desempleo, de crecimiento económico y como fomento de la innovación y la competitividad del país. (Sastre y Castillo, M.A, 2005).

En una era de globalización caracterizada por el dinamismo y la incertidumbre, la economía del conocimiento requiere de la generación de nuevos emprendimientos (Julien, 2005). En Estados Unidos y Europa, los responsables del desarrollo de políticas públicas para promover el emprendimiento, señalan la necesidad de aumentar la cultura de emprendimiento con la finalidad de alcanzar el crecimiento económico (Osorio & Londoño Roldan, 2015). Más aun, las publicaciones académicas acerca del tema respaldan las relaciones positivas entre la actividad del emprendimiento y el crecimiento económico y la innovación (Osorio & Londoño Roldan, 2015), de igual forma que el incremento de la actividad emprendedora mantiene una relación positiva con la educación (Oyarvide, Ayoví, Rivas y Arce, 2017).

Asimismo, este tema se enfrenta a la disyuntiva sobre la decisión de emprender o no, a través de entender los factores que influyen dicha decisión en términos de los rasgos de personalidad y las actitudes de los individuos (Osorio & Londoño Roldan, 2015). No obstante, no existe información concluyente de la intención emprendedora en los jóvenes profesionales de Guayaquil, reportando un vacío en la literatura. Por ese motivo, esta investigación tuvo como objetivo el hecho de caracterizar los factores que influyen en la intención de emprender de los profesionales de la ciudad de Guayaquil que se encuentran actualmente laborando.

Con base en lo anteriormente expuesto, el presente trabajo se encuentra estructurado por el capítulo uno que describe el marco teórico, es decir, toda la fundamentación teórica del tema, haciendo referencia a la intención emprendedora y citando investigadores como Ajzen que estructuran un modelo de intención a partir del cual se explica el fenómeno de emprender. Seguidamente se incorpora el análisis del efecto de las variables controlabilidad percibida y autoeficacia emprendedora para generar una mejor explicación del constructo control percibido de comportamiento propuesto por Ajzen (1985, 2002) que es uno de los factores que incide sobre la intención de emprender (Jácome, 2018). En el segundo capítulo, se expone el marco referencial, resaltando las experiencias en otros países y en Ecuador, de casos particulares de emprendimientos reales que han consolidado su operación y han formado empresas que sostienen la economía popular y solidaria a nivel local y nacional.

En el tercer capítulo se identifica el diseño metodológico de la investigación con los resultados de las encuestas tabuladas en el programa estadístico SPSS, con el fin de elaborar la propuesta de la investigación. Posteriormente, en el cuarto capítulo se diseñó la propuesta que ayudó a fortalecer

aspectos de la intención emprendedora en los profesionales de la ciudad de Guayaquil. Finalmente, se procede a realizar las conclusiones y recomendaciones del tema propuesto.

## **Antecedentes**

En el año 2014, la proporción de hombres y mujeres emprendedores en Ecuador fue muy cercana según estudios realizados por la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Con relación a la motivación para comenzar un negocio, se aprecia una mayor proporción de mujeres emprendedoras que inician su negocio por necesidad; similar modelo se encuentra entre los propietarios de negocios constituidos. La tasa de cierre de negocios fue más alta para las mujeres que para los hombres, según un estudio publicado por la Escuela de Negocios de la ESPOL.

Según la revista digital (EKOS, 2015), la tasa de emprendimiento de actividad temprana (TEA) del Ecuador calculada por el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) en el 2014 es una de las más altas de América Latina (36%). La tasa de emprendimiento denominada TEA mide los motivos de emprendimiento, tales como, la edad en la que se dan los emprendimientos, el género de quienes emprenden así también cuáles son los tipos de negocios que se emprenden. Es así como en el informe de GEM (2014) se visualiza que, en Ecuador a pesar de liderar el listado de países emprendedores, los emprendimientos se han dado más por falta de alternativas de ingresos que por oportunidad. De tal manera, que el 22.7% de los nuevos emprendedores, ha desarrollado negocios por necesidades presentadas y el 12.1% por oportunidades.

El Ecuador posee la tasa más alta de Latinoamérica en emprendimiento por necesidad seguido por Perú y Brasil. Sin embargo, los emprendedores destacados son los que han terminado apenas su educación secundaria. La mujer ecuatoriana aparece con una gran participación, conformando el 46.3% del emprendimiento en el país, es decir, que representan actualmente entre el 46 y

55% de la fuerza laboral gerencial de la nación (Lasio, Caicedo, Ordeñana, Samaniego, & Zambrano, 2016).

Resultados de estudios Kelley, Slavica, & Herrington (2016) así también el informe de emprendimiento realizado por la ESPAE reportó que en América Latina, Ecuador muestra nuevamente la TEA más alta (31,8 %) de la región, seguido por Colombia (27.3 %), Perú (25.1%) y Chile (24.1%). Una de cada cuatro personas en Ecuador ha emprendido un negocio, lo consolidó o ya poseía uno hace menos de 4 años. Al comparar el primer lugar del Ecuador frente a otras economías, se toma de referente a Chile que, aunque su TEA es menor que el de Ecuador, se observa que el 68.87% de los chilenos que emprendieron lo hicieron por oportunidad en contraste con el caso ecuatoriano que se da en una mayor proporción por necesidad (Lasio, Caicedo, Ordeñana, Samaniego, & Zambrano, 2016).

Con respecto a la motivación para iniciar un negocio, se observa una mayor proporción de mujeres emprendedoras que iniciaron su negocio por necesidad (35% con respecto al 30% observado para los hombres emprendedores). Esto se mantiene entre los dueños de negocios establecidos, donde un 52% de las mujeres empezaron su negocio por necesidad, mientras que en el caso de los hombres esta tasa se sitúa en un 45%. Las razones son diversas entre las que se destacan el desempleo y el subempleo. También se añaden razones como la migración de los jefes de hogar, la inclusión de mujeres en el ámbito laboral y el Bono de Desarrollo Humano (BDH).

La revisión de la literatura ha permitido identificar que existen varias investigaciones para determinar si la actitud es la mejor característica para predecir la intención de elegir un comportamiento determinado, y a su vez

encontrar cual es la relación entre ambas. A finales de la década de los ochenta surgen las primeras investigaciones respecto a la intención emprendedora procedentes principalmente desde el campo de la psicología, como son las teorías de la acción razonada (Fishbein & Ajzen, 1975) y la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991). Con ese fundamento, aparecieron otros modelos teóricos más enfocados de entre los cuales se resalta el modelo del evento emprendedor (Shapero & Sokol, 1982) y el modelo del potencial emprendedor (Krueger & Brazeal, 1994), citados en (Diez, 2016).

Martin Fishbein (1963), indicó que aún después de setenta y cinco años de investigaciones sobre las actitudes, existe muy poca evidencia que apoye la hipótesis que se puede predecir el comportamiento de una persona basado en la actitud hacia un objetivo específico. Toledano (2006) realizó algunas investigaciones cuyo análisis contribuyen a una mejor percepción del concepto de actitud.

Según Allport (1935), una actitud es la disposición aprendida a responder hacia un objeto o clase de objeto en una consistencia favorable o desfavorable, citado por Saavedra (2017). Por su particular definición, consideró que no se puede predecir el comportamiento de una persona basado únicamente en su actitud. Pensó que debido a los diferentes niveles actitudinales que tienen las personas hacia un particular objeto, predecir el comportamiento era casi imposible.

Por otro lado, Doob (1966) indagó sobre la relación entre la actitud y el comportamiento, pero no obtuvo el interés científico deseado. Además, argumentó que había una relación uno a uno entre dichas variables. Básicamente, esta teoría propone que la actitud del individuo ante un objeto determina su respuesta. En

vista de aquello, dos personas pueden percibir un mismo estímulo, pero obtener respuestas diferentes en virtud a la actitud que cada individuo tiene hacia dicho estímulo.

El estudio del comportamiento explicado a través de la intención fue introducido por Icek Ajzen y Martin Fishbein quienes fueron responsables de introducir una teoría que abrió un nuevo espacio en la predicción de comportamiento de las personas. Dichos investigadores realizaron investigaciones sobre la actitud y la intención del comportamiento (Ajzen, 2002, p. 665-683).

Fishbein (1963) propuso una teoría alternativa a la teoría de Dulany de control proposicional, en la cual propone que la intención hacia algo está determinada por dos componentes: (1) las expectativas de las personas a cierto evento y a la evaluación de dicho evento, y (2) representa la motivación a cumplir con las demandas percibidas. La teoría de Fishbein dice que un factor personal y uno social son los dos componentes que determinan las intenciones del comportamiento. La nueva teoría de Fishbein está muy cerca de la teoría de Dulany, Fishbein tan sólo etiquetó las estructuras de la teoría y las reinterpretó, y así poder familiarizarse con los conceptos. Inmediatamente Fishbein y Ajzen (1975) introducen la teoría denominada de la acción razonada.

Este antecedente teórico plantea la base para el presente estudio, el cual tiene por finalidad caracterizar las actitudes emprendedoras y a través de la teoría de comportamiento planificado de Ajzen comprender la intención de emprender en Guayaquil, lo cual representa un aporte a la literatura en temas relacionados con el estudio del comportamiento emprendedor desde el contexto de la realidad de un país en vías de desarrollo.

## **Problema de investigación**

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2016), en Ecuador existen 843 mil empresas pequeñas y medianas aproximadamente, de las cuales el 85.29% funcionan en Guayaquil, es decir, 717 mil microempresas aproximadamente se totalizan en la urbe porteña. Según un reporte del *Global Entrepreneurship Monitor* (2016), en Ecuador se presentan altas tasas de emprendimiento, donde sobre un tercio de la población está comenzando o ha comenzado un nuevo negocio y sobre un sexto tiene un negocio en su etapa de madurez (Kelley, Slavica, & Herrington, 2016).

Entre los principales hallazgos reportados de la evaluación de las 45 economías que participaron en la encuesta de GEM entre el año 2013 y el año 2015 se pudo conocer que el miedo al fracaso disminuyó año a año en el período de estudio en varios países, entre ellos: Finlandia, Suecia, Ecuador, Puerto Rico, el Caribe, Vietnam y Malasia. De igual forma se pudo conocer que, en Ecuador el 70 % de esta actividad emprendedora se encuentra en el sector del comercio, sea mayorista o minorista (Kelley, Slavica, & Herrington, 2016). Según los datos de dicho estudio en Ecuador las cifras reflejan una alta tasa de emprendimiento, donde el 22,7% de los adultos afirmó haber emprendido por oportunidad, mientras que el 12,1% lo hizo por necesidad. A decir de los datos, Ecuador tendría la tasa de emprendimiento por necesidad más alta de la región, seguido de Perú con 5,25% y Brasil con 4,95% (Kelley, Slavica, & Herrington, 2016), citado en (Revista Lideres, 2016).

La falta de oportunidades de empleo es un factor que crea la necesidad de emprender. En la ciudad de Guayaquil el desempleo en los profesionales en el año 2016 bordeó el 6.1% mientras que el subempleo está en el 55.6% de profesionales

en edad de trabajar (INEC, 2016). Estos factores conducen a que los profesionales exploren la posibilidad de realizar emprendimiento de negocios o empresas propias, tarea que no es en el medio muy sencilla ya que los jóvenes deben poner en práctica todas las capacidades, acompañadas de la obtención de recursos para optimizar al máximo los mismos.

Las cifras evidencian que en Ecuador la tasa de emprendimiento es alta y, por otro lado, la exploración de la literatura permitió identificar que existen varios factores que motivan este emprendimiento. No obstante, existe poca evidencia académica del estudio de estos factores. En este contexto, el presente trabajo busca caracterizar los factores que promueven el emprendimiento en Ecuador en una muestra de estudio en la ciudad de Guayaquil. En este caso, la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) es utilizada como marco teórico para identificar si la intención de emprendimiento está sujeta a la actitud del profesional, a la influencia del entorno que lo rodea explicado por la norma subjetiva y por el control percibido de comportamiento explicado por la relación de dos factores que son la autoeficacia emprendedora y la controlabilidad percibida. La controlabilidad percibida se refiere al grado de control sobre los resultados relacionados con el emprendimiento que percibe el individuo e ignorando los riesgos percibidos de su entorno (Jácome, 2018).

El problema que fundamenta el presente trabajo se encuentra en la brecha que existe en la literatura académica con respecto a los factores que promueven el emprendimiento en Latinoamérica y específicamente en Ecuador. Por lo tanto, más que buscar la resolución de algún problema práctico, el presente estudio tiene como propósito realizar un aporte teórico al estudio del comportamiento

emprendedor a través de las variables propuestas por la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1987, 2002; Jácome, 2018).

### **Formulación del problema de investigación**

¿Cuáles son las variables que caracterizan la Intención Emprendedora en Profesionales de la ciudad de Guayaquil?

### **Justificación**

En cuanto a la elaboración del trabajo, se han considerado autores con trabajos investigativos publicados en revistas de impacto a nivel mundial y regional en teorías relacionadas al emprendimiento. Además, contribuye a la literatura de la teoría del comportamiento planificado y del comportamiento emprendedor en el contexto de una economía en vías de desarrollo. La investigación es teórica, los apartados encontrados de otros investigadores son expuestos en el documento, con el fin de comparar esos resultados con los obtenidos en la recopilación de datos, y así proponer un modelo que ayude a mejorar los emprendimientos en la urbe porteña.

Así mismo, posee relevancia práctica, puesto que los resultados de la investigación pueden ser utilizados para el diseño de programas para promover el emprendimiento en jóvenes profesionales. El tema también se justifica en el sector social, puesto que los emprendimientos de los jóvenes generan empleo, y mejoran el ingreso familiar.

En cuanto a los beneficios que el presente estudio aporta al sector empresarial, es importante mencionar que la mayor contribución se centra en el análisis de la norma subjetiva, la controlabilidad percibida y la actitud hacia el emprendimiento como variables que determinan la intención de emprender. Más que una contribución para algún sector en particular, este trabajo permitirá

explicar las relaciones resultantes entre las variables de la teoría del comportamiento planificado como sustento para el diseño de estrategias que promuevan el emprendimiento en general.

Finalmente, el presente trabajo de investigación se encuentra contemplado dentro de los dominios de los lineamientos del plan nacional de desarrollo del Ecuador en dos objetivos principales. En cuanto al objetivo uno, relacionado al propósito de garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas. De igual forma, hace referencia al objetivo cinco que propone impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria. En cuanto al objetivo uno, tal como lo menciona el plan nacional de desarrollo 2017 – 2021, el desarrollo inclusivo también implica igual acceso al trabajo en sus diferentes formas, siempre en condiciones dignas y justas, así como a la seguridad social como un derecho, eliminando cualquier posibilidad de precarización laboral, tendiente hacia la generación de empleo juvenil y al cierre de brechas laborales de género, posición social y etnia, otorgando los mismos derechos y oportunidades para todos, según la Secretaria Nacional de Desarrollo (SENPLADES, 2017). En cuanto al quinto objetivo contemplado en el plan nacional de desarrollo, este trabajo se armoniza con las políticas públicas orientadas a la generación de trabajo y empleo dignos y de calidad, que permitan incentivar al sector productivo para que aproveche las infraestructuras construidas y capacidades instaladas, de tal forma que posibiliten incrementar la productividad y agregación de valor, para satisfacer con calidad y de manera creciente la demanda interna y desarrollar la oferta exportadora de manera estratégica (SENPLADES, 2017).

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

Caracterizar los factores que influyen en la intención de emprender de profesionales de la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de diseñar una propuesta de estrategias dirigidas a las organizaciones y diseñadores de políticas públicas para incentivar el emprendimiento en Ecuador.

### **Objetivos específicos**

Evaluar la intención emprendedora en los profesionales de la ciudad de Guayaquil mediante una encuesta realizada.

Diagnosticar la relación existente entre los factores que explican el comportamiento emprendedor de profesionales de la ciudad de Guayaquil mediante la teoría del comportamiento planificado.

Proponer mecanismos estratégicos que estimulen los emprendimientos en los profesionales de la ciudad de Guayaquil.

### **Pregunta de la investigación**

Como pregunta principal de investigación se planteó la siguiente: ¿existe influencia de los factores propuestos en la teoría de comportamiento planificado (Ajzen, 1991, 2002) y la teoría mixta de control (Monsen & Urbig, 2009) en las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios? (Jácome, 2018). Así mismo se han diseñado preguntas específicas:

¿Existe una relación entre la actitud emprendedora y la intención emprendedora?

¿Existe una relación entre la norma subjetiva y la intención emprendedora?

¿Existe una relación entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora considerando el efecto mediador de la controlabilidad percibida?

## **Hipótesis de la investigación**

Las hipótesis de investigación son las siguientes:

H1: La actitud emprendedora tiene una relación positiva con la intención emprendedora.

H2: La norma subjetiva tiene una relación positiva con la intención emprendedora.

H3a, 3b: La controlabilidad percibida media la relación entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora.

## **Variables de la investigación**

### **Variables independientes**

Las variables independientes son: la actitud emprendedora, la norma subjetiva y la autoeficacia emprendedora.

### **Variable Dependiente**

La variable dependiente es la intención emprendedora.

### **Variable Mediadora**

La variable mediadora es la controlabilidad percibida.

## **Capítulo I: Marco teórico**

En el siguiente apartado se realizó un análisis de las teorías que explican la intención emprendedora. El presente proyecto propuso el estudio de la actitud emprendedora y la incidencia en la intención emprendedora; así también el análisis de la incidencia de la norma subjetiva en dicha intención emprendedora y la autoeficacia emprendedora en la intención a través del estudio del efecto de mediación de la variable denominada controlabilidad percibida.

La revisión de la literatura contempló también el abordaje de otras teorías que estudian la actitud emprendedora, con el propósito de comparar las variables de estas teorías, con las variables que provienen de la teoría de comportamiento planificado, la teoría de la controlabilidad percibida con la finalidad de generar la descripción del marco teórico propuesto.

### **Teoría de la Controlabilidad Percibida**

Los autores Monsen y Urbig (2009) estructuraron una teoría que la denominan mixta de control, la cual enfatizan en los conceptos sobre el individuo y el comportamiento de este al tomar una decisión. Se propuso un primer concepto el cual se relacionó con la creencia de la eficacia que el individuo percibe que posee. Luego, en su segundo concepto se orientó más por la creencia del control que se arraiga en la persona con relación a los resultados que prevé obtener, para lo cual, este individuo evalúa los riesgos que implican las decisiones que va tomando.

Estudios refirieron la teoría mixta de control como respuesta a la necesidad de indagar el fenómeno de la intención considerando los efectos de la controlabilidad percibida y la autoeficacia emprendedora de forma conjunta, con el fin de explicar bajo una concepción más completa y precisa el control percibido

de comportamiento lo cual no ha sido abordado ampliamente en los estudios referentes a la investigación emprendedora (Ajzen, 2002; Jácome, 2018; Monsen & Urbig, 2009). Posteriormente, dicha teoría se evaluaría, tomando en cuenta el riesgo implícito en la decisión de emprender, el mismo que puede venir de diversas fuentes, algunas internas inherentes al propio individuo, y otras por influencias de terceras personas como el entorno social y familiar, el medioambiente, entre otros (Jácome, 2018).

Así también, el riesgo puede identificarse como aspectos que están en todo proyecto, considerados al azar o por suerte. Estos autores recomendaron como líneas futuras de investigación el estudio de una medida que capture el control de los resultados del individuo, para lo cual consideraron idóneo integrar en el análisis la variable denominada controlabilidad percibida, sugiriendo que se estudie en específicos contextos y en especial, en actividades relacionadas con el comportamiento (Monsen & Boss, 2009).

