



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

TEMA:

Actitudes Emprendedoras: Diferencias entre estudiantes de carreras técnicas en comparación con estudiantes de carreras administrativas en la Universidad Politécnica del Litoral

AUTOR:

Ulloa Bambino Pedro Saúl

**Previo a la obtención del Grado Académico de:
Magíster en Administración de Empresas**

TUTOR:

Salas Vera Laura Guadalupe

**Guayaquil, Ecuador
2022**



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el **Ingeniero en Electricidad, Ulloa Bambino Pedro Saúl**, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de **Magíster en Administración de Empresas**.

DIRECTORA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CPA Salas Vera Laura Guadalupe, Mgs.

REVISORA

Econ. Zambrano Chumo Laura, Mgs.

DIRECTORA DEL PROGRAMA

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

Guayaquil, a los 16 días del mes de junio del año 2022



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Pedro Saúl Ulloa Bambino

DECLARO QUE:

El Proyecto de Investigación **Actitudes Emprendedoras: Diferencias entre estudiantes de carreras técnicas en comparación con estudiantes de carreras administrativas en la Universidad Politécnica del Litoral** previa a la obtención del Grado Académico de **Magíster 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, a los 16 días del mes de junio del año 2022

EL AUTOR

Pedro Saúl Ulloa Bambino



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

AUTORIZACIÓN

Yo, Pedro Saúl Ulloa Bambino

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del **Proyecto de Investigación de Magíster en Administración de Empresas** titulado: **Actitudes Emprendedoras: Diferencias entre estudiantes de carreras técnicas en comparación con estudiantes de carreras administrativas en la Universidad Politécnica del Litoral**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 16 días del mes de junio del año 2022

EL AUTOR:

Pedro Saúl Ulloa Bambino



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

REPORTE URKUND

URKUND

Documento: [PEDRO LULLOA FINAL 16-03-2022.docx](#) (D130623269)

Presentado: 2022-03-16 20:36 (-05:00)

Presentado por: pedro_lulloa29@hotmail.com

Recibido: maria.lapo.ucsg@analysis.arkund.com

Mensaje: RE: Informe Revisión de Contenido y Metodología [Mostrar el mensaje completo](#)

2% de estas 88 páginas, se componen de texto presente en 11 fuentes.

Lista de fuentes	Bloques
Categoría	Enlace/nombre de archivo
	TECNOCATOL PRESENTACION INFORME FINAL DE PROYECTO A-2018.docx
	Metodos A-2018.docx
	Marquinez Mite Tania Gabriela_Tesis.docx
	TT2-6747-VENEGAS COTILLO RIVERO PEREZ Y EMERSON JEAN PIERRE MARYORI DAYANA- TESIS...
	roca.gomez.pdf
	Articulos Empeñados de los Gonzales y Mochales.docx

76% #1 Activo

Introducción 1 Antecedentes 3 Planteamiento del problema 7 Justificación 14 Objetivos de la investigación 18 Objetivo General 18 Objetivos Específicos 18

Hipótesis 18 Capítulo I 19 Marco Teórico 19 Definición de emprendimiento 19 Definición de emprendedor 19 El emprendedor a lo largo de la historia 20 Características del emprendedor 23 Espíritu emprendedor 26 Factores que favorecen el espíritu emprendedor 27 Tipos de emprendedor 29 Importancia del emprendimiento 29 Teorías relacionadas con la creación de empresas 30 Teoría del rol 30 Teoría de la incubadora 32 Teoría de los valores 34 Teoría de los rasgos de personalidad 37 Teoría institucional 39 Conceptos generales de actitudes 40 Actitud emprendedora 41 Necesidad de logro 42 Necesidades fisiológicas 44 Necesidades de seguridad 44 Necesidades de pertenencia y amor 45 Necesidad de estima 45 Necesidad de autorrealización 46 Control percibido interno 46 Autoestima 48 Asunción de riesgo 51 Capítulo II 52 Marco Referencial 52 Estudios realizados en otros países 52 Estudios realizados en el Ecuador 59

Capítulo III 64 Metodología y Resultados 64 Diseño de la Investigación 64 Enfoque de la investigación 65 Alcance de la investigación 65

Proceso de recolección y análisis de datos. 67 Población 68 Muestra 68 Consentimiento informado 69 Confidencialidad 70 Resultados del análisis 70 Análisis descriptivo 70 Factorial exploratorio 93 Análisis de igualdad de medias por variables específicas 100 Discusión de los resultados 102 Capítulo IV 104 La Propuesta 104 Objetivos de la propuesta 105 Dimensiones de la propuesta 106 Cronograma de implementación 107 Financiamiento 111 Conclusiones 113 Recomendaciones 115 Referencias 116

Índice de Tablas

Escribe aquí para buscar

ESP 16:58
LAA 29/03/2022

Agradecimientos

Le agradezco a Dios por acompañarme cada día, porque sé que gracias a su infinita bondad, me permitió iniciar el camino para poder alcanzar mi título de cuarto nivel, agradezco a mis padres, Pedro y Silvia, por sus consejos, por haber inculcado el deseo de superación, de seguir aprendiendo y preparándome siempre; a mi hermana, Kyra, por ser un excelente ejemplo a seguir y haber estado dispuesta a ayudarme en cualquier consulta durante la maestría; a mi esposa, María Elena, por estar a mi lado en todo momento, apoyándome en situaciones de tristeza y alegría e impulsándome a seguir cuando pensaba que no podía; a mis amigos, Dirk, Edher y Mafer, con quienes compartimos muchas horas de trabajos, talleres y estudios, logrando que formamos un grupo muy unido. Finalmente, agradezco a mis profesores, por sus enseñanzas, por su paciencia y por brindarme las herramientas para crecer profesionalmente.

Dedicatoria

A Dios por permitirme cumplir una meta más, brindarme salud para seguir adelante y cumplir todos mis objetivos propuestos. A mis papas y hermana por apoyarme en todo momento desde que inicié este largo camino. A mi esposa por siempre estar a mi lado dándome fuerzas, que me ayudaron a cumplir con esta meta.

Índice General

Agradecimientos	VI
Dedicatoria	VII
Introducción	1
Antecedentes	3
Planteamiento del problema	7
Justificación	14
Objetivos de la investigación	18
Objetivo General	18
Objetivos Específicos	18
Hipótesis	18
Capítulo I	19
Marco Teórico	19
Definición de emprendimiento	19
Definición de emprender	19
El emprendedor a lo largo de la historia	20
Características del emprendedor	23
Espíritu emprendedor	25
Factores que favorecen el espíritu emprendedor	27
Tipos de emprendedor	28
Importancia del emprendimiento	28
Teorías relacionadas con la creación de empresas	30

Teoría del rol.....	30
Teoría de la incubadora	32
Teoría de los valores	34
Teoría de los rasgos de personalidad	37
Teoría institucional.....	38
Conceptos generales de actitudes	40
Actitud emprendedora	41
Necesidad de logro	42
Necesidades fisiológicas.....	44
Necesidades de seguridad	44
Necesidades de pertenencia y amor	45
Necesidad de estima.....	45
Necesidad de autorrealización.....	46
Control percibido interno	46
Autoestima	48
Asunción de riesgo.....	51
Capítulo II	52
Marco Referencial	52
Estudios realizados en otros países	52
Estudios realizados en el Ecuador	59
Capítulo III.....	64
Metodología y Resultados	64
Diseño de la Investigación.....	64
Enfoque de la investigación	65

Alcance de la investigación	65
Proceso de recolección y análisis de datos.	67
Población	68
Muestra	68
Consentimiento Informado	69
Confidencialidad	70
Resultados del análisis	70
Análisis descriptivo	70
Factorial exploratorio	93
Análisis de igualdad de medias por variables específicas	100
Discusión de los resultados	102
Capítulo IV	104
La Propuesta	104
Objetivos de la propuesta	105
Dimensiones de la propuesta	105
Cronograma de implementación	107
Financiamiento	111
Conclusiones	113
Recomendaciones	115
Referencias	116

Índice de Tablas

<i>Tabla 1 Factores de emprendimiento para Ecuador y Economías de Eficiencia – 2016 ...</i>	9
<i>Tabla 2 Características de emprendedor según Alcaraz.....</i>	24
<i>Tabla 3 Características de emprendedor según Kao (1989), Vender y Bush (1989) y Amaru (2008).....</i>	25
<i>Tabla 4 Concepto de Actitud – Varios Autores</i>	41
<i>Tabla 5 Primera pregunta: Me gusta que las cosas sean estables y predecibles</i>	71
<i>Tabla 6 Segunda pregunta: Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros ..</i>	72
<i>Tabla 7 Tercera pregunta: Me gusta dónde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes</i>	73
<i>Tabla 8 Cuarta pregunta: Dedico una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor.....</i>	74
<i>Tabla 9 Quinta pregunta: Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado</i>	74
<i>Tabla 10 Sexta pregunta: Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en reuniones de negocios.....</i>	75
<i>Tabla 11 Séptima pregunta: Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo.....</i>	76
<i>Tabla 12 Octava pregunta: Me siento cohibido cuando estoy con personas de mucho éxito en los negocios</i>	77
<i>Tabla 13 Novena pregunta: Realizo cada trabajo tan exhaustivamente cómo es posible</i>	78
<i>Tabla 14 Décima pregunta: Las horas regulares de trabajo y las vacaciones son más importantes para mí que las nuevas oportunidades y retos que ofrezca un puesto</i>	79
<i>Tabla 15 Décimo primera pregunta: No estoy seguro (a) de mis propias ideas y capacidades</i>	80
<i>Tabla 16 Décimo segunda pregunta: Estar auto empleado implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr.</i>	81

<i>Tabla 17 Décimo tercera pregunta: Me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo.....</i>	<i>82</i>
<i>Tabla 18 Décimo cuarta pregunta: No me molesta la incertidumbre y el riesgo que suele provocar los desconocidos.....</i>	<i>82</i>
<i>Tabla 19 Décimo quinta pregunta: Creo que cualquier organización puede llegar a ser más efectiva empleando a personal competente.....</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 20 Décimo sexta pregunta: Creo que para tener éxito en un negocio debes dedicar tiempo todos los días a desarrollar nuevas estrategias.....</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 21 Décimo séptima pregunta: Creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales.....</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 22 Décimo octava pregunta: Me gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos.....</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 23 Décimo novena pregunta: Para resolver bien un problema empresarial es importante cuestionarse todas las suposiciones previas que se dieron por buenas, al plantearse dicho problema.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 24 Vigésima pregunta: A menudo llevo a cabo tareas de una forma original.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabla 25 Vigésimo primer pregunta: Suelo apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras.</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 26 Vigésimo segunda pregunta: Creo que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 27 Vigésimo tercera pregunta: Tengo mucha necesidad de nuevas aventuras.....</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 28 Vigésimo cuarta pregunta: Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 29 Vigésimo quinta pregunta: Me siento satisfecho cuando hago algo que permite que el grupo o las organizaciones a las que pertenezco funcionen mejor.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 30 Vigésimo sexta pregunta: Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio.....</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 31 Vigésimo séptima pregunta: Por lo general evito asumir riesgos.</i>	<i>91</i>

<i>Tabla 32 Vigésimo octava pregunta: Normalmente busco compañeros de trabajo que se motiven explorando nuevas formas de hacer las cosas.</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 33 Vigésimo novena pregunta: Me entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales....</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 34 Trigésima pregunta: Vivo cómodo en situaciones de cambio e incertidumbre .</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 35 Estadística de fiabilidad.....</i>	<i>93</i>
<i>Tabla 36 Prueba de KMO y Bartlett</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 37 Comunalidades de las variables por factor Autoestima</i>	<i>95</i>
<i>Tabla 38 Comunalidades de las variables por factor Control percibido interno.</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 39 Comunalidades de las variables por factor Asunción al riesgo.</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 40 Comunalidades de las variables por factor Necesidad de logro.</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 41 Varianza total explicada en el modelo.</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 42 Total de encuestados por sexo y por carrera</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 43 Comparativo de resultados por carreras</i>	<i>99</i>
<i>Tabla 44 Prueba de hipótesis para diferencias de medias y varianzas.</i>	<i>101</i>
<i>Tabla 45. Detalle de las acciones a realizar en la fase 1 del proyecto.....</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 46. Detalle de las acciones a realizar en la fase 2 del proyecto.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 47. Detalle de la inversión técnica en la fase 1 del proyecto.</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 48. Detalle de la inversión operativa de la fase 1 del proyecto.....</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 49. Detalle de la fuente de financiamiento para ambas fases del proyecto.</i>	<i>112</i>

Índice de Figuras

<i>Figura 1 Estructura dinámica de los valores de acuerdo con la teoría universal de Schwartz (1992)</i>	36
<i>Figura 2 Tipo de carrera</i>	70

Resumen

Objetivo: El propósito de este trabajo de investigación fue determinar las diferencias entre las actitudes emprendedoras de los estudiantes de carreras técnicas y los de carreras administrativas a través de la aplicación de la Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO). **Metodología:** Se aplicó un análisis factorial exploratorio (AFE) para identificar la fortaleza de los cuatro factores aplicados desde la teoría: (1) Autoestima, (2) asunción al riesgo, (3) necesidad de logro y (4) control percibido interno y una prueba t para evaluar diferencias significativas entre los estudiantes de una muestra de 76 individuos de carreras administrativas y técnicas. **Resultados:** El AFE determinó que los cuatro factores considerados en el modelo, explican una varianza total del 49,614. Si bien la varianza explicada no supera el 50% del total de la varianza se puede argumentar que es posible tomar en cuenta los cuatro factores como determinantes de la Actitud Emprendedora, aunque de manera débil. Los resultados de las pruebas t no difieren entre carreras administrativas y técnicas en cada uno de los factores. En todas las pruebas de hipótesis se descartaron las diferencias entre ambos grupos, con excepción de una pregunta perteneciente al factor de autoestima. **Conclusiones:** El autoestima, la asunción al riesgo, la necesidad de logro y el control interno percibido no son determinantes de la actitud emprendedora en los estudiantes universitarios ecuatorianos, tampoco lo es las carreras que estudian, puesto que contrario a lo esperado, los estudiantes de carreras administrativas no tienen una mayor actitud emprendedora que los estudiantes de carreras técnicas.

Palabras clave: actitud emprendedora, emprendimiento, autoestima, necesidad de logro, asunción al riesgo, control interno percibido.

Abstract

Objective: The purpose of this research work was to determine the differences between the entrepreneurial attitudes of students of technical careers and those of administrative careers through the application of the Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO). **Methodology:** An exploratory factor analysis (EFA) was applied to identify the strength of the four factors applied from the theory: (1) Self-esteem, (2) assumption of risk, (3) need to achieve and (4) internal perceived control and a t-test to evaluate significant differences between the students of a sample of 76 individuals from administrative and technical careers. **Results:** The EFA determined that the four factors treated in the model explain a total variance of 49.614. Although the explained variance does not exceed 50% of the total variance, it can be argued that it is possible to take into account the four factors as determinants of the Entrepreneurial Attitude, although in a weak way. The results of the tests do not differ between administrative and technical careers in each of the factors. In all hypothesis tests, differences between the two groups were ruled out, with the exception of one question pertaining to the self-esteem factor. **Conclusions:** Self-esteem, risk-taking, the need to achieve and perceived internal control are not determinants of the entrepreneurial attitude in Ecuadorian university students, nor is the career they study, since contrary to expectations, students from Administrative careers do not have a greater entrepreneurial attitude than students of technical careers.

Keywords: entrepreneurial attitude, entrepreneurship, self-esteem, need for achievement, risk-taking, perceived internal control.

Introducción

En la actualidad la conformación de nuevas empresas y el interés por desarrollar una cultura emprendedora se han convertido en un tema de crucial importancia en la agenda de políticos, gobiernos, académicos en la mayoría de los países alrededor del mundo incluyendo el Ecuador. Debido a la importancia que el emprendimiento tiene en el desarrollo social y económico de un país, los estudios en este campo han adquirido mayor protagonismo. La creación de nuevos negocios genera inversiones en la economía local, crea nuevos empleos, y aumenta la competitividad desarrollando instrumentos de funcionamiento innovadores (Couto & Tiago, 2009, citados por Rojo, Macedo, & Lorena, 2016). Es por esto que los emprendedores se convierten en factores importantes para dinamizar el desarrollo económico de los países, debido a que tienen las características necesarias para encontrar una oportunidad y crear un nuevo negocio a partir de ella, adicionalmente la actividad emprendedora tiene un impacto positivo en la generación de plazas de trabajo y en el crecimiento económico.

El gobierno de cada país juega un papel fundamental al momento de incentivar al emprendimiento, es por esto que dentro del plan “Toda una Vida” del estado ecuatoriano se ha entregado un total de USD 30 millones a jóvenes de 18 a 30 años, a cargo del BanEcuador, para impulsar emprendimientos (El Comercio, 2017). Como lo indicaron Espíritu y Sastre (2007), la preferencia de los estudiantes universitarios a crear una empresa no es alta, es por esto que las universidades han ido incorporando en sus planes de estudios materias relacionadas al emprendimiento. En el caso de la Universidad Politécnica del

Litoral (ESPOL) la malla curricular de todas sus carreras presenta la materia de Emprendimiento e Innovación Tecnológica en sus últimos semestres.

En esta investigación se buscó conocer cuáles eran las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas (FSCH) y de la Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación (FIEC) de la ESPOL buscando realizar una comparación entre las actitudes para emprender de los estudiantes de ambas facultades identificando diferencias entre las mismas, para esto se analizó el perfil del emprendedor desde distintas ópticas, en especial según las actitudes emprendedoras definidas como: necesidad de logro, autoestima, innovación, control percibido interno y asunción de riesgo.

En el primer capítulo de este proyecto se desarrolla el marco teórico y conceptual, donde se esbozan las teorías referentes a la creación de empresas y los conceptos relacionados al emprendimiento, la actitud emprendedora, los factores que lo favorecen y los tipos de emprendedores. En el segundo capítulo se desarrolla en marco referencial, en donde se plantean los puntos de vista de diferentes autores y sus investigaciones junto con el análisis de conceptos referentes al tema a tratado expuestos por sus autores. En el capítulo tres se especifica la metodología de la investigación, en donde se plantea el tipo de investigación, los instrumentos y el tipo de análisis realizado para obtener los resultados. Finalmente, en el capítulo cuatro, se describirá una propuesta para incentivar el emprendimiento en la universidad, seguido de las conclusiones y recomendaciones del autor.

Antecedentes

En la actualidad varias investigaciones se han enfocado estrictamente en el emprendimiento, ya que existe la necesidad de saber cómo el emprendedor y la creación de una empresa afecta a la economía y desarrollo de un país. Los estudios económicos y empresariales han dedicado una mayor importancia a la empresa como tal en lugar del creador, cuando en realidad este último se convierte en una pieza clave en la estructura económica de los países.

La palabra emprendedor proviene del francés *entrepreneur* y fue utilizada para referirse a personas aventureras como por ejemplo Cristóbal Colón quien junto con su personal, se lanzaron en una travesía hacia el Nuevo Mundo sin conocer a ciencia cierta que podían encontrar. Según la Real Academia de la Lengua Española, el término emprendedor viene del verbo emprender que significa: “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”. Para Ronstadt (1985), emprender denota un conjunto de características que hacen actuar al individuo de una manera distinta demostrando ciertas competencias para tener una visión determinada y alcanzar objetivos. Shefsky (1997), concuerda en manifestar que el término emprender describe a cualquier miembro de la economía que actúa de forma novedosa, no es rutinario y no hace lo que la mayoría de las personas hacen. Entonces se puede manifestar que emprender involucra la acción de tomar decisiones pero lo que diferencia a un emprendedor de otro es la toma de las mejores decisiones, para alcanzar los mejores resultados se necesitan las competencias necesarias (Alcaraz, 2015).

El término *entrepreneur* apareció por primera vez en la historia en el texto “*Essai Sur la Nature du Commerce en Général*” en español: “Ensayo sobre la

Naturaleza del Comercio en General” escrito por Ricahard Cantillon y publicado en 1755. Este autor le dio al término emprendedor un significado de empresario, expresó que es la persona que promete pagar al dueño de una granja o tierras una cantidad fija de dinero sin tener la convicción de obtener un beneficio posteriormente por ello, por lo tanto, esta concepción relacionó al término emprendedor con los elementos conceptuales de recursos y riesgo (Espíritu, 2016).

Con respecto a lo que señala este autor se puede decir que un emprendedor realiza una muy importante función económica, ya que se compromete a comprar materia prima sin conocer cuánto estarán dispuestos a pagar los clientes por el producto terminado. Este tipo de incertidumbre se encontraba en toda fase de una transacción comercial durante la cadena de valor (Espíritu, 2016).

En los siglos XVII y XVIII se denominaba de emprendedor al maestro de obra y al arquitecto, ya que se veían en ellos características de personas que emprendían grandes obras como casas, edificios, etc. (Espíritu, 2016). A comienzos del siglo XVIII, según el economista político francés Say (1816) un emprendedor es un coordinador, es decir, la persona que contrata y combina factores productivos, como el capital, tierra, trabajo y opera como el nexo entre los productores y consumidores. Por lo tanto este autor fue el primero en designar al emprendedor una posición determinada en el proceso económico hasta ubicarlo como el centro alrededor del cual gira la economía (Espíritu, 2016).

Otro autor importante es Frank Hyneman Knight quién en 1921 escribió el libro “Riesgo, Incertidumbre y Beneficio”, en donde estudiaba el proceso de asignación eficiente del riesgo en una empresa, dándole mayor riesgo al

capitalista, debido a que la renta residual compensara el riesgo no asegurable (Lloret, Ferres, Hernández, & Tomás, 2014). Según Knight el producto de la sociedad se clasifica en dos clases: la renta como tal y el beneficio. En cuanto al riesgo manifestó que hace alusión a una amenaza, contrario a la incertidumbre que se puede relacionar con un resultado favorable. Para Hoselitz (1960) el emprendedor se constituye en el catalizador para el desarrollo de productos, en un trabajador superior, alguien quién le daba valor a los productos dependiendo de lo útiles que son para las personas (Espíritu, 2016).

Por otro lado Weber (1977), mostró interés en la conducta emprendedora relacionándola con factores religiosos. Se basó en cuanto influye el contexto social y los valores en el espíritu de emprender, citado en (Espíritu, 2016). Para este autor los emprendedores son independientes, innovadores, líderes que se muestran como una fuente de autoridad hacia las demás personas. Contrario a lo dicho por Weber, McClelland (1961), citado en (Espíritu, 2016) estudió al emprendedor desde las ciencias sociales, con su libro “La Sociedad Ambiciosa”, sus posteriores trabajos estaban relacionados a la motivación de las personas por tener éxito o lograr un fin en general, de esta manera varios autores empezaron a estudiar las principales características psicológicas que explican una conducta emprendedora (Espíritu, 2016).

Según la teoría del desarrollo económico de Schumpeter (1978), el emprendedor era una persona cuya función es lograr ser productivo por medio de la innovación, de tal manera que la pueda usar al máximo con el objetivo de llegar a las metas esperadas. Como las innovaciones económicas son grandes y espontaneas el emprendedor produce un desequilibrio, un cambio en la economía, es decir, se constituye como un creador y destructor rompiendo la zona de confort

buscando un crecimiento. El emprendedor al recibir beneficios e incentivos por sus acciones se sentirá motivado para continuar innovando. Shumpeter (1978), consideraba que uno de los beneficios que obtenía el emprendedor era el monopolio, sin embargo esta sería un incentivo de poco tiempo ya que el mercado es tan competitivo que pronto aparecería otro emprendedor con mucha más innovación, reemplazando el monopolio existente.

