



utc

LA INTENCIÓN EMPREDEDORA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS:

Evaluación de impacto de programas
de emprendimiento en universidades
de los Andes Ecuatorianos

AUTORES

Guido Patricio Santamaría Quishpe
Patricia Hernández Medina





LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS:

Evaluación de impacto de programas de emprendimiento en universidades de los Andes Ecuatorianos

Guido Patricio Santamaría Quishpe

Patricia Hernández Medina

Obra:**LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS:**

Evaluación de impacto de programas de emprendimiento en
universidades de los Andes Ecuatorianos

Autores:

Guido Patricio Santamaría Quishpe

Patricia Hernández Medina

Aval:

La presente obra ha sido evaluada por pares externos a doble ciego, cumpliendo la normativa nacional e institucional para las obras de relevancia.

Edición:

Primera

Tiraje:

300 ejemplares

ISBN (I):

978-9942-698-00-1

Diseño y maquetación:

Ing. Jenny Segovia Ochoa

Publicación:

EDITORIAL UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Latacunga-Ecuador

2024



SOBRE LOS AUTORES

Guido Patricio Santamaría Quishpe

Economista, Ph.D. en Ciencias Económicas, Universidad Católica Andrés Bello – Venezuela (UCAB), Magister en Gestión Financiera, Universidad Técnica de Ambato. Magister en Docencia Universitaria y Administración Educativa, Universidad Indoamérica. Experiencia en gestión académica como Coordinador de Planificación Académica en la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC). Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la UTC. Docente – Investigador en las áreas de microeconomía, estadística, finanzas, desarrollo social en los programas de tercer nivel y cuarto nivel. Miembro del Observatorio Económico (Universidad Técnica de Cotopaxi). Experiencia en las áreas de: metodologías de evaluación de impacto en programas de intervención; diagnósticos de emprendimiento; diagnóstico territorial y de sostenibilidad; estudios de mercado para determinar hábitos y preferencias de consumidores, uso de la social media en administración de empresas, entre otras.





Patricia Hernández Medina

Economista, Ph.D. en Ciencias Económicas, Universidad Católica Andrés Bello – Venezuela (UCAB), Ph.D. en Desarrollo Territorial Sostenible, Universidad Extremadura (España), Especialista en Economía Empresarial. Experiencia en gestión académica como Directora de la carrera de Economía (UCAB) y Decana de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (UCAB). Docente - Investigadora en las áreas de microeconomía, estadística y econometría en Venezuela (UCAB) y en Ecuador (Universidad Técnica de Cotopaxi, Universidad Nacional de Chimborazo y Universidad Técnica de Ambato), en los programas de tercer nivel, maestrías y doctorados. Miembro del Observatorio Económico (Universidad Nacional de Chimborazo). Experiencia en las áreas de: metodologías de evaluación de impacto en programas de intervención; análisis cuantitativo exploratorio, confirmatorio y de causalidad; diagnósticos de empoderamiento y emprendimiento femenino; economía de la educación; diagnóstico territorial y de sostenibilidad; estudios de mercado para determinar hábitos y preferencias de consumidores.



TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN 10

CAPÍTULO I

El emprendimiento en Ecuador 13

Emprendimiento como respuesta a las imperfecciones del mercado laboral en Ecuador	14
La actividad emprendedora en Ecuador	21
Emprendimiento y Universidades	29
Programas que fomentan el emprendimiento en Ecuador	34

CAPÍTULO II

Emprendimiento, intención emprendedora y

Universidades 41

Una aproximación a la definición de emprendimiento	42
Perfil emprendedor de estudiantes universitarios	50
Impacto de programas de emprendimiento en la intención de emprender	53

CAPÍTULO III

Programas universitarios de emprendimiento: ¿Quiénes son los estudiantes que emprenden? 58

Modelo empleado en la investigación	59
Descripción de los programas de capacitación evaluados	60
Instrumento para evaluar la intención emprendedora	62
Universidades y estudiantes objeto de la evaluación	64
Características generales de los estudiantes evaluados	67
¿Quiénes y cómo són los estudiantes con emprendimientos?	78
Estimación de un modelo para la probabilidad de emprender	84

CAPÍTULO IV

Intención emprendedora de los estudiantes universitarios 88

Intención emprendedora y dimensiones antes de la intervención para la totalidad de los estudiantes	89
Diferencias de intención emprendedora y dimensiones antes de la intervención por universidades	99
Estimación de mínimos cuadrados irdinarios para la intención emprendedora antes de la intervención	102
Intención emprendedora y dimensiones después de la intervención	109

Intención emprendedora y dimensiones después de la intervención por universidades	119
Estimación de mínimos cuadrados ordinarios para la intención emprendedora después de la intervención	123

CAPÍTULO V

Evaluación de impacto de los programas de emprendimiento en las universidades de los Andes Ecuatorianos **131**

Diferencias de la intención emprendedora antes y después del tratamiento	132
Estimación del impacto de la intervención	147
Otras formas de medir intención emprendedora	157



PRESENTACIÓN

El tema del emprendimiento cada vez ha ido tomando más fuerza en el desarrollo de las economías a nivel mundial. En los últimos tiempos, el rol que juega la Universidad como centro de formación académica y de investigación se ve complementado con su participación como actor fundamental en el ecosistema del emprendimiento, mediante la promoción del espíritu emprendedor entre sus estudiantes, convirtiéndose así en una hélice generadora de ciencia, tecnología e innovación.

En Ecuador, han sido varios los estudios universitarios que plantean la necesidad de impulsar las ideas innovadoras desde las aulas universitarias, a través de la incorporación de cátedras vinculadas con el emprendimiento, la creatividad e innovación, dado que la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, como una alternativa profesional no es considerada como la primera opción. Además, las distintas instituciones de educación superior la han adoptado con la finalidad de desarrollar habilidades y competencias en los estudiantes para la generación de nuevas empresas y de nuevos

empleos, así como el mejoramiento socioeconómico del país.

Es un reto, por tanto, para las Universidades generar programas de formación que impacten positivamente la intención emprendedora de los estudiantes, para favorecer la creación de emprendimientos que desde su disciplina puedan generar innovación y valor agregado, condición necesaria para la consolidación de las ideas de negocios, principal problema de Ecuador.

Este libro es el resultado de una investigación que tuvo como objetivo conocer la intención emprendedora de estudiantes universitarios y cómo la formación que están recibiendo en cátedras de emprendimiento e innovación puede mejorarla; analizando la evolución de la actitud de los estudiantes a lo largo del ciclo formativo de estas asignaturas, y evaluando el impacto que ha tenido esta cátedra en la intención emprendedora de los universitarios a través de los modelos de diferencias en diferencias (DD), metodología empleada para la medición de impacto de este tipo de tratamiento.

En primer lugar, el libro aborda el emprendimiento en Ecuador como marco de referencia para

comprender la importancia en el desarrollo económico del país, y la forma como se posiciona en una alternativa frente a los problemas estructurales del mercado laboral; en segundo lugar, se presenta un análisis de los conceptos de emprendimiento e intención emprendedora, los modelos de intención emprendedora, así como una descripción de los factores que condicionan la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

En el capítulo tres se exponen los detalles metodológicos del estudio, con base en la población estudiantil que recibió las cátedras de emprendimiento y desarrollo de emprendedores para el período marzo – agosto 2019, pertenecientes a las distintas carreras de 4 Universidades en los Andes Ecuatorianos: Universidad Técnica de Cotopaxi, Escuela Superior Politécnica del Ejército sede Latacunga, Universidad Técnica de Ambato y Escuela Superior Politécnica del Chimborazo, en la región central del país; así como la descripción del instrumento empleado, que resultó de una combinación del Cuestionario de Intenciones Empresariales (CIE), desarrollado por Liñan (2004) y el cuestionario de valores e Intenciones Empresariales (VIE) elaborado por Rueda, Moriano y Liñan (2015),

considerando el comportamiento de los estudiantes universitarios frente a su intención de emprender en aspectos como: conducta percibida, valores, actitudes e intención emprendedora. Adicionalmente, se detallan las características generales de los estudiantes y de los programas que fueron objeto de la medición de impacto.

Para profundizar en las variables de intención emprendedora, en cualquiera de las mediciones utilizadas, el capítulo cuatro plantea una primera aproximación al estudio de impacto, mostrando el comportamiento antes y después de la intervención de dichas variables, tanto por universidades, como la identificación de las diferencias significativas en los dos momentos, para cerrar con una estimación de mínimos cuadrados ordinarios para la intención emprendedora.

Por último, el capítulo cinco muestra los resultados de la estimación de diferencias en diferencias como metodología de evaluación de impacto de los programas de emprendimiento e innovación en cada una de las universidades.

Con los resultados obtenidos se pudo determinar que la educación en emprendimiento no afecta ni a la autoeficacia, ni la norma social ni a la actitud, sino son otras

dimensiones las que impactan a la intención emprendedora como son los valores, la valoración social y las capacidades específicas.



CAPÍTULO I

El emprendimiento en Ecuador



Emprendimiento como respuesta a las imperfecciones del mercado laboral en Ecuador

En los últimos años en el país, el emprendimiento se ha ido convirtiendo en un mecanismo que contribuye al desarrollo y crecimiento local y regional, alineado al Plan Nacional de Desarrollo, que ha permitido viabilizar la dinámica productiva de la sociedad ecuatoriana.

De acuerdo al *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM¹) (2017), Ecuador ocupa el primer lugar en cuanto a la actividad emprendedora temprana, teniendo la Tasa de actividad emprendedora temprana (TEA) más alta de la región por sexto año consecutivo, indicando que el 29,6% de la población entre 18 y 64 años cuenta con alguna iniciativa emprendedora. De tal manera, cerca de 3 millones de adultos ecuatorianos iniciaron el proceso de puesta en marcha de un negocio (emprendimiento naciente) o disponen de uno con menos de 42 meses de antigüedad (emprendimiento nuevo).

A pesar de tener la más alta tasa de emprendimiento temprana, en Ecuador se evidencian innumerables dificultades para que un emprendimiento supere los tres meses de operación, debido especialmente a problemas financieros y falta de rentabilidad, lo cual ha llevado al fracaso del negocio, expresado en una alta tasa de cierre del 8,8%.

Las razones que justificarían esta situación podrían estar relacionadas con que el país aún no cuenta con condiciones que permitan alcanzar un entorno emprendedor favorable, si lo comparamos con otros países de la región, a nivel global y de economías de eficiencia, tal como se puede observar en la tabla 1.

² El SNA es el conjunto de políticas, estrategias, procesos y organismos cuyo objetivo fundamental es garantizar a la sociedad que las instituciones de educación superior que hacen parte del sistema cumplen con los más altos requisitos de calidad y que realizan sus propósitos y objetivos. (Artículo 53 de la Ley 30 de 1992).

Tabla 1. Evaluación del Entorno: Promedio por factor, países de la región

Descripción	Ecuador	Perú	Chile	Colombia	Región	Economías de eficiencia	Global
Apoyo financiero	3,15	3,59	3,62	3,55	3,52	4,14	4,31
Políticas gubernamentales: Políticas generales	3,53	4,40	4,13	3,82	3,90	3,98	4,26
Políticas gubernamentales: Regulación	2,93	3,47	4,55	3,18	3,41	3,53	3,87
Programas gubernamentales	3,58	4,57	5,15	4,35	4,27	4,03	4,33
Educación y formación: Primaria y Secundaria	3,60	3,65	2,51	3,61	2,73	3,01	3,20
Educación y formación: Educación superior	5,99	5,19	4,47	5,59	5,14	4,75	4,75
Transferencia I + D	3,52	3,50	3,42	3,74	3,59	3,55	3,92
Infraestructura comercial y profesional	5,06	4,31	4,17	4,74	4,67	4,68	4,89
Apertura del mercado interior: Dinámica	4,59	4,22	4,14	4,51	4,41	5,12	5,08
Apertura del mercado interior: Apertura	3,93	4,45	3,90	4,17	3,93	3,98	4,20
Acceso a infraestructura física	6,99	5,84	7,10	6,19	6,19	6,33	6,45
Normas sociales y culturales	4,99	5,47	5,00	5,66	4,73	4,62	4,83

Nota: Reporte GEM (2017), p. 2

Tal como se observa, existen algunos criterios para medir el entorno emprendedor que, para el caso de Ecuador, se ubican en la mayoría de los aspectos por debajo del promedio de la región y de las economías de eficiencia. Estos elementos considerados son el apoyo financiero, las políticas gubernamentales que impulsan y regulan el emprendimiento,

programas gubernamentales que apoyan a emprendedores, transferencia de investigación y desarrollo y apertura al mercado interior.

Concomitante con esta realidad del ecosistema emprendedor, Ecuador muestra una tasa de competitividad baja (64,15) en comparación con países latinoamericanos, como se ilustra en la tabla 2, ubicándolo en el ranking latinoamericano en la posición 10 entre 18 países estudiados por el Instituto de Competitividad [ADEN] (2017) el cual establece que los aspectos evaluados en este estudio de competitividad son: "cobertura de necesidades básicas, aspectos institucionales, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud, educación, expectativas de la población, competencia en los mercados, eficiencia en las relaciones laborales y acceso a la tecnología" (p. 9).

Se observa que los pilares más débiles que presenta Ecuador son las instituciones, infraestructura, salud, eficiencia de los mercados de bienes y del mercado laboral y acceso a la tecnología cuyos valores están por debajo del promedio regional latinoamericano.

Este comportamiento que experimenta el país en el ámbito competitivo, lo ubica en posiciones casi a la par en relación a economías menos desarrolladas como de El Salvador, Republica Dominicana o Paraguay (tabla 2).

Tabla 2. Ranking ADEN de Competitividad para América Latina 2017

RANKIG		Cobertura NB	Institucionales	Infraestructura	Estabilidad macro	Salud	Educación	Expectativas población	Competencia mercados	Eficiencia Relaciones laborales	Acceso tecnología	SUMA
	Máximo posible	12,0	12,0	12,0	12,0	12,0	12,0	7,0	7,0	7,0	7,0	100,00
1	Chile	10,7	10,1	9,2	6,8	10,5	10,6	4,6	4,4	6,0	5,5	78,51
2	Costa Rica	10,3	9,8	7,9	6,7	10,5	11,1	4,6	4,0	6,0	4,9	75,76
3	Panamá	9,1	8,4	9,8	8,7	9,0	9,9	6,0	4,6	5,5	4,5	75,57
4	Uruguay	10,6	10,7	7,6	5,8	10,7	10,6	3,9	3,5	5,8	5,2	74,42
5	México	9,6	7,9	7,2	8,5	8,5	10,3	5,1	4,2	6,0	4,0	71,18
6	Perú	8,6	8,4	7,0	7,0	7,9	9,7	4,8	4,2	6,3	3,2	67,21
7	Colombia	8,9	7,9	8,0	5,6	8,5	10,0	4,2	3,9	5,9	4,0	66,90
8	Argentina	10,0	7,8	8,2	4,9	8,5	11,1	3,6	2,8	4,8	5,0	66,73
9	Brasil	10,0	7,8	9,9	4,3	8,3	9,9	3,5	2,7	5,1	5,1	66,58
10	Ecuador	9,4	7,3	6,5	6,8	8,1	10,4	4,5	2,9	4,7	3,6	64,15
11	El Salvador	7,9	7,5	6,1	7,7	7,7	8,9	4,4	4,6	5,7	2,8	63,30
12	R. Dominicana	8,4	7,9	6,2	7,0	7,5	9,2	4,3	3,9	6,0	2,9	63,24
13	Paraguay	7,9	7,4	6,3	6,7	7,6	9,5	4,3	3,9	5,3	3,1	61,98
14	Honduras	7,1	7,5	6,8	6,6	7,5	8,7	4,5	3,8	5,6	2,5	60,75
15	Guatemala	7,9	7,2	5,8	6,3	7,1	8,4	4,4	4,4	5,5	2,9	59,79
16	Nicaragua	7,1	7,6	6,5	6,4	8,0	8,9	3,9	3,7	5,1	2,2	59,44
17	Bolivia	7,5	7,7	5,7	6,7	5,5	10,1	4,8	2,8	5,2	2,8	58,7
18	Venezuela	9,8	5,4	7,0	3,1	7,3	10,8	2,1	1,9	3,9	3,6	54,98
	PROMEDIO	8,9	8,0	7,3	6,4	8,3	9,9	4,3	3,7	5,5	3,8	66,07

Nota: Instituto de Competitividad [ADEN] (2017), p. 9

Específicamente en lo relativo al mercado laboral, el nivel de desempleo y particularmente el subempleo en Ecuador se ha convertido en un problema a resolver que de cierta manera afecta el crecimiento económico del país, dado que la generación de empleo es importante para alcanzar

el desarrollo, reducir las desigualdades de ingresos, ampliar la protección social y disminuir el peso del sector informal en la economía de la región (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2014).

Con relación a este tema, Olmedo (2018) hace un análisis de los indicadores laborales del Ecuador a diciembre 2017, comparándolo con la realidad de América Latina y el Caribe, tal como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3. Indicadores del mercado laboral – Ecuador y América Latina (en porcentaje)

	Tasa participación laboral	Tasa de ocupación (bruta)	Tasa de Desocupación
Ecuador	68,8	65,9	4,3
América Latina y el Caribe	61,8	56,5	8,7

Nota: OIT (2017), citado por Olmedo (2018), p. 6

Estos indicadores evidencian que, si bien Ecuador se encuentra mucho mejor posicionado en términos de empleo que el resto de América Latina y el Caribe, es necesario profundizar en las características de ese empleo y en las condiciones laborales, de manera de identificar posibles problemas relacionados con el subempleo o la precariedad del empleo.

De acuerdo con los datos de empleo en Ecuador (INEC 2018), en la división del mercado laboral a diciembre 2017 se evidencia un contraste entre la tasa de empleo con la de desempleo. En la figura 1 se observa una distribución casi proporcional entre el empleo adecuado e inadecuado, con una ligera superioridad de este último, del cual a su vez se desprende un porcentaje elevado del subempleo, siendo este quizás el principal problema del mercado laboral.

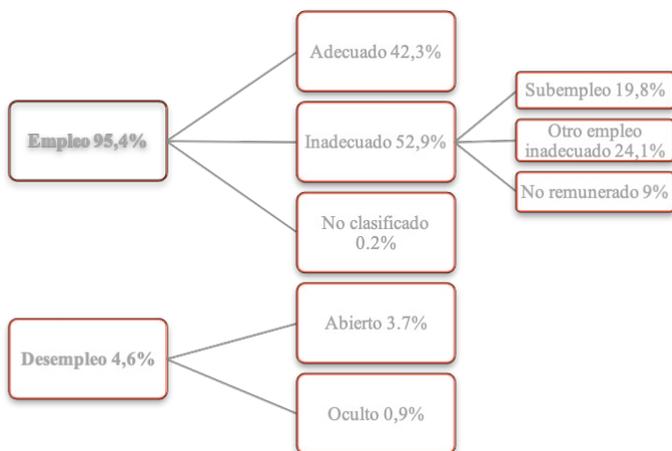


Figura 1. Estructura real del mercado laboral en Ecuador, diciembre 2017

Nota: INEC (2018), citado por Olmedo (2018), p.11

Si se analiza con detalle el comportamiento que ha experimentado el subempleo desde diciembre de 2007 hasta diciembre de 2017 se evidencia una tendencia al alza a partir del 2012 alcanzando su nivel más alto antes de 2016, representando alrededor de 1 millón de personas en edad de trabajar. En la figura 2 se observa que la población más grande de subempleados la ocupa aquella que oscila entre las edades de 45 y 64 años, seguida de la población comprendida entre las edades de 24 a 34 años. La mitad del subempleo, por tanto, se encuentra entre las edades de 25 a 44 años.

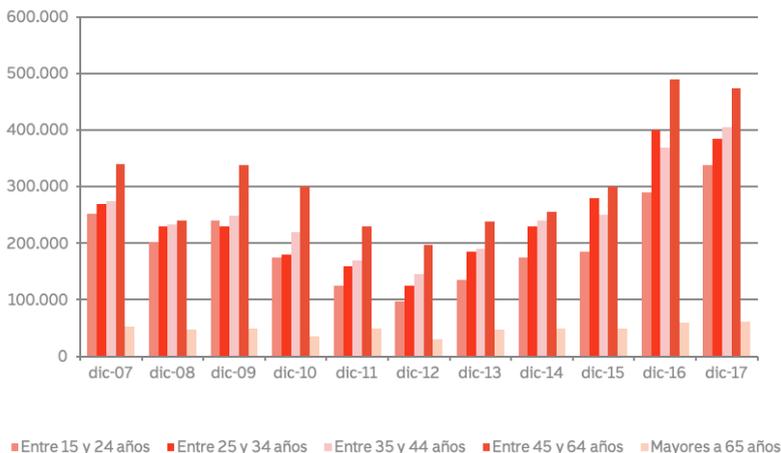


Figura 2. Distribución etaria del subempleo en Ecuador

Nota: INEC (2018), citado por Olmedo (2018), p. 14

Por otro lado, Olmedo (2018) al analizar el trabajo juvenil afirma que la generación de trabajo asalariado es escasa, especialmente en la población joven que representa el 17% de la población económicamente activa (PEA) y el 26% de la población en edad de trabajar (PET), constituyéndose en alrededor de 1,7 millones de jóvenes que están esperando una oportunidad de trabajo. El autor afirma que el mayor porcentaje de jóvenes que se encuentra empleado tienen condiciones inadecuadas de trabajo, correspondiendo a la población que tienen edades entre 18 y 25 años.

Finalmente, señala que la población joven que se encuentra desempleada constituye la población más grande en esta condición, los jóvenes sin trabajo representan el 10,9% del total de la PEA y el 40,4% del total de desocupados, siendo la realidad en el medio urbano diferente al medio rural, en particular con relación a la tasa de subempleo, que representa el 60,5% de la PEA en el primer caso y 39,5% en el segundo, como se puede observar en la tabla 4.

Tabla 4. Caracterización del mercado de trabajo juvenil, urbano / rural

Categoría	Total población joven PEA	Urbano (%)	Rural (%)
Empleo	1.240.674	59,5	40,5
Subempleo	327.126	60,5	39,5
Empleo no remunerado	289.540	32,8	67,2
Desempleo	151.098	83,0	17,0

Nota: INEC (2018), citado por Olmedo (2018), p.23

Frente a esta realidad socioeconómica de incapacidad del mercado laboral de absorber la mano de obra especialmente joven, se puede interpretar que para que un país crezca depende mucho de la cantidad y calidad de sus empresas, en virtud de que estas influyen en la generación de empleo, desarrollo económico e innovación de bienes y servicios, lo cual puede verse apalancado con el fomento y fortalecimiento de las iniciativas emprendedoras.

La actividad emprendedora en Ecuador

En esta perspectiva, la actividad emprendedora se ha constituido en el mecanismo para solventar las imperfecciones del mercado laboral y su incapacidad para absorber la mano de obra, y además en un elemento importante para conseguir mejores niveles de progreso y bienestar económico de un país, mejorando los niveles de competitividad (Larroulet y Ramírez, 2007).

Por lo tanto, para mejorar esos niveles de competitividad, sin duda se requiere de una sociedad más emprendedora y para ello se ha visto la necesidad de activar el potencial de las personas, de las empresas y del entorno en el que se desarrollan.

Es por ello, que el modelo desarrollado por el GEM (2017) habla de factores o ecosistemas que favorecen la consolidación de estas iniciativas, incluyendo a los económicos, las políticas públicas, el financiamiento y no menos importante el rol de la educación a través de los distintos programas y niveles, inclusive en los años iniciales de educación primaria.

En efecto, el GEM (2017) supone que el crecimiento económico del país depende de la interdependencia entre las condiciones del marco emprendedor y las capacidades individuales de las personas para aprovechar las oportunidades. Esto lleva a concentrar nuestra atención en aquellos factores que fomenten el espíritu emprendedor (figura 3).

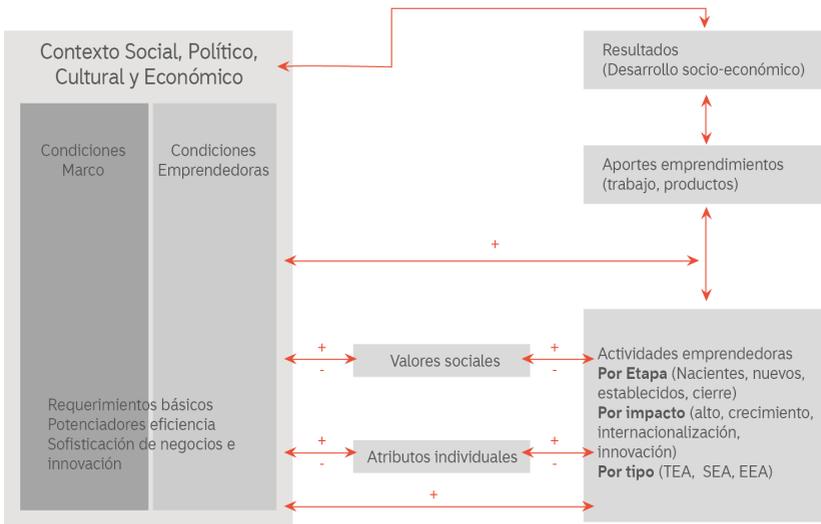


Figura 3. Marco Conceptual GEM

Nota: Informe GEM 2017, p. 25

De tal manera que el contexto político, social, cultural y económico determina las condiciones marco (generales) y las condiciones específicas para el emprendimiento, que están apalancadas con los valores sociales y las características personales, que redundan en la generación de iniciativas emprendedoras que a su vez aportan al desarrollo del país.

Según los datos proporcionados por el reporte GEM Ecuador (2017), los resultados alcanzados en la investigación del emprendimiento en Ecuador son producto de la aplicación de una encuesta a una muestra de 2.060 adultos a nivel nacional y de entrevistas a un grupo de 37 expertos nacionales

conformados profesionales con conocimientos y experiencias obtenidos en la práctica privada, gubernamental, organizaciones no gubernamentales (ONGs) y emprendimientos.

Específicamente la actividad emprendedora temprana (TEA) en Ecuador, determina el nivel de emprendimiento enfocado en el número de personas adultas comprendidas entre 18 y 64 años que están en proceso de iniciar un negocio (empresas nacientes) y aquellas que iniciaron su negocio entre tres meses y tres años y medio (empresas nuevas).

La figura 4 ilustra que Ecuador desde el año 2013 hasta el 2017 ha experimentado un decrecimiento sostenido de la TEA, observándose en este último año una TEA de 29,6%, evidenciándose una reducción de 6 puntos porcentuales. A pesar de ello, de acuerdo al GEM (2017) este porcentaje constituye el más alto en relación con otros países (1,8 veces mayor al promedio de las economías del GEM 2017), lo cual podría atribuirse a diferentes políticas públicas y privadas de apoyo al emprendimiento.

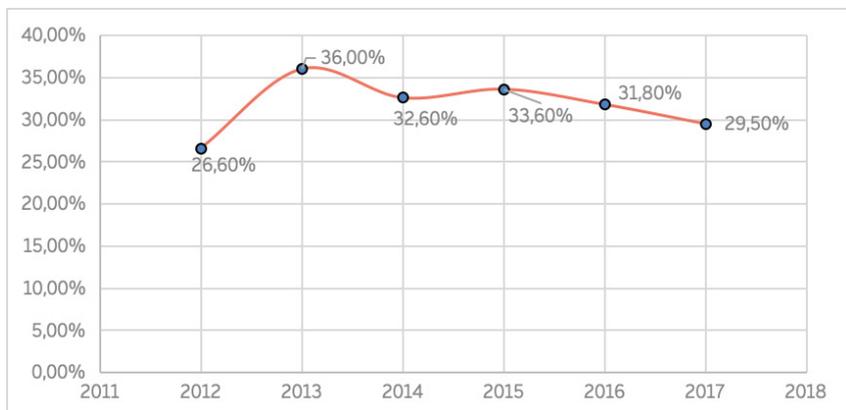


Figura 4. Evolución de la TEA en Ecuador

Nota: GEM 2017, ESPAE – ESPOL, p. 28.

Acorde con este comportamiento, comparando la tasa 2017 de emprendimientos nacientes con otros países latinoamericanos, se observa que el Ecuador ocupa el primer lugar; esto puede observarse en la tabla 5, que, si bien muestra los datos para los países latinoamericanos, estas estimaciones forman parte del ranking mundial.

Tabla 5. Ranking TEA por países

Países	Emprendimientos nacientes	Emprendimientos nuevos	TEA	Negocios establecidos	Cierre negocios
Argentina	41	46E	47	29E	39
Brasil	36E	2	10	4	18
Chile	4	8	5	17	8
Colombia	9	9E	13	21	13
Ecuador	1	7	1	5	4E
Guatemala	5	5	2	8	5E
México	11	37E	17	52E	33
Panamá	13	17E	14	40	42E
Perú	2	16	3	25	14
Puerto Rico	14	52E	28	51	42E
Uruguay	10	29	15	32	20

Nota: GEM 2017, p. 16

Donde E significa que existen otros países en la misma posición

En la tabla 5 además, se puede observar una realidad desalentadora de otro indicador. En el Ecuador existe un alto porcentaje de cierres de negocios (lugar 4), es decir, que Ecuador se constituye en el país que impulsa intensivamente los emprendimientos nacientes, pero estos no superan los tres meses de operación en el mercado y dejan de existir.

Respecto a las motivaciones que los ecuatorianos poseen para emprender, se enfocan en dos tipos de motivaciones: Por oportunidad y por necesidad, observándose en el año 2017 que la primera supera a la segunda, aunque se sitúa por debajo del promedio regional (71,87%). La tabla 6 ilustra este comportamiento; además se observa que la tasa por necesidad (42,33%) es mayor a países como Colombia, Perú y Chile. Por otro lado, algo que llama la atención es que Ecuador presenta el menor índice motivacional en comparación a los países citados.

Tabla 6. Motivaciones para emprender

TEA	TEA portunidad (% en TEA)	TEA necesidad (% en TEA)	Oportunidad de mejora (% TEA)				
			Ingresos	Independ.	Total	Índice motivacional	
Perú	24,60%	80,23%	16,66%	36,79%	27,47%	62,26%	3,70
Chile	23,80%	73,06%	25,74%	38,13%	22,31%	59,72%	2,30
Colombia	18,68%	77,42%	20,05%	31,89%	29,02%	59,37%	3,00
Ecuador	29,62%	57,31%	42,33%	17,87%	18,97%	36,72%	0,90
Región	18,49%	71,72%	26,97%	27,05%	26,26%	52,56%	1,90
Economías eficiencia	14,87%	71,87%	26,33%	26,87%	21,56%	47,50%	1,80

Nota: GEM 2017, ESPAE - ESPOL, p. 29

Con respecto a la incidencia del género en estas iniciativas, en Ecuador, el grado de intervención por género en la actividad emprendedora temprana ha sido casi paritaria, es decir, tanto hombres como mujeres han tenido casi iguales oportunidades de participación con una pequeña diferencia de apenas 4 puntos que superan los hombres sobre las mujeres, como ilustra la figura 5.

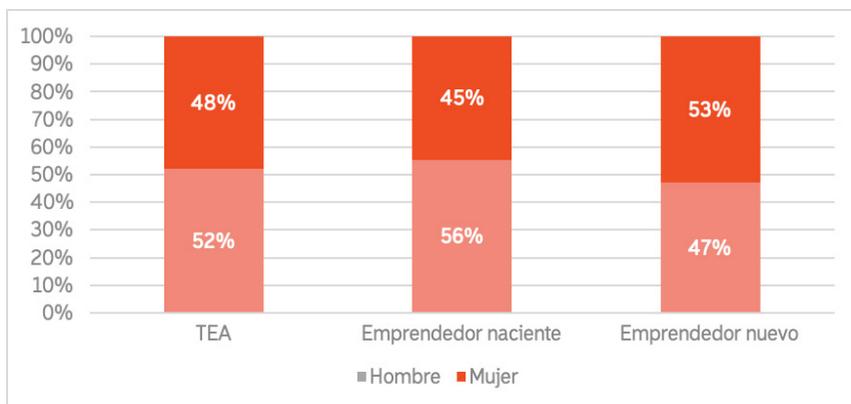


Figura 5. Composición de la TEA por tipo de emprendedor.

Nota: GEM 2017, ESPAE - ESPOL, p. 30

Al observar la participación de estos grupos en emprendimientos nacientes y nuevos se puede notar que la proporción de hombres con emprendimientos nacientes es superior al de las mujeres, en cambio, en emprendimientos nuevos hay más mujeres que hombres.

Si se analiza por edades, de acuerdo al GEM 2017, se reporta que el grupo de adultos de edades comprendidas entre 25 y 44 años es la que predomina en la TEA, observándose algo particular que la proporción de emprendedores va en disminución a medida que avanza el rango de edad como lo ilustra la tabla 7.

Tabla 7. Distribución de edad del emprendedor TEA según motivación

Rango de edad	Oportunidad de mejora	Motivación mixta	Necesidad
15-24	15,6%	21,8%	17,3%
25-34	38,5%	32,6%	29,2%
35-44	23,0%	18,8%	25,2%
45-54	15,1%	20,5%	17,7%
55-64	7,8%	6,3%	10,5%

Nota: GEM 2017, ESPAE - ESPOL, p. 31

Al revisar el grado de participación de los grupos de edades por tipo de motivación en la misma tabla se observa, que el 52% de quienes emprenden por oportunidades de mejora se concentran en el grupo que pertenecen al rango de entre 25 y 44 años, mientras el 56% se concentra en quienes emprenden por necesidad.

Según la Encuesta de Población Adulta (APS, 2017), que consulta la intención de emprender de la población ecuatoriana, el 52% de los ecuatorianos tienen la intención de emprender, siendo el segundo más alto en la región después de Colombia. Estos datos se corroboran con la información suministrada por el GEM (2017), la cual indica que en Ecuador alrededor de 3 millones de adultos iniciaron el proceso de puesta en marcha de un negocio nuevo, representando el 29,6% de la población entre 18 y 64 años, llegando alcanzar la tasa de actividad emprendedora temprana (TEA) más alta de la región, en los últimos seis años, es decir, los ecuatorianos tienen una intención emprendedora elevada.

Por otro lado, el GEM (2017) hace referencia a las percepciones de oportunidades y capacidades y establece la correlación con la intención emprendedora. En el año 2017, el 54,43% de la población ecuatoriana que percibe tener oportunidades en los próximos 6 meses, estaría iniciando un negocio en los próximos 3 años, en contraste con el 41,65% que no percibe oportunidades. En este mismo sentido, el 53,2% de quienes se consideran capaces y no emprenden todavía, iniciarían un negocio en los próximos 3 años, en relación con el 35,9% de quienes no perciben tener capacidades para emprender.

Concomitante con esta realidad, al relacionarlo con el nivel de educación de los emprendedores, se identifica que la población ecuatoriana que decide emprender no es precisamente la población universitaria sino la población que tienen un nivel de educación inferior (tabla 8).

Tabla 8. Actividad Emprendedora Temprana y Nivel de Educación

Negocio	Ninguna	Primaria Completa	Secundaria Completa	Post-Secundaria	Universidad Completa	Masterado / Doctorado
TEA (Sin establecidos)	5,2%	33,2%	34,9%	10,1%	15,9%	0,8%
Negocio naciente	5,9%	30,8%	36,8%	10,3%	15,6%	0,6%
Negocio nuevo	4,0%	37,5%	31,5%	9,6%	16,3%	1,1%

Nota: Reporte GEM (2017), p. 32

Si se observa el porcentaje asociados a emprendimientos de individuos con educación universitaria completa o posgrado, la cifra no alcanza ni el 20% de dichas iniciativas, por lo cual es evidente que la mayor proporción de emprendedores poseen pocos años de escolaridad.

Todo lo analizado hasta aquí conduce a apreciar que los jóvenes requieren oportunidades laborales que respondan a sus necesidades y se constituyan en motivaciones para contribuir al crecimiento económico del país.

Salinas y Osorio (2012) ponen en evidencia este rol del ecosistema de emprendimiento, planteando que para que el emprendimiento cree innovación, además de empleos e ingresos, se requiere la unión de la universidad, el estado, la comunidad y la empresa, para crear escenarios cooperativos que conformen alternativas productivas y fomenten la cultura emprendedora, fundamentada en el desarrollo de competencias creativas y socialmente responsables para generar nuevo valor en los modelos de negocios.

Por lo tanto, es importante entender que el emprendimiento no debe estar aislado de la educación, sino que ambos deben ir de la mano, con la finalidad de potencializar la creación de nuevas empresas que generen oportunidades, alternativas de empleo y producción.

Emprendimiento y Universidades

A partir del año 2013, con la implementación de los procesos de evaluación y acreditación de las Instituciones de Educación Superior en Ecuador, establecidos por el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES) se determinó el modelo genérico de evaluación del entorno del aprendizaje de carreras, el cual involucra algunos criterios relacionados con la innovación y el emprendimiento que contribuyen al desarrollo local, regional y nacional enmarcados dentro del Plan Nacional de Desarrollo (Ley Orgánica de Educación Superior, LOES, 2010).

Se presenta en este proceso de evaluación el criterio de pertinencia como la forma en que la oferta académica de las instituciones de educación superior (IES) debe responder a las expectativas de la sociedad, planificación, prospectiva, desarrollo científico, humanístico y tecnológico (Camino y Aguilar, 2017).

Según el CEAACES, las carreras y programas deben incluir en su estructura curricular los campos de formación, integración de saberes y vínculos transversales que efectivicen el aprendizaje de modo integrado e innovador. Esto sin duda, ha abierto nuevos rumbos en la Educación Superior en articulación entre la academia, la investigación, emprendimiento y vinculación.