### **Teoría de la Orientación Emprendedora Individual**

La orientación emprendedora individual (OE) se ha convertido en un concepto de uso frecuente en el campo de la iniciativa empresarial en las últimas décadas. Se originó en el contexto de la teoría de la organización empresarial para caracterizar un tipo de organización que adopta una determinada estrategia empresarial (Wiklund, 1999). Según investigadores tales como Lumpkin y Dess (1996) al igual que Lim y Envick (2011), varias características han sido consideradas para el estudio del perfil que mejor describe al individuo emprendedor, incluyendo la autonomía y la agresividad competitiva, aunque los rasgos que reciben la mayor atención en la literatura son la innovación, la proactividad y la propensión al riesgo (Covin & Slevin 1989; Wiklund &

Shepherd, 2003). La capacidad de innovación refleja una tendencia a practicar y apoyar nuevas ideas, la novedad, la experimentación y los procesos creativos (Lumpkin & Dess, 1996), citados en (Jácome, 2018).

La proactividad se refiere a la actitud de anticiparse y actuar sobre el futuro de los deseos y necesidades en el mercado, creando así la ventaja del primer movimiento con respecto a los competidores. Por último, la asunción de riesgos se asocia a una voluntad de comprometerse con grandes cantidades de recursos a los proyectos en los que los resultados no se conocen y hay una posibilidad razonable de fracaso costoso (Miller & Wesley II, 2010).

Estudios recientes destacaron la importancia de la orientación emprendedora a nivel individual. En esta línea, Lumpkin y Dress (1996) afirmaron que si bien los comportamientos empresariales expuestos se plantean como fenómenos a nivel de empresa, reconocen que la orientación emprendedora está condicionada por las intenciones y acciones de los actores claves y que las nuevas empresas y la búsqueda de oportunidades a menudo se produce en los niveles inferiores a través de la iniciativa empresarial individual. En efecto, mientras que algunos estudios no mencionan explícitamente el nivel individual de análisis, centran su atención en la figura del empresario o gerente a la hora de medir las distintas dimensiones de la orientación emprendedora.

Por lo tanto, la capacidad de un individuo de ser innovador, proactivo y tolerante a los entornos y situaciones inciertas puede añadir valor a ese individuo en un contexto profesional para evaluar un perfil de un individuo con comportamiento emprendedor. De hecho, la orientación emprendedora individual incluye las competencias claves buscadas por las empresas establecidas y muy relacionadas con el perfil de un empresario.

## **Teoría de la autoeficacia emprendedora**

Bandura y Adams (1977) propusieron la teoría de la autoeficacia emprendedora, la cual ha sido aplicada considerablemente en los estudios de intenciones emprendedoras y define la autoeficacia como “los juicios de las personas sobre su capacidad para lograr niveles determinados de rendimiento” (p. 193). En esta teoría, las percepciones de la eficiencia personal se derivan de cuatro principales fuentes de información: los logros en la ejecución, la experiencia vicaria, la persuasión verbal y *arousal emocional*. Mientras más autoconfianza se tenga en estas fuentes, más serán los cambios percibidos en la eficiencia.

Los logros en la ejecución están basados en las experiencias personales de dominio, cuando una persona logra el éxito, el nivel de las expectativas de dominio se elevan, mientras que el fracaso las disminuye, por lo tanto, el éxito repetido reduce la influencia del fracaso. Asimismo, los fracasos ocasionales anulados por esfuerzos posteriores pueden reforzar también las expectativas de dominio, si la persona se da cuenta que incluso los obstáculos más difíciles pueden superarse con un esfuerzo continuo (Jácome, 2018).

La experiencia vicaria se refiere a la observación de experiencias no personales, es decir, “ver cómo los demás realizan actividades que nos dan miedo sin experimentar consecuencias adversas generan expectativas, de forma tal que si nos esforzamos en ese sentido eliminaremos los miedos” (Flores, Bojórquez, & Ceballos, 2016).

Mediante la persuasión verbal se hace creer a las personas que pueden manejar adecuadamente lo que le da miedo. La persuasión verbal, por sí sola puede afectar de forma muy limitada al cambio conductual y a la autoeficacia; aunado con experiencias personales de éxito se fortalece la autoeficacia. El

*arousal emocional* dificulta la ejecución, por lo que la persona que lo experimenta cree que es poco competente y disminuye sus expectativas de éxito (Caro, 1987).

Las situaciones estresantes crean este *arousal emocional* que, dependiendo de las circunstancias, ofrece información sobre la propia competencia. Cuando el *arousal* se debilita, se refuerza la autoeficacia. De acuerdo con Bandura (1977), una fuente de motivación se genera a través de la influencia del establecimiento de metas y las reacciones o percepciones que se tengan en las autoevaluaciones para conseguirlas. La automotivación incluye el establecimiento de niveles para la evaluación del desempeño (Caro, 1987).

Las personas se autoincentivan para persistir en sus esfuerzos hasta que su desempeño alcance los niveles auto establecidos previamente. La percepción de las discrepancias negativas entre el desempeño y los niveles auto establecidos crean insatisfacción que motiva a las personas a corregir su comportamiento. Una expectativa de resultado es definida como la estimación personal que un comportamiento dado dará lugar a un resultado determinado. Una expectativa de eficacia es la convicción de que la persona puede ejecutar exitosamente el comportamiento requerido para producir los resultados deseados (Caro, 1987).

Por lo tanto, la fortaleza de las convicciones personales en la propia efectividad influye en lo que las personas intentarán ejecutar para hacer frente a situaciones determinadas. Las personas sienten temor y tienden a evitar las situaciones amenazantes en donde ellos creen que sus habilidades no son suficientes para desempeñarlas exitosamente, por el contrario, desarrollarán actividades en donde ellos creen que sus capacidades son suficientes para manejar esa situación (Jácome, 2018).

Mientras más fortalezas perciban las personas de su propia eficacia, más esfuerzos implementará en una determinada situación y durante más tiempo se va a mantener ese esfuerzo al enfrentarse a situaciones estresantes (Bandura, 1977). La autoeficacia, que es el conjunto de creencias de lo que los individuos pueden hacer en forma satisfactoria, ha sido frecuentemente relacionado con el comportamiento y podría tener efectos en el crecimiento de las iniciativas (Torres & Watson, 2013).

Las investigaciones al respecto discuten si se debe aplicar la escala original de Bandura o bien con algunas modificaciones para adecuarla al contexto emprendedor, atendiendo a que el propio Bandura señaló que es importante considerar el contexto y la actividad específica a la cual se aplica la escala. El constructo desarrollado por Chen, Greene, y Crick (1998) denominado autoeficacia emprendedora (SEE) ha probado ser un buen predictor de la conducta emprendedora.

Si bien esta escala que adecúa la eficacia al contexto emprendedor ha logrado aceptación, aún se discute si los constructos que la componen son pertinentes, puesto que en muchos estudios no se ha logrado validarlos (Torres & Watson, 2013). Básicamente la discusión se ha centrado en si la autoeficacia emprendedora es un constructo que puede medirse de forma unidimensional o multidimensional. Si bien ambas propuestas se siguen discutiendo, la propuesta de una escala multidimensional es la que ha logrado mayor aceptación (Chen J. , 2013).

Drnovsck Wincent y Cardon (2010) utilizaron tres fuentes de dimensión. La primera fuente incluye el aspecto particular del emprendimiento, es decir, el contexto del dominio de un negocio ya sea start-up o un negocio en crecimiento,

ya que las expectativas de éxito son diferentes dependiendo si la persona desea comenzar un nuevo negocio o continuar creciendo uno existente. Investigaciones demostraron que los emprendedores que son exitosos durante las actividades relacionadas con el establecimiento de un negocio no necesariamente son exitosos con el crecimiento de dicho negocio.

La segunda fuente de dimensión se refiere al contenido de las percepciones de la autoeficacia emprendedora con relación a las tareas o los resultados establecidos. Este contenido incluye dos aspectos: las tareas y los resultados. El primer aspecto se refiere a que uno puede desarrollar exitosamente una acción en particular, y el segundo aspecto refiere a que una acción puede dirigirse a un determinado resultado. Finalmente, la tercera dimensión es el tipo de percepción de la autoeficacia emprendedora con relación al control de creencias positivas o creencias negativas.

Las creencias positivas son las relacionadas con la confianza que tienen las personas de sus capacidades para alcanzar el éxito y las creencias negativas se refieren a la confianza que tienen en sus capacidades para controlar los pensamientos negativos acerca del fracaso (Drnovsck et al, 2010).

Asimismo, los resultados de la investigación de Chen, Greene y Crick (1998) demostraron el potencial de la autoeficacia emprendedora como una distinción del emprendedor; entre las implicaciones se menciona que hay individuos quienes evitan las actividades empresariales no precisamente porque no tengan las habilidades necesarias, sino porque ellos no creen poder hacerlo. Lo anterior se da especialmente en los sectores de la población de mujeres o grupos minoritarios quienes no cuentan con tradiciones empresariales.

El estado actual de los cursos y programas del emprendimiento en la mayoría de las escuelas de administración no considera la autoeficacia; estos cursos se enfocan comúnmente en las habilidades gerenciales, no considerando las habilidades del emprendimiento como las actividades de innovación; asimismo, los cursos de habilidades del emprendimiento tienden a ser técnicos con insuficiente atención a los sistemas cognitivos y a las creencias de un emprendedor. Asimismo, la autoeficacia se puede fortalecer más en un ambiente colaborativo que en un ambiente adverso.

### **Teoría de Acción Razonada**

Ajzen (1985) refirió que la teoría de la acción razonada incluye en su forma simplificada la actitud hacia el acto, como antecedentes de las intenciones conductuales y como predictores indirectos de la conducta a través de las intenciones que constituyen su predictor inmediato. Ajzen (1985, 2002) afirmó que esta primera versión simplificada de su teoría de relación actitud-conducta puede representarse a través de una ecuación de regresión múltiple donde los dos predictores son la actitud hacia el acto y la creencia normativa o la norma subjetiva.

El criterio por su parte sería la intención conductual o intención de ejecutar la conducta específica y coeficientes estandarizados de regresión, cuyos factores pueden servir como estimaciones de los pesos específicos de los dos predictores. A su vez, señaló que si se da una alta correlación entre la intención conductual y la conducta manifiesta, los dos componentes predictores de la teoría deberían también predecir la conducta real, aunque esta predicción no siempre se da por diversas causas que analizan. Esta teoría también sugiere que otras variables, además de la creencia normativa y la actitud hacia el acto, tales como, hábitos,

características personales, etc., pueden influir en las intenciones conductuales y en consecuencia en la conducta manifiesta, aunque también indirectamente.

Además de esta teoría simplificada, Ajzen (1985, 2002) desarrolló la teoría de acción razonada que constituye una ampliación de la teoría simplificada, con el fin de conseguir al mismo tiempo el doble objetivo de predecir y comprender una conducta individual. Para alcanzar esta doble finalidad, Ajzen (1985, 2002) propuso dos etapas operacionales sucesivas: una centrada en la predicción de la conducta, que puede ser útil en muchas situaciones para tomar decisiones prácticas, y la otra en su comprensión. En la etapa de comprensión de su teoría de acción razonada pretendió explicar por qué las personas crean ciertas actitudes y normas subjetivas. Por ello, para dar respuesta a esta pregunta amplió su teoría incluyendo el principio de que tanto las actitudes como las normas subjetivas son una función de creencias conductuales, en el primer caso y de creencias normativas en segunda instancia. Así, el primer factor subyace a una actitud del sujeto hacia la conducta y el segundo factor considerado por Ajzen (1985, 2002) que incide sobre un comportamiento son las normas subjetivas, explicando la percepción de la presión social asumida.

Aunque la inclusión de estos dos nuevos componentes enriquece la teoría de la acción razonada, Ajzen no cerró dicha teoría y consideró que otras variables externas lo afectan refiriendo entre las que incluyen variables de personalidad y variables demográficas, cuyos aspectos pueden formar parte de un sistema ampliado dentro de su teoría, aunque dicho investigador aclaró que estas variables sólo afectan a la conducta manifiesta indirectamente a través de las variables predictoras y, en especial, a través de las creencias.

La síntesis de este sistema completo se propuso como la teoría de la acción razonada estipulada por los autores Fishbein y Ajzen (1975). El modelo señala que la intención de ejecutar un comportamiento determinado puede expresarse como una combinación lineal o una suma ponderada de las actitudes hacia dicho comportamiento y de las normas subjetivas impuestas por su círculo social. Finalmente, los autores proponen que las intenciones a su vez son las determinantes inmediatas de las correspondientes conductas o actitudes manifiestas.

Por otra parte, este nivel predictivo se explica fundamentalmente a través de las creencias conductuales y de las creencias normativas, que tienen efectos directos consistentes sobre las actitudes y las normas subjetivas relacionadas con dicha conducta. Las intenciones a su vez son las determinantes inmediatas de las correspondientes conductas manifiestas. Por otra parte, este nivel productivo se explica fundamentalmente a través de las creencias conductuales y de las creencias normativas, que tienen efectos directos consistentes sobre las actitudes y las normas subjetivas, y a través de variables externas cuyos efectos y relaciones dentro del sistema hay que establecer en cada caso.

Se puede concluir que la teoría completa de acción razonada propuesta por Fishbein y Ajzen (1975), constituye una alternativa a las investigaciones predominantes durante muchos años en las investigaciones sobre relaciones actitud-conducta. También se destaca el carácter abierto e integrativo de esta teoría y al mismo tiempo se deja constancia de los muchos problemas teóricos y metodológicos que todavía están pendientes de una solución.

## **Teoría de Comportamiento Planificado (TCP)**

La Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) es una derivación de la teoría de Acción Razonada en donde la intención es un proceso necesario para ejecutar una acción. La investigación en este tema señala que la intención explica de mejor forma la acción que otros factores como el factor psicológico o social. En este contexto, se entiende a la intención emprendedora como un estado mental del individuo a favor o no de la creación de una nueva empresa. Así también, se entiende como el compromiso que un individuo tiene para ejecutar un determinado comportamiento necesario para llevar a cabo una iniciativa emprendedora (Osorio & Londoño Roldan, 2015).

Según este supuesto, la intención es una variable predictora del comportamiento planificado, por lo tanto, en el contexto de las ciencias administrativas, la intención emprendedora es una variable de importante análisis, puesto que representa un factor predictor que explica el interés de los individuos de convertirse en empresarios (Osorio & Londoño Roldan, 2015).

Desde un punto de vista económico, se ha establecido una correlación positiva entre el crecimiento económico y el nivel y tipo de actividad emprendedora (GEM, 2016), lo cual sugiere que el nivel de intención emprendedora refleja el potencial económico en una región.

Para entender el proceso emprendedor, la intención emprendedora es abordada mediante el enfoque teórico de los modelos de intención, los cuales brindan un soporte teórico robusto para entender el proceso de emprendimiento. En este contexto, uno de los modelos de intención más explicativo desde la literatura es el modelo de Comportamiento Planificado de Ajzen (1987, 2002) (Osorio & Londoño, 2015).

En consecuencia y de acuerdo a la investigación empírica, cada factor de la teoría de comportamiento planificado afecta de manera significativa la intención emprendedora del individuo. Es por ello, que los resultados obtenidos de esta investigación sustentan la aplicabilidad de la teoría de comportamiento planificado para analizar el emprendimiento.

El aporte de la teoría de Comportamiento Planificado como un modelo para entender el comportamiento de los individuos ha sido de mucha utilidad en el análisis de la intención emprendedora en el marco de la investigación en emprendimiento (Osorio & Londoño, 2015). Según los supuestos teóricos, las acciones de un individuo se encuentran precedidas por decisiones conscientes que llevan a una persona a actuar de determinada manera. Así como también, postula que estas intenciones son el resultado de la personalidad y de las experiencias que moldean las actitudes de dicho individuo, es decir son el resultado de una norma subjetiva (Osorio & Londoño, 2015).

Según Ajzen existen tres factores que determinan la intención de un comportamiento. El primer factor corresponde a la actitud hacia el comportamiento, la cual se interpreta como el nivel de valoración, favorable o no respecto al comportamiento en análisis, en este caso se entiende como la valoración que una persona tiene para emprender. La actitud se la puede definir como la reacción de una persona sobre un objeto, acción o efecto a través de una dimensión afectiva, bipolar o evaluativa, teniendo como finalidad representar un sentimiento favorable o desfavorable de un individuo sobre un objeto estímulo (Osorio & Londoño, 2015). La actitud inmediatamente se adopta una vez que el individuo aprende las asociaciones de un objeto con otro, también se pueden definir a las actitudes como evaluaciones sobre un tributo, dado su lugar a las

creencias, es decir cuando se adquiere una creencia sobre un objeto, situación, inmediatamente se adquiere una actitud hacia el objeto evaluado, es decir son complementos de la acción (Ajzen, 2002).

El segundo elemento que aborda la teoría de comportamiento planificado es la norma subjetiva. La norma subjetiva es un razonamiento normativo que pone de manifiesto la presión social percibida por la persona que va a realizar la conducta hacia la ejecución o no de dicha conducta; es el resultado de la evaluación que se hace, sobre si los otros significativos quieren que se realice la conducta y de la motivación para complacerlos (Osorio & Londoño, 2015). Es decir, la norma subjetiva está determinada por dos componentes: por la percepción de que otras personas importantes para el sujeto aprueban, piensan, esperan y desean su conducta (creencias normativas); y por la motivación del propio sujeto para acomodarse a las expectativas o deseos de esas personas (motivación de ajustarse). Por ejemplo, si el joven percibe que sus amigos esperan o piensan que consuma drogas, su decisión tenderá a inclinarse hacia el consumo. En relación con esto, la creencia (acertada o equivocada) de que el consumo está ampliamente extendido y aceptado en sus grupos de referencia, ejercerá influencia sobre la intención de consumir o no drogas (Osorio & Londoño, 2015).

Los otros significativos son considerados como aquellas personas importantes para el sujeto, tales como el esposo, esposa, familia o amigos, en función de la población de estudio; también puede considerarse otros significativos como al mismo médico, enfermera y colegas. Para este estudio los otros significativos serán algún miembro de la familia (esposo/a, padres y hermanos), vecinos, amigos y compañeros.

Una creencia se define como una probabilidad subjetiva que nace de una relación existente entre la creencia y un objeto en común atributo o valor. Como ejemplos de atributos un individuo puede ser diligente honesto, audaz, como determinación se tiene que una creencia es el resultado de la unión de dos conjuntos definidos en el mundo, con la finalidad que el individuo pueda entender la relación de sí mismo con el medio ambiente (Ajzen, 2002). Como se definió con anterioridad, las creencias pueden ser descriptivas, inferenciales e informativas, a continuación, se detallan cada una de ellas:

Las creencias descriptivas son el resultado de un objeto obtenido a través de la observación como herramienta de análisis. Como ejemplos de esta variable se tiene a los colores que puede tener un determinado objeto como una casa, un auto; la interacción es un requisito que permite al individuo poder interactuar con dicho objeto, y dependiendo de su reacción en el medio se van formando creencias, que se mantienen inferenciales hasta que otro individuo afirma su veracidad, estas experiencias a su vez son catalogadas como no observables en ciertos casos (Osorio & Londoño, 2015).

La persona puede valerse directamente de experiencias relacionadas con el objeto de manera previa o si no logra obtener dicha experiencia puede utilizar una codificación lógica similar para lograr para comprender un poco más de la interacción (Ajzen, 2002). Luego de que el individuo experimenta una creencia descriptiva a través de la relación de una experiencia previa o toma datos del medio, si la misma no logra ser entendida, se mantiene en una creencia inferencial. Si el individuo no desea mantener en su entorno tipos de problemas difíciles de comprender o interactuar con un objeto en particular porque no encuentra una relación definida, puede tomar del medio experiencias

comprobadas por autores, las mismas que dan la garantía que han sido sujetas al medio, este tipo de proceso se conoce como creencias informativas, es decir no son propias del individuo pero las acepta, porque existe una experiencia previa de otros individuos que la comprueban a través de un estudio (Ajzen, 2002).