Castillo (1999) concuerda con la teoría antes mencionada al estar de acuerdo con el desequilibrio provocado por la incertidumbre existente en la economía, por esto los emprendedores son las personas llevadas a aprovechar esos cambios en el mercado generando oportunidades en términos de pérdidas, precios y ganancias. Siropolis (1990) está de acuerdo con esta definición de emprendedor al considerar que es una persona que desarrolla nuevas ideas o formas de abordar el mercado para hacer negocios exitosos. Por otro lado Sánchez (2003) lo define como aquella persona que crea su propio destino, está consciente de los problemas que existen en la sociedad, es un líder preocupado, se hace sensible ante el medio que lo rodea y tiene la capacidad de aplicar sus talentos, habilidades y conocimientos para hacer crecer su riqueza (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016).

Harper (1991) introduce el término de autoconfianza, ya que gracias a esta característica el emprendedor será capaz de elaborar y desarrollar un nuevo negocio, con la virtud de detectar problemas y aprovechar las oportunidades usando sus capacidades y los recursos que posee. El emprendedor como un ser innovador con una personalidad creativa capaz de enfrentarse a lo desconocido y convertir las posibilidades en oportunidades. Por otra parte Drücker (1993), propone que emprender antes de ser un rasgo de personalidad es un comportamiento, es decir, que cualquier persona que pueda afrontar la toma de

decisiones y a la innovación puede aprender a emprender (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016).

Para Painevillo (1994), un emprendedor es la persona quien actúa por una necesidad de logro, por esto estará atento a todos los cambios que se dan en el mercado, al igual de lo dicho por Harper, convierta las fortalezas en oportunidades, con un comportamiento responsable, siendo perseverante de tal manera que se garantice la calidad y la eficiencia.

Por lo tanto después de analizar las definiciones de varios autores a través de la historia sobre el concepto de emprendedor, se puede denotar que el emprendedor es aquella persona que trata de innovar constantemente, tomar las mejores decisiones, aprovechando las oportunidades que le da el mercado para convertirlas en fortalezas, utilizando de la forma más eficiente los recursos generando una ganancia y haciendo crecer su negocio cada vez más citado en (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016).

Planteamiento del problema

Hoy en día el interés en estudiar las actitudes emprendedoras en jóvenes estudiantes universitarios está creciendo y ha sido objeto de varias investigaciones, más que nada en aquellas universidades que poseen facultades administrativas y carreras relacionadas directamente con la creación de empresas.

Es importante conocer que en los países en donde el porcentaje de nuevos emprendedores y negocios propios ha aumentado, los niveles de desempleo han ido disminuyendo, es por este motivo que el incorporar el desarrollo de habilidades de emprendimiento en los sistemas educativos toma una gran importancia. Por lo tanto, los colegios y universidades deben añadir a sus

programas formas de desarrollar y fomentar las actitudes emprendedoras en los estudiantes, sin embargo, el impacto de mejorar la actividad emprendedora en un país no es inmediato y debe ser considerada en un horizonte de mediano y largo plazo (Isbenberg, 2010).

El Monitor del Emprendimiento Global (GEM por sus siglas en inglés) en Ecuador realizado en el 2016 es un reporte que describe a los emprendedores en Ecuador, los factores que influyen en el emprendimiento y la creación de empresas. En esta encuesta global de la actividad emprendedora participaron 66 economías, Ecuador se encuentra dentro del grupo denominado Economías de Eficiencia, que recibe su nombre de acuerdo al estado de desarrollo económico que se encuentra y está conformado por todos los países de América Latina y el Caribe, excepto Puerto Rico, Egipto, Marruecos, Sudáfrica, China, Georgia, Indonesia, Jordán, Líbano, Malasia, Arabia Saudí, Tailandia, Turquía y algunos países de Europa como: Bulgaria, Croacia, Hungría, Letonia, Macedonia, Polonia y Eslovaquia. Los emprendedores y negocios establecen un rol muy importante en el desarrollo de las sociedades, según en el GEM existen un conjunto de condiciones que se relacionan directamente con el ecosistema emprendedor como es el apoyo financiero, políticas y programas gubernamentales, educación y formación en emprendimiento, transferencia de conocimiento, infraestructura comercial y física, normas sociales y culturales, dinamismo del mercado y regulaciones de entrada.

La actividad emprendedora temprana (TEA) es el porcentaje de la población (mayores a 18 años) que está en el proceso de iniciar un negocio o ya es dueño o administrador de uno que haya estado en marcha por 42 meses (GEM, 2016), Ecuador tiene una TEA del 31,8% y se encuentra en la posición número

dos con respecto al grupo de países correspondientes a su economía y se encuentra en el puesto número uno en la tasa de emprendimientos nacientes. Sin embargo, para Ecuador, al igual que para la región, el entorno para emprender no se ha visto muy favorable a través del tiempo. Después de la encuesta realizada a 36 expertos en temas de emprendimiento en el Ecuador con respecto a las condiciones favorables al emprendimiento, se tienen los resultados mostrados en la Tabla 1.

Tabla 1 Factores de emprendimiento para Ecuador y Economías de Eficiencia – 2016

Factor	2016	Economías de Eficiencia
Apoyo financiero	2,86	4,07
Políticas gubernamentales: políticas generales	3,38	3,92
Políticas gubernamentales: regulación	2,68	3,67
Programas gubernamentales	3,36	3,96
Educación y formación: primaria y secundaria	3,07	2,93
Educación y formación: educación superior	5,33	4,59
Transferencia de conocimiento	3,17	3,55
Infraestructura comercial y profesional	4,57	4,72
Apertura del mercado: dinámica	4,54	5,08
Apertura del mercado interior: apertura	4,21	4,04
Acceso a infraestructura física	6,72	6,38
Normas sociales y culturales	5,35	4,76

Tomado de Reporte GEM 2016

En donde se muestra que las condiciones más desfavorables para el emprendimiento en Ecuador serían el Apoyo financiero y las Políticas gubernamentales, con respecto a las economías de eficiencia se tiene por encima a la Educación superior, primaria y secundaria, así como también a las Normas sociales y culturales y al Acceso a la infraestructura física. Se destaca el papel de la universidad en la formación de emprendedores, ya que se preocupa cada vez más por el emprendimiento como un eje principal, en mejorar la calidad de los

graduados y en realizar investigaciones, cabe destacar que también se está trabajando el tema a nivel de los colegios. Con respecto al Apoyo financiero los expertos indican que para el 2016 faltaban fuentes de financiamiento para emprendedores ya que los créditos no estaban diseñados para empresas pequeñas y peor aún para productos innovadores con alto riesgo.

Para *The Global Entrepreneurship Monitor* (GEM , 2017) existe la figura de emprendedores potenciales que son aquellos adultos que ven oportunidades de emprender en un horizonte de seis meses y que consideran que tienen los conocimientos y habilidades para hacerlo. Con respecto a esto se tiene cuatro actitudes y percepciones de la población para emprender: Oportunidades percibidas, Capacidades percibidas, Miedo al fracaso e Intención de emprender, es así que el 43% de los ecuatorianos manifiesta su intención de emprender en los próximos tres años, con respecto a la región y tipo de economía este porcentaje es alto. La mayoría de las veces el temor al fracaso se convierte en una barrera para emprender, sin embargo, en Ecuador el 32% de las personas considera que este factor le impediría emprender, el cual se encuentra por debajo de la media regional. Con respecto a las motivaciones para emprender la TEA se divide en dos, por oportunidad o por necesidad, con respecto a los países de la Región (Colombia, Perú y Chile) Ecuador tiene una TEA por Oportunidad mucho más bajo y una por necesidad más alto, esto quiere decir que en el país las personas buscan tener un negocio propio o emprender porque tienen necesidad de hacerlo o para subsistir y no por una motivación o alguna oportunidad de hacerlo.

En el tema de la educación predominan los emprendedores que han concluido solo la educación primaria y secundaria, 32% y 33% respectivamente (GEM, 2016). En cambio solo el 15% han terminado los estudios superiores, este

porcentaje muestra que las personas que son graduados de universidad no están predispuestos a emprender he ahí la importancia de formar la cultura del emprendimiento en esa instancias de la educación, cabe recalcar que la población que emprende con estudios superiores no lo hace por necesidad sino por oportunidad y motivación, esto se da cuando se empieza el nuevo negocio ya que a medida que se van incrementando los ingresos se reduce la motivación por necesidad y aumenta el porcentaje de Oportunidad de mejora (Comisión Europea, 2008). Cuando una persona se encuentra involucrada en un negocio establecido aumenta su percepción de oportunidades y se siente más capaz para lograr emprender en los próximos seis meses, a su vez se reduce el miedo al fracaso. El Ecuador tiene un porcentaje de intenciones de emprender alto pero al parecer solo se queda en eso en intenciones ya que solo el 22% de la población adulta ha logrado transformarlas en acciones para poder poner en marcha un nuevo negocio, para el 2016 existe una diferencia significativa entre la TEA y los negocios establecidos aproximadamente un 17% lo que denota un problema ya sea por el tipo de emprendimiento que no logra convertirse en un negocio establecido o bien el ecosistema emprendedor del país no ofrece el apoyo necesario (ESPOL, 2020). Otra relación que se debe tener en cuenta es la de emprendedores nuevos con respecto a los nacientes, en el 2016 ésta relación estuvo en 0.49, mayor que la del 2015, sin embargo, por debajo del promedio de América Latina y el Caribe que está en 0.73 y mucho más bajo para el promedio de las economías de eficiencia que es de 1.07, demostrando que existe dificultad para que los negocios nacientes puedan mantenerse por un periodo mayor a tres meses y llegar a convertirse en nuevos (GEM, 2016).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2021), para el trimestre de abril – junio del 2016 el pleno empleo estaba en 41%, otro empleo no remunerado y empleo remunerado en 53.3% y el desempleo en 5.3%. Como ya se ha mencionado anteriormente Ecuador posee la TEA más alta de la región, los emprendimientos no generan las plazas necesarias para contribuir en la disminución del desempleo y el empleo inadecuado, es así que para el 2016 ningún emprendimiento naciente ha generado empleo, 74% de los negocios nuevos y 65% de los establecidos tampoco han generado ninguna plaza de trabajo y solo 1.5% de negocios nuevos y un 3% los establecidos han generado más de 5 empleos. Es por este motivo que las universidades deben fomentar a los estudiantes hacia la creación de emprendimientos orientados a la innovación que sirvan para crear plazas de trabajo y, al largo plazo, contribuir en la disminución de la tasa de desempleo del Ecuador.

Identificar los factores que influyen en el individuo a convertirse en un emprendedor es de vital importancia en la literatura empírica acerca del emprendimiento (Delmar y Davidsson, 2000). Existen estudios que han relacionado al emprendedor con factores psicosociales, destrezas, habilidades y con el proceso de aprendizaje (Sánchez, 2002; Benavides, 2004; de Pablo, 2006; Moriano, 2006). En adición a estos estudios, existen otros que han analizado que influencia tienen los factores socioculturales en el proceso de aprendizaje de un emprendedor.

En la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), como ya se mencionó anteriormente, todas las carreras tienen en sus mallas curriculares la materia de emprendimiento aproximadamente en el penúltimo año de estudio, como parte del programa de esta materia todos los años se realiza una Feria de

Emprendimiento con una duración de una semana, que consiste en que los estudiantes forman grupos y se convierten en una especie de empresa naciente para elaborar un producto y ser comercializado en dicha feria, cabe recalcar que esto es tomado como una calificación para poder terminar la materia. Esta iniciativa tiene muchos beneficios, sin embargo no se le da la importancia que merece, ni tampoco se forma en el estudiante una conciencia de emprendedor para el futuro, es decir, se le ve muy superficialmente, por lo tanto la universidad como tal debería trabajar en mejores programas para fomentar el emprendimientos en los jóvenes estudiantes.

En cuanto a la inversión inicial requerida para empezar un nuevo negocio, los montos dentro de cada país son muy variables, el promedio en Europa es de \$ 17,200, en Asia y Oceanía de \$ 15,200 y en América del Norte de \$ 18,500, esto se da principalmente porque en este tipo de regiones las economías están basadas en la innovación. Para las economías de eficiencia, a la que pertenece Ecuador, el promedio es de \$ 2,600. Dentro de los países de América Latina y el Caribe los montos también varían considerablemente, por ejemplo, en Uruguay va desde \$ 250, en Colombia hasta \$6,400, por su lado Ecuador tiene un monto aproximado de \$ 2,000, cabe recalcar que la TEA no tiene relación con estos montos (Lasio & Zambrano, 2016). Un indicador de sostenibilidad en los negocios es el uso de otras fuentes de financiamientos, como por ejemplo los préstamos bancarios, en Ecuador el 93% de los negocios son financiados con fondos propios mucho más al porcentaje promedio de la región que es de 75%.

En conclusión, el Ecuador mantiene un entorno favorable al emprendimiento, ya que se estimula la actividad temprana, para el 2016 la percepción de oportunidades, capacidades para emprender, poseer conocimientos

y habilidades para iniciar un negocio se mantiene alta y el temor al fracaso ha disminuido lo que incide directamente en la intención de emprender. Con respecto a la políticas públicas y programas de emprendimiento no han sido tan eficaces ya que la actividad emprendedora en el país se ha mantenido en los últimos años, con un nuevo gobierno sería favorable un enfoque mucho más audaz para promover el emprendimiento, se necesitan políticas que hagan los nuevos negocios más competitivos para que puedan lograr mantenerse en el tiempo, puedan planificar su inversión y logren generar plazas de trabajo

La investigación se centra en las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios, haciendo una diferencia entre las carreras administrativas y técnicas, por lo tanto se desea saber qué factores y habilidades relacionadas al emprendimiento, influyen en la decisión de optar por seguir el camino emprendedor en las distintas carreras universitarias. Es así como la investigación tratará de responder la siguiente pregunta: ¿Qué diferencias existen en las actitudes emprendedoras entre los estudiantes universitarios de carreras técnicas en comparación con los estudiantes de carreras administrativas en la Universidad Politécnica del Litoral?

Justificación

Actualmente se vive una era de conocimiento y de cambio constante que exige a los países una globalización, debido a esto la universidad para posicionarse en este entorno cada vez más cambiante debe implementar nuevos métodos al momento de formar a los estudiantes, de tal forma que se tengan graduados con visión generadora de empleos, es decir, de empleadores y no de empleados con el objetivo de reducir la pobreza y el desempleo.

La sociedad muchas veces confunde el término autoempleo con el emprendimiento, el primero hace referencia a los individuos que comercializan un producto sin ofrecer un valor agregado, es decir algo que ya existe, normalmente estos comercios no poseen una visión de crecimiento ni aspiración a un éxito mayor, por otro lado el emprendimiento está ligado a la importancia de innovar, crear y producir algo nuevo o incluso mejorar algo ya existente, influyendo en gran medida al desarrollo individual, bajo el aspecto económico principalmente, lo que enriquece a la sociedad pues se generan plazas de trabajo que impulsan la economía de un país.

Una buena forma de combatir el desempleo y aportar al crecimiento de la economía del país, es desarrollando una capacidad emprendedora en los jóvenes desde tempranas edades, por lo tanto, es necesario conocer los factores que influyen en los estudiantes universitarios para optar por emprender un nuevo negocio y conocer en qué tipo de carreras se encuentran los jóvenes más propensos al emprendimiento, si es en las carreras administrativas o en las técnicas.

La Constitución del Ecuador (2008) indica que el Estado reconocerá a los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, por lo tanto les garantizará salud, vivienda educación, etc., también fomentará la incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, haciendo hincapié en la capacitación y la promoción de las habilidades emprendedoras. Dentro del Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 en el eje económico mediante trabajo y empleo digno se encuentre también incluido el emprendimiento por medio del objetivo 1 busca incrementar las oportunidades de empleo para los ecuatorianos.

En los objetivos del Plan de Creación de Oportunidades en el eje social el número siete buscar potenciar las capacidades de la ciudadanía promoviendo una educación innovadora, inclusiva y para todos los niveles, además el plan fue constituido por medio de una economía libre promoviendo una economía emprendedora llena de oportunidades para todos los ciudadanos.

También se creó el Impulso Joven que tiene como objetivo fomentar el empleo y emprendimiento en la juventud mediante las acciones coordinadas entre la Secretaría de la Juventud, el Ministerio de Inclusión Económica y Social, la Secretaría de Cualificaciones y Capacitación Profesional, el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional, la Banca Pública, la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación y el Ministerio de Industrias y Productividad. Así mismo, se aprobó la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (LOEPS , 2011), con el objetivo de impulsar los emprendimientos sustentables e inclusivos como un subsistema de la economía del Ecuador.

El gobierno ecuatoriano impulsa varios programas y créditos que permitan a los emprendedores iniciar su propio negocio, es por esto que se creó la Secretaría nacional del Migrante la cual cuenta con un fondo destinado para los emprendimientos de migrantes que regresen al Ecuador. Desde el 2010 el Ministerio Coordinador de la Producción Empleo y Competitividad (MCPEC) fomenta el programa Emprende Ecuador que promueve la creación de nuevos negocios y ayuda al nuevo emprendedor con capacitación, asesoría profesional, investigación de mercado y creación de un plan de negocios, para luego apoyar con un monto determinado de crédito y de esta manera poder tener un negocio con bases profesionales. El Código de la Producción respalda la creación de empresas

con incentivos como: exoneración del Impuesto a la Renta por cinco años a empresas que fabriquen bienes usualmente importados y reducciones en el Impuesto a la Renta a quienes hagan capacitaciones para investigación, desarrollo e innovación tecnológica. Por otro lado una de las limitantes que han tenido ciertos proyectos de emprendimiento en el Ecuador es el acceso restringido a créditos es por esto que el gobierno dentro del Plan Toda una Vida ha creado la figura del Banco del Pueblo orientado a beneficiar a las mujeres, jóvenes emprendedores, migrantes, comerciantes informales, pequeños y medianos productores. Otras instituciones financieras gubernamentales como el Banco Nacional de Fomento (BNF) y la Corporación Financiera Nacional (CFN) se han alineado al plan y otorgan créditos para empresas y negocios buenos.

Por lo tanto, una vez que se hayan analizado las diferencias que existen, con respecto a los factores para emprender, entre los estudiantes de las carreras administrativas y técnicas, la investigación servirá para que la universidad se preocupe en desarrollar las actitudes emprendedoras de los jóvenes y según los resultados se determine en que carreras, las autoridades, necesitarán poner mayor esfuerzo para fomentar el desarrollo de los factores que influyen en el emprendimiento. El presente proyecto se encuentra articulado en la línea de investigación de la Maestría en Administración de Empresas de la UCSG correspondiente a “Procesos de innovación y emprendimiento”

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Determinar las diferencias que existen en las actitudes emprendedoras entre los estudiantes universitarios de carreras técnicas en comparación con los estudiantes de carreras administrativas para incentivar una actitud emprendedora en los estudiantes de la Universidad Politécnica del Litoral.

Objetivos Específicos

- Identificar y conceptualizar las teorías respecto al emprendimiento, el emprendedor y las actitudes emprendedoras y los autores referentes de la última década.
- Identificar la actitud emprendedora de los estudiantes de carreras técnicas y administrativas de la Universidad Politécnica del Litoral.
- Aplicar el cuestionario de la escala EAO entre los estudiantes de las carreras administrativas y técnicas de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), con la finalidad de determinar diferencias entre los factores que determinan la actitud emprendedora en los estudiantes de carreras técnicas y administrativas.
- Proponer formación complementaria acerca del emprendimiento.

Hipótesis

H0: No existen diferencias significativas en las actitudes emprendedoras entre los estudiantes de carreras técnicas y administrativas de la ESPOL.

H1: Existen diferencias significativas en las actitudes emprendedoras entre los estudiantes de carreras técnicas y administrativas de la ESPOL

Capítulo I

Marco Teórico

Es importante para el desarrollo económico de un país el protagonismo que cumplen los emprendedores a nivel global, pues son quienes detectan una oportunidad y la transforman en una idea concreta creando una actividad que se desea y quiere desarrollar con fines lucrativos. Es por tanto este nuevo negocio la representación del crecimiento individual reflejado en la sociedad.

Definición de emprendimiento

El término emprendimiento se define como el desarrollo de un proyecto que busca una finalidad económica, política o social, y que presenta ciertos detalles, especialmente el tener una cuota de incertidumbre e innovación. Es entonces el emprendimiento un término muy utilizado en todo el mundo y que siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad. Este concepto se ha vuelto de total importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos. (Martínez, Morel, & Somarriba, 2018)

La palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* que significa pionero, refiriéndose a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional para alcanzar una meta u objetivo, este término se usaba además para referirse a la quien iniciaba una nueva empresa o proyecto, vocablo que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente. (Martínez, Morel, & Somarriba, 2018)

Definición de emprender

Emprender es un término que tiene múltiples conceptos: Sánchez, Ortega y Jiménez, definen el emprender como crear su destino, convirtiéndose en un líder

pendiente en los demás, conocedor de los problemas sociales, sensible ante el medio que lo envuelve y su capacidad la deja sin límite para así poder aplicar todos sus conocimientos, sus habilidades, sus talentos, conjuntándose estos para que se acreciente su riqueza.

Para el académico Ronstadt (1985) citado por Alcaraz (2004), el término emprender engloba características que permiten que una persona actúe de una cierta forma permitiéndole al individuo desarrollar y denotar competencias y actitudes que le permitan visualizar, definir y lograr los objetivos propuestos. Para el Instituto Tecnológico de Costa Rica (2001) no es más que una filosofía emprendedora que busca desarrollar la forma de ser, de hacer y de pensar mediante el perfeccionamiento de habilidades, capacidades, desarrollo de valores, motivaciones y actitudes que le permitan tener el espíritu emprendedor que naturalmente existe en cada ser humano, logrando que este sea más competitivo en su materia y así llegando a esa satisfacción de ser un profesional útil para su medio. (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016)

Shefsky (1997), determina que el emprendedor es cualquier persona de la economía que sus actividades sean innovadoras de cierta manera, y aquellas que escapen de la rutina que usualmente satisface a la mayoría.

El emprendedor a lo largo de la historia

A lo largo del tiempo se han desarrollado varias definiciones que han enriquecido el concepto de emprendedor: “Entrepreneurship”, se traduce al castellano como emprendedor, por tanto, Según la Real Academia Española el término quiere decir que es aquella persona que establece la realización y ejecución de dar diversas soluciones, desempeñando alguna operación considerable y ardua.

Siropolis (1990) define al emprendedor como aquella persona que realiza negocios con éxito, mediante la creación de ideas innovadoras y útiles que se desarrollan en el mercado. Sánchez (2003) considera que es el mismo emprendedor quien labra su destino, iniciándose como un líder que se preocupa por quienes lo rodean y conoce los problemas que forman parte de la sociedad a la que pertenece, es sensible y no tiene límites, permitiéndose poner en práctica todos sus conocimientos, destrezas, capacidades para así se desarrolle y amplíe aún más su riqueza.

La persona emprendedora, es quien sueña, se aventura y desafía los resultados hasta lograr sus objetivos y metas, para el emprendedor no existen límites, como dijo Albert Einstein la imaginación es más importante y el conocimiento es limitado (Alcaraz, 2001).

