

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tesis previa a la obtención del título de:  
INGENIERA COMERCIAL E INGENIEROS COMERCIALES**

**TEMA:  
INICIATIVAS DE EMPRENDIMIENTO DE LOS EGRESADOS DE  
LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, DE LA  
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO, EN  
CUMPLIMIENTO DE LA MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD**

**AUTORES:  
ADRIANA FERNANDA ROBALINO POZO  
DANNY FABRICIO CORREA FAJARDO  
FREDDY JOSÉ VIZUETE ALARCÓN**

**DIRECTOR:  
WALTER ENRIQUE LOARTE ÁVILA**

**Quito, abril del 2014**

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO  
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Nosotros, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

**Quito, abril del 2014**

---

**Danny Fabricio Correa Fajardo**

**C.I: 1104782170**

---

**Adriana Fernanda Robalino Pozo**

**C.I: 1723596845**

---

**Freddy José Vizúete Alarcón**

**C.I: 1718695826**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a la Universidad Politécnica Salesiana, por habernos brindado la oportunidad de forjarnos como profesionales, y poder alcanzar un nivel más de conocimiento.

Al director de Tesis Eco. Walter Loarte que gracias a sus conocimientos y experiencias nos supo guiar correctamente para la culminación del presente trabajo.

A todos nuestros profesores por el aporte académico brindado, que nos permitirá avanzar y desarrollarnos en el ámbito personal y profesional.

Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuete

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico primeramente a Dios, por ser mi fortaleza en cada momento de mi vida, por brindarme fuerza de voluntad, dedicación, humildad y mostrarme los caminos que debo seguir.

A mis padres Alejandro Correa y Victoria Fajardo, que son mi principal motivación y pilares en mi formación en valores y costumbres. A mis hermanos y familiares que supieron apoyarme en mi trayectoria estudiantil con sus consejos, favores y dedicación de su tiempo.

**Danny Fabricio Correa F.**

Ofrezco este trabajo especialmente a Dios, por haberme dado la vida y la suficiente convicción para alcanzar esta meta tan importante en mi vida.

A mis padres que sin el apoyo de ellos esto no hubiese sido posible, ya que su apoyo siempre fue incondicional, sus consejos la forma en que debo ver la vida. A mis hermanas que siempre han estado a mi lado brindándome su cariño.

**Freddy José Vizuete**

A Dios porque hizo realidad mi sueño, por todo el amor con el que me rodeas y porque me tienes en tus manos.

A mis padres por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado apoyándome y aconsejándome siempre, gracias por permanecer unidos dando el ejemplo de una familia llena de amor. A mis hermanas por su apoyo, amor y confianza. A Javier por darme su amor, apoyo, confianza y compartir nuevos e inolvidables momentos en mi vida, te amo espero seguir cultivando nuestra relación.

Al más especial de todos mi hijito porque desde que estuviste en mi pancita me diste valor y fuerzas para seguir adelante, te amo Raphita

**Adriana Fernanda Robalino**

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>GENERALIDADES.....</b>	<b>3</b>
1.1 Tema.....	3
1.2 Justificación .....	3
1.3 Delimitación.....	4
1.4 Planteamiento del problema.....	5
1.4.1 Análisis situacional del caso de estudio .....	5
1.4.2 Contextualización de la problemática .....	9
1.4.3 Formulación del problema de investigación .....	12
1.5 Objetivos .....	13
1.5.1 Objetivo general.....	13
1.5.2 Objetivos específicos .....	13
1.6 Hipótesis.....	13
1.7 Beneficiarios .....	15
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO Y SU DESARROLLO EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA. ....</b>	<b>16</b>
2.1 Antecedentes .....	16
2.2 Reseña histórica del emprendimiento .....	18
2.3 Definición de emprendimiento.....	19
2.4 Importancia del emprendimiento .....	21
2.5 Tipos de emprendimiento.....	23
2.6 Actividad emprendedora .....	24
2.7 Cultura de emprendimiento.....	24
2.7.1 Principios para el desarrollo de la cultura del emprendimiento.....	25
2.8 Opciones de emprendimiento.....	26
2.9 Ventajas y desventajas del emprendimiento .....	29
2.10 Emprender .....	31
2.10.1 Diferencia y similitud entre emprendimiento y emprender .....	31
2.10.2 Emprendedor .....	32

2.10.3	Visión empresarial .....	33
2.10.4	Perfil de un emprendedor .....	34
2.10.5	Características del emprendedor .....	36
2.10.6	Habilidades del emprendedor.....	37
2.10.7	Atributos del emprendedor.....	38
2.10.8	Diferencias entre un emprendedor y un empresario .....	41
2.10.9	Tipos de emprendedores .....	42
2.10.10	El emprendedor y su importancia para la sociedad.....	44
2.11	El emprendimiento social.....	46
2.11.1.	Emprendedor social.....	46
2.11.2	Los emprendedores sociales.....	47
2.11.3	Tipos de personas que se convierten en emprendedores sociales .....	48
2.11.4	Diferencias entre la iniciativa social y la comercial .....	48
2.11.5	El emprendimiento corporativo .....	49
2.13	El desarrollo de emprendimientos en América Latina. ....	55
2.14	Emprendimiento en Ecuador.....	60
2.14.1	Ecuador país de emprendedores.....	64
2.14.2	Fomento del emprendimiento en el Ecuador .....	65
2.15	Concepción del emprendimiento en el ámbito legal .....	66
2.15.1	La Constitución del Ecuador y el emprendimiento.....	66
2.15.2	La economía popular y solidaria y el emprendimiento.....	68
2.15.2	Incursión del emprendimiento en el Plan Nacional del buen vivir .....	69
2.15.3	Código orgánico de la producción comercio e inversiones .....	70
2.15.4	Educación superior y el emprendimiento.....	72

### **CAPÍTULO III**

#### **LOS EGRESADOS Y SU FORMACIÓN UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO DEL EMPRENDIMIENTO .....**

3.1.	Egresado.....	73
3.3.	Educación en emprendimiento.....	75
3.4.	Las universidades y el emprendimiento.....	76
3.5.	Rol de la universidad en la formación de emprendedores .....	77
3.6.	Referencias sobre el emprendimiento en tesis universitarias.....	78
3.7.	Programas de emprendimiento en las universidades .....	80

3.8. Egresados y graduados de la Universidad Politécnica Salesiana.....	95
3.9. La UPS y el emprendimiento a través de la vinculación con la sociedad.....	99
3.10. El rol de la UPS, en la formación de emprendedores .....	101