Ajzen (2002) propuso la teoría de la conducta planeada o comportamiento planificado, donde incorpora estos conceptos, estudia la conducta teniendo como base el supuesto de que los seres humanos son seres racionales que hacen uso sistemático de la información disponible. El tercer factor de la teoría de Comportamiento Planificado analiza la facilidad o dificultad percibida por los sujetos ante dicho comportamiento. Se interpreta como la pericia o habilidad que un individuo tiene para ejecutar una conducta determinada, lo cual está estrechamente vinculada con el concepto de autoeficacia (Osorio & Londoño, 2015).

Según la teoría, estos factores son perceptuales y permiten el entendimiento de un comportamiento determinado o también llamado objetivo conductual. Como se planteó, la teoría de comportamiento planificado y el modelo social del evento emprendedor presentan un alto nivel de compatibilidad mutua. Las coincidencias se miden en que la actitud del comportamiento comprende la noción de deseabilidad percibida contemplada en el modelo social del evento emprendedor. Por otro lado, las normas subjetivas coinciden con los factores de deseabilidad y factibilidad, la misma que coincide con la percepción de control sobre el comportamiento. Consecuentemente, ambos modelos teóricos hacen énfasis a los antecedentes motivacionales y su efecto en la intención para emprender (Osorio & Londoño, 2015).

Las evidencias sugieren que existe un grado de coincidencia entre las variables contempladas en la teoría de Comportamiento Planificado y otras teorías como la teoría de las competencias. Al respecto, McClelland (1973) indicó que desde el punto de vista de la psicología, las competencias se definen como las motivaciones y rasgos de personalidad, mientras que McClelland y Winter (1969) definieron las competencias como un cuerpo genérico de conocimiento, motivos, rasgos, autoimágenes y roles sociales relacionadas con un desempeño superior. En resumen, las motivaciones forman parte de las actitudes, los roles sociales son parte de las normas subjetivas, mientras que la autoimagen y las habilidades son un componente del control percibido (Osorio & Londoño, 2015).

Más aun, la Teoría del Comportamiento Planificado es un modelo muy efectivo para entender el proceso de creación de nuevas empresas, independientemente de las diferencias culturales, lo cual presta el marco cognitivo apropiado para evaluar los factores que influyen a los jóvenes profesionales hacia el emprendimiento (Osorio & Londoño, 2015).

Van Doorn, Jansen, Van den Bosch y Volberda (2013) postularon que las variables mencionadas como el género, la experiencia laboral, el rol de los modelos familiares y los rasgos de personalidad mejoran el entendimiento de la intención emprendedora (Osorio & Londoño, 2015). En otro contexto, Krueger (2000) indicó que, generalmente, el efecto de las variables demográficas y otras variables exógenas no se toma en cuenta en el análisis de la intención emprendedora, debido a que su efecto es indirecto. No obstante, otros investigadores señalan la necesidad de incorporar este tipo de variables para comprender mejor la intención emprendedora citado en (Osorio & Londoño, 2015).

La importancia del efecto de la exposición a actividades emprendedoras sobre la intención emprendedora se sustenta en los resultados de varios estudios, sin embargo, es aún escaso el uso del modelo de la teoría de comportamiento planificado con referencia a la relación de exposición de actividades emprendedoras y la intención emprendedora en jóvenes de la ciudad de Guayaquil. El modelo propuesto postula que las experiencias previas del individuo tienen una influencia indirecta en la intención de emprender, a través de las actitudes, las normas sociales y la controlabilidad percibida del sujeto.

En función de lo descrito anteriormente, un alto nivel de exposición al emprendimiento permitirá obtener un mejor referente de las actitudes de los jóvenes profesionales hacia la generación de nuevos emprendimientos (Krueger, 2000). Más aun, la teoría de efecto de exposición sugiere que la simple exposición reiterada de un sujeto a determinado estímulo, tendrá un efecto directo en su actitud (Parker, 2006). Considerando que las actitudes están sujetas a cambios, las actitudes emprendedoras pueden ser muy bien influenciadas por la exposición frecuente del sujeto a actividades de emprendimiento (Osorio & Londoño, 2015).

De acuerdo a la teoría de Comportamiento Planificado, las normas subjetivas evalúan la presión social percibida para ejecutar una acción emprendedora. De manera general, los jóvenes se encuentran en una etapa de moldear su carácter y preferencias, en donde la opinión de padres, familiares y amigos se torna muy importante. Esto se refleja al momento de elegir una carrera, por ejemplo, al igual que sucedería en la decisión de emprender. Las expectativas de los familiares y amigos pueden tener una influencia positiva o negativa en la intención del joven profesional, en este sentido, nuevamente la teoría del efecto de exposición constituye un marco teórico pertinente para comprender la relación de

la exposición y el efecto, al igual que la norma subjetiva en la teoría de comportamiento planificado (Osorio & Londoño, 2015).

El efecto de exposición ha sido abordado con mayor frecuencia para medir los efectos actitudinales, sin embargo, también existe evidencia que los efectos de exposición también se pueden medir en los aspectos afectivos, es decir que, dichos efectos pueden afectar las percepciones emocionales de las personas (Osorio & Londoño, 2015). Según la teoría, las preferencias conforman una de las fuentes fundamentales del cambio y estabilidad social y emocional del individuo (Parker, 2006).

Según la teoría, la exposición frecuente aun estímulo forma las preferencias de un sujeto (Parker, 2006). Respecto a la exposición previa, se encuentran también eventos que se caracterizan por una notable ausencia de consecuencias nocivas o adversas. Por lo tanto, la misma ausencia de una consecuencia adversa bien podría actuar como un estímulo no condicionado, constituyéndose en una señal de seguridad que está asociada al estímulo condicionado (Osorio & Londoño, 2015).

Luego de un estímulo repetido se forma una asociación del individuo al estímulo no condicionado, lo cual significa que el individuo no sufre ninguna consecuencia adversa, mandando señales de que el entorno actual es seguro. De esta forma, la experiencia reiterada en si misma es capaz de producir un estado afectivo positivo o negativo, por lo tanto cambiar, de esta forma, las percepciones del individuo (Osorio & Londoño, 2015).

La revisión de la literatura muestra que la exposición repetitiva puede en si misma mejorar las percepciones y que dicho efecto puede ser vinculado a estímulos pasados similares o semejantes a los que el individuo ya haya

experimentado. Según esto, si los jóvenes profesionales se exponen de manera frecuente a la realización de actividades emprendedoras, se esperaría que dicha exposición tenga un efecto favorable sobre la percepción de las acerca del emprendimiento (Osorio & Londoño, 2015).

A decir de la actividad emprendedora, la percepción de control de comportamiento se refiere a la percepción de la facilidad o dificultad que posee el individuo en llevar a cabo una acción emprendedora. De manera similar con la autoeficacia, la percepción de control hace referencia a los juicios o creencias de los individuos sobre su capacidad para organizar y seguir cursos de acción para obtener un resultado (Bandura, 1977). Aquella percepción de facilidad o dificultad, al igual que los juicios y creencias tienen un efecto sobre la capacidad de llevar a cabo una acción, los cuales son adquiridos gradualmente mediante el desarrollo de complejas habilidades cognitivas, sociales, lingüísticas o físicas, que son logradas a través de la experiencia (Osorio & Londoño, 2015).

De esta manera, la adquisición de habilidades a través de logros pasados mediante la exposición previa respalda la percepción de control sobre el comportamiento, lo cual contribuye a mayores aspiraciones de rendimiento futuro. La generación de autoeficacia o control percibido sobre el comportamiento también se ve influenciada por la evaluación individual de la disponibilidad de recursos y limitaciones personales que pueden tener un efecto sobre el rendimiento futuro (Ajzen, 1985). La forma más efectiva para lograr que las personas desarrollen un fuerte sentido de control percibido sobre determinado comportamiento es por medio de las experiencias repetidas de dominio o logros de desempeño, como se mencionó anteriormente. En este contexto, se espera que la exposición previa de los estudiantes en actividades de emprendimiento

incremente la percepción que tienen sobre su capacidad de ejecutar una acción emprendedora y mantenga su esfuerzo a pesar de los posibles resultados adversos.

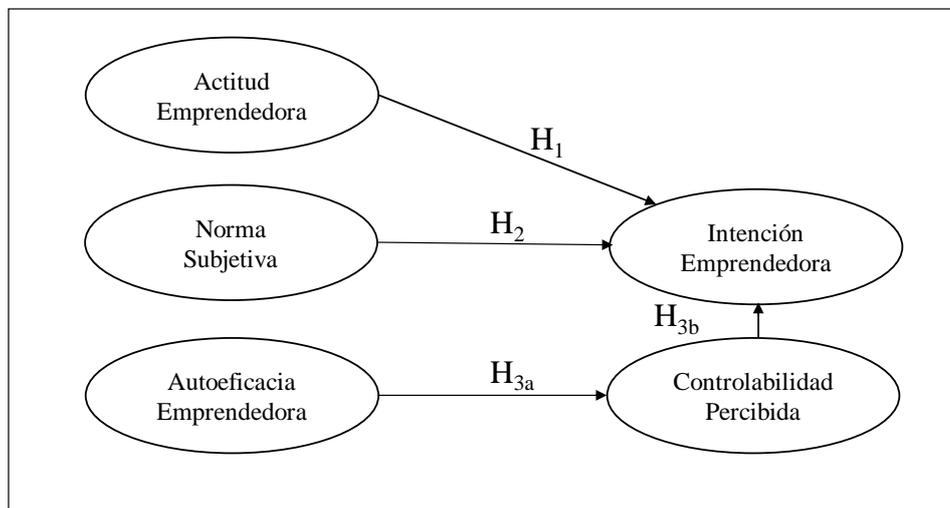
Hasta aquí se ha analizado el efecto de exposición sobre los determinantes de la intención emprendedora. La intención es un factor fundamental en la teoría del Comportamiento Planificado, y en ella se capturan los factores motivacionales que influyen en la conducta e indican en que medida el individuo está dispuesto a probar un comportamiento o la cantidad de esfuerzo que está dispuesto a realizar en determinada conducta, como es el caso de las intenciones emprendedoras de los jóvenes profesionales (Osorio & Londoño, 2015).

### **Conclusión del Marco Teórico**

De la revisión de la literatura se puede concluir que existe abundante sustento empírico que comprueba la relación de las variables propuestas en este estudio. La fundamentación teórica que propone el modelo de comportamiento planificado de Ajzen y la teoría mixta de control permite construir un modelo explicar los factores que influyen sobre la intención emprendedora y a su vez evaluar el rol mediador de la controlabilidad percibida entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora.

El modelo propuesto permite comprender los factores que influyen en la intención de emprender de profesionales de la ciudad de Guayaquil que se encuentran actualmente laborando con la idea de analizar qué factores los motivarían a que tengan la intención de emprender, comprendiendo el rol que ejerce la controlabilidad percibida en el modelo de intención propuesto por Ajzen (1991,2002) sugiriendo lo que investigadores refieren respecto a la necesidad de contribuir con mayores estudios que comprueben los efectos de este constructo (Jácome, 2018, Sieger & Monsen, 2015). El presente estudio integra el estudio del

efecto mediador de la controlabilidad percibida en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios con el objetivo de explicar con una mejor conceptualización el constructo denominado control percibido de comportamiento clásicamente representado por la autoeficacia emprendedora (Jácome, 2018). El presente trabajo de investigación toma como marco de referencia para el análisis de las variables de estudio denominadas: actitud emprendedora, norma subjetiva, autoeficacia emprendedora, controlabilidad percibida e intención emprendedora.



*Figura 1-* Modelo teórico propuesto. El modelo considera las variables adaptadas de las teorías de comportamiento planificado y la teoría mixta de control.

La actitud hacia la conducta emprendedora indica que el resultado de las creencias de una persona acerca de una conducta determinada es la manera cómo se evalúan dichas creencias u opiniones. Es decir que la actitud de un individuo puede estar en función a la conducta que tenga en una determinada situación, no específicamente a un objeto. Un ejemplo que muestra Ajzen sobre ello es que la fuerza o la debilidad de las convicciones religiosas de una persona puede ser fundamental en sus procesos de toma de decisiones respecto del comportamiento moral donde las normas morales pueden desempeñar un papel muy importante en las relaciones actitud – conducta (Fischer & Manstead, 2000). En este caso, este

constructo se entiende como la actitud que el joven profesional tiene hacia el emprendimiento. Las experiencias pasadas generan una actitud hacia el comportamiento de emprendimiento de los jóvenes.

La norma subjetiva es el resultado basado en la forma como el individuo percibe las situaciones en función a sus creencias o las de otros. Existen personas que directamente aportan una creencia, representando una guía acerca de la manera correcta de hacer una cosa, o la forma correcta de tomar una decisión. En ese sentido, la persona trata busca construir su propio criterio de acuerdo con situaciones similares, vividas por sus relativos más cercanos de su entorno (Ajzen, 2002). En este caso, esta variable se interpreta como el entorno que el joven profesional tiene y que podría promover el emprendimiento. Esto permitiría inferir si el joven proviene de una familia de emprendedores o si estudia en una escuela de negocios, debería existir una presión social por parte su entorno para emprender.

En cuanto a la autoeficacia emprendedora, dentro del campo se ha descubierto que la autoeficacia presenta relaciones significativas con el rendimiento laboral (Stajkovic & Luthans, 1998), lo que nos lleva a resaltar la importancia que tienen las creencias del propio emprendedor sobre sus capacidades como predictor del éxito en la creación de nueva empresa (Chen, Green & Crack, 1998; Krueger & Dickson, 1994). La escala más utilizada para medir la autoeficacia emprendedora ha sido la desarrollada por De Noble, Jung y Ehrlich (1999) denominada Entrepreneurial Self-Efficacy, ESE-, por sus siglas en inglés; existiendo una versión adaptada y validada en castellano por Moriano, Palací y Morales (2006), citados en (Salvador & Morales, 2009).

Respecto a la controlabilidad percibida, este factor está ligado a una serie de factores internos y externos percibidos por el individuo analizando el grado de control que el individuo tiene sobre dichos factores. Es decir, la percepción que tiene el individuo que él tiene un grado de control sobre los resultados derivados del emprendimiento. Desde este punto, el grado de control percibido en una persona determinará si es capaz de realizar una compra por sí mismo a pesar de requerirlo (Akers, 2013). En este caso, esta variable se traduce como la capacidad que el joven profesional tiene sobre el emprendimiento que pretende ejercer.

Este estudio contempla la variable controlabilidad percibida que es parte de la teoría mixta de control, la cual considera de forma conjunta, tanto la evaluación de la percepción del individuo en cuanto al hecho de sentirse capaz de establecer su propio negocio, al mismo tiempo que medir el grado de control que percibe sobre los resultados que esperar obtener, tomando en cuenta los riesgos inherentes a la actividad empresarial (Jácome, 2018). La intención conductual es una declaración interna para actuar, es decir que el subconsciente de la persona directamente indica las pautas que debe seguir para actuar frente a una situación.

## Capítulo II: Marco Referencial

A continuación, en el presente capítulo se aborda la revisión de la literatura que permite justificar el marco referencial del presente estudio. Así, estudios recientes tuvieron como objetivo determinar el grado de influencia que ejercen los factores de la teoría de comportamiento planificado en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, considerando la mediación de la controlabilidad percibida. Como resultados se obtuvo que la controlabilidad ejerce un rol de mediación en la relación entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora (Jácome, 2018; Monsen & Urbig, 2009). De igual forma, Jácome (2018) reportó que no existen diferencias en la capacidad explicativa del modelo en función del género y la formación emprendedora. Dichos resultados fueron obtenidos al evaluar a una muestra de 669 estudiantes universitarios de nivel de pregrado. que también, permitieron inferir que es necesario evaluar el rol que ejercen otros grupos de referencia tales como, maestros u otras personas influyentes en el medio, quienes representan casos exitosos de emprendimiento para los estudiantes universitarios y realizar investigaciones referentes al estudio de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios utilizando el modelo propuesto en la presente investigación, comparando los resultados con las realidades de otros países.

Barreto, Zuñiga y Ruiz (2016) en su estudio de los determinantes de la intención emprendedora realizado en Chile, lograron mostrar que el grado de aversión al riesgo de los estudiantes afecta significativamente, de manera positiva y directa a la intención emprendedora. Además, los resultados sugirieron que la principal característica distintiva de los estudiantes emprendedores es su grado de aversión personal a actuar en oportunidades de negocio en condiciones de

incertidumbre. De esa forma alcanzaron el objetivo de analizar las determinantes de la intención emprendedora en estudiantes de una escuela de negocios universitaria chilena. Por otro lado, dicho estudio reportó que es necesario sugerir que en futuras investigaciones se analice la variable de esfuerzo Educativo.

El estudio denominado *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de Administración y Gestión de la Universidad Politécnica del Estado de Morelos* realizada por Ménez (2016), planteó como objetivo obtener y conocer las acciones encaminadas a medir el impacto del emprendimiento empresarial de los estudiantes de la carrera de Administración y Gestión de la Universidad Politécnica del Estado de Morelos. En ese estudio se aplicó encuestas y cuestionarios a una muestra de 190 estudiantes en México. Se logró comprobar que la red de contactos empresariales tiene una relación significativa con la decisión del universitario de fundar su propia empresa. Es decir, quedó demostrado que, cuando un alumno conoce personalmente a un emprendedor, sea familiar o no, eso influye en su posible decisión de crear una empresa; y que en general, los universitarios encuestados se ven a sí mismos bastante capacitados para desarrollar aquellas habilidades necesarias para la puesta en marcha y mantenimiento de su propia empresa. Finalmente, Ménez recomendó ampliar este estudio al resto de las carreras para de este modo, poder realizar comparaciones entre las diferentes carreras ofertadas por dicha universidad.

Durán y Arias (2015) realizaron un trabajo investigativo con el fin de analizar la existencia o ausencia de relación entre la intención emprendedora y un conjunto de variables cognitivas (autoeficacia emprendedora, actitud emprendedora y estilo emocional) y variables socio personales (género,

experiencia laboral, trabajar actualmente, poseer una empresa familiar, vivir con padres o no) en estudiantes universitarios. Para el propósito aplicaron un cuadernillo de preguntas a estudiantes universitarios venezolanos. Dicha investigación usó una técnica estadística potente y multicausal como lo es la regresión logística. Como resultado se obtuvo que una alta autoeficacia para el liderazgo de recursos claves y un bajo estilo emocional, contribuyen con la intención de emprender y que se debe hacer énfasis en la formación de futuros profesionales universitarios orientados a emprender, dando mayor relevancia a aspectos psicológicos del individuo en vez de la visión estrictamente económica y gerencial presente en los planes de formación para emprendedores de la actualidad.

Palupi e Ichiwatus (2014) propusieron un estudio DE los factores que influyen en la intención de emprender por parte de jóvenes profesionales en edades comprendidas entre 24 y 29 años que forman parte de un programa de cuarto nivel en Indonesia. Utilizando encuestas se levantó información en una muestra de 165 participantes, el cuestionario estuvo estructurado de modo que los enunciados tengan como base los factores de la teoría de comportamiento planificado (Ajzen, 1987). El estudio presentó resultados que indicaron que la actitud hacia el emprendimiento y el control percibido del comportamiento estimulan la intención de emprender. Al mismo tiempo recomendó que las instituciones educativas deben buscar mecanismos que permitan a los estudiantes ser capaces de emprender y convertirse en empresarios desde que se encuentran en la etapa universitaria.