Según (Rodríguez, 2009), es quien descubre una oportunidad, la examina, asimila, aprende y planea para generar una organización, es un individuo que conoce lo que busca, cree en sí mismo, en sus visiones, en sus ideas, y sobretodo en que es posible para él desarrollarlas en un mundo físico, real, donde aquellos sueños cobran formas, es alguien que no le importa reconocer sus equivocaciones y aprende de ello y sigue adelante sobrepasando obstáculos y mirando al frente. Harper (1991), describe al emprendedor como alguien que presenta habilidades para crear un negocio, además presenta la capacidad de resolver problemas, aprovechar las oportunidades que se generan en consecuencia al buen manejo de sus destrezas. Schumpeter (1965) citado por (Alcaraz, 2004) fue quien lo identificó como un modelo trascendente en la economía. Siendo diferente el gerente del emprendedor, pues este último es quien se encarga de innovar, es decir, usar todos los conocimientos para crear algo nuevo tomando como

referencia algo ya existente pero mejorada. Gerber (1996) agrega a esta premisa la creatividad y el desafío para enfrentar lo no conocido y así convertir las probabilidades en oportunidades.

De acuerdo con Drücker (1993) más que un comportamiento es un rasgo de personalidad. De esta forma aquel que pueda tomar una decisión, crear algo novedoso e innovar tiene la característica de ser emprendedor. El concepto va evolucionando y tanto Hebert como Link (1989) y Hatten (1997) coinciden que el emprendedor es un experto en adquirir un compromiso y responsabilidades debido a las decisiones que se toman respecto al buen uso de los diferentes recursos; es decir “un ágil captador y aprovechador de información y recursos” con la potestad para captar oportunidades de negocios y desarrollarlas. Prado y Júnior (2002) lo caracterizan como una persona que asume riesgos, desarrolla una determinada acción y luego obtiene un beneficio. Según Halloran (1997) quien emprende conoce los riesgos que existen en dos puntos diferentes, tanto al ganar beneficios o al incidir en pérdidas luego del desarrollo. Veciana (2005) refiere al emprendedor como el responsable de su accionar y como consecuencia de la toma de decisiones es quien acata el riesgo y se encamina a emprender, debiendo afrontar complejidad de los mercados para sobrevivir.

Sin embargo, para el maestro Varela (1996) el hecho de adquirir la oportunidad de producción y la libre decisión de la toma de recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos indispensables para iniciar un negocio, que no solamente enriquece la economía, sino que es una fuente de trabajo no solo para sí mismo sino para emplear a otras personas. A esto se denomina liderazgo en el que el emprendedor invierte tiempo, dinero y conocimientos, pone a prueba sus ideas para descubrir y lograr recompensas monetarias y personales. Bueno

(1996) le da importancia a la sensibilidad que una persona para augurar oportunidades de negocio y desarrollarlas, aun así, no tenga los recursos indispensables para llevarlo a cabo.

Características del emprendedor

La literatura describe los antecedentes del empresario como un factor de éxito y se puede clasificar en tres amplias áreas:

- la personalidad del emprendedor
- antecedentes biográficos del emprendedor
- el tipo de empresa creada

Ni la investigación sobre la personalidad del emprendedor ni el tipo de empresa creada han demostrado una influencia decisiva en los resultados de la empresa, pero ambas han sido considerados como un factor clave para comprender el éxito o el fracaso. Desde el punto de vista psicológico dentro del campo de los negocios el emprendedor tiene un perfil diferente del resto de la población, mientras que el emprendedor exitoso tiene un perfil psicológico diferente de los otros empresarios (Veciana, 1999). La literatura enfatiza los siguientes aspectos: género, edad, educación, organización, experiencia en el sector y experiencia en poner en marcha empresas, motivaciones, capacidad de planificación y habilidades gerenciales que los distinguen al resto de personas.

Alcaraz (2001) en su obra “el emprendedor de éxito” resume una serie de características, las cuales han sido mencionadas por diferentes autores que se pueden apreciar a continuación:

Tabla 2 Características de emprendedor según Alcaraz

Autor	Características				
	Motivacionales	Personales	Físicas	Intelectuales	Generales
Alcaraz (2001)	Necesidad de logro	Iniciativa personal	Dedicación al trabajo	Capacidad de análisis	Liderazgo
	Necesidad de reconocimiento	Capacidad de decisión	Energía	Planificación	Orientación al cliente
	Necesidad de desarrollo personal	Aceptación de riesgos moderados		Capaz de solucionar problemas	Comunicación
	Percepción de beneficio económico	Orientación hacia la oportunidad		Visión	Contactos
	Baja necesidad de poder y estatus	Estabilidad Emocional		Innovación	Administración de recursos
	Necesidad de independencia	Control interno		Creatividad	Consecución de recursos
	Necesidad de ayuda a los demás	Tolerancia a la incertidumbre		Imaginación y Flexibilidad	Dirección
	Necesidad de escape, refugio o subsistencia.	Receptividad en sus relaciones sociales		Versatilidad	Patrón de factores de producción
		Honestidad		Seguimiento de resultados	Eficiencia y calidad
		Confianza		Establecimiento de límites de tiempo	
		Constancia			
		Perseverancia			
		Sentido de urgencia			
		Valor del tiempo			

Tomado de Ortiz (2016).

De acuerdo con Kao (1989) el emprendedor es una persona con características muy particulares, Vender y Brush (1989) afirman que emprender es una actividad de negocios, y que consisten en una intersección de conductas y acciones y finalmente, dentro de las aportaciones de Amaru (2008) que se ha

investigado en varios estudios, destacan como características tres principales: la creatividad, la disposición para asumir riesgos y la perseverancia y optimismo.

Todas las actitudes se detallan en la tabla a continuación:

Tabla 3 Características de emprendedor según Kao (1989), Vender y Bush (1989) y Amaru (2008).

Autor	Características
Kao (1989)	Baja necesidad de estatus y poder
	Integridad
	Autoconfianza
	Control interno alto
	Tolerancia al cambio
	Orientación a resultados
	Realismo
	Compromiso total
Vender y Bush (1989)	Perseverancia
	Mucha energía
	Responsabilidad
	Determinación
	Toma de riesgos calculados
	Iniciativa
	Busca retroalimentación
Amaru (1989)	Buen criterio para tomar decisiones
	Resolución de problemas
	Manejo de riesgo
	Creación
	Aceptación al riesgo
	Dirección adecuada
	Buen desempeño
Vender y Bush (1989)	Buena utilización de recursos
	Optimista
	Adictos al trabajo
	Necesidad de logro
	Enfocado en metas
	Orientación a la excelencia
Amaru (1989)	Genera recursos
	Independencia
	Explotación de recursos, procesos, servicios y mercado
	Confianza al enfrentar desafíos
	Creatividad
Amaru (1989)	Trabajo arduo
	Tendencia a asumir riesgos
	Optimismo
Amaru (1989)	Perseverancia

Tomado de Ortiz (2016).

Espíritu emprendedor

Para servir a las personas en el más alto nivel, se requiere ser un emprendedor social, dispuesto a tomar riesgos para servir a las personas de una mejor manera. Los emprendedores sociales tienen estas características:

- Están buscando constantemente nuevas formas de servir a sus electores y agregan valor a los servicios ya existentes.
- Entienden que todos los recursos deben ser bien administrados pues son parte de una inversión.
- Dan gran importancia a los aspectos sociales y financieros de cada una de estas inversiones.
- Siempre mantienen en primer lugar la misión, pero ellos saben que también necesitan dinero; pero sin ésta, la misión no puede darse.
- Están dispuestos a tomar un riesgo razonable en nombre de las personas que su organización sirve.

Las dos ideas principales abarcan: que los gastos son realmente inversiones y ese riesgo es algo bueno. Es vital tener una amplia aceptación de estos dos conceptos para que el negocio tenga emprendimiento. Nueno (1996) citado por (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016) enfatiza que el emprendedor debe tener un espíritu especial. Conoce que para lograr el éxito debe confiar en sí mismo y tener una alta autoestima. Su trabajo es arduo y eficiente. Es positivo en su accionar, generando ideas no solo para mejorar individualmente, sino que lo irradia a su ambiente, favoreciéndolo e incentivándolo a lograr las metas propuestas. El emprendedor no piensa en su proyecto en forma limitada, sino que siempre tiene visión de futuro.

El espíritu emprendedor es una actividad llena de propósitos para uno o varios individuos organizados para fomentar el crecimiento de un negocio, en busca de ganancias destinadas a la producción y distribución de bienes económicos o servicios. Es también un estado de alerta hacia todas las oportunidades y en la importancia a aprovechar aquellas que traen consigo

beneficios en pro a regular los recursos destinados al crecimiento de un negocio.

El espíritu emprendedor es importante para demostrar que todo es posible con una actitud positiva, dando un paso adelante luego de un tropiezo, y si existe un fracaso levantarse con más fuerza. Engloba la responsabilidad con la que debe desempeñar sus actos, entiende que un trabajo honrado no es un sacrificio, sino un privilegio y oportunidad que nos da la vida. El emprendedor sueña con algo, lo materializa y lo realiza pues su ideología es ser positivo para todo.

Factores que favorecen el espíritu emprendedor

Las intenciones hacia un determinado comportamiento son impulsadas por factores motivacionales. Cuanto más favorables sean estos factores para el comportamiento, las personas tendrán más éxito en el desarrollo de sus negocios.

Los principales factores emocionales son:

- El deseo: si los encuestados desean comenzar un negocio.
- La estabilidad frente a la presión social: si los encuestados dejarían que sus redes sociales, el entorno, como la familia y los amigos, los disuade de comenzar un negocio.
- La factibilidad: si los encuestados se sienten preparados para comenzar un negocio.

En el 2010 Gutiérrez mencionó que los principales factores para el surgimiento del espíritu emprendedor son:

- La libertad
- La educación
- El entorno o el medio en el que se desempeña un emprendedor
- El escenario institucional

Tipos de emprendedor

Cada empresario es diferente y único. El único elemento común que todos comparten es el deseo de crear libertad en el "trabajo" y la vida a través de la iniciativa empresarial. Actualmente existen oportunidades para crear negocios que pueden ayudar a vivir las vidas que cada uno desea. Sin embargo, comprender qué tipo de emprendedor es y qué es lo que lo motiva, podría ser la clave para hacer crecer su negocio y alcanzar el hito del éxito que se esfuerza por lograr. (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016)

Los emprendedores se dividen en cinco tipos según Schollhammer (1980) citado por (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016):

- El **emprendedor administrativo**: Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- El **emprendedor oportunista**: Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que lo rodean.
- El **emprendedor adquisitivo**: Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer mejor lo que hace.
- El **emprendedor incubador**: En su afán por crear y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.
- El **emprendedor imitador**: Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos

Importancia del emprendimiento

Lograr una notable estabilidad económica y sobretodo la independencia, son los principales factores que caracterizan la importancia del emprendimiento, siendo a su vez impulsado por la realidad económica de muchos países, los altos

niveles de desempleo y la baja calidad de los empleos ya existentes, es lo que estimula a las personas esa necesidad de crear sus propios negocios y convertirse en empleadores. (Martínez, Morel, & Somarriba, 2018)

Emprender es sinónimo de buscar progresos financieros, hasta lograr una estabilidad económica, la misma que puede verse desde dos ángulos: a nivel personal y por parte del estado. Conocemos que iniciar un nuevo negocio se relaciona a un crecimiento personal y mayor estabilidad, pues prácticamente engloba un círculo vicioso próspero entre vender, crecer, vender y así sucesivamente, lo que generará ganancia y satisfacción personal. Por otro lado, puede lograrse lo mismo, pero de forma más general, es decir, a nivel de estado. Si un país es emprendedor y posee además emprendedores ligados, resultará en un país con muchas empresas productoras mejorando la economía. Actualmente, los gobiernos han entendido esta importancia, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

Existe una gran relación entre emprender e innovar y esto se debe a los diferentes productos que se crean los mismos que deben ser nuevos, serios e innovadores. Aunque no es una regla en general, es una pieza importante que da pie a la elección del producto y al desenvolvimiento satisfactorio del comercio, pues los emprendimientos, aunque no necesariamente tienen que ser innovadores, cada día tienden más a serlo. Un factor fundamental que influye en el comercio de los productos es la calidad de estos, lo que despierta la competencia entre los emprendedores que anhelan que sus productos sean los preferidos, no solamente por ser nuevos e innovadores, sino por ser mejores. El emprendimiento hace que una sociedad tenga un mejor desarrollo.

Teorías relacionadas con la creación de empresas

Las teorías que se detallan a continuación son una selección de aquellas más interesantes relacionadas a la creación de empresas.

Teoría del rol

El ser humano tiene la facultad de analizar a quien rodea su medio y dependiendo de su comportamiento imita o rechaza el modelo que ha elegido. Principalmente a quienes selecciona son sus padres, pues son a quien habitualmente contempla en todo momento, de ahí depende que si observa un comportamiento efectivo lo adoptará e imitará y si no lo nota simplemente lo rechaza. No obstante, a medida que penetra en la sociedad y conoce a más personas puede verse influenciado imitando su comportamiento si así lo quisiere. (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016)

Es así como los padres ejercen una fuerte influencia sobre los hijos cuando éstos deciden seguir una carrera profesional o empresarial. Si los padres son empresarios existe una alta posibilidad de que sus hijos se vean influenciados a una carrera similar debido a que han sido educados en un entorno familiar donde se valora positivamente la cultura empresarial, y en muchos casos, pueden haber realizado alguna función empresarial bajo la tutela de sus padres. (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016)

Hay conclusiones opuestas en cuanto al orden de nacimiento de los hijos. Según las investigaciones de Henning y Jardim las primogénitas tienden a ser ejecutivas o empresarias en mayor proporción. Algunos autores argumentan que ser primogénito o hijo único implica que recibirá una mayor atención familiar y su etapa de desarrollo la hará con mayor confianza. Por el contrario, en otros estudios el hecho de ser primogénitos no se representa como un factor para ser empresario,

por lo que en conclusión no es posible establecer una conexión definitiva. Lo que está comprobado es la influencia de los esfuerzos que empiezan en el hogar y la vida familiar en la repercusión de la vida empresarial. Un buen ambiente con armonía familiar puede manifestarse posteriormente en un esfuerzo por mantener un clima de trabajo agradable, con buenas relaciones humanas, comunicación eficaz y una atmósfera que facilita la solución de posibles problemas y conflictos que surjan. (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016)

Otro punto importante es que la teoría del rol intenta otorgar una explicación al contraste del tejido empresarial de diversas áreas geográficas. Ya que dependiendo de la zona en que se encuentre varía la capacidad de formar emprendedores que a su vez no presentan el mismo potencial. Veciana detalla que la función empresarial no puede considerarse separada de las características del entorno local que se desarrolla junto al potencial emprendedor.

La teoría del rol representa la forma en cómo debe actuar una persona y cuál es el propósito de su comportamiento. Es así, como ocupar el rol de emprendedor le atribuye ciertos comportamientos que se asocian a dicho rol. Del mismo modo, da una explicación de la existencia de una mayor cantidad de empresarios en zonas geográficas diferentes a otras, siendo el factor externo que influye y posibilita la creación de empresas la existencia de esos hechos. Esta posibilidad se muestra cuando el empresario señala que otras personas en la misma situación a la suya, han alcanzado formar y emprender una empresa. De modo que la reacción interna que influye en esta acción es pensar que si otra persona ha logrado conseguirlo, ¿por qué no lo ha de lograr él también?. (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016)

Es por esto que la mayor cantidad de ideas de carácter empresarial, surgirán de aquellos medios en que exista un entorno que impulse la creación de empresas o en aquellas familias con vasta experiencia en el tema del emprendimiento.

Teoría de la incubadora

La teoría de la incubadora describe que el momento más importante que influye en decidir si se desea emprender un nuevo negocio procede de la formación que obtuvo de determinada organización o institución en la que ejercía como trabajador. Diversos estudios muchos de ellos de carácter empírico expresan que la mayor parte de las ideas que se han realizado y que conforman una determinada empresa, inicialmente fueron “incubados” en la institución en la que laboraba el empresario, las que frecuentemente se las conoce como “organizaciones incubadoras”, que dan origen a proyectos “spin off”, que incluye aquellas actividades económicas creadas en su interior, pero que adquieren independencia y viabilidad propia en términos de estructura jurídica, técnica y comercial. (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016)

Quienes crean una nueva empresa, tienen la visión de explotar lo que más conocen. De esta forma se engloban tanto una empresa incubadora como un nuevo negocio dentro del mismo sector, pues el negocio se forma en dependencia de lo que el fundador conoce y es capaz de realizar, y a su vez está profundamente relacionado al aprendizaje que obtuvo el promotor dentro de la organización incubadora. Los emprendedores se instruyen dentro de un área que ya les es familiar, por lo que cometen menos errores, tales como los costes de transacción, relacionados con contactos e información. Cooper indica que este escenario se muestra principalmente en las empresas tecnológicas, donde el éxito empresarial

depende de conocer acerca de mercados y tecnologías que las conforman. (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016)

En la conformación de una nueva empresa es importante la actividad, el tamaño, la localización y la dinámica de trabajo de la organización incubadora. La presencia de estas, ayuda a que los trabajadores que forman parte de estas organizaciones, cambien su condición de asalariado a empresario. En cuanto al tamaño de la empresa, según Johnson y Cathcart, los trabajadores de plantas pequeñas tienen mayor contacto con quienes ya han iniciado su propia empresa, quienes estarán más familiarizados con los diferentes tipos de mercado que existen y que podrían ser cubiertos por una nueva empresa que empezará siendo pequeña durante los años iniciales.

También obtendrán más experiencia general en dirección de un negocio. Una de las razones por la que los empleados tienden a iniciar sus propios negocios se relaciona a la experiencia laboral ganada previamente y las relaciones que se derivan del trabajo donde prestaba sus servicios. Esta descrito en el estudio de Bidhe, en más del 70% de los casos, que es del trabajo anterior de donde surgen la mayoría de las ideas mediante la réplica o modificación de esta. Lo que apoya a la teoría de la incubadora. (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016)

Sin embargo, el efecto incubadora tiene otro punto de vista, donde no solo la institución donde se ha laborado es quien influye en la experiencia para la formación y organización de una nueva empresa. Existen organizaciones y universidades, sin fines de lucro, que aportan con actividades y programas a nuevos emprendedores para convertir sus ideas y tecnologías en productos y empleos, dándoles experiencia y conocimientos en ciertas áreas para que posteriormente desarrollen sus proyectos y realicen sus ideales. Las universidades,

mediante proyectos tecnológicos, utilizan estos medios como fuente de investigación y como estímulo para sembrar en sus estudiantes el ánimo de emprender.

En conclusión, el efecto incubadora afirma que las nuevas empresas no surgen de forma automática, sino que necesitan un determinado tiempo para que la idea y la oportunidad de negocio se vaya desarrollando y maduren para así aclarar el panorama de posibilidades de éxito o fracaso. Siempre que el proceso anterior concluya de forma satisfactoria aparece la posibilidad de que se produzca el nacimiento de una nueva empresa.

Teoría de los valores

Se entiende por valor lo que hace que un hombre sea tal, sin lo cual perdería la humanidad o parte de ella. Desde el nivel socio-educativo, los valores son sinónimo de guía para el comportamiento humano hacia la transformación social y la realización de la persona. El valor hace referencia a la excelencia o perfección. Orientan la conducta de las personas y de los grupos sociales. El término “valores” ha sido usado de diversas formas para referirse a intereses, placeres, gustos, preferencias, deberes, obligaciones morales, deseos, metas, añoranzas, necesidades y atracciones y muchos otros tipos de orientaciones selectivas. Hitlin y Allyn expresan que muchas veces los valores, por su característica de ser difíciles de medir o muy subjetivos, son ignorados.

Hablar de valores hace referencia a un tema que se encuentra presente desde inicios de la humanidad. Pero el criterio para darles valor ha variado a través del tiempo. Existen diferentes formas de valorar, puede ser con criterios estéticos, esquemas sociales, costumbres, principios éticos o en otros términos por el coste, la utilidad, el bienestar, el placer y el prestigio. Con el pasar de la

historia, han sufrido cambios y transformaciones. Reaparecen en diferentes épocas. Se enfocan en comprender a cada individuo y sus culturas. De forma personal, los valores son una base fundamental para las creencias, actitudes y conductas de uno mismo y lo que desea. De forma cultural, permite comprender las características y virtudes de esa cultura y subcultura en especial.

Rokeach, define al valor como la forma de simbolizar cognitivamente una determinada necesidad o una finalidad. Mientras que otros autores relacionan los valores como la forma de simbolizar cognitivamente los requerimientos generales representados por metas transituacionales que se establecen de manera escalonada expresada en varios contextos de la vida de las personas.

La teoría de los valores, representa un tema interesante dentro de la psicología intercultural, incluyendo los estudios de Rokeach, y han servido como variables independientes para la comprensión de actitudes y conductas entre varios grupos y categorías sociales. Schwartz propone una organización fundamental que comprende los requerimientos universales y que está formada por diez tipos de valores que son: autoridad, logro, hedonismo, estimulación, autodirección, universalismo, benevolencia, tradición, conformidad, y seguridad.

La estructura propuesta por Schwartz se ha utilizado en varios estudios sociales por ejemplo, en los prejuicios hacia los exogrupos (Vera y Martínez, 1994), con valores hacia el trabajo (Arciniega y González, 2000), en la autoestima y las prioridades personales del valor (Llinares Insa et al., 2001), para identificar las dimensiones básicas de los valores contemporáneos entre estudiantes universitarios y ciudadanos adultos (Aygün e Imamoglu, 2002), para la relación de una discusión teórica y empírica de enfoque de valores (Hitlin y Allyn 2004), para validar un cuestionario de valores (Castro Solano y Nader, 2006) o en

intenciones emprendedoras (Ros et al., 1999; Moriano et al., 2004). Schwartz plantea una estructura dinámica de los valores en dos grupos: (Figura 1)

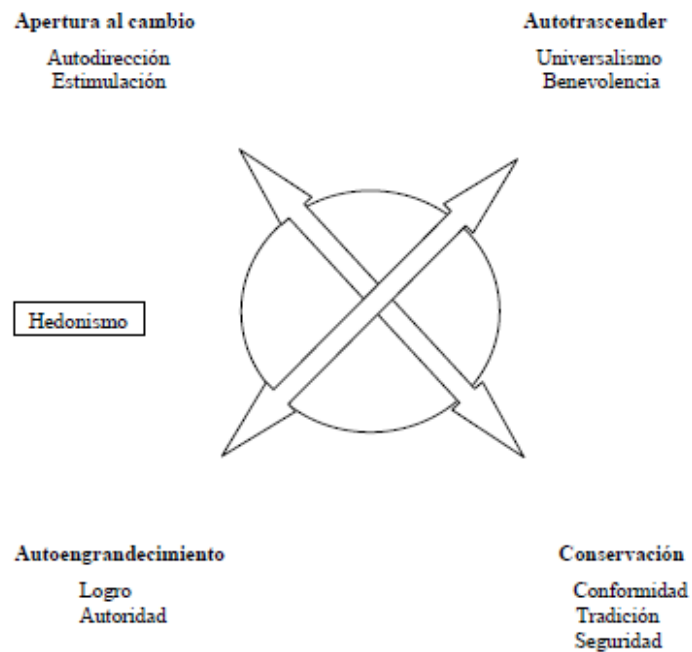


Figura 1 Estructura dinámica de los valores de acuerdo con la teoría universal de Schwartz (1992). Tomado de Arciniega y González (2000), adaptación de la estructura de valores de Schwartz.