Es importante señalar que, con la incorporación de temas como estos en la legislación educativa superior, han sido muchas universidades ecuatorianas las que han incorporado en sus mallas curriculares cátedras relacionadas con el emprendimiento e innovación, lo que ha impulsado la formación de estudiantes emprendedores, de manera que éstos puedan aportar con sus conocimientos al desarrollo de nuevas ideas de negocios y a la generación de ingresos económicos y nuevos puestos de trabajo.

En la actualidad, alcanzar un título profesional que resulte atractivo para las empresas no es sólo tener conocimientos técnicos en su especialidad; es sobre todo poseer un conjunto de competencias transversales que permiten a la persona encajar dentro de la estrategia y modelo productivo de una empresa determinada.

En este contexto, Vásquez (2016) menciona que la innovación engloba a todos los niveles de formación, de tal manera, que no solo se cree una cultura de emprendimiento, sino que ayuda a la formación de entes innovadores portadores y garantes de esa cultura.

En los últimos años, las investigaciones sobre intención emprendedora han ido tomando una importancia creciente en el mundo entero, debido al impacto que este factor está generando en el desarrollo económico y social de los países. Según Almeida y Borges (2009), la creación de nuevos negocios origina inversiones en la economía local, crea nuevos empleos y aumenta la competitividad.

Camino y Aguilar (2017) hacen referencia al informe 2016/ 2017 Global Report, que mide la iniciativa empresarial a nivel mundial en una muestra de más de 100 países y 300 instituciones académicas y de investigación, el cual precisa que más de dos tercios de los adultos en edad de trabajar eligen al emprendimiento como carrera profesional para alcanzar un mejor estatus laboral como empresarios. Mientras a nivel de América Latina y el Caribe tiene apenas un 17% de aceptación en los adultos en edad de trabajar, en Europa el 79% y en Asia menos del 40%.

Esta composición disímil refleja la verdadera situación económica de las regiones en relación a la percepción del emprendimiento que está en función a sus economías, delimitando tres segmentos: La explotación de materias primas, la eficiencia en la productividad y el desarrollo tecnológico e innovación.

El emprendimiento así concebido tiene un alto impacto en las economías que se caracterizan por la explotación de los recursos naturales y por una baja calificación laboral y por ende una creciente tasa de desempleo o subempleo, constituyéndose así en un factor importante para el desarrollo de emprendimientos por necesidad más que por oportunidad.

En la actualidad, la sociedad exige que las Universidades aporten significativamente al desarrollo socioeconómico a través de la participación de sus graduados en las distintas áreas productivas del país no solo como empleados sino como gestores de empleo y producción.

Sin embargo, en la realidad, muchos de los graduados no han podido encontrar una fuente de trabajo o si la han tenido, no está acorde a su perfil profesional, llevándolos a buscar formas alternativas de generación de ingresos, entre ellas el emprendimiento. Muchos emprendedores ecuatorianos han llegado a esta situación sea por necesidad o falta de empleo. Así lo afirma el estudio del GEM (2017), el cual identifica a la carencia de empleo y su necesidad de generar un autoempleo como una de las principales motivaciones de los emprendedores ecuatorianos. La intención emprendedora en Ecuador, sin duda requiere la revisión de todo el sistema educativo, desde la primaria, en la cual podrían incorporarse programas que promuevan la cultura emprendedora, para que posteriormente en la universidad se profundice la participación de los jóvenes universitarios dentro de un ecosistema de emprendimiento e innovación.

Específicamente, Arteaga y Lasio (2011) plantean que el comportamiento experimentado por las distintas universidades del Ecuador entre los años 2008 y 2009 en su oferta de educación en emprendimiento fue alentador, debido a que de las 73 Universidades que estuvieron registradas en el ex CONESUP (Consejo de Educación Superior) 52 de ellas dictaban programas de Educación en Emprendimiento, de las cuales el 10% correspondían a programas de titulación de posgrados, el 3% a carreras de pregrado, 14% a cursos de Emprendimiento que son parte de los programas de posgrado, el 63% a cursos de emprendimiento de carreras de pregrado y el 10% a seminarios o cursos abiertos.

Como se observa en la figuras 6 la mayor diversidad de oferta de educación en emprendimiento se distribuye en las provincias de Pichincha, Guayas, Tungurahua, Loja y Azuay, realidad que pone de manifiesto que el emprendimiento y la innovación desde hace más de una década viene tomando importancia en las instituciones educativas en todo el país, sin embargo, del estudio realizado por Arteaga y Lasio (2011) al evaluar los objetivos de enseñanza en emprendimiento a través de 348 indicadores en las 52 universidades enunciadas anteriormente, solamente el 32% de estos indicadores señalaban una real orientación a la educación en emprendimiento, mientras el 68% se referían a cursos o programas enfocados en áreas específicas de la administración.

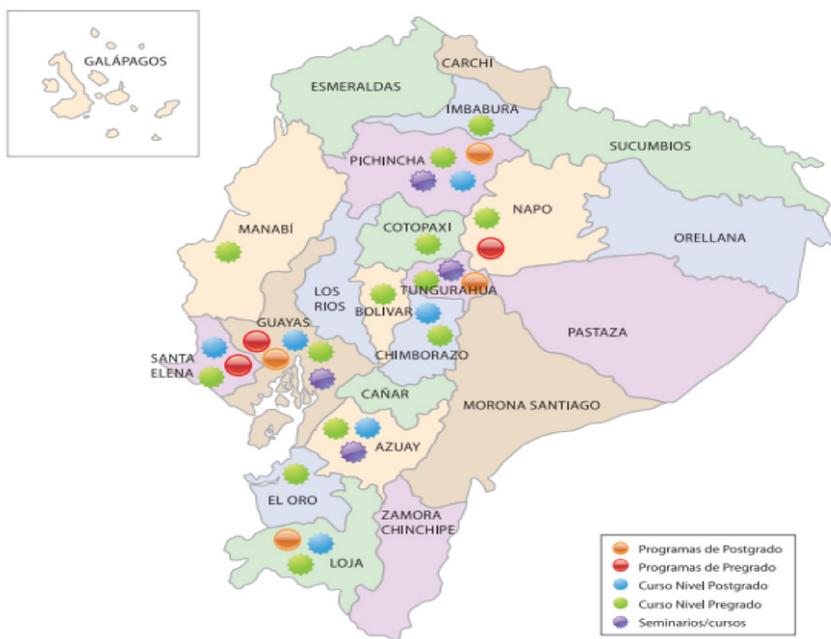


Figura 6. Oferta de Programas en Educación de Emprendimiento en Ecuador

Nota: Arteaga y Lasio (2011), p. 16

Según Muñoz (2018) sostiene que actualmente los programas de emprendimiento universitario se desarrollan a nivel nacional y han permitido la transferencia de conocimiento desde los predios universitarios para la creación de empresas tecnológicas, innovadoras y creativas, apoyadas en la investigación formativa.

En la tabla 9 se esboza el desarrollo emprendedor en algunas IES del país, las cuales en su mayoría tienen cátedras de Emprendimiento en sus mallas curriculares, mientras otras disponen de un Centro de Emprendimiento en el que se desarrollan actividades de incubación de proyectos innovadores.

Tabla 9. Emprendimientos universitarios en el Ecuador

UNIVERSIDADES	EMPRENDIMIENTOS
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR	Los emprendimientos se hallan en la malla curricular y en proyectos de vinculación con la colectividad. Cuentan con el Club de Emprendimiento PUCE.
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO	Los emprendimientos se hallan en la malla curricular, modalidades de titulación y en las unidades de Parque de Innovación y Transferencia Tecnológica, Propiedad Intelectual, Emprendimiento e Incubación.
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI	Los emprendimientos se hallan en las mallas curriculares, en proyectos integradores, modalidades de titulación. Cuentan con el Centro de Emprendimiento INNOVA UTC.
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS	Los emprendimientos se hallan en las mallas curriculares, Unidad de Emprendimiento e Innovación y los proyectos integradores.
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL CHIMBORAZO	Los emprendimientos se hallan en las mallas curriculares y cuentan con la Incubadora RIOINNOVA.
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA	Tiene un Centro de Emprendimiento que atiende a personas de escasos recursos económicos.
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR	Los emprendimientos se hallan en las mallas curriculares. Tiene una Incubadora UniHub.
ESPOL	Dispone del Centro de Desarrollo de Emprendedores dirigida a estudiantes y público en general que se interesen en la generación de empresas tecnológicas.
ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL	Cuenta con la Unidad de Apoyo al Politécnico Emprendedor.

Nota: Muñoz (2018), p. 102 -104

Según Sanabria, Morales y Ortiz (2015), afirman que las universidades han incorporado el tema del emprendimiento en las tres funciones sustantivas de educación superior: formación académica, investigación y vinculación con la sociedad a través de diferentes acciones y estrategias que contribuyen al desarrollo económico y social del país.

En la formación académica, la gran mayoría de las IES han incorporado programas, cursos y talleres de apoyo a emprendedores y en algunos casos en la malla curricular. Sin embargo, algunos críticos mencionan que en muchas instituciones los cursos para emprendedores están más enfocados en la elaboración de planes de negocios y seminarios de finanzas, marketing, marcos legales, dejando de lado las competencias específicas que permiten a los emprendedores interactuar con otras personas.

En la investigación, el emprendimiento se constituye en un nuevo eje temático que ha sido propuesto por grupos de investigadores que tratan de precisar las características de este fenómeno y de analizar su estatus epistemológico (Alvarado y Rivera, 2011).

Por otro lado, en la función de vinculación con la sociedad, el emprendimiento se relaciona con la visión actual de las IES, convirtiendo a éstas en agentes de transferencia de conocimientos y tecnología y que la base de este proceso son la innovación y el emprendimiento hacia el servicio de la sociedad (Sanabria, et al., 2015).

Programas que fomentan el emprendimiento en Ecuador

No solo en las universidades el Estado Ecuatoriano ha impulsado programa para el emprendimiento, sino se han generado algunas políticas que incentivan la producción nacional, la productividad y competitividad y a la vez generan estrategias que impulsen la inserción de la producción nacional a la economía mundial. Para ello, está interesado en fomentar el emprendimiento y la innovación a través de la participación de instituciones públicas como privadas que forman parte del ecosistema del emprendimiento.

El interés de estos actores sociales se encamina hacia la articulación entre organismos públicos, academia y el sector privado a través de programas de fomento al emprendimiento que impulsen procesos de investigación formativa, que permitan construir una cultura de emprendimiento e innovación desde los niveles educativos, para lo cual es necesario incurrir en mayor inversión en investigación, protección intelectual, transferencia de conocimiento y tecnología hacia los pequeños y medianos negocios.

A continuación, se detallan las características y los beneficios de algunos de estos programas, tanto públicos como privados que fomentan el emprendimiento y la innovación en el Ecuador.

Programas gubernamentales

Zamora (2018) afirma que:

En los últimos años, el Gobierno ha impulsado el emprendimiento a través de la creación de normativas, instituciones y programas que facilite la inclusión económica y el desarrollo de actividades productivas en sectores estratégicos como recursos hídricos, hidrocarburos, minería, electricidad y telecomunicaciones, así como también en el sector de la Economía Popular y Solidaria (p. 15).

Tal como se muestra en la figura 7, el sector popular y solidario ha sido el punto de partida para la consolidación de emprendimiento colectivos en el marco del buen vivir, y teniendo como norte el desarrollo sostenible, lo cual ha sido auspiciado a partir de la generación de un marco normativo, de las instituciones públicas y de programas de apoyo como financiamiento, capacitación, transferencia tecnológica y asesoría.

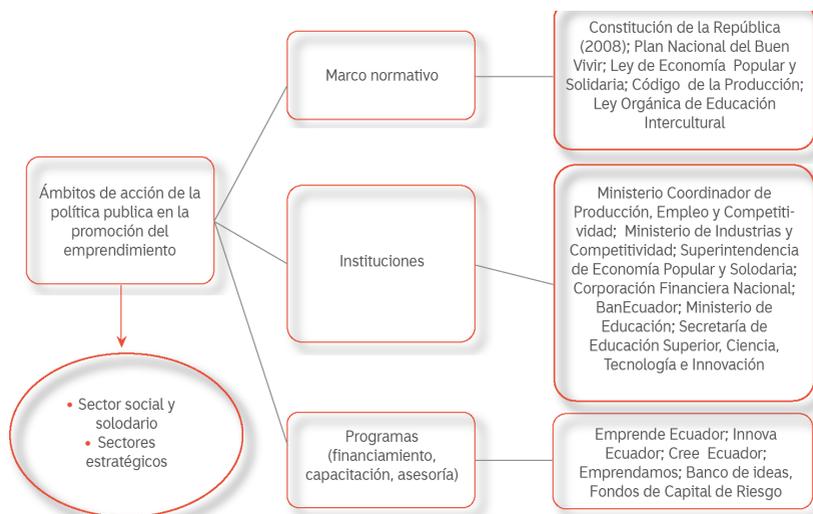


Figura 7. Ámbitos de acción de la Política Pública en la Promoción del Emprendimiento

Nota: Zamora (2018), p. 15

Es así que, desde la promulgación de la constitución, en los últimos 10 años el gobierno se ha enfocado en impulsar el emprendimiento a través de la creación de normativas, instituciones y programas que permitan fomentar la Economía Popular y Solidaria (Zamora, 2018).

Sin duda los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir hasta 2017 y en la actualidad el Plan Nacional de Desarrollo (2017-2021), involucran al sector educativo especialmente la educación superior y el sector productivo con el desarrollo científico y tecnológico.

La Ley de Economía Popular y Solidaria presenta varios acápite de fomento al emprendimiento social y solidario como la facilidad en la participación en los concursos y adjudicaciones de contratos públicos, exención de pagos de impuestos municipales e impulso a las exportaciones.

El Código de la Producción incluye varios beneficios para inversionistas y emprendedores tanto nacionales como extranjeros, así también el aseguramiento de los derechos de propiedad, libre transferencia de las ganancias de la inversión extranjera, entre otras.

Por otro lado, Zamora (2018) menciona que la Ley Orgánica de Educación Intercultural introdujo reformas entre ellas la incorporación en el Bachillerato General Unificado de la asignatura de Emprendimiento y Gestión y además, se crea la figura en los colegios técnicos de las unidades educativas de producción dedicadas a la producción y comercialización de bienes y servicios, lo cual permite desarrollar capacidades empresariales y de autogestión en procura de que sus conocimientos puedan contribuir al desarrollo de sus zonas geográficas de influencia.

Zamora (2018) enuncia, que desde 2010 se crearon varios programas públicos: Emprende Ecuador, Innova Ecuador, Cree Ecuador con la finalidad de asignar fondos no reembolsables a actividades vinculadas al emprendimiento.

El Programa Emprende Ecuador impulsado desde el año 2010 por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) tiene como finalidad brindar apoyo a ciudadanos que tengan interés de crear nuevos negocios con potencial de crecimiento, innovador o

altamente diferenciado y deseen internacionalizar sus productos (Emprende Ecuador, 2010).

Como norma sus ideas deben tener la visión de llegar a ser negocios que alcancen ventas de al menos \$ 100.000 dólares en el primer año de funcionamiento.

En una primera fase los emprendedores reciben asesoría profesional para la creación de un plan de negocios e investigación de mercado, el cual debe ser aprobado. En una siguiente fase Emprende Ecuador otorga un financiamiento de hasta \$ 60.000 dólares para la ejecución del proyecto.

Ecuador Innova es un programa que fue impulsado por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad cuyo fin es el de apoyar el potencial innovador a través de incentivos a proyectos que se orienten hacia el cambio de la matriz productiva, es decir, aumenten productividad y mejoren la competitividad del tejido productivo del Ecuador. Actualmente está a cargo de la Vicepresidencia de la República (Ecuador Innova, 2019).

Crecuador tiene como finalidad fomentar el desarrollo productivo y territorial en el Ecuador, creando condiciones que faciliten el acceso a la propiedad empresarial a través del desarrollo de proyectos de transformación productiva que generen desarrollo en las distintas regiones del país (Instituciones que financian el Emprendimiento en Ecuador, 2013).

Emprendamos es un proyecto de inversión y cooperación externa no reembolsable impulsado por el Ministerio de Industrias y Competitividad cuya finalidad es fomentar iniciativas productivas industriales a través de un financiamiento a pequeñas y medianas empresas que desarrollan actividades productivas asociativas en el Ecuador. Los valores destinados al cofinanciamiento provienen del Convenio de Cooperación del Gobierno de Japón adquirido en el 2005 (Proyecto de Inversión y Cooperación Externa no reembolsable Programa Emprendamos non Projet, 2014).

El banco de ideas es un programa impulsado por la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) para hacer realidad los proyectos con alto nivel de innovación. Otorga financiamiento de hasta 50 mil dólares y el acompañamiento continuo a través de los centros de

innovación acreditados que ayudan a desarrollar el componente creativo, tecnológico e innovador de los proyectos ganadores que concursan en la Convocatoria Nacional de Banco de Ideas (Banco de Ideas, 2019).

El Fondo de Capital de Riesgo está dirigido a financiar emprendimientos a través de fondos de la Corporación Financiera Nacional, y se constituye en un proyecto de apoyo para el cambio de la matriz productiva y al programa Progresar, cuya finalidad es generar más ecuatorianos emprendedores, más crédito y más desarrollo (Progresar, 2016).

Otros programas públicos

El Proyecto Integral para el Fomento Productivo para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (FONDEPYME) impulsado por el Ministerio de Industrias y Productividad, tiene como objetivo desarrollar innovaciones de productos, procesos productivos, de transferencia tecnológica y de organización empresarial de micro, pequeñas y medianas empresas que cuenten hasta un número de empleados de 159 y ventas anuales de hasta 5 millones de dólares. Los componentes que cofinancia el FONDEPYME son:

Mejoramiento ambiental y responsabilidad social, desarrollo de proveedores y distribuidores y promoción de la asociatividad, mejoramiento de la calidad de productos y procesos, acceso a mercados nacionales e internacionales, inversión en equipamiento productivo para grupos asociativos y formalización y promoción de la asociatividad (El Ministerio de Industrias y Productividad, 2019, s.p.).

El Fondo Cucayo es un programa que concede fondos complementarios a través de un concurso dirigido a los migrantes ecuatorianos retornados que deseen iniciar o ampliar sus negocios. Está dirigido a migrantes que hayan retornado después de 2007, o que hayan migrado más de 60 días y que cuenten con un capital financiero. El fondo ofrece varias opciones de financiación: a) Aportación del 50% para el proyecto, cuyo costo debe ser hasta un máximo 50 mil dólares para proyectos colectivos y de 2.500 para proyectos individuales. b) Aportación del 25%, cuyo costo se fija en 15 mil dólares para proyectos individuales y 50 mil dólares para proyectos empresariales asociativos (Fondo concursable El Cucayo).

Instituciones privadas que apoyan el emprendimiento

La Alianza para el emprendimiento y la innovación (AEI) está conformada por una red de instituciones públicas, privadas y la academia cuyo objetivo es fomentar el emprendimiento a nivel nacional uniendo esfuerzos en procesos y proyectos de emprendimiento.

De tal manera que los emprendedores tengan acceso a información en emprendimiento e innovación y les permita tomar decisiones adecuadas procurando minimizar el riesgo. De igual forma facilita el financiamiento de capital de riesgo que permita poner en marcha los proyectos innovadores. Como complemento brinda acceso a la educación en emprendimiento en escuelas y colegios y a profesionales que deseen incursionar en este campo (AEI, 2017, p.1).

Según el GEM (2017), durante el primer trimestre del 2017, la AEI realizó mesas de trabajo con la finalidad de identificar aquellas entidades que financian a emprendedores, las cuales utilizan varios mecanismos de financiación como: capital semilla, inversionistas ángeles, venture capital y otros mecanismos.

La Fundación Crisfe es una organización sin fines de lucro de responsabilidad social creada en el año 2007, que busca mejorar las condiciones de vida de grupos vulnerables a través de programas de educación, desarrollo territorial y emprendimiento. El programa de emprendimiento apoya a los emprendedores fortaleciendo sus negocios en las diferentes etapas de desarrollo a través de capacitación, apoyo financiero y acompañamiento, gestión para el emprendimiento, entre otras.

Actualmente dispone de 4 proyectos: Educación Emprendedora "Aprender para emprender", destinado a niños y jóvenes tanto en educación formal y no formal; Centro de Gestión para el emprendimiento MUYU "Gestión para emprender", destinado a empresarios hoteleros; Emrendefe "Invertimos juntos", destinado a emprendedores que cuentan con un emprendimiento prototipo validado en el mercado con primeras ventas que no pasen de 1 año; Modelos de apoyo para subsistencia, alto impacto y asociativo.

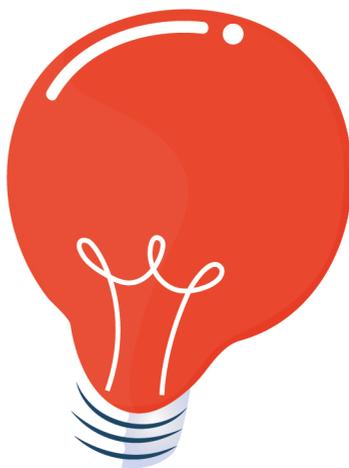
La agencia de promoción económica ConQuito, fomenta el desarrollo productivo y socioeconómico del Distrito Metropolitano de Quito. Sus

programas se vinculan con la generación de emprendimientos, el desarrollo empresarial y su relación con negocios inclusivos y cadenas productivas. El programa Desarrollo Empresarial e Innovación cuenta con tres proyectos: "Economía Popular y Solidaria", que incentiva y fortalece el emprendimiento solidario de los quiteños a través de la generación de procesos con impacto multiplicador; Proyecto "Agrupar", que contribuye a la seguridad y soberanía alimentaria de la población a través de la implementación de huertos con producción orgánica, crianza de animales menores, procesamiento de alimentos entre otros; "Emprendimiento e Innovación", que brinda servicios de asesoría, acompañamiento y vinculación con el ecosistema de emprendimiento.



CAPÍTULO II

Emprendimiento, intención emprendedora y Universidades



Una aproximación a la definición de emprendimiento

Lupiañez, Priede, & López Cozar (2014) describen que:

El término *entrepreneur* históricamente surge a inicios del siglo XVI en Francia, con Cantillon (1755), quien describe al emprendedor como el ser racional que participa en una sociedad mercantil en la que coadyuva la competencia y la incertidumbre, lo que motiva evaluar las probabilidades para la toma de decisiones. En el año de 1803, Say define al emprendedor como la persona que dirige una empresa, que se constituye en el catalizador para el desarrollo de productos definiéndolo como un "trabajador superior" porque hacía frente a muchos obstáculos optimizando el uso de sus limitados recursos. En el año 1934 Joseph Schumpeter, define a los emprendedores como los individuos que generan inestabilidad en los mercados y que la innovación asumida por los emprendedores constituye la clave que permite llegar a un crecimiento económico (p. 56).

Al relacionar estos criterios, se puede definir al emprendimiento como un proceso en el que interactúan productos, servicios y procesos que conllevan a una transformación económica por intermedio del aprovechamiento de oportunidades y un cúmulo de nuevas ideas innovadoras (McClelland, 1961).

Alonso (2012) en su investigación cita que a partir de los trabajos de McClelland (1967), se han integrado al fenómeno de emprendimiento una serie de enfoques como el de rasgos de personalidad, especialmente la necesidad de logro, estudios de locus de control (Koellinger, Minniti, y Shade, 2007), necesidad de poder e independencia (Brandstatter, 1997), estudios sobre orientación de resultados, incertidumbre, iniciativa, agresividad, entre otras (Filion, 1998). Sin embargo, esta corriente de investigación ha sufrido varias críticas (Sexton y Bowman, 1985), basadas especialmente en la falta de objetividad en el análisis de la personalidad y el comportamiento de los emprendedores (Zimmerman, 2008).

A raíz de estas críticas, en la determinación de las características psicológicas de los emprendedores, el enfoque de investigación del emprendimiento ha variado especializándose en el estudio de aspectos conductuales y cognitivos del emprendedor (Cornelius, Landstrom y Pearson, 2006).

Por otro lado, al referirse a la intención emprendedora, Rodríguez (2015) cita como la acción que resulta de la aplicación de la actitud precursora de cambio, y el conocimiento de las normas sociales dentro de un contexto particular que tiene el emprendedor (Bird, 1988). Es una conducta de respuesta a una posible oportunidad económica, en medio de una incertidumbre y riesgo (Álvarez y Barney, 2006).

Sepúlveda y Zapata (2019) citan a la intención empresarial como un estado mental que se dirige a la creación de una nueva empresa (Wu wu, 2008), definición que se complementa con la apreciación de Sondari (2014), quien considera, además, que es un estado de asumir distintas responsabilidades en las etapas de su creación y durante la vida laboral.

La intención emprendedora se ha relacionado como una referencia a la propiedad privada de un negocio, a través de la creación de una nueva empresa o administrar una ya existente; así también, como un cúmulo de deseos e interés de creación de una empresa.

De esta forma, los nuevos enfoques sobre emprendimiento e intención emprendedora han roto fronteras en su estudio sobre características personales del emprendedor, combinando el sistema de valores del individuo y los mecanismos cognitivos bajo el entorno social (Katz, 1992).

Principales Modelos y teorías de intención emprendedora

Según Chattopadhyay y Ghosh, (2008) los diferentes modelos de intención emprendedora son el resultado de algún tipo de proceso cognitivo, creencias, expectativas y valores. Afirman que estos modelos toman a la intención como un factor clave en la acción emprendedora y que tanto los procesos cognitivos como las intenciones participan como mediadores de la influencia de otros factores exógenos como variables sociales, culturales, demográficas, características personales o rasgos de personalidad.

Liñan (2004) señala, que los modelos de emprendimiento que recogen como base los rasgos de la personalidad, los factores demográficos o de actitudes son menos fuertes e influyen en un poder predictivo menor. Por su parte Krueger (2000) afirma que los modelos de intenciones predicen de mejor forma el comportamiento tanto de variables individuales como de la

personalidad, así como también las variables contextuales como el estatus laboral, dándole una validez predictiva mayor. Además, que los dos tipos de variables explican el efecto de las intenciones de emprender en los cambios de las actitudes y creencias.

Si bien, existe una gran variedad de modelos que explican el comportamiento de los individuos a emprender, para efectos del presente estudio se enuncian algunos de los principales modelos: El modelo del evento emprendedor, modelo de implementación de las ideas emprendedoras, el modelo de la Teoría del comportamiento planeado (TCP), el modelo del potencial emprendedor y modelo de Liñán basado en la TCP.

Modelo del evento emprendedor

Constituye el primer modelo de intención emprendedora y fue desarrollado por Shapero y Sokol (1982). Según este modelo la intención de crear una nueva empresa depende de tres elementos: del atractivo percibido, viabilidad percibida y de la propensión a actuar (Figura 1).

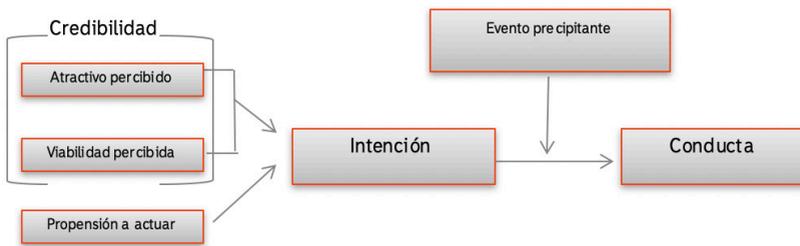


Figura 1. Representación del Modelo de Shapero

Nota: Rodríguez (2015), p. 104

Según Shapero (1982) citado por Rodríguez (2015), este modelo considera que la indiferencia conduce la conducta del ser humano para emprender, hasta que un evento precipitante rompe este estado estacionario y cambia al ser humano de actitud obligándolo a buscar alternativas de mejora. Este evento precipitante puede ser algo negativo como la pérdida de trabajo o positivo como recibir una herencia.

El ser humano elegirá la conducta más adecuada con base en la credibilidad y la propensión a actuar. A la credibilidad se llega luego de que la persona perciba el emprendimiento como una alternativa de conducta atractiva y lo considere viable de ejecutar. Este comportamiento se complementaría con la ejecución en firme, es decir, la propensión a actuar.

Por otro lado, este modelo considera que factores exógenos como los sociales, políticos o económicos no influyen directamente en la intención emprendedora del ser humano, sino que se incluyen dentro del atractivo y viabilidad percibida (Shapero, 1982).

Modelo de implementación de las ideas emprendedoras

Este modelo fue desarrollado por Bird (1988); según este modelo la intención emprendedora gira en torno a la interacción del contexto social y los aspectos personales con el pensamiento racional e intuitivo (Figura 2).

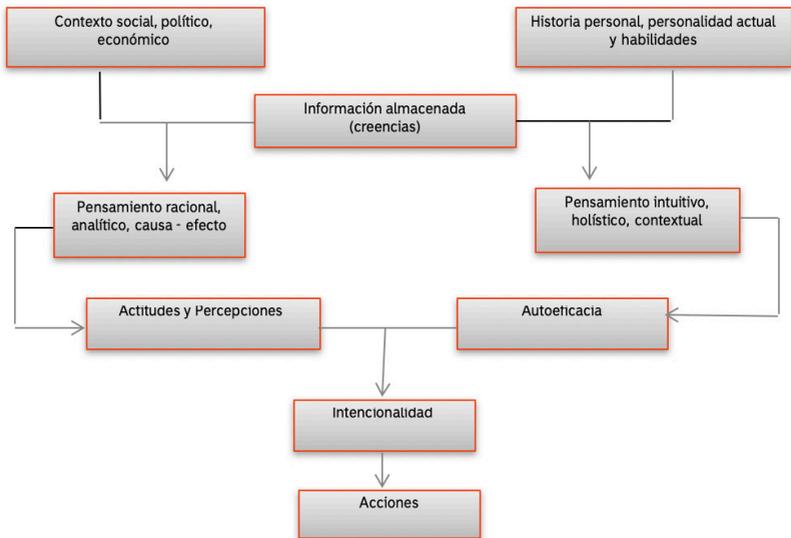


Figura 2. Modelo de revisión de Bird

Nota: Rodríguez (2015), p. 106

Según Rodríguez (2015), el contexto social agrupa a los factores sociales, políticos y económicos del entorno en el que se desenvuelve el ser humano e influyen en la creación de empresas. Por otro lado, los aspectos personales se relacionan con la historia personal como tener experiencia anterior como emprendedor, características de personalidad como necesidad de logro (McClelland, 1961) y el locus de control interno (Brockhaus, 1982) y habilidades del individuo como su capacidad de generación de ideas.

Complementariamente, el modelo resalta la participación de los procesos cognitivos del individuo para la puesta en marcha del emprendimiento, utilizando en primer lugar el procesamiento racional y analítico en la búsqueda de la causa – efecto para realizar planes de negocios, análisis de oportunidades o adquisición de recursos. Así como el uso del pensamiento intuitivo o heurístico para la toma de decisiones en los negocios.

Luego de unos años, Boyd y Vozikis (1994) modificaron el modelo incluyendo a las actitudes y las percepciones en emprendimientos, las cuales se desarrollan desde los procesos cognitivos (pensamiento analítico e intuitivo). Además, incluyen a la autoeficacia, la cual es producto de estos procesos cognitivos y su desarrollo está influenciado por experiencias profesionales previas, modelos emprendedores y apoyo social.

Teoría del comportamiento planeado (TCP)

Esta teoría es propuesta por Ajzen (1991), que se fundamenta en el área de la psicología social para explicar la intención emprendedora de los individuos, tomando como base 3 variables: actitud, norma subjetiva y el control del comportamiento planeado (Figura 3).

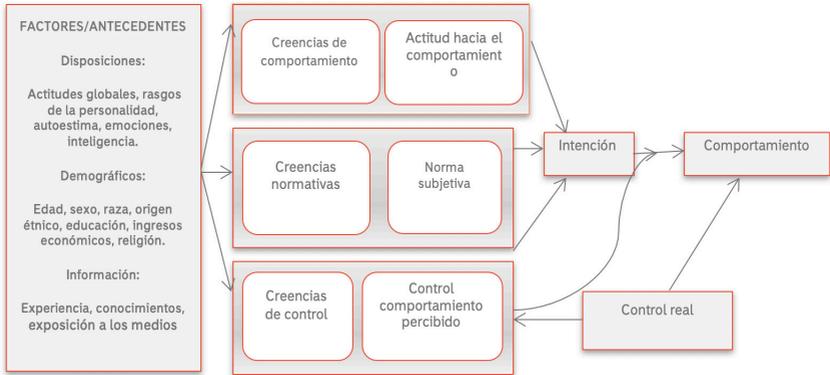


Figura 3. Teoría del Comportamiento Planeado

Nota: Fishbein y Ajzen (2010), citado por Alonso (2012), p. 50

Este se constituye quizás en el modelo más utilizado en diversos países al estudiar la intención emprendedora (Ayala, Llanos, Flores y Muñoz, 2016; Rueda, Moriano y Liñan, 2015).

Según Ajzen (1991) la variable actitud tiene que ver con el comportamiento que asume un individuo en un momento favorable o desfavorable. La variable normas subjetivas, tiene que ver con la percepción que tiene un individuo sobre el entorno en el que vive y que puede influir su comportamiento. Por último, la variable control del comportamiento planeado se relaciona con el grado de percepción de control personal o individual que influye en el comportamiento de un individuo.

Los tres elementos de Ajzen permiten entender cómo se puede cambiar el comportamiento de la gente, porque el comportamiento puede ser planeado, debido a que, en combinación, la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y la percepción del comportamiento controlado, conducen a un comportamiento intencional.

Ajzen y Fishbein (2000) citados por Alonso (2012) señalan que, si la actitud y las normas subjetivas son más optimistas, el control percibido será mayor, y la intención del individuo a emprender será más fuerte. Por ello, a

pesar que muchos comportamientos puedan aglutinar estos elementos, la ejecución de los mismos dependerá de factores como la disponibilidad de oportunidades o de recursos como tiempo, dinero, habilidades entre otros.

Esta teoría aplicada al estudio del emprendimiento ha permitido analizar las intenciones de los emprendedores, condicionadas por el resultado que esperan obtener, las percepciones del entorno y la percepción que tenga el emprendedor para controlar y obtener los resultados de su accionar emprendedor.

Modelo del potencial emprendedor

Este modelo desarrollado por Krueger y Brazeal (1994) gira en torno al área psicológica – social e integra la visión del modelo propuesto por Shapero (1982) y la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen (1991). El modelo se fundamenta en el análisis de dos elementos: La percepción del deseo y de la viabilidad percibida como origen de la intención de emprender. El deseo percibido equivale a la norma subjetiva y la actitud hacia el comportamiento planteados por la Teoría del Comportamiento Planificado y se ve influenciado por el impacto que originan los resultados esperados con la ejecución del comportamiento.

Por su parte, la viabilidad percibida, equivale a la eficacia planteada por Bandura (1986), y se refiere a la habilidad percibida por el individuo con la ejecución de un determinado comportamiento. Sin duda, debe intervenir una predisposición a actuar de un individuo que según Shapero y Sokol (2002) lo delimitaron como una característica estable de la personalidad del individuo, pero según Krueger y Brazeal (1994) esta característica puede adquirirse a través de la enseñanza.

El modelo del Potencial Emprendedor incluye dos fases previas para llegar a la intención emprendedora: La credibilidad y el potencial emprendedor, pues no considera que las variables de deseo y viabilidad percibidas tengan incidencia directa en la intención emprendedora, lo que le diferencia de la Teoría del Comportamiento Planeado.

La credibilidad es la forma en el que el comportamiento del individuo es considerado como deseable y viable, es decir, que una vez que el individuo percibe a la creación de una empresa como un hecho deseable y viable se

obtiene un grado de credibilidad (Krueger y Brazeal, 1994). El Potencial emprendedor, se refiere a la preparación preexistente para aceptar que la oportunidad fue seguida por un evento precipitador.

En general, Kruegel y Brazeal (1994) fundamentan que el evento emprendedor necesita que el potencial emprendedor exista previamente al evento precipitador. Pero, la existencia del potencial emprendedor no implica necesariamente la existencia de la intención, puesto que cuando se suceda algún suceso que rompa el evento emprendedor, junto con la identificación de una oportunidad, ambos incidirán en la intención final de iniciar una actividad emprendedora (Figura 4).

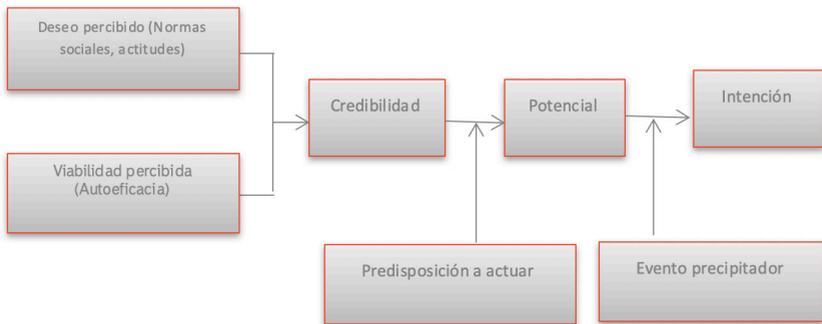


Figura 4. Modelo del Potencial Emprendedor

Nota: Krueger y Brazeal (1994), p. 95.