Moreno (2013) realizó un estudio titulado *análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitario*, en el cual

se propuso identificar los factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios de licenciatura y grado de administración y dirección de empresas. Para el efecto, realizó cuestionarios que aplicó en una muestra de 331 alumnos de la Universidad de Alcalá en España. Los resultados de la investigación permitieron sugerir que los docentes deben fortalecer las actividades emprendedoras como una de las mejoras alternativas dentro del ámbito social.

Wan Che y Wan Hua (2013) estudiaron que la intención emprendedora de mujeres en edades comprendidas entre 26 y 35 años para operar una microempresa en Taiwán. El instrumento de medición fue un cuestionario cuyos enunciados tomaron como referencia las definiciones de los factores de la teoría de comportamiento planificado (Ajzen, 1987). Con el uso de estadísticas descriptivas y modelos de ecuaciones estructurales se logró analizar los datos levantados, los cuales indicaron que la actitud y control percibido influyen en la intención de emprendimiento.

En Cali, Colombia, Osorio y Landoño (2015) desarrollaron un estudio que tuvo como primer objetivo poner a prueba la suficiencia de la teoría de comportamiento planificado de Ajzen (1991) para de esta manera predecir la intención emprendedora de los estudiantes de establecimientos educativos. Y como segundo objetivo, evaluar cómo el efecto de exposición afecta los determinantes de la intención emprendedora en estudiantes de nivel de educación media. Por ello, aplicaron el modelo de intención basado en la teoría del comportamiento planificado a través del modelo con cuadrados mínimos parciales realizado en una muestra de 643 estudiantes de los cuales 260 fueron hombres y 383 fueron mujeres.

El estudio reportó que la intención está determinada por la percepción de la conveniencia de desarrollar una carrera empresarial, dicha percepción de conveniencia no viene dada por las normas subjetivas. Además, se obtuvo que los aspectos actitudinales son propios de la etapa de vida en la que están estos estudiantes son el resultado de la búsqueda de independencia y el desarrollo personal. Finalmente, es importante considerar que la intención emprendedora también está determinada por la confiabilidad que tienen los estudiantes en su capacidad de emprender nuevas acciones, toda vez que la percepción de control de comportamiento ayuda a los estudiantes a determinar actividades y entornos (Osorio & Londoño, 2015).

En el estudio titulado *Un análisis económico de los factores determinantes del espíritu empresarial: el caso de las empresas informales Masvingo* realizado por Chidoko (2013) en Zimbabwe, África, se descubrió mediante encuestas aplicadas a una muestra de cien negocios informales, que el nivel de educación, el género, la edad, el estado civil, el número de dependientes, el tipo de materias estudiadas en la escuela secundaria y la formación profesional son principales determinantes que influyen en el tipo de negocio al que el emprendedor se aventura. El investigador mencionó además que, la mayoría de los emprendimientos cierran la brecha de productos que pueden no encontrarse en el mercado formal. En virtud de lo anterior, los micro emprendedores pueden ofrecer productos exclusivos y personalizados, representando una oportunidad de superación y de negocios.

Finalmente, el estudio recomendó realizar estudios a futuro acerca de cuáles son los entrenamientos y capacitaciones formales adecuadas para los participantes, para que las empresas continúen existiendo ya que llenan la brecha

que queda vacante por la mayoría de las empresas formales (Osorio & Londoño, 2015).

Argón y Baixauli (2013) realizaron un estudio titulado: *Intención Emprendedora de los estudiantes de Bachillerato y Ciclos Formativos en la Región de Murcia*. El principal objetivo de este estudio fue realizar un análisis comparado entre estudiantes de bachillerato y de ciclos formativos con el fin de conocer los factores que explican la intención de emprender que cada uno de ellos muestra, así como indagar el efecto en la intención emprendedora en base a la formación que reciben. Así, el estudio antes citado utilizó un cuestionario que incluyó una serie de preguntas de índole cuantitativas y cualitativas donde se evaluó a una muestra de 884 estudiantes de Murcia, España, de los cuales 527 fueron de segundo de bachillerato y 357 de ciclos formativos (Aragón & Baixauli, 2014).

Con ello, los investigadores lograron inferir que la intención emprendedora esta mayormente condicionada a la capacidad de recursos de la empresa y de los individuos. En este contexto, a pesar de que, todos los estudiantes tienen un nivel de conocimientos equilibrado, su estatus socioeconómico tiene un gran impacto en determinados recursos y la percepción de las dificultades para emprender son diferentes.

Kautonen, van Gelderen, y Fink (2015) realizaron un estudio para medir la relevancia y robustez de la teoría de Comportamiento Planificado en la predicción de las intenciones de comenzar un negocio nuevo y el comportamiento subsecuente basado en un análisis longitudinal entre el periodo 2011 – 2012 en una muestra de población adulta de Austria y Finlandia. Los autores lograron identificar en su estudio dos debilidades: La primera hace referencia al limitado

alcance de las muestras utilizadas en estudios previos y la escasez de estudios que midan la transición entre la intención emprendedora y la acción emprendedora.

Los resultados del análisis empírico muestran que todas las hipótesis planteadas muestran una relación positiva y significativa, como era esperado. La actitud, las normas subjetivas y el control percibido en su conjunto tienen un 59% de efecto en la intención, lo cual es superior al 30% - 45% encontrados en estudios previos. Una de las mayores contribuciones de este estudio, a decir de los autores, es que permite mostrar que una teoría que ha sido aplicada en numerosos estudios sobre la intención emprendedora con supuestos implícitos realizados alrededor de su relevancia para predecir acciones subsecuentes aun muestra validez en la actualidad. Más aun, la robustez del modelo fue evaluada ante un rango de variables moderadoras que no afectaron la intención y actitud emprendedora independientemente de la edad, género, experiencia y nivel de educación.

Según los investigadores Rueda, Sampedro y Herrero (2013), en su estudio denominado *Aplicación de la teoría en la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario*, el cual fue realizado en Cantabria en España, tuvo el objetivo de analizar el efecto de las ventajas e inconvenientes percibidos en el emprendimiento sobre la intención de crear un negocio propio. Dicho estudio se llevó a cabo a través de la metodología cuantitativa, en la cual la muestra estuvo compuesta por 274 estudiantes de la facultad de ciencias económicas y empresariales de la universidad de Cantabria, en donde se aplicó la combinación de dos métodos no probabilísticos: por cuotas y de conveniencia (Rueda Sampedro, Fernández-Laviada, & Herrero Crespo, 2013).

Los resultados obtenidos de dicha investigación reportaron que la influencia social de carácter normativo afecta a la intención de emprender de los estudiantes, pero de forma indirecta a través de su efecto en las creencias y de forma directa en las actitudes hacia el emprendimiento. Con los resultados obtenidos en la investigación, se recomendó plantear relevantes implicaciones de gestión, especialmente para el diseño de estrategias y políticas dirigidas a fomentar el emprendimiento entre los estudiantes universitarios. Así, con base en los hallazgos reportados se pudo conocer que a medida que los estudiantes perciban que su entorno social aprueba el comportamiento emprendedor su tendencia a desarrollar dicho comportamiento se reforzará y sus creencias sobre ese comportamiento emprendedor se verán modificadas positivamente (Rueda Sampedro, Fernández-Laviada, & Herrero Crespo, 2013).

Manjit, Shaufique y Shaoaib (2011) realizaron un estudio a profesionales respecto a su intención por emprender, el principal objetivo fue identificar la relación que existe entre las barreras para emprender y la intención de emprendimiento. El levantamiento de datos se realizó en una muestra de 267 profesionales de Malasia. Entre los enunciados se evaluó como interactuaban los factores de aversión al riesgo, miedo a fallar, carencia de recursos, carencia de redes empresariales, aversión al estrés y el trabajo pesado; sobre la intención de emprender. Entre los principales resultados se identificó que la aversión al riesgo y la falta de contactos empresariales constituyen las principales barreras que limitan la intención de emprender de parte de jóvenes profesionales.

Mora (2011) realizó un estudio en la ciudad de Bogotá, en el cual se propuso determinar algunas actitudes que han influenciado el emprendimiento en egresados de la universidad Jorge Tadeo Lozano (UJTL) con sede Bogotá a través

de la formación. Para ello, se aplicó virtualmente el instrumento EAO, (cuyas siglas significan escala de orientación de la actitud empresarial) que estudia los aspectos cognitivos, emocional y comportamental a 121 egresados. Los hallazgos permitieron concluir que hombres y mujeres actúan de acuerdo con las oportunidades cambiantes que se le presentan y no a actitudes estables que diferencian a un emprendedor de otro. Finalmente, el investigador recomienda que el miedo al riesgo de los emprendedores se debe trabajar muy fuertemente en diferentes opciones de financiación de la empresa, aumentar la rentabilidad de las unidades de negocio e incentivar en los individuos la generación de un plan de mercadeo estructurado a las necesidades de los clientes.

Olawale Olufunso (2010) investigaron la intención emprendedora de jóvenes profesionales graduados de universidades de Sudáfrica junto con las motivaciones y obstáculos que influyen en esta intención. En la encuesta participaron 701 personas y las técnicas de análisis de datos fueron estadísticas descriptivas y T- Test. Los resultados indicaron que la intención emprendedora es muy débil en la muestra de sudafricanos. Además, se identificó que los conductores del emprendimiento son empleo, autonomía, creatividad, economía y capital. Mientras que los principales factores que constituyen las barreras para emprender son falta de capital, habilidades, apoyo, riesgo, situación económica y tasas de índices criminales.

Engle & al. (2010) realizaron un estudio con el propósito de evaluar la habilidad Teoría de Comportamiento Planificado para predecir la intención emprendedora en 12 países que representan 10 de los conglomerados regionales identificados en el proyecto GLOBE. En su estudio, los autores construyeron un cuestionario e incluyeron una nueva medida para la autonomía emprendedora. Un

total de 1748 cuestionarios fueron enviados a estudiantes de negocios. Los resultados sugieren que el modelo de Comportamiento Planificado de Ajzen, predice exitosamente la intención de emprender en cada uno de los países analizados, aunque como se esperaba, el modelo difiere en la contribución de cada factor según el país, lo cual se refleja en el porcentaje de la varianza explicada del modelo.

Ventura y Quero (2010), en su estudio titulado *Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer y aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género*, aplicaron una encuesta a mil 222 estudiantes de 12 titulaciones diferentes de Málaga, España, dentro de los cuales 449 eran hombres y 773 eran mujeres, para determinar los factores que explican la menor intencionalidad en la población femenina para involucrarse en procesos de creación de empresas. Por lo que se obtuvo que la intención de emprender como factor explicativo del futuro comportamiento emprendedor se encuentra influenciada por la situación futura o escenario previsible que suceda y que afecte a la mayoría de los estudiantes. Por otro lado, los investigadores consideraron pertinente que en próximos trabajos se deba elaborar un modelo de intenciones propio para que de esta manera los estudiantes lo incorporen un conjunto adicional de variables que ayuden a explicar la causa de por qué la valoración del resultado de emprender actúa como factor inhibitor (Ventura & Quero, 2013).

Monsen y Boss (2009) apoyaron el hecho de que se incorpore en el modelo de comportamiento planificado la variable denominada controlabilidad percibida. Así, los investigadores hacen relevancia a la necesidad de evaluar la interacción independiente de la autoeficacia emprendedora y la controlabilidad percibida considerando el efecto de mediación que podría ejercer la variable

controlabilidad percibida dentro de la evaluación de la iniciativa empresarial. El estudio propuesto por Monsen y Boss (2009), surgió del hecho de que se realicen más investigaciones que generen una comprensión de la interacción de la variable denominada controlabilidad percibida integrando el resto de los factores que explican el comportamiento emprendedor a partir del enfoque teórico propuesto por Ajzen (2002) (Monsen & Boss, 2009).

Wu y Wu (2008) en su estudio titulado *El impacto de la educación superior e intenciones comerciales de estudiantes universitarios en China* se planteó como objetivo investigar la relación entre la universidad china con sus antecedentes educativos superiores de los estudiantes y sus intenciones empresariales. Por ello, los investigadores aplicaron cuestionarios a una muestra de 180 estudiantes, a través del cual se llevó a cabo la aplicación de teoría de comportamiento planificado o teoría de acción planeada utilizando modelos de ecuaciones estructurales, donde los principales resultados sugieren que la diversidad de fondo ofrece explicaciones plausibles sobre la diferencia de intenciones empresariales de los estudiantes universitarios. Además, Wu y Wu (2008) recomendaron para futuras investigaciones que las instituciones de educación superior deberían desarrollar un estudio para aplicar enfoques más flexibles con el fin de centrarse en diferentes grupos de estudiantes de acuerdo con sus diversos antecedentes educativos.

Bhandari y Narendra (2006) realizaron una investigación con el objetivo de estudiar la intención de un grupo de estudiantes universitarios que una vez completada su educación universitaria decidieron si comenzar sus propios negocios (convertirse en empresarios) o trabajar para otra persona. Para el efecto, los investigadores utilizaron de cuestionario estructurado. Los resultados de su

trabajo indicaron que existe una relación estadística entre seis factores: liderazgo, mi propio jefe, innovación, determinación, personal desafío y la educación no empresarial. Este estudio mostró que el factor suerte tiene una relación estadística con las intenciones de los estudiantes de comenzar un negocio. Por otro lado, la variable suerte no surgió como una variable de importancia, sin embargo, se debe incluir esta variable en futuros estudios (Bhandari, 2006).

Aponte, Urbano y Veciana (2006) desarrollaron un artículo denominado *Las actitudes de los estudiantes universitarios hacia emprendimiento: una comparación de dos países*, el cual fue llevado a cabo en Puerto Rico y Cataluña. La herramienta metodológica utilizada fue encuestas con una muestra de 837 en Cataluña y 435 estudiantes en Puerto Rico. De los resultados obtenidos de las encuestas, dicho estudio reveló que los estudiantes universitarios tanto en Puerto Rico como en Cataluña tienen una percepción positiva de la conveniencia de una nueva empresa. La mayoría de los estudiantes (92.2% en Puerto Rico y 74.0% en Cataluña) respondieron que consideran deseable crear una nueva empresa. Una vez dicho esto, podemos decir que los resultados revelan una imagen positiva para el emprendedor. Ambas muestras tienen una percepción favorable de deseabilidad de la creación de una nueva empresa, aunque la percepción de la viabilidad es, por mucho, no tan positiva y solo un pequeño porcentaje tiene la firme intención de crear una nueva empresa. Sin embargo, los investigadores destacaron que es necesario indagar para futuros estudios acerca de cómo el contexto institucional afecta el desempeño de las economías, particularmente a través de la influencia sobre el comportamiento del empresario y, por lo tanto, se debe explorar y analizar más de cerca para conocer la razón por la cual el 7,8% en Puerto Rico y

el 26% en Cataluña decidió por no emprender un negocio (Aponte, Urbano, & Veciana, 2006).

Kuratko (2007) efectuaron una investigación a un conglomerado de estudiantes universitarios cuyo punto de inicio fue la discusión del efecto de moderación de las percepciones de control de los resultados. Este análisis evidenció que la controlabilidad percibida también conocida como locus de control modera el impacto de las creencias de la eficacia externa que percibe el individuo. Con relación a lo expuesto anteriormente, los investigadores apoyaron la importancia que radica en el hecho de incorporar el efecto de las relaciones resultantes entre las creencias de eficacia externa y las creencias de control, citado en (Ventura & Quero, 2013).

En ese contexto, se recomendó considerar la variable controlabilidad percibida en el estudio de las intenciones para explicar el hecho de por qué los individuos con optimismo lideran de forma diferente las acciones adversas o el riesgo que se les presenta, en comparación con aquellos individuos quienes no poseen esta característica en particular (Kuratko, 2007). Por otro lado, se efectuó un análisis que se basó en la teoría del comportamiento planificado con la finalidad de explicar las razones que conduce a que los individuos opten por ser empresarios (Ajzen, 2002).

Los resultados del análisis evidenciaron que cada uno de los elementos que propone la teoría del comportamiento planificado sobre el modelo que explicó las intenciones de elegir por una determinada carrera, reportándose el efecto de moderación que ejerció la controlabilidad percibida en el modelo utilizado para explicar el fenómeno de la iniciativa empresarial en los profesionales de la ciudad de Guayaquil.

Segal, Borgia y Schoenfeld (2005) estudiaron las motivaciones explorando las comunalidades entre las teorías existentes y presenta un nuevo modelo para la motivación emprendedora. En el estudio exploratorio, se evalúa la habilidad de tolerancia al riesgo, la factibilidad percibida y la red percibida del deseo para predecir las intenciones de auto emprendimiento en una muestra 114 estudiantes de negocio de pregrado en la Gulf Coast University en Florida. Los resultados indican que la tolerancia al riesgo, la factibilidad percibida y la red de deseo predicen significativamente las intenciones de auto empleo, con un  $R^2$  ajustado de 0.528. Debido a que la muestra consistió completamente en estudiantes de negocios, los resultados pueden no ser generalizables a toda la población de estudiantes. En esta investigación no se evaluó el rol de las motivaciones negativas, lo cual fue planteado como sugerencia por los autores. Finalmente, los autores postulan los resultados como fuente de referencia para educadores, oficiales de gobierno y otros interesados en estimular el emprendimiento.

Rueger, Reilly y Carsrud (2000), en el artículo denominado *Modelos competentes de intenciones emprendedoras*, con el objetivo de comparar la capacidad predictiva de dos modelos de intenciones tanto la teoría del comportamiento planificado de Azjen en 1991 y el modelo de Shapero del evento emprendedor en 1982, encontraron que el modelo de Shapero parece ligeramente superior para evaluar las intenciones empresariales. Sin embargo, la teoría del plan el comportamiento parece igualmente útil. Ambos de estos dos modelos basados en la intención ofrecen a los investigadores una herramienta valiosa para comprender el proceso de la aparición organizacional. Dichos resultados se obtuvieron mediante una encuesta aplicada a una muestra estaba compuesta por 97 estudiantes universitarios de negocios (40 mujeres) que actualmente enfrentan

decisiones importantes de carrera. La muestra proporciona a los sujetos amplios rangos de experiencias, intenciones y actitudes hacia el espíritu empresarial y las disposiciones.

### **Conclusión del Marco Referencial**

La revisión de la literatura permitió identificar que el estudio de los factores que inciden en el emprendimiento es un tema muy relevante, debido al impacto que tiene en la economía. Al igual que en esta investigación, los jóvenes profesionales han sido abordados como unidad de estudio en varias investigaciones a nivel mundial. Sin embargo, el tema aún tiene brechas en las contribuciones realizadas en Ecuador. Por otro lado, las cifras levantadas en referencia a la población de estudio permitieron determinar que Ecuador tiene una alta tasa de emprendimiento en comparación con los demás países de América del Sur, esto evidencia la significancia del presente trabajo para analizar los factores que inciden sobre la intención de emprender desde la perspectiva de Ecuador.

### **Capítulo III: Metodología y Resultados**

El presente capítulo aborda la metodología como se llevó a cabo el presente estudio, destacando el diseño de la investigación, tipo, fuentes de información. De igual forma, se presenta una discusión de los resultados obtenidos luego de la utilización de técnicas de análisis multivariable que permitieron responder los objetivos de la investigación propuestos.

#### **Diseño de la investigación**

El diseño de investigación determina la clase de estudio que se realiza, es decir, el contexto donde se va a enmarcar la problemática. En el diseño de investigación no experimental no se manipulan las variables de investigación, ni a los sujetos investigados, sino que sólo se observa el comportamiento de las variables en su estado natural para luego analizarlas (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2013). Por otro lado, el horizonte de tiempo trabajado de la investigación transversal o transeccional realiza una recolección de datos en un tiempo determinado, es decir que no se estudia la evolución del comportamiento de las variables a lo largo del tiempo (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2013).