## **CAPÍTULO IV**

### **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS..... 103**

4.1 Diseño de la investigación .....	103
4.2 Estrategias para la recolección de la información.....	104
4.3 Tipo de estudio.....	105
4.4 Método de investigación .....	106
4.5 Segmentación del mercado .....	108
4.6 Muestra.....	109
4.6.1 Determinación de la muestra.....	110
4.6.2 Método de muestreo.....	110
4.7 Tamaño de la muestra .....	111
4.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	113
4.8.1 Fuentes de información secundaria.....	113
4.8.2 Fuentes de información primaria .....	114
4.9 Formato de la investigación .....	118

## **CAPÍTULO V**

### **ANÁLISIS DE RESULTADOS..... 122**

5.1 Análisis de resultados.....	122
5.1.1 Tabulación de la información .....	122
5.2 Análisis de tablas de contingencia .....	166

### **CONCLUSIONES ..... 175**

### **RECOMENDACIONES ..... 183**

### **LISTA DE REFERENCIAS ..... 185**

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ventajas y desventajas del emprendimiento.....	30
Tabla 2: Diferencias entre un emprendedor y un empresario .....	41
Tabla 3: Tipos de emprendedores .....	43
Tabla 4: Dificultades en los procesos de entrada y quiebra según regiones (2012).....	58
Tabla 5: FODA del emprendimiento en el Ecuador.....	62
Tabla 6: Número total de egresados y graduados de la Universidad Politécnica Salesiana campus Girón (2009-2013) .....	96
Tabla 7: Encuentro de pre incorporaciones y seguimiento a egresados y graduados (mayo 2010- abril 2012).....	98
Tabla 8: Total de egresados y graduados universitarios 2009 - 2012 .....	108
Tabla 9: Total egresados y graduados Universidad Politécnica Salesiana campus Girón (2009 – 2013) .....	108
Tabla 10: Total egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas Universidad Politécnica Salesiana sede Quito 2009 – 2013 .....	109
Tabla 11: Edad de los encuestados .....	123
Tabla 12: Género de los encuestados .....	123
Tabla 13: Estado civil de los encuestados.....	124
Tabla 14: Mención de los encuestados .....	125
Tabla 15: Ocupación de los egresados y graduados encuestados .....	125
Tabla 16: Sector de residencia de los encuestados.....	126
Tabla 17: Situación académica de los egresados y graduados encuestados.....	127
Tabla 18: Año de egresamiento de los encuestados.....	127
Tabla 19: Año de graduación de los encuestados .....	128
Tabla 20: Ejecución de proyectos de negocios .....	129
Tabla 21: Área en la que ha emprendido .....	130
Tabla 22: Subárea comercial emprendida.....	130
Tabla 23: Realización de investigación de mercados .....	132
Tabla 24: Cantidad de dinero invertida.....	134
Tabla 25: Fuentes de financiamiento utilizadas .....	135
Tabla 26: Tipo de emprendimiento ejecutado.....	137
Tabla 27: Negocio sigue funcionando .....	138
Tabla 28: Causas por qué emprendimiento dejó de funcionar.....	139
Tabla 29: Factores que motivaron a emprender.....	140
Tabla 30: Idea de formar negocio futuro .....	142
Tabla 31: Área en la que desearía emprender .....	143

Tabla 32: Subárea con mayor aceptación para emprender.....	145
Tabla 33: Principales impedimentos para generar un negocio.....	147
Tabla 34: Formas de aprendizaje – clases teóricas .....	149
Tabla 35: Formas de aprendizaje – ejercicios prácticos.....	150
Tabla 36: Formas de aprendizaje – estudio de casos .....	151
Tabla 37: Formas de aprendizaje – diseño de proyectos.....	152
Tabla 38: Factores que influyen en el éxito de un emprendimiento .....	153
Tabla 39: Desarrolla de responsabilidad social.....	155
Tabla 40: Elementos en los que se enfoca la responsabilidad social .....	156
Tabla 41: Empleo a terceras personas.....	158
Tabla 42: Conoce la misión de la Universidad .....	159
Tabla 43: Fomento de la cultura de emprendimiento en la UPS.....	161
Tabla 44: Relación del trabajo de grado con el emprendimiento.....	162
Tabla 45: Elementos importantes dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial.....	164
Tabla 46: Ha ejecutado algún proyecto de negocio * Considerando su ocupación ha podido dar empleo a terceras personas.....	166
Tabla 47: Principales impedimentos para generar negocio * Ha ejecutado algún proyecto de negocio.....	166
Tabla 48: Conoce misión de la Universidad * Cree que se fomenta cultura de emprendimiento en la UPS .....	168
Tabla 49: Cree que se fomenta cultura de emprendimiento en la UPS * Su trabajo de grado tiene relación con el emprendimiento. ....	168
Tabla 50: Cantidad de dinero invertida * Fuentes de financiamiento utilizadas. ....	169
Tabla 51: Desarrolla responsabilidad social como trabajado dependiente o independiente * Conoce misión de la Universidad .....	170
Tabla 52: Elementos importantes dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial * Situación académica egresados y graduados.....	171
Tabla 53: Cree que se fomenta cultura de emprendimiento en la UPS * Elementos importantes dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial * Su trabajo de grado tiene relación con el emprendimiento .....	173
Tabla 54: Convenios firmados en vinculación con la colectividad.....	178

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Malla curricular carrera de Administración de Empresas.	7
figura2: Árbol de problemas	11
figura3: Descripción del emprendimiento	21
figura4: Beneficios del emprendimiento.	22
figura5: Perfil del emprendedor	35
figura6: Flujograma de un plan de actuación en responsabilidad social	49

## **RESUMEN**

La investigación se enfoca en identificar las iniciativas de emprendimiento de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, considerando los principales factores que los motivaron a emprender y aquellos que les impidieron o les desmotivaron para decidirse empezar alguna iniciativa empresarial.

En este sentido se investigó aquellos que emprendieron y tuvieron éxito, aquellos que emprendieron y fracasaron y aquellos que nunca emprendieron, de los cuales se obtuvo información valiosa y necesaria para realizar los análisis correspondientes, y de esta manera se comprobó que la misión de la Universidad no se está cumpliendo en su totalidad, tomando como base de análisis el ámbito político, económico y social.

Se tomó como elementos principales a analizar el entorno financiero, los principales impedimentos, la responsabilidad social que desarrollan, los principales elementos que contribuyen al éxito de un emprendimiento y que es lo fundamental que deben conocer todo emprendedor en su iniciativa de negocios.