Modelo de Liñan basado en la Teoría del Comportamiento planificado (TCP)

Liñan (2008) se basó en la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) para explicar y predecir cómo el entorno cultural y social inciden en el comportamiento de los individuos o la intención emprendedora, la cual es producto de varios factores como: actitud percibida sobre el comportamiento de emprender y las normas subjetivas sobre ese comportamiento. Se trata entonces, de lo que piensan los demás sobre ese comportamiento que percibe el individuo y el control, es decir, la capacidad de hacer y controlarlo, que depende mucho de su autoeficacia percibida (Maluk, 2014).

En síntesis, este modelo trata de comprobar si las valoraciones sociales percibidas del emprendimiento y las habilidades personales percibidas inciden en la intención emprendedora, a través de factores de motivación que la determinan (actitud percibida, normas subjetivas y control del comportamiento percibido), tal como se puede apreciar en la Figura 5.

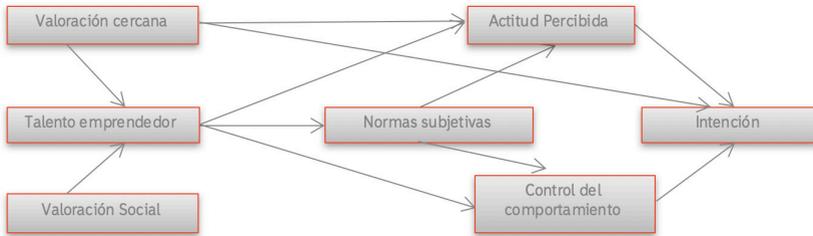


Figura 5. Modelo de Liñán basado en la TCP

Nota: Liñán (2008), citado por Maluk (2014), p.70

Perfil emprendedor de estudiantes universitarios

El perfil del emprendedor universitario es producto de una estructura curricular que integra la articulación tanto de asignaturas básicas como de especialidad. La formación del estudiante emprendedor combina aspectos internos de personalidad propios del individuo con los conocimientos obtenidos en su formación universitaria.

Según Regalado (2017), el emprendimiento debe convertirse en una base común, que impulse al estudiante universitario a diferenciarse de los demás, aportando con su conocimiento y acción a mejorar las condiciones de vida de la sociedad.

Regalado (2017) establece que el perfil del emprendedor universitario se basa en el estudio y el aprendizaje, lo que le permite enrumbar el conocimiento por iniciativa propia hacia nuevas formas alternativas de solución a los problemas que la sociedad requiere. En esta perspectiva, el rol que debe cumplir la universidad es la formación de estudiantes emprendedores, que dispongan de una base técnica sólida que les permita

afrontar retos y establecer medidas para alcanzar una sociedad justa, solidaria y con oportunidades de crecimiento (Baco, 2015).

Muchos han sido los estudios que se han realizado en el mundo referente a determinar estos factores. En su generalidad se podrían agrupar en características sociodemográficas y rasgos psicológicos.

Espíritu y Sastre (2007) determinan que las características sociodemográficas se enfocan en hechos verificables relacionadas con los individuos, tales como: edad, género, entorno familiar y la experiencia en el trabajo. Al ser variables fijas no susceptibles de ser modificadas, su medición sirve para lograr ciertos efectos en el comportamiento personal del emprendedor.

Con respecto a la edad, Espíritu y Sastre (2007) consideran que, en estudios realizados, un individuo toma la decisión de incursionar en el campo empresarial entre las edades de 25 y 40 años.

Al incorporar el género, Vallmitjana (2014) indica que el número de empresas creadas por grupos de género minoritarios ha ido creciendo con el transcurso del tiempo, generando un cambio social considerable. Sin embargo, en la actualidad el potencial emprendedor de las mujeres todavía no alcanza su completo desarrollo, dado que el grado de participación de las mismas en el área productiva ha sido poco favorable y reconocido, por lo que las mujeres han tenido que enfrentar fronteras de tipo institucional y obstáculos socioculturales (Arboleda, 2014).

Con respecto a la experiencia laboral, Veciana (1999) establece que los altos niveles de experiencia podrían conducir a mayores niveles de éxito empresarial porque ya se conocen las distintas dificultades que el empresario debe enfrentar y, por ende, estarían más preparado para ello.

Oxenfeldt (1943) afirma que el emprendedor incursiona en las líneas de negocios en las cuales estuvo anteriormente relacionado ya sea como empleado o como empleador. Sin duda, el emprendedor que cuenta con una experiencia previa en determinada actividad productiva en la que va a emprender tendrá mayores probabilidades de sostenerse en el mercado tanto financieramente como organizativamente.

Al hablar del entorno familiar, Shapero y Sokol (1982) consideran a la familia, en especial el padre y la madre, quienes juegan un papel importante en la inducción de sus hijos hacia el emprendimiento. Varios estudios comprueban que los emprendedores potenciales surgen de aquellas familias, cuyos padres eran propietarios de pequeños negocios y por ende están más inclinados a desarrollar alguna idea de negocio y tienen altas preferencias por el autoempleo (Scott y Twomwy, 1988). De este modo, la tendencia se orienta a que los emprendedores proceden de familias en los que el padre o la madre es empresario.

El segundo grupo de características guarda relación con las psicológicas, según Moriano y Palací (2006), la psicología del emprendimiento ha centrado su análisis en las diferencias individuales entre emprendedores y no emprendedores con el fin de elaborar un perfil descriptivo de la personalidad típica del emprendedor.

En esta perspectiva, las investigaciones sobre personalidad emprendedora giran en torno a descubrir los rasgos y características de personalidad que permiten predecir comportamientos emprendedores.

Según Espíritu y Sastre (2007), se pueden clasificar las características psicológicas de los emprendedores en cuatro categorías: necesidad de logro, control interno, tolerancia a la ambigüedad y propensión al riesgo.

McClelland (1961) se refiere al deseo que tienen algunas personas para mejorar el producto de su accionar y por ende responsabilizarse de ello. Es decir, la necesidad de logro es la probabilidad de convertirse en los creadores y estar motivados para alcanzar el triunfo.

Con respecto al locus de control interno se considera que es la percepción que un individuo tiene sobre su destino (Robbins, 1999). Es decir, los emprendedores se sentirán motivados por conseguir sus objetivos de negocios si tienen un control de las decisiones que toman para conseguir los mismos.

Según Veciana (1989) la tolerancia a la ambigüedad es una característica importante para la toma de decisiones en la incertidumbre. Es decir, los individuos que son más tolerantes a la ambigüedad son aquellos que

obtienen mejores resultados en su accionar y buscan un crecimiento (Entrialgo, Fernández, Vásquez, 1999).

La característica de la propensión al riesgo quizá es la que más se aproxima al concepto de emprendedor, puesto que un individuo que arriesga es aquel que aprovecha las oportunidades en situaciones inciertas (Espíritu y Sastre, 2007).

Impacto de programas de emprendimiento en la intención de emprender

Según Valenzuela (2012), la evaluación de impacto es un factor importante en el análisis de cualquier programa que permite verificar de forma integral el cumplimiento o no de los objetivos formulados y los efectos que el programa generó en el grupo de tratamiento, a través de la aplicación de indicadores que midan las variables en diferentes niveles.

En esta perspectiva, dependerá de la metodología que se utilice para poder determinar la relación causa – efecto, como elemento fundamental en la evaluación de impacto, que posibilite conocer si ciertos componentes del programa son importantes para el logro de estos objetivos y poderlos mejorar en su desarrollo.

La medición y evaluación de resultados debe realizarse de forma cuantitativa, es decir, mediante análisis comparativos de cantidades o porcentajes de los productos que generan los componentes del programa (Valenzuela, 2012).

Gertler, Martínez, Premand, Rawlings y Vermeersch (2017), consideran que la evaluación de impacto se centra en los cambios atribuibles a un programa o proyecto buscando responder a una pregunta específica de causa y efecto. La causalidad define las metodologías que pueden usarse, mientras que para estimar el efecto causal se puede utilizar cualquier método de evaluación de impacto que estime el denominado contrafactual, es decir, comparar cual habría sido el resultado de los tratados del programa si no hubieran recibido tratamiento.

Bajo este enfoque, es necesario describir algunas investigaciones de evaluaciones de impacto de distintos programas de emprendimiento que se han desarrollado y que pudieran constituirse en orientadores teóricos y prácticos en la presente investigación.

En la literatura, se encuentran suficientes investigaciones sobre la incidencia que tienen los cursos de emprendimiento en la intención o no de emprender de los estudiantes.

La investigación realizada por Flores y Palao (2013), tuvo como objetivo medir el impacto de la educación superior por competencias en emprendimiento sobre su intención de crear una empresa. Utilizan un enfoque mixto aplicado en dos fases: ex ante y ex post al tratamiento, a través de la aplicación de diferencia en diferencias propuesta por Oosterbeek, Van Praag y Ijsselstein (2010) tanto a un grupo de tratamiento, representado por estudiantes de primero y segundo curso de Administración y Dirección de Empresas (ADE) y como grupo de control a estudiantes de Derecho (D) de la Universidad Católica San Antonio de Murcia, con un total de 110 encuestas.

Entre las variables analizar se hallan: necesidad de logro, autosuficiencia percibida, autonomía, tolerancia a la incertidumbre, propensión moderada al riesgo, creatividad e innovación y posteriormente el análisis de tres variables de la intención emprendedora, basados en la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP) como son actitudes personales, normas subjetivas y control percibido.

Entre los resultados más significativos concluyen que la actitud hacia el emprendimiento, las capacidades percibidas y las normas subjetivas son predictores significativos en la intención de emprender en los grupos de tratamiento y de control. Por otro lado, los estudiantes de ADE son más tolerantes al riesgo y relacionan el emprendimiento a un mayor nivel de ingresos. Finalmente, determinan la inexistencia de diferencias significativas entre los dos grupos en mención, con excepción de la autoeficiencia percibida que resultó ser mayor en los estudiantes de ADE.

La investigación realizada por Maluk (2014), tuvo como objetivo definir las variables que explican la intención emprendedora a través del modelo de la Teoría de la Conducta Planificada (Ajzen, 1991) y se concentra en variables externas como la valoración social, la valoración cercana de amigos y familiares y las habilidades del emprendedor; las que tendrían efectos sobre variables propias del modelo citado, basado en el modelo de Liñán (2008), y finalmente sobre la variable dependiente intención emprendedora. Este estudio fue aplicado a estudiantes de la Carrera de Economía y Negocios de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Entre los resultados más significativos identifica que no ha existido evidencia estadística de que la asignatura de emprendimiento sea un factor que incida en la intención emprendedora, sino han sido otras variables relacionadas que sí la explican como son: la valoración cercana, las habilidades del emprendedor y atracción personal, comprobándose que el modelo de Liñán (2008), base de este estudio, resultó ser propicio para el efecto, con una sola diferencia de que la valoración cercana de familiares y amigos se constituiría en una probable variable de enlace entre las habilidades y la atracción personal. Adicionalmente, establece que el nivel de la intención emprendedora de los estudiantes poco a poco se incrementa hasta que tomen las decisiones para tratar de desarrollar la conducta empresarial (Fayolle, 2004).

La investigación desarrollada por Caro, Sánchez y Romero (2016), analiza el impacto que tiene la formación en emprendimiento en los estudiantes de comunicación de la Universidad de Sevilla correspondientes a tres cortes académicas (2013-2014, 2014-2015 y 2015-2016), para lo cual utilizaron un instrumento enlazado en línea de las asignaturas de creación de empresas a los cursos de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas, y fue aplicado a 351 estudiantes al inicio y al final del periodo formativo, con la finalidad de conocer las diferencias existentes. Este cuestionario fue adaptado del cuestionario empleado por Sahinidsi, Giovanis y Sdrolías (2012), construido a partir de los instrumentos creados por Liñán y Chen (2009) y Guerrero, Liñán, Toledano y Urbano (2009).

Entre los resultados más significativos de la investigación resaltan que la formación en la creación de empresas tiene una influencia positiva en el emprendimiento de los estudiantes de Comunicación, estimulándolos para crear su propio negocio, pero no incide en la deseabilidad. En la misma dinámica, tanto en la percepción de la capacidad de emprender como en la valoración de la actividad emprendedora por parte del entorno de los estudiantes, se determina que la formación emprendedora incide positivamente.

Por otro lado, en relación a las competencias se determina que algunas de ellas, luego del proceso formativo no han aumentado como es el trabajo en equipo, la toma de decisiones, capacidad de asumir riesgos y la delegación y motivación a otros.

Por su parte, en el estudio desarrollado por Sánchez y Pérez (2019), se identificó la incidencia de la formación de la cátedra de creación de empresas en la intención emprendedora de los estudiantes del grado de economía, para lo cual utilizaron como referencia al modelo del evento emprendedor de Shapero y Sokol (1982), basado en el análisis de la actitud personal, control del comportamiento percibido e intención emprendedora; esta investigación no contempla la norma social.

El estudio empleó una encuesta basada en las investigaciones de Liñan y Chen (2009) y fue aplicada en dos momentos: tanto al inicio como al final de un periodo académico y fue dirigida a una misma población de 272 estudiantes que cursaron la asignatura creación de empresas y que correspondían a cinco cortes 2012 a 2017. Con la finalidad de comprobar las hipótesis planteadas utilizaron un análisis de inferencia (Usman, 2019), para encontrar diferencias significativas entre los grupos al inicio y al final del periodo académico, para lo cual utilizaron las pruebas de Mcnemar para conocer si la formación de emprendimiento incide a un cambio de respuestas a preguntas dicotómicas y la prueba T para muestras relacionadas.

Entre los resultados más significativos están que los estudiantes del grado de economía si tuvieron un cambio significativo en su interés de tener su propia empresa al final del tratamiento. En relación a la actitud personal que tienen los estudiantes para crear una empresa luego de aplicado el tratamiento, se redujo. Por otra parte, con respecto al control del comportamiento percibido, la formación en emprendimiento incidió positivamente en la percepción de las capacidades de los estudiantes para crear una empresa; sin embargo, de ello no se reportan diferencias significativas en la intención emprendedora.

En la investigación realizada por Vélez, Bustamante, Loor y Afcha (2020), se analiza como variable dependiente la intención emprendedora y como variables independientes la conveniencia y viabilidad percibida de la intención emprendedora (Krueger, 1993), así como la experiencia empresarial y laboral (Gorman, 1997; Kuratko, 2005) y la educación emprendedora (Wu y Wu, 2008). Se incluyeron como variables de control el sexo, la edad y la variable binaria si el estudiante cursa una carrera en institución pública o privada; para lo cual se utilizó un modelo tipo probit para el estudio de variables dependientes discretas.

La muestra aplicada fue aleatoria y se dirigió a 542 estudiantes de las facultades de Economía y de Administración de empresas de cinco universidades de la ciudad de Guayaquil, para lo cual se aplicó la teoría de elección planeada de Azjen (1991) y se utilizó un instrumento de intención emprendedora propuesto y validado por Liñán y Chen (2009).

Los resultados alcanzados concluyen en la existencia de una alta intención emprendedora de los estudiantes de las universidades de estudio, sin embargo, la influencia de la experiencia laboral y la formación de emprendimiento tienen limitada incidencia en la intención emprendedora.

CAPÍTULO III

Programas universitarios de emprendimiento: ¿quiénes son los estudiantes que emprenden?



Modelo empleado en la investigación

Diversos estudios, consideran que la educación en emprendimiento podría mejorar la autoeficacia emprendedora (Liñan, 2004) debido a que las actividades desarrolladas permitirían que los estudiantes perciban la constitución de su propio negocio como una opción viable incidiendo favorablemente a la autoeficacia emprendedora.

Por otro lado, la educación en emprendimiento podría mejorar la actitud favorable hacia el emprendimiento de los individuos (Liñan, Rodríguez y Rueda, 2011), puesto que como señalan Haase y Lautenschlager (2011) citado por González, Pérez y Rodríguez (2017) para garantizar la sostenibilidad de un emprendimiento uno de los factores fundamentales en la educación es el desarrollo de actitudes favorables en la formación y convicción emprendedora.

Del mismo modo, la formación en emprendimiento podría incidir en la norma social de los individuos, puesto que la educación cumple un papel crítico en la socialización de las personas en la carrera emprendedora (Kruger y Brazeal, 1994).

Tal como muestra la figura 1, la educación en emprendimiento genera autoeficacia, actitud y norma social, que redundan en mejorar o propiciar mejores niveles de intención emprendedora en el individuo formado.

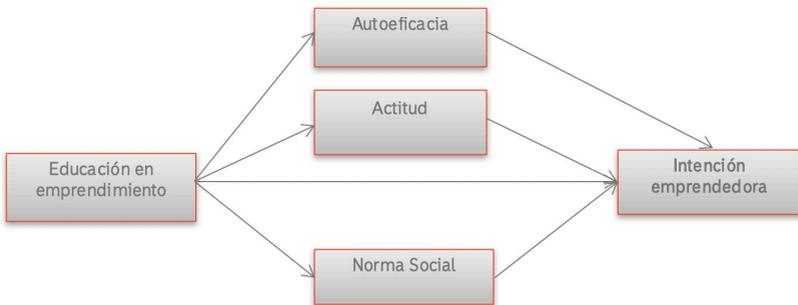


Figura 1. Modelo de Investigación Propuesto

Nota: Elaboración propia

Descripción de los programas de capacitación evaluados

La actual crisis económica que se ha enraizado en el mundo como un problema estructural, ha conducido a pensar en el emprendimiento como una alternativa para dinamizar la economía a través del desarrollo de nuevos modelos de negocios en distintas áreas productivas. En este contexto en el caso particular de Ecuador, los organismos del Estado están interesados en fortalecer los currículos formativos de las distintas carreras profesionales que ofertan los centros de educación superior implementando al emprendimiento e innovación como eje transversal.

A continuación, se procede a describir algunas características de los programas de emprendimiento dictados en las universidades objeto de estudio que hacen referencia a los contenidos que se imparten en la asignatura, número de horas y niveles en los que se dictan.

En la Escuela Politécnica del Ejército sede Latacunga, se dicta la cátedra denominada Desarrollo de Emprendedores en la segunda etapa de formación profesional de los estudiantes como eje transversal en todas las carreras ofertadas, cuyo objetivo se encamina al desarrollo de la capacidad emprendedora y creativa de los educandos que le permitan generar propuestas de emprendimientos innovadores. Esta institución cuenta con un coworking, como laboratorio experimental para realizar prácticas de emprendimiento.

La cátedra se imparte en quinto nivel en las carreras de Turismo y en Electrónica y Automatización y sexto nivel en las carreras de Finanzas, Ingeniería Automotriz e Ingeniería de Software. Los contenidos programáticos se enfocan principalmente en el ecosistema emprendedor, modelos de emprendimiento, perfil y comportamiento del emprendedor, modelo de negocios y perfil y plan de negocios. En la malla curricular se asignan 2 horas a la semana.

En la Universidad Técnica de Cotopaxi, en los momentos actuales se dicta a asignatura de Emprendimiento Social de malla antigua en las dos últimas etapas de la formación curricular en la mayoría de las carreras de la Institución; sin embargo, se ha incorporado también en algunas carreras rediseñadas con el nombre de Emprendimiento en su primera etapa de formación. En general su objetivo se encamina a promover el emprendimiento a través

de estudios de mercados que permita la implementación de proyectos en beneficio de la comunidad. Cuenta con un Centro de Emprendimiento, cuyo fin principal es el de acoger a los estudiantes de la Institución que estén interesados en perfeccionar sus ideas de negocios y ponerlos en práctica, para lo cual existe un área de coworking, especializada en la capacitación, asesoramiento y acompañamiento de proyectos de emprendimiento hasta la puesta en marcha.

La cátedra de Emprendimiento se dicta en primer nivel de Rediseño de la Carrera de Educación Básica y en tercer nivel Medicina Veterinaria. La cátedra de Emprendimiento Social (la cual fue objeto de esta evaluación), se dictaba en el cuarto nivel en las carreras de Ingeniería Electromecánica, Ingeniería Eléctrica, Ingeniería en Sistemas, Ingeniería Industrial, Ingeniería Agroindustrial y Educación Inicial, y en el quinto nivel en las carreras de Inglés y Contabilidad y Auditoría; en sexto nivel en las carreras de Diseño Gráfico, Comunicación Social y Administración de Empresas, y Medio Ambiente.

Los contenidos programáticos se fundamentan en torno al estudio de mercado y estudio económico financiero de proyectos de emprendimiento; en la malla antigua se asignan 2 horas a la semana.

En la Universidad Técnica de Ambato la cátedra se denomina Emprendimiento y Creatividad y se imparte en la última etapa de formación curricular de la mayoría de carreras que oferta este centro de estudios. Su objetivo se encamina a desarrollar en los estudiantes un espíritu emprendedor con la finalidad de generar planes de negocios que contribuyan a la generación de pequeñas empresas.

Solo en el caso de la carrera de Mercadotecnia se imparte en el tercer nivel, mientras tanto en las demás carreras se hace en niveles superiores. En el sexto nivel, se dicta en las carreras de Economía y Finanzas. En el séptimo nivel en Turismo y Hotelería, Ingeniería en Electrónica y Comunicación e Ingeniería Industrial. En octavo nivel en Contabilidad y Auditoría, Psicología Industrial, Psicología Educativa y en noveno nivel en Comunicación Social. Los contenidos programáticos se enfocan en las características del emprendimiento y la creatividad, la empresa y el plan de negocios.

En la Escuela Superior Politécnica del Chimborazo se dicta la asignatura denominada Emprendimiento en la última etapa de formación curricular

de los estudiantes en la mayoría de las carreras como eje transversal y en las carreras administrativas como parte de la unidad profesionalizante. Su objetivo se proyecta al fomento de la cultura empresarial en los estudiantes que contribuya al mejoramiento del estatus y calidad de vida personal y social.

La cátedra se imparte en el séptimo nivel en las carreras de Ingeniería en Zootecnia y en Logística y Transporte. En el octavo nivel en las carreras de Ingeniería de Electrónica en Control y Redes Industriales, Ingeniería en Sistemas, Ingeniería Agroindustrial y Marketing. En el noveno nivel se imparte en las carreras de Bioquímica y Farmacia, Matemáticas, Diseño Gráfico y en décimo nivel en las carreras de Biofísica e Ingeniería Ambiental.

Los contenidos programáticos en la mayoría de carreras se enfocan en el tratamiento del emprendimiento y liderazgo, la empresa y el proceso administrativo, propuesta de valor y modelos de negocios y plan de negocios. En la malla se asignan entre 2 y 4 horas en carreras técnicas y 6 horas en carreras administrativas.

Instrumento para evaluar intención emprendedora

Para la evaluación del impacto de estos programas, ha sido necesaria la recopilación de los datos a través de un cuestionario. Se trata de un cuestionario estructurado con preguntas cerradas. Las preguntas están clasificadas en bloques, que representan las dimensiones propuestas en el modelo general sobre intención de crear una empresa, la cual podría verse influenciada por factores externos cuando varíen las creencias de los individuos (Ajzen, 2001, Krueger, et al. 2000).

Por ello, se incluyeron los elementos de los cuales depende la intención emprendedora como: aspectos económicos, de gestión, psicológicos y sociológicos. En esta investigación se utilizó una combinación del Cuestionario de Intenciones Empresariales (CIE), desarrollado por Liñan (2004) y el cuestionario de Valores e Intenciones Empresariales (VIE) elaborado por Rueda, Moriano y Liñan (2015), teniendo como propósito de la investigación identificar el comportamiento de los estudiantes universitarios frente a su intención de emprender tales como: Conducta percibida, valores, actitudes e intención emprendedora (ver anexo 1).

El cuestionario CIE, constituye un instrumento desarrollado tomando como base la teoría del Comportamiento Planificado hacia el Emprendimiento (Liñan et al., 2011), que está compuesto por escalas de Likert (0– 6) y conformado por cuatro dimensiones: actitud hacia el emprendimiento, norma subjetiva, conducta percibida e intención emprendedora (Liñan et al., 2015).

Mientras que el cuestionario (VIE), constituye un instrumento que toma como base el *Portrait Values Questionnaire de Schwartz* y por la Teoría de la Acción Planificada, y está compuesto por escalas de Likert (0 – 6) y se compone de seis dimensiones: valores, actitudes, autoeficacia emprendedora, norma subjetiva, intención emprendedora y tipo de emprendedor (Rueda et al, 2015).

De esta forma el instrumento agregado consideró las dimensiones fundamentales de las variables de estudio de acuerdo a los objetivos de la investigación, distribuidos en 12 secciones: Datos generales del encuestado, condiciones familiares, condiciones laborales del encuestado, capacitación en emprendimiento, grado de interés en su desarrollo profesional, grado de semejanza con respecto a características de un tipo de persona, grado de probabilidad de crear una nueva empresa o ser emprendedor, características que identifican hasta qué punto son deseables para sí o para la vida del encuestado, características como hasta qué punto sería capaz de realizar eficazmente distintas tareas, características que identifican en qué medida sus familiares más cercanos estarían de acuerdo si decidiera ser emprendedor y crear su propia empresa, características de cómo valora el encuestado la opinión de personas muy cercanas al encuestado e identificar el grado de intención de llevar a cabo distintas afirmaciones relacionadas con el emprendimiento.

Así el instrumento estuvo estructurado por 140 preguntas, que permitió conocer actitudes, grado de conformidad y nivel de opinión de los encuestados ante diferentes preguntas en torno a la intención emprendedora. Para poder validar la consistencia de los ítems considerados en el instrumento, se aplicó a una muestra a 30 estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial del octavo ciclo, que en su curriculum académico ya habían recibido la cátedra de Emprendimiento.

Este proceso fue realizado a través del Coeficiente Alpha de Cronbach, coeficiente que sirve para medir la fiabilidad de una escala de medida, obteniéndose como resultado de 0,845 considerado como muy bueno, ya que mientras su valor se aproxima más a 1, mejor es la consistencia interna.

Universidades y estudiantes objetos de la evaluación

La investigación de campo se desarrolló con una muestra representativa de estudiantes de 4 universidades de la Región Centro del Ecuador: Escuela Superior Politécnica del Ejército, sede Latacunga, Universidad Técnica de Cotopaxi, Universidad Técnica de Ambato y Escuela Superior Politécnica del Chimborazo, con el propósito de caracterizar la intención emprendedora de los estudiantes que cursan asignaturas vinculadas a innovación y emprendimiento en las diversas instituciones de educación superior de estudio para medir el impacto de este tipo de asignaturas en el perfil y la intención emprendedora de sus estudiantes.

Si bien inicialmente se trabajaría con la totalidad de la población, en el proceso de aplicación del instrumento se perdieron observaciones, dado porque el estudiante no asistió a la primera sesión, o porque no se encontraba en la última, o ambas, razón por la cual, de los 1.106 estudiantes al final el estudio se realizó con 657, que en todo caso es el doble de lo requerido para una muestra con un 95% de confianza y un 5% de error.

Estos estudiantes recibían la cátedra de Emprendimiento en el primer periodo académico del año 2019, en cada una de las universidades con las que se trabajó: ESPE – L, UTC, UTA y ESPOCH, tal como se propuso se indicó anteriormente.

La metodología aplicada para el levantamiento de la data consistió en una primera aplicación del cuestionario a los estudiantes que recibirían la Cátedra de Emprendimiento al inicio del primer periodo académico del año 2019 en las cuatro Universidades y su posterior aplicación al final del periodo académico referido a los mismos estudiantes, con la finalidad de poder comparar las variables consideradas, cuando no tenían conocimientos sobre emprendimiento (al inicio del curso) con respecto a cuando ya tenían conocimientos suficientes (al final del curso).

El detalle de las 40 carreras a las cuales efectivamente se aplicaron las encuestas en las 2 ocasiones y el número de estudiantes de las distintas carreras que efectivamente contestaron las dos ocasiones, se presenta en la tabla 1.

Tabla 1. Diferencia en la aplicación de encuestas en relación a lo planificado

FACULTAD	CARRERA	No. Estudiantes planificados	No. Estudiantes efectivamente encuestados
UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI			
Ciencias Administrativas	Contabilidad y Auditoria	26	18
	Administración de Empresas	17	12
	Gestión de la Información Gerencial	24	0
Ciencias Humanas y Educación	Diseño Gráfico	17	12
	Comunicación	44	19
	Pedagogía de los Idiomas Extranjeros	24	19
	Educación Básica	43	26
	Educación Inicial	29	22
Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas	Electricidad	10	7
	Electromecánica	26	18
	Ingeniería Industrial	24	17
	Sistemas de Información	23	21
Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales	Agroindustrias	28	19
	Agronomía	6	0
	Turismo	22	0
	Ambiente	18	12
	Medicina Veterinaria	31	15

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL EJERCITO SEDE LATACUNGA

Ciencias de la Energía y Mecánica	Ingeniería Automotriz	31	24
Ciencias Administrativas, Económicas y de Comercio	Turismo	20	11
	Finanzas y Auditoria.	30	23
Ciencias de la Computación	Ingeniería en Software	29	24
Eléctrica y Electrónica	Ingeniería en Electrónica e Instrumentación	25	6

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL CHIMBORAZO

Administración de Empresas	Administración de Empresas	48	0
	Marketing	16	4
	Contabilidad y Auditoria	19	0
Ciencias	Gestión de Transporte	20	15
	Bioquímica y Farmacia	35	26
	Física y Matemáticas	13	12
	Biofísica	0	12
Ciencias Pecuarias	Ingeniería Ambiental	0	20
	Ingeniería Zootecnia	32	15
	Agroindustrias	28	22
Informática y Electricidad	Diseño Grafico	26	15
	Ingeniería Electrónica en Control y Redes Industriales	25	33
	Ingeniería Electrónica en Telecomunicaciones y Redes	8	0
	Ingeniería en Sistemas	22	15

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

Ciencias Administrativas	Mercadotecnia	16	7
Ciencias Humanas y de la Educación	Turismo y Hotelería	24	20
	Psicología Industrial	35	22
	Psicología Educativa	33	12

	Contabilidad y Auditoria	24	19
Contabilidad y Auditoria	Ingeniería Financiera	16	7
	Economía	19	9
Tecnologías de la Información, Telecomunicaciones e Industrial	Ingeniería Electrónica y Comunicaciones	21	9
	Ingeniería Industrial en Procesos de Automatización	31	26
Ciencia e Ingeniería en Alimentos	Ingeniería en Alimentos	29	0
Jurisprudencia y Ciencias Sociales	Comunicación Social	19	12
TOTAL POBLACIÓN ESTUDIO		1.106	657

Nota: Elaboración propia

En el caso de la Universidad Técnica de Cotopaxi, del total de estudiantes matriculados de catorce carreras se aplicó a un 3,57% que corresponde a los estudiantes que recibieron la cátedra de Emprendimiento Social en el período analizado.

En la Escuela Superior Politécnica de Ejercito sede Latacunga se aplicó a un 5,82% del total de estudiantes matriculados de cinco carreras. Estos estudiantes recibieron la cátedra de Desarrollo de Emprendedores en el periodo académico estudiado.

En el caso de la Escuela Superior Politécnica del Chimborazo, se aplicó a un 8,29% del total de matriculados correspondiente a once carreras, los que recibieron la cátedra de Emprendimiento en el periodo analizado.

Por otro lado, en la Universidad Técnica de Ambato, se estudió a un 4,33% del total de estudiantes de diez carreras profesionales, a los cuales se les impartió en el periodo analizado la cátedra de Emprendimiento y Creatividad.

Características generales de los estudiantes evaluados

Para la totalidad de los estudiantes

Para una mejor comprensión y caracterización de los estudiantes objeto del estudio, se presenta en primer lugar un análisis global del comportamiento

de las distintas variables que comprende la totalidad de la muestra de las cuatro universidades de estudio y posteriormente se refiere a un análisis individual de cada universidad.

El análisis empieza haciendo referencia a las características socio culturales de los estudiantes que reciben la Cátedra de Emprendimiento durante el primer periodo académico en las distintas carreras de las cuatro universidades, que permitan identificar el perfil del emprendedor conforme a las variables utilizadas para el efecto.

En tal sentido, la edad promedio de la muestra fue de 24,08 años; la proporción de hombres y mujeres es similar, siendo la primera de 48,14% y la segunda de 51,85%. Adicionalmente se sabe que el estado civil fue mayoritariamente soltero con el 93,05%. Las dos terceras partes de la población estudiantil de las cuatro universidades de estudio residen en la zona urbana (70%), mientras una tercera parte lo hacen en la zona rural (30%).

La mayoría de la muestra estudiantil reside en las provincias de la Región Centro del Ecuador: Cotopaxi (36,03%), Chimborazo (25,85%) y Tungurahua (23,10%), lugares donde están localizadas las instituciones de educación superior de estudio. Algo que llama la atención es que un gran porcentaje de esta población (42,49%) ha tenido que cambiar de residencia para poder estudiar en estos centros de estudios.

Del total de la muestra de 657 estudiantes universitarios distribuidos en las 40 carreras de las universidades de estudio el 38,29% pertenece a la Universidad Técnica de Cotopaxi, seguido de la Escuela Superior Politécnica del Chimborazo con 30,21%, constituyéndose los porcentajes más representativos, completándose con la Universidad Técnica de Ambato (17,45%) y la Escuela Superior Politécnica del Ejército Sede Latacunga (14,05%).

Las áreas de conocimiento cubiertas en el estudio y que reciben la asignatura de emprendimiento están constituidas por las ingenierías (43,30%), ciencias humanas y de la educación (24,56%), ciencias administrativas (16,96%), ciencias agropecuarias (13,25%) y ciencias sociales (1,94%).

Con respecto a la ubicación del estudiante que recibe la cátedra, la mayor parte pertenecen a los niveles cuarto (22,94%) y octavo (18,90%), siendo los porcentajes más representativos. En menores porcentajes se distribuyen en el resto de niveles académicos desde primero a décimo ciclo.

El nivel de estudios del padre y la madre de los encuestados se concentra en su mayoría entre los niveles básico (38,57% en el caso del padre y 43,55% en el caso de la madre) y el nivel bachillerato (37,33% en el caso del padre y 36,24% en el caso de la madre). Menores porcentajes se distribuyen entre el nivel universitario y el resto de niveles de estudio.

En su gran mayoría los estudiantes encuestados (58,65%) expresan que no ha existido en sus familias negocios cerrados dentro de sus experiencias emprendedoras; sin embargo, el 41,35% manifiestan que si lo han experimentado.

Según los resultados en las familias de los estudiantes universitarios hay un alto porcentaje (52,29%) que en los momentos actuales disponen de algún emprendimiento, siendo en mayor medida sus propietarios ambos padres (27,75%), seguido de solo la madre (21,39%) y solo el padre (13,29%). Se complementa con porcentajes menores la participación de tíos/tías, hermanos y varios familiares.

La mayor parte de los emprendimientos de los familiares de la muestra investigada (51,30%) tiene un tiempo de existencia superior a los 3,5 años y la diferencia se reparte en tiempos inferiores a los 3,5 años. Un poco más de las tres cuartas partes de estos negocios (77,19%) están legalmente constituidos y la mayor proporción de ellos están concentrados en los sectores comercio (43,73%) y servicios (29,15%). El resto de negocios están en menores proporciones en sectores como agropecuario (12,54%), manufacturero (9,91%), y una mínima diferencia (4,66%) en construcción, industria y transporte.

El 76,15% de los estudiantes universitarios en la actualidad no trabajan; sin embargo, es considerable que el 23,85% del total si lo hagan compartiendo su tiempo entre sus estudios y el trabajo. Este comportamiento es concomitante con el 87,31% de universitarios investigados que tienen intención de tener un emprendimiento en el futuro.

El 88,84% de los estudiantes investigados en el momento no se encuentran involucrados en la generación de algún emprendimiento. Apenas el 11,16% se encuentran generando producción a través de un negocio propio.

Del 11,16% de universitarios que disponen de un emprendimiento en los actuales momentos, el 68% no cuentan con legalización de su negocio. Por otro lado, gran parte de estos negocios pertenecen a los sectores servicios (37, 50%) y comercio (37,50%), sucediéndole en importancia el sector agropecuario (18,06%) y en pequeños porcentajes se encuentran los sectores manufactura, construcción y transporte.

El 48,61% de estos emprendimientos tienen una duración de menos de 1 año, evidenciándose que son negocios nacientes, siendo el de menor porcentaje quienes tienen una duración de entre 2 a 3,5 años. Por otro lado, estos emprendimientos en promedio disponen de 2 trabajadores, lo que muestra que se trata de negocios pequeños. Además, el 69,44% de los estudiantes mencionan no haber tenido algún emprendimiento anterior.

Con respecto a la capacitación en emprendimiento y la asesoría, el 52,9 % de la muestra de los estudiantes si han recibido alguna capacitación en emprendimiento o innovación, de estos el 69,83% lo han hecho en la Universidad donde estudian. La mayoría de los estudiantes (82,42%) expresan no haber sido asesorados por ninguna incubadora de empresas o algún centro de emprendimiento, evidenciándose que las universidades deberían fomentar el desarrollo de emprendedores no solo a través de la cátedra que reciben en el aula de clases sino quizá por intermedio de algún centro de generación de ideas de negocio.

Por cada una de las universidades

En esta sección, se presentan los resultados por universidad para el área de estudios y el semestre actual en el que están matriculados, las características demográficas de los estudiantes, la formación de los padres, la caracterización de los emprendimientos familiares y las condiciones laborales y emprendedoras de los estudiantes.