En la presente investigación el diseño es no experimental porque utiliza como método de estudio la encuesta, la misma que levantará datos de la población de estudio sin manipular ni a los sujetos, ni a las variables investigadas. El objetivo del presente estudio se circunscribió en evaluar el grado de incidencia que ejercen las variables de estudio. Por tanto, en este diseño no experimental se recopiló detalladamente los diversos aspectos de la actitud emprendedora para formular las preguntas mediante una encuesta estructurada.

### **Tipo de Investigación**

La presente investigación tiene un diseño no experimental y de corte transversal. Se dice que es no experimental, debido a que no existió manipulación de las variables investigadas y es de corte transversal, por lo que se evaluó el fenómeno de estudio en un solo momento en el tiempo. En su etapa descriptiva se buscó describir o medir las variables o factores que intervienen en el estudio, y en su etapa explicativa se midió el grado de asociación entre las variables explicadas (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2013).

En este tipo de investigación se busca contrastar las hipótesis planteadas inicialmente. Se busca identificar grupos de estudio para compararlos con las distintas variables a estudiar, haciendo relevancia a la investigación explicativa, es decir busca explicar la relación que existe en las diversas variables que se han encontrado en el estudio investigativo. Hay que hacer relevancia que en este tipo de investigación se realiza una comparación de variables entre grupos de estudio y de control, es decir, se realizan comparaciones con estudios previos, con temas abordados en otro contexto y en otro tiempo, con el fin de evaluar y comparar las variables que se han expuesto y poder contrastar la hipótesis que se pretende comprobar (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2013).

### **Alcance de la investigación**

La investigación posee un alcance descriptiva y explicativa. Es descriptiva porque analizan el perfil de los emprendedores de la ciudad de Guayaquil, en este caso de estudio los profesionales de la urbe, la situación actual de los emprendimientos, la colocación de créditos y las ayudas que reciben para emprender un proyecto. Es explicativa porque busca responder las causas que

explican la intención emprendedora y es correlacional debido al análisis de las variables existentes.

### **Alcance descriptivo de la Investigación.**

La investigación se circunscribe a un estudio descriptivo, la recolección de datos sobre la base de una teoría ha permitido describir un grupo diferente de estudio, es decir, este tipo de investigación busca medir situaciones y eventos que se han presentado en una muestra de profesionales de la ciudad de Guayaquil quienes fueron evaluados. El alcance de esta etapa de la investigación es medir estas variables para caracterizarlas en su contexto (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2013). La investigación descriptiva consiste en “buscar especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades...o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, p. 80). En esta investigación, el alcance descriptivo se cubre al momento de describir cada variable según los resultados de la encuesta.

Este tipo de investigación busca medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno estudiado, es decir, busca el hecho de cuantificar la cantidad de emprendimientos que han existido, en ese contexto, describir es medir las variables implícitas en el estudio, así como también cada uno de los factores que atañen la problemática a investigar (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2013).

### **Alcance explicativo de la investigación.**

Existe una relación directa entre la variable independiente determinada por la autoeficacia emprendedora y la variable dependiente dada por la intención emprendedora. Comprendiendo el rol mediador que ejerce la controlabilidad

percibida en el modelo de intención propuesto por Ajzen (2002) se analizarán los factores que motivarían a que los profesionales que se encuentran laborando actualmente a que tengan la intención de emprender.

En las variables a estudiar en la investigación, existirá un alto grado de relación, puesto que se necesita una mejor actitud emprendedora para que exista una intención de hacerlo para obtener resultados óptimos en la investigación, entre ellos: el tiempo que dedican los profesionales a un emprendimiento, nivel de satisfacción del profesional, confianza, entre otros. Esta relación se estima favorable para que los profesionales que se encuentran laborando actualmente puedan obtener una estabilidad en sus emprendimientos en el largo plazo, con indicadores óptimos de desempeño.

### **Enfoque de investigación**

El enfoque de la investigación es cuantitativo analizando las diferentes teorías de la intención emprendedora. El estudio analiza el comportamiento y la actitud de los emprendedores de la ciudad de Guayaquil, identificado en el estudio como profesionales que se encuentran laborando, se tabularon los resultados obtenidos, se formularon hallazgos con base en los resultados del análisis estadístico realizado mediante los métodos de ecuaciones estructurales (*Path Modeling*) (Leyva-Cordero & Olague, 2014).

Para la ejecución del presente trabajo se tomaron en cuenta fuentes primarias y secundarias. Las fuentes de información secundaria consideradas corresponden principalmente al Instituto de Estadísticas y Censos e infografía del Banco Central y la Secretaría Nacional de Planificación (SENPLADES). En cuanto a la información primaria recabada, corresponde a una muestra de jóvenes emprendedores profesionales de la ciudad de Guayaquil.

## **Investigación Cuantitativa.**

La investigación cuantitativa se refiere a la investigación empírica sistemática de los fenómenos sociales a través de técnicas estadísticas, matemáticas o informáticas. Lo que busca es tabular los datos obtenidos en el desarrollo de la investigación. El objetivo de la investigación cuantitativa es desarrollar y emplear modelos matemáticos, teóricos e hipótesis relativas a los fenómenos (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2013).

Es el procedimiento de decisión que pretende decir magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de las estadísticas. Para que exista este tipo de investigación, se requiere que se tenga conocimiento del problema de estudio. Es necesario tener claridad para definir los elementos de investigación que conforman el problema, limitarlos y saber exactamente dónde se inicia el problema, a qué dirección está encaminada, y cuál es su tendencia.

En conclusión, el enfoque de esta investigación posee datos numéricos que serán interpretados de una manera analítica y sintética, con el uso del software estadístico SPSS, enfocándose el escenario actual de los emprendimientos, de esta manera se podrá diseñar un modelo que ayude a garantizar un mejor desempeño de los proyectos. En base a la argumentación y contraste con rigor científico se ha analizado la correlación existente entre las variables, así como a través del estudio metodológico para el análisis de las dos variables.

## **Metodología**

La pregunta de investigación inicial fue ¿existe influencia de los factores propuestos en la teoría de comportamiento planificado (Ajzen, 2002) y la teoría mixta de control (Monsen y Boss, 2009) en las intenciones emprendedoras de los jóvenes profesionales? Gracias al instrumento de medición se pudo obtener los

resultados de la intención emprendedora y su relación con la actitud emprendedora, la norma subjetiva, la autoeficacia emprendedora y la controlabilidad percibida. Los datos del presente estudio fueron recolectados a través de una encuesta que realizada a una muestra de profesionales de la ciudad de Guayaquil. A partir de los datos se pudo analizar todas las variables inmersas en el estudio, y el grado de asociación o correlación que existen entre ellas. Las relaciones hipotéticas propuestas en el presente estudio fueron analizadas mediante el método de ecuaciones estructurales con el uso del software estadístico SPSS.

#### **Unidad de análisis, población y muestra.**

La unidad de análisis fue tomada de acuerdo con los datos obtenidos de la Secretaría de Educación Superior de Ciencias, Tecnología e Innovación (Senescyt), que sostienen que en el año 2017 los profesionales en la ciudad de Guayaquil registrados son mil 935 quienes constituyen el universo de la presente investigación. Para calcular la muestra con datos finitos se procede a emplear la siguiente fórmula:

Fórmula para obtener la muestra:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

n= Tamaño de la muestra

P= Probabilidad de éxito (0,5).

Q= Probabilidad de fracaso (0,5).

N= Tamaño de la población universo: 1.935

e= Error máximo admisible al 5%= 0,05.

Z= Área bajo la curva de mi distribución normal. 95%: 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 * (1.935) * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2 * (1.935 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{1.858,56}{3,88}$$

Por tanto, el tamaño de la muestra calculada es 479 profesionales.

### **Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información.**

En cuanto a la validez de las fuentes de referencia, para la construcción del marco teórico se utilizaron fuentes de información académica publicada en revistas de impacto mundial y regional, con el propósito de construir un marco teórico sólido. En cuanto a la técnica de recolección de datos, se utilizó un cuestionario estructurado en base al marco teórico, el cual fue levantado mediante muestreo intencional, vía internet, a una muestra de jóvenes profesionales en Guayaquil, lo cual permitió de esta forma evaluar las opiniones respecto a la problemática abordada en torno al emprendimiento así también recibir sugerencias para el diseño de estrategias para el fomento del emprendimiento en Guayaquil. Las aseveraciones evaluadas fueron quince y la información fue recolectada durante los horarios laborales de los individuos quienes aceptaron participar en el presente estudio.

Las encuestas fueron conformadas por preguntas cerradas, las cuales ayudaron a evaluar el grado de intención que tienen los individuos respecto al hecho de emprender así también los factores que conducen a tener interés de incorporar emprendimientos en la sociedad. Es de evidenciar que todos los encuestados son profesionales de la ciudad de Guayaquil. Se toma como

referencia las encuestas, de esta manera se podrá concluir y comprobar las hipótesis planteadas inicialmente (Monje, 2011)

La encuesta fue elaborada del cuestionario adaptado (Jácome, 2018) que busca recopilar datos sin modificar el entorno ni controlar el proceso de observación científica como caso o problema a estudiar. Los datos se obtienen realizando un conjunto de preguntas con respuestas objetivas y que están dirigidas al objetivo de estudio que es medir la intención de emprender en los profesionales de la urbe porteña.

### **Discusión de los resultados**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta realizada mediante internet a la muestra de 479 personas entre hombres y mujeres profesionales. Como parte de la investigación se recolectó información demográfica que permitió describir a los individuos quienes aceptaron participar en el presente estudio y a partir de ello se pudo conocer el perfil del profesional emprendedor de la ciudad de Guayaquil.

Los resultados de la investigación descriptiva permitieron levantar información referente al sexo, edad, estado civil, número de hijos, ocupación, nivel y área de formación. Además, permitió identificar mediante una pregunta si los familiares más cercanos son propietarios de su propio negocio o empresa.

Tabla 1

*Sexo del encuestado.*

<b>Género</b>	<b>Respuestas</b>	
Femenino	51,98%	249
Masculino	48,02%	230
	<b>Total de encuestados</b>	<b>479</b>

De la muestra de 479 personas encuestadas el 52% aproximadamente corresponde al género femenino y el 48% aproximadamente corresponde al género masculino. Este dato es coherente con las publicaciones realizadas por el *Global Entrepreneurship Monitor* que revela que Ecuador tiene la tasa de emprendimiento femenino es igual o más alta que el emprendimiento masculino, según las cifras para el 2017, la tasa de emprendimiento femenino en Ecuador fue de 28.7 %, seguido de Vietnam con 21.7 % y Brasil con 19.8 %.

Tabla 2

*Rango de edad del encuestado.*

<b>Rango de edades</b>	<b>Respuestas</b>	
20 - 24 años	9,60%	46
24 - 29 años	25,05%	120
30 - 34 años	22,76%	109
35 - 39 años	21,71%	104
40 - 44 años	10,65%	51
45 - 49 años	5,01%	24
50 - 54 años	3,55%	17
55 o más	1,67%	8
	<b>Total de encuestados</b>	<b>479</b>

Cabe destacar que el 25% de los encuestados fueron personas entre los 24 a 29 años, seguidos por el 23% de personas en edades entre los 30 a 34, así mismo el 21% se encuentra en edad entre los 30 a 35 años y la diferencia entre los 40 hasta los 55 años, como se observa en la Tabla 2. Seguidamente, entre el 47% y 42% de los encuestados se encuentran personas casadas y solteras, respectivamente. Lo que permite definir que es indiferente el estado civil de las personas que deciden emprender algún negocio, cuya información se puede visualizar en la tabla 3.

Tabla 3.

*Estado civil del encuestado*

<b>Estado Civil</b>	<b>Respuestas</b>	
Casado/a	47,81%	229
Viudo/a	0,21%	1
Divorciado/a	7,10%	34
Separado/a	2,30%	11
Soltero/a	42,59%	204
<b>Total de encuestados</b>		<b>479</b>

Del total de las ocupaciones citadas, los encuestados contestaron que cerca del 19% aproximadamente tienen como parte de sus ocupaciones la administración y el 12% han estudiado ventas y materias relacionadas, por lo cual una cuarta parte de los encuestados han tenido algún conocimiento de administración de empresas y ventas, lo que los motiva por experiencia y conocimiento a emprender sus negocios Tabla 4.

Tabla 4

*Ocupación del encuestado*

<b>Ocupación Actual</b>	<b>Respuestas</b>	
Ocupaciones de administración	18,37%	88
Ocupaciones de operaciones comerciales y financieras	4,38%	21
Ocupaciones matemáticas y de computación	2,30%	11
Ocupaciones de arquitectura e ingeniería	4,38%	21
Ocupaciones de ciencias sociales, físicas y de la vida	0,84%	4
Ocupaciones de servicio social y comunidad	0,63%	3
Ocupaciones legales	3,97%	19
Ocupaciones de biblioteca, educación y capacitación	1,46%	7
Ocupaciones en los medios de comunicación, arte, diseño, deportes	6,26%	30
Ocupaciones técnicas y profesionales de la salud	7,10%	34
Ocupaciones en asistencia médica	8,14%	39
Ocupaciones en servicios de protección	0,21%	1
Ocupaciones relacionadas con el servicio y la preparación de alime	2,09%	10
Ocupaciones de limpieza y mantenimiento de edificios y jardines	0,21%	1
Ocupaciones de servicio y cuidado personal	2,09%	10
Ocupaciones de ventas y relacionadas	11,48%	55
Ocupaciones de apoyo administrativo y de oficina	8,14%	39
Ocupaciones de agricultura, pesca y silvicultura	1,88%	9
Ocupaciones de construcción y extracción	0,84%	4
Ocupaciones de reparación, instalación y mantenimiento	2,51%	12
Ocupaciones de producción	2,09%	10
Ocupaciones de transporte y traslado de materiales	1,46%	7
Otra (por favor, especifique)	9,19%	44
	<b>Total</b>	<b>479</b>

Es importante señalar que cerca del 54% de los encuestados tienen hijos, esto es, entre uno o más de cinco hijos, cuya información se puede visualizar seguidamente en la tabla 5.

Tabla 5

*Número de hijos del encuestado*

<b>Número de hijos</b>	<b>Respuestas</b>	
No tiene hijos	45,72%	219
1 hijo	19,00%	91
2 hijos	22,55%	108
3 hijos	9,81%	47
4 hijos	2,09%	10
5 o Más de 5 hijos	0,84%	4
	<b>Total de encuestados</b>	<b>479</b>

Tabla 6

*Nivel de Educación formal del encuestado*

Nivel de educación	Respuestas	
Escuela primaria	0,42%	2
Escuela secundaria	13,78%	66
Preparatoria	9,39%	45
Diploma universitario	54,28%	260
Posgrado (maestría, doctorado, etc.)	22,13%	106
Ninguno	0,00%	0
<b>Total de encuestados</b>		<b>479</b>

Del total de los encuestados, el 54% corresponde a profesionales universitarios que han llegado a un tercer nivel a este les sigue el 22% de profesionales que tienen una maestría o doctorado. Véase Tabla 6.

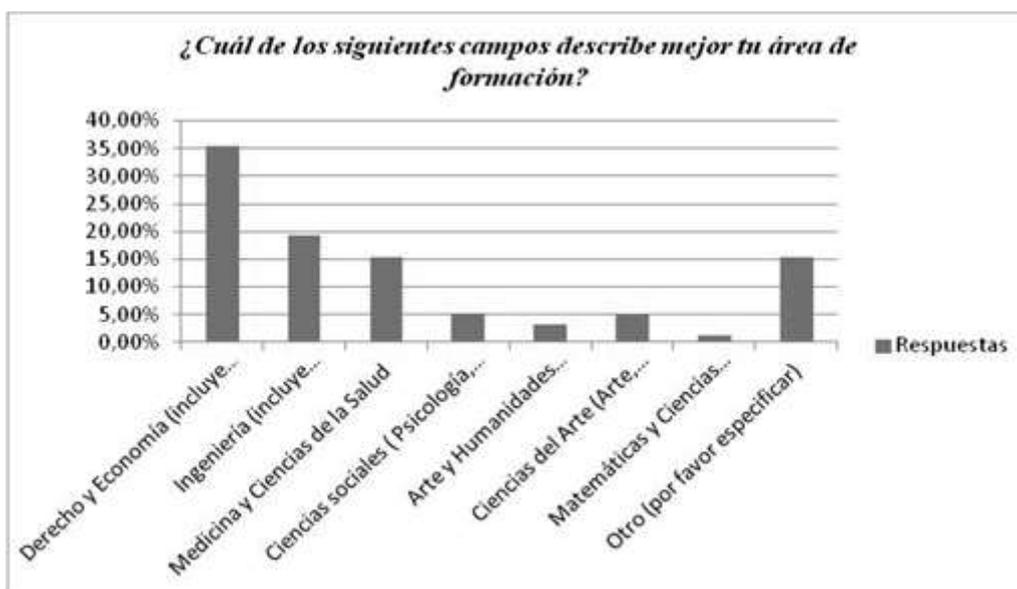


Figura 2. Campo profesional del encuestado

Cabe destacar que el 35% de los encuestados se han formado en carreras administrativas y de derecho, lo que puede considerarse una variable que motive la actitud emprendedora. Véase Figura 2.

Tabla 7

*Aspiración profesional a largo plazo*

<b>Aspiraciones</b>	<b>Respuestas</b>	
un empleado de una pequeña empresa (1-49 empleados)	4,18%	20
un empleado de una mediana empresa (50-249 empleados)	3,76%	18
un empleado de una gran empresa (250 o más empleados)	7,31%	35
un empleado en una organización sin fines de lucro (ONG)	0,63%	3
un empleado en academia (seguir una carrera académica)	2,09%	10
un empleado en el servicio público	6,47%	31
un fundador (emprendedor) trabajando en mi propia empresa	64,72%	310
un sucesor en la empresa de mis padres o de mi familia	4,18%	20
un sucesor en una empresa actualmente no controlada por mi familia	1,46%	7
otro / no lo sé todavía	5,22%	25
	<b>Total de encuestados</b>	<b>479</b>

Para los encuestados el 65% aproximadamente, luego de cinco años de su carrera universitaria, están decididos en emprender su propia empresa, por lo que la motivación en emprender es muy alta en los profesionales. Véase Tabla 7.

Tabla 8

*Familiares que son propietarios de su propio negocio o empresa.*

<b>Familiares propietarios de negocios</b>	<b>Respuestas</b>	
No	61,17%	293
Sí, Padre	19,00%	91
Sí, Madre	7,52%	36
Sí, Ambos	12,32%	59
	<b>Total de encuestados</b>	<b>479</b>

En la tabla 8, se puede conocer que sólo el 39 % aproximadamente tiene familiares con empresas y negocios, pero el 61% no tienen familiares con negocios, lo que implica que no es regla general que sean motivados por familiares en cuanto a la intención emprendedora.

### Fiabilidad del instrumento.

Finalmente, se estima el grado de confiabilidad de la investigación la cual se obtuvo mediante la determinación de la medida de consistencia interna de Alfa de Cronbach la cual reportó una medida global del instrumento de .893. El alfa de Cronbach permitió evidenciar la consistencia interna de cada constructo confirmando la confiabilidad del instrumento. Es necesario citar a González (2012), quien recomendó que mientras más grande sea el promedio de correlación inter-ítem se podría concluir que los constructos poseen una mayor consistencia en el estudio.

A continuación, en la tabla 9 se detallan las medidas para cada constructo.