En uno de estos polos de la primera dimensión se encuentran las tipologías autodirección y estimulación, asignándole el nombre de apertura al cambio, en tanto que en el polo opuesto se encuentra el valor de orden superior denominado conservación, el cual está compuesto por las tipologías tradición, conformidad y seguridad. En cuanto a la segunda dimensión compuesta por los valores de orden superior auto trascender y auto engrandecimiento. La primera la conforman las tipologías universalismo y benevolencia, y en la segunda se encuentran las tipologías logro y autoridad. El hedonismo no se encuentra en ningún valor de orden superior ya que pudiera estar comprendido entre los valores superiores auto engrandecimiento y apertura al cambio.

Especial atención se brinda al rol de los valores en negocios empresariales de éxito (valores y espíritu emprendedor). Los valores occidentales como el individualismo, la competitividad, la ganancia material y una gran ética de trabajo están implícita o explícitamente integradas a las discusiones del espíritu emprendedor, independientemente de donde se den estas. Si bien es cierto, no todos estos valores se encuentran difundidos en ciertas culturas y comunidades étnicas, siendo posible que sean menos importantes en aquellas economías en desarrollo, ya que las comunidades étnicas participan cada vez más en el renacimiento empresarial global. En síntesis, la conducta que adquieran todas las personas que presenten un comportamiento emprendedor, estará influenciado por los valores que tengan.

Teoría de los rasgos de personalidad

Los rasgos de personalidad de los empresarios influyen sobre la formación y administración de sus empresas. Si se detecta una determinada asociación entre los rasgos de personalidad de los empresarios y el tipo de estrategia que toman, es posible reconocer cuales son las características personales de los empresarios mediante el análisis de sus estrategias y viceversa. Para aquellas empresas que ya están establecidas, es probable que la estrategia sea más notoria que los rasgos propios de personalidad de los empresarios que las conforman, por lo contrario, cuando se trata de empresas nuevas la variable que predomina entre las dos, son los rasgos o características personales de los empresarios. (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016)

Desde un punto de vista psicológico, el análisis de los empresarios y de la formación de una nueva empresa, equivale a un gran cambio a nivel económico, porque va desde un análisis teórico a una investigación empírica sobre el

individuo que creó la empresa y se intenta responder la interrogante ¿quién es el empresario?, relacionado a las características psicológicas o de personalidad. Por lo tanto, la teoría de los rasgos no intenta descifrar al empresario de una forma abstracta, sino que lo investiga como persona, sus rasgos y atributos. McClelland o Collins et al., en sus estudios publicados en el siglo pasado, introducen la teoría de los rasgos, siguiendo también otras investigaciones que establecen como un parámetro de partida el hecho de que un empresario tiene características identificables, que contrastan con la práctica, que trazan un perfil o tipo de personalidad, que a la vez es motivador de su comportamiento empresarial. (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016)

Son muchos los estudios que se realizan a partir de las características de personalidad en relación con el entrepreneurship, que demuestra que hay una semejanza notable de las mismas con el comportamiento emprendedor. Además, indican que las personas catalogadas como las más emprendedoras se diferencian en ciertos rasgos con aquellas personas que tienen un comportamiento menos emprendedor. Quienes promueven la teoría de los rasgos disponen como hipótesis que el empresario presenta rasgos identificables que crean un perfil psicológico motivador de su comportamiento empresarial. Sin embargo, la mayoría de los estudios se relacionan en que se requiere de un estereotipo general para la conformación comprensiva de las características de la personalidad, que permite un crecimiento sistemático en la comprensión del comportamiento emprendedor a través de los rasgos. (Rojo, Macedo, & Lorena, 2016)

Teoría institucional

La teoría institucional apoya la idea de que las instituciones son quienes condicionan la creación de empresas y la función empresarial. Esta teoría se

fundamenta según (North, 1993) que “las instituciones constituyen las reglas de juego en la sociedad o dicho de manera más formal, constituyen las fuerzas restrictivas ideadas e impuestas por el hombre que vienen a configurar y determinar la interacción humana”.

Es por eso que las instituciones constituyen el grupo de reglas que fundan las interacciones económicas, sociales y políticas entre las personas y sus grupos sociales. A lo largo de su desarrollo son las que forman al individuo. A medida que las instituciones puedan forjar un ambiente apto para que la población tome mejores decisiones económicas, mediante el emprendimiento de nuevas acciones productivas que permitan enriquecer y dinamizar el sentimiento empresarial en un sitio específico, serán más eficientes. La teoría institucional demuestra como las conductas organizacionales son un resultado, no únicamente a las presiones del mercado, sino además a las institucionales, como: las presiones de las agencias reguladoras del Estado, las presiones de las expectativas sociales generales y las acciones de las organizaciones líderes. (Alonso & Galve, 2008)

En otras palabras, la teoría cobrará forma en base al impacto que presenten las instituciones sobre los acontecimientos. Como expresa Mas-Verdú y Ribeiro Soriano, las iniciativas tienen una misma alineación: la puesta a disposición de los potenciales emprendedores de recursos para la innovación y tienden a canalizarse mediante organizaciones intermedias que desempeñan funciones de conexión usuarios-proveedores como acciones de *networking* fuera de sus zonas de localización. A pesar de que hay menos estudios empíricos a este nivel, North testifica que los agentes del cambio son los emprendedores, que reaccionan a los incentivos correspondientes que otorga el marco institucional vigente. (Alonso & Galve, 2008).

Conceptos generales de actitudes

Antes de conocer el concepto de actitud emprendedora se debe saber que significa la palabra actitud en general, es decir, conocer que son, como cambian, como se relacionan con el comportamiento del ser humano tanto individualmente como en grupo. En la Tabla 4 se describen los conceptos de actitudes definidos por varios autores alrededor de la historia.

Se puede decir que las definiciones de actitud se pueden agrupar en tres grupos: Definiciones de carácter social, conductuales y cognitivas. Con respecto a las de carácter social las actitudes vendrían a ser el reflejo a nivel individual de los valores sociales del grupo (Thomas y Znaniecki, 1918). Para Aigner (2012), las actitudes se reflejan en patrones de conducta de cada persona que conforma el grupo que dictan la interacción entre todos. Por otra parte los autores que definen a las actitudes como conductuales manifiestan que es la predisposición a responder o comportarse de una manera ante un objeto o estímulo, en este caso Bem (1967) define a las actitudes como estilos de respuesta verbales en la cual las personas no describen su ambiente privado sino que tienen una respuesta pública amparándose en valores externos. Por último las definiciones cognitivas fueron las últimas en aparecer y según Fazio (1992), es una asociación entre un objeto y su evaluación, siempre se necesitará un objeto que puede ser material, colectivo, social o ideal hacia el cual dirigiremos nuestra actitud.

Tabla 4 Concepto de Actitud – Varios Autores

Autor	Concepto
Tomas y Znaniecki (1918)	Tenencia a la acción
Thurston (1928)	Suma de miedos, sesgos, convicciones, amenazas, sentimientos, inclinaciones, prejuicios e ideas acerca de un determinado tema
Chein (1948)	Disposición a evaluar de determinada forma ciertas acciones, objetos y situaciones
Krech y Krutchfield (1948)	Sistema estable de evaluaciones positivas o negativas, sentimientos, tendencia, emociones respecto a objetos sociales
Newcomb (1959)	Forma de ver algo con agrado o desagrado
Sarnoff (1960)	Disposición a reaccionar positiva o negativamente
Sercord y Backman (1964)	Ciertas regularidades en los pensamientos, sentimientos y la forma de actual hacia el entorno.
Sherif y Sherif (1965)	Posiciones de las personas con respecto a objetos, personas, asuntos controvertidos, grupos o instituciones.
Rokeach (1968)	Organización, relativamente estable de creencias acerca de un objeto o situación que predispone a la persona a responder preferentemente en un determinado sentido.
Triandis (1971)	Idea cargada de emotividad que predispone a una clase de acciones ante una clase particular de situaciones sociales.
Fazio y Roskos-Ewoldsen (1994)	Asociaciones entre objetos actitudinales y las evaluaciones de estos objetos.

Tomado de Ortiz (2016)**Actitud emprendedora**

Una vez que se ha conocido el concepto de actitud para este estudio es necesario conocer el concepto de actitud emprendedora, la cual puede definirse como la voluntad de organizar e iniciar algo nuevo teniendo en cuenta los recursos disponibles con la finalidad de tener los resultados correctos sin importar la actividad en donde se desenvuelva. Varios investigadores han considera que es de mucha ayuda estudiar la teoría de las actitudes al momento de estudiar al emprendedor, para Robinson (1987) un perfil emprendedor no se puede definir sin

saber que actitudes lo conforman, consideraba que las actitudes son más volátiles que los rasgos de personalidad ya que dependían de la interacción con el medio que rodea al individuo y de cuan fuerte han sido las experiencias a lo largo del tiempo que podrían cambiarlas.

Las actitudes emprendedoras también poseen una composición determinada que según Triandis (1974) se dividen en tres: Cognitivo, Afectivo y Comportamental. El primero hace referencia a las creencias y pensamientos que tiene el individuo, el segundo, como su nombre lo indica, es la sentimiento que impregna en la idea, puede ser positivo o negativo y por último el comportamental se refiere a las intenciones y predicciones de comportamiento. Para Espíritu y Sastre (2007), en los rasgos de personalidad del empresario existen características que se lo diferencian de otras personas, entre las principales tenemos elevado control interno, alta necesidad de logro, mucha autoestima y una buena capacidad de asumir riesgos. A continuación se describirá cada una de estas actitudes que serán relevantes para nuestro estudio.

Necesidad de logro

La necesidad de logro se crea como la necesidad que tienen las personas para mejorar y ser más responsables del resultado de sus acciones. Se relaciona con la posibilidad de convertirse en fundadores y de encontrarse motivados a alcanzar el éxito. Ibáñez (2001), cita que la necesidad de logro es una actuación individual por la que se ganan actitudes, cualidades y características definitivas.

Para Ong e Hishamuddin (2008) la gran necesidad de logro enriquece la actitud positiva para crear una empresa, debido a que las personas que las poseen tienen un mayor control percibido interno, denotan un tipo de ejercicio y organización más emprendedora que de gestión y poseen ideas de negocio claras y

novedosas. Se describe a las personas con gran necesidad de logro, como las que desean solucionar todos los problemas con el objetivo de llegar a cumplir las metas que se proponen luchando con todo su esfuerzo para llevarlas a cabo. Además, los autores ya citados analizan el espíritu emprendedor con estudiantes de universidades durante los últimos años de su carrera, encontrando una relación positiva entre una satisfactoria necesidad de logro sobre la voluntad y deseo de generar su propia empresa.

Autores como García (2008), Hampton et al. (1989), Trechera (2005) y Valdés (2005) mencionan que las personas con una alta necesidad de logro presentan características como las siguientes:

- Les gustan las situaciones en las que pueden tomar personalmente la responsabilidad de encontrar la solución a los problemas.
- Tienden a fijarse metas moderadas y a tomar riesgos calculados.
- Desean una retroalimentación concreta acerca de qué tan adecuadamente se están desempeñando.
- Se distinguen por intentar hacer bien las cosas, tener éxito, incluso por encima de las recompensas.

Asimismo, Hornaday y Bunker (1970) citado por Espíritu (2007) describen que la necesidad de logro es considerada como una característica prioritaria que debe tener un emprendedor, ya que gracias a esta se convierte en una persona que es capaz de vencer obstáculos y cumplir su objetivo.

Gürol y Atsan (2006) sustentan que aquellas personas con una alta necesidad de logro son quienes intentan resolver problemas para así lograr las metas propuestas esforzándose para conseguirlas. Estudian además, el perfil emprendedor con estudiantes universitarios que se encuentran finalizando su

carrera, relacionando de forma positiva la alta necesidad de logro y las intenciones de crear su propia empresa. Para Lee y Tsang (2001) la necesidad de logro no es más que una característica de la personalidad que genera una gran huella sobre el desempeño de la inversión del empresario y el desarrollo de la empresa. Por lo tanto, en sus estudios se describe que la característica de necesidad de logro es un rasgo que presentan los empresarios y quienes poseen intenciones de crear su propia empresa. En conclusión, si el objetivo es tener logros personales, se requiere tener ánimo y energías excepcionales que regularmente forman parte del empresario. Maslow (1975), planteó una escala de cinco necesidades innatas que impulsan y rigen el comportamiento humano. Estas son las necesidades fisiológicas, de seguridad, de pertenencia y amor, de estima y de autorrealización, que son muy importantes en el proceso de desarrollo del individuo, las cuales se muestran a continuación:

Necesidades fisiológicas

Cuando no se satisfacen las necesidades básicas de comida y abrigo, las necesidades superiores, como las de estima y autorrealización, son menos importantes. Pero una vez que son satisfechas, deja de motivar a la persona. Las necesidades fisiológicas tienen más impacto personal como fuerza motivacionales en las culturas en que la supervivencia básica es una preocupación cotidiana. Como una necesidad que ha sido gratificante deja de motivar la conducta, las fisiológicas cumplen una función mínima para la mayoría de nosotros.

Necesidades de seguridad

Según Maslow son pulsiones importantes para infantes y adultos neuróticos. Los adultos emocionalmente sanos usualmente han satisfecho sus necesidades de seguridad, una condición que demanda estabilidad, seguridad y

libertad del temor y la ansiedad. Señala que si bien casi todos los adultos han satisfecho las necesidades de seguridad, estas siguen teniendo impacto en el comportamiento. Muchos de nosotros elegimos lo predecible sobre lo desconocido; preferimos el orden al caos. Esta es la razón por la cual ahorramos para el futuro, compramos seguros y optamos por permanecer en un empleo estable en lugar de arriesgarnos a una nueva aventura.

Necesidades de pertenencia y amor

Una vez que hemos satisfecho bien nuestras necesidades fisiológicas y de seguridad, atendemos las de pertenencia y amor. Estas necesidades pueden expresarse a través de relaciones cercanas con un amigo o compañero mediante relaciones sociales formadas dentro de un grupo. Las necesidades de permanencia se han vuelto cada vez más difíciles de satisfacer en nuestra sociedad de movilidad creciente. La necesidad de dar y recibir amor puede satisfacer una relación íntima con otra persona, no iguala el amor con el sexo, que es una necesidad fisiológica, pero reconocía que la sexualidad es una forma de expresar la necesidad de amor. El fracaso para satisfacer las necesidades de amor es una causa fundamental para el desajuste emocional.

Necesidad de estima

Una vez que nos sentimos amados y tenemos un sentido de permanencia podemos vernos impulsados por dos formas de la necesidad de estima. Requerimos sentir estima y respeto por nosotros mismos en forma de sentimiento de auto valía, y recibirlo de otras personas, en forma de estatus reconocimiento o éxito social. La satisfacción de la necesidad de autoestima nos permite sentir confianza en nuestra fortaleza, valor y adecuación, lo que nos ayudara a volvernos más competentes y productivos en todos los aspectos de nuestra vida. Cuando

carecemos de autoestima nos sentimos inferiores, desesperanzados, desanimados y con poca confianza en nuestra capacidad de afrontamiento.

Necesidad de autorrealización

La necesidad más elevada de la jerarquía de la autorrealización depende de la realización y satisfacción máxima de nuestros potenciales, talentos y habilidades. Aunque una persona puede satisfacer todas las otras necesidades de la jerarquía, si no se auto realiza permanecerá inquieta, frustrada y descontenta. El proceso de autorrealización puede adoptar muchas formas, pero cada persona, independientemente de su ocupación o interés, es capaz de llevar al máximo las habilidades personales y alcanzar el pleno desarrollo de la personalidad. La autorrealización no se limita a las súper estrellas creativas e intelectuales. Lo que importa es realizar el potencial personal al más alto nivel posible cualquiera que sea la empresa elegida.

Se requieren varias condiciones para que podamos satisfacer las necesidades de autorrealización, según Maslow (1970):

- Debemos estar libres de las restricciones impuestas por la sociedad y por nosotros mismos.
- No debemos ser distraídos por la necesidad de orden inferior.
- Debemos estar seguros de nuestra autoimagen y de las relaciones con otras personas; debemos ser capaces de amar y a la vez ser amados.
- Debemos tener conocimiento realista de nuestras fortalezas y debilidades virtudes y defectos.

Control percibido interno

Para que los emprendedores se sientan motivados por conseguir sus metas de negocio deben tener un control de las decisiones que toman para conseguir

dichos objetivos. La percepción que una persona tiene sobre la fuente de su destino se conoce como locus de control o control interno, de donde Casique y López (2007) señalan que es el grado con que la persona cree controlar los eventos y acontecimientos de la vida cotidiana, es decir, es una creencia articulada como predecir y estructurar el mundo que lo rodea.

A lo que Para Lee y Tsang (2001), el control interno es otra de las cualidades imprescindibles que deben poseer los emprendedores, ya que deben tener un control de la decisión que toman para poder lograr sus objetivos, ya que en ocasiones, algunos empresarios tienden a subestimar la probabilidad del fracaso y decidir a favor de las opciones arriesgadas. De acuerdo a Cano et al. (2004), o Gürol y Atsan (2006), la toma de decisiones bajo riesgo para afrontar situaciones inciertas, está muy relacionada con la actividad empresarial, es por eso que aquellos estudiantes universitarios que determinen elegir la carrera empresarial, tendrán que diferenciarse del resto de las personas en general, asumiendo los riesgos en una proporción mayor. En sus estudios con estudiantes universitarios, los anteriores autores encontraron que dicho rasgo influye en la actitud emprendedora de los estudiantes con intenciones de crear su propia empresa, corroborando sus argumentos propuestos.

La situación y que tan necesario es que tengamos control en esa situación ¿es importante para mí el hecho de que tengamos control en esa situación? Es obvio que si la situación no es importante para nosotros, entonces es irrelevante si tenemos control sobre ella. De esta forma, si el control percibido interno o externo no se aplica a todas las situaciones, entonces el locus de control puede no ser un rasgo de personalidad generalizado independiente de la situación estímulo. Podemos tener necesidad de creer en nuestra capacidad de ejercer control solo en

las situaciones que son importantes para nosotros, situaciones con un componente de valoración elevado.

Autoestima

Según Robbins y Judge (2011), es el grado en que los individuos se agradan o desagradan a sí mismos, sea que se vean como capaces y efectivos, y sientan que tienen o no el control de su entorno. Cuando se habla de autoestima elevada hay dos dimensiones relevantes que son la competencia y el valor. De esta forma la competencia es el grado en que la persona se ve a sí misma capaz y eficaz y el valor hace referencia al grado en que la persona se siente a sí misma un individuo de valía (Cast & Burke, 2002). El modelo de proceso dual (Epstein, 1994) en el cual propone la parte cognitiva y afectiva, dando relevancia al modo que se procesa la información para determinar la forma de autoestima: implícita procesos de experiencias afectivas y explícitas sistema cognitivo de análisis lógico y comentarios auto relevantes.

Autoestima también puede entenderse como:

- El juicio que hago de mí mismo.
- La sensación de que encajo y de que tengo mucho que dar y recibir.
- La convicción de que con lo que soy me basta para funcionar, y que no necesito incorporar nada nuevo a mi vida si no reconocer aspectos de mí que no he concientizado, para luego integrarlos.
- La reputación que tengo ante mí mismo.
- Una manera de vivir orientada hacia el bienestar, el equilibrio, la salud y el respeto por mis particularidades y por las de los demás (Yagosesky 1999).

Desde el punto de vista psicológico, puede decirse que:

Autoestima es el resultado del proceso de valoración profunda, íntima y personal que cada quien hace de sí mismo en todo momento, este o no consciente de ello. Este resultado es observable, se relaciona con nuestros sentidos de capacidad y merecimiento, es la vez causa de todos nuestros comportamientos.

Esto significa que:

- La autoestima surge de la autovaloración que hacemos consciente o inconscientemente.
- Es algo íntimo, personal y profundo en cada persona.
- Tiene manifestaciones que pueden observarse y detectarse.
- Se relaciona con el sentido de valor personal ¿Cuánto valgo?
- Se relaciona con el sentido de capacidad ¿Qué puedo lograr?
- Se relaciona con el sentido de merecimiento ¿Cuánto o que merezco de la vida?
- La autoestima determina todos nuestros comportamientos.

La alta autoestima es la capacidad desarrollable de experimentar la existencia, consciente de nuestro potencial y nuestras necesidades reales; la capacidad de amarnos incondicionalmente y confiar en nosotros para lograr objetivos a pesar de los factores limitantes o de las circunstancias externas surgidas en los distintos contextos en los que nos corresponda interactuar. Es una tendencia al equilibrio y al bienestar general, que resulta de conocernos, aceptarnos y valorarnos.

De aquí se desprende que:

- La alta autoestima es una disposición, un contenido un recurso natural en el ser humano, factible de ser desarrollado.
- Solo existe en relación con la experiencia de la vida.

- Está relacionada con la conciencia de las potencialidades y necesidades propias.
- Está relacionada con la confianza en uno mismo.
- Está relacionada con la confianza en uno mismo.
- Está relacionada con el amor incondicional.
- La alta autoestima orienta la acción hacia el logro de los objetivos propuestos.
- Podemos tener limitaciones y a pesar de ello tener una alta autoestima.
- Los eventos externos, las contingencias, no necesariamente deben afectar nuestra autoestima de manera estable o permanente.
- La alta autoestima se basa en el autoconocimiento, la auto aceptación y la autovaloración.

La baja autoestima es un estado de desequilibrio y consciencia reducida, generalmente originado durante el nacimiento y la crianza, que promueve y sostiene pensamientos, sentimientos, emociones y comportamientos auto limitadores, que afectan el funcionamiento del individuo, consigo mismo y con su entorno (Yagosky 1999).

¿Por qué necesitamos autoestima? Tal y como afirma Branden (1993) los seres humanos, somos “la única especie capaz de traicionar y actuar contra nuestros medios de supervivencia”. En estado de equilibrio el hombre promedio, en vez de responder sirviéndose de consciencia, responsabilidad y creatividad, puede optar por manejarse de forma nociva y elegir los siguientes caminos:

- Parálisis: La frustración es interpretada de forma tal que incapacita para la acción creativa. La apatía es una forma de manifestación de esta reacción.

- Negación: La impotencia induce un bloqueo perceptivo, un autoengaño severo basado en el miedo al dolor. El adicto que niega serlo, revela su adhesión a este mecanismo.

Asunción de riesgo

Espíritu y Sastre (2007) una persona que arriesga se puede definir como aquella que está orientada en aprovechar las oportunidades en contextos inciertos, lo cual está estrechamente relacionado con el concepto de emprendedor.

En estudios realizados por McCarthy (2003), encuentra que la propensión al riesgo de los emprendedores está fuertemente vinculada con la personalidad que posean. Los emprendedores de tipo carismático son visionarios, altamente persuasivos, ambiciosos y poseen metas ideales. Son tomadores de riesgo, lo hacen basándose en la experiencia que fueron adquiriendo en fracasos anteriores.

En cambio, los emprendedores de tipo práctico son más cautelosos, más racionales, toman riesgo calculando y planificando exactamente el negocio al cual apuntan. Para Palmer (1971), el emprendedor es consciente de la aventura que conlleva el crear una empresa, pues debe considerar la situación inicial y la probabilidad de poder ponerla en funcionamiento.