Se comenzará por analizar las áreas de estudio cubiertas en la investigación para cada universidad, así como los cursos (semestres) en los cuales están

inscritos los estudiantes que cursan la cátedra de emprendimiento, que se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Áreas de estudio y semestre en los que están inscritos los estudiantes por universidad

Variable	ESPE - L	UTC	UTA	ESPOCH
Áreas de estudio				
Ingenierías	43,68%	26,58%	32,41%	70,34%
Ciencias Administrativas	56,32%	12,66%	6,48%	10,05%
Ciencias Humanas y Educación	0%	41,35%	50%	0%
Ciencias Agropecuarias	0%	19,41%	0%	19,58%
Ciencias Sociales	0%	0%	11,11%	0%
Cursos en los que están matriculados				
Primero	0%	10,97%	0%	0%
Tercero	0%	16,33%	0,70%	0%
Cuarto	1,14%	59,49%	0%	0%
Quinto	19,32%	17,72%	0%	0%
Sexto	73,86%	5,49%	12,59%	0%
Séptimo	4,55%	0%	33,57%	14,29%
Octavo	1,14%	0%	40,56%	41,27%
Noveno	0%	0%	8,38%	26,46%
Décimo	0%	0%	0%	17,99%

Nota: Elaboración propia

Tal como se aprecia en la tabla anterior, las áreas del conocimiento a las cuales pertenecen mayormente la muestra estudiantil investigada difieren en las cuatro universidades, observándose que el área de mayor presencia en la ESPE-L es la de Ciencias Administrativas (56,32%), en la UTC y la UTA es la de Ciencias Humanas y de Educación (41,35% y 50% respectivamente), y en la ESPOCH es la de Ingenierías.

Los niveles de formación en los cuales los estudiantes universitarios investigados toman la cátedra de Emprendimiento e Innovación se

encuentran a lo largo de la carrera, sin embargo, cada universidad estudiada lo concentra en un ciclo específico; así la ESPE-L lo hace en el sexto nivel (73,86%), la UTC en el cuarto nivel (59,49%), la UTA entre el séptimo y octavo nivel (33,57% y 40,56% respectivamente) y la ESPOCH en octavo y noveno nivel (41,27% y 26,46% respectivamente).

En este análisis por universidades, las características demográficas de los estudiantes muestran que la ESPOCH reporta la edad promedio más alta (25,32 años) en virtud que la muestra investigada recibe la cátedra de emprendimiento en los últimos niveles, mientras la UTC, ESPE-L y UTA lo hacen en los niveles inferiores; la proporción de hombres y mujeres es similar en la ESPE-L, UTC y ESPOCH cuyas proporciones casi están a la par, sin embargo, en la UTA esta proporción varía considerablemente, pues la proporción de las mujeres son casi de dos a uno en relación a la proporción de los hombres; y con respecto al estado civil, en las cuatro universidades es mayoritariamente soltero, tal como se observa en la tabla 3.

Tabla 3. Características demográficas y familiares de estudiantes por universidad

Variable	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Edad promedio estudiantes	23,15	23,12	24,63	25,32
Sexo masculino (%)	48,86%	48,10%	39,68%	49,74%
Solteros /as (%)	96,59%	93,25%	88,11%	94,18%
Residencia zona urbana (%)	64,77%	65,40%	72,03%	77,25%
Cambio Provincia para estudio (%)	48,86%	39,66%	30,77%	47,62%

Nota: Elaboración propia

Adicionalmente, se observa que la zona de residencia urbana es la que toma preponderancia en las cuatro universidades, con un ligero incremento proporcional en la ESPOCH y UTA (77,25% y 72,03%) en relación a las otras universidades de estudio que presentan una proporción similar (65%).

La mayoría de la muestra estudiantil por universidad reside en las provincias de donde son nativos: La UTC y ESPE-L al encontrarse ubicados en Cotopaxi concentran en su mayoría a estudiantes de la propia provincia (68,18% y

61,18% respectivamente), la UTA concentra mayor cantidad de estudiantes de la provincia Tungurahua (88,11%) y la ESPOCH con estudiantes de la provincia de Chimborazo (85,03%). En cuanto se refiere al cambio de provincia para estudiar, se observa que en la ESPE-L y ESPOCH cerca de la mitad de los estudiantes son de otras provincias distintas a donde están localizadas estas universidades. Mientras tanto, en la UTC y UTA la tercera parte de los estudiantes son de otras provincias.

Además de las características generales de los estudiantes, se consultó sobre la formación de los padres, que tal como se observa en la siguiente tabla, presenta un comportamiento casi similar en las cuatro universidades, concentrándose en su mayoría en los niveles básico y bachillerato (un poco más del 75%) tanto en el nivel de estudios del padre como de la madre (Tabla 4).

Tabla 4. Formación de los padres por universidad

Variable	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Nivel de Estudio de la madre				
Analfabeta	0%	0%	0%	0%
Básico	40,23%	54,78%	35,92%	37,30%
Bachillerato	41,38%	31,74%	42,25%	34,59%
Universitario	18,39%	11,74%	17,61%	22,70%
Posgrado	0%	1,30%	3,52%	4,32%
No sabe	0%	0,43%	0,70%	1,08%
Nivel de Estudio del padre				
Analfabeta	0%	0,85%	0,70%	1,06%
Básico	30,68%	46,61%	37,06%	34,92%
Bachillerato	48,86%	35,59%	35,66%	33,33%
Universitario	13,64%	11,44%	23,78%	23,81%
Posgrado	3,41%	2,12%	1,40%	6,35%
No sabe	3,41%	3,39%	1,40%	0,53%

Nota: Elaboración propia

Algo importante de destacar es que el nivel de estudios universitarios del padre de los estudiantes de la UTA y la ESPOCH llega a representar un 23%, mientras el nivel de estudios en el rango de educación superior de la madre de los estudiantes de la ESPE-L, UTA y la ESPOCH llega hasta el 22%.

Con respecto a la experiencia emprendedora familiar, alrededor del 40% de los estudiantes indican que en sus hogares han existido emprendimientos. Este porcentaje se eleva al 50% en promedio cuando se consideran los emprendimientos actuales, siendo la universidad que tiene la mayor tasa la ESPE-L (57,47%) y la menor la ESPOCH (49,74%), tal como se muestra en la tabla 5.

Tabla 5. Experiencia familiar en emprendimiento por universidades

Variable	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Experiencia familiar en emprendimientos (%)	44,19%	41,53%	39,44%	41,27%
Emprendimientos familiares actuales (%)	57,47%	51,05%	54,55%	49,74%
Propiedad de emprendimientos familiares (%)				
Padre	17,31%	14,88%	17,95%	5,26%
Madre	30,77%	19,01%	19,23%	21,05%
Ambos	25,00%	25,62%	24,36%	34,74%
Tíos / Tías	11,54%	17,36%	12,82%	10,53%
Hermanos	3,85%	11,57%	10,263%	15,79%
Pareja	0%	0%	1,28%	1,05%
Otros familiares	11,54%	11,57%	14,10%	11,58%
Tiempo de permanencia del negocio				
Menos de 1 año (%)	18,8%	17,36%	6,41%	17,89%
Entre 1 y 2 años (%)	15,09%	15,70%	15,38%	13,68%
Entre 2 y 3,5 años (%)	11,32%	17,36%	20,51%	22,11%
Más de 3,5 años (%)	54,77%	49,59%	57,69%	46,32%
Emprendimiento constituido legalmente (%)	79,25%	79,66%	80,52%	70,21%

Sector al que pertenece el emprendimiento (%)				
Agropecuario	9,09%	9,92%	14,29%	15,96%
Servicios	31,37%	32,23%	25,9%	26,60%
Comercio	35,29%	48,76%	37,66%	46,81%
Manufactura	17,65%	4,96%	15,58%	7,45%
Industria	0%	0,83%	1,30%	1,06%
Construcción	0%	2,48%	3,90%	0%
Transporte	5,88%	0,83%	1,30%	2,13%

Nota: Elaboración propia

Los propietarios de estos emprendimientos familiares son en mayor proporción el padre, la madre o ambos y en promedio más de la mitad tiene una antigüedad de más de 3,5 años, sucediéndole en importancia los negocios con una duración de 2 a 3,5 años que superan un poco más de 17% en el caso de la UTC, UTA y ESPOCH. Este comportamiento indica que la gran mayoría de los estudiantes universitarios provienen de familias emprendedoras con negocios ya establecidos. Por otro lado, se evidencia que de estos negocios más del 70% están legalmente constituidos. Los negocios de los familiares de los estudiantes pertenecen en su mayoría al sector comercio (con una participación superior al 35%), seguido en importancia por el sector servicios (con una participación superior 25%).

Con respecto a las condiciones laborales y de emprendimientos de los estudiantes universitarios, se observa en la tabla 6, que los estudiantes de la UTA y ESPOCH en relación a los estudiantes de la UTC y ESPE-L muestran ligeramente un incremento del tiempo compartido entre estudio y trabajo (porcentaje superior al 25% de las primeras en relación al 20% de las últimas).

Tabla 6. Condiciones laborales y emprendimientos de estudiantes

Variable	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Estudiantes que trabajan (%)	20,45%	20,00%	25,17%	29,26%
Estudiantes con intención de emprender (%)	88,64%	87,18%	87,41%	86,77%

Estudiantes con experiencia emprendedora anterior (%)	30,00%	23,81%	16,67%	41,38%
Estudiantes con emprendimientos propios actuales (%)	11,36%	8,86%	9,29%	15,34%
Emprendimiento constituido legalmente (%)	30,00%	28,57%	57,14%	23,33%
Sector al que pertenece el emprendimiento (%)				
Agropecuario	0%	14,29%	16,67%	27,59%
Servicios	20,00%	42,86%	50,00%	34,48%
Comercio	80,00%	38,10%	16,67%	31,03%
Manufactura	0%	0%	16,67%	3,45%
Industria	0%	4,76%	0%	0%
Construcción	0%	0%	0%	3,45%
Transporte	0%	0%	0%	0%
Tiempo de permanencia del negocio				
Menos de 1 año (%)	60,00%	42,86%	25,00%	58,62%
Entre 1 y 2 años (%)	20,00%	14,29%	25,00%	20,69%
Entre 2 y 3,5 años (%)	10,00%	9,52%	25,00%	13,79%
Más de 3,5 años (%)	10,00%	33,33%	25,00%	6,90%
Número promedio de trabajadores	1,89	3,00	3,17	1,62
Capacitación en emprendimiento (%)	70,45%	42,62%	54,55%	56,38%
Capacitación en universidad (%)	84,38%	50,50%	61,45%	85,71%
Asesoría - Incubación (%)	28,41%	18,99%	17,48%	10,75%

Nota: Elaboración propia

Si bien alrededor del 20% indican que trabajan, ese porcentaje se incrementa considerablemente cuando se analizan los estudiantes que tienen intención de emprender, superando en todos los casos el 85%. Además, reportan haber tenido experiencia en emprendimientos, en un 41,38% en la ESPOCH, 30% en la ESPE-L, 23,81% en la UTC y 16,67% en la UTA.

En la actualidad, también se reportan estudiantes con emprendimientos, aunque el porcentaje no supera el 20%. Al analizar el sector productivo al cual pertenecen la mayor parte de estos emprendimientos que son propiedad de los estudiantes, se observa que en tres de las cuatro universidades

pertenecen al sector servicios (UTC, UTA y ESPOCH) con porcentajes que superan el 34%. Mientras tanto, en la ESPE-L la actividad productiva más representativa a la cual pertenecen estos negocios es el sector comercio (80%).

La antigüedad de los negocios propiedad de los estudiantes investigados en tres de las cuatro universidades (ESPE-L, UTC y ESPOCH) se concentra en su mayoría en menos de un año, cuyos porcentajes oscilan entre el 42% y 60%. En el caso de la UTA existe un comportamiento diferente, pues este porcentaje baja al 25% en negocios de duración menor a 1 año. Algo que merece ser destacado es que los estudiantes de la UTC mantienen un porcentaje aceptable (33,33%) de negocios con una duración mayor a 3,5 años. Adicionalmente, los emprendimientos de los estudiantes de la UTC y UTA cuentan con un promedio de 3 trabajadores, mientras en la ESPE-L y la ESPOCH esta cantidad es de 2 trabajadores.

En tres de las cuatro universidades investigadas (ESPE-L, UTA y ESPOCH) se observa que más del 50% de sus estudiantes han recibido algún tipo de capacitación en emprendimiento e innovación, lo cual evidencia que en estas instituciones se están generando condiciones propicias para fomentar un ecosistema emprendedor. La mayoría del estudiantado de estas tres universidades han recibido este tipo de capacitaciones en las propias universidades (porcentajes entre el 60% y 85%). Mientras tanto, en la UTC se observa que un 42 % de los estudiantes han recibido capacitación en esta área y cerca del 50% de estos lo han hecho en la Universidad.

Un comportamiento similar se observa en la asesoría recibida por los estudiantes en las cuatro universidades, donde la mayoría (porcentajes superiores al 70%) no han recibido ningún asesoramiento por algún centro de emprendimiento o incubadora de empresas, evidenciándose un trabajo limitado de estos centros, toda vez que las cuatro universidades cuentan con este tipo de establecimientos.

¿Quiénes y cómo son los estudiantes con emprendimientos?

Características generales

A continuación, se propone analizar el comportamiento de los estudiantes que tienen emprendimientos propios, así como compararlo con aquellos que no lo tienen, pero que si tienen la intención de emprender en el futuro.

Del análisis descriptivo se observa, que los hombres son más emprendedores (53,42%) que las mujeres (46,58%), cuya edad promedio es 25 años; en tanto que son las mujeres quienes tienen mayor intención de emprender en el futuro (52,71%) en relación a los hombres, cuya edad promedio es de 24 años. El estado civil de la mayoría de los estudiantes en ambos casos, es soltero.

Al analizar las zonas de residencia se puede determinar que en su mayoría los estudiantes emprendedores y quienes tienen intención de emprender residen en el sector urbano (70%). Las provincias donde están ubicadas las universidades son los lugares en donde mayoritariamente residen estos estudiantes, resaltando que es la provincia de Chimborazo en donde en mayor porcentaje residen los emprendedores (38,36%) y es en la provincia de Cotopaxi donde residen el mayor porcentaje de los que tienen intención de emprender (35,68%).

Si bien la mayoría de estudiantes emprendedores como quienes tienen la intención de emprender no tuvieron la necesidad de cambiar de provincia para estudiar (un poco más del 50%), sin embargo, un considerable porcentaje que supera el 40% en los dos casos si lo hicieron.

Por otro lado, se precisa que tanto emprendedores como quienes tienen intención emprendedora están concentrados en mayor proporción en las Universidades ESPOCH (39,73% y 28,72% respectivamente) y en la UTC (28,77% y 35,73% respectivamente). Le suceden la UTA y la ESPE-L en menores proporciones.

Al analizar las áreas del conocimiento a la que pertenecen ambos grupos se determina que la mayoría pertenecen a las Ingenierías (51,39% en emprendedores y 44,63% en los que tienen intención de emprender). Le siguen en importancia las Ciencias Administrativas (19,44%) en el caso de

los emprendedores y las Ciencias Humanas y de la Educación en el caso de quienes tienen intención de emprender (23,89%). En menores proporciones están las Ciencias Agropecuarias y las Ciencias Sociales.

Los cursos de mayor concentración en los cuales están matriculados tanto los emprendedores como los que tienen intención de emprender son: octavo (26,03% y 19,79% respectivamente), y cuarto (19,18% y 22,24% respectivamente).

En cuanto se refiere a las condiciones familiares, se puede observar que el nivel de estudios tanto del padre como de la madre de los estudiantes emprendedores y de quienes tienen la intención de emprender en su mayoría corresponden en su orden al nivel básico (porcentajes entre el 40% y 45%), bachillerato (porcentajes entre el 30% y 36%) y universitario (porcentajes entre el 17% y 25%).

Respecto de la experiencia familiar en negocios cerrados se determina que el 50% de las familias de los estudiantes emprendedores si han experimentado esta realidad y un poco menos de este porcentaje (43,41%) de las familias de aquellos estudiantes que tienen la intención de emprender también lo han experimentado.

Siendo la capacitación en cursos de emprendimiento e innovación una necesidad para el fortalecimiento en la formación de los estudiantes en esta área del conocimiento, se establece que el 52% los estudiantes que actualmente desarrollan emprendimientos han recibido este tipo de capacitaciones y lo han hecho en el mismo porcentaje en la Universidad donde estudian; mientras que el 55% de los estudiantes que tienen intención de emprender han recibido estas capacitaciones, siendo el 69% de ellos los que lo han recibido en la Universidad donde estudian.

Por último, al analizar si los estudiantes de la muestra fueron asesorados por alguna incubadora de empresas o centro de emprendimiento se puede observar que la mayoría de los estudiantes que actualmente tienen algún emprendimiento (79,17%) como aquellos que tienen intención de emprender (81,69%) no han sido asesorados por alguna incubadora de empresas o centro de emprendimiento.

Diferencias de las características por emprendimiento e intención de emprender

En este análisis general también se presenta una comparación entre universidades, mediante el contraste de hipótesis de diferencias de medias o proporciones, según el caso, considerando para ello, el promedio general como referencia. Estos contrastes de hipótesis se realizarán considerando el contrataste para diferencia de medias que se propone a continuación:

$$H_0: \mu_x = \mu_y$$

Donde:

H_0 : Hipótesis nula

μ_x : Media de una muestra

μ_y : Media de otra muestra

Los valores críticos fueron calculados en cada caso de acuerdo a lo planteado en la siguiente expresión:

$$h_1 = -k_{\alpha} \sqrt{\frac{\sigma_x^2}{n_x} + \frac{\sigma_y^2}{n_y}} \quad y \quad h_2 = k_{\alpha} \sqrt{\frac{\sigma_x^2}{n_x} + \frac{\sigma_y^2}{n_y}} (2)$$

Donde:

h_1 y h_2 : son los valores críticos para aceptar o rechazar la hipótesis nula

k_{α} : Los valores en la tabla de la distribución normal con los grados de libertad respectivos y el nivel de significancia determinado

σ_x^2 y σ_y^2 : La varianza de ambas muestras

n_x y n_y : Los tamaños de cada muestra

Al comparar los resultados de las distintas variables analizadas entre los estudiantes de las 4 universidades que actualmente cuentan con

un emprendimiento (73 estudiantes) y los que no cuentan con un emprendimiento (581) se evidenciaron diferencias significativas al 1% en la edad, y capacitación en la Universidad donde estudian; así como también se hallaron diferencias significativas al 5% en el área del conocimiento y curso en el que está matriculado el estudiante; mientras tanto, con un nivel de significación del 10% están la universidad en la que estudia, la provincia de residencia y experiencia familiar en negocios cerrados, tal como se observa en la Tabla 7.

Tabla 7. Diferencias entre los estudiantes que actualmente cuentan con un emprendimiento y los que no cuentan con emprendimiento

	Media Con emprendimientos	Media sin emprendimientos	Diferencia	
Edad	25,3561 (0,3635)	23,9087 (0,0851)	-1,4473 (0,2723)	***
Género	1,5342 (0,0587)	1,4612 (0,0206)	-0,0729 (0,0620)	
Estado civil	1,1506 (0,0637)	1,1445 (0,0270)	-0,0061 (0,0794)	
Zona de residencia	1,7123 (0,0533)	1,7022 (0,0189)	-0,0100 (0,0568)	
Universidad que estudia	2,8356 (0,1294)	2,6351 (0,0425)	-0,2005 (0,1285)	*
Área de conocimiento	2,4166 (0,2226)	2,9230 (0,0868)	0,5064 (0,2523)	**
Curso en que está matriculado	6,6712 (0,2689)	6,1462 (0,0906)	-0,5249 (0,2729)	**
Provincia de residencia	3,0410 (0,1954)	2,7322 (0,0700)	-0,3087 (0,2092)	*
Cambio de provincia	1,5890 (0,0579)	1,5851 (0,0204)	-0,0038 (0,0612)	
Nivel de estudios del padre	2,8904 (0,1195)	2,9086 (0,0350)	0,0182 (0,1191)	

Nivel de estudios de la madre	2,8428 (0,0968)	2,7985 (0,0358)	-0,0442 (0,1078)	
Experiencia familiar en negocios cerrados	1,5 (0,0593)	1,5986 (0,0204)	0,0986 (0,0614)	*
Capacitación en emprendimiento	1,4794 (0,0588)	1,4706 (0,0207)	-0,0087 (0,0620)	
Capacitación en la universidad	1,4736 (0,0820)	1,2824 (0,0256)	-0,1912 (0,0786)	***
Asesoramiento de una incubadora	1,7916 (0,0481)	1,8233 (0,0157)	0,0356 (0,0477)	

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Los estudiantes universitarios que actualmente tienen un emprendimiento son mayores en edad promedio que los que no tienen un emprendimiento con una diferencia de 1,44 años; del mismo modo, las diferencias en capacitación recibida en la universidad en la que estudian están a favor de los estudiantes que tienen emprendimiento. En el mismo sentido, se observa que el curso donde están matriculados es más alto en los emprendedores.

Al comparar los resultados de las distintas variables analizadas se evidenciaron diferencias muy significativas al 1% en el área de conocimiento, experiencia familiar en negocios cerrados y capacitación en emprendimiento, así también se hallaron diferencias poco significativas al 10% en la provincia donde reside el estudiante. Por otro lado, el resto de variables que se observan en la tabla 8, si bien muestran diferencias, estas no son significativas.

Tabla 8. Diferencias entre los estudiantes que actualmente cuentan con intención emprendedora y los que no cuentan con intención emprendedora

	Media Con intención emprendedora	Media sin intención emprendedora	Diferencia	
Edad	24,1103	23,9036	-0,2067	
	(0,0965)	(0,2032)	(0,2649)	
Género	1,4728	1,4337	-0,0391	
	(0,0209)	(0,0547)	(0,0586)	
Estado civil	1,1523	1,1084	-0,0439	
	(0,0269)	(0,0685)	(0,0752)	
Zona de residencia	1,6987	1,7228	0,0241	
	(0,0192)	(0,0494)	(0,0538)	
Universidad que estudia	2,6567	2,6987	0,0420	
	(0,0433)	(0,1133)	(0,1217)	
Área de conocimiento	2,75	3,4615	0,7115	***
	(0,0849)	(0,2439)	(0,2419)	
Curso en que está matriculado	6,2486	6,0481	-0,2004	
	(0,0925)	(0,2267)	(0,2576)	
Provincia de residencia	2,7451	3	0,2548	*
	(0,0707)	(0,1862)	(0,1983)	
Cambio de provincia	1,5901	1,5783	-0,0118	
	(0,0205)	(0,0545)	(0,0578)	
Nivel de estudios del padre	2,8929	2,9277	0,0347	
	(0,0400)	(0,1011)	(0,1118)	
Nivel de estudios de la madre	2,7906	2,8536	0,0629	
	(0,0358)	(0,0968)	(0,1006)	
Experiencia familiar en negocios cerrados	1,5659	1,7283	0,1624	***
	(0,0207)	(0,0497)	(0,0582)	

Capacitación en emprendimiento	1,4508 (0,0208)	1,6265 (0,0534)	0,1756 (0,0583)	***
Capacitación en la universidad	1,3099 (0,0261)	1,2187 (0,0742)	-0,0911 (0,0852)	
Asesoramiento de una incubadora	1,8169 (0,0162)	1,8795 (0,0359)	0,0626 (0,0446)	*

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

La variable área del conocimiento a la que pertenece, evidencia una diferencia de 0,71 en favor de los estudiantes que no tienen intención de emprender. En el mismo sentido se observa que las variables experiencia familiar en negocios cerrados y capacitación en emprendimiento e innovación mantienen diferencias a favor de los que no tienen intención de emprender en 0,16 y 0,17 respectivamente.

Como complemento al análisis se observa, además, que las variables provincia de residencia y asesoramiento de una incubadora mantienen diferencias significativas de 0,25 y 0,06 respectivamente a favor de los que no tienen intención de emprender.

Estimación de un modelo para la probabilidad de emprender

Una vez analizadas las características generales e identificadas las posibles diferencias por universidad, es necesario profundizar en las características particulares de los estudiantes que efectivamente reportan emprendimientos en la actualidad, en el sentido, de determinar si estos estudiantes difieren en las características familiares y personales con respecto a los que no han emprendido.

Para ello se analizan estas características y con la metodología de contraste de hipótesis se determinan las posibles diferencias por universidades entre los emprendedores. Adicionalmente, se estimó un modelo probit para

identificar las variables que inciden en la probabilidad de emprender; este modelo en términos generales se define como:

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_n X_{ni} + u_i$$

Donde, toma un valor 1 si es emprendedor, y el valor 0 si no lo es, mientras que las variables $X_{1i}, X_{2i}, \dots, X_{ni}$ son las variables independientes que afectan la probabilidad de ser emprendedor, como podrían ser la edad, el género, el estado civil, la zona de residencia, el área de estudios y la universidad, la formación de los padres, experiencia familiar emprendedora, si ha recibido capacitación y si ha participado de asesoría en incubación, tal como plantea la literatura.

A través de los efectos marginal estimados a partir de la ecuación anterior, se identifican cuáles de estas variables determinan la probabilidad de emprender, y si la universidad, por ejemplo, impacta en esa probabilidad

Las diferencias estadísticas determinadas podrían indicar que existe una relación de estas variables con el comportamiento tanto de los estudiantes que actualmente tienen un emprendimiento y aquellos que tienen la intención de emprender; para corroborar la influencia de estas variables en la probabilidad de emprender y en la probabilidad de tener intención de emprender, se estimó un modelo *probit* para ambos tipos de estudiantes, considerando las mismas variables explicativas, tal como muestra la Tabla 9.

Tabla 9. Estimación del modelo probit para la probabilidad de emprender y la de poseer intención de emprender

	Emprendimiento		Intención de emprender	
	Coefficientes	Efectos marginales (dy/dx)	Coefficientes	Efectos Marginales (dy/dx)
N	315	315	315	315
Edad	0,2281 ***	0,0336 ***	0,0081	-0,0073
	(0,0616)	(0,0093)	(0,0633)	(0,0128)

Género	0,0347	0,0051	***	-0,1127	-0,0185	
	(0,2293)	(0,0338)		(0,2181)	(0,0377)	
Estado civil	-0,2902	-0,0428	***	-0,0523	-0,0018	
	(0,1956)	(0,0285)		(0,1702)	(0,0295)	
Zona de residencia	0,3137	0,0462	***	0,0151	-0,0000	
	(0,2665)	(0,0388)		(0,2572)	(0,0445)	
Universidad donde estudia	-0,2601	*** *	-0,0383	** *	-0,0262	0,0023
	(0,1373)		(0,0199)		(0,1376)	(0,0242)
Área del conocimiento	-0,4898		-0,0072		-0,0800	-0,0124
	(0,0679)		(0,0099)		(0,0579)	(0,0099)
Curso	0,0359		0,0053		0,0674	0,1459
	(0,0797)		(0,0116)		(0,0764)	(0,0138)
Provincia donde reside	0,0462		0,0068	***	-0,0943	-0,0174
	(0,0750)		(0,0110)		(0,0694)	(0,0118)
Cambio de provincia	0,0235		0,0034	***	0,1407	0,0232
	(0,2195)		(0,0323)		(0,2157)	(0,0374)
Nivel de estudios del padre	-0,1311		-0,0193	***	0,0683	0,0111
	(0,1484)		(0,0219)		(0,1596)	(0,0281)
Nivel de estudios de la madre	0,1459		0,0215	***	-0,1526	-0,0256
	(0,1753)		(0,0258)		(0,1777)	(0,0305)
Experiencia familiar negocios cerrados	-0,0915		-0,0135	***	-0,1492	-0,0227
	(0,2205)		(0,0325)		(0,2247)	(0,0386)
Capacitación en emprendimiento	0,8517		0,1256	***	-1,2624	-0,2822
	(0,8341)		(0,1236)		(0,8611)	(0,1699)
Capacitación en la Universidad	0,4691	** *	0,0692	****	0,4446	0,0717
	(0,2418)		(0,0353)		(0,2826)	(0,0491)
Asesoramiento de una incubadora	-0,4890	** **	-0,0721	**	-0,2798	-0,0381
	(0,2287)		(0,0334)	**	(0,2514)	(0,0434)

Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

En el caso de los estudiantes que actualmente tienen un emprendimiento, las variables que resultaron ser significativas y con los signos esperados son: la edad, asesoramiento de una incubadora, capacitación en la universidad y la universidad donde estudia. Mientras mayor sea la edad mayor sería la probabilidad de tener un emprendimiento; en cambio el aumento del asesoramiento de una incubadora o centro de emprendimiento reduciría la probabilidad de tener un emprendimiento; sin embargo, esta probabilidad aumentaría si aumenta la capacitación que los emprendedores recibirían en la propia universidad.

Al analizar el comportamiento de los estudiantes que tienen la intención de emprender en el futuro, se observa que la única variable que resultó ser significativa es la capacitación que reciben los estudiantes en emprendimiento e innovación, pero con el signo opuesto al esperado, pues mientras más capacitaciones reciban los estudiantes en estas áreas del conocimiento menor será la probabilidad de tener la intención de emprender en el futuro, lo cual podría explicarse por la diferencia que existe entre las creencias de lo que es ser emprendedor y la realidad que implica la creación de un negocio que es explicada y abordada en estos cursos.

CAPÍTULO IV

Una comparación antes y después de la formación en emprendimiento



Intención emprendedora y dimensiones antes de la intervención para la totalidad de los estudiantes

En este capítulo se procede a analizar el comportamiento que muestran los estudiantes de las cuatro universidades en la intención emprendedora y en el resto de las dimensión que afectan esa intención, al menos teóricamente como son: creencia de la actitud emprendedora, evaluación de la consecuencia de esa conducta, creencia de la norma subjetiva, motivación para acomodarse a otros significados de esa creencia, autoeficacia emprendedora, valores, actividad empresarial, valoración social y capacidades específicas.

Los resultados que se presentan en esta oportunidad corresponden a la primera aplicación del cuestionario realizado al inicio del primer periodo académico de 2019, es decir, antes de que los estudiantes tomen la cátedra de emprendimiento o innovación.

La tabla 1 muestra que la actitud emprendedora que tienen los estudiantes investigados de manera global es positiva obteniendo una media general de 4,99 en la escala de Likert de 0 a 6, siendo la mayor motivación el llegar a ser su propio jefe, es decir, tener independencia laboral (5,36). La condición que menos le motiva es el asumir riesgos calculados (4,65), entendiéndose que su conducta se encaminaría más por los riesgos sin límites para poder triunfar en su emprendimiento. Al comparar la actitud emprendedora entre las 4 universidades se observa que este comportamiento general no varía, es decir, les gustaría más tener sus propios negocios, cuyas medias específicas están por encima de la media general y le gustaría menos, asumir riesgos calculados, cuyas medias específicas están por debajo de la media general.

Tabla 1. Actitud Emprendedora, creencia de la conducta

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Enfrentar nuevos desafíos	4,9115	5,0229	4,8354	5,0279	4,8677
	(0,0452)	(0,1108)	(0,0782)	(0,0972)	(0,0834)
Crear empleo para otras personas	5,0091	5,2183	4,9113	5,0559	5,0000
	(0,0442)	(0,1039)	(0,0794)	(0,0924)	(0,0797)
Ser creativo e innovador	5,1097	5,2183	5,0084	5,2097	5,1111
	(0,0394)	(0,0959)	(0,0702)	(0,0811)	(0,0720)

Tener altos rendimientos financieros	4,9100 (0,0449)	5,0689 (0,1106)	4,7721 (0,0795)	4,8881 (0,0942)	5,0264 (0,0809)
Asumir riesgos calculados	4,6509 (0,0472)	4,9655 (0,1161)	4,5147 (0,0810)	4,6853 (0,1018)	4,6507 (0,0870)
Ser mi propio jefe (independencia)	5,3612 (0,0399)	5,3563 (0,1046)	5,2700 (0,0745)	5,3776 (0,0805)	5,4656 (0,0664)
MEDIA	4,9921 (0,0319)	5,1417 (0,0831)	4,8853 (0,0570)	5,0407 (0,0676)	5,0202 (0,0547)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

En la tabla 2 se evalúa hasta qué punto es deseable para la vida de los estudiantes esta actitud emprendedora, en términos de evaluar la consecuencia de cada uno de los planteamientos, observándose una media general elevada (4,96) en la escala de Likert de 0 a 6, ratificándose los resultados de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios que se analizó en el factor anterior, es decir, les interesa mayormente llegar a tener su propio negocio (5,35) y lo que menos les interesa es tener riesgos calculados (4,64).

Tabla 2. Actitud emprendedora, evaluación de la consecuencia de la conducta

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Enfrentarse a nuevos desafíos	4,8140 0,0442	5,0113 0,1159	4,7763 0,0790	4,9020 0,0838	4,7021 0,0825
La creación de empleo para otras personas	4,9405 0,0430	5,0454 0,1083	4,8691 0,0785	4,9930 0,0862	4,9414 0,0769
La creatividad y la innovación	5,0472 0,0409	5,1477 0,1041	4,9662 0,0709	5,0629 0,0932	5,0904 0,0710
Elevados rendimientos económicos	4,9878 0,0404	5,1704 0,0945	4,8523 0,0714	4,9370 0,0899	5,1117 0,0704
Asumir riesgos calculados	4,6463 0,0462	4,8409 0,1106	4,5189 0,0810	4,6993 0,0952	4,6755 0,0868

Ser independiente (tu propio jefe)	5,3521	5,5227	5,1856	5,3986	5,4468
	0,0399	0,0899	0,0761	0,0825	0,0654
MEDIA	4,9646	5,1231	4,8614	4,9988	4,9946
	0,0324	0,0823	0,0602	0,0676	0,0528

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Al comparar entre universidades, este comportamiento se mantiene, mostrando medias específicas por encima y por debajo de la media general en el primer caso y segundo caso respectivamente.

Al analizar las creencias normativas conformadas por tres planteamientos asociados con si estarían de acuerdo los familiares más cercanos a los estudiantes investigados en las decisiones de ser emprendedor y crear su propia empresa, se determina que la media general es elevada de 4,68, lo cual evidencia que son los familiares más directos de los estudiantes (padre, madre, pareja, hermanas, hermanos) los que mayormente estarían de acuerdo en sus decisiones emprendedoras (5,24) y los que menos estarían de acuerdo serían sus colegas (4,29), tal como se observa en la tabla 3.

Tabla 3. Norma subjetiva, creencias normativas

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Mi familia directa (padre, madre, pareja, hermanas y hermanos)	5,2450	5,2386	5,2658	5,3776	5,1216
	(0,0423)	(0,1107)	(0,0705)	(0,0798)	(0,0862)
Mis amigos / amigas íntimas	4,5053	4,6136	4,3500	4,7202	4,4761
	(0,0521)	(0,1277)	(0,0951)	(0,1028)	(0,0935)
Mis colegas	4,2983	4,4318	4,1800	4,4055	4,2910
	(0,0572)	(0,1531)	(0,1020)	(0,1106)	(0,1054)
MEDIA	4,6829	4,7613	4,6047	4,8344	4,6296
	(0,0400)	(0,1105)	(0,0722)	(0,0754)	(0,0722)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Los resultados entre universidades, muestran que este comportamiento se mantiene en todas ellas, es decir, los familiares más directos de los universitarios son los que mayormente estarían de acuerdo y sus colegas los que menos coincidirían con sus decisiones de emprendimiento.

La tabla 4 muestra los resultados de la norma subjetiva en términos de la motivación que reciben los estudiantes de sus familiares más directos respecto a sus decisiones de emprender y crear su propia empresa, cuya media general es alta (4,32), ratificándose que la opinión de su familia directa comprendida por padre, madre, pareja, hermanas, hermanos les motiva mayormente (5,18) y los que menos valorarían es la opinión de sus colegas (3,73).

Tabla 4. Norma subjetiva, motivación para acomodarse a otros significados

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
La de mi familia directa (padre, madre, hermanos)	5,1887 (0,0441)	5,0681 (0,1290)	5,1856 (0,0739)	5,3566 (0,0771)	5,1216 (0,0884)
La de mis amigos / amigas íntimas / íntimas.	4,0395 (0,0602)	3,9090 (0,1486)	3,9198 (0,1000)	4,3076 (0,1228)	4,0476 (0,1196)
La de mis colegas	3,7321 (0,0648)	3,7727 (0,1761)	3,6286 (0,1090)	3,8531 (0,1320)	3,7513 (0,1243)
MEDIA	4,3201 (0,0433)	4,2500 (0,1232)	4,2447 (0,0733)	4,5058 (0,0826)	4,3068 (0,0832)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

De igual modo, al comparar entre universidades se observan estas mismas conductas, los estudiantes valoran mucho la opinión de sus familiares más directos en sus decisiones emprendedoras y menos les importa la opinión de sus colegas.

Al analizar hasta qué punto serían capaces los estudiantes universitarios de realizar eficazmente varias tareas que los lleve a emprender (autoeficacia), se determina que la media general de su grado de efectividad es alta (4,72), que se sustenta con mayor énfasis en crear y poner en funcionamiento una empresa (4,88) y en menor grado, con la efectividad de negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos (4,60), a pesar

que esta media sigue siendo alta, lo que evidencia que los estudiantes tienen la percepción que estarían en toda la capacidad de concretar su actividad emprendedora con altos índices de efectividad, tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 5. Autoeficacia emprendedora

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	4,6179 (0,0428)	4,8522 (0,0963)	4,5696 (0,0739)	4,5034 (0,1035)	4,6560 (0,0732)
Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	4,6636 (0,0421)	4,8750 (0,1020)	4,5864 (0,0746)	4,5874 (0,0922)	4,7195 (0,0739)
Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos.	4,6012 (0,0452)	4,9545 (0,1106)	4,4856 (0,0794)	4,5314 (0,0986)	4,6349 (0,0790)
Reconocer oportunidades de mercado para nuevos productos y servicios	4,7808 (0,0427)	5,0681 (0,0911)	4,6708 (0,0747)	4,7482 (0,0999)	4,8095 (0,0744)
Tener relaciones con las personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa	4,8000 (0,0449)	5,1136 (0,0988)	4,7341 (0,0809)	4,7552 (0,1027)	4,7724 (0,0760)
Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa	4,8812 (0,0445)	5,1705 (0,0888)	4,8312 (0,0748)	4,7342 (0,1077)	4,9206 (0,0814)
MEDIA	4,7242 (0,0358)	5,0056 (0,0811)	4,6462 (0,0613)	4,6433 (0,0840)	4,7522 (0,0628)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

El análisis comparativo entre universidades reporta divergencia en los resultados por universidad: La mayor efectividad en emprender enfocada en la creación y puesta en marcha una nueva empresa estaría en tres de las cuatro universidades ESPE-L (5,17), UTC (4,83) y ESPOCH (4,92), mientras que en la UTA (4,75) se concentraría en tener relaciones con las personas claves para obtener capital para crear una nueva empresa. Por otro lado, se observa que las tareas de menor efectividad serían: Negociar y mantener

relaciones favorables con potenciales inversores y bancos en los casos de la UTC (4,48) y ESPOCH (4,63); definir su idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa en los casos de la ESPE-L (4,85) y UTA (4,5).