Con la obtención de esta información se proporcionará a la Universidad información teórica y práctica, para que pueda evaluar aspectos generales dentro de la misión y tener un punto de referencia para la toma de decisiones futuras que promuevan un espíritu emprendedor en sus estudiantes.

Considerando la importancia que ha tomado en la actualidad el emprendimiento es necesario que la Universidad forme emprendedores capaces de asumir y enfrentar los problemas sociales y se conviertan en actores en búsqueda de cambios a través de la innovación y creatividad, dentro del cual puedan poner en práctica sus conocimientos aprendidos en las clases universitarias y busquen en este medio una forma de superación personal y profesional.

## **PALABRAS CLAVES**

Emprendimiento, emprendedor, GEM, programas de emprendimiento, educación en emprendimiento.

## **ABSTRACT**

This research is focused on identifying the entrepreneurship ideas of graduates of business administration career, taking the principal elements that motivated to develop any business, and which others elements have discouraged to decide be entrepreneurs.

We investigated who undertook and were successful, also who undertook and failed, and who never undertook. The results allowed us to elaborate the respective analysis of information, and in this way we proved that the mission of the Salesian Polytechnic University is not fully complying, taking like reference the political, economic, and social area.

We took as principal elements the financial area, the main obstacles in a entrepreneurship, also the main elements that contribute to make it successful, the social responsibility and finally which is the most important that all entrepreneur have to know in his business initiative.

Also this research pretend to give theoretical and practical information to the University, in this case the university may evaluate general aspects, inside the mission and have a reference by take future decisions that promote an entrepreneur spirit in its students.

Considering the importance of entrepreneurship, is necessary that the Salesian University trains entrepreneurs able to face and assume the social problems, and they become actors in the search of changes through the innovation and creativity, with the purpose that the graduates may apply their knowledge obtained in the university classes, and they may search in this alternative a way of overcoming personal and professional.

## **KEYWORDS**

Entrepreneurship, entrepreneur, GEM, entrepreneurship programs, entrepreneurship education.

## INTRODUCCIÓN

La importancia del emprendimiento que se está experimentando en la actualidad, radica fundamentalmente en que a través de la ejecución de estas iniciativas de negocios se abren paso a un sin número beneficios y oportunidades, para diversos agentes como el estado, la empresa, la sociedad y para beneficio personal.

La economía se dinamiza y se abren nuevas posibilidades y alternativas de generar crecimiento y desarrollo, así como un mejor bienestar para los habitantes de una determinada región.

La investigación se enfoca en identificar los principales elementos que influyeron en las decisiones de emprender o no de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, determinando de esta manera el cumplimiento o no de la misión de la Universidad Politécnica Salesiana.

La educación en emprendimiento es uno de los temas importantes que se deben de considerar en el pensum académico de la Universidad como una manera de enviar a la sociedad profesionales capaces de asumir riesgos con ideas innovadoras y con alto nivel de diferenciación que les permita ser los gestores de sus propios negocios y ser entes activos de la economía local.

Dentro de este contexto se puede mencionar que se considera que existen muy pocos egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas que han logrado ejecutar emprendimientos propios, reflejando que no existe una cultura de emprendimiento en la universidad y que no se está generando emprendedores, lo que está provocando una mayor inclinación por la inserción laboral con relación de dependencia dentro de la cual se limitan la capacidad y habilidades emprendedoras de los ex alumnos.

En el capítulo I está recolectada toda la información teórica y documental acerca del emprendimiento, su evolución, ventajas desventajas, así como la situación dentro de la economía ecuatoriana y cómo influye para que una economía sea sustentable, destacando las principales ventajas y desventajas que se pueden evidenciar.

Dentro del capítulo II se encuentra establecida la situación de los egresados y graduados y su formación a temas de emprendimiento, así como el rol de la

Universidad en la formación y forjamiento de emprendedores, como profesionales capaces de generar bienestar por medio de la ejecución de emprendimientos.

En el capítulo III trata de la metodología de investigación aplicada para el caso de estudio, en este caso se plantean las principales herramientas para la recolección de información tanto primaria y secundaria y la forma en cómo será analizada.

En el capítulo IV se plantean los respectivos análisis e interpretaciones para cada una de las preguntas formuladas en la encuesta, así como las conclusiones y recomendaciones respectivas del estudio realizado.

# **CAPÍTULO I**

## **GENERALIDADES**

### **1.1 Tema**

Iniciativas de emprendimiento de los egresados de la carrera de Administración de Empresas, de la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito, en cumplimiento de la misión de la Universidad

### **1.2 Justificación**

Las iniciativas o proyectos de emprendimiento que se constituyen, desempeñan un rol importante dentro de una economía, no solamente impulsan su desarrollo y crecimiento económico sostenido, sino que son promotores y generadores de fuentes de empleo, así también fomentan el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de una determinada región, constituyen alternativas innovadoras, que presentara un impacto positivo en el adelanto tecnológico, económico, financiero y social del país.

En este sentido se presenta un escenario poco alentador para los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas de la UPS, debido al reducido número que logran emprender y ver en esto una oportunidad de superación personal y profesional.

La presente investigación está enfocada en identificar los principales factores que inciden directa o indirectamente en la decisiones de los egresados para no ejecutar emprendimientos, así mismo identificar las razones que los motivaron a emprender en un negocio propio, ya sea que estos presentaron éxito o fracasaron.

Mediante la construcción de herramientas metodológica para la recolección de información como la encuesta, se procederá a la obtención de información necesaria y útil, que permitan visualizar de manera más específica la situación del problema de investigación, tomando en consideración sus principales elementos y características a fin de establecer las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

De esta manera con la información recolectada, realizar los análisis necesarios en lo concerniente a los factores o razones que influyen en las decisiones de emprender o no de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, y establecer el cumplimiento o no de la misión de la universidad, tomado en consideración el ámbito social y económico.

De esta manera la Universidad Salesiana dispondrá de información teórica y documental útil para determinar la situación actual de sus ex alumnos de la carrera de Administración de Empresas, en relación al tema de emprendimiento, y evaluar el vínculo que estos mantienen con la misión de la Institución. Así mismo los actuales y futuros egresados y graduados dispondrán de información valiosa para poder identificar los principales problemas que deben afrontar en el momento que decidan ejecutar algún negocio propio.