Capítulo II

Marco Referencial

A lo largo de este capítulo se describirán varios estudios realizados, desde el 2005 hasta el 2017, tanto en el Ecuador como en otros países, que explican varios resultados de acuerdo a la actitud emprendedora en universidades, cabe recalcar que no se ha hecho un estudio que compare actitudes emprendedoras entre estudiantes de carreras técnicas y administrativas.

Estudios realizados en otros países

El estudio de Krauss realizado en el 2005 sobre las actitudes emprendedoras en estudiantes de la Universidad Católica de Uruguay tuvo como objetivo medir la actitud emprendedora de los estudiantes de dicha universidad, la muestra de esa investigación fueron alumnos egresados del 2003 y se le aplicó el cuestionario, hecho por Robinson (1987), a 391 alumnos. Para la evaluación de las preguntas se utilizó una escala Likert con una prueba de Cronbach para medir la fidelidad de la escala. Las variables utilizadas fueron: autoestima, necesidad de logro, control interno, innovación y riesgo. Se obtuvo como resultados que los alumnos de carreras empresariales se inclinan más hacia el emprendimiento, ya que poseen un mayor control interno, también se pudo apreciar que no necesariamente al tener un empresario directo en la familia el alumno tendrá una mayor actitud emprendedora.

En Madrid, Espíritu y Sastre (2007) realizaron su investigación acerca de la actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios, con el objetivo de analizar si las universidades están cumpliendo con el papel de incubadoras al momento de incentivar la actitud emprendedora en

sus estudiantes. La población fue de 668 alumnos y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario para medir dos clases de características, las psicológicas y las sociodemográficas. Dentro del primer grupo de características se tuvieron: necesidad de logro, control interno, riesgo, tolerancia a la ambigüedad y las sociodemográficas: edad, sexo, ámbito de desarrollo, experiencia previa y antecedentes familiares. Los resultados indicaron que las variables que resultaron significativas fueron los antecedentes familiares, necesidad de logro, tolerancia a la ambigüedad y riesgo, mientras que la experiencia previa no presentó relevancia significativa, a su vez se encontró que la actitud emprendedora va disminuyendo a medida que los estudiantes avanzan en su ciclo académico.

Díaz (2009) en cambio estudió el desarrollo del emprendimiento en estudiantes universitarios en la carrera de Licenciatura en Administración de los estudiantes de la Universidad Nacional de Santiago del Estero en Argentina. Utilizó un método exploratorio descriptivo, le realizó una entrevista semiestructurada a una muestra de 52 alumnos con respuestas en escala de Likert. Al igual que Espíritu y Sastre utilizó dos grupos de factores, psicológicos y demográficos, para cada grupo usó las siguientes variables: motivación de logro, propensión al riesgo, control interno, innovación, capacidad de organizar, negociación y persuasión. Las variables utilizadas para los factores sociodemográficos fueron la edad, género, procedencia cultural, ocupación del padre, nivel de educación, experiencia y formación. Los resultados mostraron que alumnos consideran importante la capacidad de organizar y la de innovar al momento de desarrollar una actitud emprendedora, los alumnos de primer año indicaron que la motivación al logro es importante, en cambio los de segundo que

la innovación es más importante y los de cuarto y quinto años que la negociación y persuasión son las más importantes para desarrollar una actitud emprendedora.

El estudio realizado por Mora en el 2009 se enfocó en medir la actitud pero desde el punto de vista cognitivo, emocional y comportamental a profesionales que lograron crear su empresa al salir de la Universidad Jorge Tadeo Lozano en Colombia. Fue de tipo exploratorio y se aplicó un cuestionario a 121 egresados, con las siguientes variables: necesidad de logro, innovación, control percibido interno, autoestima y riesgo. Los resultados revelaron que la autoestima fue la actitud con resultados más elevados seguido por la innovación, el tercer lugar lo ocupó la motivación de logro y el cuarto el control percibido interno, en el último lugar se colocó al riesgo.

Cáceres y Cohene (2010) realizaron un estudio con el objetivo de analizar las actitudes emprendedoras de los estudiantes del último año de la facultad de ciencias económicas y administrativas de la Universidad Nacional de Itapúa, Paraguay. A diferencia de los estudios mencionados anteriormente Cáceres y Cohene no solo encuestaron a 85 estudiantes sino también a 10 docentes y dos directivos. Para los estudiantes se tuvo como variables el deseo, la intención, viabilidad, antecedentes de la familia y el rol de la facultad, en cambio para los docentes se analizaron métodos y técnicas de enseñanza, la percepción del deseo o intención de crear empresas y la percepción del rol de la facultad. Un 98% de los estudiantes encuestados tienen el deseo de contar con su propia empresa pero consideran que es difícil crear una. Otro de los resultados muestra que tanto estudiantes como docentes consideran que la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas proporciona conocimientos y herramientas necesarias para sacar adelante su propia empresa.

En el 2011 Pulgarín identificó cual es el perfil o comportamiento como emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario en Bogotá. Estableció una muestra de 325 personas utilizando un instrumento para medir variables sociodemográficas y características de comportamiento mediante una escala de Likert evaluando la confiabilidad de la escala con el estadístico alfa de Cronbach. Para el estudio utilizó tres grupos de variables que contenían las siguientes características:

- Necesidad de Logro: Ser persistente, buscar oportunidades e iniciativas, buscar riesgos calculados, exigir eficiencia y calidad, cumplir sus compromisos.
- Necesidades de Afiliación: Planificar sistemáticamente, buscar información, fijar metas.
- Necesidad de poder: Autoconfianza, independencia, ser persuasivo y buscar redes de apoyo.

Los resultados indicaron que las características que mostraron menor calificación fueron correr riesgos y redes de apoyo mientras las que tuvieron las más altas calificaciones fueron: exigir eficiencia, calidad, cumplimiento y fijar metas.

Roberto Espíritu (2011) analiza cómo se relacionan los rasgos psicológicos, formación recibida y características sociodemográficas con la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios. El tipo de estudio fue correlacional y se utilizó el programa estadístico SPSS versión 15 con una muestra de 333 alumnos de las carreras de Licenciatura en Administración y Contador Público de la Universidad de Colima en México. Ya que es un análisis

de correlación se tuvo que tener una variable dependiente, intención emprendedora, y varias variables independientes como: necesidad de logro, control interno y propensión al riesgo. Las tres variables independientes mostraron una alta relación positiva y significativa con respecto a la intención de crear su propia empresa, la primera mostró que los estudiantes que poseen esa característica tienen fuerzas que los impulsan a realizar las cosas con eficiencia y excelencia, con respecto a la segunda variable también mostró un nivel altamente significativo concluyendo que los alumnos manifiestan interés por asumir tareas difíciles, por último la variable propensión al riesgo demostró que les agrada asumir riesgos.

Gutiérrez, Amador y López (2011) realizaron un estudio comparando el potencial para emprender de alumnos de la carrera Contabilidad de las universidades de Guadalajara en México y San Marcos en Perú, la muestra fue de 434 estudiantes a los cuales se les aplicó una encuesta, obteniendo como resultados que existen tres variables con mejor manejo: necesidad de logro, aprendizaje y fortaleza ante las dificultades. Las de peor resultado fueron cinco: capacidad de tomar decisiones, flexibilidad, confianza y organización de tiempo y trabajo, al mostrar más variables con deficiencia en ambas universidades es evidente que deben hacer un esfuerzo para mejorar el perfil emprendedor de los estudiantes antes que culminen la carrera ya que se notan más desventajas en su formación.

López (2012), analizó cómo influye la edad de los estudiantes universitarios en la actitud emprendedora, la investigación utilizó la correlación de las variables de Person y la prueba de chi-cuadrado. Se basó en un muestreo aleatorio de 215 alumnos del primer y último año de estudios y manejó una metodología cuantitativa mediante el software SPSS versión 11. Los resultados

obtenidos mostraron que para los jóvenes la edad promedio para empezar un nuevo negocio es de 20 a 25 años y los porcentajes con respecto al deseo, viabilidad y la intención fueron 89.34%, 58% y 33% respectivamente.

Rueda (2012), realizó un estudio de las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria, España. La metodología de este estudio se basó en la aplicación de una encuesta a una población de 764 alumnos de los primeros y último cursos de Administración y Dirección de Empresas y Economía finalmente aplicó la prueba de chi-cuadrado para comprobar la relación entre las variables usadas, entre ellas se tiene: educación en el espíritu emprendedor, formación y experiencias, atracción hacia profesionales, valoración social, intención emprendedora, habilidades para emprender, motivos y frenos para la creación de una empresa y datos generales. Con respecto a la creación de una empresa el 78% de los alumnos revelaron la intención de hacerlo, sin embargo solo el 13.1% tiene la firme idea de llevarlo a cabo, entre las características más valoradas se encuentra la satisfacción personal que brinda ser un empresario y la aprobación de esta actitud por parte de sus amigos.

De Jorge (2013), buscó determinar que factor influye en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la Licenciatura y Grado de Administración y Dirección de Empresa (LADE y GADE) de la Universidad de Alcalá en España. La muestra fue de 331 estudiantes, 190 de LADE en último año y 141 para GADE en el cuarto año, las variables que se usaron para explicar la intención emprendedora en los alumnos fueron: edad, género, año de la carrera, tradición emprendedora, tipo de estudio, características personales y propensión del empresario. Los resultados de este estudio muestran que para el primer grupo

de estudiantes la edad, género y la existencia de algún familiar emprendedor son explicativas de la intención emprendedora, en cuanto al segundo grupo el factor más explicativo es la valoración personal.

Jaramillo (2013) realizó un estudio con el objetivo de analizar la actitud emprendedora de los estudiantes de licenciaturas en contabilidad y administración en el Centro Universitario UAEM Temascaltepec. Se tomó una muestra de 143 alumnos de primero, tercero, quinto, séptimo y noveno semestre, se utilizó como instrumento un cuestionario con respuestas en escala Likert valoradas del 1 al 4, este cuestionario estaba estructurado en dos bloques, el primero mide variables sociodemográficas y el segundo las variables psicológicas como son: control interno, innovación, necesidad de logro, propensión al riesgo, autoestima y tolerancia a la ambigüedad. Los resultados indicaron que se debe trabajar en la autoestima de los estudiantes, además de fomentar la innovación y reforzar el control interno, también los estudiantes consideraron que la necesidad de logro es importante ya que buscan estar en los primeros lugares, así como también están dispuestos a asumir los riesgos necesarios para tener éxito.

Rojo Ortiz (2016) buscó identificar la relación entre los factores psicológicos y la actitud emprendedora de los estudiantes de la carrera Licenciatura en Psicología del Centro Universitario UAEM Temascal extensión Tejupilco en México. La investigación que realizó fue de tipo descriptivo correlacional, usando dos tipos de variables la independiente (factores psicológicos) y la dependiente (actitud emprendedora), dentro del primer grupo de variables independientes se tienen: autoestima, control percibido interno, riesgo, innovación, necesidad de logro y tolerancia a la ambigüedad. Se usó una muestra de 329 estudiantes, los cuales fueron encuestados mediante un cuestionario

basado en estudios previos, como el de Ibañez (2011) y Krauss (2005) con escala Likert. Los resultados mostraron una correlación significativa en los factores control interno, motivación de logro, riesgo, innovación y tolerancia a la ambigüedad, el único factor que no demostró una relación significativa fue la autoestima, indicando que los alumnos encuestados se sienten cohibidos al lado de personas con mucho éxito, no tienen reuniones de trabajo con personas con bastante éxito y no están acostumbrados a realizar con excelencia la parte que les corresponde al momento de realizar un proyecto.

Marrugo y Contreras (2016) realizaron un estudio con el objetivo de verificar la presencia de actitudes emprendedoras en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Los Libertadores en Barranquilla, Colombia. Al igual que el estudio realizado por Krauss (2005) se utilizó una adaptación de la escala EAO creada por Robinson en 1987, a una muestra de 20 estudiantes de los últimos semestres. Las variables utilizadas para el estudio fueron: la autoestima, propensión al riesgo, innovación y control percibido interno, obteniendo como resultados que la variable con menos rasgos definidos fue la autoestima, mientras las que obtuvieron los mejores resultados fueron el control percibido interno y la necesidad de logro, es decir, que los estudiantes están dispuestos a asumir nuevos retos y lograr encontrar la solución para controlar las distintas situaciones que pueden enfrentar.

Estudios realizados en el Ecuador

A continuación se detallan alguno de los estudios realizados en el Ecuador:

Vejarano y Pilar (2007) realizaron un estudio en la Universidad Tecnológica Equinoccial de Quito (UTE) con el objetivo de identificar y medir la

actitud emprendedora de los estudiantes de tal manera que la universidad pueda idear estrategias que sirvan para promover, comunicar y capacitar en términos de emprendimiento. La muestra fue conformada por 245 estudiantes de ambos sexos de las tres jornadas de estudio que poseen y fue dividida de la siguiente manera: Facultad de Artes (9), Economía (74), Ingeniería (44), Medicina (9), Sociales (40) y Turismo (64). Se utilizó el cuestionario de Auto Evaluación de las conductas emprendedoras, desarrollado y probado por el Programa Formación de Multiplicadores en Emprendimiento de la Incubadora de Negocios de Temuco, Chile (INCUBATEC), con respuestas en escala Likert.

Los resultados arrojaron que existen actitudes y conductas muy positivas en los estudiantes y que tienen un buen perfil emprendedor, la variable estado civil demostró que existe una mayor predisposición al emprendimientos entre los estudiantes casados y en unión libre, por otro lado no se encontró una diferencia con respecto a la variable género, es decir, que tanto hombres como mujeres tienen interés y actitudes altamente positivas para emprender, todas las facultades mostraron una buena actitud hacia el emprendimiento y finalmente los estudiantes indicaron que unas de las variables más críticas al momento de crear un nuevo negocio son dinero, tiempo motivación y actitudes. Se concluyó que la UTE está acertando en las estrategias utilizadas para fomentar la cultura de emprendimiento en sus estudiantes.

Novillo, Sarmiento, Ollague y Ramón (2017) realizaron una investigación acerca de las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala, con el objetivo de encontrar diferencias entre los hombres y las mujeres, específicamente de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales. En la investigación usaron un enfoque cuantitativo con el uso de dos muestras

independientes de 100 mujeres y 100 hombres, la actitud emprendedora se consideró en cuatro categorías: capital social, autoconfianza, valoración de resultados e intención de emprender y se usó un cuestionario con respuestas en escala Likert que iban desde muy en desacuerdo hasta muy en acuerdo. Los resultados obtenidos mostraron que la media de las actitudes emprendedoras de los hombres era relativamente menor que la de las mujeres pero esto no era suficiente para poder establecer una diferencia, por lo tanto usaron la prueba ANOVA, la cual demostró que no existen diferencias significativas entre las actitudes de los hombres y mujeres que estudian carreras administrativas en la Universidad Técnica de Machala.

Oyarvide, Ayoví, Rivas y Arce (2017) realizaron un estudio diferente al que se ha mencionado anteriormente, en este caso no fue realizado a estudiantes sino a 282 ya emprendedores propietarios de empresas, que ya se encuentran bajo la supervisión de la Superintendencia de Compañías y la Cámara de Comercio, de las parroquias de Tonsupa, Atacames, Sua y el cantón Esmeraldas. La metodología se basó mediante un estudio descriptivo transversal utilizando un cuestionario conformado por 32 preguntas agrupadas en dos grupos: factores que influyen en el emprendimiento como aspectos personales y condiciones del entorno y factores que influyen en la sostenibilidad de las empresas.

Dentro del primer grupo se destacan las siguientes variables: educación, motivación, cultura emprendedora, financiamiento, experiencia, situación legal, condiciones del mercado, situación económica, educación, cambio tecnológico y para el segundo grupo se destaca el financiamiento, situación legal condiciones del mercado situación económica, educación y experiencia. Los resultados mostraron que el 60.5% de los emprendedores considera que su formación

educativa tuvo mucha influencia en su actividad emprendedora, esto quiere decir que los establecimientos educativos del Ecuador deben poner más énfasis en fomentar el emprendimiento, mediante programas y estrategias, tanto en las universidades como en los colegios. Para los hombres la principal motivación al emprender fue la oportunidad de negocio, en cambio para las mujeres fue su profesión, también se destaca que el 68.5% de los encuestados indicaron haber tenido una experiencia previa antes de iniciar su negocio propio, con respecto a los obstáculos para crear una nueva empresa, el 26% de los encuestados estuvo de acuerdo que existen limitadas fuentes de financiamiento. En conclusión la investigación planteó que existen conductas emprendedoras que inciden de manera positiva al emprendimiento como son: la persistencia, confianza, planificación hacia las metas y cumplimiento de las mismas, así como también la formación juega un papel primordial en crear esa cultura de emprendimientos en los jóvenes.

Por último, se tiene el estudio realizado por la Dra. Andreina Gozález y la Ms.C. Verónica Mocha en el 2017 con el objetivo de medir las actitudes emprendedoras en los estudiantes de los últimos semestres de la carrera de Gestión Empresarial de la Universidad Metropolitana de Machala (UMET). Los factores utilizados para medir la actitud emprendedora fueron: necesidad de logro, innovación, control percibido interno, autoestima y riesgo, también se enfocó a determinar sus componentes cognitivos, afectivos y comportamentales y la relación que existe entre la edad, sexo, antecedentes familiares y experiencia previa con las actitudes emprendedoras.

La investigación se desarrolló a nivel descriptivo con un diseño no experimental de tipo transversal, con una muestra de 159 estudiantes dividido por

semestres de la siguiente manera: noveno (5), octavo (18), séptimo (20), sexto (47), quinto (50) y en trabajo de titulación (19). El instrumento utilizado fue un cuestionario diseñado por Krauss (2011) con respuestas de tipo Likert del uno al seis. Los resultados obtenidos mostraron que los estudiantes poseen una alta actitud emprendedora, es decir, que un alto porcentaje de ellos les gustaría crear un negocio propio, con respecto a los factores que componen la actitud emprendedora el que tuvo mayor calificación fue la necesidad de logro, lo que quiere decir que los estudiantes se sienten responsables por sus acciones y buscan los mejores resultados mediante el esfuerzo, la dedicación y el trabajo. En relación a las demás variables el componente que predomina es el conductual y de último el emocional, se observa que los estudiantes con experiencia laboral y antecedentes familiares se encuentran en la categoría de alta actitud emprendedora, así como también los que se encuentran en un rango de edad de 18 a 22 años, finalmente con respecto al sexo, las mujeres muestran mayor actitud emprendedora que los hombres lo que demuestra que la mujer empieza a reivindicar su papel dinamizador en la sociedad ecuatoriana.

Capítulo III

Metodología y Resultados

En este capítulo se presentan los componentes metodológicos aplicados en la investigación, así como los resultados del análisis de datos. Se expone la naturaleza, diseño, enfoque, población, muestra, método de muestreo y análisis de datos, así como los elementos de consentimiento informado y la discusión de los resultados.

Diseño de la Investigación

Según Hernández-Sampieri (2014) en los diseños investigación no experimentales, el investigador analiza el fenómeno de estudio a través de la observación no participativa, sin manipular ni a las variables ni a los objetos investigados. Respecto al contexto temporal, los estudios pueden ser transversales y longitudinales, tomando en cuenta que los estudios transversales o transeccionales consideran la valoración del problema de estudio durante un periodo de tiempo, mientras que los estudios longitudinales levantan muestras en varios momentos de tiempo para emitir conclusiones. En este caso particular, la investigación tiene un diseño no experimental de corte transversal o transeccional.

En este trabajo se utilizó una encuesta a través de un cuestionario adaptado del trabajo publicado de Krauss e Ibáñez (2007) que se aplicó a una muestra de 78 estudiantes de carreras técnicas y administrativas de la ESPOL durante el año 2018. Los resultados fueron analizados e interpretados sobre la base de pruebas estadísticas que permitieron explorar los factores determinados por la teoría, así como establecer las diferencias entre ambos grupos de estudiantes.

Enfoque de la investigación

Existen dos enfoques principales de la investigación: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo y un tercero que resulta de la combinación de los elementos de ambos enfoques. El enfoque cuantitativo se deriva de un paradigma hipotético-deductivo, es decir que se recolectan datos para probar hipótesis con base en el análisis estadístico, a fin de arribar a conclusiones y probar teorías (Bernal, 2010). La investigación cuantitativa es estructurada y secuencial; donde las conclusiones son objetivas y fundamentadas en los resultados de los análisis estadísticos.

Por otro lado, el enfoque cualitativo, el cual proviene de un paradigma interpretativista, busca analizar los diferentes elementos del problema a través de la inmersión del investigador en el proceso, de tal forma que es la principal herramienta de análisis. La investigación cualitativa es no estructurada e iterativa, es decir que no sigue un proceso para la recolección y análisis sino que se levantan y analizan datos para emitir conclusiones y continuar nuevamente este proceso de interpretación subjetiva. En la investigación cualitativa no se parte de hipótesis, sino que, éstas son el posible resultado emergente de la investigación.

En este contexto, por lo tanto, se determina que el presente estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, puesto que se recolectaron datos por medio de un instrumento estructurado con la finalidad de resolver las hipótesis planteadas en la problemática. Puntualmente, medir las diferencias en la actitud emprendedora entre estudiantes de carreras técnicas y administrativas.

Alcance de la investigación

Es necesario no considerar los alcances como “tipos” de investigación, ya que, más que ser una clasificación, constituyen un continuo de “causalidad” que

puede tener un estudio (Hernández - Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014). Los alcances de una investigación cuantitativa pueden ser exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos. La investigación exploratoria antecede a los demás alcances, en etapas iniciales del estudio, con la finalidad de indagar más respecto a la problemática. Por otra parte, los estudios descriptivos tienen por finalidad presentar las características del problema de estudio en la muestra analizada. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de la población de estudio.

Los estudios correlacionales asocian variables con la finalidad de conocer la relación o grado de asociación existente entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. Para evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, en los estudios correlacionales primero se mide cada una de éstas, y después se cuantifican, analizan y establecen las vinculaciones, tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba.

Finalmente, los estudios explicativos tienen como finalidad establecer relaciones causa-efecto entre las variables de estudio. En este alcance, la investigación va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones; pues, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales que se analizan. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables (Hernández et al., 2014; Bernal, 2010).

Las investigaciones explicativas son más estructuradas que los estudios con los demás alcances y, de hecho, implican los propósitos de los demás alcances

es decir exploración, descripción y correlación o asociación (Hernández – Sampieri et al., 2014). En el caso de esta investigación, se busca explicar el comportamiento de los estudiantes de carreras técnicas y administrativas de la ESPOC respecto a las actitudes emprendedoras, a través de medir la diferencias significativas de las respuestas de ambos grupos; planteando explicaciones a partir del resultado del análisis de datos.

Proceso de recolección y análisis de datos.

En cuanto al método de recolección de datos se aplicó una encuesta estructurada sobre la base del trabajo publicado de Krauss e Ibáñez (2007), la misma que fue aplicada de manera presencial en las aulas de los estudiantes de los últimos ciclos de la Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación (FIEC) y en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas (FCSH) durante el año 2018.

Una vez recopiladas las muestras, se procedió a la depuración y tabulación de datos, para luego realizar el análisis estadístico para comprobar la hipótesis. Previa a la comprobación de la hipótesis se realizó un análisis factorial exploratorio con la finalidad de confirmar los factores determinados en el modelo teórico. El propósito de este análisis fue identificar el número de variables latentes en la muestra de estudio, de tal forma que se pueda confirmar si efectivamente corresponde al número de constructos establecidos en la teoría.