Con respecto a los valores personales la media general de este factor es moderada de 4,35; identificándose como el valor personal que mayormente se asemeja a la personalidad de los universitarios el creer en la importancia de respeto al padre, a la madre y a las personas de edad y a ser obediente (5,40); mientras el valor que menos se parece a ellos es mandar y decir a los demás lo que tienen que hacer (2,44).

Al comparar entre las cuatro universidades, los resultados son divergentes: Por un lado, los universitarios de la UTC y la ESPE-L afirman que el valor personal con el que se identifican mayormente es el respeto al padre, a la madre, a personas de edad y la obediencia (5,39 y 5,37 respectivamente), mientras en la UTA consideran que lo más importante es que todos sean tratados con justicia y proteger a los más débiles (5,53), en tanto, los estudiantes de la ESPOCH piensan que la importancia está en que todas las personas del mundo deben ser tratadas con igualdad y que todas las personas deben tener las mismas oportunidades (5,40).

Estos resultados altos sin duda identifican a los estudiantes universitarios que son formados con valores de respeto al prójimo y la búsqueda de un bienestar colectivo. Por otro lado, los valores que menos se asemejan a la personalidad de los estudiantes son: En los casos de la ESPE-L y la UTC, es el decir a los demás lo que tienen que hacer (3,35 y 2,18 respectivamente), en tanto, los estudiantes de la UTA consideran que lo menos que se parece a ellos es la importancia de ser leales a sus amigos (2,43) y, por otro lado, para los estudiantes de la ESPOCH lo menos importante es creer que las personas estén satisfechas con lo que tienen (2,32).

Con respecto a la actitud de llevar a cabo un emprendimiento y creación de una empresa presenta una media de 3,66. Lo que mayormente influye en su actitud emprendedora es tener la oportunidad y los recursos para crear una empresa (4,83) y lo que menos influye es el creerse incapaz de crear una empresa viable (2,23).

Sin duda, estos resultados afirman que la mayoría de los estudiantes de las cuatro universidades tienen una seria intención de emprender, pero siempre

que existan fuentes de financiamiento que les apoye. Además, se observan otras características que mantienen medias altas que conllevan a ello como: La familia más directa aprobaría su decisión de crear una empresa (4,73), esforzarse para crear y dirigir su propia empresa (4,56), ser empresario le supondría una gran satisfacción (4,45), estar decidido a crear su propia empresa en el futuro (4,43), si se tratase de crear una empresa tendría una alta probabilidad de lograrlo (4,36).

Al comparar entre las cuatro universidades se observa en su generalidad un comportamiento similar. Tres de las cuatro coinciden que la actitud hacia la creación de una empresa mucho depende de las oportunidades que se presenten en la vida de los estudiantes y del financiamiento para hacerlo, cuyas medias son: ESPE-L (5,13), UTC (4,72) y ESPOCH (4,91). Sólo la UTA considera que es la familia más directa la que mayormente influiría en la decisión de los estudiantes en crear una empresa (4,87).

Por otro lado, los cuatro centros de estudios universitarios coinciden que lo que menos influye en su actitud de ser empresario es el considerarse incapaz de crear una empresa viable.

Al analizar la percepción de la valoración social que tienen los estudiantes universitarios respecto de los diferentes entornos sociales que influyen en su decisión de emprender en algún negocio o empresa se concluye que estos influyen moderadamente, observándose una media general de 3,56. La valoración de la familia directa constituye el entorno social que mayormente influye en la decisión de emprender con una media de 4,91, mientras que el criterio de la mayoría de ecuatorianos que consideran poco aceptable ser empresario en el país es lo que menos ha influenciado en los estudiantes en su decisión (3,22), tal como se muestra en la tabla 6.

Tabla 6. Valoración social

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Mi familia directa valora la actividad empresarial por encima de otras	4,1981 (0,0578)	4,4597 (0,1566)	4,2330 (0,0904)	4,1888 (0,1190)	4,0423 (0,1190)
La cultura de mi país es muy favorable a la actividad empresarial	3,3353 (0,0659)	3,8850 (0,1881)	3,4237 (0,1031)	3,2797 (0,1365)	3,0158 (0,1287)
El papel del empresario en la economía está poco reconocido en mi país	3,5289 (0,0612)	4,0800 (0,1620)	3,4745 (0,0983)	3,3776 (0,1293)	3,4656 (0,1194)
Mis amigos valoran la actividad empresarial por encima de otras	3,4070 (0,0596)	3,7126 (0,1665)	3,3177 (0,1020)	3,3846 (0,1173)	3,3862 (0,1123)
La mayoría de las personas en mi país consideran poco aceptable ser empresario	3,2240 (0,0602)	3,7701 (0,1751)	3,1059 (0,1008)	3,1678 (0,1174)	3,1587 (0,1131)
En mi país se considera que la actividad empresarial merece la pena, a pesar de los riesgos	3,6524 (0,0596)	4,0344 (0,1588)	3,5169 (0,0978)	3,7202 (0,1303)	3,5925 (0,1119)
Mis compañeros valoran la actividad empresarial por encima de otras	3,3841 (0,0594)	3,7586 (0,1675)	3,3177 (0,0969)	3,3356 (0,1215)	3,3280 (0,1152)
En mi país se tiende a pensar que los empresarios se aprovechan de los demás	3,7911 (0,0612)	3,9885 (0,1816)	3,8305 (0,1017)	3,7692 (0,1285)	3,6666 (0,1125)
MEDIA	3,5648 (0,0394)	3,9612 (0,1201)	3,5275 (0,0644)	3,5279 (0,0756)	3,4570 (0,0740)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Al comparar entre universidades, se concluye que sus estudiantes coinciden que el entorno social que más influye en la decisión de emprender son sus familias directas, quienes valoran a la actividad empresarial por encima de otras; mientras que los entornos que menos influyen varían: En la UTC y UTA se identifica al criterio de que la mayoría de ecuatorianos piensen que no es alentador ser empresario en el país (3,10 y 3,16 en el primer y el segundo caso respectivamente). En el caso de la ESPE-L consideran que la

valoración que hagan sus amigos sobre la actividad empresarial no es muy importante (3,71); mientras tanto, en la ESPOCH consideran en menor grado de importancia al criterio de que la cultura del país sea favorable (3,01).

En cuanto a las capacidades específicas, cuyos resultados se presentan en la tabla 7, constituyen los fundamentos al momento de emprender, estableciéndose una media general de 4,45. La capacidad que mayormente incide en ello es la creatividad, obteniéndose una media de 4,57, mientras que la capacidad que menos influye es detección de oportunidades con una media de 4,09.

Tabla 7. Capacidades específicas

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Detección de oportunidades	4,0958 (0,0574)	4,5909 (0,1309)	3,8565 (0,1003)	4,2517 (0,1133)	4,0476 (0,0109)
Creatividad	4,5738 (0,0496)	4,6704 (0,1290)	4,5907 (0,0865)	4,5734 (0,1061)	4,5079 (0,0895)
Resolución de problemas	4,4764 (0,0482)	4,6363 (0,1222)	4,4303 (0,0842)	4,6083 (0,0101)	4,3597 (0,0883)
Liderazgo y capacidad de comunicación	4,5159 (0,0494)	4,6818 (0,1386)	4,4303 (0,0850)	4,7202 (0,0938)	4,3915 (0,0932)
Desarrollo de nuevos productos y servicios	4,5205 (0,0490)	4,7840 (0,1125)	4,4810 (0,0844)	4,4825 (0,1081)	4,4761 (0,0911)
Establecimiento de relaciones y contactos profesionales	4,5509 (0,0523)	4,8181 (0,1298)	4,5021 (0,0900)	4,6223 (0,1049)	4,4338 (0,1012)
MEDIA	4,4548 (0,0420)	4,6799 (0,1060)	4,3734 (0,0743)	4,5827 (0,0855)	4,3553 (0,0766)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

En la comparación entre universidades se identifica que en la UTC y ESPOCH coinciden que la capacidad que mayormente incide en la intención de emprender es la creatividad que tengan los estudiantes de estas universidades, mientras tanto en la ESPE-L consideran al establecimiento de relaciones y contactos profesionales como la capacidad de mayor

influencia (4,81). En la UTA en cambio piensan en el liderazgo y capacidad de comunicación como el criterio de mayor influencia (4,72). Por otro lado, las cuatro universidades coinciden que la capacidad que menos influye en la intención emprendedora es la detección de oportunidades, cuyas medias específicas se ubican por debajo de la media general.

Por último, la tabla 8 muestra a nivel global la intención de emprender que tienen los estudiantes, ésta es moderada con una media general de 4,26, identificándose como su mayor intención el estar dispuestos a esforzarse en lo que sea necesario para ser empresarios (4,83) y de menor intención el tener serias dudas si algún día llegarán a crear una empresa (3,30).

Tabla 8. Intención emprendedora

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Es muy probable que pueda crear una empresa un día	4,2870 (0,0619)	4,9080 (0,1262)	3,9915 (0,1064)	4,1748 (0,1418)	4,4550 (0,1093)
Estoy dispuesto a esforzarme en lo que sea necesario para ser empresario	4,8305 (0,0468)	5,0804 (0,1049)	4,6694 (0,0851)	4,8251 (0,1028)	4,9206 (0,0800)
Tengo serias dudas si algún día llegar a crear una empresa	3,3038 (0,0653)	3,6206 (0,1880)	3,2584 (0,1063)	3,1608 (0,1381)	3,3227 (0,1229)
Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	4,5954 (0,0539)	4,9770 (0,1144)	4,3474 (0,0922)	4,5734 (0,1159)	4,7460 (0,1022)
Mi objetivo profesional es ser empresario	4,2900 (0,0590)	4,8965 (0,1298)	4,0338 (0,0999)	4,2447 (0,1339)	4,3650 (0,1060)
MEDIA	4,2613 (0,0379)	4,6965 (0,0986)	4,0601 (0,0633)	4,1958 (0,0861)	4,3619 (0,0629)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Este comportamiento coincide al comparar los resultados entre las cuatro universidades, es decir, en todas consideran que sus estudiantes estarían dispuestos a dar todo lo necesario para ser empresarios y lo que menos pasaría por sus mentes es tener dudas de si algún día podrían crear una empresa, ubicándose las medias específicas por encima de la media general en el primer caso y por debajo en el segundo caso.

Diferencias de intención emprendedora y dimensiones antes de la intervención por universidades

Una vez planteados los resultados globales de cada dimensión y de la intención emprendedora, así como los promedios para cada universidad y para cada área del conocimiento, en esta sección se mostrarán los resultados de la diferencia de las medias de cada universidad respecto al total.

Con respecto a las diferencias de medias de dimensiones por universidades, en la tabla 9, se muestran los resultados de las diferencias estadísticas significativas al 1%, al 5% y al 10%.

Tabla 9. Diferencias estadísticas de las medias de los factores por universidades

	Media	ESPE-L		UTC		UTA		ESPOCH
Actitud emprendedora creencia	4,9921 (0,0319)	5,1417 (0,0831)	**	4,8853 (0,0570)	***	5,0407 (0,0676)		5,0202 (0,0547)
Actitud emprendedora evaluación	4,9646 (0,0324)	5,1231 (0,0823)	**	4,8614 (0,0602)	**	4,9988 (0,0676)		4,9946 (0,0528)
Norma subjetiva creencias	4,6829 (0,0400)	4,7613 (0,1105)		4,6047 (0,0722)		4,8344 (0,0754)	**	4,6296 (0,0722)
Norma subjetiva motivación	4,3201 (0,0433)	4,2500 (0,1232)		4,2447 (0,0733)		4,5058 (0,0826)	**	4,3068 (0,0832)
Autoeficacia	4,7242 (0,0358)	5,0056 (0,0811)	***	4,6462 (0,0613)		4,6433 (0,0840)		4,7522 (0,0628)
Intención de emprender	4,2613 (0,0379)	4,6965 (0,0986)	***	4,0601 (0,0633)	***	4,1958 (0,0861)		4,3619 (0,0629)
Valores	4,3508 (0,0249)	4,6432 (0,0713)	***	4,2819 (0,0434)	*	4,3624 (0,0496)		4,2913 (0,0424)
Actividad Empresarial	3,6690 (0,0315)	4,1197 (0,0977)	***	3,5945 (0,0550)	*	3,5811 (0,0595)	*	3,6229 (0,0515)
Valoración social	3,5648 (0,0394)	3,9612 (0,1201)	***	3,5275 (0,0644)		3,5279 (0,0756)		3,457 (0,0702)
Capacidades Específicas	4,4548 (0,0420)	4,6799 (0,1060)	**	4,3734 (0,0743)		4,5827 (0,0855)	*	4,3553 (0,0766)

Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

En la ESPE-L se evidenciaron diferencias muy significativas al 1% en las medias de los siguientes factores: Autoeficacia emprendedora, intención emprendedora, valores, actitud hacia el emprendimiento empresarial y valor social. De igual manera se observan diferencias significativas al 5% en las medias de los factores: actitud emprendedora, creencia de la conducta, actitud emprendedora, evaluación de la consecuencia de la conducta y las capacidades específicas.

En la UTC mientras tanto, las diferencias muy significativas de las medias de los factores al 1% son: La actitud emprendedora, creencia de la conducta y la intención emprendedora. Además, se observa una diferencia significativa al 5% en la media de la actitud emprendedora y la evaluación de la consecuencia de la conducta; y una diferencia significativa al 10% en las medias de los valores y la actitud para emprender en actividades empresariales.

En la UTA se determinan diferencias significativas al 5% en las medias de los factores: Norma subjetiva, creencias normativas y norma subjetiva, motivación para acomodarse a otros significados; y al 10% en la actitud para emprender en actividades empresariales y en las capacidades específicas. En cuanto a la ESPOCH, tan solo se identifican diferencias al 10% en las medias de los factores: Intención emprendedora, valores, valoración social y capacitación específica.

Al comparar los resultados de las medias de los distintos factores por área del conocimiento, que se presentan en la tabla 10, se observan diferencias estadísticas significativas al 1% en el área de las Ciencias Humanas y de la Educación en la media de la intención emprendedora; diferencias significativas al 5% en las áreas de las Ingenierías y Ciencias Sociales en las media de las normas subjetivas, motivación para acomodarse a otros significados, y en el área de las Ciencias Administrativas en la media de valores.

Tabla 10. Diferencias estadísticas de las medias de los factores por áreas del conocimiento

	Media	Ingenierías	Ciencias Administ.	Ciencias Sociales	Ciencias Humanas	Ciencias Agropecuarias
Actitud emprendedora creencia	4,9921 (0,0319)	5,0024 (0,0483)	5,0111 (0,0755)	5,2083 (0,2538)	4,9166 (0,0752)	4,9618 (0,0869)
Actitud emprendedora evaluación	4,9646 (0,0324)	4,9256 (0,0472)	5,0048 (0,0772)	5,0277 (0,3528)	4,9375 (0,0795)	5,0261 (0,0842)
Norma subjetiva creencias	4,6829 (0,0400)	4,5935 (0,0625)	4,6761 (0,1017)	4,8611 (0,3268)	4,7456 (0,0850)	4,7911 (0,1085)
Norma subjetiva motivación	4,3201 (0,0433)	4,1648 ** (0,0691)	4,3238 (0,1038)	4,8333 ** (0,2440)	4,4100 (0,0879)	4,4859 (0,1294)
Autoeficacia	4,7242 (0,0358)	4,7465 (0,0515)	4,8190 (0,0839)	4,7361 (0,4079)	4,6162 (0,0854)	4,7208 (0,0971)
Intención de emprender	4,2613 (0,0379)	4,3123 (0,0536)	4,3809 (0,0964)	4,1166 (0,4621)	4,0315 *** (0,0904)	4,3666 (0,0930)
Valores	4,3508 (0,0249)	4,3101 (0,0374)	4,4701 ** (0,0607)	4,5101 (0,2231)	4,2797 (0,0582)	4,3632 (0,0662)
Actividad Empresarial	3,6690 (0,0315)	3,6867 (0,0497)	3,7534 (0,0809)	3,7666 (0,3622)	3,5878 (0,0665)	3,6909 (0,0801)
Valoración social	3,5648 (0,0394)	3,5200 (0,0648)	3,6095 (0,0985)	3,8541 (0,3833)	3,5000 (0,0781)	3,6716 (0,1011)
Capacidades Específicas	4,4548 (0,0420)	4,5012 (0,0646)	4,4492 (0,1035)	4,6660 (0,4327)	4,4166 (0,0961)	4,3473 (0,1056)

Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Complementariamente al análisis descrito, se observa que la media general de los factores que tiene mayor incidencia en la intención emprendedora de sus estudiantes es la actitud emprendedora, creencia de la conducta, comportamiento que coincide en las medias específicas en tres de las cinco áreas del conocimiento: Ingenierías, Ciencias Administrativas y Ciencias Sociales. En cambio, en las Ciencias Humanas y de la Educación como

en la de Ciencias Agropecuarias es la media de la actitud emprendedora y la motivación para acomodarse a otros significados las que mayormente influyen en su intención emprendedora.

Por otro lado, la media general de los factores que tiene menor incidencia en las áreas del conocimiento es la de valoración social, coincidiendo con las medias específicas de las áreas de las Ingenierías, Ciencias Administrativas y Ciencias Humanas y de la Educación. En tanto, las que tienen menor incidencia en las Ciencias Sociales es la media de la actitud para emprender en actividad empresarial. Por último, en las Ciencias Agropecuarias se identifica como tal a la media en capacidades específicas.

Estimación de mínimos cuadrados ordinarios para la intención emprendedora antes de la intervención

En esta sección se presentan las estimaciones de mínimos cuadrados ordinarios para la intención emprendedora medida por los planteamientos ya presentados, la decisión de ser empresario y la decisión de emprender calculada como el promedio de los planteamientos de "estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser empresario", "me esforzaré para crear y dirigir mi propia empresa" y "estoy decidido a crear una empresa en el futuro" del instrumento aplicado.

Se estimará además por mínimos cuadrados ordinarios los determinantes de la intención emprendedora a nivel global y para cada universidad, de acuerdo con la siguiente ecuación:

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_n X_{ni} + u_i$$

Donde, y_i es la intención emprendedora, mientras que las variables X_{1i} , X_{2i} , ..., X_{ni} vienen dadas por la edad, el género, el estado civil, la zona de residencia, el área de estudios y la universidad, la formación de los padres, experiencia familiar emprendedora, si ha recibido capacitación y si ha participado de asesoría en incubación, dimensiones analizadas como determinantes de la intención emprendedora que se mencionaron anteriormente, tal como plantea la literatura.

En primer lugar, se presentan las estimaciones del MCO para la intención emprendedora a nivel general y por universidad, en la tabla 11. A nivel general las variables que resultaron significativas fueron autoeficacia, actividad empresarial capacidad específicas y actitud emprendedora – creencias; entendiéndose que mientras los estudiantes investigados tengan mayor eficacia en realizar varias tareas, una mejor actitud emprendedora en la actividad empresarial, mejores capacidades específicas harán que se incremente su intención de emprender. Por otro lado, se observa también un grado de significación con la experiencia familiar en negocios cerrados, pero con signo inverso; es decir, mientras menos negocios cerrados haya en sus familias los estudiantes podrán incrementar su intención emprendedora.

Tabla 11. Estimación MCO para la intención emprendedora por Universidad

Variables	Coeficientes				
	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Edad	0,0040 (0,0190)	0,0956 (0,0796)	0,0396 (0,0443)	0,0269 (0,0269)	0,0048 (0,0346)
Género	-0,0892 (0,0760)	-0,5044 * (0,2592)	0,0218 (0,1479)	0,0139 (0,0139)	-0,1126 (0,1265)
Estado civil	0,0584 (0,0582)	0,1450 (0,1349)	-0,0415 (0,1048)	0,3271 * (0,3271)	-0,0310 (0,1194)
Área de conocimiento	0,0035 (0,0212)	-0,0078 (0,2544)	0,0020 (0,0392)	0,0812 (0,0812)	0,0913 ** (0,0398)
Curso	0,0366 (0,0250)	-0,0997 (0,1678)	-0,0573 (0,0551)	-0,0681 (0,0681)	0,2643 *** (0,0862)
Nivel de estudios del padre	0,0053 (0,0481)	-0,1079 (0,1164)	0,0457 (0,0801)	0,2373 (0,2373)	-0,0506 (0,0997)
Nivel de estudios de la madre	-0,0568 (0,0561)	0,0641 (0,1252)	-0,1293 (0,1092)	-0,1302 (0,1302)	-0,0879 (0,0964)
Experiencia familiar negocios cerrados	-0,1325 * (0,0737)	-0,2948 * (0,1668)	-0,2610 (0,1479)	0,1158 (0,1158)	-0,2559 * (0,1302)
Capacitación en emprendimiento	0,1904 (0,3753)	0,3524 (0,4946)	0,0000 (0,0000)	0,0000 (0,0000)	-0,0627 (0,6385)
Capacitación en la universidad	-0,0271 (0,0851)	0,1945 (0,2511)	-0,2185 (0,1614)	0,0848 (0,0848)	0,0480 (0,2024)

Asesoramiento de una incubadora	-0,0918 (0,0801)	0,2926 (0,1691)	*	-0,2351 (0,1413)	-0,2679 (0,2679)	-0,0725 (0,1774)
Actitud empresarial creencias	0,1788 (0,0762)	** 0,0761 (0,1837)		* 0,2712 (0,1577)	0,1790 (0,1790)	0,1852 (0,1379)
Actitud empresarial evaluación	0,0573 (0,0803)	0,2661 (0,1805)		-0,0674 (0,1486)	-0,0456 (0,0456)	0,2076 (0,1468)
Normas subjetivas creencias	0,0531 (0,0451)	0,1323 (0,1213)		-0,0009 (0,0905)	-0,0409 (0,0409)	0,0967 (0,0837)
Normas subjetivas motivación	-0,0170 (0,0405)	-0,0062 (0,0795)		0,0640 (0,0867)	0,1140 (0,1140)	-0,0791 (0,0689)
Autoeficacia	0,1459 (0,0562)	*** 0,0753 (0,2153)		0,1056 (0,1181)	0,1946 (0,1946)	-0,0387 (0,0903)
Valores	-0,0397 (0,0691)	-0,0077 (0,2115)		-0,0213 (0,1262)	-0,2258 (0,2258)	-0,0672 (0,1281)
Actividad empresarial	0,4196 (0,0684)	*** 0,4126 (0,1933)	**	0,4767 (0,1146)	*** 0,2655 (0,2655)	0,2959 (0,1319)
Valoración social	0,0014 (0,0489)	0,0879 (0,1571)		-0,0403 (0,0918)	-0,1087 (0,1087)	0,0355 (0,0870)
Capacidades específicas	0,2520 (0,0465)	*** 0,1751 (0,1119)		0,1760 (0,0916)	* 0,5234 (0,5234)	*** 0,3173 (0,0807)
Constante	-0,1758 (0,6798)	-2,3315 (2,3092)		0,7273 (1,0801)	-0,7823 (0,7823)	-1,1774 (1,4674)

Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

En el caso de la ESPE-L, las variables que resultaron ser significativas con signo positivo son: actividad empresarial y asesoramiento de una incubadora; de tal manera que mientras los estudiantes tengan una mejor actitud en actividades empresariales, así como pudieran ser asesorados por algún centro de emprendimiento mejorará su intención emprendedora. Además, también presenta variables significativas, pero con signo negativo: Género y experiencia familiar en negocios cerrados, entendiéndose que mientras los estudiantes puedan experimentar menos casos de cierres de negocios en sus familias y menos sean mujeres, podrá aumentar la intención emprendedora.

La UTC, tiene como variables significativas con signo positivo a: la actividad empresarial, actitud emprendedora – creencias y capacidades específicas; de tal manera que la intención emprendedora de sus estudiantes solo podrá aumentar si mejoran su actitud en actividades empresariales y su actitud emprendedora.

Por su parte, la UTA presenta como variables significativas y con signo positivo a: las capacidades específicas y estado civil; de tal manera que mientras más capacidades específicas tengan los estudiantes y sean solteros podrá aumentar su intención emprendedora.

Finalmente, la ESPOCH tiene como variables significativas a: el curso donde están matriculados, capacidades específicas, área del conocimiento, actividades empresariales; lo cual significa que mientras sus estudiantes cursen los niveles más altos en su proceso formativo (octavo y noveno), tengan mejores capacidades específicas y mientras más sigan las carreras del área de las Ingenierías y mejor actitud en actividades empresariales, podrán aumentar la intención, emprendedora. Por otro lado, con signo negativo está la experiencia familiar en negocios cerrados.

Si consideramos la segunda opción de medición como la decisión de ser empresario, la estimación por MCO reporta como variables significativas y positivas para todas las universidades: actividades empresariales, actitud emprendedora – creencias, y capacidades específicas, entendiéndose que mientras los estudiantes de la muestra analizada mejoren su actitud en actividades empresariales, mejoren su actitud en emprendimiento y demuestren mejores capacidades tendrán mayores posibilidades de ser empresarios. Por otro lado, se presenta también variables significativas, pero con signo negativo: Si los estudiantes tienen una mejor motivación como norma subjetiva y experiencia familiar en negocios cerrados, es decir, si los estudiantes son más influenciados por sus familiares más directos respecto a sus decisiones de emprender y crear su propia empresa y tienen más experiencias en negocios cerrados probablemente van desistir en ser empresarios, tal como se muestra en la tabla 12.

Tabla 12. Estimación MCO para el deseo de ser empresario

	Coficiente	
Edad	-0,006816 (0,03477)	
Género	0,038402 (0,14309)	
Estado civil	0,059951 (0,10980)	
Área de conocimiento	0,033132 (0,03889)	
Curso	0,024276 (0,03867)	
Nivel de estudios del padre	-0,070623 (0,09084)	
Nivel de estudios de la madre	0,121224 (0,10598)	
Experiencia familiar en negocios cerrados	-0,30193 (0,13907)	**
Capacitación en emprendimiento	-0,489154 (0,70651)	
Capacitación en la universidad	0,066077 (0,15902)	
Asesoramiento de una incubadora	-0,080170 (0,15067)	
Actitud emprendedora - creencias	0,339076 (0,14415)	**
Actitud emprendedora - evaluación	0,019716 (0,15059)	
Norma subjetiva - creencias	0,117085 (0,08467)	

Norma subjetiva - motivación	-0,178030	**
	(0,07625)	
Autoeficacia	0,021353	
	(0,10566)	
Valores	-0,057137	
	(0,13067)	
Actividad empresarial	0,444797	***
	(0,12878)	
Valoración social	0,052397	
	(0,09127)	
Capacidades específicas	0,256696	**
	(0,08775)	
Constante	0,938396	
	(1,27751)	

Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

De igual modo, se procedió a realizar un análisis de la estimación de MCO considerando la decisión de emprender. Las variables significativas y positivas son: autoeficacia, valores sociales, capacidades específicas, actitud emprendedora – creencias, y estado civil. El comportamiento de los estudiantes se explica si tienen suficientes cualidades de hacer eficazmente las actividades encomendadas, si valoran los criterios de sus familiares más cercanos respecto a su emprendimiento, cuentan con mejores capacidades emprendedoras, tienen una buena actitud emprendedora y sean solteros probablemente incidirá en aumentar su decisión de emprender, tal como se muestra en la tabla 13.

Tabla 13. Estimación de MCO para la decisión de emprender

	Coefficiente
Edad	0,011330 (0,02717)
Género	0,123888 (0,10989)
Estado civil	0,160506 * (0,08575)
Área de conocimiento	-0,002457 (0,03025)
Curso	-0,000685 (0,03014)
Nivel de estudios del padre	-0,071718 (0,07091)
Nivel de estudios de la madre	0,004988 (0,08255)
Experiencia familiar en negocios cerrados	-0,132944 (0,10827)
Capacitación en emprendimiento	0,361354 (0,54661)
Capacitación en la universidad	0,056531 (0,12376)
Asesoramiento de una incubadora	0,021602 (0,11744)
Actitud emprendedora - creencias	0,212315 * (0,11234)
Actitud emprendedora - evaluación	0,128384 (0,11713)
Norma subjetiva - creencias	0,068427 (0,06543)

Norma subjetiva - motivación	-0,096490 (0,05939)	
Autoeficacia	0,339162 (0,08120)	***
Valores	-0,122384 (0,09939)	
Valoración social	0,296827 (0,05921)	***
Capacidades específicas	0,203838 (0,06797)	**
Constante	-1,040898 (0,99704)	

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Intención emprendedora y dimensiones después de la intervención

Los resultados que se presentan en esta oportunidad corresponden a la última aplicación del cuestionario realizado al final del primer periodo académico del 2019, es decir, cuando los estudiantes tomaron por el lapso de 16 semanas la cátedra de emprendimiento o innovación.

Similar a la primera aplicación, se procedió a analizar el comportamiento de los diez factores que manifiestan los estudiantes de las cuatro universidades agrupados.

La Tabla 14 muestra que la actitud emprendedora que tienen los estudiantes universitarios de manera global es positiva obteniendo una media general de 4,81 en la escala de Likert de 0 a 6, siendo la mayor motivación el llegar a ser su propio jefe (5,15). La condición que menos le motiva es el asumir riesgos calculados (4,63) presentando comportamientos similares a la primera aplicación. Al hacer una comparación de este factor entre

universidades se observa que este comportamiento se mantiene, es decir, les gustaría más ser los dueños de sus propios negocios y lo que menos le gustaría es asumir riesgos calculados, cuyas medias específicas están por encima y por debajo de la media general respectivamente

Tabla 14. Actitud Emprendedora, creencia de la conducta

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Enfrentar nuevos desafíos	4,7626 (0,0465)	5,0804 (0,1135)	4,5726 (0,0818)	4,7202 (0,1066)	4,8835 (0,0771)
Crear empleo para otras personas	4,8192 (0,0467)	5,1839 (0,0974)	4,6111 (0,0836)	4,6923 (0,1056)	5,0052 (0,0785)
Ser creativo e innovador	4,8591 (0,0454)	5,1494 (0,1014)	4,7051 (0,0815)	4,7997 (0,1029)	4,9629 (0,0770)
Tener altos rendimientos financieros	4,8177 (0,0450)	5,2298 (0,1043)	4,5897 (0,0828)	4,6013 (0,1007)	5,0740 (0,0660)
Asumir riesgos calculados	4,6324 (0,0473)	4,9655 (0,1126)	4,4914 (0,0808)	4,5314 (0,1067)	4,7301 (0,0844)
Ser mi propio jefe (independencia)	5,1531 (0,0442)	5,3563 (0,1020)	4,9529 (0,0850)	5,0839 (0,0938)	5,3597 (0,0670)
Media general	4,8107 (0,0377)	5,1609 (0,0847)	4,6538 (0,0691)	4,7377 (0,0867)	5,0026 (0,0568)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Al evaluar hasta qué punto son deseables para la vida de los universitarios investigados su conducta emprendedora, se determina una media general alta (4,86) en la escala de Likert de 0 a 6, ratificándose los resultados de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios que se analizó en la primera aplicación, es decir, les interesa mayormente ser propietarios de sus propios negocios (5,16) y lo que menos les interesa es tener riesgos calculados (4,66). Al comparar entre universidades, este comportamiento es similar, mostrando medias específicas por encima y por debajo de la media general en el primer y segundo caso respectivamente.

Tabla 15. Actitud emprendedora, evaluación de la consecuencia de la conducta

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Enfrentarse a nuevos desafíos	4,7610 (0,0450)	5,0795 (0,1190)	4,5527 (0,0780)	4,7832 (0,0983)	4,8571 (0,0767)
La creación de empleo para otras personas	4,7945 (0,4500)	5,0113 (0,1148)	4,6329 (0,0789)	4,6853 (0,0964)	4,9788 (0,0783)
La creatividad y la innovación	4,9162 (0,4216)	5,1818 (0,1033)	4,7426 (0,0753)	4,8181 (0,0944)	5,0846 (0,0693)
Elevados rendimientos económicos	4,8828 (0,0421)	5,0681 (0,1069)	4,6455 (0,0751)	4,8251 (0,0953)	5,1375 (0,0646)
Asumir riesgos calculados	4,6697 (0,0448)	4,9659 (0,1027)	4,4978 (0,0762)	4,6503 (0,0978)	4,7619 (0,0839)
Ser independiente (tu propio jefe)	5,1643 (0,0428)	5,4659 (0,0995)	4,8987 (0,0797)	5,1538 (0,0905)	5,3650 (0,0674)
MEDIA	4,8647 (0,0361)	5,1287 (0,0881)	4,6617 (0,0648)	4,8193 (0,0802)	5,0308 (0,0574)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

En la Tabla 16 se observan las creencias normativas respecto de si las decisiones de ser emprendedor y crear su propia empresa depende de la influencia que tengan los familiares más cercanos a los estudiantes investigados. Se determina que la media general es 4,60, ratificando que son los familiares más directos de los estudiantes (padre, madre, pareja, hermanas, hermanos) los que mayormente estarían de acuerdo en sus decisiones emprendedoras (4,98) y los que menos estarían de acuerdo serían sus colegas (4,35).

Este comportamiento se mantiene en todas las universidades investigadas, es decir, los vínculos más directos de los universitarios son los que mayormente estarían de acuerdo y sus colegas los que menos coincidirían con sus decisiones de emprendimiento, cuyas medias específicas se ubican por encima y por debajo de la media general en el primer y segundo caso respectivamente.

Tabla 16. Norma subjetiva, creencias normativas

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Mi familia directa (padre, madre, pareja, hermanas y hermanos)	4,9817 (0,0504)	5,1477 (0,1318)	4,7890 (0,0849)	5,0769 (0,1064)	5,0740 (0,0941)
Mis amigos / amigas íntimas	4,4764 (0,0508)	4,6022 (0,1308)	4,2700 (0,0879)	4,6363 (0,1043)	4,5555 (0,0938)
Mis colegas	4,3592 (0,0544)	4,4318 (0,1614)	4,1392 (0,0979)	4,5314 (0,1001)	4,4708 (0,0947)
MEDIA	4,6057 (0,0437)	4,7272 (0,1205)	4,3994 (0,0775)	4,7482 (0,0876)	4,7001 (0,0759)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Respecto a la motivación que reciben los estudiantes de sus familiares más directos respecto a sus decisiones de emprender y crear su propia empresa, se llega a una media general moderada de (4,29), corroborando como en la primera aplicación, que la opinión de su familia directa (padre, madre, pareja, hermanas, hermanos) influye mayormente (5,03) y los de menos influencia son sus colegas (3,77).

La Tabla 17 muestra que entre universidades esta influencia es similar, los estudiantes les importa más la opinión de sus familiares más directos para poder emprender y menos la opinión de sus colegas, cuyas medias específicas se ubican por encima de la media general en el primer caso y por debajo en el segundo caso.

Tabla 17. Norma subjetiva, motivación para acomodarse a otros significados

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
La de mi familia directa (padre, madre, hermanos)	5,0380 (0,0475)	5,0568 (0,1306)	4,9620 (0,0789)	5,0909 (0,0987)	5,0846 (0,0910)
La de mis amigos / amigas íntimas / íntimas.	4,0745 (0,0563)	4,0454 (0,1524)	4,0126 (0,0887)	4,3146 (0,1184)	3,9841 (0,1131)
La de mis colegas	3,7762 (0,0641)	3,9318 (0,1716)	3,7552 (0,1047)	3,7552 (0,1346)	3,7460 (0,1259)

MEDIA	4,2962	4,3446	4,2433	4,3869	4,2716
	(0,0439)	(0,1193)	(0,0743)	(0,0863)	(0,0859)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

La tabla 18 muestra hasta qué punto serían capaces los universitarios investigados en realizar eficazmente varias actividades que los lleve a iniciar un emprendimiento. La media general de su grado de efectividad es moderada (4,68), determinándose que la actividad de mayor valoración es el crear y poner en funcionamiento una empresa (4,81) y con menor valoración es el mantener bajo control el proceso de creación de una empresa (4,59). Sin embargo, hay que considerar que la diferencia que separa a estas dos actividades es relativamente baja, lo que ratifica que los estudiantes estarían en toda la capacidad de concretar su actividad emprendedora con altos índices de efectividad.