### **1.3 Delimitación**

Los principales elementos que limitan la investigación desde el punto de vista de la problemática son: las causas, el problema central y los efectos tal como se muestra en el Figura 2: Árbol de problemas (pág. 11); así mismo desde el punto de vista de la solución los límites son: el objetivo general y los objetivos específicos.

A través de la presente investigación se pretende determinar e identificar cuáles son los emprendimientos de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito, campus Girón, que se han llevado a cabo y han tenido éxito, así mismo cuales son los emprendimientos que se ejecutaron y fracasaron y quienes nunca emprendieron.

El estudio a realizarse tomará como población a los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas a partir del año 2009, hasta febrero del 2013. Y tendrá una duración de 8 meses contados a partir de marzo del 2013 hasta noviembre del 2013.

## **1.4 Planteamiento del problema**

### **1.4.1 Análisis situacional del caso de estudio**

La Universidad Politécnica Salesiana, es una Institución de Educación Superior de renombre, con una trayectoria en el Ecuador de más de una década, dedicada a la formación de honrados ciudadanos y buenos cristianos, con excelencia humana y académica, que sean actores sociales y políticos con una visión crítica de la realidad, socialmente responsable, con voluntad transformadora y dirigida de manera preferencial a los pobres.

El rol de la universidad como agente de enseñanza y fomentadora del cambio y formación de jóvenes en busca del bien colectivo, debe considerar la necesidad de conocer la realidad en la cual se están desarrollando los jóvenes estudiantes y la manera de cómo aplican los conocimientos adquiridos, para aportar en el cambio positivo, justo, equitativo y transformador al que se aspira llegar.

La Universidad Politécnica Salesiana y específicamente la carrera de Administración de Empresas oferta un pensum académico efectivo y con el objetivo de generar un gran número de emprendimientos, sin embargo los alumnos no han asumido este reto y se ha generado un reducido número de emprendedores, personas que afronten la problemática económica y social, que den soluciones a problemas específicos y por tal motivo existen pocos egresados que han logrado llevar a cabo emprendimientos propios.

Esta situación se da básicamente por el hecho de que los egresados no cuentan con las fuentes de financiamiento suficientes para ejecutar sus emprendimientos, por la falta de una cultura de emprendimiento y por la aversión al riesgo que hacen que sean pocos los emprendimientos realizados.

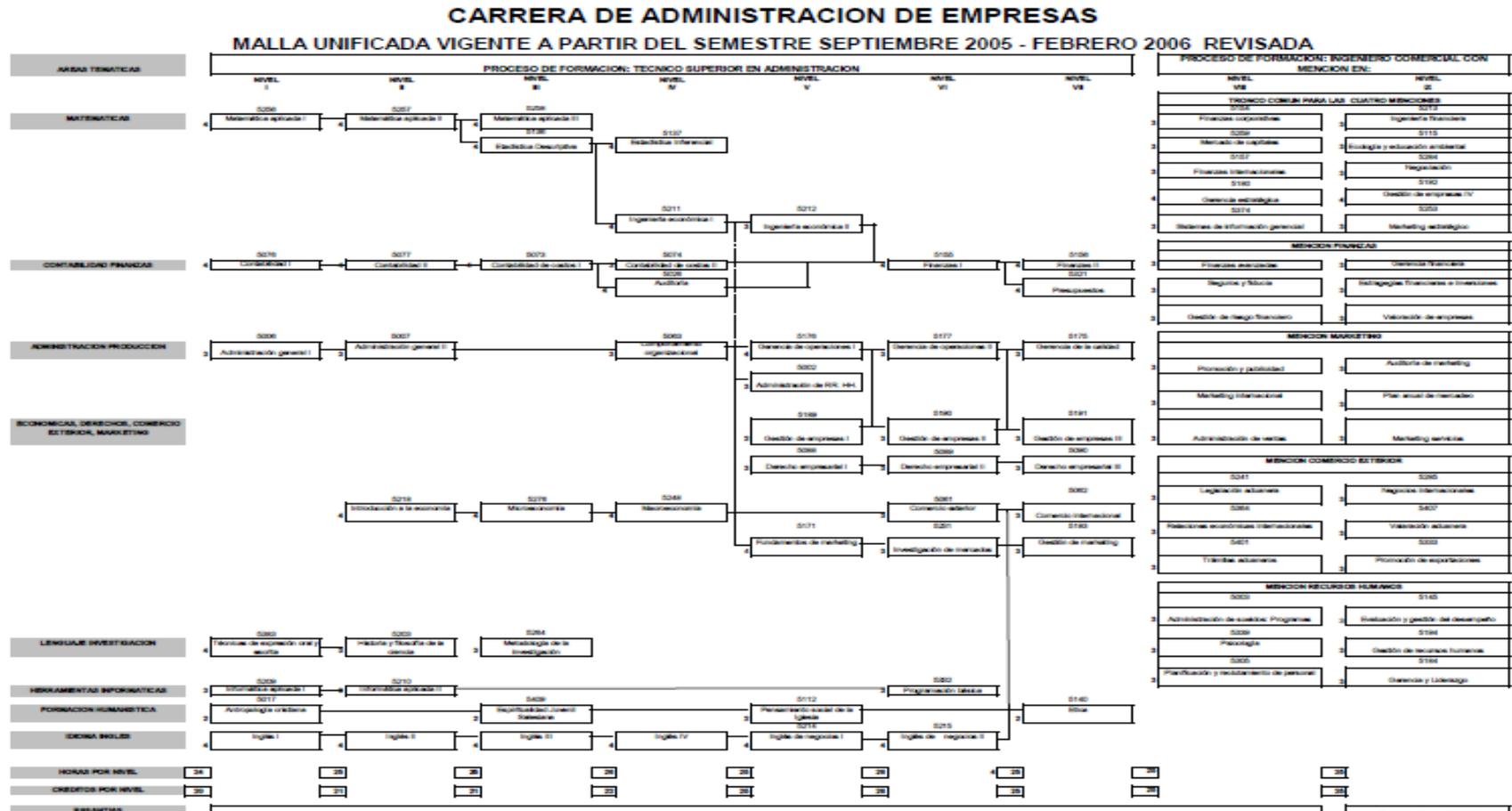
Teniendo en consideración la misión de la Universidad, es importante mencionar que el cumplimiento integral en los aspectos que en ella se mencionan como la interacción con la problemática social, la visión acerca de la realidad y las soluciones que se pudieran dar, la responsabilidad social, que beneficie a ciertos sectores

estratégicos de la economía, abriría paso a una visión más amplia y una mejor interacción institucional, en lo concerniente a que tan involucrados se encuentran los egresados y graduados con la misma.