Tabla 9

*Validez interna del cuestionario por pregunta y por factor.*

Constructo	Ítem	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido	Alfa de Cronbach
<b>Actitud Emprendedora</b>	Actitud_01	,882	0,867
	Actitud_02	,846	
	Actitud_03	,837	
	Actitud_04	,817	
	Actitud_05	,815	
<b>Normas Subjetivas</b>	Normas_01	,868	0,836
	Controlabilidad_02	,708	
	Controlabilidad_03	,733	
<b>Controlabilidad Percibida</b>	Controlabilidad_01	,766	0,802
	Controlabilidad_02	,665	
	Controlabilidad_03	,763	
<b>Autoeficacia Emprendedora</b>	Autoeficacia_01	,911	0,92
	Autoeficacia_02	,908	
	Autoeficacia_03	,902	
	Autoeficacia_04	,912	
	Autoeficacia_05	,908	
	Autoeficacia_06	,903	
	Autoeficacia_07	,908	

Los resultados evidencian que la confiabilidad del cuestionario en la mayoría de los factores es superior al .8, lo cual demuestra una alta fiabilidad de la escala. No obstante, existen cuatro preguntas que reportaron un Cronbach inferior

al .8, cuyas escalas son: normas subjetivas 02, normas subjetivas 03, controlabilidad 01, controlabilidad 02 y controlabilidad 03. No obstante, los resultados globales determinaron una alta fiabilidad alta respecto a la escala global.

#### **Análisis de datos perdidos.**

En primer lugar, se realizó un análisis de datos perdidos y se pudo comprobar que los valores no superan el 5% de valores perdidos, y luego de comprobar que no existe un patrón de datos, se procedió a generar la imputación múltiple de los datos en función del patrón de los datos existentes.

Tabla 10

*Análisis de Datos perdidos estadísticos univariados*

	N	Media	Desviación estándar	Perdidos		Número de extremos <sup>a</sup>	
				Recuento	Porcentaje	Menor	Mayor
Controlabilidad_01	474	5,9198	1,81546	1	,2	46	0
Controlabilidad_02	475	5,7537	1,54959	0	0,0	30	0
Controlabilidad_03	475	5,4084	1,73981	0	0,0	0	0
Normas_01	474	6,2574	1,36909	1	,2	53	0
Normas_02	474	6,2152	1,28912	1	,2	49	0
Normas_03	471	6,1231	1,29060	4	,8	13	0
Actitud_01	475	5,8358	1,65302	0	0,0	34	0
Actitud_02	475	5,8105	1,57843	0	0,0	28	0
Actitud_03	475	6,3474	1,46527	0	0,0		
Actitud_04	473	6,3763	1,34591	2	,4	38	0
Actitud_05	475	6,2084	1,39798	0	0,0	51	0
Formación_01	473	,3805	,48604	2	,4	0	0
Formación_02	471	,4735	,49983	4	,8	0	0
Formación_03	472	,4470	,49771	3	,6	0	0
Formación_04	472	,0996	,29975	3	,6		
Intención_01	470	5,5362	1,67948	5	1,1	34	0
Intención_02	471	5,9087	1,62499	4	,8	29	0
Intención_03	471	6,1444	1,40832	4	,8	56	0
Intención_04	473	6,1670	1,43637	2	,4	54	0
Intención_05	473	6,1564	1,48611	2	,4	52	0
Intención_06	469	6,2324	1,45566	6	1,3	51	0
Autoeficacia_01	470	5,6383	1,30319	5	1,1	14	0
Autoeficacia_02	470	5,6021	1,35146	5	1,1	16	0
Autoeficacia_03	469	5,7804	1,30612	6	1,3	12	0
Autoeficacia_04	469	5,9488	1,28333	6	1,3	12	0
Autoeficacia_05	468	5,6709	1,42276	7	1,5	19	0
Autoeficacia_06	471	5,6730	1,36650	4	,8	14	0
Autoeficacia_07	470	5,8872	1,30034	5	1,1	12	0

a. Número de casos fuera del rango (Q1 - 1,5\*IQR, Q3 + 1,5\*IQR).

Seguidamente se validó la normalidad de los datos comprobando lo afirmado por Kline (2011) quien refirió que valores mayores que 20 se describen como valores con una curtosis extrema. Por ello, en este caso se pudo observar que tanto las medidas de asimetría y curtosis no mostraron problemas que impidan demostrar la normalidad de los datos. Se puede observar que los resultados del análisis de asimetría señalan que la mayoría de las preguntas mantienen la normalidad de datos (Jácome, 2018).

Tabla 11

*Análisis de Datos Perdidos Estadísticos Descriptivos*

	Estadísticos descriptivos					
	N	Media	Asimetría	Curtosis		
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Error estándar	Error estándar	
Controlabilidad_01	475	5,9229	-1,773	,112	2,014	,224
Controlabilidad_02	475	5,7537	-1,613	,112	2,255	,224
Controlabilidad_03	475	5,4084	-1,043	,112	,289	,224
Normas_01	475	6,2556	-2,260	,112	4,978	,224
Normas_02	475	6,2124	-1,920	,112	3,563	,224
Normas_03	475	6,1108	-1,692	,112	2,756	,224
Actitud_01	475	5,8105	-1,431	,112	1,388	,224
Actitud_02	475	6,3474	-2,588	,112	6,006	,224
Actitud_03	475	6,3775	-2,718	,112	7,272	,224
Actitud_04	475	6,2084	-2,125	,112	4,305	,224
Intención_01	475	5,9023	-1,579	,112	1,797	,224
Intención_02	475	6,1380	-1,971	,112	3,666	,224
Intención_03	475	6,1553	-2,058	,112	3,849	,224
Intención_04	475	6,1487	-2,106	,112	3,998	,224
Intención_05	475	6,2197	-2,196	,112	4,271	,224
Autoeficacia_01	475	5,7861	-1,053	,112	,798	,224
Autoeficacia_02	475	5,9519	-1,422	,112	2,151	,224
Autoeficacia_03	475	5,6633	-1,233	,112	1,461	,224
Autoeficacia_04	475	5,6736	-1,099	,112	1,123	,224
Autoeficacia_05	475	5,88479	-1,282	,112	1,465	,224
N válido (por lista)	475					

Como tercer paso se realizó un análisis factorial exploratorio con el objetivo de validar que el instrumento de medición aplicado para la presente investigación coincida con el número de factores estudiados de forma tal de garantizar que los constructos expliquen el fenómeno a estudiar lo cual fue validado con el test de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) lo cual reportó un valor de .896. Mientras que, en cuanto a la esfericidad de Barlett reportó un valor de 0 lo cual es inferior al .05 requerido para este tipo de pruebas. De esta forma se buscó demostrar la validez del instrumento, obteniendo resultados favorables para efectos de la presente investigación.

Tabla 12

*Prueba de Validez*

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		<b>0,896</b>
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	8335,688
	GI	378
	Sig.	<b>0</b>
a. Número de imputación = 5		

La matriz de varianza explicada muestra la carga que cada factor que compone el modelo propuesto. Se puede observar los autovalores mayores que uno en la columna de varianza acumulada confirmando los cinco factores que son utilizados para explicar el modelo tales como: la actitud emprendedora, la norma subjetiva, la autoeficacia emprendedora, la controlabilidad percibida y la intención **emprendedora**.

Tabla 13

Factor	Varianza total explicada <sup>a</sup>								
	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	8,708	31,100	31,100	8,391	29,969	29,969	4,445	15,875	15,875
2	3,512	12,543	43,643	3,152	11,259	41,227	4,170	14,892	30,768
3	2,196	7,844	51,487	1,876	6,702	47,929	3,042	10,864	41,632
4	1,834	6,549	58,035	1,348	4,815	52,744	1,979	7,067	48,699
5	1,569	5,605	63,640	1,104	3,944	56,688	1,864	6,659	55,358
6	1,257	4,488	68,128	,948	3,387	60,075	1,321	4,717	60,075
7	,923	3,295	71,423						
8	,814	2,906	74,329						
9	,733	2,619	76,949						
10	,673	2,404	79,353						
11	,569	2,032	81,385						
12	,547	1,952	83,337						
13	,521	1,862	85,198						
14	,487	1,739	86,937						
15	,468	1,670	88,607						
16	,416	1,487	90,094						
17	,364	1,301	91,394						
18	,332	1,187	92,581						
19	,326	1,164	93,745						
20	,274	,978	94,722						
21	,253	,904	95,627						
22	,239	,853	96,479						
23	,212	,757	97,236						
24	,186	,665	97,901						
25	,174	,622	98,523						
26	,155	,554	99,077						
27	,149	,532	99,610						
28	,109	,390	100,000						

Método de extracción: factorización de eje principal.

a. Número de imputación = 5

*Matriz de Varianza explicada.*

Tabla 14

*Matriz de Factores rotados.*

**Matriz de factor rotado<sup>ab</sup>**

Aseveraciones	Factor				
	Autoeficacia Emprendedor a	Intención Emprendedora	Actitud Emprendedor a	Norma Subjetiva	Controlabilidad Percibida
Suelo perseguir y defender mis propios intereses.	,028	,185	,136	,058	,677
Cuando hago planes, casi siempre estoy seguro de que los voy a cumplir.	,070	,154	,172	,085	,837
Tengo muy claro cómo va a ser mi vida.	,086	,186	,133	,090	,657
Tu familia cercana	,062	,032	,094	,620	,071
Tus amigos	,077	,043	,111	,893	,048
Tus compañeros de estudios	,136	,070	,102	,818	,099
Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.	,111	,197	,494	,147	,193
Una carrera profesional como emprendedor me resulta más atractiva.	,167	,285	,619	,135	,093
Si tuviera la oportunidad y recursos, sería emprendedor.	,053	,261	,718	,091	,112
Ser emprendedor implicaría grandes satisfacciones para mí.	,074	,325	,800	,030	,152
Entre varias opciones, preferiría ser emprendedor.	,139	,406	,765	,075	,080
Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor(a).	,163	,537	,337	,045	,138
Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor(a).	,201	,733	,352	,046	,086
Haré todo lo posible para crea y gestionar mi propio negocio.	,210	,843	,296	,061	,182
Estoy decidido(a) a crear una empresa en el futuro.	,173	,839	,273	,041	,209
He pensado muy seriamente en iniciar un negocio.	,229	,791	,249	,003	,158
Tengo la firme intención de crear un negocio algún día.	,155	,785	,245	,069	,141
Identificar nuevas oportunidades de negocio.	,722	,127	,093	,044	,086
Crear nuevas oportunidades de negocio.	,765	,154	,062	,054	,051
Gestionar la innovación dentro de tu negocio.	,825	,148	,100	,030	,050
Ser un líder y comunicador.	,705	,094	,125	,119	,040
Crear una red de contactos profesionales.	,764	,109	,034	,088	,007
Comercializar una nueva idea o desarrollarla.	,807	,141	,096	,059	,009
Administrar o gestionar de forma exitosa un negocio.	,761	,139	,069	,006	,054

Método de extracción: factorización de eje principal.

a. Número de imputación = 5

b. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

La matriz de factores rotados presenta las cargas correspondientes que cada pregunta reporta a sus respectivos factores. Este análisis permite confirmar si las preguntas realizadas en el cuestionario miden lo que realmente buscaban medir. En este caso se puede evidenciar que cada pregunta del cuestionario reporta las mayores cargas en su correspondiente factor, es decir, que las preguntas son coherentes con el modelo teórico propuesto.

Posteriormente, se procedió a realizar el análisis de modelación estructural el cual vino representado por la gráfica descrita en la figura 3 la cual resume las relaciones hipotéticas evaluadas.

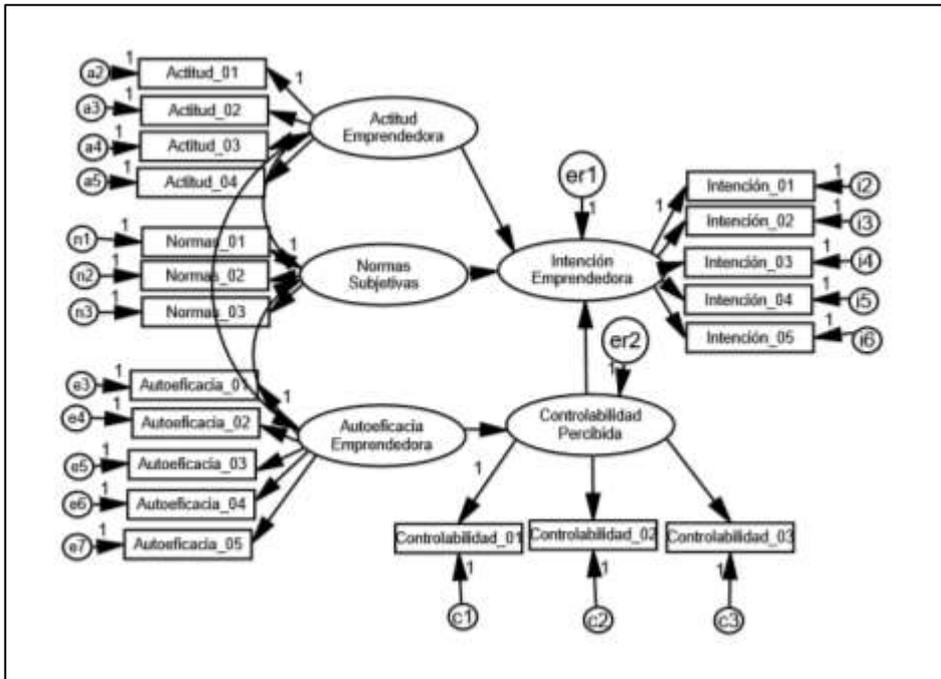


Figura 3. Análisis de Modelación Estructural

Se puede observar que el modelo contempla las relaciones de cada constructo según el marco teórico propuesto. La actitud emprendedora, medida por cuatro aseveraciones, tiene un efecto directo sobre la intención emprendedora, al igual que la norma subjetiva, medida por tres aseveraciones en el cuestionario. Por otro lado, la controlabilidad percibida es una variable mediadora entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora; se puede observar que la controlabilidad percibida esta medida por tres aseveraciones, mientras que la autoeficacia se encuentra determinada por tres aseveraciones (Longinos, Rubio, & Sánchez - Mora, 2015).

A continuación, se evaluaron los resultados de las hipótesis planteadas.

Tabla 15

Relaciones Hipotéticas		Estimado Estandarizado	S.E.	C.R.	P
H1: Actitud_Emprendedora	--> Intención_Emprendedora	0,657	0,06	11,99	***
H2: Normas_Subjetivas	--> Intención_Emprendedora	-0,013	0,06	-0,332	0,7
H3a: Autoeficacia_Emprendedora	--> Controlabilidad_Percibida	0,197	0,07	3,677	***
H3b: Controlabilidad_Percibida	--> Intención_Emprendedora	0,236	0,04	5,361	***

*Resultados de Hipótesis Planteadas*

Entre los hallazgos se pudo evidenciar de acuerdo a lo planteado en la primera hipótesis que la actitud influye de forma positiva sobre la intención emprendedora con un p valor menor a .05. Seguidamente, se pudo comprobar que las normas subjetivas, es decir, la presión social que ejerce el círculo cercano de familiares y amigos no influyen sobre la intención de emprender con un p valor de .7, lo cual es mayor a .05, requerido para el análisis, rechazando la segunda hipótesis.

En relación a la hipótesis tres, se pudo evidenciar que la autoeficacia influye sobre la intención a través de la mediación de la controlabilidad percibida, lo cual justifica el modelo teórico propuesto (Jácome, 2018; Monsen & Urbig, 2009). Finalmente, se pudo comprobar que el modelo teórico propuesto para comprender el fenómeno de la intención emprendedora es adecuado dado que contó con un buen ajuste lo cual fue verificado por las medidas de ajuste reportadas las cuales fueron cercanas a uno como refirieron ciertos investigadores (Schumacker y Lomax, 2010).

Tabla 16

*Ajuste del Modelo de Ecuación Estructural*

<b>Medidas</b>	<b>Ajuste</b>
<i>Medidas de Ajuste Absolutas</i>	
Índice de Bondad de Ajuste (GFI)	0,958
<b>Medidas de Ajuste Incremental</b>	
<i>Índice Ajustado de Bondad de Ajuste (AGFI)</i>	
Índice Tucker Lewis (TLI)	0,952
Índice de Ajuste Normal (NFI)	0,935
Índice de Ajuste Comparativo (CFI)	0,958
Índice de Ajuste (IFI)	0,959

Los resultados del ajuste del modelo factorial demuestran que el modelo propuesto tiene una alta confiabilidad tal como se puede evidenciar en la tabla 16. En términos generales se puede observar que las medias de bondad de ajuste absoluto y las de ajuste incremental son superiores al .9 requerido para este tipo de análisis de Ecuaciones Estructurales (Schumacker y Lomax, 2010).

**Conclusiones del análisis.**

Los hallazgos identificaron que la actitud emprendedora influye de forma positiva sobre la intención emprendedora con un p valor menor a .05. Esto comprueba que una actitud favorable hacia el emprendimiento tiene un efecto positivo en la intención de emprender. Los resultados son congruentes con la teoría con respecto a las características necesarias para el emprendimiento, entre las cuales los investigadores mencionan la pasión por el emprendimiento y la perseverancia como unas de las principales cualidades que caracterizan la actitud emprendedora (Chen J. , 2013; Chen, Greene, & Crick, 1998; Wan-Chen & Wan-Hua, 2013; Choi, Y. & Shepherd, D., 2004).

Por otro lado, se pudo comprobar que las normas subjetivas, es decir, la presión social que ejerce el círculo cercano de familiares y amigos no influye sobre la intención de emprender con un p valor mayor a .05. Los resultados

sugieren que, en Ecuador, específicamente en la ciudad de Guayaquil, donde fue levantada la muestra, la presión social y el círculo cercano al joven profesional no tiene ningún efecto positivo. Es importante tomar en cuenta que, pese a que los resultados no fueron significativos, la relación que se demuestra en esta hipótesis es negativa. Este resultado coincide con los hallazgos de Montezuma & Gómez (2017) que indicaron que la norma subjetiva tiene una relación inversa con la intención de contratar servicios logísticos express en Guayaquil.

Los resultados positivos encontrados en la relación entre la autoeficacia emprendedora y la controlabilidad percibida sugieren que, a mayor conocimiento y capacidad del emprendedor, incrementa el control sobre el negocio que emprende. Esto significa que un joven profesional capacitado tendrá mayor controlabilidad percibida, por lo tanto, menor aversión al riesgo de emprender. Finalmente, el efecto positivo entre la controlabilidad percibida y la intención emprendedora indica que un empresario que sienta mayor control sobre el proyecto que busca emprender tendrá mayor intención de ejecutar dicho emprendimiento. Esto confirma la relación propuesta en las hipótesis 3a y 3b descritas en el marco teórico.

## Capítulo IV: Propuesta

### Análisis situacional

Las cifras levantadas en referencia a la población de estudio permitieron determinar que Ecuador tiene una alta tasa de emprendimiento en comparación con los demás países de América del Sur. Según un Reporte del Global Entrepreneurship Monitor (2016), en Ecuador se presentan altas tasas de emprendimiento, donde sobre un tercio de la población está comenzando o ha comenzado un nuevo negocio y sobre un sexto tiene un negocio en su etapa de madurez (Kelley, Slavica, & Herrington, 2016).

Las cifras evidencian las altas tasas de emprendimiento en Ecuador, en el mismo estudio se señala que el 22,7% de los adultos afirmó haber emprendido aprovechando una oportunidad en el mercado, mientras que el 12,1% lo hizo por necesidad. Con esas cifras, Ecuador pasó a tener la tasa de emprendimientos por necesidad más alta de la región, seguido de Perú (5.25%) y Brasil (4.95%) (Kelley, Slavica, & Herrington, 2016), citado en (Diario El Comercio, 2016). En Ecuador, la tasa de emprendimiento es alta y, por otro lado, la exploración de la literatura permite identificar que existen varios factores que motivan este emprendimiento. No obstante, existe poca evidencia académica del estudio de estos factores. En este contexto, el presente trabajo busca caracterizar los factores que promueven el emprendimiento en Ecuador en una muestra de estudio en la ciudad de Guayaquil.