Tabla 18. Autoeficacia emprendedora

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	4,6286	4,9090	4,4936	4,5594	4,7195
	(0,0429)	(0,1042)	(0,0724)	(0,0960)	(0,0779)
Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	4,5996	4,9659	4,4261	4,5664	4,6710
	(0,0417)	(0,0989)	(0,0727)	(0,0917)	(0,0730)
Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos.	4,6301	4,9318	4,5738	4,4755	4,6772
	(0,0434)	(0,1117)	(0,0727)	(0,0956)	(0,0792)
Reconocer oportunidades de mercado para nuevos productos y servicios	4,7001	5,1250	4,5232	4,5734	4,8201
	(0,0430)	(0,1019)	(0,0764)	(0,0964)	(0,0703)
Tener relaciones con las personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa	4,7214	5,1136	4,5358	4,5664	4,8888
	(0,0440)	(0,0934)	(0,0738)	(0,1019)	(0,0795)
Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa	4,8127	5,1818	4,6708	4,7062	4,8994
	(0,0448)	(0,0963)	(0,0791)	(0,1011)	(0,0785)
MEDIA	4,6821	5,0378	4,5372	4,5745	4,7795
	(0,0367)	(0,0834)	(0,0627)	(0,0853)	(0,0633)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Al comparar entre universidades el grado de efectividad varía entre las actividades, observándose que la mayor efectividad se da en la creación y puesta en marcha de una nueva empresa en todas las universidades. Por otro lado, se observa que las tareas que realizarían con menor efectividad serían el mantener bajo control el proceso de creación de una empresa tanto en la UTC como en la ESPOCH (4,42 y 4,67 respectivamente); negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos en el caso de UTA (4,47) y definir su idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa en el caso de la ESPOCH (4,90). Las diferencias porcentuales entre las de mayor y menor valoración es mínima, lo que ratifica la posición que tienen los estudiantes de las cuatro universidades de tener suficiente capacidad de emprender y crear su propia empresa al igual que en la primera aplicación.

Al analizar la intención de emprender que tienen los universitarios investigados es moderada con una media general de 4,28, determinando como la mejor intención el estar dispuestos a esforzarse en lo que sea necesario para ser empresarios (4,57) y la menor intención el tener serias dudas si algún día llegarán a crear una empresa (3,54), lo que confirma que los universitarios si tienen una considerable intención de emprender en el futuro, similar a lo reportado en la primera aplicación.

Al comparar los resultados entre universidades, se observa que en tres de los cuatro centros de estudios presentan como la mejor intención de emprender a la disposición de dar todo lo necesario para ser empresarios: ESPE-L (5,00), UTC (4,26) y ESPOCH (4,82); mientras que en la UTA (4,54) lo haría con la firme decisión de crear una empresa en el futuro. Por otro lado, se observa que en todas las universidades investigadas lo que menos pensarían es tener dudas de si algún día podrían crear una empresa, ubicándose las medias específicas por encima de la media general en el primer caso y por debajo en el segundo caso, tal como se muestra en la tabla 19.

Tabla 19. Intención emprendedora

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Es muy probable que pueda crear una empresa un día	4,4473 (0,0559)	4,8045 (0,1366)	4,1059 (0,0988)	4,3776 (0,1293)	4,7619 (0,0859)

Estoy dispuesto a esforzarme en lo que sea necesario para ser empresario	4,5770 (0,0495)	5,0000 (0,1059)	4,2627 (0,0869)	4,5174 (0,1117)	4,8201 (0,0831)
Tengo serias dudas si algún día llegar a crear una empresa	3,5480 (0,0623)	4,1149 (0,1725)	3,6355 (0,0980)	3,2307 (0,1326)	3,4179 (0,1190)
Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	4,5068 (0,0513)	4,9080 (0,1174)	4,1398 (0,0911)	4,5454 (0,1139)	4,7513 (0,0830)
Mi objetivo profesional es ser empresario	4,3618 (0,0554)	4,8735 (0,1274)	4,0169 (0,1022)	4,3916 (0,1131)	4,5343 (0,0917)
MEDIA	4,2882 (0,0405)	4,7402 (0,1026)	4,2125 (0,0878)	4,0322 (0,0711)	4,4571 (0,0643)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Al analizar la serie de valores que identifican un tipo exclusivo de persona o individuo, se determina que su media general es moderada de 4,50; definiéndose como el valor personal que mayormente les identifica la importancia de respetar al padre, a la madre y a las personas de edad y a ser obediente (5,15); mientras el valor que menos les identifica es creer que la gente debe hacer lo que dicen los demás (3,23), ratificando similares resultados que los reportados en la primera aplicación.

Al comparar entre universidades, observamos que los estudiantes de los cuatro centros de estudios confirman que el valor que mayormente les identifica es el respeto al padre, a la madre, a personas de edad y la obediencia. Por otro lado, se observa que los valores que menos les identifica son diversos, en el caso de la ESPE-L y la UTC afirman que es el valor mandar y decir a los demás lo que deben hacer (3,63 y 3,00 respectivamente), mientras en la ESPOCH consideran poco importante no pedir más de lo que se tiene (3,23). Por otro lado, en el caso de la UTA es creer que la gente debe hacer lo que dicen los demás (3,14), tal como se observa en la tabla 20.

Tabla 20. Valoración social

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Mi familia directa valora la actividad empresarial por encima de otras	4,8265 (0,0548)	4,5747 (0,1468)	4,0295 (0,0906)	4,2797 (0,1181)	4,4814 (0,0999)
La cultura de mi país es muy favorable a la actividad empresarial	3,6524 (0,0613)	4,2413 (0,1659)	3,4852 (0,0972)	3,7342 (0,1361)	3,5291 (0,1146)
El papel del empresario en la economía está poco reconocido en mi país	3,7408 (0,0586)	4,2183 (0,1580)	3,5358 (0,0992)	3,6083 (0,1223)	3,8783 (0,1061)
Mis amigos valoran la actividad empresarial por encima de otras	3,7881 (0,0559)	3,9885 (0,1529)	3,7046 (0,0884)	3,7062 (0,1173)	3,8624 (0,1118)
La mayoría de las personas en mi país consideran poco aceptable ser empresario	3,5731 (0,0584)	4,0344 (0,1654)	3,4767 (0,0952)	3,3916 (0,1239)	3,6190 (0,1082)
En mi país se considera que la actividad empresarial merece la pena, a pesar de los riesgos	3,8993 (0,0559)	4,2643 (0,1502)	3,7637 (0,0927)	3,7639 (0,1254)	4,0000 (0,1000)
Mis compañeros valoran la actividad empresarial por encima de otras	3,7713 (0,0561)	4,0459 (0,1601)	3,5949 (0,0951)	3,7132 (0,1125)	3,9100 (0,1036)
En mi país se tiende a pensar que los empresarios se aprovechan de los demás	3,9695 (0,0564)	4,3333 (0,1530)	3,8523 (0,0933)	3,8531 (0,1086)	4,0370 (0,1123)
MEDIA	3,8351 (0,0411)	4,2126 (0,1182)	3,6803 (0,0661)	3,7569 (0,0827)	3,9146 (0,0782)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Es importante, recalcar que en relación a la primera aplicación el valor que mayormente influía en la personalidad de los estudiantes de la UTA y de la ESPOCH si varió, pues ellos consideraban como los valores más considerados a que todos sean tratados con justicia y que todas las personas del mundo sean tratadas con igualdad respectivamente.

Al analizar el comportamiento que presentan la actitud de los universitarios investigados de emprender en una actividad empresarial, se determina que tienen una media moderada de 3,90. Lo que mayormente influye en su actitud emprendedora es tener la oportunidad y los recursos para crear una empresa (4,70) y lo que menos influye es el creerse incapaz de crear una empresa viable (2,83). Estos resultados confirman que la mayoría de los estudiantes de las cuatro universidades tienen una seria intención de emprender, pero siempre que existan fuentes de financiamiento que les apoye en esta experiencia, al igual que ocurrió en la primera aplicación. Además, se observan otras características que mantienen medias altas que conllevan a ello como: La familia más directa aprobaría su decisión de crear una empresa (4,64), esforzarse para crear y dirigir su propia empresa (4,49), estar decidido a crear su propia empresa en el futuro (4,47), si se tratase de crear una empresa tendría una alta probabilidad de lograrlo (4,43) y ser empresario le supondría una gran satisfacción (4,41).

Al comparar entre universidades se observa en su generalidad un comportamiento similar. Tres de las cuatro coinciden que la actitud hacia la creación de una empresa mucho depende mayormente de las oportunidades que se presenten en la vida de los estudiantes y del financiamiento para hacerlo, cuyas medias son: ESPE-L (5,06), UTC (4,37) y UTA (4,76). En tanto que en la ESPOCH es el tener serias dudas sobre crear una empresa algún día (4,91).

En relación a la primera aplicación, tanto la UTA como la ESPOCH cambian las variables que mayormente influían en la actitud hacia emprender: En la UTA consideraban que es la familia más directa la que mayormente influiría en la decisión de los estudiantes, mientras en la ESPOCH era el tener oportunidad y los recursos para crear una empresa.

Por otro lado, las actividades que menos influyen en su actitud de ser empresario variaron en los centros de estudios: en la ESPE-L (3,11) y UTA (2,44) es la variable creerse incapaz de crear una empresa viable. Mientras tanto, en la UTC consideran que lo que menos influye es hacer cualquier otra cosa que emprender en actividades empresariales (3,09) y tener muy poca intención de crear una empresa (3,09), y en la ESPOCH lo que menos influye es que sean sus compañeros quienes aprobarían la decisión de crear una empresa (2,59).

Al analizar la valoración que tienen los universitarios investigados respecto a los diferentes entornos sociales que influyen en su decisión de emprender en algún negocio o empresa, se determina una media general moderada de 3,83, identificándose a la valoración de la familia directa como el entorno social que mayormente influye en la decisión de emprender con una media de 4,82; mientras tanto, el que menos influye es que, la mayoría de personas consideran poco aceptable ser empresario en el país (3,57), ratificándose el mismo comportamiento evidenciado en la primera aplicación.

Al comparar entre universidades, se ratifica que los estudiantes de los cuatro centros de estudio coinciden que el entorno social que mayormente influye en la decisión de emprender son las familias directas, quienes valoran a la actividad empresarial por encima de otras; mientras que los entornos que menos influyen varían: En la UTC y UTA se identifica que la mayoría de las personas piensan que no es alentador ser empresario en el país (3,47 y 3,39 respectivamente).

En el caso de la ESPE-L en cambio, consideran a la valoración que hagan sus amigos sobre la actividad empresarial como no muy importante (3,98); mientras tanto, en la ESPOCH es que la cultura del país sea favorable (3,52).

La Tabla 21 muestra las capacidades específicas que tienen los universitarios, estableciéndose una media general de 4,44. Las capacidades que mayormente inciden en ellos se dividen entre el desarrollo de nuevos productos y servicios (4,49) y la creatividad (4,49), mientras que la capacidad que menos influye es detección de oportunidades con una media de 4,29.

Tabla 21. Capacidades específicas

	Media	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Detección de oportunidades	4,2911 (0,0495)	4,7159 (0,1208)	3,9661 (0,0844)	4,2867 (0,1107)	4,5026 (0,0834)
Creatividad	4,4908 (0,0485)	4,7727 (0,1269)	4,2415 (0,5200)	4,4615 (0,1130)	4,6931 (0,0747)
Resolución de problemas	4,4741 (0,0458)	4,8181 (0,1126)	4,2203 (0,0806)	4,4965 (0,1025)	4,6137 (0,0748)

Liderazgo y capacidad de comunicación	4,4664 (0,0493)	4,7613 (0,1322)	4,1567 (0,0865)	4,5944 (0,1088)	4,6190 (0,0784)
Desarrollo de nuevos productos y servicios	4,4923 (0,0770)	4,8522 (0,1171)	4,2076 (0,0830)	4,5524 (0,1048)	4,6349 (0,0807)
Establecimiento de relaciones y contactos profesionales	4,4832 (0,0519)	4,9090 (0,1216)	4,1652 (0,0942)	4,5944 (0,1065)	4,5978 (0,0886)
MEDIA	4,4496 (0,0416)	4,8049 (0,0979)	4,1596 (0,0732)	4,4976 (0,0943)	4,6102 (0,0633)

Nota: Elaboración propia. Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Al hacer una comparación entre universidades se identifica que, en cada centro de estudios influye mayormente una capacidad específica diferente en los estudiantes: La ESPE-L considera al establecimiento de relaciones y contactos profesionales (4,90), la UTC y la ESPOCH a la creatividad (4,24 y 4,69 respectivamente) y la UTA al liderazgo y capacidad de comunicación, mientras tanto en la ESPE-L consideran al establecimiento de relaciones y contactos profesionales (4,59) como al establecimiento de relaciones y contactos profesionales (4,59).

Por otro lado, las cuatro universidades coinciden que la capacidad que menos influye en intención emprendedora es la detección de oportunidades, cuyas medias específicas se ubican por debajo de la media general.

Intención emprendedora y dimensiones después de la intervención por universidades

De manera similar que, en la primera aplicación, se realizó la comparación de los resultados de las medias de los distintos factores entre las 4 universidades investigadas, con diferencias estadísticas significativas al 1%, al 5% y al 10%.

En la Tabla 22 se muestran medias por cada una de las universidades y la media general del sistema. La ESPE-L presenta diferencias muy significativas al 1% en las medias de casi todos los factores: actitud emprendedora – creencia, actitud emprendedora – evaluación, autoeficacia, intención

de emprender, valores, actividades empresariales, valoración social y capacidades específicas.

Tabla 22. Diferencias estadísticas de las medias de los factores por universidades

	Media	ESPE-L		UTC		UTA		ESPOCH
Actitud emprendedora creencia	4,8407 (0,0377)	5,1609 (0,0847)	***	4,6538 (0,0691)	**	4,7377 (0,0867)		5,0026 (0,0568)
Actitud emprendedora evaluación	4,8647 (0,0361)	5,1287 (0,0881)	***	4,6617 (0,0648)	***	4,8193 (0,0802)		5,0308 (0,0574)
Norma subjetiva creencias	4,6057 (0,0437)	4,7272 (0,1205)		4,3994 (0,0775)	***	4,7482 (0,0876)	*	4,7001 (0,0759)
Norma subjetiva motivación	4,2962 (0,0439)	4,3446 (0,1193)		4,2433 (0,0743)		4,3869 (0,0863)		4,2716 (0,0859)
Autoeficacia	4,6821 (0,0367)	5,0378 (0,0834)	***	4,5372 (0,0627)	**	4,5745 (0,0853)		4,7795 (0,0631)
Intención de emprender	4,2882 (0,0405)	4,7102 (0,1026)	***	4,0322 (0,0711)	***	4,2125 (0,0878)		4,4571 (0,0643)
Valores	4,5042 (0,0301)	4,7838 (0,0771)	***	4,3131 (0,0555)	***	4,4872 (0,0602)		4,6266 (0,0469)
Actividad Empresarial	3,9041 (0,0345)	4,3563 (0,0935)	***	3,7685 (0,0608)	**	3,7755 (0,0699)	*	3,9635 (0,0573)
Valoración social	3,8351 (0,0411)	4,2126 (0,1182)	***	3,6803 (0,0660)	***	3,7569 (0,0827)		3,9146 (0,0782)
Capacidades Específicas	4,4496 (0,0416)	4,8049 (0,0979)	***	4,1596 (0,0732)	***	4,4976 (0,0943)		4,6102 (0,0663)

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*). Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

De igual manera, la UTC presenta las diferencias en casi todos los factores, siendo muy significativas al 1% las diferencias en medias de actitud emprendedora – evaluación, norma subjetiva - creencias, intención de emprender, valores, valoración social y capacidades específicas, y diferencias significativas al 5% en actitud emprendedora – creencias, autoeficacia y

actividad empresarial. En la UTA mientras tanto, se determinan diferencias significativas al 10% en las medias de dos factores: normas subjetivas – creencias y actividad empresarial, con respecto a la media general.

Por otro lado, la ESPOCH muestra diferencias muy significativas al 1% en los factores: Actitud emprendedora – creencia, actitud emprendedora – evaluación, intención de emprender, valores y capacidades específicas. Complementándose con una diferencia en media significativa al 10% en autoeficacia.

Al analizar las medias de los factores que tienen mayor incidencia en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, se observa que la media general y específicas de tres de las cuatro universidades UTC (4,66), UTA (4,81) y ESPOCH (5,03) se relacionan con la actitud emprendedora - evaluación; en cambio, la ESPE-L se muestra a la actitud emprendedora – creencia, como el factor más influyente. Mientras tanto, los factores de menor incidencia se relacionan con la valoración social tanto en su media general como en las medias específicas de las cuatro universidades.

Por áreas de conocimiento, se evidencian diferencias estadísticas muy significativas al 1%: En el área de las Ingeniería se encuentran a las medias de la actitud emprendedora – creencia y actitud emprendedora – evaluación, en Ciencias Humanas y de la Educación en las medias de actitud emprendedora – evaluación y valores, en la ESPOCH en las medias de actividad empresarial y valoración social; diferencias significativas al 5% en las áreas de las Ciencias Administrativas en las medias de intención de emprender, Ciencias Sociales en las medias de normas subjetivas - motivación, Ciencias Humanas y de la Educación en las medias en actitud emprendedora – creencia, autoeficacia, intención de emprender, actividades empresariales, valoración social y capacidades específicas; con diferencias poco significativas al 10% en las áreas de las Ingenierías en las medias valores y capacidades específicas; Ciencias Administrativas en las medias de valores; Ciencias Sociales en la media de normas subjetivas - creencias.

Complementariamente al análisis descrito, se observa que la media general de los factores que tiene mayor incidencia en la intención emprendedora de sus estudiantes es actitud emprendedora – evaluación, comportamiento que coincide en las medias específicas en cuatro de las cinco áreas del conocimiento: Ingenierías (4,99), Ciencias Administrativas (4,92), Ciencias

Sociales (4,97) y Ciencias Humanas y de la Educación (4,66). En cambio, en las Ciencias Agropecuarias (4,77) es la media de actitud emprendedora - creencia la que mayormente influye en su intención emprendedora.

Por otro lado, la media general de los factores que tiene menor incidencia en las áreas del conocimiento es la de valoración social, coincidiendo con las medias específicas de las áreas de las Ingenierías (3,77), Ciencias Administrativas (3,88) y Ciencias Humanas y de la Educación (3,66) y en Ciencias Agropecuarias (4,13). En tanto, en el área de las Ciencias Sociales corresponde a la actividad empresarial (3,48), tal como se observa en la tabla 23.

Tabla 23. Diferencias estadísticas de las medias de los factores por áreas del conocimiento

	Media	Ingenierías		Ciencias Administ.	Ciencias Sociales	Ciencias Humanas	Ciencias Agropecuarias	
Actitud emprendedora creencia	4,8407	4,9698	***	4,9266	4,9444	4,6295	**	4,7757
	0,0377	0,0519		0,0925	0,3373	0,0936		0,0968
Actitud emprendedora evaluación	4,8647	4,9943	***	4,9216	4,9722	4,6677	***	4,7658
	0,0361	0,0496		0,0973	0,2477	0,0834		0,1022
Norma subjetiva creencias	4,6057	4,6842		4,5800	5,1388	*		4,5039
	0,0437	0,0644		0,1087	0,2609	0,1029		0,1240
Norma subjetiva motivación	4,2962	4,2230		4,3600	4,7500	**		4,3214
	0,0439	0,0711		0,0976	0,2786	0,0943		0,1295
Autoeficacia	4,6821	4,7380		4,7700	4,5277	4,4966	**	4,7638
	0,0367	0,0537		0,0939	0,2689	0,0868		0,0971
Intención de emprender	4,2882	4,3335		4,4640	**	4,1333		4,1066
	0,0405	0,0606		0,0935	0,3612	0,0939	**	4,3452
Valores	4,5042	4,5634	*	4,6202	*	4,6479		4,3074
	0,0301	0,0409		0,0716	0,1942	0,0736	***	4,4297
Actividad Empresarial	3,9041	3,8601		3,9742	3,4875	3,7461	**	4,1993
	0,0345	0,0507		0,0842	0,3526	0,0797		4,4297
Valoración social	3,8351	3,7716		3,8987	3,7916	3,6614	**	4,1369
	0,0411	0,0644		0,0993	0,3529	0,0897		4,1101

Capacidades Específicas	4,4496	4,5407	*	4,3916	4,3611	4,2677	**	4,5376
	0,0416	0,0596		0,1050	0,3645	0,1022		0,1062

Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Estimación de mínimos cuadrados ordinarios para la intención emprendedora después de la intervención

De la misma manera que en la primera aplicación, se procedió a determinar las diferencias estadísticas de las estimaciones MCO de las variables explicativas de la "intención emprendedora" de los universitarios investigados y, por ende, el grado de significancia a nivel general y por Universidad, cuyos resultados se muestran en la Tabla 24.

Tabla 24. Diferencias estadísticas de la estimación de MCO de variables explicativas para explicar la intención emprendedora por Universidad

	Media General	ESPE-L	UTC	UTA	ESPOCH
Edad	-0,0183	-0,0367	0,0047	-0,0152	-0,0389
	(0,0168)	(0,0714)	(0,0354)	(0,0298)	(0,0365)
Género	0,0871	-0,2515	0,1641	0,0368	0,0282
	(0,0666)	(0,2607)	(0,1284)	(0,1634)	(0,1264)
Estado civil	-0,0029	0,1747	-0,1422	-0,0614	0,1226
	(0,0539)	(0,1400)	(0,1495)	(0,1008)	(0,1091)
Área de conocimiento	0,0188	-0,2655	0,0123	-0,0093	0,0610
	(0,0176)	(0,1929)	(0,0318)	(0,0534)	(0,0347)
Curso	0,0287	-0,1948	-0,0055	0,0253	0,0937
	(0,0217)	(0,1684)	(0,0512)	(0,0548)	(0,0861)
Nivel de estudios del padre	-0,0506	0,2710	** -0,1642	* -0,1084	-0,0003
	(0,0417)	(0,1159)	(0,0830)	(0,0925)	(0,0881)
Nivel de estudios de la madre	0,0316	-0,1356	0,1011	0,1371	-0,0573
	(0,0433)	(0,1281)	(0,0781)	(0,1156)	(0,0845)

Experiencia familiar en negocios cerrados	-0,0744 (0,0622)	-0,3365 (0,1874)	* (0,1241)	-0,0774 (0,1441)	0,1382 (0,1222)	-0,1928 (0,1222)
Capacitación en emprendimiento	0,2685 (0,2414)	1,3541 (0,5151)	0,0000 (0,0000)	0,3656 (0,3871)	0,0648 (0,6757)	
Capacitación en la universidad	-0,0838 (0,0777)	-0,1732 (0,2457)	-0,0945 (0,1289)	-0,1057 (0,1661)	-0,1449 (0,1871)	
Asesoramiento de una incubadora	-0,0066 (0,0675)	0,3002 (0,1843)	-0,1351 (0,1300)	0,2491 (0,1718)	0,1571 (0,1362)	
Actitud emprendedora creencia	0,0191 (0,0720)	0,0023 (0,2219)	-0,0709 (0,1334)	0,1669 (0,1627)	-0,0392 (0,1494)	
Actitud emprendedora evaluación	0,2566 (0,0720)	0,2751 (0,1971)	0,2389 (0,1330)	* (0,1564)	0,2357 (0,1517)	**
Norma subjetiva creencias	-0,0253 (0,0391)	0,0129 (0,0904)	* (0,0723)	-0,0453 (0,1112)	-0,0016 (0,0814)	
Norma subjetiva motivación	0,0487 (0,0339)	0,1554 (0,0881)	0,1007 (0,0749)	-0,0359 (0,0842)	0,0207 (0,0584)	
Autoeficacia	0,2490 (0,0613)	0,5682 (0,1926)	*** (0,1157)	* (0,1419)	0,3754 (0,1169)	***
Valores	-0,0399 (0,0589)	0,2027 (0,2076)	0,0444 (0,1029)	-0,2737 (0,1454)	* (0,1353)	-0,0626
Actividad Empresarial	0,3983 (0,0609)	0,4898 (0,1661)	*** (0,1105)	*** (0,1600)	0,3619 (0,1266)	**
Valoración social	0,0105 (0,0468)	-0,0534 (0,1190)	-0,0225 (0,0969)	0,0906 (0,1203)	-0,0187 (0,0846)	
Capacidades Específicas	0,1029 (0,0486)	-0,2192 (0,1418)	0,0950 (0,0927)	0,1189 (0,1354)	0,1917 (0,0971)	*
Constante	-0,0376 (0,5731)	-1,1123 (2,1219)	0,4648 (1,0448)	-0,7479 (1,3228)	0,3487 (1,5292)	

Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

A nivel general, las variables significativas en la estimación resultaron ser la actitud emprendedora – evaluación, autoeficacia, actividades empresariales y capacidad específicas; entendiéndose que mientras los estudiantes investigados tengan una mejor conducta emprendedora, mayor eficacia en realizar varias tareas en emprendimiento, una mejor actitud en la actividad empresarial y mejores capacidades específicas hará que se incremente su intención de emprender.

En el caso de la ESPE-L, las variables que resultaron ser significativas y muestran un relación positiva con la intención emprendedora son: autoeficacia y actividad empresarial, nivel de estudios del padre y normas subjetivas - creencias; de tal manera que mientras los estudiantes tengan más eficacia en el desarrollo de actividades emprendedoras, una buena actitud en actividades empresariales, sus padres tengan un mejor nivel de estudios, y sus decisiones de emprender cuenten con la aprobación de sus familiares directos, entonces se incrementaría su intención de emprender. Las variables significativas, pero con una relación negativa fueron: Experiencia familiar en negocios cerrados, entendiéndose que mientras los estudiantes puedan experimentar menos casos de cierres de negocios en su familia podrá aumentar la intención emprendedora.

Para el caso de la UTC, las variables significativas y con relación directa fueron: actividades empresariales, actitud emprendedora – evaluación y autoeficacia; de tal manera que la intención emprendedora de sus estudiantes podrá aumentar si mejoran su actitud en actividades empresariales, su actitud emprendedora es deseable para los estudiantes y tenga mayor eficacia en el desarrollo de actividades emprendedoras. Además, las significativas con coeficientes con signo negativo fueron: nivel de estudios del padre, lo que significa que mientras menor nivel de estudios tenga mayor será la intención de emprender, con lo cual se podría intuir que para emprender probablemente influiría más la experiencia en los negocios que el nivel de formación de los padres.

Por su parte, la UTA presenta como variables significativas y con signo positivo a la: autoeficacia y actividad empresarial; de tal manera que, mientras tenga mayor eficacia en el desarrollo de actividades emprendedoras y mejor sea su actitud en actividades empresariales podrá aumentar su intención emprendedora. Resultó significativa con una relación inversa únicamente los valores, interpretándose que mayor sería la intención de emprender de

los estudiantes si los valores descritos en el instrumento se asemejen menos a su tipo de personalidad.

Finalmente, en la ESPOCH son significativas e impactan positivamente: la actividad empresarial, actitud emprendedora – evaluación, capacidades específicas y área del conocimiento, interpretándose que mientras sus estudiantes tengan una buena actitud en actividades empresariales, tengan mejores capacidades específicas y mientras más valoren para su vida la actitud emprendedora, podrán aumentar su intención en esta área.

Adicionalmente, empleando las respuestas a la pregunta 126 del instrumento, sobre el deseo de ser empresario, como proxy de la intención emprendedora, se realizó la estimación por MCO para identificar posibles variables significativas, tal como se muestra en la tabla 25.

Tabla 25. Diferencias estadísticas de la estimación de MCO de variables explicativas para los estudiantes que quieren ser empresarios

	Coeficiente	
Edad	0,0304 (0,0315)	
Género	0,0798 (0,1240)	
Estado civil	0,0110 (0,1008)	
Área de conocimiento	-0,0544 (0,0330)	*
Curso	0,0447 (0,0404)	
Nivel de estudios del padre	-0,1417 (0,0777)	*
Nivel de estudios de la madre	0,1612 (0,0809)	**
Experiencia familiar en negocios cerrados	0,0242 (0,1158)	

Capacitación en emprendimiento	-0,3504 (0,4504)	
Capacitación en la universidad	0,0406 (0,1441)	
Asesoramiento de una incubadora	-0,0188 (0,1258)	
Actitud emprendedora creencia	0,0204 (0,1337)	
Actitud emprendedora evaluación	0,0512 (0,1338)	
Norma subjetiva creencias	-0,0189 (0,0727)	
Norma subjetiva motivación	0,0154 (0,0633)	
Autoeficacia	0,2197 (0,1139)	*
Valores	0,0448 (0,1101)	
Actividad Empresarial	0,3128 (0,1131)	***
Valoración social	0,0405 (0,0871)	
Capacidades Específicas	0,3799 (0,0907)	***
Constante	-0,6974 (1,0706)	

Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Las variables significativas y positivas son: la actividad empresarial y capacidades específicas, nivel de estudios de la madre y autoeficacia, entendiéndose que mientras los estudiantes de la muestra analizada tengan una buena actitud en actividades empresariales, demuestren mejores capacidades específicas, la madre de los estudiantes tengan un mejor nivel de estudios y estos demuestren mayor eficacia en desarrollar actividades emprendedoras, entonces tendrán mayores posibilidades de ser empresarios. Por otro lado, se presenta también variables significativas, pero con signo negativo en sus coeficientes: el nivel de estudios del padre y el área del conocimiento, interpretándose que mientras menor se el nivel de estudios y el área del conocimiento en el cual estudian la mayoría de estudiantes aumentarían las posibilidades de ser empresarios, pues para ser empresario probablemente influiría más la experiencia en los negocios que el nivel de formación del padre y que el campo empresarial no se concentraría en el área de las Ingenierías sino en otras áreas.

Otra variable proxy de la intención emprendedora que se empleó fue el promedio de las preguntas 108, 110 y 127 del instrumento, asociadas con la decisión de emprendedor, como son los planteamientos: "estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser empresario", "me esforzaré para crear y dirigir mi propia empresa" y "estoy decidido a crear una empresa en el futuro". Los resultados de la estimación MCO empleando este promedio, que se presentan en la tabla 26, muestran que las variables significativas y positivas fueron: la autoeficacia, valoración social, capacidades específicas y curso en el cual se encuentra estudiando.

Tabla 26. Diferencias estadísticas de la estimación de MCO de variables explicativas para los que tienen la decisión de emprender

	Coefficientes
Edad	0,0151 (0,0237)
Género	0,1252 (0,0924)
Estado civil	-0,0081 (0,0758)

	0,0156	
Área de conocimiento	(0,0247)	
	0,0570	*
Curso	(0,0304)	
	-0,1049	*
Nivel de estudios del padre	(0,0582)	
	0,0865	
Nivel de estudios de la madre	(0,0606)	
	-0,1232	
Experiencia familiar en negocios cerrados	(0,0871)	
	0,1786	
Capacitación en emprendimiento	(0,3375)	
	-0,1129	
Capacitación en la universidad	(0,1078)	
	-0,0472	
Asesoramiento de una incubadora	(0,0946)	
	0,0123	
Actitud emprendedora creencia	(0,1005)	
	0,0836	
Actitud emprendedora evaluación	(0,1006)	
	-0,0306	
Norma subjetiva creencias	(0,0546)	
	-0,0553	
Norma subjetiva motivación	(0,0475)	
	0,3219	***
Autoeficacia	(0,0848)	
	0,0163	
Valores	(0,0827)	
	0,2438	***
Actividad Empresarial	(0,0524)	
	0,3815	***
Valoración social	(0,0671)	

Constancia

-0,6355

(0,8052)

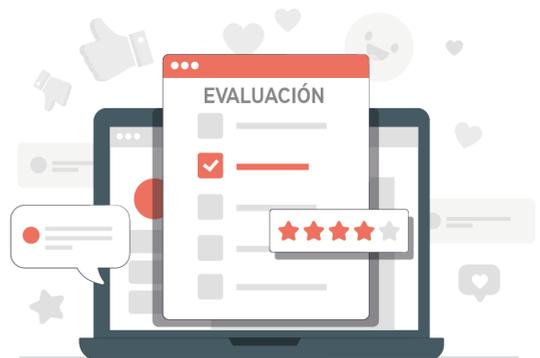
Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

El comportamiento de los estudiantes se explica si tienen suficientes cualidades de hacer eficazmente las actividades encomendadas, si valoran los criterios de sus familiares más cercanos respecto a su emprendimiento, cuentan con mejores capacidades emprendedoras y cursan los niveles superiores (octavo y noveno); todo esto incidirá positivamente en su decisión de emprender. Por otro lado, se identifica una variable significativa, pero con signo negativo: el nivel de estudios del padre, interpretándose que mientras menor sea el nivel de estudios aumentaría las posibilidades de decidir emprender.

CAPÍTULO V

Evaluación de impacto de los programas de emprendimiento en las universidades de los Andes Ecuatorianos



Diferencias de la intención emprendedora antes y después del tratamiento

Una vez analizados de manera individual los dos momentos, antes y después de la intervención, se presentan los resultados de la intención emprendedora comparándolos, temporalmente y por universidad, además de las dimensiones que podrían afectar esta intención como son la actitud emprendedora como creencia de la conducta (actitud emprendedora – creencia), la actitud emprendedora como evaluación de la consecuencia de la conducta (actitud emprendedora - evaluación), la norma subjetiva asociada a las creencias normativas como tal (NSC), la norma subjetiva como motivación para acomodarse a otros significados (NSM), la autoeficacia emprendedora, los valores, la actividad empresarial, la valoración social y las capacidades específicas para emprender.

En la tabla 1 se muestran las diferencias de las medias de intención emprendedora y sus dimensiones para la totalidad de los resultados, antes y después del proceso formativo de los estudiantes que recibieron la cátedra de emprendimiento durante el primer periodo académico de 2019. Además, se indica las diferencias que son estadísticamente significativas y, por tanto, las que podrías registrar impactos producto del tratamiento.

Tabla 1. Diferencias de las medias de los factores antes y después de la intervención

	Antes	Después	Diferencia	
Intención emprendedora	4,2613	4,2882	0,0269	
	(0,0379)	(0,0405)		
Actitud emprendedora - creencias	4,9921	4,8407	-0,1514	***
	(0,0319)	(0,0377)		
Actitud emprendedora - consecuencias	4,9646	4,8647	-0,0999	***
	(0,0324)	(0,0361)		
Normas subjetivas - creencias	4,6829	4,6057	-0,0772	**
	(0,0400)	(0,0437)		
Normas subjetivas - motivación	4,3201	4,2962	-0,0239	
	(0,0433)	(0,0439)		

Autoeficacia emprendedora	4,7242	4,6821	-0,0421	
	(0,0358)	(0,0367)		
Valores	4,3508	4,5042	0,1534	***
	(0,0249)	(0,0301)		
Actividad empresarial	3,6690	3,9041	0,2351	***
	(0,0315)	(0,0345)		
Valoración Social	3,5648	3,8351	0,2703	***
	(0,0394)	(0,0411)		
Capacidades específicas	4,4548	4,4496	-0,0052	
	(0,0420)	(0,0416)		

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Con respecto a la dimensión de intención en sí misma, si bien la diferencia no es estadísticamente significativa, se evidencia un incremento al final del tratamiento, lo cual podría evidenciar un posible impacto de la intervención.

Las diferencias estadísticas de las medias de las variables que aumentan significativamente luego de transcurrido un ciclo académico recibiendo la cátedra de emprendimiento son las dimensiones de valores, actividad empresarial y valoración social; entendiéndose que luego de la intervención, los estudiantes mejoran considerablemente el cúmulo de valores a favor de consolidar una actitud emprendedora, perciben una mayor valoración social hacia esa actitud y consideran que poseen una mejor visión de empresario, lo que podrían impactar positivamente en la intención de emprender.

Por otro lado, se presentan diferencias de las medias de las variables que también son significativas, pero luego del tratamiento disminuyen, estas son la actitud emprendedora en sí misma tanto en el contexto de la creencia como de las consecuencias que conllevan, así como las creencias (normas subjetivas). Los estudiantes luego de la intervención, muestran que la percepción sobre la actitud emprendedora se reduce, así como la creencia de que su familia y entorno apoyarían las iniciativas emprendedoras. Estos resultados podrían deberse a que el tratamiento le proporciona los

conocimientos necesarios para que el estudiante ajuste sus percepciones a la realidad, a los retos que implican los emprendimientos y redefine sus capacidades y preferencias.

Un análisis similar se realizó para cada una de las cuatro universidades, de manera tal, que permita identificar comportamientos disímiles entre cada institución y evidenciar si el posible impacto del tratamiento es diferente.

En la misma dinámica, se procedió a identificar las diferencias estadísticas de las medias de las variables para los estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas, sede Latacunga (ESPE-L) antes y después recibir la cátedra de Emprendimiento.

Del análisis estadístico se desprende que las diferencias de las medias de las variables que aumentan significativamente luego del tratamiento son las dimensiones de valores, actividad empresarial y valoración social; lo que afirma que luego de la intervención, los estudiantes de la ESPE-L mejoran ampliamente el conjunto de valores a favor de fortalecer una actitud emprendedora, perciben una mayor valoración social hacia esa actitud y consideran que poseen una mejor perspectiva de ser empresario, lo que podría impactar positivamente en la intención de emprender, tal como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Diferencias de las medias de los factores antes y después de la intervención en los estudiantes de la ESPE-L

	Antes	Después	Diferencia
Intención emprendedora	4,6965 (0,0986)	4,7102 (0,1026)	0,0137
Actitud emprendedora - creencias	5,1417 (0,0831)	5,1609 (0,0847)	0,0192
Actitud emprendedora - consecuencias	5,1231 (0,0823)	5,1287 (0,0881)	0,0056
Normas subjetivas - creencias	4,7613 (0,1105)	4,7272 (0,1205)	-0,0341
Normas subjetivas - motivación	4,2500 (0,1232)	4,3446 (0,1193)	0,0946

Autoeficacia emprendedora	5,0056 (0,0811)	5,0378 (0,0834)	0,0322	
Valores	4,6432 (0,0713)	4,7838 (0,0771)	0,1406	**
Actividad empresarial	4,1197 (0,0977)	4,3563 (0,0935)	0,2366	***
Valoración Social	3,9612 (0,1201)	4,2126 (0,1182)	0,2514	**
Capacidades específicas	4,6799 (0,1009)	4,8049 (0,0979)	0,1250	

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

No se evidencian otras diferencias significativas, además, se registra una disminución únicamente en la dimensión de normas subjetivas con relación a las creencias, pero no es estadísticamente significativa. Con respecto a la intención emprendedora si bien existe una diferencia positiva, tampoco es significativa al menos al 10%, por lo cual pareciera que el tratamiento no tiene impactos sobre esta variable.