La carrera de administración de empresas es la más grande en la universidad con un número total de alumnos hasta el 2013, en la sede Quito equivalente a 2452, en comparación con otras carreras como por ejemplo; la carrera de contabilidad y auditoría que presenta un cantidad total de alumnos hasta el 2013 de 1173 según la (Secretaría Técnica de Estadística de la UPS, 2013), emitido por la Universidad Politécnica Salesiana, en la cual se evidencia esta problemática, ya sean los estudiantes o egresados de esta carrera por ser administradores dentro de sus objetivos personales, deben plantearse la conformación de su propia empresa y gestionarla de acuerdo a lo aprendido y a su vez la universidad como un ente formador de conocimientos debe impulsar el espíritu emprendedor en cada uno de los estudiantes, motivándolos a que sean empleadores más no empleados.

Para una mayor comprensión acerca de los planteamientos antes expuestos se presentan el respectivo análisis del Figura 1: Malla curricular de la carrera de Administración de Empresas, dentro del cual se prioriza la relación que existe dentro de las materias impartidas durante el transcurso de toda la carrera con el emprendimiento.

Figura 1: Malla Curricular carrera de Administración de Empresas.



Fuente: Dirección de la carrera de Administración de Empresas

## **Análisis**

Considerando lo antes expuesto es necesario que se plantee un análisis acerca de la malla curricular de la carrera de Administración de Empresas considerando aquellas materias que tienen relación con el emprendimiento. Analizando desde los niveles más bajos hasta los últimos de la malla, se puede afirmar que dentro de las materias que tienen una relación directa con el emprendimiento podemos destacar la concerniente a gestión de empresas, que se imparte desde el nivel V, y que es una de las materias dentro de las cuales se imparte conocimientos estrechamente relacionados a la gestión de negocios propios, destacando la importancia de la misma para la generación de profesionales emprendedores y dentro de la cual se debería priorizar más su contenido académico, involucrando temas de emprendimiento y liderazgo empresarial, que fomenten aun más el espíritu emprendedor así como una cultura de emprendimiento en los alumnos. Así mismo se puede destacar la materia de administración general dentro de la cual se puede reafirmar un fuerte vínculo con el desarrollo de ideas de negocios propios, a través de la impartición de conocimientos necesarios para el manejo empresarial y las estructuras en las cuales se basa.

Sin embargo según se observa en la malla curricular, es prudente afirmar que son pocas las materias que tienen una relación directa con el emprendimiento y que generan un deseo emprendedor en los alumnos, la Universidad está formando son profesionales con los conocimientos necesarios para gestionar empresas, conocer su funcionamiento estructura y conocer de manera teórica, como establecer un correcto control, sin embargo estas materias no promueven el espíritu emprendedor en la mayoría de egresados y graduados, es decir motivan muy poco a desarrollar un negocio propio, dentro del cual puedan aplicar los conocimientos y experiencias adquirida en el transcurso de su vida estudiantil.

Dentro de lo cual también es importante mencionar que se debería adicionar materias en temas de liderazgo y que de manera directa promuevan el desarrollo de conciencia y espíritu emprendedor, en las cuales se planteen los beneficios de los emprendimiento, así como promover la creación y desarrollo de ideas innovadoras y rentables que propicien aun más el emprendimiento y la generación de profesionales emprendedores.

Se puede establecer con certeza que con las materias, impartidas durante todos los niveles que dura la carrera, los alumnos adquieren los conocimientos necesarios para insertarse en el ámbito laboral, ya que el no desarrollo de habilidades y destrezas emprendedoras, hacen que el conocimiento teórico y en cierta parte práctico, obtenido en clases, les sirva en su mayoría para buscar empresas ya constituidas y prestar sus servicios profesionales.

Si bien es cierto las materias presentadas en la malla curricular son indispensables dentro de la gestión de una empresa, y que además, todo emprendedor debe conocer, es importante mencionar que las actuales materias que se relaciona directamente con el emprendimiento no están impulsando significativamente la generación de negocios propios, es decir no forjan completamente en el estudiante un deseo de ser emprendedor impulsando la generación de ideas de negocios que en un futuro puedan ser factibles de realizar.

Es importante señalar que cuando los alumnos ingresan a las aulas universitarias, en su mayoría ingresan con la visión de formar sus propios negocios con productos diferenciados y de satisfacer una necesidad en el mercado, sin embargo una vez que culminan sus estudios universitarios el panorama es otro y los proyectos que se anhelaban constituir quedan abandonados.

#### **1.4.2 Contextualización de la problemática**

##### **Problema central**

Existe un reducido número de egresados y graduados de Administración de Empresas de la UPS han logrado llevar a cabo emprendimientos propios.