Según los datos publicados en el Censo Económico de 2010 donde 511 mil establecimientos aproximadamente fueron censados, de los cuales se pudo conocer que el 56,2% de las personas quienes fueron contratadas eran hombres y

el 43,8% mujeres. En otras cifras, 98 mil 309 establecimientos obtuvieron financiamiento en el 2009 por un monto de USD 6.086 millones, de ellos, el 60.01 % provino de instituciones privadas, el 20.01 % se obtuvo en fuentes sin garantía, 11.75 % fue provisto por instituciones públicas, 3.70 % directamente del gobierno y el restante 4.51 % finalmente se obtuvo en instituciones no reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS) y en otras fuentes sin garantía.

Al 2018, se mejoró la tasa de emprendimientos por oportunidad (57.31 %) en relación con los emprendimientos por necesidad (42.33 %). Dicha tasa ha mejorado gracias al acercamiento de las universidades con la sociedad y a la ayuda de ciertas instituciones públicas como es el caso del Municipio de Guayaquil (El Universo, 2018). Tomando en cuenta la actividad de estos emprendimiento, un estudio publicado por la revista EKOS en el 2015 indica que se debe destacar los sectores de comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores; y, motocicletas con 50 mil nuevos emprendimientos aproximadamente; las actividades de alojamiento y servicios de comida reportaron 14 mil 712 nuevos emprendimientos; las industrias manufactureras contaron con 7 mil 535 emprendimientos; otras actividades de servicios con 7 mil 466 emprendimientos y finalmente los emprendimientos de información y comunicación reportaron 5 mil 303 nuevas iniciativas (Araque, 2015).

Referente a la inversión financiera que un emprendedor debe realizar para llevar a cabo actividades productivas, el valor promedio es de USD 2.218, de los cuales, la razón principal es para financiar la adquisición de activos fijos, con un valor medio de 5 mil 71 dólares. En conclusión, la inversión total media requerida para arrancar un emprendimiento es de USD 7.300 (Araque, 2015).

Por otro lado, los datos indican que de las organizaciones que contribuyen al emprendimiento, la mayoría tiende a enfocar su apoyo en la etapa relacionada a la motivación de emprendedores, pues, cerca de 6 de cada 10 proyectos ejecutados para impulsar el emprendimiento en Ecuador, se concentran en actividades ligadas a charlas, conferencias, foros y/o seminarios dirigidos a la promoción del interés por crear una empresa propia. En lo relacionado a la planificación para el emprendimiento, se pudo conocer que el 58% de los proyectos se enfocan en actividades de capacitación y/o asesoría para la elaboración de proyectos de inversión y/o planes de negocios. De igual forma, se aprecia que un 51% de organizaciones orientan sus esfuerzos en el desarrollo de la creatividad y la identificación de oportunidades de negocios (Araque, 2015).

Deja con poca atención, por parte de los actores promotores del emprendimiento, a las etapas de financiamiento y puesta en marcha del negocio, pues, apenas el 15% de proyectos incluyen actividades orientadas a brindar soporte al momento del despegue y solo un 37% a la etapa relacionada con la oferta de fuentes de financiamiento especializadas en la entrega de recursos financieros para el emprendimiento. En términos generales, los diferentes actores (organizaciones del sector público, sector privado, sector educativo y organizaciones internacionales) que se dedican a promover el emprendimiento en el Ecuador tienden a trabajar de manera desarticulada, es así que, mirando el grado de articulación en los diferentes momentos del ciclo del emprendimiento, se puede determinar que este es bajo (Araque, 2015).

Como se puede observar, Ecuador presenta la más alta tasa de emprendimiento de la región, no obstante, estos emprendimientos no se sostienen en el tiempo. Por otro lado, los datos demuestran que los programas de incentivo

al emprendimiento se concentran mayormente en las primeras etapas, que corresponde a la generación de ideas, dejando una gran brecha en el sostenimiento de estos. En ese contexto, la propuesta de este trabajo se fundamenta en los resultados de un análisis académico, donde se caracterizan variables específicas provenientes del modelo teórico, lo cual permite tener un sustento para el diseño de estrategias específicas para la promoción del emprendimiento en un segmento específico de la población.

### **Objetivos de la propuesta**

El objetivo general es proponer estrategias dirigidas a las organizaciones y diseñadores de políticas públicas con el fin de incentivar el emprendimiento en Ecuador. Estos objetivos se describen como: (a) promover la actitud emprendedora en los jóvenes profesionales; (b) proponer estrategias para fortalecer el entorno emprendedor la intención emprendedora; e, (c) incentivar la confianza del emprendedor acerca del emprendimiento.

Los objetivos fueron propuestos en base a los resultados de la investigación, al mismo tiempo que se armonizan con el primer y quinto objetivo del plan nacional de desarrollo 2017 a 2021. El primer objetivo busca garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas, lo cual implica igual acceso al trabajo en sus diferentes formas, en condiciones dignas y justas, eliminando la precarización laboral, otorgando los mismos derechos y oportunidades para todos.

Por otro lado, el quinto objetivo pretende impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria, lo cual se refleja en la generación de trabajo y empleo dignos y de calidad, incentivando al sector productivo a incrementar la

productividad y agregación de valor, para satisfacer con calidad y de manera creciente la demanda interna y eventualmente desarrollar una oferta exportadora. Dentro de las políticas públicas aplicadas para el cumplimiento de este objetivo se contempla la diversificación de la producción nacional, con la finalidad de aprovechar las ventajas competitivas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo, a fin de alcanzar un crecimiento económico sostenible y sustentable.

### **Propuesta estratégica para la promoción del emprendimiento.**

El emprendimiento en los profesionales se ha convertido en la fuerza impulsora de la innovación y la competitividad, contribuyendo al desarrollo económico y social de los territorios, luego de haber analizado las diversas relaciones entre los factores que explican la intención emprendedora tales como la actitud emprendedora, la norma subjetiva, la autoeficacia, la controlabilidad percibida, a partir de ello se procede a realizar esta propuesta con el objetivo de direccionar de mejor manera los emprendimientos e incentivar y motivar a los profesionales con sus emprendimientos, la intención es un buen predictor del posterior comportamiento emprendedor.

La siguiente propuesta responde a los hallazgos obtenidos en la investigación y a las tres hipótesis planteadas:

H1: La actitud emprendedora tiene una relación positiva con la intención emprendedora.

H2: La norma subjetiva no tiene una relación positiva con la intención emprendedora.

H3 a,b: La controlabilidad percibida media la relación entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora.

### **Estrategias para promover la actitud emprendedora en los jóvenes profesionales**

La actitud emprendedora en los profesionales debe ser vista como el grado de motivación que reciba, la voluntad y las actitudes significativas para comenzar un emprendimiento y sostenerlo en el largo plazo. El acto emprendedor es complejo, es necesario considerar las actividades efectuadas por el individuo en el proceso, la estructura organizacional y estrategia del emprendimiento, así como el contexto en el cual se lleva a cabo todo lo anterior.

La propuesta en este sentido apunta a mejorar la actitud que los jóvenes profesionales tienen ante el emprendimiento, para lo cual se deben establecer políticas que se enfoquen a mejorar la capacidad de los jóvenes profesionales de emprender con la finalidad que puedan visualizar las ventajas o beneficios que reporta el hecho de ser empresario, por lo que es necesario tener una educación emprendedora. Esto involucra a las instituciones de educación formal, iniciando con actividades lúdicas y divertidas en las escuelas primarias, donde los niños jueguen a emprender. De esta forma se crea una cultura de emprendimiento desde la escuela, así el niño emprenderá de manera natural y divertida. Luego en la sección secundaria, el estudiante debe ser preparado en conceptos básicos de contabilidad y mercadotecnia. Ya en la edad del colegio el estudiante tendrá la capacidad de realizar pequeños emprendimientos para servir a mercados locales. Finalmente, en la educación superior, el emprendimiento debe ser un eje transversal de la educación formal; es decir que todas las carreras deben contener materias relacionadas al emprendimiento. De esta forma tendremos más doctores,

arquitectos, abogados que sean emprendedores, obteniendo un impacto directo en la economía producto de la generación de empleo.

En cuanto al emprendimiento en carreras administrativas y económicas, a nivel universitario, ya deberían ser capaces de servir a mercados globales con productos y servicios de alto valor agregado. Por lo que se deben mejorar las competencias de negociación de estos emprendedores y la capacidad de negociar en idiomas.

### **Estrategias para fortalecer el entorno emprendedor y la intención emprendedora**

En cuanto a la relación entre la norma subjetiva y la intención emprendedora, en esta hipótesis la norma subjetiva no demostró tener influencia directa en la intención del emprendedor, aquí se destacan las buenas intenciones de la sociedad y el círculo familiar que rodea al profesional, no tienen efecto en las decisiones de emprender. Esto se traduce en que no necesariamente los profesionales con entorno emprendedor emprenden igualmente. Esto podría significar que la pasión por el emprendimiento no se transfiere en el entorno a las siguientes generaciones, así se obtuvo de la investigación que hijos de emprendedores no necesariamente son emprendedores.

En este contexto, las políticas públicas deben buscar la forma de armonizar la pasión por el emprendimiento desde el hogar. Para el efecto se pueden crear líneas de crédito a los emprendimientos familiares, al mismo tiempo que fortalecer el emprendimiento popular y solidario como lo manifiesta la constitución de la república y el plan nacional de desarrollo 2017 a 2021.

Otra estrategia involucra la participación de las instituciones de educación superior a través de programas de vinculación con la sociedad, principalmente con

las familias con mayores elementos de vulnerabilidad. De esta forma, las universidades capacitarán a las familias en habilidades necesarias para generar y sostener los emprendimientos, tales como: contabilidad, mercadotecnia, uso de internet y redes sociales con fines comerciales.

Finalmente, se pueden establecer redes de emprendimiento públicas que utilicen las ventajas de las tecnologías de información y comunicación (TIC) para generar emprendimientos con costos más bajos de comercialización y difusión, y que les permita vincular a proveedores y clientes a través de plataformas de comercio electrónico y comercio móvil. Por otro lado, desde el punto de la norma subjetiva el joven profesional debe tener la voluntad de visitar frecuentemente amistades que han marcado la vida académica del profesional le servirá de ayuda para estructurar el emprendimiento, puesto que recibirá excelentes consejos de amigo o familiar con vasta experiencia en la rama, que le ayudará a condensar la idea. Así mismo, debe frecuentar bibliotecas, universidades y centros de investigación para la ayuda del emprendimiento, y su sostenimiento en el largo plazo, el éxito es necesario compartirlo, puesto que existirán mayores socios que aportarán mejores ideas en el proyecto.

#### **Estrategias para incentivar la confianza del potencial emprendedor.**

La autoeficacia emprendedora influye en la intención emprendedora por mediación de la controlabilidad percibida, es decir, el profesional emprendedor debe construir su autoeficacia en las siguientes dimensiones:

*Desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado.* Esta categoría se refiere a un conjunto de habilidades relacionadas con el reconocimiento de oportunidades, siendo esta dimensión considerada como un elemento fundamental en la predicción del constructo.

*Construir un entorno innovador.* Se centra en la capacidad del individuo para estimular la creatividad, iniciativa y responsabilidad de las personas que trabajan con él.

*Iniciar relaciones con inversiones.* Se trata de la suficiencia que tienen los emprendedores para utilizar sus redes sociales y establecer contratos que le permitan captar los recursos necesarios para crear su propia empresa.

*Definir el objetivo central del negocio.* Esta categoría es básica porque si una persona se cree incapaz de establecer el propósito central de su negocio, entonces resulta poco probable que se sienta motivado para iniciar su propia aventura empresarial.

*Afrontar cambios inesperados.* Se refiere a la creencia sobre la capacidad de trabajar bajo incertidumbre. Esto es, dejar atrás el confort que supone desarrollar una labor profesional por cuenta ajena, mostrando tolerancia ante la ambigüedad y flexibilidad para adaptarse a los cambios.

*Desarrollar los recursos humanos clave.* Representa la creencia en la propia habilidad para atraer y retener individuos fundamentales en la creación de una nueva empresa. Además, resulta básico que el emprendedor reconozca la importancia de involucrar a otras personas en el proceso de creación de su empresa.

Crear más programas de capacitación que promuevan el crecimiento personal y la confianza de los emprendedores. Los resultados de la revisión de la literatura demostraron que las habilidades personales combinadas con el conocimiento y habilidades financieras son el primer paso para obtener la confianza de emprender un negocio. Se debe, también, promover un ecosistema que nutra a los emprendedores; una cultura de aversión al riesgo y el miedo al

fracaso conlleva a muchos jóvenes profesionales a no comenzar sus propios negocios.

Es necesario promover un ambiente de apoyo al emprendimiento social, escuchando a los jóvenes y promoviendo una cobertura positiva de medios a favor del emprendimiento, al mismo tiempo que premiando públicamente a los emprendimientos exitosos. Otro eje de la estrategia es facilitar el acceso al crédito para los emprendedores, para los micros, pequeñas y medianas empresas y a las empresas de Economía Popular y Solidaria. En nuestra economía, el financiamiento para los emprendedores es aún limitado y los prestamistas se enfocan su crédito a sectores como la manufactura y agricultura. En este punto, otro contratiempo son los requerimientos solicitados por las instituciones financieras para el otorgamiento del crédito, además de las garantías en muchos de los casos son del 120 % del monto solicitado.

Finalmente, se deben crear mayor número de incubadoras de ideas, donde se armonice la participación de la empresa pública, la empresa privada, el Estado, las Organizaciones no gubernamentales y la academia. De esta forma, no sólo que se generarán mayor número de ideas de emprendimiento, sino que al mismo tiempo se garantizará la viabilidad de las mismas.

## **Conclusiones y Recomendaciones**

### **Conclusiones**

El propósito del presente estudio fue el de comprender los factores que influyen en la intención de emprender de jóvenes profesionales de la ciudad de Guayaquil con la idea de analizar qué factores los motivarían a que tengan la intención de emprender, se llegó a la conclusión que existe una relación directa entre la actitud emprendedora y la intención emprendedora de los profesionales.

De la revisión de la literatura se pudo concluir que existe abundante sustento empírico que comprueban la relación de las variables propuestas en este estudio. La fundamentación teórica que propone el modelo de comportamiento planificado de Ajzen (1987, 2002) y la teoría mixta de control (Monsen & Urbig, 2009) permitieron construir un modelo que buscó medir la incidencia de la actitud emprendedora y la norma subjetiva en la intención de emprender y a su vez evaluar el rol mediador de la controlabilidad percibida entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora. Como marco de referencia para esta investigación se toma en cuenta el trabajo realizado por Jácome (2018), quien estudió el efecto mediador de la controlabilidad percibida en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Dicho estudio fundamentó, tanto de manera teórica como empírica, la información necesaria para el análisis de las variables descritas en la presente investigación para lo cual se tomaron las recomendaciones realizadas por la investigadora para medir la intención emprendedora a partir de las variables dispuestas por la teoría de comportamiento planificado (Jácome, 2018).

Los resultados de la revisión de la literatura permitieron identificar que el estudio de los factores que inciden en el emprendimiento es un tema muy

relevante, debido al impacto que tiene en la economía. Al igual que en esta investigación, los jóvenes profesionales han sido abordados como unidad de estudio en varias investigaciones a nivel mundial. Sin embargo, el tema aún tiene brechas en las contribuciones realizadas en Ecuador. Por otro lado, las cifras levantadas en referencia a la población de estudio permitieron determinar que Ecuador tiene una alta tasa de emprendimiento en comparación con los demás países de América del Sur, esto evidencia la significancia del presente trabajo, debido a que Ecuador es una buena población de estudio para analizar el fenómeno del emprendimiento.

También se concluyó que la presión que ejerce la sociedad y el círculo cercano de familiares y conocidos no es significativo en la intención de emprender, sin embargo, se tomó como variable sujeta a la investigación puesta que se encontraba en la segunda hipótesis, llegando a rechazarse. Con respecto a la tercera y última hipótesis del estudio, se puede observar que la autoeficacia emprendedora influye en la intención, ejerciendo la controlabilidad percibida un rol de mediación entre las variables denominadas autoeficacia emprendedora e intención emprendedora.

De la muestra de 479 personas encuestadas el 52% aproximadamente corresponde al género femenino y el 48% aproximadamente corresponde al género masculino, el 25% de los encuestados fueron personas entre los 24 a 29 años de edad, donde le sigue el 23% los que están entre los 30 a 34 años de edad. El 54% corresponde a profesionales universitarios que han llegado a un tercer nivel a este les sigue el 22% de profesionales que tienen una maestría o doctorado.

El 65% aproximadamente, luego de cinco años de su carrera universitaria, están decididos en emprender su propia empresa, por lo que la motivación en

emprender es muy alta en los profesionales. Se determinó que solo el 39 % aproximadamente tiene familiares con empresas y negocios, pero el 61% no tienen familiares con negocios, lo que implica que no es regla general que sean motivados por familiares la intención emprendedora

Entre los hallazgos se pudo evidenciar que la actitud influye de forma positiva sobre la intención emprendedora con un p valor menor a .05. Se pudo comprobar que las normas subjetivas, es decir, la presión social que ejerce el círculo cercano de familiares y amigos no influye sobre la intención de emprender con un p valor mayor a .05. Finalmente, se pudo evidenciar que la autoeficacia influye sobre la intención a través de la mediación de la controlabilidad percibida, lo cual justifica el modelo teórico propuesto.

## **Recomendaciones**

El presente estudio utilizó el modelo de Comportamiento Planificado para medir la actitud emprendedora de los jóvenes profesionales en Guayaquil, incluyendo la variable Autoeficacia emprendedora como una variable que ejerce un efecto indirecto en la intención emprendedora a través del efecto que ejerce en la controlabilidad percibida. Los resultados permitieron realizar hallazgos importantes, no obstante, las limitaciones del estudio plantean un camino para futuras investigaciones.

El modelo teórico utilizado no contempló variables moderadoras como la edad, género, experiencia, nivel de educación y cultura. Por lo tanto, en base a estas limitaciones, se sugiere levantar una muestra para nuevos estudios que permitan corroborar si estas variables tienen un efecto en la actitud de emprender, afectando de esta forma la validez y robustez del modelo teórico, de manera congruente con Kautonen, van Gelderen, & Fink (2015).

En cuanto a las recomendaciones prácticas derivadas de los resultados de este estudio se han tomado en consideración tres grupos de importancia: (1) agentes involucrados en la investigación y desarrollo, (2) a los jóvenes profesionales y (3) a los inversionistas.

A continuación, se procede a recomendar a los agentes involucrados en el desarrollo de la investigación.

Al gobierno, por medio de la Asamblea Nacional, que impulse leyes a favor de los emprendedores de la ciudad de Guayaquil, garantizando específicamente a los profesionales de la urbe, puesto que ellos son los propulsores del cambios económicos y desarrollo del país, que les otorguen todas las facilidades de ayuda en créditos, capacitaciones, charlas, entre otros, para que

puedan estar preparados para exponer las diversas innovaciones a nivel nacional e internacional, de esta manera se impulsará el espíritu emprendedor en el país.

A los profesionales de la ciudad de Guayaquil, que se sientan motivados y confíen en su intención emprendedora, que se dediquen a la investigación, ciencia y tecnología, y encuentren en el país una fuente enriquecedora de conocimientos potenciales para poner en marcha las innovaciones que desean proponer.