Para el caso de la Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC), las diferencias de las medias de las variables que aumentan significativamente luego de la intervención, son las dimensiones de actividad empresarial y valoración social; lo que indica que luego del tratamiento, los estudiantes perciben una mayor valoración social hacia una actitud emprendedora y consideran que poseen una mejor perspectiva de ser empresario, lo que podrían impactar positivamente en la intención de emprender, tal como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3. Diferencias de las medias de los factores antes y después de la intervención en los estudiantes de la UTC

	Antes	Después	Diferencias	
Intención emprendedora	4,0601 (0,0633)	4,0322 (0,0711)	-0,0279	
Actitud emprendedora - creencias	4,8853 (0,0570)	4,6538 (0,0691)	-0,2315	***
Actitud emprendedora - consecuencias	4,8614 (0,0602)	4,6617 (0,0648)	-0,1997	**
Normas subjetivas - creencias	4,6047 (0,0722)	4,3994 (0,0775)	-0,2053	***
Normas subjetivas - motivación	4,2447 (0,0733)	4,2433 (0,0743)	-0,0014	
Autoeficacia emprendedora	4,6462 (0,0613)	4,5372 (0,0627)	-0,1090	*
Valores	4,2819 (0,0434)	4,3131 (0,0555)	0,0312	
Actividad empresarial	3,5945 (0,0550)	3,7685 (0,0608)	0,1740	***
Valoración Social	3,5275 (0,0644)	3,6803 (0,0660)	0,1528	**
Capacidades específicas	4,3734 (0,0743)	4,1596 (0,0732)	-0,2138	***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Además, se presentan diferencias de las medias de las variables estadísticamente significativas, pero luego del tratamiento disminuyen, estas son la actitud emprendedora en sí misma, tanto en el contexto de la creencia como de las consecuencias que conllevan, así como las creencias (normas subjetivas), capacidades específicas y autoeficacia emprendedora,

lo que mostraría que la percepción de los estudiantes de la UTC sobre la actitud emprendedora se reduce, así como la creencia de que su familia y entorno apoyarían las iniciativas emprendedoras. De igual manera, sus capacidades enfocadas en el emprendimiento, liderazgo y creatividad se verían afectadas negativamente, así como en realizar eficazmente varias actividades que los lleve a iniciar un emprendimiento. Estos resultados podrían deberse a que el tratamiento le proporciona los conocimientos necesarios para que el estudiante ajuste sus percepciones a la realidad, a los desafíos que implican los emprendimientos y redefina sus capacidades y preferencias.

Si bien la diferencia generada en la valoración de la intención emprendedora no es significativa, es negativa, lo que implica que la intervención reduce la intención de los estudiantes, las razones de estos resultados pueden ser múltiples, pero pareciera indicar que el conocimiento generado a través de la formación, visibiliza las dificultades y retos que implica emprender, por lo cual, al reconocer esta dificultad las intenciones de generar iniciativas de negocios se reducen.

En el caso de los estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato (UTA), las diferencias estadísticas de las medias de las variables que aumentan significativamente luego del tratamiento son las dimensiones de valores, actividad empresarial y valoración social; entendiéndose que luego de la intervención, los estudiantes mejoran considerablemente el cúmulo de valores a favor de consolidar una actitud emprendedora, perciben una mayor valoración social hacia esa actitud y consideran que poseen una mejor visión de empresario, lo que podría impactar positivamente en la intención de emprender, como se muestra en la tabla 4.

Tabla 4. Diferencias de las medias de los factores antes y después de la intervención en los estudiantes de la UTA

	Antes	Después	Diferencias	
Intención emprendedora	4,1958	4,2125	0,0167	
	(0,0861)	(0,0878)		
Actitud emprendedora - creencias	5,0407	4,7377	-0,3030	***
	(0,0676)	(0,0867)		

Actitud emprendedora - consecuencias	4,9988 (0,0676)	4,8193 (0,0802)	-0,1795	**
Normas subjetivas - creencias	4,8344 (0,0754)	4,7482 (0,0876)	-0,0862	
Normas subjetivas - motivación	4,5058 (0,0826)	4,3869 (0,0863)	-0,1189	*
Autoeficacia emprendedora	4,6433 (0,0840)	4,5745 (0,0853)	-0,0688	
Valores	4,3624 (0,0496)	4,4872 (0,0602)	0,1248	**
Actividad empresarial	3,5811 (0,0595)	3,7755 (0,0699)	0,1944	***
Valoración Social	3,5279 (0,0756)	3,7569 (0,0827)	0,2290	***
Capacidades específicas	4,5827 (0,0855)	4,4976 (0,0943)	-0,0851	

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Por otro lado, se presentan diferencias de las medias de las variables que también son significativas, pero luego del tratamiento disminuyen, estas son la actitud emprendedora en si misma tanto en el contexto de la creencia como de las consecuencias que conllevan, así como las motivaciones de normas subjetivas. Los estudiantes luego de la intervención, muestran que la percepción sobre la actitud emprendedora se reduce, así como la creencia de que su familia y entorno apoyarían y motivarían las iniciativas emprendedoras. En cuanto a la intención emprendedora como tal, se evidencia un incremento de la valoración media, pero esta diferencia no es estadísticamente significativa, lo que coincide con los resultados totales para todas las universidades en promedio.

Para el caso de la Escuela Politécnica del Chimborazo (ESPOCH), las diferencias estadísticas de las medias de los estudiantes de la ESPOCH solo aumentan significativamente, siguiendo el patrón de comportamiento de la mayoría de las universidades de estudio, es decir, en las dimensiones valores, actitud empresarial, valoración social y capacidades específicas, entendiéndose que luego de la intervención, los estudiantes mejoran considerablemente el cúmulo de valores a favor de fortalecer una actitud emprendedora, acogen una mayor valoración social hacia esa actitud y consideran que poseen capacidades específicas para emprender y una mejor perspectiva de empresario, lo que podría impactar positivamente en la intención de emprender, tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 5. Diferencias de las medias de los factores antes y después de la intervención en los estudiantes de la ESPOCH

	Antes	Después	Diferencias	
Intención emprendedora	4,3619 (0,0629)	4,4571 (0,0643)	0,0952	
Actitud emprendedora - creencias	5,0202 (0,0548)	5,0026 (0,0568)	-0,0176	
Actitud emprendedora - consecuencias	4,9946 (0,0528)	5,0308 (0,0574)	0,0362	
Normas subjetivas - creencias	4,6296 (0,0722)	4,7001 (0,0759)	0,0705	
Normas subjetivas - motivación	4,3068 (0,0832)	4,2716 (0,0859)	-0,0352	
Autoeficacia emprendedora	4,7522 (0,0628)	4,7795 (0,0631)	0,0273	
Valores	4,2913 (0,0424)	4,6266 (0,0469)	0,3353	***
Actividad empresarial	3,6229 (0,0515)	3,9635 (0,0573)	0,3406	***
Valoración Social	3,4570 (0,0702)	3,9146 (0,0782)	0,4576	***

Capacidades específicas	4,3553 (0,0766)	4,6102 (0,0663)	0,2549	***
--------------------------------	---------------------------	---------------------------	--------	-----

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Con relación a la intención emprendedora, la diferencia es positiva, en el sentido, que luego del tratamiento se evidencia una mayor intención emprendedora, aunque no es estadísticamente significativa. De manera similar, se realizó el análisis de las diferencias antes y después de la intervención, considerando en lugar de las universidades, las áreas de estudios (ingeniería, administrativas, sociales, humanidades y recursos naturales).

En el caso de las carreras que pertenecen al área de las Ingenierías, se identifican las dimensiones que aumentan significativamente, y son los valores, actitud empresarial, valoración social, las consecuencias que conlleva la actitud emprendedora, así como las creencias (normas subjetivas), tal como se observa en la tabla 6.

Tabla 6. Diferencias de las medias de los factores antes y después de la intervención en el área de ingeniería

	Antes	Después	Diferencias	
Intención emprendedora	4,3123 (0,0536)	4,3335 (0,0606)	0,0212	
Actitud emprendedora - creencias	5,0024 (0,0483)	4,9698 (0,0519)	-0,0326	
Actitud emprendedora - consecuencias	4,9256 (0,0472)	4,9943 (0,0496)	0,0687	*
Normas subjetivas - creencias	4,5935 (0,0625)	4,6842 (0,0644)	0,0907	*
Normas subjetivas - motivación	4,1648 (0,0691)	4,2230 (0,0711)	0,0582	

Autoeficacia emprendedora	4,7465 (0,0515)	4,7380 (0,0537)	-0,0085	
Valores	4,3101 (0,0374)	4,5634 (0,0409)	0,2533	***
Actividad empresarial	3,6867 (0,0497)	3,8601 (0,0507)	0,1734	***
Valoración Social	3,5200 (0,0648)	3,7716 (0,0644)	0,2516	***
Capacidades específicas	4,5012 (0,0646)	4,5407 (0,0596)	0,0395	

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

De tal manera, luego de la intervención, los estudiantes de las ramas técnicas mejoran considerablemente el conjunto de valores a favor de consolidar una actitud emprendedora, perciben una mayor valoración social hacia esa actitud y consideran que poseen una mejor visión de empresario, así como como las consecuencias que conllevan que su familia y entorno apoyarían las iniciativas emprendedoras. Al igual que en la estimación global, la intención emprendedora mejora al terminar el tratamiento, pero si bien el impacto es positivo, no es significativo estadísticamente.

En el caso de las Carreras Administrativas, se identifican las dimensiones que aumentan muy significativamente, y son los valores, actitud empresarial, valoración social, ratificándose un patrón de comportamiento de influencia significativa positiva en estas variables luego de la intervención, los estudiantes de ramas administrativas mejoran sustancialmente el cúmulo de valores a favor de consolidar una actitud emprendedora, perciben una mayor valoración social hacia esa actitud y consideran que poseen una mejor visión de empresario, como se aprecia en la tabla 7.

Tabla 7. Diferencias de las medias de los factores antes y después de la intervención en el área de ciencias administrativas

	Antes	Después	Diferencias	
Intención emprendedora	4,3809 (0,0964)	4,4640 (0,0935)	0,0831	
Actitud emprendedora - creencias	5,0111 (0,0755)	4,9266 (0,0925)	-0,0845	
Actitud emprendedora - consecuencias	5,0048 (0,0772)	4,9216 (0,0973)	-0,0832	
Normas subjetivas - creencias	4,6761 (0,1017)	4,5800 (0,1087)	-0,0961	
Normas subjetivas - motivación	4,3238 (0,1038)	4,3600 (0,0976)	0,0362	
Autoeficacia emprendedora	4,8190 (0,0839)	4,7700 (0,0939)	-0,0490	
Valores	4,4701 (0,0607)	4,6202 (0,0716)	0,1501	**
Actividad empresarial	3,7534 (0,0809)	3,9742 (0,0842)	0,2208	***
Valoración Social	3,6095 (0,0985)	3,8987 (0,0993)	0,2892	***
Capacidades específicas	4,4492 (0,1035)	4,3916 (0,1050)	-0,0576	

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Si observamos la diferencia de la intención emprendedora, si bien no es estadísticamente significativa al igual que en el resto de los casos, llama la atención que es la mayor diferencia registrada, tal como cabría esperar, los estudiantes de las carreras administrativas reportan una valoración mayor de la intención emprendedora luego de la intervención.

En el caso del análisis de diferencias estadísticas de las medias de las dimensiones de los estudiantes de las Carreras Sociales no se reportan diferencias significativas, lo cual llama la atención en virtud que entre las carreras que incluyen están la de Economía, lo cual no podría evidenciar un posible impacto de la intervención, tal como se observa en la tabla 8.

Tabla 8. Diferencias de las medias de los factores antes y después de la intervención en el área de ciencias sociales

	Antes	Después	Diferencias
Intención emprendedora	4,1166 (0,4621)	4,1333 (0,3612)	0,0167
Actitud emprendedora - creencias	5,2083 (0,2538)	4,9444 (0,3373)	-0,2639
Actitud emprendedora - consecuencias	5,0277 (0,3528)	4,9722 (0,2477)	-0,0555
Normas subjetivas - creencias	4,8611 (0,3268)	5,1388 (0,2609)	0,2777
Normas subjetivas - motivación	4,8333 (0,2440)	4,7500 (0,2786)	-0,0833
Autoeficacia emprendedora	4,7361 (0,4079)	4,5277 (0,2689)	-0,2084
Valores	4,5101 (0,2231)	4,6479 (0,1942)	0,1378
Actividad empresarial	3,7666 (0,3622)	3,4875 (0,3526)	-0,2791
Valoración Social	3,8541 (0,3833)	3,7916 (0,3529)	-0,0625
Capacidades específicas	4,6660 (0,4327)	4,3611 (0,3645)	-0,3049

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Además, se evidencia, que la intención emprendedora aumenta luego del tratamiento, pero no es significativa su diferencia es una de las diferencias más pequeñas que se obtienen en las estimaciones.

En el caso de los estudiantes pertenecientes a carreras del área de humanidades y de educación, las diferencias estadísticas de las medias de las variables que aumentan significativamente luego del tratamiento son las dimensiones de actividad empresarial y valoración social; entendiéndose que luego de la intervención, los estudiantes perciben una mayor valoración social hacia una actitud emprendedora, consideran que disponen de una mejor perspectiva de empresario, como muestra la tabla 9.

Tabla 9. Diferencias de las medias de los factores antes y después de la intervención en el área de ciencias humanas y educación

	Antes	Después	Diferencias	
Intención emprendedora	4,0315 (0,0904)	4,1066 (0,0939)	0,0751	
Actitud emprendedora - creencias	4,9166 (0,0752)	4,6295 (0,0936)	-0,2871	***
Actitud emprendedora - consecuencias	4,9375 (0,0795)	4,6677 (0,0834)	-0,2698	***
Normas subjetivas - creencias	4,7456 (0,0850)	4,4966 (0,1029)	-0,2490	***
Normas subjetivas - motivación	4,4100 (0,0879)	4,3443 (0,0943)	-0,0657	
Autoeficacia emprendedora	4,6162 (0,0854)	4,4966 (0,0868)	-0,1196	*
Valores	4,2797 (0,0582)	4,3074 (0,0736)	0,0277	
Actividad empresarial	3,5878 (0,0665)	3,7461 (0,0797)	0,1583	**

Valoración Social	3,5000 (0,0781)	3,6614 (0,0897)	0,1614	**
Capacidades específicas	4,4166 (0,0961)	4,2677 (0,1022)	-0,1489	

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Por otro lado, se presentan diferencias de las medias de las variables que también son significativas, pero luego del tratamiento disminuyen, estas son la actitud emprendedora en sí misma tanto en el contexto de la creencia como de las consecuencias que conllevan, así como las creencias de normas subjetivas, complementándose con la autoeficacia emprendedora. Los estudiantes luego de la intervención, muestran que la percepción sobre la actitud emprendedora se reduce, así como también disminuye la creencia de que su familia y entorno apoyarían las iniciativas emprendedoras como realizar eficazmente varias actividades que los lleve a iniciar un emprendimiento. Con respecto a la intención emprendedora, si bien la diferencia es positiva, no es estadísticamente significativa.

Las diferencias estadísticas de las medias de los estudiantes que pertenecen a las carreras agropecuarias y recursos naturales aumentan significativamente en las dimensiones actitud empresarial, valoración social y capacidades específicas, entendiéndose que luego de la intervención, los estudiantes mejoran considerablemente el cúmulo de valores a favor de fortalecer una actitud emprendedora, acogen una mayor valoración social hacia esa actitud y consideran que poseen capacidades específicas para emprender y una mejor perspectiva de empresario, como se aprecia en la tabla 10.

Tabla 10. Diferencias de las medias de los factores antes y después de la intervención en el área de ciencias agropecuarias y recursos naturales

	Antes	Después	Diferencias
Intención emprendedora	4,3666 (0,0930)	4,3452 (0,1110)	-0,0214

Actitud emprendedora - creencias	4,9618 (0,0869)	4,7757 (0,0968)	-0,1861	**
Actitud emprendedora - consecuencias	5,0261 (0,0842)	4,7658 (0,1022)	-0,2603	***
Normas subjetivas - creencias	4,7911 (0,1085)	4,5039 (0,1240)	-0,2872	**
Normas subjetivas - motivación	4,4859 (0,1294)	4,3214 (0,1295)	-0,1645	
Autoeficacia emprendedora	4,7208 (0,0971)	4,7638 (0,0971)	0,0430	
Valores	4,3632 (0,0662)	4,4297 (0,0906)	0,0665	
Actividad empresarial	3,6909 (0,0801)	4,1993 (0,0938)	0,5084	***
Valoración Social	3,6716 (0,1011)	4,1369 (0,1101)	0,4653	***
Capacidades específicas	4,3473 (0,1056)	4,5376 (0,1062)	0,1903	**

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Por otro lado, se presentan diferencias de las medias de las variables que también son significativas, pero luego del tratamiento disminuyen, estas son la actitud emprendedora en si misma tanto en el contexto de la creencia como de las consecuencias que conllevan, así como las creencias (normas subjetivas). Los estudiantes luego de la intervención, muestran que la percepción sobre la actitud emprendedora se reduce, así como la creencia de que su familia y entorno apoyarían las iniciativas emprendedoras. A diferencia del resto de las áreas de conocimiento, en ésta se evidencia que la intención emprendedora disminuye luego del tratamiento, a pesar de que esta diferencia no es estadísticamente significativa. Esto puede deberse a que en estas carreras no se dictan asignaturas relacionadas al tema, y probablemente ésta es la única que los acerca a los temas de innovación e ideas de negocios.

Estimación del impacto de la intervención

Por último, se midió el impacto de la intervención sobre la intención emprendedora a través de los modelos de diferencias en diferencias (DD) que constituyen una estrategia econométrica muy utilizada para analizar el impacto de un cambio sobre un sistema (Otero, 2008). En este tipo de modelos el cambio se expresa en la modificación de una situación previa sobre una variable de interés, es decir, puede expresarse como la medición de impacto de una variable discreta sobre una variable dependiente continua, constituyéndose la variable discreta en el cambio y la variable continua el resultado. La variable discreta tiene dos estados antes y después, y se le llama variable tratamiento.

Según Bernal y Peña (2011) existe un estimador de diferencias que calcula el impacto de estar expuesto a un programa como la diferencia en la variable de interés entre el antes y después de la implementación del programa solo para el grupo de tratamiento.

Por ello se planteó un modelo econométrico basado en las diferencias en diferencias (DD), como estrategia econométrica utilizada para analizar el impacto de un cambio sobre un sistema que permita evaluar el curso de emprendimiento de las carreras de las cuatro universidades objeto de estudio en el período marzo - agosto del 2019.

Según Otero (2008) para comprender este modelo de diferencias en diferencias se parte del caso más simple en el que solo existe un grupo de individuos al que se le somete a un tratamiento, entendiéndose que el grupo tendrá un conjunto de resultados antes del tratamiento y otros resultados después del tratamiento por cada individuo que participa.

Según Pomeranz (2011), este tipo de modelo se le conoce también como evaluación pre - post, tiene como grupo de comparación a los mismos participantes del programa y mide el impacto tomando la diferencia entre la situación anterior y la situación posterior a una intervención, midiendo el cambio experimentado en el tiempo entre estos dos estados, evolución natural que se le conoce con el nombre de tendencia secular. Sin embargo, se podrían presentar alteraciones que podrían afectar el resultado, pero que no tienen relación con el programa.

Suponiendo que analizamos a los individuos tratados antes y después de la aplicación del tratamiento y precisamos el indicador como una variable binaria igual a cero en el primer periodo antes de la aplicación del tratamiento, e igual a uno posterior a la aplicación del mismo (Bernal & Peña, 2011). El estimador sería:

$$T_i = (\bar{Y}_1 / D = 1) - (\bar{Y}_0 / D = 1)$$

Donde \bar{Y}_1 constituye el promedio de la variable de resultado del grupo de tratamiento en el periodo posterior a la aplicación del tratamiento ($T_i=1$) y \bar{Y}_0 es el promedio de la variable de resultado del grupo de tratamiento en el período anterior al tratamiento ($T_i=0$)

Este estimador expresado al método de regresión lineal se tiene,

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 T_{it} + u_{it}$$

Donde Y_i constituye el resultado analizado para el individuo i en el momento t , con $i= 1,2,\dots,n$; $t= 0, 1$ indicando 0 el momento de tiempo antes del tratamiento y 1 el momento después del tratamiento.

Al estar incluidos solamente los individuos de tratamiento, β_1 se constituye en el estimador de diferencias en el tiempo. Sin embargo, algunas variables de resultado podrían tener una tendencia natural en el tiempo, entonces β_1 confundirá esta tendencia con el resultado del tratamiento, constituyéndose en un supuesto muy fuerte.

En este caso, β_1 solo es un estimador insesgado del resultado del tratamiento si no existe una tendencia temporal en la variable de resultado. Por lo tanto, al incluir el tiempo, se puede controlar el efecto natural sobre la variable de interés, entonces β_1 mide la diferencia entre antes y después en la variable de interés para el tratamiento, por lo que se le conoce como estimador pre-post, constituyéndose en un estimador para evaluar programas generales en los casos en que no es posible utilizar grupos de control para realizar comparaciones o a su vez evaluar programas en curso, y que no es imprescindible contar con grupo de control.

Como ventajas de este modelo de diferencias en el tiempo o pre-post se puede mencionar que no requiere de información de individuos que no participan en el programa, además de que se podría disponer de información administrativa para un análisis retrospectivo.

Como desventajas, se podrían dar un cambio con el tiempo de muchos factores afectando el resultado; por lo tanto, este estimador no controla el resultado por efecto de la tendencia secular o de posibles alteraciones que no tengan relación con el programa.

Una vez analizada la diferencia de medias como aproximación a la evaluación del impacto de la cátedra de emprendimiento en las distintas universidades, se estimó el modelo de diferencias en diferencias. Dado que no existen tratados y no tratados, que implicaría estimar la variable objeto del estudio, considerando como variables independientes el tiempo, antes y después de la intervención y la interacción, es decir, tratados y no tratados multiplicado por el tiempo, en este caso, se emplearon como variables independientes el tiempo y la interacción que es el tratamiento por universidad multiplicado por el tiempo.

De esta forma, el tiempo (t) tomará el valor 1 luego de la intervención y el valor 0 antes de ella, mientras que la interacción será el producto del tiempo por el tipo de tratamiento (T); este tipo tomará el valor 1 si el tratamiento es de la ESPE-L, 2 si es de la UTC, 3 si es de la UTA y 4 si es de la ESPOCH, tal como se muestra en la siguiente ecuación:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 T_{it} + \beta_2 t_{it} + \beta_3 (T_{it} * t_{it}) + u_{it}$$

El impacto del tratamiento se medirá por el coeficiente β_3 , por lo cual, se esperaría en primer lugar que tenga el signo positivo, para indicar que el tratamiento mejoró la variable dependiente y que, además, sea significativo en la explicación de dicha variable.

Las estimaciones se realizaron para la dimensión de intención emprendedora, y de cada una de las demás dimensiones de actitud emprendedora, norma subjetiva, autoeficacia, valores, actividad empresarial, valoración social, capacidades especiales. Adicionalmente, se incorporaron la decisión de emprender, el deseo de emprender y el deseo de ser empresario.

Con relación a la intención emprendedora medida por el promedio de las valoraciones de las preguntas 100 a 104 del instrumento, no se evidencian impactos del tratamiento, como puede apreciarse en la tabla 11.

Tabla 11. Diferencia en diferencias para la intención emprendedora

Variable	Coficiente
Tratamiento	-0,0132 (0,0380)
Tiempo	-0,0605 (0,1535)
Interacción	0,0328 (0,0537)
Constante	4,2965 (0,1085) ***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Si bien el signo de la variable interacción es el esperado (positivo), no es significativa en la explicación de la intención emprendedora, por lo tanto, si bien mejora los resultados, no pueden ser explicados por el tratamiento.

Con relación a la dimensión de la actitud emprendedora con respecto a la creencia de la conducta medida por el promedio de las valoraciones de las preguntas 76 a 81 del instrumento, tampoco se evidencian impactos del tratamiento, tal como se aprecia en la tabla 12. Aunque el signo de la variable interacción es positivo, no es significativa en la explicación de la actitud emprendedora con respecto a su creencia de la conducta, evidenciándose que hay mejoramiento de los resultados, pero no pueden ser explicados por el tratamiento. Este comportamiento probablemente se deba a que la mayoría de los universitarios investigados hayan adquirido conocimientos que lo hacen dimensionar el riesgo de los negocios.

Tabla 12. Diferencia en diferencias para la actitud emprendedora, creencias

Variable	Coficiente
Tratamiento	0,0065 (0,0338)
Tiempo	-0,2050 (0,1367)
Interacción	0,0201 (0,0478)
Constante	4,9746 (0,0965) ***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

En relación a la dimensión actitud emprendedora en el contexto de las consecuencias medida por el promedio de las valoraciones de las preguntas 82 a 87 del instrumento, igualmente no muestran impactos del tratamiento, como se observa en la tabla 13.

Tabla 13. Diferencia en diferencias para la actitud emprendedora, evaluación consecuencias

Variable	Coficiente
Tratamiento	0,0031 (0,0332)
Tiempo	-0,2167 (0,1341)
Interacción	0,0439 (0,0470)
Constante	4,9562 (0,0954) ***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

El comportamiento es similar a la dimensión anterior, pues, aunque la variable interacción es positiva no es significativa en la explicación de la actitud emprendedora con respecto a la evaluación de la consecuencia de la conducta, alcanzando mejoramiento de los resultados pero que no pueden ser explicados por el tratamiento, justificándose probablemente porque los individuos podrían creer de diferente manera que si emprenden van a enfrentarse a mayores desafíos, situación en el que algunos quizá valoren positivamente y otros negativamente.

La dimensión normas subjetivas, respecto a sus creencias medida por el promedio de las valoraciones de las preguntas 94 a 96 del instrumento, no evidencia impactos del tratamiento, como muestra la tabla 14.

Tabla 14. Diferencia en diferencias para las normas subjetivas, creencias

Variable	Coefficiente
Tratamiento	0,0076 (0,0405)
Tiempo	-0,2693 (0,1637)
Interacción	0,0722 (0,0573)
Constante	4,7032 (0,1157) ***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Si bien el signo de la variable interacción es positivo, no pueden ser explicados por el tratamiento. Este comportamiento parecería indicar que su entorno familiar no estaría del todo de acuerdo en las decisiones de los estudiantes de ser emprendedores.

Complementariamente a la dimensión anterior, las normas subjetivas respecto a la valoración que tendrían los universitarios de sus familiares en

su intención emprendedora, medida por el promedio de las valoraciones de las preguntas 97 a 99 del instrumento, no evidencia tampoco impactos del tratamiento, como muestra la tabla 15

Tabla 15. Diferencia en diferencias para las normas subjetivas, motivación

Variable	Coficiente
Tratamiento	0,0394 (0,0422)
Tiempo	0,0835 (0,1705)
Interacción	-0,0403 (0,0597)
Constante	4,2151 (0,1205) ***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Por un lado, el signo de la variable interacción es negativo y por otro la explicación de la intención emprendedora no es significativa, por lo tanto, no puede ser explicado por el tratamiento. Este comportamiento, al mostrar un efecto inverso a la intención emprendedora podría explicarse por la influencia del entorno familiar para que los estudiantes no opten por buscar en la actividad empresarial una forma de reconocimiento social.

Con relación a la dimensión autoeficacia emprendedora medida por el promedio de las valoraciones de las preguntas 88 a 93 del instrumento, tampoco evidencia impactos del tratamiento, como se observa en la Tabla 16.

Tabla 16. Diferencia en diferencias para la autoeficacia

Variable	Coficiente
Tratamiento	-0,0367 (0,0351)

Tiempo	-0,1023 (0,1418)	
Interacción	0,0226 (0,0497)	
Constante	4,8219 (0,1003)	***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Si bien el signo de la variable interacción es el esperado (positivo), no es significativa en la explicación de la intención emprendedora, por lo tanto, si bien mejora los resultados, no pueden ser explicados por el tratamiento. Este comportamiento, podría deberse a que la formación recibida por los universitarios investigados en la cátedra de emprendimiento no les capacita plenamente para ser empresarios.

Con relación a la dimensión valores medida por el promedio de las valoraciones de las preguntas 35 a 75 del instrumento, si evidencia impactos del tratamiento, como se muestra en la tabla 16.

Tabla 16. Diferencia en diferencias para los valores

Variable	Coficiente	
Tratamiento	-0,0664 (0,0262)	**
Tiempo	-0,2025 (0,1058)	*
Interacción	0,0926 (0,0371)	**
Constante	4,5272 (0,0748)	***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Esta dimensión cumple tanto con el signo positivo esperado en la variable interacción, así como en la explicación significativa al 5% de los valores en la intención emprendedora de los universitarios, a través del tratamiento. Esto, podría explicarse porque la formación de los universitarios influye positivamente en la intención emprendedora enmarcado en los valores de igualdad de oportunidades para todos, respeto a los demás, respeto al medio ambiente, es decir la formación de un emprendedor estaría centrada en valores humanistas.

Con respecto a la dimensión actividad empresarial medida por el promedio de los valores de las preguntas 105 a 124 del instrumento, no evidencia impactos del tratamiento, como se muestra en la tabla 17.

Tabla 17. Diferencia en diferencias para la actividad empresarial

Variable	Coefficiente	
Tratamiento	-0,0992	***
	(0,0321)	
Tiempo	0,1064	
	(0,1291)	
Interacción	0,0485	
	(0,0453)	
Constante	3,9326	
	(0,0915)	***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Si bien el signo de la variable interacción es positivo, no es significativa en la explicación de la intención emprendedora, por lo tanto, si bien mejora los resultados, no pueden ser explicados por el tratamiento. Esta situación probablemente se explicaría porque la mayoría de los universitarios se sentirían desestimulados para emprender por la falta de fuentes de financiamiento en el país que permitan poner en marcha sus ideas de negocios empresariales.

La dimensión valoración social medida por el promedio de los valores 127 a 134 del instrumento, al contrario de las demás dimensiones, si evidencia impactos del tratamiento, como se muestra en la tabla 18.

Tabla 18. Diferencia en diferencias para la valoración social

Variable	Coeficiente	
Tratamiento	-0,1153	***
	(0,0389)	
Tiempo	0,0164	
	(0,1570)	
Interacción	0,0953	***
	(0,0550)	
Constante	3,8719	
	(0,1110)	***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Esta dimensión cumple tanto con el signo positivo esperado en la variable interacción, así como en la explicación significativa al 1% de la valoración social en la intención emprendedora de los universitarios, a través del tratamiento. Su comportamiento obedecería probablemente que las familias directas de los estudiantes valorarían la actividad empresarial por encima de otras y por tanto generaría mucha influencia en las intenciones emprendedoras de los estudiantes.

La dimensión capacidades específicas medida por el promedio de los valores de las preguntas 135 a 140 del instrumento, es otra de las que si evidencia impactos del tratamiento (tabla 19).

Tabla 19. Diferencia en diferencias para las capacidades especiales

Variable	Coefficiente
Tratamiento	-0,0588
	(0,0402)
Tiempo	-0,2993 *
	(0,1625)
Interacción	0,1105 *
	(0,0569)
Constante	4,6120
	(0,1148) ***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Esta dimensión del mismo modo que en el caso anterior cumple tanto con el signo positivo esperado en la variable interacción, así como en la explicación significativa al 10% de las capacidades específicas en la intención emprendedora de los universitarios, a través del tratamiento. La justificación de este comportamiento podría ser diversa dado que lo que les motivaría a los estudiantes a emprender serían los diversos atributos de los que disponen como el liderazgo y capacidad de comunicación, la creatividad y el establecimiento de relaciones y contactos profesionales.

Otras formas de medir intención emprendedora

Además de las dimensiones analizadas anteriormente, se incluyen 2 adicionales que tienen relación a la decisión de emprender, el deseo de emprender y el deseo de ser empresario. La dimensión de la decisión de emprender esta medida por los el promedio de los valores de las preguntas 108, 110 y 117, y no evidencia impactos del tratamiento.

Si bien el signo de la variable interacción es positivo, no es significativa en la explicación de la intención de emprender, pues, si bien mejora los

resultados, no pueden ser explicados por el tratamiento, por lo tanto, no habría decisión de los estudiantes de ser empresarios, ni hacer mayor cosa para crear y dirigir su propia empresa en el futuro.

Tabla 20. Diferencia en diferencias para la decisión de emprender (preguntas 108, 110 y 117)

Variable	Coficiente
Tratamiento	-0,0099 (0,0461)
Tiempo	-0,0898 (0,1861)
Interacción	0,0561 (0,0652)
Constante	4,2962 (0,1316) ***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

La dimensión deseo de emprender muestra similares comportamientos en relación a la decisión de emprender. Está medido por el valor promedio de la pregunta 30 y tampoco evidencia impactos del tratamiento.

Presenta signo positivo de la variable interacción, sin embargo, no es significativo en la explicación de la intención emprendedora, pues, aunque mejoran los resultados, no pueden ser explicados por el tratamiento, por lo tanto, no habría el menor deseo de emprender de los estudiantes universitarios o crear su propia empresa.

Tabla 21. Diferencia en diferencias para el deseo de emprender (pregunta 30)

Variable	Coeficiente	
Tratamiento	0,0947	**
	(0,0473)	
Tiempo	-0,2748	
	(0,1909)	
Interacción	0,0323	
	(0,0669)	
Constante	4,7724	
	(0,1349)	***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Contrario a las dos dimensiones anteriores, el deseo de ser empresario que esta medido por el promedio de valores de la pregunta 126, si evidencia impactos del tratamiento, como se observa en la tabla 21.

Tabla 21. Diferencia en diferencias para el deseo de ser empresario (pregunta 126)

Variable	Coeficiente	
Tratamiento	-0,0673	
	(0,0531)	
Tiempo	-0,5207	**
	(0,2143)	
Interacción	0,1637	**
	(0,0751)	
Constante	4,7984	
	(0,1515)	***

Nota: Significativo al: 1% (***), 5% (**), 10% (*)

Los valores entre paréntesis representan los errores estándar

Cumple tanto con el signo positivo esperado en la variable interacción, así como en la explicación significativa al 5% en la intención emprendedora de los universitarios, a través del tratamiento. Sin duda, el deseo de ser empresario en la mayoría de los estudiantes investigados es latente como una alternativa para obtener recursos económicos de forma independiente, sin embargo, como se analizó en las dos dimensiones anteriores luego del tratamiento no hay todavía ni el interés ni la decisión de emprender.

A la luz de los resultados se pudo determinar que la educación en emprendimiento no afecta ni a la autoeficacia, ni la norma social ni a la actitud, sino son otras dimensiones las que impactan a la intención emprendedora como son los valores, la valoración social y las capacidades específicas.

La evidencia empírica encontrada no permite comprobar la validez del modelo propuesto, en el sentido, que no son estas dimensiones las que son significativas en la explicación de la intención emprendedora en ninguna de las formas de medición que se propusieron.

Adicionalmente, los resultados no permiten confirmar la hipótesis planteada, es decir, que la formación en emprendimiento contribuye en la intención emprendedora de los estudiantes de las distintas carreras de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Universidad Técnica de Ambato, Escuela Superior Politécnica del Ejército Extensión Latacunga y Escuela Superior Politécnica del Chimborazo para la cohorte o en el período Marzo – Agosto del 2019; dado que son dimensiones exógenas como la valoración personal, valoración social y capacidades específicas las que impactan positivamente la intención emprendedora de los estudiantes universitarios investigados.

De tal manera, que los resultados obtenidos validan el modelo propuesto por Liñán (2008), en el cual trata de demostrar que la valoración social y las habilidades personales percibidas inciden significativamente en la intención emprendedora sea directamente o a través de factores motivacionales (atracción personal, control sobre el comportamiento percibido y la norma subjetiva).

Con estos resultados alcanzados se puede precisar que la intención emprendedora de los estudiantes que han recibido en el periodo académico marzo – agosto del 2019 la cátedra relacionada con el Emprendimiento

e Innovación en las cuatro universidades de estudio, no pareciera tener impacto en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios a través de la autoeficacia, ni la norma social ni a la actitud emprendedora.