Finalmente, para comprobar la hipótesis central del trabajo, se realizó una prueba de t - Student para diferencias de medias de muestras independientes y la prueba de Levene para diferencias de varianzas en ambos grupos. Las hipótesis estadísticas serían las siguientes:

H0: No existen diferencias significativas en las actitudes emprendedoras entre los estudiantes de carreras técnicas y administrativas de la ESPOL.

H1: Existen diferencias significativas en las actitudes emprendedoras entre los estudiantes de carreras técnicas y administrativas de la ESPOL

Población

Actualmente la Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación (FIEC) cuenta con una población de 2134 estudiantes, mientras que la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas (FCSH) cuenta con aproximadamente 3176 estudiantes (ESPOL, 2020).

Criterios de inclusión: Las estudiantes que fueron considerados como parte de la población tuvo las siguientes características:

- a) Alumnos de los últimos ciclos de ambas facultades.
- b) Estudiantes con conocimiento o no sobre el concepto de actitudes emprendedoras.

Criterios de exclusión: Se excluye de la población de estudio a:

- a) Estudiantes de los primeros ciclos de ambas facultades.
- b) Estudiantes que están actualmente emprendiendo en algún negocio. Se busca medir la actitud emprendedora, más no el emprendimiento, el cual es el resultado de la actitud emprendedora en acción.

Muestra

La muestra está constituida por 39 estudiantes de ambas facultades, para un total de 78 estudiantes. El tipo de muestreo aplicado probabilístico por conglomerados, es cual es un procedimiento de muestreo probabilístico en que los

elementos de la población son seleccionados al azar en forma natural por agrupaciones (clusters) (Otzen & Manterola, 2017). En este caso los grupos de ambas Facultades se encuentran divididos de manera natural, sobre los cuales se encuestó aleatoriamente a una muestra representativa de ambos conglomerados.

Para el cálculo de la muestra se tomó en cuenta la fórmula de población finita que se presenta a continuación (Otzen & Manterola, 2017):

$$\frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Donde,

Z= corresponde al intervalo de confianza para este caso se considera el 95%, para un valor z de 1,96.

P= probabilidad de ocurrencia, se toma en cuenta el 50%

N= población = 5310

e= error muestral, en este caso se considera el 11,02%

$$\frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5) \cdot 5310}{0,1102^2 \cdot (5310-1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}$$

n= 78 estudiantes encuestados.

Consentimiento Informado

El consentimiento informado en el procedimiento de recolección de datos se realizó al momento de solicitar autorización a las autoridades de ambas facultades para realizar el levantamiento de datos. Más aún, se les solicitó a los alumnos llenar el cuestionario de manera voluntaria.

Confidencialidad

El presente estudio tendrá como principio no develar la información que identifique en la muestra de estudio, independientemente de que los resultados que se deriven y el interés de la es meramente académico y sus resultados no tienen fines comerciales.

Resultados del análisis

A continuación se presentan los resultados del análisis descriptivo, así como los resultados del análisis factorial exploratorio y las pruebas para diferencias de medias y varianzas.

Análisis descriptivo

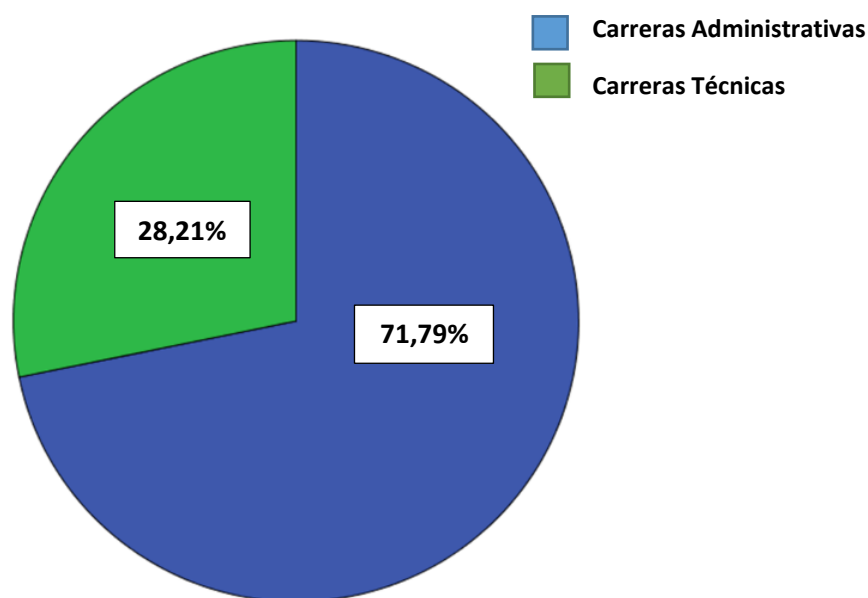


Figura 2 Tipo de carrera

En el estudio realizado nótese que hay una mayor proporción del 71,79 en las carreras administrativas por parte de los estudiantes de la ESPOL, el 28,21% corresponde a los estudiantes que optaron estudiar carreras técnicas, por consiguiente. Se determina que el mayor de porcentaje de estudiantes encuestados corresponde a las carreras administrativas, lo cual plantea la probabilidad de

obtener mayor actitud emprendedora en estos estudiantes en relación con los estudiantes de carreras técnicas. Sin embargo, esta es la hipótesis que se debe demostrar en análisis posteriores.

Tabla 5 Primera pregunta: Me gusta que las cosas sean estables y predecibles

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	2	2,6	2,6	2,6
	Bastante en Desacuerdo	2	2,6	2,6	5,1
	Parcialmente en Desacuerdo	17	21,8	21,8	26,9
	Parcialmente en Acuerdo	27	34,6	34,6	61,5
	Bastante de Acuerdo	15	19,2	19,2	80,8
	Total Acuerdo	15	19,2	19,2	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 5 presenta las frecuencias de las respuestas de los estudiantes respecto a cómo piensan sobre las cosas en general si prefieren que sean estables y predecibles, para obtener resultados eficientes y con una buena comprensión se establecieron 6 opciones, el 34,6% de los estudiantes están “Parcialmente de Acuerdo”, el 21,8% de los estudiantes están “Parcialmente en Desacuerdo”, el 19,2% de los estudiantes están “Bastante de Acuerdo y en Total Acuerdo” y el 2,6% de los estudiantes están en “Total Desacuerdo y Bastante Desacuerdo”, como es de observar la mayoría de los estudiantes (73%) concuerdan con que le gustan las cosas estables y predecibles. En general existe una frecuencia acumulada de los criterios positivos de 73%, mientras que los criterios negativos acumulan una frecuencia de 26,9%.

Tabla 6 Segunda pregunta: Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	3	3,8	3,8	3,8
	Bastante en Desacuerdo	1	1,3	1,3	5,1
	Parcialmente en Desacuerdo	9	11,5	11,5	16,7
	Parcialmente en Acuerdo	18	23,1	23,1	39,7
	Bastante de Acuerdo	29	37,2	37,2	76,9
	Total Acuerdo	18	23,1	23,1	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 6 muestra los resultados de la pregunta que indaga sobre la importancia del trabajo duro para estar entre los más sobresalientes, la información recolectada dio como resultado que el 37,2% de los estudiantes están “Bastante de Acuerdo”, el 23,1% de los estudiantes están “ Parcialmente de Acuerdo y en Total Acuerdo”, el 11,5% de los estudiantes están “Parcialmente en Desacuerdo”, el 3,8% de los estudiantes están en “Total Desacuerdo” y el 1,3% en “Bastante Desacuerdo”, se concluye que los estudiantes prefieren el producto de sus esfuerzos y su alto desempeño los coloque ente los primeros y más destacados. En general existe una frecuencia acumulada de los criterios positivos de 83,4%, mientras que los criterios negativos acumulan una frecuencia de 16,7%.

Tabla 7 Tercera pregunta: Me gusta dónde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	8	10,3	10,3	10,3
	Bastante en Desacuerdo	2	2,6	2,6	12,8
	Parcialmente en Desacuerdo	19	24,4	24,4	37,2
	Parcialmente en Acuerdo	26	33,3	33,3	70,5
	Bastante de Acuerdo	11	14,1	14,1	84,6
	Total Acuerdo	12	15,4	15,4	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Nótese los resultados respecto a si el ambiente de trabajo donde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes es mejor o no para los estudiantes. La Tabla 7 indica que: el 33,3% de los estudiantes están “Parcialmente de Acuerdo”, el 24,4% de los estudiantes están “Parcialmente Desacuerdo”, el 15,4% de los estudiantes están en “Total Acuerdo”, el 14,1% de los estudiantes están “Bastante de Acuerdo”, el 10,3% de los estudiantes están en “Total Desacuerdo” y el 2,6% de los estudiantes están “Bastante en Desacuerdo”, se puede concluir con un 62,8% de aprobación que para los estudiantes un buen ambiente de trabajo en el que no exista cambios constantes y no esté lleno de incertidumbres es la mejor manera de trabajar. En general existe una frecuencia acumulada de los criterios positivos de 62,8%, mientras que los criterios negativos acumulan una frecuencia de 37,2%.

Tabla 8 Cuarta pregunta: Dedico una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	5	6,4	6,4	6,4
	Bastante en Desacuerdo	1	1,3	1,3	7,7
	Parcialmente en Desacuerdo	3	3,8	3,8	11,6
	Parcialmente en Acuerdo	16	20,5	20,5	32,1
	Bastante de Acuerdo	32	41,0	41,0	73,1
	Total Acuerdo	21	26,9	26,9	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Según los resultados mostrados en la Tabla 8, la mayor frecuencia de respuesta corresponde al 41,0% que indicó estar bastante de acuerdo a la afirmación de que dedican una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que se comprometen funcionen mejor; en segundo porcentaje de frecuencia se encuentran los estudiantes que están totalmente de acuerdo con 26,9%, seguido de los estudiantes que están parcialmente de acuerdo con el 20,5% y finalmente el 6,4%; 3,8% y 1,3% para los estudiantes que respondieron estar parcialmente en desacuerdo, totalmente en desacuerdo y bastante de acuerdo respectivamente. En general existe una frecuencia acumulada de los criterios positivos de 88,4%, mientras que los criterios negativos acumulan una frecuencia de 11,6%.

Tabla 9 Quinta pregunta: Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	2	2,6	2,6	2,6
	Bastante en Desacuerdo	1	1,3	1,3	3,8
	Parcialmente en Desacuerdo	5	6,4	6,4	10,3
	Parcialmente en Acuerdo	12	15,4	15,4	25,6
	Bastante de Acuerdo	24	30,8	30,8	56,4
	Total Acuerdo	34	43,6	43,6	100,0

Los resultados presentados en la Tabla 9 muestran cómo los estudiantes consideran la realización de sus trabajos en proyectos de trabajo en equipo, 40,3% están Totalmente de Acuerdo, el 30,8% se encuentra Bastante de Acuerdo, el 15,4% está Parcialmente de Acuerdo, el 6,4% está Parcialmente en Desacuerdo, 2,6% Totalmente desacuerdo y el 1,3% Bastante desacuerdo. Se puede concluir, sobre la base de los resultados que, los estudiantes en un 89,8% realizan de forma correcta y eficiente la parte de sus trabajos en los proyectos que son involucrados. En general existe una frecuencia acumulada de los criterios positivos de 89,7%, mientras que los criterios negativos acumulan una frecuencia de 10,3%.

Tabla 10 *Sexta pregunta: Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en reuniones de negocios*

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	12	15,4	15,4
	Bastante en Desacuerdo	11	14,1	29,5
	Parcialmente en Desacuerdo	22	28,2	57,7
	Parcialmente en Acuerdo	20	25,6	83,3
	Bastante de Acuerdo	10	12,8	96,2
	Total Acuerdo	3	3,8	100,0
	Total	78	100,0	

Los resultados presentados en la Tabla 10 indican cómo creen los estudiantes que se va a manejar las personas con más experiencia y éxito en una reunión de negocios, el 28,2% de los estudiantes están Parcialmente en Desacuerdo, el 25,6% están Parcialmente en Acuerdo, el 15,4% se encuentra en Total Desacuerdo, el 14,1 Bastante en Desacuerdo, el 12,8% Bastante de Acuerdo y finalmente el 3,8% en Total Acuerdo. Se puede concluir que los estudiantes consideran que las actitudes de una persona con éxito no difieren de las actitudes que ellos poseen, debido a su nivel de experiencia y la manera de manejar una

reunión de negocio no es diferente de la de ellos, lo cual evidencia que los estudiantes consideran que tienen las mismas capacidades que una persona exitosa. En general existe una frecuencia acumulada de los estudiantes de acuerdo es de 42,3%, mientras que los criterios en desacuerdo acumulan una frecuencia de 57,79%.

Tabla 11 Séptima pregunta: Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Total Desacuerdo	2	2,6	2,6	2,6
Bastante en Desacuerdo	1	1,3	1,3	3,8
Parcialmente en Desacuerdo	1	1,3	1,3	5,1
Parcialmente en Acuerdo	8	10,3	10,3	15,4
Bastante de Acuerdo	18	23,1	23,1	38,5
Total Acuerdo	48	61,5	61,5	100,0
Total	78	100,0	100,0	

En cuanto al nivel de acuerdo sobre si el esfuerzo que los estudiantes hacen al tratar de conseguir sus metas, la Tabla 11 indica que el 94,8% de frecuencia acumulada de los estudiantes consideran que están de Acuerdo que el trabajo duro es la mejor manera de conseguir sus metas propuestas, y el 5,2% de los estudiantes que equivale cuatro estudiantes tienen una idea diferente haciendo referencia que no es necesario trabajar duro para conseguir sus objetivos y metas propuestas.

Tabla 12 Octava pregunta: Me siento cohibido cuando estoy con personas de mucho éxito en los negocios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	15	19,2	19,2	19,2
	Bastante en Desacuerdo	18	23,1	23,1	42,3
	Parcialmente en Desacuerdo	13	16,7	16,7	59,0
	Parcialmente en Acuerdo	24	30,8	30,8	89,7
	Bastante de Acuerdo	6	7,7	7,7	97,4
	Total Acuerdo	2	2,6	2,6	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 12 señala si los estudiantes se sienten cohibidos cuando se encuentran con personas de mucho éxito en el mundo de los negocios, el 30,8% que equivale a 24 estudiantes son los que consideran que están Parcialmente en Acuerdo, el 23,1% que equivale a 18 estudiantes está en Bastante Acuerdo, el 19,2% que equivale a 15 estudiantes están en Total Desacuerdo, el 16,7% está Parcialmente en Desacuerdo, el 7,7% de estudiantes están Bastante de Acuerdo y finalmente el 2,6% se encuentra en total acuerdo. Se puede concluir, sobre la base de los resultados que, los estudiantes se sienten cohibidos frente a personas de grandes logros y éxitos en el mundo de los negocios. En general existe una frecuencia acumulada de los criterios a favor de 41%, mientras que los criterios negativos acumulan una frecuencia de 59%.

Tabla 13 *Novena pregunta: Realizo cada trabajo tan exhaustivamente cómo es posible*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Bastante en Desacuerdo	3	3,8	3,8	5,1
	Parcialmente en Desacuerdo	4	5,1	5,1	10,3
	Parcialmente en Acuerdo	22	28,2	28,2	38,5
	Bastante de Acuerdo	28	35,9	35,9	74,4
	Total Acuerdo	20	25,6	25,6	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 13 señala el nivel de compromiso que los estudiantes tienen en sus trabajos de investigación, que tan exhaustivo ha realizado su trabajo. Un estudiante que representa el 1,3% está en Total Desacuerdo, tres estudiantes que representan el 3,8% están Bastante Desacuerdo, cuatro estudiantes que representan el 5,1% están Parcialmente en Desacuerdo, 22 estudiantes que representan el 28,2% están Parcialmente en Acuerdo, 28 estudiantes que representan el 35,9% están Bastante de Acuerdo y los últimos 20 estudiantes que representan el 25,6% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede concluir que el compromiso de los estudiantes al realizar sus trabajos de manera exhaustiva es de 89,7%.

Tabla 14 *Décima pregunta: Las horas regulares de trabajo y las vacaciones son más importantes para mí que las nuevas oportunidades y retos que ofrezca un puesto*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	13	16,7	16,7	16,7
	Bastante en Desacuerdo	21	26,9	26,9	43,6
	Parcialmente en Desacuerdo	23	29,5	29,5	73,1
	Parcialmente en Acuerdo	15	19,2	19,2	92,3
	Bastante de Acuerdo	3	3,8	3,8	96,2
	Total Acuerdo	3	3,8	3,8	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

En la Tabla 14 se muestra la opinión de los estudiantes respecto a la prioridad que tienen frente nuevas oportunidades y retos que les permitan un mejor puesto de trabajo, si sacrificarían sus horas de trabajo y ocio. Al escoger 13 estudiantes que representan el 16,7% está en Total Desacuerdo, 21 estudiantes que representan el 26,9% están Bastante Desacuerdo, 23 estudiantes que representan el 29,5% están Parcialmente en Desacuerdo, 15 estudiantes que representan el 19,2% están Parcialmente en Acuerdo, seis estudiantes que representan el 3,8% están Bastante de Acuerdo y Total Acuerdo. Se puede determinar que las horas regulares de trabajo y las vacaciones no son más importantes que las nuevas oportunidades y retos que ofrezca un puesto. En general existe una frecuencia acumulada de los criterios a favor de 26,9%, mientras que los criterios negativos acumulan una frecuencia de 73,1%.

Tabla 15 *Décimo primera pregunta: No estoy seguro (a) de mis propias ideas y capacidades*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	26	33,3	33,3	33,3
	Bastante en Desacuerdo	22	28,2	28,2	61,5
	Parcialmente en Desacuerdo	15	19,2	19,2	80,8
	Parcialmente en Acuerdo	11	14,1	14,1	94,9
	Bastante de Acuerdo	3	3,8	3,8	98,7
	Total Acuerdo	1	1,3	1,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 15 presenta los resultados de la pregunta respecto a qué tan seguro se sienten los encuestados al expresar sus ideas y qué tan capaces se sienten en llevarlas a cabo. Al escoger el 33,3% está en total desacuerdo, el 28,2% están bastante en desacuerdo, el 19,2% está parcialmente en desacuerdo, el 14,1% está parcialmente en acuerdo, el 3,8% está bastante de acuerdo y por último el 1,3% de la muestra está en total acuerdo. En general existe una frecuencia acumulada de los criterios de acuerdo de 19,2%, mientras que los criterios en contra acumulan una frecuencia de 80,8%. Es posible concluir que, los estudiantes si se sienten seguros de sus capacidades y de sus ideas que proponen en la realización de una determinada actividad.

Tabla 16 *Décimo segunda pregunta: Estar auto empleado implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	8	10,3	10,3	10,3
	Bastante en Desacuerdo	10	12,8	12,8	23,1
	Parcialmente en Desacuerdo	23	29,5	29,5	52,6
	Parcialmente en Acuerdo	27	34,6	34,6	87,2
	Bastante de Acuerdo	9	11,5	11,5	98,7
	Total Acuerdo	1	1,3	1,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

En la siguiente tabla se tomó una muestra de 78 estudiantes con el objetivo de analizar la incertidumbre que sienten los estudiantes al estar auto empleados, los riesgos que conlleva y si están dispuestos a correrlos. Ocho estudiantes que representa el 10,3% está en Total Desacuerdo, 10 estudiantes que representan el 12,8% están Bastante Desacuerdo, 23 estudiantes que representan el 29,5% están Parcialmente en Desacuerdo, 27 estudiantes que representan el 34,6% están Parcialmente en Acuerdo, nueve estudiantes que representan el 11,5% están Bastante de Acuerdo y el último estudiante que representa el 1,3% de la muestra están en Total Acuerdo. Conclúyase que los estudiantes están desacuerdo en un 52,6% de que estar auto empleado implica mayores riesgos de los que están dispuestos a correr.

Tabla 17 *Décimo tercera pregunta: Me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	34	43,6	43,6	43,6
	Bastante en Desacuerdo	25	32,1	32,1	75,6
	Parcialmente en Desacuerdo	10	12,8	12,8	88,5
	Parcialmente en Acuerdo	7	9,0	9,0	97,4
	Bastante de Acuerdo	2	2,6	2,6	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 17 refleja los resultados de cómo se sienten los estudiantes en su ambiente laboral, si se consideran inferiores a sus compañeros de trabajo. El 43,6% de la muestra está en Total Desacuerdo, el 32,1% están Bastante Desacuerdo, el 12,8% están Parcialmente en Desacuerdo, el 9% están Parcialmente en Acuerdo, y por último el 2,6% están Bastante de Acuerdo. Se puede determinar que los estudiantes están en desacuerdo con un 88,5% de que se sienten inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajan, lo cual señala una alta autoestima.

Tabla 18 *Décimo cuarta pregunta: No me molesta la incertidumbre y el riesgo que suele provocar los desconocidos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	3	3,8	3,8	3,8
	Bastante en Desacuerdo	3	3,8	3,8	7,7
	Parcialmente en Desacuerdo	25	32,1	32,1	39,7
	Parcialmente en Acuerdo	19	24,4	24,4	64,1
	Bastante de Acuerdo	14	17,9	17,9	82,1
	Total Acuerdo	14	17,9	17,9	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Obsérvese en la Tabla 18 los resultados de cómo se sienten los estudiantes cuando se enfrentan a situaciones desconocidas. El 3,8% de los encuestados está en

Total Desacuerdo, el 3,8% están Bastante Desacuerdo, el 32,1% están Parcialmente en Desacuerdo, el 24,4% están Parcialmente en Acuerdo, el 17,9% están Bastante de Acuerdo y por último el 17,9% de la muestra están en Total Acuerdo. Es posible concluir que, los estudiantes están de acuerdo en un 60,2% de no sentirse mal por la incertidumbre y el riesgo que suele provocar lo desconocido.

Tabla 19 *Décimo quinta pregunta: Creo que cualquier organización puede llegar a ser más efectiva empleando a personal competente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Parcialmente en Desacuerdo	5	6,4	6,4	7,7
	Parcialmente en Acuerdo	22	28,2	28,2	35,9
	Bastante de Acuerdo	24	30,8	30,8	66,7
	Total Acuerdo	26	33,3	33,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 19 presenta los resultados de la encuesta a los estudiantes respecto a si creen que la efectividad de una organización es debido a la contratación de personal competente. El 1,3% está en Total Desacuerdo, el 6,4% están Parcialmente en Desacuerdo, el 28,2% están Parcialmente en Acuerdo, el 30,8% están Bastante de Acuerdo, y por último el 33,3% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede concluir que los estudiantes están de acuerdo en un 92,3% que la organización al contratar personal competente puede llegar a ser más efectiva.

Tabla 20 *Décimo sexta pregunta: Creo que para tener éxito en un negocio debes dedicar tiempo todos los días a desarrollar nuevas estrategias*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante en Desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Parcialmente en Desacuerdo	2	2,6	2,6	3,8
	Parcialmente en Acuerdo	21	26,9	26,9	30,8
	Bastante de Acuerdo	24	30,8	30,8	61,5
	Total Acuerdo	30	38,5	38,5	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 20 muestra el criterio de los estudiantes encuestados respecto a si el éxito de un negocio dependerá del tiempo que se le dedique a desarrollar nuevas estrategias. El 1,3% está en Bastante Desacuerdo, el 2,6% están Parcialmente en Desacuerdo, el 26,9% están Parcialmente en Acuerdo, el 30,8% están Bastante de Acuerdo y por último el 38,5% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede determinar que, los estudiantes están de acuerdo en un 96,2% que para tener éxito en un negocio se debe dedicar tiempo todos los días a desarrollar nuevas estrategias.