##### **Principales causas**

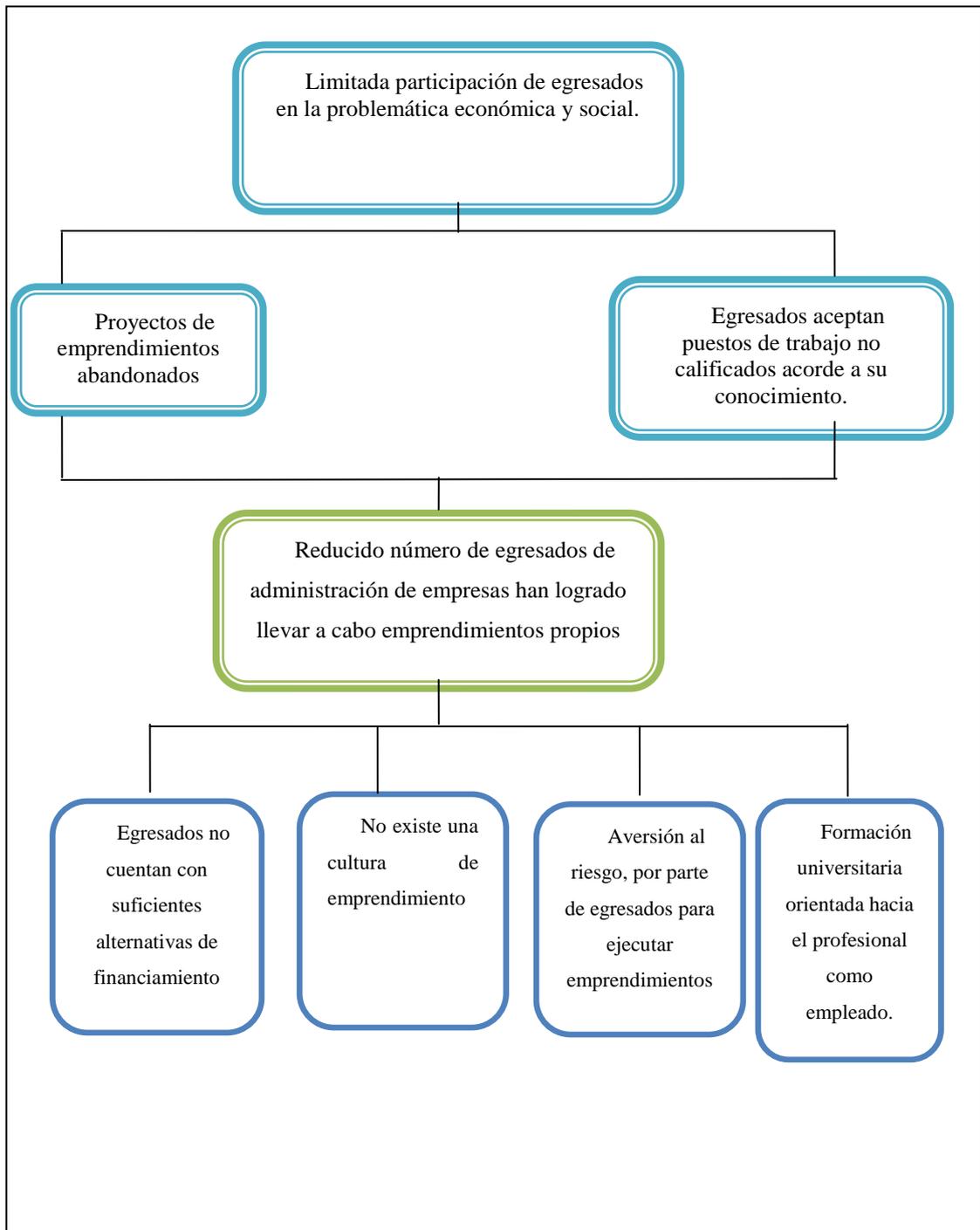
- ❖ Egresados no cuentan con suficientes alternativas de financiamiento.
- ❖ No existe una cultura de emprendimiento en la Universidad Politécnica Salesiana.
- ❖ Aversión al riesgo, por parte de egresados, para ejecutar emprendimientos.
- ❖ Formación universitaria orientada hacia el profesional como empleado

### **Principales efectos**

- ❖ Egresados aceptan puestos de trabajo no calificados acorde a su conocimiento.
- ❖ Proyectos de emprendimiento abandonados.
- ❖ Limitada participación de egresados en la problemática económica y social.

Para una mayor comprensión acerca del tema de estudio y de la contextualización, se presenta a continuación el Figura 2: Árbol de problemas, dentro del cual se especifica claramente cuáles son las principales causas de la presente investigación, así mismo el problema central, y las consecuencias o efectos de dicho problema, que nos permiten tener una visión más clara y amplia acerca de la estructura y enfoque de la investigación a realizar:

Figura2: Árbol de problemas



Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuite.

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

**¿Por qué existe una limitada participación de egresados en la problemática económica y social, así como proyectos de emprendimiento abandonados y una alta aceptación de los egresados en puestos de trabajo no acordes a su conocimiento?**

- Reducido número de egresados de administración de empresas de la UPS han logrado llevar a cabo emprendimientos propios.

#### **Sistematización del problema de investigación**

¿Por qué la mayoría de las iniciativas de emprendimiento de egresados no se llevan a cabo?

¿Por qué la metodología de la Universidad Politécnica Salesiana no fomenta la ejecución iniciativas de emprendimiento?

¿Por qué los egresados, no desarrollan a cabalidad sus habilidades y capacidades de emprendimiento?

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 Objetivo general**

Identificar y analizar los factores que influyen en las decisiones de emprender o no de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, de la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito, en cumplimiento de la misión de la Universidad

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- ❖ Realizar un análisis teórico sobre el emprendimiento y su situación actual en la economía ecuatoriana.
- ❖ Investigar y plantear el contexto actual de los egresados y su formación superior en relación al emprendimiento
- ❖ Construir herramientas de investigación, que permitan recolectar información relevante sobre las iniciativas de emprendimiento de los egresados.
- ❖ Analizar los datos estadísticos a fin de identificar los principales factores que incidieron en las decisiones de emprender o no de los egresados y graduados de la Carrera de Administración de Empresas.
- ❖ Proponer conclusiones y recomendaciones, que evidencien los resultados obtenidos del trabajo de investigación.

## **1.6 Hipótesis**

A través de la formulación de las hipótesis se puede tener una concepción más amplia acerca de los que se desea comprobar del problema de investigación, se debe tener en cuenta que deben de ser planteadas con la mayor comprensión posible y que relacionen las variables de forma lógica con los resultados que se desea obtener.

Las hipótesis son respuestas tentativas a los problemas de investigación. Se expresan en forma de una relación entre variables dependiente e independiente. Las hipótesis son conjeturas tentativas porque su veracidad se puede evaluar solamente después de que se han probado empíricamente. (Namakforoosh, 2000)

La hipótesis conceptual: se redacta como una afirmación directa y es de fácil comprensión. Su lógica salta a la vista porque sigue el más puro sentido común.

Hipótesis Nula: Anticipa la no diferencia; es decir, niega la asociación entre las variables, se formula con el propósito expreso de ser rechazada.

Hipótesis alternativa (H<sub>I</sub>): afirma la existencia de diferencias reales entre grupos comparados. Puede ser una H<sub>I</sub> bilateral (de dos colas), es decir la relación puede producirse en cualquier sentido, o unilateral cuando se afirma que la asociación se da en un solo sentido o dirección. (Fuentelsaz Gallego, Icart Isern, & Pulpón Segura, 2006)

**H<sub>I</sub>:** Formación de la Universidad Politécnica Salesiana orientada hacia el profesional como empleado.

**H<sub>O</sub>:** Formación de la Universidad Politécnica Salesiana no se orienta hacia el profesional como empleado

**H<sub>I</sub>:** La aversión al riesgo, en los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas limita su capacidad emprendedora.

**H<sub>O</sub>:** La aversión al riesgo, en los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas no limita su capacidad emprendedora.

**HI:** En la Universidad Politécnica Salesiana se fomenta poca cultura de emprendimiento, que permita desarrollar habilidades y destrezas emprendedoras a los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas.