A los inversionistas nacionales e internacionales, que les abran las puertas a los futuros proyectos realizados por los profesionales, que crean en ellos, y les impulsen para el desarrollo de sus emprendimientos que servirán para mejorar las condiciones laborales, intelectuales, académicas del país en su conjunto.

## Referencias

- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann. *Actionócontrol: From Cognition to Behavior*. p. 11-9.
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, p. 20, 1-63
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and The Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*. P.665-683.
- Akers, R. (2013). *La generalidad de la teoría del autocontrol*. Madrid: Dykinson. Obtenido de *El valor percibido por el consumidor: Conceptualización y variables relacionadas*.
- Almadana, S. (2016). *Dirección estratégica de recursos humanos y compensación total*. Málaga: Recuperado: [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/12400/TD\\_ALMADANA\\_ABON\\_Santiago\\_Antonio.pdf?sequence=1](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/12400/TD_ALMADANA_ABON_Santiago_Antonio.pdf?sequence=1).
- Arambarri, J. (2012). *Metodología de evaluación y gestión del conocimiento dinámico por procesos utilizando como soporte TIC el entorno colaborativo de trabajo basado en el modelod e creación de conocimiento de Nonaka-Takeuchi. Caso de estudio en el área de gestión de proyectos*. Córdoba, España: Recuperado:

<http://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/12114/2014000000942.pdf?sequence=1>.

Araque, W. (2015). Emprendimiento en Ecuador. *Revista EKOS*, 74 - 78.

Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1133.pdf>

Argón, A., & Baixauli, S. (2013). Intención Emprendedora de los estudiantes de Bachillerato y Ciclos Formativos en la Región de Murcia. Murcia, España.

Recuperado de: <http://www.um.es/emprendedores/documentos/2014-15/Libro-Intencion-Emprendedora-AF.pdf>

Arjona, T. (2013). *La estrategia expresionista. Un enfoque práctico de la dirección estratégica*. Madrid España: Díaz de Santos.

Bandura, A., & Adams, N. (1977). Analysis of Self-Efficacy Theory of Behavioral Change. *Cognitive Therapy and Research*, 1(4), 287-310.

Barreto, K., Zuñiga, S. & Ruiz, S. (2016). Determinantes de la Intención Emprendedora: Nueva Evidencia. Chile: Interciencia. p. 325-329.

Bermejo, L. (2014). *La innovación continua en el éxito empresarial*. Madrid-España: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Bernedo, P. (2013). *Plan estratégico empresarial de NATURA 2006-2010*. Brasil:

Recuperado:

[http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/269/Pedro\\_Tesis\\_mae\\_stria\\_2013.pdf?sequence=1](http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/269/Pedro_Tesis_mae_stria_2013.pdf?sequence=1).

Bhandari, N. (2006). Intention for Entrepreneurship among Students in India.

Jodphur, India: Journal of Entrepreneurship. p.169.

- Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, p. 155-162.
- Brunet, C. (2010). *Aplicación de un modelo de dirección estratégica para la integración de un sistema de dirección de la empresa*. DF México: Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría CUJAE.
- Calderón, H. (2010). *Investigación en administración en América Latina: Evolución y resultados*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Campos, F. (2014). *Aplicación de un sistema de aplicación estratégica y control de gestión en una organización sin fines de lucro caso: ONG voluntarios*. Santiago, Chile: Recuperado: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/117539/Tesis%2023082014%20Fabi%C3%A1n%20Campos.pdf?sequence=1>.
- Caro, I. (1987). Revisión Crítica de la Teoría de la Autoeficacia de A. Bandura. *Boletín de Psicología*(16), 61 - 89.
- Chen, C., Greene, P., & Crick, A. (1998). Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers. *Journal of business venturing*, 295-316.
- Chen, J. (2013). Selection and Serial Entrepreneurs. *Journal of Economics & Management Strategy*, 22(2), 281-311.  
doi:<https://doi.org/10.1111/jems.12016>
- Chidoko, C., (2013). An Economic Analysis of the Determinants of Entrepreneurship: The Case of Masvingo Informal Businesses. Zimbabwe, África. Recuperado de: <https://cyberleninka.ru/article/v/an-economic->

analysis-of-the-determinants-of-entrepreneurship-the-case-of-masvingo-informal-businesses

Covin J. & Slevin D. (1989). Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments. *Strategic Management Journal*. p. 75–87.

Choi, Y. & Shepherd, D. (2004). Entrepreneur's Decision to Exploit Opportunities. *Journal of Management*. p. 377-395.

Durán, E., & Arias, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio personales. Colombia: *Revista de Ciencias Sociales*. p. 320-340.

Doob, L. (1966). *Public Opinion and Propaganda*. Hamden CT: Archon Books.

Cupa, L. (2010). *Modelo de dirección estratégica implementando el cuadro de mando integral para la pequeña empresa. Un estudio de caso: la empresa SCOTTS de México*. DF México:  
[http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/764/0145\\_Cupa.pdf?sequence=3](http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/764/0145_Cupa.pdf?sequence=3).

De la Torre Cruz, T., et. al. (2015). Impacto de la Educación en la Cultura del Emprendimiento: Estudio Cualitativo. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1), 117-128.

Diario El Comercio. (2016). *Ecuador lidera la tasa de emprendimiento por necesidad en la región*. Obtenido de El Comercio:  
<https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-lidera-tasa-emprendimiento-necesidad.html>

- Diez, S. (2016). La Actitud Conductual en las Intenciones Emprendedoras.  
*Revista Empresarial*, 10(2), 42 - 48.
- Drnovšek, M., Wincent, J., & y Cardon, M. (2010). Entrepreneurial Self-Efficacy and Business Startup: Developing A Multi-Dimensional Definition.  
*International Journal Of Entrepreneurial Behavior & Research*, 329-348.
- Dunoyer, M. (2014). *Propuesta de un modelo de dirección estratégica en la empresa O.I.F.C. S.A.S. de Cartagena*. Cartagena: Recuperado:  
<http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/2417/1/TESIS%20FINAL%20MARY%21%21.pdf>.
- Ecuador, C. d. (2008). *Artículo 33*. Quito Ecuador.
- El Universo. (07 de Octubre de 2018). *Ecuador, líder regional en emprendimiento, por sexto año consecutivo*. Obtenido de  
<https://www.eluniverso.com/guayaquil/2018/10/07/nota/6986654/ecuador-lider-regional-emprendimiento-sexto-ano-consecutivo>
- Engle, R., & al, e. (2010). Entrepreneurial intent: A twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(1), 35 - 57.
- Filion, L. (2003). Emprendedores y propietarios-dirigentes de pequeña y mediana empresa (PME). *Administración y Organizaciones*. p. 113-153.
- Fishbein, M. (1963). An Investigation of the Relationships Between Beliefs About an Object and The Attitude Toward That Object. *Human Relations*. p. 233-240.

- Fishbein, M. & Ajzen I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison Wesley Publishing Company Inc.
- Flores, A., Bojórquez, A., & Ceballos, S. (2016). El impacto de la autoeficacia emprendedora en los resultados de innovación de los emprendedores del sector de software en Yucatán. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, (págs. 560 - 572). Yucatán. doi:ISBN 978-607-96203-0-5
- GEM (2014). *GEM Special Report: A global perspective on entrepreneurship Education and Training*. Babson. Universidad del Desarrollo, Reykjavik University.
- González, M. T. (2012). *Estadística aplicada: Una visión instrumental*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Gutiérrez, J., Vega, A. H., & Vega, E. J. (2011). *Modelo de gestión estratégica para la empresa TIPOGRÁFICA IMPERIO SA*. Bogotá-Colombia:  
Recuperado:  
<http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/1703/VegaAlex2012.pdf?sequence=3>.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- INEC. (2016). *Directorio de empresas y establecimientos 2015*. Quito Ecuador.
- Julien, P. (2005). *Emprendimiento Regional Y Economía Del Conocimiento: Una Metáfora De Las Novelas Policíacas*. Cali: Sello Javeriano.

- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655 - 674.
- Kline, R. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: The Guilford Press. p. 3-427.
- Krueger, N., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. New York: *Journal of Business Venturing*. p. 411–432. Recuperado de: [http://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](http://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0).
- Jácome, M. (2018). Efecto mediador de la Controlabilidad Percibida en la Intención Emprendedora de Estudiantes Universitarios. *Centrum Graduate Business School. Pontificia Universidad Católica del Perú*, 1 - 188.  
Obtenido de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/11936/J%20C3%81COME\\_EFECTO\\_UNIVERSITARIOS.pdf?sequence=1](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/11936/J%20C3%81COME_EFECTO_UNIVERSITARIOS.pdf?sequence=1)
- Kelley, D., Slavica, S., & Herrington, M. (2016). *Global Report 2015/16*. Global Entrepreneurship Monitor. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/report>
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., Samaniego, A., & Zambrano, J. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor*. Guayaquil: ESPAE.
- Leyva-Cordero, O., & Olague, J. (2014). Modelo de ecuaciones estructurales por el método de mínimos cuadrados parciales (PLS). En K. Sáenz-López, & G. Tamez-González (Edits.), *Métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas aplicables a la investigación en ciencias sociales* (1 ed., págs. 479 - 497). Tirant Humanidades. Obtenido de

[https://www.researchgate.net/publication/275523281\\_Modelo\\_de\\_ecuaciones\\_estructurales\\_por\\_el\\_metodo\\_de\\_minimos\\_cuadrados\\_parciales\\_PLS](https://www.researchgate.net/publication/275523281_Modelo_de_ecuaciones_estructurales_por_el_metodo_de_minimos_cuadrados_parciales_PLS)

Lim, S., & Envick, B. R. (2011). Gender and entrepreneurial orientation: A multi-country study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(3). doi:DOI: 10.1007/s11365-011-0183-2

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *The Academy of Management Review*, 21(1), 135-172. doi:DOI: 10.2307/258632

Maes, J., Hannes, L., & Luc, S. (2014). *Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level*. European Management Journal. Volume 32, Issue 5, October 2014, Pages 784-794.

Manjit Singh, S., Shaufique Fahmi, S., & Shoaib, R. (2011). *Entrepreneurship barriers and entrepreneurial inclination among Malaysian postgraduate students*. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 17 Issue: 4, pp.428-449.

Matilla, K. (2011). *Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las Relaciones Públicas*. Editorial UOC.

Ménez, L. (2016). Evaluación Del Impacto Del Emprendimiento Empresarial En Los Estudiantes De La Carrera De Administración y Gestión de la Upemor, México. México: Lumen Gentium. p. 9-24.

Mcclelland, D., & Winter, D. (1969). *Motivating Economic Achievement*. New York: Free Press.

- Mcclelland, D. C. (1973). Longitudinal Trends in The Relation of Thought to Action. *Journal of Consulting Psychology*, 1966. p. 479-483
- Miller, T. L., & Wesley II, C.L. (2010). Assessing Mission and Resources for Social Change: An Organizational Identity Perspective on Social Venture Capitalists' Decision Criteria. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 34(4), 705 - 733.
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación Cuantitativa y Cualitativa*. Neiva: Universidad Surcolombiana. Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Monsen, E., & Boss, R. (2009). The Impact of Strategic Entrepreneurship Inside the Organization: Examining Job Stress and Employee Retention. *Entrepreneurship: Theory & Practice*. p. 71-104.
- Monsen, E., & Urbing, D. (2009). Perceptions of efficacy, control, and risk: A theory of mixed control. *Understanding the Entrepreneurial Mind*, 24, 259-281. doi:[https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0\\_12](https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0_12)
- Montezuma, D., & Gómez, J. (2017). Factores que influyen en la conducta de los consumidores de servicios de distribución logística en la ciudad de Guayaquil. *Repositorio Digital UCSG*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9294>
- Mora, R., (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. Bogotá, Colombia: *Revista Escuela de Administración de Negocios*. p. 70-83. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/206/20623157006.pdf>

- Moreno, J., (2013). Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. España. Recuperado de: [https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/19549/1\\_12\\_an%C3%A1lisis\\_jorge\\_CARACCIOLOS\\_2013\\_N1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/19549/1_12_an%C3%A1lisis_jorge_CARACCIOLOS_2013_N1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Morris, M. & Kuratko, D. (2002). *Corporate Entrepreneurship*. Fort Worth, TX: Harcourt College Publishers.
- Olawale Olufunso, F. (2010). *Graduate Entrepreneurial Intention in South Africa: Motivations and Obstacles*. Ciudad del Cabo: International Journal of Business and Management Vol. 5, No. 9; September 2010 .
- Osorio, F., & Landaño J. (2013). Intención Emprendedora De Estudiantes De Educación Media: Extendiendo La Teoría De Comportamiento Planificado Mediante El Efecto Exposición. Cali, Colombia. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v28n51/v28n51a05.pdf>
- Oyarvide, H., Ayoví, J., Rivas C., & Arce P. (2017). Factores que influyen en la actividad emprendedora del Ecuador. Polo del Conocimiento. p. 980-995.
- Palupi Prabandari, S., & Ichwatus Sholihah, P. (2014). *The influence of theory of planned behavior and entrepreneurship education towards entrepreneurial intention*. Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura Vol. 17, No. 3, December 2014, pages 385 – 392.
- Parker, S. C. (2006). Learning About the Unknown: How Fast Do Entrepreneurs Adjust Their Beliefs. Journal of Business Venturing. p. 1-26.
- R.O. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito-Ecuador: Artpiculo 320.

- R.O. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito-Ecuador: Artículo 319.
- Reyes, G. (2012). *Proyecto de investigación Gestión Empresarial y Desarrollo*. Bogotá Colombia:  
[http://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/61/61c6376b-3223-4826-874e-3baa8bc32133.pdf](http://www.urosario.edu.co/urosario_files/61/61c6376b-3223-4826-874e-3baa8bc32133.pdf).
- Rodriguez, G. (2011). *Aplicación del modelo de dirección estratégica para la integración del sistema de dirección en la unidad empresarial de base de logística y mantenimiento de la empresa de bebidas y refresco de la Habana*. La Habana: Instituto Superior Politécnico José Anotnio Echeverría CUJAE.
- Rueda, I., Sampedro, A., & Herrero A. (2013). *Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario*. Cantabria, España. Recuperado de:  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28928246007>
- Saavedra, L. (2017). *Actitud frente al turismo rural comunitario en estudiantes del 5.o de secundaria de la Institución Educativa Virgen del Carmen, Cieneguilla*. *Repositorio Universidad César Vallejo*. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/21530>
- Salvador, C., & Morales, J. (2009). *Fundamentos psicológicos de la autoeficacia emprendedora en jóvenes mexicanos*. *Alternativas en Psicología*(20), 35 - 47.

- Sastre & Castillo, M.A. (2005). La Creatividad En El Proceso De Creación De Empresas, “La Empresa Y El Espíritu Emprendedor De Los Jóvenes”. Ministerio De Educación Y Ciencia De Madrid. p. 1-158.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2013). *Metodología de la investigación* (6 ta ed.). Santa Fé: Mc Graw Hill. doi:978-1-4562-2396-0
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), 42 - 57.
- SENPLADES. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo:  
[http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Schumacker, E. & Lomax, R. (2010). *A Beginners Guide to Structural Equation Modeling*. New York: Routledge.
- Tam, J., Vera, G., & Oliveros, R. (2008). Tipos, Métodos y Estrategias de Investigación Científica. *Pensamiento y Acción*, 5, 145 - 154.
- Toledano, N. (2006) Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: Un estudio empírico. *Revista de Educación*, p. 803-825.
- Torres, J., & Watson, W. (2013). An examination of the relationship between manager self efficacy and entrepreneurial intentions and performance in Mexican small businesses. *Contaduria y Administracion*, 58(3), 65-87.

- Van D., Jansen, J., Van den Bosch, F. & Volberda, H. (2013). Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: Drawing Attention to The Senior Team. *Journal of Product Innovation Management*. p. 821-836.
- Veciana, J., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. Puerto Rico y Cataluña: *International Entrepreneurship and Management Journal* 1. p. 165–182.
- Ventura, R., & Quero M. (2010). Factores Explicativos De La Intención De Emprender en La Mujer. Aspectos Diferenciales En La Población Universitaria Según La Variable Género. Málaga, España. Recuperado de: <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/10250/100271rv.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Wan-Chen, L., & Wan-Hua, C. (2013). *A Study on Female Entrepreneurs' Behavior in Micro-Enterprises in Taiwan – An Application of Planned Behavior Theory*. *The Journal of Global Business Management* Volume 9 \* Number 1\* February 2013.
- Wiklund, J. (1999). The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation—Performance Relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(1), 37- 48. doi:<https://doi.org/10.1177/104225879902400103>
- Wu, S., & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. Shanghai, China: *Journal of Small Business and Enterprise Development*. p. 752-774
- Zamora, E. G. (2012). *Los factores organizacionales y del entorno como moderadores de la relación entre innovación y desempeño empresarial:*

*diferencias entre pequeñas y grandes empresas.* Salamanca:

[https://gedos.usal.es/jspui/bitstream/10366/121156/1/DAEE\\_GarciaZamoraEvelyn\\_Tesis.pdf](https://gedos.usal.es/jspui/bitstream/10366/121156/1/DAEE_GarciaZamoraEvelyn_Tesis.pdf).

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Zambrano Vera Dirk Alexander, con C.C: # 0911706950 autor del trabajo de titulación: *Caracterización de la Intención Emprendedora en Profesionales de la ciudad de Guayaquil*, previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 08 de Julio de 2019

f. \_\_\_\_\_

Nombre: Zambrano Vera Dirk Alexander

C.C: 0911706950

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE GRADUACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Caracterización de la Intención Emprendedora en Profesionales de la ciudad de Guayaquil.		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Zambrano Vera, Dirk Alexander		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Econ. Zambrano Chumo, Laura Mgs./ Ing. Jácome Ortega Mariella Ph.D		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	Sistema de Posgrado		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>	Maestría en Administración de Empresas		
<b>GRADO OBTENIDO:</b>	Magíster en Administración de Empresas		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	08 de Julio del 2019	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	104
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Administración de Empresas, Emprendimiento, Negocios		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Teoría del comportamiento planificado, controlabilidad percibida, locus de control, emprendimiento en Guayaquil, intención de emprender.		
<b>RESUMEN:</b>	<p>Esta investigación tiene como objetivo caracterizar los factores que influyen en la intención de emprender de individuos que forman parte de la población económicamente activa de la ciudad de Guayaquil. La caracterización es lograda a través de la teoría de comportamiento planificado de Ajzen (1985, 1987, 2002). El instrumento utilizado en la presente investigación explica la intención de emprender a través de tres constructos: la actitud emprendedora, las normas subjetivas, la autoeficacia emprendedora y la controlabilidad percibida. El análisis de los datos se realizó utilizando el análisis factorial exploratorio y el modelo de ecuaciones estructurales para comprobar las hipótesis propuestas. La muestra evaluada fue de 479 personas. El 54% de los individuos evaluados corresponden a profesionales universitarios que han llegado a un tercer nivel de instrucción formal, seguido de 22% de profesionales que tienen una maestría o doctorado. De igual forma, se pudo conocer que el 39 % de los individuos que participaron del estudio tiene familiares con empresas y negocios. Entre los hallazgos más importantes del presente estudio, se identificó que la actitud influye de forma positiva sobre la intención emprendedora, así también se comprobó que las normas subjetivas no influyen sobre la intención de emprender. Finalmente, se pudo evidenciar que la autoeficacia influye sobre la intención a través de la mediación de la controlabilidad percibida, lo cual justifica el modelo teórico propuesto.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-9-81933596	<b>E-mail:</b> dirkzambrano@gmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> María del Carmen Lapo Maza		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950		
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec">maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec</a>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			