REFERENCIAS

- Aden International Bussines School. (2017, 18 de mayo). Ranking ADEN de competitividad para América Latina. *Blog Business-magazine*. <https://www.aden.org/business-magazine/clima-negocios-la-region-ranking-aden-competitividad-america-latina-2017/>
- Agencia de Promoción Económica Conquito (sf). Programa de Desarrollo Empresarial e Innovación. Consultado 18 de febrero del 2019. <http://www.conquito.org.ec/>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50 (2), 179 – 211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (2000). Attitudes and the attitude-behavior relation: Reasoned and automatic processes. *European Review of Social Psychology*. 11, 1-33. <https://doi.org/10.1080/14792779943000116>
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual review of psychology*, 52 (1), 27 - 58. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.27>
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (2005). *The influence of attitudes on behavior. The handbook of attitudes*. Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers. (173 – 221)
- Alcarraz, R. (2004) *Efectividad del Curso de Emprendedores, en el desarrollo del perfil emprendedor del alumno*. Monterrey, México.
- Alcover de la Hera, C., Moriano, J., Osca, A. & Topa, G. (2012). *Psicología del Trabajo*. Primera Edición.
- Alianza para el Emprendimiento e Innovación. (s.f.). *Quienes somos*. AEI. Consultado el 20 de febrero del 2019. <http://www.aei.ec/quienes-somos/>

- Almeida J., & Borges, M. (2009). Propensity for entrepreneurship among university students. *The Business Review*, 12 (1), 308 -317.
- Alonso, P. (2012). *La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España, Un enfoque de género*. [Tesis doctoral; Universidad de Cantabria de España.] Repositorio institucional [mhttp://hdl.handle.net/10902/1240](http://hdl.handle.net/10902/1240)
- Alvarado, O., & Rivera, W. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración*. 27 (45), 61 – 74. <https://doi.org/10.25100/cdea.v27i45>
- Alvarez, S. & Barney, J. (2006). *Descubrimiento y creación: Teorías alternativas de la acción empresarial*. Documento de trabajo de la Facultad de negocios de Fisher No. 2006-01-005. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=900200.0
- Arboleda, M. (2014). Emprendimiento y Tecnología, una oportunidad de vida para la mujer colombiana. *Revista de Economía & Administración. Universidad Autónoma de Occidente*. 11 (2), 20 - 29. <https://www.uao.edu.co/investigacion/revistas-academicas/reya/numeros-anteriores>.
- Arteaga, M. y Lasio V. (2011). *Educación en emprendimiento en la Universidad ecuatoriana: Estado y oportunidades de mejora*. Espae Graduate School of Management de la ESPOL.
- Ayala, E., Llanos, M. Flores, M. & Muñoz, C. (2016). Estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios: caso práctico Ingeniería Civil Industrial, Universidad Arturo Prat. *Dialnet*, 6(1), 48-62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5608579>
- Baco, M. (2015). Atributos del emprendedor. Silex. Madrid.
- Bandura, A., & Cervone, D. (1986). Differential engagement of self reactive influences in cognitive motivation. *Organizational Behavior and Decision Processes*, 38 (1), 92 – 113.

- Bernal, R. & Peña, X. (2011). *Guía Práctica para la Evaluación de Impacto*. Primera Edición.
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13 (3), 442 – 453.
- Boyd, N. & Vozikis, G. (1994). The influence of Self-Efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18 (4), 63-77. <https://doi.org/10.1177%2F104225879401800404>
- Brandstatter, H. (1997). Becoming an entrepreneur – A question of personality structure?. *Journal of Economic Psychology*, 18 (2-3), 157 – 177.
- Camino, R., Aguilar, A. (2017). Emprendimiento e innovación en Ecuador, análisis de ecosistemas empresariales para la consolidación de pequeñas y medianas empresas. *Revista INNOVA Research Journal* 2017, 2 (9.1), 73 – 87.
- Cantillón, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en general* (H. Higgs, Ed. and transT. London: Macmillan, 1931.
- Caro, F., Sánchez, I., & Romero, H. (2016). *Impacto de la formación en emprendimiento en estudiantes sin formación empresarial*. VII Jornada de Innovación e Investigación Docente 2016. Pag. 22-34. <http://hdl.handle.net/11441/43279>
- Chattopadhyay, R. & Ghosh, A. (2008) Entrepreneurial intention model based quantitative approach to estimate entrepreneurial success. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business and Entrepreneurship*. 21 (1), 1 - 21.
- Cervecería Nacional. (sf). Programa Siembra Futuro. Consultado el 22 de febrero del 2019. <https://www.cervecerianacional.ec/>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2010). Registro Oficial Suplemento No. 351.

- Constitución de la República del Ecuador (2008). Registro oficial No. 449 del 20 de octubre del 2008.
- Cornelius, B., Landstrom, H., & Pearson, O. (2006). Entrepreneurial studies: The dynamic research front of a developing social science. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (3), 375 – 398.
- Corporación Financiera Nacional. (2016). Programa Progresar. Consultado 22 de febrero del 2019. <https://www.cfn.fin.ec/>
- De Souza Silva, J. (2007). El Emprendimiento Social en el cambio de época. *Worlds & Knowledges Otherwise*. 2 (1), 1 – 16.
- Díaz, C., Sáez, F., & Jiménez, J. (2015). Evaluación del impacto del programa educativo "Emprendedores" en la intención emprendedora de los participantes. *Revista RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*. 12 (3), 17-31. <http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v12i3.2146>
- Entrialgo, M., Fernández, E., & Vásquez, C. (1999). Las características del propietario / directivo de la PYME como factores determinantes de su comportamiento emprendedor. *Boletín de estudios económicos*, 54 (168), 405–424. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4820>
- Espí, M., Arana, G., Heras, I., & Diaz, A. (2007). Perfil emprendedor del alumnado universitario del Campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*. 14, 83-110.
- Espíritu, R. & Sastre, M. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*. 17, 95-116.
- Fayolle, A. (2004). *Entrepreneuriat: Apprendre á entreprendre*, Dunod.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53 (1), 75 -93. doi: 10.1111/jsbm.12065

- Filion, L. (1998). From entrepreneurship to enterpenology. The emergence of a new discipline. *Journal of Enterprising Culture*, 6 (1), 1-23. <https://doi.org/10.1142/S0218495898000023>
- Flores, M. & Palao, J. (2013). Evaluación del impacto de la educación superior en la iniciativa emprendedora. *Revista Historia y Comunicación Social*. Vol. 18 No. Especial (2013). 377-386. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44256
- Fundacion Crisfe. (sf). Programas de Emprendimiento. Consultado 25 de febrero del 2019. <https://www.crisfe.org/>
- Galleguillos, C., Escobar, B., & Hurtado, R. (2018). Predictores de la intención emprendedora en alumnos de pregrado: Un modelo basado en ecuaciones estructurales. *Formación universitaria*. 12(1), 83-94. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062019000100083>
- Gerber, M. (1997). El mito del emprendedor: porque no funcionan las pequeñas empresas y que hacer para que funcionen. *Editorial Paidós*
- Gertler, P., Martínez, S., Premand, P., Rawlings, L. & Vermeersch, C. (2017). *La evaluación de impacto en la práctica*. BID. Segunda Edición. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-evaluaci%C3%B3n-de-impacto-en-la-pr%C3%A1ctica-Segunda-edici%C3%B3n.pdf>
- González, M., Pérez, M., & Rodríguez, L. (2017). Efecto de los programas de Educación en emprendimiento sobre la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *Revista Economía Industrial*. 404, 93 - 103. <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/Revistactitud-emprendedora-creenciaonomiaIndustrial/404/GONZALEZ,%20P%C3%89REZ%20Y%20RODR%C3%8DQUEZ.pdf>
- Gorman, G., Hanlon, D. & King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: A ten year Literature Review. *International small business journal*. 15 (3), 56-78. <https://>

scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S0718-5006202000020006300010&lng=en

- Granda, L (2013, 10 de noviembre). *Instituciones que financian el emprendimiento en Ecuador*. [Presentación de diapositivas] Slideshare. <https://es.slideshare.net/LeonardoGranda/instituciones-que-finacion-el-emprendimiento-en-ecuador>
- Guerrero, M., Liñán, F., Toledano, N. & Urbano, D. (2009). Entrepreneurial universities and regional development: A Spanish case study. *Nova Science Publishers*, 589-606. http://www.novapublishers.org/catalog/product_info.php?products_id=15625
- Haase, H. & Lautenschlager. (2011). The Teachability Dilemma of entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 145–162. Doi: 10.1007/s11365-010-0150-3
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, (2018, Junio). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)*. Consultado 12 de Enero del 2019 https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2018/Junio-2018/201806_Pobreza.pdf
- Jo, H. & Lee, (1996). The relationship between an entrepreneur's background and performance in new venture. *Technovation*. 6(4), 161-171. [https://doi.org/10.1016/0166-4972\(96\)89124-3](https://doi.org/10.1016/0166-4972(96)89124-3)
- Katz, J. (1992). A psychosocial cognitive model of employment status choice. *Sage Journals. Entrepreneurship: Theory & Practice* 17 (1), 29 – 37. <https://doi.org/10.1177%2F104225879201700104>
- Koellinger, P., Minniti, M., & Schade, C. (2007). I think I can, I think I can. Overconfidence and entrepreneurial behavior. *Journal of Economic Psychology*, 28 (4), 502-527. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2006.11.002>
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18 (1), 5-2. <https://doi.org/10.1177/104225879301800101>

- Krueger, N., & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Sage Journals. Entrepreneurship Theory & Practice*, 18 (3), 91-104 <https://doi.org/10.1177%2F104225879401800307>
- Krueger, N. (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship. Theory and practice*, 24 (3), 5-23. <https://go.gale.com/ps/anonymous?id=GALE%7CA63669990&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=10422587&p=AONE&sw=w>
- Kuratko, D. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*. 29 (5), 577-597. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S0718-5006202000020006300016&lng=en
- Lascano, L., Lascano, M., & Santiago, N. (2017). El modelo de emprendimiento universitario y el entorno empresarial en la zona tres de la República de Ecuador. *Revista Publicando*, 4 No.12 (1), 703-727. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/741>
- Larroulet, C. & Ramírez, M. (2007). Emprendimiento: Factor clave para la nueva etapa de Chile. *Estudios públicos*. No. 108, 93-16. https://www.researchgate.net/publication/28215829_Emprendimiento_factor_clave_para_la_nueva_etapa_de_Chile
- Lasio, V., Ordeñana, X., Caicedo, G., Samaniego, A. & Izquierdo, E. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador - 2016*. Guayaquil. ESPAE - ESPOL.
- Liñán, F. (2004). Intention based models of entrepreneurship education. *Piccola impresa. Small Business*. 3 (11), 11 – 35. https://scholar.google.com/citations?user=oNUXi0UAAAAJ&hl=en#d=gs_md_citad&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Den%26user%3DoNUXi0UAAAAJ%26citation_for_view%3DoNUXi0UAAAAJ%3Ad1gkVvhDpl0C%26tzom%3D300
- Liñán, F. (2008). Skill and value perceptions: ¿how do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4 (3), 257–272.

- Liñán, F. & Chen, Y. (2009). Development and Cross – Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33 (3), 593-617. url: <http://institucional.us.es/vie/documentos/resultados/LinanChen2009.pdf>
- Liñán, F., Rodríguez, J., & Rueda, J. (2011). *Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education*. *International Entrepreneurship management Journal*, 7 (2), 195 – 218. DO- 10.1007/s11365-010-0154-z
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2011, 10 de mayo). Registro Oficial 444 Distrito Metropolitano de Quito.
- Ley Orgánica de Educación Superior (2010, 12 de octubre). Registro Oficial Suplemento 298. Distrito Metropolitano de Quito.
- Lupiañez, L., Priede, T., & López Cozar, C. (2014). El emprendimiento como motor del crecimiento económico. *Boletín Económico de ICE* No. 3048. 55 – 63.
- Maluk, O. (2014). Variables explicativas de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y la importancia de la materia Emprendimiento como un factor. *Revista Compendium*. 1(1), 62–85. <http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/compendium/article/view/8>
- McClelland, D. (1961). *The achieving society*. A free press paperback.
- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (2010). *Programa Emprende Ecuador*. Consultado 23 de febrero del 2019. <https://ec.linkedin.com/in/emprende-ecuador-5a307522>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2014). *Proyecto de Inversión y de Cooperación Externa no Reembolsable Programa Emprendamos Non Projet. Cooperación Internacional Japonesa*. Consultado 22 de febrero del 2019. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/07/Proyecto-Reembolsable-Programa-Emprendamos-NON-PROJECT.pdf>

- Ministerio de Industrias y Productividad. (sf). *Proyecto Integral para el Fomento Productivo para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (FONDEPYME)*. Consultado 20 de febrero del 2019. <https://es.scribd.com/document/252251607/Fondepyme-Informacion>
- Moriano, J., & Palací, F. (2005). Un estudio transcultural sobre las características psicológicas y sociales de los emprendedores en España, Republica Checa y Bulgaria. 58, (4), 453-472. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1464943>
- Moriano, J., Palací, F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del trabajo y de las organizaciones*. 22 (1), 75 -99.
- Muñoz, K. (2018). *Comportamiento de la creación y consolidación del emprendimiento en la Universidad Central del Ecuador*. [Tesis doctoral para optar el título de Doctor en Educación. Universidad Católica Andrés Bello].
- Olmedo, P. (2018). *El empleo en el Ecuador – Una mirada a la situación y perspectivas para el mercado laboral actual*. Friedrich Ebert Stiftung Ecuador. Ildis. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/14525.pdf>
- Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skill and innovation. *En European Economic Review*. 54, 442-454. <http://www.economists.nl/files/20100506-oosterbeekVanpraagIjsselstein2010.pdf>
- Otero, J (2008). Problemas econométricos de los modelos de diferencias en diferencias. *Estudios de Economía Aplicada*. 26 (1). 363-384. url: https://econpapers.repec.org/RePEc:lrk:eeart:26_1_15
- Oxenfeldt, K. (1943). *New firms and free enterprise*. American Council on Public Affairs, Washintong. <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015048502259&view=1up&seq=7>
- Padilla, L, & Bolívar, M. (2008). *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes de la carrera de Administración de*

Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y Estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado. [Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas. Pontificia Universidad Javeriana de Colombia]. Repositorio institucional: <https://repository.javeriana.edu.co/discover>

Páez, D., & García, J. (2011). Acercamiento a las características del universitario emprendedor en la unidad de emprendimiento empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 71, 52 – 69.

Pomeranz, D. (2011). *Métodos de Evaluación*. Harvard Business School.

Ramos, F., Osorio, L. (2012). Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. 75, 129-151. https://base.socioeco.org/docs/_pdf_174_17425798008.pdf.

Rauch, A., & Hulsin, W. (2015). Putting entrepreneurship education where the intention to act lies: an investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behaviour. *Academy of Management Learning & Education*, 14 (2), 187 – 204.

Regalado, J. (2017). *Análisis del perfil emprendedor universitario como una herramienta para la formación integral en los estudiantes de la Universidad de las Américas UDLA y la Escuela Politécnica Nacional EPN.* [Trabajo de titulación para optar el título de Ingeniero en Administración de Empresas. Universidad Técnica Particular de Loja]

Robbins, S. (1999). *Comportamiento organizacional*. Prentice Hall. 8va. Edición.

Robinson, P. & Sexton, E. (1994). The effect of education and experience on self -employment success. *Journal of Business Venturing, Elsevier*. 9 (2), 141-156. <https://ideas.repec.org/a/eee/jbvent/v9y1994i2p141-156.html>

- Rodríguez, F. (2015). *Estudio de la Intención Emprendedora en el ámbito científico público. El caso de las Ciencias de la Vida en España*. [Tesis Doctoral. Universidad Politécnica de Valencia].
- Rovayo, G. (2009). El emprendimiento y la educación no siempre van en la misma dirección. *Revista Polemika de la Universidad San Francisco de Quito*. 1(2), 96-103 <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/329>
- Rueda,S., Moriano, J. & Liñan, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. *In Developing, shaping and growing entrepreneurship*. Edward Elgar, Editors. 60-78. DO- 10.4337/9781784713584.00010
- Sahinidis, A. Giovanis, A. & Sdrolas, L. (2012). The role of gender on entrepreneurial intention among students: An empirical test of the Theory of Planned Behaviour in a Greek University. *International Journal on Integrated Information Management*. 1 (1), 61-79. https://www.researchgate.net/publication/257616695_THE_ROLE_OF_GENDER_ON_ENTREPRENEURIAL_INTENTION_AMONG_STUDENTS_AN_EMPIRICAL_TEST_OF_THE_THEORY_OF_PLANNED_BEHAVIOR_IN_A_GREEK_UNIVERSITY
- Salinas, F. & Osorio, L. (2012). Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIREC-España*. (75), 129-151.
- Samaniego, F. (2014). Análisis y perspectiva del emprendimiento empresarial ecuatoriano en el contexto de la política económica del buen vivir". *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Número 201, 2014. <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2014/emprendedores.html>.
- Sanabria, P., Morales, M. & Ortiz, C. (2015). Interacción Universidad y Entorno: Marco para el Emprendimiento. *Revista Educación y Educadores. Universidad de la Sabana*. 18(1), 111-134. <http://dx.doi.org/10.5294/edu.2015.18.1.7>.

- Sánchez, I. & Pérez, M. (2019). El impacto de la Educación en la intención emprendedora de los estudiantes del grado de Economía. *Revista de estudios empresariales*. Segunda época. Vol. 1. 22 -40. <https://dx.doi.org/10.17561/ree.v2019n1.2>
- Sánchez, D. (2012). *Análisis del emprendedor y del emprendimiento de éxito en el Ecuador para incentivar la creación de una red de Inversionistas Ángeles en Quito*. [Trabajo de grado para optar al título de Licenciado Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales. Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio institucional: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/5380>
- Say. (1821). *Tratado de Economía Política o exposición sencilla del modo con se forman, se distribuyen y se consumen las riquezas*. Cuarta Edición. Tomo I. Primera Editorial Imprenta de D. Fermín Villalpando. http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/tratado-de-economia-politica-o-exposicion-sencilla-del-modo-con-que-se-forman-se-distribuyen-y-se-consumen-las-riquezas-tomo-primero--0/html/fefc7808-82b1-11df-acc7-002185ce6064_29.html
- Scott, M., Twomey, D. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: Students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, Vol. 26 (4). 5 -13. <https://www.questia.com/library/journal/1G1-6942808/the-long-term-supply-of-entrepreneurs-students-career>
- Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (2019). *Proyecto Banco de Ideas*. Consultado 15 de febrero del 2019. <http://www.bancodeideas.gob.ec/proyecto/index>
- Secretaría Nacional de Migraciones de Ecuador (sf). Fondo Concursable El Cucayo. Consultado 17 de febrero del 2019. <https://media.ifrc.org/global-review-on-migration/es/smart-practice/fondo-concursable-el-cucayo-ecuador/>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (sf). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013*. Consultado 20 de enero del 2019. <https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-para-el-buen-vivir-2009-2013/>

- Sepulveda, P. & Zapata, N. (2019). Influencia de cursos de emprendimiento en la intención y acción de emprender en estudiantes de maestría. *Revista Espacios*. Vol.40 (19), 2. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n19/19401902.html>
- Sexton, D. & Bowman, N. (1985). The entrepreneur. A capable executive and more. *Journal of Business Venturing*, 1 (1), 129 – 140. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(85\)90012-6](https://doi.org/10.1016/0883-9026(85)90012-6)
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. Print Edition. <https://ssrn.com/abstract=1496200>
- Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. 72-90. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall <https://ssrn.com/abstract=1497759>.
- Shapero, A. & Sokol, L. (2002). Some social dimensions of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Critical perspectives in business and management*. Londres, Reino Unido: Routledge.
- Sondari, M. (2014). Is entrepreneurship education really needed? Examining the antecedent of entrepreneurial career intention. *Social and Behavioral Sciences*. 115, 44-53. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.414>
- Torres, R. & Lopez, E. *Desarrollo y Empleo en América Latina y el Caribe: una mirada hacia el futuro*. Documento preparado por el Departamento de Investigaciones de la OIT para la 18a Reunión Regional Iberoamericana.
- Usman, B. (2019). Understanding the entrepreneurial intention among international students in Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*. Vol. 9 (1), 1-21. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0136-0>
- Uzcátegui, C., Pérez, M. & Solano, X. (2017, febrero). *Competitividad en Ecuador: Análisis general y sectorial*. [Ponencia]. II Congreso Internacional Virtual sobre desafíos de las empresas del siglo XXI.

url: <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/empresas/14-competitividad-en-ecuador.pdf>

- Valenzuela, F. (2012). *Diseño de Evaluación de impacto para programas de emprendimiento escolar en Chile*. [Seminario para optar el título de Ingeniero Comercial, mención Economía. Universidad de Chile].
- Vallmitjana, N. (2014). *La actividad emprendedora de los graduados IQS*. [Tesis Doctoral para optar el título de Doctor en gestión Empresarial Universitat Ramon Llull de Barcelona. España]. Repositorio institucional: <https://www.tdx.cat/handle/10803/145034>
- Vásquez, C. (2016). Educación para el emprendimiento en la Universidad. *Revista Internacional de Administración: Estudios de la Gestión*. 2, 121- 147.
- Veciana, J. (1989). Características del Empresario en España. Papeles de Economía Española. No. 39-40. 19 – 36. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=64592>
- Veciana, J. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 8, No. 3, 11 – 36. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=497564>
- Vélez, C., Bustamante, M., Loor, B. & Afcha, S. (2020) La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Revista Formación Universitaria*. Vol. 13 (2), 63 – 72. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000200063>
- Vicepresidencia de la República del Ecuador (2019). Programa. Ecuador Innova. Consultado el 12 de enero del 2019. <https://www.vicepresidencia.gob.ec/ecuador-innova/>
- Wu, S. & Wu, L. (2008). *The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 15 (4), 752-774. <https://www.>

researchgate.net/publication/235281226_The_Impact_of_Higher_Education_on_Entrepreneurial_Intentions_of_University_Students_in_China

Yarce, J. (2013, diciembre 27). *Aprender a emprender*. [Conferencia]. <https://degerencia.com/articulo/aprender-a-emprender/>

Yusuf, A. (1995). Critical success factors for small business: Perceptions of Pacific entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*. 23(2), 68-73

Zamora, C. (2018). *La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador*. *Revista Espacios*. 39(7), 15.

Zimmerman, J. (2008). *Refining the definition of entrepreneurship*. [Tesis Doctoral. Pepperdine University no publicada].

INSTRUMENTO DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

OBJETIVO

El presente instrumento tiene como propósito caracterizar la intención emprendedora de los estudiantes que cursan asignaturas vinculadas a innovación y emprendimiento en diversas universidades. Forma parte de un estudio doctoral que pretende medir el impacto de este tipo de asignaturas en el perfil y la intención emprendedora.

LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA SERÁ DE CARÁCTER CONFIDENCIAL POR LO QUE SE REQUIERE QUE SEA COMPLETADA EN SU TOTALIDAD, SIN DEJAR CAMPOS VACÍOS

I. DATOS GENERALES (Marque con una "X" o complete según el caso)

1. IDENTIFICACIÓN (CÉDULA / PASAPORTE)

2. AÑO DE NACIMIENTO

3. GÉNERO M F

4. ESTADO CIVIL:

SOLTERO CASADO VIUDO DIVORCIADO UNIÓN LIBRE

5. ZONA DE RESIDENCIA RURAL URBANA

6. UNIVERSIDAD EN QUE ESTUDIA ACTUALMENTE

Universidad Técnica de Cotopaxi

Escuela Superior Politécnica del Chimborazo

Universidad Técnica de Ambato

ESPE Extensión Latacunga

7. ¿CUÁL ES EL ÁREA DE CONOCIMIENTO QUE ESTUDIA?

Ingenierías

Ciencias Administrativas

Ciencias Sociales

Ciencias Económicas

Ciencias Humanas y Educación

Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

OTRAS

8. **¿EN QUÉ CURSO ESTÁ MATRICULADO (En caso de varios colocar el superior número)?**
9. **¿CUÁL ES LA PROVINCIA DONDE RESIDE?**
10. **¿TUVO QUE CAMBIAR DE PROVINCIA PARA ESTUDIAR? SI No**

II. CONDICIONES FAMILIARES (Marque con una "X" o complete

según el caso)

11. **¿CUÁL ES EL NIVEL DE ESTUDIOS DEL PADRE?**

Analfabeta Básica Bachillerato Universitario Posgrado

No sabe

12. **¿CUÁL ES EL NIVEL DE ESTUDIOS DE LA MADRE?**

Analfabeta Básica Bachillerato Universitario Posgrado

No sabe

13. **¿EN SU FAMILIA HA EXISTIDO EXPERIENCIA EMPRENDEDORA EN NEGOCIO YA CERRADOS? SI NO**

14. **¿EN SU FAMILIA EXISTE EN LA ACTUALIDAD ALGÚN EMPRENDIMIENTO? SI NO**

EN CASO AFIRMATIVO RESPONDER LAS PREGUNTAS 15 a 18. SI SU RESPUESTA ES NEGATIVA PASAR A LA SECCIÓN III.

15. ¿QUIÉNES POSEEN EL EMPRENDIMIENTO?

Padre Madre Ambos Tíos / Tías Hermanos
Pareja Varios familiares

16. ¿CUÁNTOS AÑOS TIENE EL EMPRENDIMIENTO?

Menos de 1 año De 1 año a 2 años
De 2 a 3.5 años Más de 3.5 años

17. ¿EL EMPRENDIMIENTO ESTÁ LEGALMENTE CONSTITUÍDO?

Si No

18. ¿EN QUÉ SECTOR SE ENCUENTRA EL EMPRENDIMIENTO?

Agropecuario Servicios Comercio
Manufactura, industria Construcción Transporte

III. CONDICIONES LABORALES DEL ESTUDIANTE (Marque con

una "X" complete según el caso)

19. ¿ALGUNA VEZ HA TENIDO INTENCIÓN DE TENER UN EMPRENDIMIENTO?

Si No

20. ¿TRABAJA ACTUALMENTE? Si No

21. ¿CUENTA CON UN EMPRENDIMIENTO PROPIO? Si No

EN CASO AFIRMATIVO RESPONDER LAS PREGUNTAS 22 a 26. SI SU RESPUESTA ES NEGATIVA PASAR A LA SECCIÓN IV

**22. ¿EL EMPRENDIMIENTO ESTÁ LEGALMENTE CONSTITUÍDO? Si
No**

23. ¿EN QUÉ SECTOR SE ENCUENTRA EL EMPRENDIMIENTO?

Agropecuario	Servicios	Comercio
Manufactura, industria	Construcción	Transporte

24. ¿CUÁNTOS AÑOS TIENE EL EMPRENDIMIENTO?

Menos de 1 año	De 1 año a 2 años
De 2 a 3.5 años	Más de 3.5 años

25. ¿CUÁNTOS TRABAJADORES TIENE SU EMPRENDIMIENTO?

26. ¿TUVO ALGÚN EMPRENDIMIENTO ANTERIOR?

Si No

IV. APACITACIÓN EN EMPRENDIMIENTO (Marque con una "X" o complete según el caso)

27. ¿HA RECIBIDO CURSOS DE CAPACITACIÓN EN EMPRENDIMIENTO O INNOVACIÓN?

Si No

EN CASO AFIRMATIVO, COMPLETE LA SIGUIENTE PREGUNTA. SI SU RESPUESTA ES NEGATIVA PASAR A LA PREGUNTA 29

**28. ¿LA CAPACITACIÓN HA SIDO RECIBIDA EN LA UNIVERSIDAD? Si
No**

29. ¿HA SIDO ASESORADO POR DE UNA INCUBADORA DE EMPRESAS O CENTRO DE EMPRENDIMIENTOS? Si No

V. SEÑALE SU GRADO DE INTERÉS CON CADA UNA DE LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES (MARQUE CON UNA "X")

Nada Moderado Interesado

	0	1	2	3	4	5	6
30. Crear su propia empresa (ser emprendedor)							
31. Desarrollar su carrera profesional en una empresa privada							
32. Desarrollar su carrera profesional en una empresa pública							
33. Trabajar en una organización sin fines de lucro (ONG)							
34. Trabajar en un emprendimiento familiar							

VI. SEÑALE SU GRADO DE SEMEJANZA O PARECIDO CON LA PERSONA DESCRITA.

¿CUÁNTO SE PARECE LA PERSONA DESCRITA A MI? (MARQUE CON UNA "X")

	No se parece en nada	No se parece	Se parece un poco	Se parece en algo	Se parece	Se parece mucho	Se parece totalmente
	0	1	2	3	4	5	6
35. Tener ideas innovadoras y ser creativo es muy importante. Le gusta hacer las cosas de forma propia y original.							
36. Para él / ella es importante ser Rico. Quiere tener mucho dinero y cosas caras.							
37. Piensa que es importante que todas las personas del mundo sean tratadas con igualdad. Crees que todos deberían tener las mismas oportunidades en la vida.							
38. Para él / ella es muy importante mostrar sus capacidades. Le gusta tener gente que admira lo que hace.							

39. Le gusta vivir en lugares seguros. Evita cualquier cosa que pueda poner en peligro su seguridad							
40. Él / ella piensa que es importante hacer cosas diferentes en la vida. Busca siempre experimentar cosas nuevas							
41. Crees que la gente debe hacer lo que les dicen. Crees que las personas deben seguir las reglas todo el tiempo incluso no siendo observadas.							
42. Considera importante escuchar a las personas que son diferentes de él/ ella. Incluso cuando está en desacuerdo intenta entenderlas							
43. Él / ella piensa que es importante no pedir más de lo que tiene. Cree que las personas deben estar satisfechas con lo que tienen							
44. Busca alguna oportunidad para divertirte. Para él / ella es importante hacer cosas que le gustan.							
45. Para él / ella es importante tomar decisiones de lo que hace. Le gusta planear y elegir por sí mismo sus actividades.							
46. Considera muy importante ayudar a las personas que están a su alrededor. Se preocupa por su bienestar.							
47. Para él / ella es importante ser una persona muy bonita. Le gusta e impresiona a los demás.							
48. Es muy importante para él / ella la seguridad en su país. Piensa que el estado debe mantenerse atento a las amenazas internas y externas.							

49. Le gusta el riesgo. Anda siempre en busca de aventuras							
50. Es importante para él / ella tener un comportamiento adecuado. Se busca evitar cualquier cosa que la gente juzgue incorrecta.							
51. Para él / ella es importante mandar y decir a los demás lo que deben hacer. Quiere que las personas hagan lo que les diga.							
52. Para él / ella es importante ser leal a sus amigos: Se entrega totalmente a las personas que le son cercanas							
53. Cree firmemente que las personas deben proteger la naturaleza. Considera importante cuidar el medio ambiente							
54. Las creencias religiosas son importantes para él / ella. Intenta con convicción hacer lo que la religión manda.							
55. Considera importante que las cosas estén ordenadas y limpias. No le gusta nada que las cosas estén desordenadas.							
56. Es importante interesarse por las cosas: es curioso e intenta percibir de todo							
57. Cree que todas las personas de la tierra deberían vivir en armonía. Para él / ella es importante promover la paz entre todos los grupos del mundo							
58. Piensa que es importante ser ambicioso / a: Desea mostrar sus capacidades.							
59. Cree que es mejor hacer las cosas de forma tradicional. Es importante para él / ella conservar las costumbres que aprendió.							

60. Disfrutar de los placeres de la vida es importante: Agradece que se mime a sí mismo.							
61. Es importante para él / ella estar atento a las necesidades de los demás. Intenta apoyar a las personas que conoce.							
62. Cree que es importante respetar siempre a su padre, a su madre y a las personas de edad. Para él / ella es importante ser obediente.							
63. Quiere que todos sean tratados con justicia, incluso las personas que no conoce. Lo importante es proteger a los más débiles							
64. Le gusta las sorpresas. Tener una vida llena de emociones es importante para él / ella.							
65. Tiene mucho cuidado para no enfermarse. Para él / ella es muy importante materializarse sano.							
66. Tener éxito en la vida es importante para él / ella. Se esfuerza por ser mejor que los demás.							
67. Para él / ella es importante perdonar a las personas que le lastiman. Se trata de ver el lado bueno de ellos y no guardar rencor.							
68. Es importante para él / ella ser independiente. Le gusta resolver las cosas por sí mismo.							
69. Es importante para él / ella que vigente un gobierno estable. Se preocupa por el orden social.							
70. Considera importante ser siempre amable con todas las personas. Nunca intenta molestar a los demás.							

71. Él / ella realmente desea disfrutar de la vida. Pasar buenos momentos es muy importante para él / ella.							
72. Para él / ella es importante ser humilde y modesto. Se trata de no llamar la atención.							
73. Siempre quiere ser él / ella a tomar las decisiones. Le gusta ser líder.							
74. Considera importante adaptarse a la naturaleza e integrarse en ella. Cree que la gente no debería cambiar la naturaleza.							
75. Ser emprendedor es importante para él / ella. Le gusta el riesgo y poner en acción sus propios proyectos e ideas.							

**VII. SEÑALE SU GRADO DE PROBABILIDAD (marque con una "x")
CREAR UNA NUEVA EMPRESA O SER EMPRENDEDOR PARA USTED ES**

...

	Totalmente Improbable		Moderadamente Probable			Totalmente Probable	
	0	1	2	3	4	5	6
76. Enfrentar nuevos desafíos							
77. Crear empleo para otras personas							
78. Ser creativo e innovador							
79. Tener altos rendimientos financieros							
80. Asumir riesgos calculados							
81. Ser mi propio jefe (independencia)							

VIII. HASTA QUÉ PUNTO SON DESEABLES PARA SÍ O PARA SU VIDA.....

	Nada Deseable		Moderadamente Deseable			Totalmente Deseable		
	0	1	2	3	4	5	6	
82. Enfrentarse a nuevos desafíos								
83. La creación de empleo para otras personas								
84. La creatividad y la innovación								
85. Elevados rendimientos económicos								
86. Asumir riesgos calculados								
87. Ser independiente (tu propio jefe)								

IX. HASTA QUÉ PUNTO SERÍA CAPAZ DE REALIZAR EFICAZMENTE LAS SIGUIENTES TAREAS:

	Totalmente Ineficaz		Moderadamente eficaz			Totalmente eficaz		
	0	1	2	3	4	5	6	
88. Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa								
89. Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa								
90. Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos.								
91. Reconocer oportunidades de mercado para nuevos productos y servicios								
92. Tener relaciones con las personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa								
93. Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa								

X. ¿EN QUÉ MEDIDA SUS FAMILIARES MÁS CERCANOS ESTARÍAN DE ACUERDO SI DECIDIERA SER EMPRENDEDOR Y CREAR SU PROPIA EMPRESA?

	Nada De acuerdo		Moderadamente de acuerdo			Totalmente de acuerdo		
	0	1	2	3	4	5	6	
94. Mi familia directa (padre, madre, pareja, hermanas y hermanos)								
95. Mis amigos / amigas íntimas								
96. Mis colegas								

XI. ¿CÓMO VALORA USTED LA OPINIÓN DE ESTAS PERSONAS SOBRE ESTE ASUNTO? LA CONSIDERO ...

	Nada De acuerdo		Moderadamente de acuerdo			Totalmente de acuerdo		
	0	1	2	3	4	5	6	
97. La de mi familia directa (padre, madre, hermanos y hermanas)								
98. La de mis amigos / amigas íntimas / íntimas.								
99. La de mis colegas								

XII. SEÑALE EL GRADO DE INTENCIÓN DE LLEVAR A CABO LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES:

	Nada De acuerdo		Moderadamente de acuerdo			Totalmente de acuerdo		
	0	1	2	3	4	5	6	
100. Es muy probable que pueda crear una empresa un día								
101. Estoy dispuesto a esforzarse en lo que sea necesario para ser empresario								

102. Tengo serias dudas si algún día llegar a crear una empresa								
103. Estoy decidido a crear una empresa en el futuro								
104. Mi objetivo profesional es ser empresario								
105. Crear una empresa y mantenerla en funcionamiento sería fácil para mí								
106. La carrera de empresario me resulta muy poco atractiva								
107. Mis amigos aprobarían mi decisión de crear una empresa								
108. Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser empresario								
109. Creo que sería totalmente incapaz de crear una empresa viable								
110. Me esforzaré para crear y dirigir mi propia empresa								
111. Puedo mantener bajo control el proceso de creación de una empresa								
112. Mi familia más directa aprobaría mi decisión de crear una empresa								
113. Tengo serias dudas sobre crear una empresa algún día								
114. Si tuviese la oportunidad y los recursos, me encantaría crear una empresa								
115. Mis compañeros aprobarían mi decisión de crear una empresa								
116. Entre varias opciones, preferiría ser cualquier otra cosa antes que empresario								
117. Estoy decidido a crear una empresa en el futuro								
118. Si tratase de crear una empresa, tendría una alta probabilidad de lograrlo								
119. Ser empresario me supondría una gran satisfacción								

120. Me resultaría muy difícil sacar adelante un proyecto empresarial							
121. Mi objetivo profesional es ser empresario							
122. Ser empresario me reportaría más ventajas que inconvenientes							
123. Tengo muy poca intención de crear una empresa algún día							
124. Conozco todos los detalles prácticos necesarios para crear una empresa							
125. Ser Empleado							
126. Ser Empresario							
127. Mi familia directa valora la actividad empresarial por encima de otras							
128. La cultura de mi país es muy favorable a la actividad empresarial							
129. El papel del empresario en la economía está poco reconocido en mi país							
130. Mis amigos valoran la actividad empresarial por encima de otras							
131. La mayoría de las personas en mi país consideran poco aceptable ser empresario							
132. En mi país se considera que la actividad empresarial merece la pena, a pesar de los riesgos							
133. Mis compañeros valoran la actividad empresarial por encima de otras							
134. En mi país se tiende a pensar que los empresarios se aprovechan de los demás							
135. Detección de oportunidades							
136. Creatividad							
137. Resolución de problemas							
138. Liderazgo y capacidad de comunicación							
139. Desarrollo de nuevos productos y servicios							

140. Establecimiento de relaciones y contactos profesionales							
--	--	--	--	--	--	--	--

GRACIAS POR COMPLETAR EL INSTRUMENTO



DIRECCIÓN
GENERAL DE
INVESTIGACIÓN



ISBN

ISBN: 978-9942-698-00-1



2024