Tabla 21 *Décimo séptima pregunta: Creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante en Desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Parcialmente en Desacuerdo	12	15,4	15,4	16,7
	Parcialmente en Acuerdo	32	41,0	41,0	57,7
	Bastante de Acuerdo	22	28,2	28,2	85,9
	Total Acuerdo	11	14,1	14,1	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Obsérvese en la Tabla 21 los resultados de la encuesta respecto al nivel de acuerdo sobre si creen que es necesario dedicar tiempo planeando las actividades empresariales. El 1,3% está en Bastante Desacuerdo, el 15,4% están Parcialmente

en Desacuerdo, el 41% están Parcialmente en Acuerdo, el 28,2% están Parcialmente en Acuerdo, y por último el 14,1% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede concluir que los estudiantes están de acuerdo en un 83,3% de creer que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales.

Tabla 22 Décimo octava pregunta: Me gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Bastante en Desacuerdo	2	2,6	2,6	3,8
	Parcialmente en Desacuerdo	14	17,9	17,9	21,8
	Parcialmente en Acuerdo	30	38,5	38,5	60,3
	Bastante de Acuerdo	20	25,6	25,6	85,9
	Total Acuerdo	11	14,1	14,1	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 22 presenta el criterio de los estudiantes encuestados sobre si les gusta la agitación y emoción que implica tomar riesgos. El 1,3% está en Total Desacuerdo, el 2,6% están Bastante Desacuerdo, el 17,9% están Parcialmente en Desacuerdo, el 38,5% están Parcialmente en Acuerdo, 20 estudiantes que representan el 25,6% están Bastante de Acuerdo y por último el 14,1% de la muestra están en Total Acuerdo. Determinése que los estudiantes están de acuerdo en un 78,2% de que les gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos, lo cual es una pregunta que hace referencia a la asunción al riesgo.

Tabla 23 *Décimo novena pregunta: Para resolver bien un problema empresarial es importante cuestionarse todas las suposiciones previas que se dieron por buenas, al plantearse dicho problema.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante en Desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Parcialmente en Desacuerdo	6	7,7	7,7	9,0
	Parcialmente en Acuerdo	25	32,1	32,1	41,0
	Bastante de Acuerdo	29	37,2	37,2	78,2
	Total Acuerdo	17	21,8	21,8	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Los resultados presentados en la Tabla 23 muestran el criterio de los encuestados sobre lo que piensan si para resolver bien un problema empresarial es importante cuestionarse todas las suposiciones previas que se dieron por buenas. El 1,3% de que está Bastante Desacuerdo, el 7,7% están Parcialmente en Desacuerdo, el 32,1% están Parcialmente en Acuerdo, el 37,2% están Bastante de Acuerdo y el 21,8% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede llegar a la conclusión de que los estudiantes están de acuerdo en un 91,1% de que para resolver bien un problema empresarial es importante cuestionar todas las suposiciones previas que se dieron por buenas, al momento de plantearse dicho problema.

Tabla 24 *Vigésima pregunta: A menudo llevo a cabo tareas de una forma original.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante en Desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Parcialmente en Desacuerdo	14	17,9	17,9	19,2
	Parcialmente en Acuerdo	36	46,2	46,2	65,4
	Bastante de Acuerdo	17	21,8	21,8	87,2
	Total Acuerdo	10	12,8	12,8	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 24 muestra el nivel de acuerdo de los encuestados sobre la originalidad de ejecutar las tareas. El 1,3% en están Bastante Desacuerdo, el 17,9% están Parcialmente en Desacuerdo, el 46,2% están Parcialmente en Acuerdo, el 21,8% están Bastante de Acuerdo, y por último el 12,8% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede concluir que, los estudiantes están desacuerdo en un 80,8% de que a menudo llevan a cabo tareas de una forma original.

Tabla 25 Vigésimo primer pregunta: Suelo apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante en Desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Parcialmente en Desacuerdo	9	11,5	11,5	12,8
	Parcialmente en Acuerdo	41	52,6	52,6	65,4
	Bastante de Acuerdo	19	24,4	24,4	89,7
	Total Acuerdo	8	10,3	10,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 25 refleja los resultados de los encuestados sobre el criterio de apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras. El 1,3% está en Bastante Desacuerdo, el 11,5% están Parcialmente en Desacuerdo, el 52,6% están Parcialmente en Acuerdo, el 24,4% están Bastante de Acuerdo y por último el 10,3% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede concluir que, los estudiantes están de acuerdo en un 87,3% sobre que suelen apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras.

Tabla 26 Vigésimo segunda pregunta: Creo que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante en Desacuerdo	3	3,8	3,8	3,8
	Parcialmente en Desacuerdo	3	3,8	3,8	7,7
	Parcialmente en Acuerdo	28	35,9	35,9	43,6
	Bastante de Acuerdo	24	30,8	30,8	74,4
	Total Acuerdo	20	25,6	25,6	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

En la Tabla 26 se presentan los criterios de los estudiantes encuestados respecto a si creen que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes. El 3,8% están Bastante Desacuerdo, el 3,8% están Parcialmente en Desacuerdo, el 35,9% están Parcialmente en Acuerdo, el 30,8% están Bastante de Acuerdo y por último el 20,3% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede concluir que los estudiantes están de acuerdo en un 92,3% de que creen que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes.

Tabla 27 Vigésimo tercera pregunta: Tengo mucha necesidad de nuevas aventuras.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Bastante en Desacuerdo	4	5,1	5,1	6,4
	Parcialmente en Desacuerdo	11	14,1	14,1	20,5
	Parcialmente en Acuerdo	26	33,3	33,3	53,8
	Bastante de Acuerdo	20	25,6	25,6	79,5
	Total Acuerdo	16	20,5	20,5	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 27 representan los resultados de la necesidad de los estudiantes encuestados por nuevas aventuras. El 1,3% está en Total Desacuerdo, el 5,1% están Bastante Desacuerdo, el 14,1% están Parcialmente en Desacuerdo, el 33,3% están

Parcialmente en Acuerdo, el 25,6% están Bastante de Acuerdo y por último el 20,5% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede determinar que los estudiantes están de acuerdo en un 79,4% de que les gusta buscar nuevas aventuras que les permitan adquirir experiencias que le ayuden en su crecimiento profesional.

Tabla 28 Vigésimo cuarta pregunta: Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parcialmente en Desacuerdo	3	3,8	3,8	3,8
	Parcialmente en Acuerdo	12	15,4	15,4	19,2
	Bastante de Acuerdo	23	29,5	29,5	48,7
	Total Acuerdo	40	51,3	51,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 28 presenta los resultados sobre si se sienten bien cuando han trabajado duro para mejorar su trabajo. El 3,8% están Parcialmente en Desacuerdo, el 15,4% están Parcialmente en Acuerdo, el 29,5% están Bastante de Acuerdo y por último el 51,3% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede concluir que, los estudiantes están de acuerdo en un 96,2% de que se sienten bien al trabajar duro para mejorar sus trabajos y tener resultados positivos.

Tabla 29 Vigésimo quinta pregunta: Me siento satisfecho cuando hago algo que permite que el grupo o las organizaciones a las que pertenezco funcionen mejor.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Bastante en Desacuerdo	2	2,6	2,6	3,8
	Parcialmente en Desacuerdo	2	2,6	2,6	6,4
	Parcialmente en Acuerdo	9	11,5	11,5	17,9
	Bastante de Acuerdo	18	23,1	23,1	41,0
	Total Acuerdo	46	59,0	59,0	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

En la Tabla 29 se muestran los resultados sobre el nivel de satisfacción cuando hacen algo que permite que el grupo o las organizaciones a las que pertenecen funcionen mejor. El 1,3% está en Total Desacuerdo, el 2,6% están Bastante Desacuerdo, el 2,6% están Parcialmente en Desacuerdo, el 11,5% están Parcialmente en Acuerdo, el 23,1% están Bastante de Acuerdo y por último el 59% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede determinar que existe una frecuencia acumulada de los criterios a favor de un 93,6%.

Tabla 30 Vigésimo sexta pregunta: Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Total Desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
Bastante en Desacuerdo	2	2,6	2,6	3,8
Parcialmente en Desacuerdo	6	7,7	7,7	11,5
Parcialmente en Acuerdo	23	29,5	29,5	41,0
Bastante de Acuerdo	25	32,1	32,1	73,1
Total Acuerdo	21	26,9	26,9	100,0
Total	78	100,0	100,0	

En la Tabla 30 se puede observar el nivel de acuerdo sobre si lo que verdaderamente les motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio. El 1,3% está en Total Desacuerdo, el 2,6% están Bastante Desacuerdo, el 7,7% están Parcialmente en Desacuerdo, el 29,5% están Parcialmente en Acuerdo, el 32,1% están Bastante de Acuerdo y por último el 26,9% de la muestra están en Total Acuerdo. Es posible determinar que, los estudiantes están de acuerdo en un 88,5% de que se sienten motivados pensando en nuevas ideas que estimulen un negocio.

Tabla 31 Vigésimo séptima pregunta: Por lo general evito asumir riesgos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	7	9,0	9,0	9,0
	Bastante en Desacuerdo	16	20,5	20,5	29,5
	Parcialmente en Desacuerdo	26	33,3	33,3	62,8
	Parcialmente en Acuerdo	20	25,6	25,6	88,5
	Bastante de Acuerdo	7	9,0	9,0	97,4
	Total Acuerdo	2	2,6	2,6	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 31 muestra los resultados del criterio del encuestado sobre si evita generalmente asumir riesgos. El 9% está en Total Desacuerdo, el 20,5% están Bastante Desacuerdo, el 33,3% están Parcialmente en Desacuerdo, el 25,6% están Parcialmente en Acuerdo, el 9% están Bastante de Acuerdo y por último el 2,6% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede determinar que los estudiantes están en desacuerdo en un 62,8% de que por lo general evitan asumir riesgos.

Tabla 32 Vigésimo octava pregunta: Normalmente busco compañeros de trabajo que se motiven explorando nuevas formas de hacer las cosas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante en Desacuerdo	2	2,6	2,6	2,6
	Parcialmente en Desacuerdo	7	9,0	9,0	11,5
	Parcialmente en Acuerdo	22	28,2	28,2	39,7
	Bastante de Acuerdo	24	30,8	30,8	70,5
	Total Acuerdo	23	29,5	29,5	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

La Tabla 32 representa el criterio de los encuestados sobre si normalmente buscan compañeros de trabajo que se entusiasmen explorando nuevas formas de hacer las cosas. El 2,6% están Bastante Desacuerdo, el 9% están Parcialmente en Desacuerdo, el 28,2% están Parcialmente en Acuerdo, el 30,8% están Bastante de

Acuerdo y por último el 29,5% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede concluir que existe una frecuencia acumulada de los criterios a favor de un 88,5%.

Tabla 33 Vigésimo novena pregunta: *Me entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante en Desacuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Parcialmente en Desacuerdo	7	9,0	9,0	10,3
	Parcialmente en Acuerdo	28	35,9	35,9	46,2
	Bastante de Acuerdo	31	39,7	39,7	85,9
	Total Acuerdo	11	14,1	14,1	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

En la Tabla 33 se presenta el criterio sobre si les entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales. El 1,3% están Bastante Desacuerdo, el 9% están Parcialmente en Desacuerdo, el 35,9% están Parcialmente en Acuerdo, el 39,7% están Bastante de Acuerdo y por último el 14,1% de la muestra están en Total Acuerdo. Es posible concluir que, los estudiantes están de acuerdo en un 89,7% de que les entusiasma las cosas nuevas e inusuales.

Tabla 34 Trigésima pregunta: *Vivo cómodo en situaciones de cambio e incertidumbre*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Total Desacuerdo	4	5,1	5,1	5,1
	Bastante en Desacuerdo	4	5,1	5,1	10,3
	Parcialmente en Desacuerdo	25	32,1	32,1	42,3
	Parcialmente en Acuerdo	28	35,9	35,9	78,2
	Bastante de Acuerdo	14	17,9	17,9	96,2
	Total Acuerdo	3	3,8	3,8	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

En la Tabla 34 se muestra el nivel de acuerdo del encuestado sobre si vive cómodo en situaciones de cambio e incertidumbre. El 5,1% está en Total

Desacuerdo, el 5,1% están Bastante Desacuerdo, el 32,1% están Parcialmente en Desacuerdo, el 35,9% están Parcialmente en Acuerdo, el 17,9% están Bastante de Acuerdo y por último el 3,8% de la muestra están en Total Acuerdo. Se puede concluir que los estudiantes están de Acuerdo en un 57,6% de que se sienten cómodos en situaciones de cambio e incertidumbre.

Alfa de Cronbach

Dentro de la Teoría Clásica de los Tests (TCT) el método de consistencia interna es el camino más habitual para estimar la fiabilidad de pruebas, escalas o test, cuando se utilizan conjuntos de ítems o reactivos que se espera midan el mismo atributo o campo de contenido. Esta prueba permite evaluar la fiabilidad de una escala de valores de un instrumento de recolección de datos, los valores superiores a 0,7 se consideran aceptables para evaluar la consistencia de la escala (Ledesma, Molina, & Valero, 2002)

Tabla 35 *Estadística de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,756	30

Los resultados el α de Cronbach de las estadísticas de fiabilidad para el cuestionario de 30 preguntas es 0.756, es decir; que se tiene una confiabilidad estable del instrumento.

Factorial exploratorio

El análisis factorial exploratorio (AFE) se ha convertido en una de las técnicas estadísticas más utilizadas en la actualidad, especialmente en las ciencias sociales. Dada esta popularidad, es fundamental conocer y, a la vez, profundizar en

los conceptos básicos necesarios para su correcta aplicación, considerando las principales fortalezas y debilidades que presenta esta técnica.

El Análisis Factorial exploratorio (AFE) de ítems es una de las técnicas más frecuentemente aplicadas en estudios relacionados con el desarrollo y validación de tests, porque es la técnica por excelencia que se utiliza para explorar el conjunto de variables latentes o factores comunes que explican las respuestas a los ítems de un test. La más numerosa, en que la técnica se aplica para identificar la estructura subyacente a los ítems de un test es la prueba de componentes principales, la cual permite identificar el número de factores latentes, denominados constructos, sobre los cuales se evalúan las cargas que representan las diferentes variables que representan las preguntas de un cuestionario sobre cada factor (Lloret, Ferrer, Hernández, & Tomás, 2014).

Tabla 36 Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,737
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1037,642
	gl	435
	Sig.	,000

El test de Bartlett pone a prueba la hipótesis planteada sobre si es posible ejecutarse un análisis factorial exploratorio, en este caso las hipótesis nulas de las variables analizadas no están correlacionadas en la muestra o, dicho de otro modo, que la matriz de correlación es la identidad, es decir; las inter-correlaciones entre las variables son cero. Esto significa que realizar el AFE tiene sentido. Por otra parte, El test Kaiser, Meyery Oklin (KMO) relaciona los coeficientes de correlación, r_{jh} observados en las variables X_j ; X_h y a_{jh} , estos son los coeficientes de correlación parcial entre variables X_j y X_h Cuanto más cerca de 1

tenga el valor obtenido del test quiere decir que la relación entre las variables es alta. El análisis de validez discriminante y convergente del modelo es de 0,737 lo cual es aceptable, y altamente significativo ,000 lo que quiere decir que los datos se ajustan al modelo planteado.

Tabla 37 Comunalidades de las variables por factor Autoestima

Autoestima	Extracción
Me gusta que las cosas sean estables y predecibles	,564
Me gusta trabajar dónde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes	,627
Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en reuniones de negocios	,495
Me siento cohibido cuando estoy con personas de mucho éxito en los negocios	,608
Las horas regulares de trabajo y las vacaciones son más importantes para mí que las nuevas oportunidades y retos que ofrezca un puesto	,277
No estoy seguro(a) de mis propias ideas y capacidades	,609
Estar autoempleado implica mayores riesgos que los que estoy dispuesto a correr	,336
Me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo	,623
Por lo general evito asumir riesgos	,321

La tabla 37 presenta las cargas de cada pregunta correspondiente al factor autoestima. Para el modelo se han tomado en cuenta las preguntas con comunalidades superiores a 0,6. Se observa que únicamente tres preguntas cumplen esta condición, las cuales son: “Me gusta trabajar dónde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes”, “Me siento cohibido cuando estoy con personas de mucho éxito en los negocios”, “No estoy seguro(a) de mis propias ideas y capacidades”.

Tabla 38 Comunalidades de las variables por factor Control percibido interno.

Control percibido interno	Extracción
Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros	,446
Dedico una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor	,607
Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado	,769
Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo	,689
Realizo cada trabajo tan exhaustivamente cómo es posible	,522
Creo que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes	,111

La tabla 38 presenta las cargas de cada pregunta correspondiente al factor Control Percibido Interno. Para el modelo se han tomado en cuenta las preguntas con comunalidades superiores a 0,6. Se observa que únicamente tres preguntas cumplen esta condición, las cuales son: “Dedico una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor”, “Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado”, “Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo”.

Tabla 39 Comunalidades de las variables por factor Asunción al riesgo.

Asunción al riesgo	Extracción
No me molesta la incertidumbre y el riesgo que suele provocar los desconocido	,304
Me gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos	,537
Tengo mucha necesidad de nuevas aventuras	,545
Normalmente busco compañeros de trabajo que se entusiasmen explorando nuevas formas de hacer las cosas	,294
Me entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales	,506
Vivo cómodo en situaciones de cambio e incertidumbre	,397

La tabla 39 presenta las cargas de cada pregunta correspondiente al Asunción al Riesgo. Para el modelo se han tomado en cuenta las preguntas con

comunalidades superiores a 0,6. Se observa que ninguna pregunta cumple este requerimiento.

Tabla 40 *Comunalidades de las variables por factor Necesidad de logro.*

Necesidad de logro	Extracción
Creo que para tener éxito en un negocio debes dedicar tiempo todos los días a desarrollar nuevas oportunidades	,531
Creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales	,247
A menudo llevo a cabo tareas de una forma original	,734
Suelo apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras	,751
Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo	,614
Me siento satisfecho cuando hago algo que permite que el grupo o las organizaciones a las que pertenezco funcionen mejor	,593
Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio	,585

La tabla 40 presenta las cargas de cada pregunta correspondiente a Necesidad de Logro. Para el modelo se han tomado en cuenta las preguntas con comunalidades superiores a 0,6. Se observa que únicamente tres preguntas cumplen esta condición, las cuales son: “A menudo llevo a cabo tareas de una forma original”, “Suelo apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras”, “Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo”.

Tabla 41 *Varianza total explicada en el modelo.*

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
Autoestima	7,150	23,834	23,834	7,150	23,834	23,834
Control percibido	3,133	10,445	34,279	3,133	10,445	34,279
Riesgo	2,689	8,964	43,244	2,689	8,964	43,244
Necesidad de logro	1,911	6,371	49,614	1,911	6,371	49,614

Luego de eliminar las preguntas con cargas inferiores al 0,6 se procedió a realizar el análisis de componentes principales tomando en cuenta los cuatro factores contemplados en el modelo teórico. Obsérvese según los resultados de Tabla 41 que los cuatro factores considerados en el modelo, explican una varianza total del 49,614. Si bien la varianza explicada no supera el 50% del total de la varianza se puede argumentar que es posible tomar en cuenta los cuatro factores como determinantes de la Actitud Emprendedora, aunque de manera débil. Esto puede ser atribuible al número de datos, es presumible que con una data más amplia los resultados de la varianza explicada por el modelo pueden mejorar. Nótese finalmente que el factor que más explica la varianza del modelo es la Autoestima con 23,834 %.

Comparación de los resultados entre carreras administrativas y técnicas

Tabla 42 *Total de encuestados por sexo y por carrera*

Sexo	Carreras Administrativas	Carreras Técnicas	Total general
Femenino	29	4	33
Masculino	22	23	45
Total general	51	27	78

Respecto al análisis comparativo de los resultados entre las carreras administrativas y técnicas, obsérvese que existe una paridad en el número de estudiantes femeninos y masculinos, mientras que en las carreras técnicas existe un mayor número de alumnos de sexo masculino, puesto que únicamente cuatro fueron mujeres.

Tabla 43 Comparativo de resultados por carreras

Factores	Medias y D.E.	Carreras Administrativas	Carreras Técnicas	Prueba t
Autoestima	Media	3,0992	2,9949	,548
	D.E.	,63623	,80232	
Asunción al riesgo	Media	4,2411	4,3788	,452
	D.E.	,70633	,76667	
Necesidad de logro	Media	4,6637	4,6515	,935
	D.E.	,55731	,67634	
Control percibido interno	Media	4,8601	4,7879	,730
	D.E.	,86268	,86268	
Actitud emprendedora global	Media	4,8304	4,6818	,499
	D.E.	,88563	,82441	

La Tabla 43 muestra los resultados de los estadísticos por carrera. Se puede observar, en términos generales que, los resultados no difieren entre carreras administrativas y técnicas en cada uno de los factores. Respecto al primer constructo (Autoestima) la media es de 3,0992 para las carreras administrativas en comparación con el 2,9949 de las carreras técnicas, con una desviación estándar (D.E.) de 0,63623 y 0,80232 para las carreras administrativas y técnicas respectivamente, determinando que no existen diferencias significativas entre ambos grupos de estudiantes, puesto que el valor de significancia de la prueba t es superior al 0,05 requerido para aceptar la hipótesis alternativa de diferencias entre grupos, como se observa es de 0,548. En cuanto al segundo constructo correspondiente a la asunción al riesgo se puede observar una media de 4,2411 para las carreras administrativas y 4,3788 para las carreras técnicas y una D.E. de ,70633 para las carreras administrativas y ,76667 para las carreras técnicas, con un valor t d 0,452, lo cual significa que se acepta la hipótesis nula de igualdad.

El siguiente factor analizado es la necesidad de logro con una media de 4,6637 y 4,6515 y; una D.E. de 0,55731 y 0,67634 para carreras administrativas y técnicas respectivamente, de igual forma negándose la diferencia entre ambos grupos con un valor en la prueba t de 0,935. En cuanto al Control Percibido

Interno, las medias para ambos grupos fue de 4,8601 y 4,7879 y las D.E. 0,86268 para ambos grupos, negándose la diferencia entre ambos grupos al igual que el resto de factores. Finalmente, en cuanto a la Actitud Emprendedora global en ambos grupos se puede concluir de igual manera que no existen diferencias significativas entre los estudiantes de ambas carreras.

Análisis de igualdad de medias por variables específicas

Cuando se desea comprobar si los valores de una característica que es posible cuantificar difieren al agruparlas en dos es necesario referirse a la comparación de medias. En este caso se realizó el análisis comparativo por todas las preguntas del cuestionario, con la finalidad de determinar si existe alguna diferencia específica entre ambos grupos (Moral, 2019). Luego del análisis se confirmó la igualdad en todas las preguntas del cuestionario en los estudiantes de ambos grupos, con la excepción de una única pregunta, la cual se muestra en los resultados de la tabla 44, que corresponde a la pregunta: “Me gusta trabajar dónde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes”, perteneciente al factor de autoestima.