**HO:** En la Universidad Politécnica Salesiana, no se fomenta poca cultura de emprendimiento, que permita desarrollar habilidades y destrezas emprendedoras a los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas

**HI:** La escasa disponibilidad de fuentes de financiamiento limita la ejecución de proyectos de emprendimientos.

**HO:** La escasa disponibilidad de fuentes de financiamiento no limita la ejecución de proyectos de emprendimientos.

## **1.7 Beneficiarios**

Con el estudio del caso, se beneficiarían los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana en especial los egresados y graduados, debido a que el estudio se enfocará principalmente a este grupo.

Además la Universidad por la información con la que dispondrá en el caso de la implementación de algún programa que involucre a egresados y graduados, a fin de brindar aún más facilidades para las iniciativas empresariales de los jóvenes estudiantes, y de esta manera ser una Universidad que genere emprendedores, que den frente a problemas específicos de la sociedad.

## **CAPÍTULO II**

### **ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO Y SU DESARROLLO EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA.**

#### **2.1 Antecedentes**

El emprendimiento es una de las actividades más provechosas para el emprendedor y la sociedad en general, la realización del emprendimiento requiere que el emprendedor tenga un enfoque claro acerca de lo que en un futuro va a constituirse su idea.

(Aroche, 2009) Nos muestra cuál debe ser el enfoque del emprendimiento para que este pueda tener éxito:

Muchos emprendedores se caracterizan por ver oportunidades de negocio en la idea de satisfacer las necesidades de otros. Los emprendedores no se enfocan en los problemas o dificultades porque encuentran un estímulo en resolver las cosas y encontrar un modelo de negocio en ello. Sin embargo, para no fracasar se requiere de enfoque y definir prioridades.

Los emprendedores son idealistas, soñadores, toman riesgos y no piensan demasiado en fracasar porque les apasiona lo que hacen. Pero llega un momento en donde la experimentación debe limitarse y debemos encontrar el enfoque en los proyectos que deseamos que sean exitosos en todos los aspectos.

Un emprendimiento se enfoca en varios elementos del medio en cual se desenvuelve y dentro de estos es necesario identificar cada uno de estos enfoques.

Según (Porrás, 2006) muestra cuales son estos diversos enfoques que concibe el emprendimiento:

El emprendimiento comprende la acción de emprender, es decir, “comenzar una cosa difícil” (Diccionario Okapi, 1991); para algunos el emprendimiento “es la gestión de oportunidades” (Stevenson and Jarillo, 1990), mientras que

también es concebido como “una manera de pensar y actuar obsesionada por la oportunidad, de carácter integral con balance gerencial” (Spinelli, 1992).

Sin embargo, el emprendimiento también se ha entendido como un “proceso emprendedor” que ha dado lugar al concepto de “sistema de desarrollo emprendedor” y que consiste en “... el conjunto de elementos y factores que inciden sobre el proceso emprendedor contribuyendo u obstaculizando el nacimiento y desarrollo de emprendedores y de empresas tanto en términos cuantitativos como cualitativos, agrupándose dichos factores así: condiciones sociales y económicas, cultura y sistema educativo, estructura y dinámica productiva, aspectos personales, redes del emprendedor, mercado de factores y, regulaciones y políticas” (Kantis, Angelelli y Moori, 2004).

Como verbo transitivo o activo y reflexivo, bajo el enfoque empresarial se le relaciona con el pronombre francés “entrepreneur” y con el pronombre inglés “entrepreneurship”. El “entrepreneur”, es la “persona que dirige una empresa y pone a trabajar diversos factores de producción con vistas a producir bienes o brindar servicios (CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2012).

Un enfoque desde las ciencias humanas haciendo énfasis en los aspectos personales, por lo tanto, buscando respuestas en el “quién” y “por qué”, es decir en los atributos o características de personalidad (trait approach); dentro de este enfoque hay diversas tendencias: El empresario se caracteriza por su necesidad de logros (McClelland, 1961); el predominio del deseo de ser independiente, capacidad de tolerar la ambigüedad y el riesgo, la perseverancia, la autoconfianza, la actividad empresarial asociada a la propiedad del negocio y a la toma de riesgos (McClelland, 1980); la capacidad de aprender (Gilder, 1984), la capacidad de sobreponerse a los fracasos y frustraciones para lograr objetivos quebrantando viejos patrones y creando un nuevo orden ante un entorno con “destrucción creativa” (Schumpeter, 1934); la alta incidencia del empresario imitador, es decir, el que explota una oportunidad de negocio identificada por otro (Baumol, 1997); el empresario es quien funda una empresa (Jennings, 1993), siendo ésta última la más generalizada por su pragmatismo. Dentro de este enfoque especialmente,

siempre se ha discutido sobre si el “emprendedor nace o se hace” (CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2012)

## **2.2 Reseña histórica del emprendimiento**

A través de la historia y la evolución de la misma, la definición de emprendimiento ha sido concebida desde varios puntos de vista por diversos autores y transmitida desde de una manera personal y general, que involucra aspectos, características y elementos propios del emprendimiento, ante esta concepción podemos decir que:

Según centro virtual (Wikicoaching Biblioteca Virtual, 2008), en una de sus publicaciones acerca del emprendimiento indica que:

El emprendimiento como fenómeno tiene sus orígenes en el inicio de la historia de la humanidad, su acción y sus obras están presentes a través de toda la historia del hombre y su lucha por superarse, por encontrar mejores formas de hacer las cosas y mejorar su calidad de vida. En este sentido, el emprendimiento es algo innato de todo ser humano, algo que siempre ha estado presente en el hombre. Quizás el emprendimiento ha sido la diferencia entre el hombre y los demás seres vivos, pues éstos últimos prácticamente no se han superado en miles de años, contrario al sorprendente progreso de la humanidad, y todas gracias el espíritu emprender que le caracteriza.

La concepción de la palabra emprendimiento tiene sus orígenes desde tiempos muy remotos, dentro de los cuales se designaba a personas aventureras, que no sabían con certeza a donde iban a llegar.

La palabra emprendedor fue utilizada inicialmente para referirse a estos aventureros como Colón que se venían al nuevo mundo sin saber con certeza que esperar. Hoy en día, es esta misma actitud hacia la incertidumbre lo que caracteriza al emprendedor. Posteriormente se fue utilizando el término para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores. (Castillo, H. 1999)

Fue Schumpeter, profesor de Harvard, quien utilizó por primera vez el término para referirse “a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados”. Contraponiéndose a esta teoría, la escuela austríaca manifestó una discrepancia con respecto al término, pues muchos emprendedores lograban mejorar y hacer más eficientes la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas.