Tabla 44 Prueba de hipótesis para diferencias de medias y varianzas.

		Prueba de Levene de calidad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
								Inferior	Superior	
Me gusta trabajar dónde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes	Se asumen varianzas iguales	,533	,468	3,525	76	,001	1,17857	,33438	,51260	1,84454
	No se asumen varianzas iguales			3,390	35,634	,002	1,17857	,34763	,47329	1,88386

Nótese la significancia bilateral de 0,01 y 0,02 para la prueba de igualdad de medias, asumiendo varianzas iguales y desiguales, en ambos casos se confirma la diferencia entre las respuestas de ambos grupos. Esto significa que en esta única pregunta existe una diferencia significativa, descartando todas las demás preguntas del cuestionario.

En los resultados obtenidos se identifica que no existen diferencias significativas entre los estudiantes de carreras técnicas y administrativas en ninguna de las variables estudiadas, excepto esta pregunta (marca celeste) en donde existen diferencias significativas, la cual corresponde al factor de autoestima, por lo tanto, también muestra cómo el nivel de significancia en la prueba t para igualdad de medias es muy cercano a 0.

En el análisis de los resultados no existen diferencias en las variables estudiadas entre los estudiantes de carreras técnicas y administrativas. En el Ecuador según la Escuela de Negocios, ESPAE (2019) cada año el 32% de los jóvenes con edades entre 18 y 34 años están involucrados en la puesta de un negocio o emprendimiento indiferentemente de la carrera que estos estudien, así también añaden el temor al fracaso como un indicador para abstenerse a tomar decisiones emprendedoras.

Ecuador es uno de los países menos innovadores, ya que para el año 2020 ocupó el puesto 99, por lo que también se lo considera menos desarrollado en cuanto a instituciones, capital humano, infraestructuras, sofisticación de mercados y negocios generadores de conocimiento y creadores de creatividad, lo que dificulta cuando se da esta circunstancia. El crecimiento y la innovación del capital riesgo. (STPE, 2020)

Discusión de los resultados

En conclusión, se identificó que los estudiantes de carreras administrativas tienen mayor aceptación en las actitudes emprendedoras; según la encuesta realizada a los estudiantes, se determinó que se sienten bien al tener buenos resultados después haber hecho un duro esfuerzo, lo que quiere decir que sus trabajos son hechos por ellos mismos exhaustivamente sin importar que sea un

trabajo individual o grupal, de hecho al expresar sus ideas en los trabajos colaborativos se sienten seguros de ellas y que sean tomadas en cuenta, en el caso de las reuniones de negocios no se sienten inferiores al estar rodeados de personas con mayor experiencia en el mercado, el estudio del modelo planteado es aceptable.

Se identificó que los estudiantes de la ESPOL tendrían mayor aceptación a la idea de emprender sus negocios cuando se implementen nuevos proyectos que sean viables por parte del Gobierno, puesto que por la situación que se vive por la crisis sanitaria por el COVID-19 todos los sectores han sido fuertemente golpeados, y el Ecuador está en un proceso de reanimación económica, es necesario fortalecer y aumentar los incentivos para los pequeños, medianos y grandes negocios.

Capítulo IV

La Propuesta

A pesar de que el desarrollo económico ha mejorado en los últimos años, el crecimiento y todo el sistema que rige en un país se vio severamente afectado por la crisis mundial que trajo la pandemia de COVID 19, frenando todo el aparato productivo e imponiendo nuevas formas de superación.

El emprendimiento es un tema de mucha relevancia en la actualidad que impone un enfoque territorial, social y económico. Por lo tanto, se indaga en las teorías del espíritu y actitud emprendedora como suma importancia en el perfil del estudiante universitario, teniendo como base de inspiración la confianza que cada ser humano posee, la capacidad de crear o comenzar un proyecto siendo este el factor principal para la creación de un negocio, o empresa identificando y percibiendo nuevas oportunidades que otras empresas no logran ver utilizando menos recursos, mediante análisis estadístico de los datos obtenidos. Por lo tanto, el proyecto de investigación está encaminado a validar las escalas y posteriormente contrastar la hipótesis planteada para determinar la incidencia que tienen los estudiantes universitarios en la actitud emprendedora para establecer un negocio o emprendimiento.

Con esta investigación se busca conocer qué fomenta el espíritu emprendedor en los jóvenes universitarios, y como sobrellevar en estos tiempos de pandemia. En efecto, la educación actúa como principal factor para la transformación del aparato productivo, debido a que el conocimiento fomenta nuevos planes de negocio que a largo plazo van generando empresas e incentivando, la producción y el desarrollo. En este proceso las instituciones

educativas desempeñan entonces un papel primordial porque ellas tienen la obligación de preparar alumnos para insertarlos y cultivarlos en el ámbito empresarial, que se caracteriza por competitivo, globalizado y que se somete a cambios permanentes.

Los proyectos educativos de formación en emprendimiento abarcan distintos espacios que van desde lo teórico hasta lo experimental y la universidad diversifica su labor enseñando, fomentando, desarrollando y controlando.

A pesar de que el Ecuador se encuentra denominado como uno de los países más emprendedores del mundo también se determina que en lo que respecta a innovación no despunta totalmente, y esto se debe a que no se tiene claro el concepto de innovar, muchos piensan que innovar es lo mismo que transformar. Esta investigación dará un resultado que le permitirá conocer a la institución cual es el grado de interés por emprender de los estudiantes, en qué semestre se pierde o se gana más interés en dicha actividad, cuáles son sus frustraciones y motivaciones; para así tomar medidas que ayuden a estudiantes y docentes e incentivarlos con sus conocimientos y experiencias.

Objetivos de la propuesta

Incentivar la actitud emprendedora en jóvenes universitarios a través de un programa de capacitación e incentivo financiero con la finalidad de incrementar la tasa de emprendimientos de los estudiantes universitarios graduados dentro de los próximos cinco años.

Dimensiones de la propuesta

La dimensión de la propuesta engloba los aspectos relacionados con la aplicación de conocimientos específicos para el desarrollo adecuado del proyecto.

En consecuencia, para gestionar un proyecto, tomar decisiones y organizar equipos.

- Eje 1 - Competencias blandas: habilidades subjetivas que son difíciles de cuantificar porque son habilidades propias de las personas o habilidades interpersonales que se relacionan con la forma en que una persona se relaciona e interactúa con las demás. Se desarrollan con el tiempo y experiencia. Ejemplo:
 - Comunicación activa
 - Liderazgo
 - Planificación y gestión del tiempo
 - Trabajo en equipo
 - Toma de decisiones
- Eje 2 – Competencias técnicas y administrativas: se asocian directamente a un oficio en concreto o a una profesión. Se trata de acumular conocimiento para el uso de herramientas para cumplir con el desempeño diario. Al mismo tiempo el desarrollo de competencias administrativas, esenciales para el trabajo específico en un área y que el trabajo sea aplicado con eficacia.
- Eje 3 – Financiamiento conjunto de proyectos que demuestren viabilidad financiera, técnica, organizacional y de mercado. Se solicitará a los estudiantes de los últimos semestres realizar una propuesta que deberá ser evaluada por la universidad y a través del incentivo del capital privado o estatal serán desarrollados de manera conjunta.

Cronograma de implementación

La propuesta de este proyecto fue concebida por la necesidad de mejorar la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios mediante el fomento de una cultura emprendedora que permita tener los conocimientos, desarrollar las habilidades y poner en práctica de manera que se pueda promover el crecimiento y desarrollo económico de un país a través de nuevas ideas de negocio.

Para poder cumplir con la aplicación o ejecución de la propuesta se hace uso de un cronograma de implementación mediante el diagrama de Gantt. Éste diagrama tiene la facilidad de adaptarse a cualquier proyecto en el que se plasma gráficamente todas aquellas actividades a realizar, los principales responsables y el tiempo de ejecución. En resumen, muestra qué tareas necesita el proyecto y cuándo deben realizarse.

Para el caso de esta propuesta se ha considerado establecer dos fases. La primera fase, a la que se ha denominado “Investigación. Diseño y estudio previo”, consiste en: la determinación de los plazos, metas, recursos (humano y material), objetivos y plan de acción y el establecimiento de los responsables de cada grupo de trabajo y actividades a realizar para poder finalizar esta fase con el diseño y presentación de la propuesta para ejecutarla. La segunda fase, a la que se ha denominado “Implementación. Grupo de estudio experimental”, consiste en: realización de ajustes en el plan de estudio frente a la realidad universitaria, aplicación y desarrollo del plan de estudio y la evaluación y corrección para mejorar el plan de estudio. Esta segunda fase está dirigida para su aplicación con un pequeño grupo de estudiante con una modalidad de curso o capacitación.

A continuación, mediante un diagrama de Gantt, se detallan las principales actividades, responsables y tiempo de la primera y segunda fase:

Financiamiento

Lograr una financiación eficiente es uno de los objetivos centrales que se pretende alcanzar en el sistema universitario, haciéndose imperativa la financiación de los modelos educativos que aseguren el éxito y, a su vez minimicen las necesidades económicas, en un contexto de racionalización de la gestión económica.

Para una adecuada gestión económica de las universidades es necesario conocer sus costos. Por tanto, se debe generar información financiera que permita tomar decisiones racionales a los administradores universitarios. El objetivo es que las universidades cuenten con recursos suficientes para el desempeño de sus funciones, en un contexto de autonomía creciente de dichas instituciones, rendición de cuentas, un control directo más débil por parte del Estado, financiación basada en indicadores del rendimiento, mayor diversificación del presupuesto, mayor competencia entre las instituciones y una fuerte orientación al mercado.

Para la elaboración del presupuesto de ambas fases del proyecto se han tomado en cuenta requerimientos, tales como: el tiempo entre fases, la implementación, plan de gestión entre colaboradores y el manejo de información sobre el desempeño y sensibilización.

La fase 1 del proyecto se basa en la inversión que se realizará para poder recolectar, diseñar y promover la aplicación del plan de estudio en las universidades. Se han usado valores estimados para el correspondiente cálculo. A continuación, se detalla los montos:

Tabla 47. Detalle de la inversión técnica en la fase 1 del proyecto.

INVERSIÓN TÉCNICA			
CONCEPTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Muebles y enseres de oficina	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Equipos de cómputo	10	\$ 700	\$ 7.000
Reclutamiento y selección	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Papelería	1	\$ 500	\$ 500
Refrigerios	1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Servicio de internet	3	\$ 80	\$ 240
Alquiler del sitio	1	\$ 2.500	\$ 2.500
TOTAL INVERSIÓN TÉCNICA			\$ 26.240

Tabla 48. Detalle de la inversión operativa de la fase 1 del proyecto.

INVERSIÓN OPERATIVA			
CONCEPTO	UNIDAD	VALOR MENSUAL	TOTAL
Gerente de proyecto	1	\$ 4.500	\$ 36.000
Gerente de gestión	1	\$ 4.500	\$ 36.000
Jefes	3	\$ 2.800	\$ 67.200
Analistas	2	\$ 2.500	\$ 40.000
Investigadores	5	\$ 2.350	\$ 94.000
Asesores	2	\$ 2.400	\$ 38.400
Documentador	1	\$ 1.500	\$ 12.000
TOTAL INVERSIÓN OPERATIVA			\$ 323.600

A continuación, se detalla el financiamiento del proyecto:

Tabla 49. Detalle de la fuente de financiamiento para ambas fases del proyecto.

FINANCIAMIENTO	
FUENTES	MONTO
Capital	\$ 10.000
Instituciones bancarias	\$ 190.000
Empresas y otras entidades	\$ 150.000
TOTAL	\$ 350.000

Dentro de la fase 2 del proyecto, en la cual se aplica o ejecuta el plan de estudios piloto como tal, el gasto relacionado con los actores principales por parte de la universidad (docentes, autoridades y demás recursos necesarios) será la universidad la que cubrirá con dichos montos o pagos dentro de lo que se destina de su presupuesto para el gasto de inversión en investigación.

Conclusiones

El propósito de este trabajo de investigación fue determinar las diferencias entre las actitudes emprendedoras de los estudiantes de carreras técnicas y los de carreras administrativas a través de la aplicación de la escala EAO (Entrepreneurial Attitude Orientation Scale) y a partir de los resultados poder proponer un programa de fomento al emprendimiento. A partir de la revisión de la literatura fue posible explicar y fundamentar los conceptos alrededor del emprendimiento y de manera específica sobre las actitudes emprendedoras, identificando cuatro factores que determinan la actitud emprendedora: Autoestima, asunción al riesgo, necesidad de logro y el control percibido interno, los cuales forman parte de la escala EAO.

Como primer objetivo se planteó la caracterización de las actitudes emprendedoras en los estudiantes de ambos grupos, esto fue de carreras administrativas y carreras técnicas, con proporciones de 71,29% para el primer grupo y 28,21% para el segundo. En cuanto al sexo, existe una paridad en el número de estudiantes femeninos y masculinos, mientras que en las carreras técnicas existe un mayor número de alumnos de sexo masculino, puesto que únicamente cuatro fueron mujeres. El análisis factorial exploratorio determinó que los cuatro factores considerados en el modelo, explican una varianza total del 49,614. Si bien la varianza explicada no supera el 50% del total de la varianza se puede argumentar que es posible tomar en cuenta los cuatro factores como determinantes de la Actitud Emprendedora, aunque de manera débil.

Como segundo objetivo se aplicó el cuestionario de la escala EAO entre los estudiantes de las carreras administrativas y técnicas de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), con la finalidad de determinar diferencias entre

los factores que determinan la actitud emprendedora en los estudiantes de carreras técnicas y administrativas. En términos generales, los resultados no difieren entre carreras administrativas y técnicas en cada uno de los factores. En todas las pruebas de hipótesis se descartaron las diferencias entre ambos grupos, lo cual es congruente con estudios similares (Krauss & Ibáñez, 2007; Novillo, Sarmiento, Ollague, & Ramón, 2017; Hernández & Arano, 2015). No obstante, al realizar los test por preguntas se identificó diferencias significativas en una de las preguntas correspondientes al factor de autoestima: “Me gusta trabajar dónde no hay mucha incertidumbre ni cambios constantes”.

A partir de los resultados se planteó como último objetivo proponer formación complementaria acerca del emprendimiento, de manera específica para promover la actitud emprendedora en los estudiantes universitarios, la cual consta de tres ejes: capacitación en competencias blandas para cultivar las habilidades interpersonales que se relacionan con la forma en que una persona se relaciona e interactúa con las demás, principalmente en un contexto de negocios. El segundo eje corresponde al desarrollo de competencias técnicas, asociadas directamente a un oficio en concreto o a una profesión, al mismo tiempo que competencias administrativas, necesarias para planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades de emprendimiento, es decir una sinergia de competencias técnicas y administrativas. El último eje corresponde al financiamiento conjunto de proyectos que demuestren viabilidad financiera, técnica, organizacional y de mercado, para lo cual se propone un trabajo conjunto entre la academia y la empresa privada.

Recomendaciones

Las recomendaciones surgen a partir de las limitaciones y las conclusiones del estudio. En primer lugar, se recomienda realizar un estudio sobre otros factores que puedan explicar de mejor forma la actitud emprendedora en un contexto más adaptado a la realidad ecuatoriana, puesto que se demostró que los factores aplicados desde el modelo teórico de Krauss y Ibáñez (2007) tuvo una varianza explicada del 49,614, lo cual es débil. Por lo tanto, se deben estudiar factores que identifiquen el contexto económico, político, social y cultural en Ecuador.

La segunda recomendación surge a partir de no haber identificado diferencias significativas en la actitud emprendedora entre estudiantes de carreras técnicas y administrativas, esto significa que la actitud emprendedora no es algo que se aprenda en una carrera específica, sino más bien que es una habilidad adquirida. Por lo tanto, para promover la actitud emprendedora, es necesario desarrollar otras habilidades, al mismo tiempo que realizar una sinergia entre competencias técnicas y administrativas, además de abrir oportunidades de financiamiento a proyectos de emprendimiento que demostraren ser viables.

La última recomendación se incluye como parte de la propuesta y esta es, articular un trabajo conjunto entre la academia y la empresa privada, de tal forma que se busquen capitales semilla para financiar proyectos de los estudiantes, donde la empresa privada forme parte del capital accionista, en condiciones favorables para los autores intelectuales de los proyectos, esto es los estudiantes.

Referencias

- Alcaraz. (2001). *Emprendedor de éxito*. México: Mc Graw-Hill .
- Alcaraz, R. (2004). *Efectividad del Curso de Emprendedores, en el desarrollo de perfil emprendedor del alumno*. Departamento Académico de Administración.
- Alonso, M., & Galve, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 5-44.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson Education.
- Bustamante, J. (2004). Crecimiento económico, nuevos negocios y actividad emprendedora. *Revista Visión Gerencial*, 4-15.
- Comisión Europea. (2008). *La iniciativa emprendedora en la enseñanza superior, especialmente en estudios no empresariales*. Dirección General de Empresas e Industria.
- Durán, E., & Arias, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 320-340.
- Escuela de Negocios Espae*. (25 de Noviembre de 2019). Obtenido de <https://www.espae.espol.edu.ec/gem2019/#:~:text=Durante%202019%2C%20m%C3%A1s%20de%201, en%20Ecuador%20iniciaron%20un%20negocio.&text=Uno%20de%20los%20principales%20indicadores,el%20umbral%20de%2042%20meses>.
- Espíritu, R. (2016). *Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: Un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid*. Madrid: Tesis de Maestría de la Universidad Complutense de Madrid.

- ESPOL. (05 de 10 de 2020). *Escuela Superior Politécnica del Litoral*. Obtenido de <https://www.espol.edu.ec/>
- GEM . (2017). *Global Entrepreneurship Monitor* . Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50078>
- GEM. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor*. Obtenido de <https://repositorio.udd.cl/bitstream/handle/11447/1502/GEM-Chile-2016-UDD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Harper, S. (1991). *The McGraw-Hill guide to starting your own business*. Ed. *McGraw-Hill, USA*, pp. 14-17.
- Hernández - Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hernández, C., & Arano, R. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Ciencia Administrativa*, 28-37.
- INEC. (Mayo de 2021). *Ecueta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo* . Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-mayo-2021/>
- Krauss, C., & Ibáñez, M. (2007). Las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Católica del Uruguay. *Universidad de Deusto San Sebastián*.
- Lasio, V., & Zambrano, J. (Diciembre de 2016). *Finaciamiento para emprendedores Reporte Especial GEM ECUADOR2015*. Obtenido de https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/financiamientopara_emprendedor.pdf

- Ledesma, R., Molina, G., & Valero, P. (Julio de 2002). Obtenido de [scielo.br/scielo.php?pid="S1413-82712002000200003"&script=sci_arttext](https://scielo.br/scielo.php?pid=)
- Lloret, S., Ferres, A., Hernández, A., & Tomás, I. (Octubre de 2014). *Revista Colombiana de Psiquiatría*. Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-97282014000300040
- LOEPS . (10 de Mayo de 2011). *Seps*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>
- Marrero, J. (2017). Capital social, redes sociales y actitud emprendedora en estudiantes universitarios de República Dominicana. *Ciencia y Sociedad*, 43-58.
- Martínez, Y., Morel, N., & Somarriba, R. (2018). *Factores del Emprendimiento Universitario de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNAN-León en el período comprendido de Junio a Diciembre del 2017*. León, Nicaragua.
- Moral, I. (21 de Abril de 2019). *Comparación de Medias*. Obtenido de <https://www.revistaseden.org/files/12-CAP%2012.pdf>
- North, D. (1993). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. . México: Fondo de Cultura Económica .
- Novillo, E., Sarmiento, C., Ollague, J., & Ramón, D. (2017). Análisis de actitud emprendedora en estudiantes universitarios: una perspectiva de género. *Innova*, 56-63.

- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1), 227-232.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial . *Revista científica Pensamiento y Gestión*(26), pp 94-119.
- Rojo, Y., Macedo, D., & Lorena, S. (2016). *Factores psicológicos condicionantes de la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología*. Tejupilco - México: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MEXICO.
- Say, J. B. (1816). *A Treatise on Political Economy or the Distribution and Consumption of Wealth*,. New York: A. M. Kelly Publishers.
- Shefsky, L. (1997). *Los emprendedores no nacen se hacen*. Edit. mc graw hill edic.
- STPE. (2020). *El desarrollo humano en el Ecuador es alto, según las Naciones Unidas*. Obtenido de Secretaría Técnica PlanificaEcuador:
<https://www.planificacion.gob.ec/el-desarrollo-humano-en-el-ecuador-es-alto-segun-las-naciones-unidas/#:~:text=las%20Naciones%20Unidas-,El%20desarrollo%20humano%20en%20el%20Ecuador%20es%20alto%20C%20seg%C3%BAAn%20las,y%20erradicaci%C3%B3n%20de%20la%20pobrez>

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Ulloa Bambino Pedro Saúl, con C.C: # 0927203273 autor(a) del trabajo de titulación: *Actitudes Emprendedoras: Diferencias entre estudiantes de carreras técnicas en comparación con estudiantes de carreras administrativas en la Universidad Politécnica del Litoral* 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, 16 de junio de 2022

f. _____



Ulloa Bambino Pedro Saúl

C.C: 0927203273



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Actitudes Emprendedoras: Diferencias entre estudiantes de carreras técnicas en comparación con estudiantes de carreras administrativas en la Universidad Politécnica del Litoral		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ulloa Bambino, Pedro Saúl		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Zambrano Chumo, Laura/Salas Vera, Laura		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIZACIÓN	Maestría en Administración de Empresas		
TITULO OBTENIDO:	Magíster en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	16 de junio del 2022	No. DE PÁGINAS:	115
ÁREAS TEMÁTICAS:	Emprendimiento, Actitudes de Empresas		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	actitud emprendedora, emprendimiento, autoestima, necesidad de logro, asunción al riesgo, control interno percibido		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>El propósito de este trabajo de investigación fue determinar las diferencias entre las actitudes emprendedoras de los estudiantes de carreras técnicas y los de carreras administrativas a través de la aplicación de la Entrepreneurial Attitude Orientation Scale (EAO). Se aplicó un análisis factorial exploratorio (AFE) para identificar la fortaleza de los cuatro factores aplicados desde la teoría: (1) Autoestima, (2) asunción al riesgo, (3) necesidad de logro y (4) control percibido interno y una prueba para evaluar diferencias significativas entre los estudiantes de una muestra de 76 individuos de carreras administrativas y técnicas. El AFE determinó que los cuatro factores considerados en el modelo, explican una varianza total del 49,614. Si bien la varianza explicada no supera el 50% del total de la varianza se puede argumentar que es posible tomar en cuenta los cuatro factores como determinantes de la Actitud Emprendedora, aunque de manera débil. Los resultados de las pruebas t no difieren entre carreras administrativas y técnicas en cada uno de los factores. En todas las pruebas de hipótesis se descartaron las diferencias entre ambos grupos, con excepción de una pregunta perteneciente al factor de autoestima. La autoestima, la asunción al riesgo, la necesidad de logro y el control interno percibido no son determinantes de la actitud emprendedora en los estudiantes universitarios ecuatorianos, tampoco lo es las carreras que estudian, puesto que contrario a lo esperado, los estudiantes de carreras administrativas no tienen una mayor actitud emprendedora que los estudiantes de carreras técnicas.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-: 0992208586	E-mail: pedo_ulloa29@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: María del Carmen Lapo Maza		
	Teléfono: +593-9-42206950 / 0999617854		
	E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			