El emprendimiento desde sus orígenes contempló el hecho de querer lograr una meta, en la actualidad hace referencia a muchas cualidades prácticas y necesarias que debe poseer un emprendedor.

El (Wikicoaching Biblioteca Virtual, 2008), en uno de sus artículos sobre emprendimiento, indica que:

La etimología de la palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* que significa pionero, y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo inédito y extraordinario por alcanzar una meta u objetivo, que otros suponen difícil o imposible. Comúnmente es utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, así como también es aplicado a los empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existe

Hoy en día se ha popularizado la palabra Emprendimiento en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, el emprendimiento está en la naturaleza humana. En las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

### **2.3 Definición de emprendimiento**

La definición de emprendimiento, es una cuestión de saber identificar oportunidades y en un período de tiempo plasmarlas en la realidad, tomando en consideración los riesgos y desafíos que esto conlleva.

De acuerdo a (Reynolds, 2005) el emprendimiento puede ser conceptualizado como “el descubrimiento de oportunidades y por consiguiente el descubrimiento y la

creación de una nueva actividad económica, que a menudo se realiza por medio de la creación de una nueva organización”.

(Miler, 1983) apunta que el “comportamiento empresarial no solo implica la búsqueda de oportunidades sino que también combinar innovación, toma de riesgos y pro actividad”.

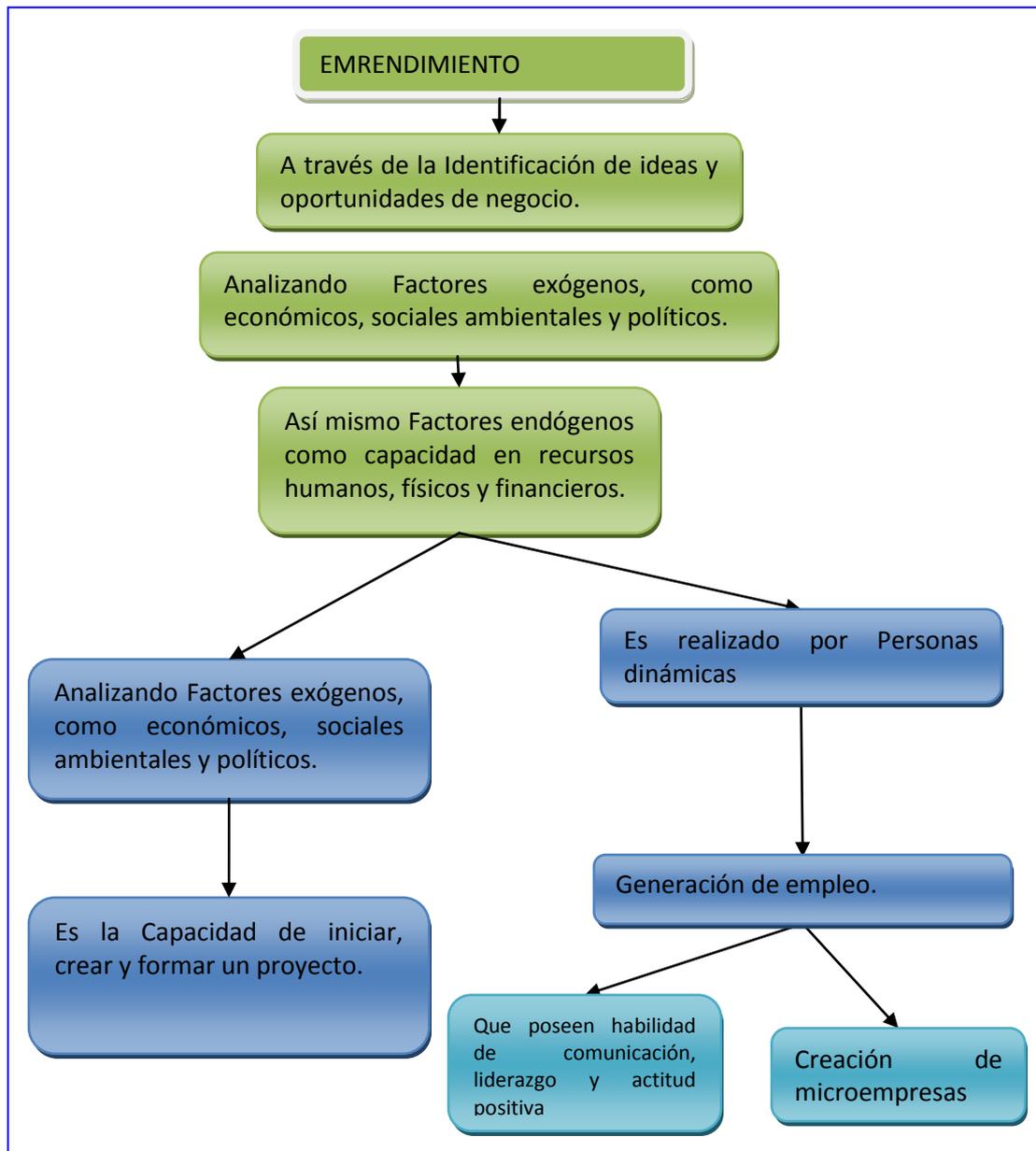
(Schumpeter, 1942) y (Knight, 1921) como teorías clásicas que definen que la “capacidad de innovación, toma de riesgos, reducción de incertidumbre y desarrollo de ideas dentro y fuera de una organización nueva o ya existente es lo que definiría a un emprendedor o empresario.”

En base a la investigación y al desarrollo económico, (Knight, 1971) introdujo por primera vez el concepto de riesgo e incertidumbre para definir emprendimiento:

En efecto, en sus investigaciones describe a los emprendedores como un subconjunto de productores, que dirigen y controlan la producción bajo un escenario de incertidumbre. Basado en lo anterior, este autor señala que los emprendedores, entonces, son los responsables el desarrollo económico, los cambios tecnológicos y nuevas formas de organización. (Flores, Landerretche, & Sánchez, 2010)

Y para una mejor comprensión de todas las definiciones antes mencionados, se presenta un esquema ilustrado, mostrando de una manera resumida y practica en qué consiste el emprendimiento, destacando los aspectos más relevantes y sobresalientes del mismo:

Figura3: Descripción del emprendimiento



Fuente: IHMC CMAP TOOLS, El emprendimiento

## 2.4 Importancia del emprendimiento

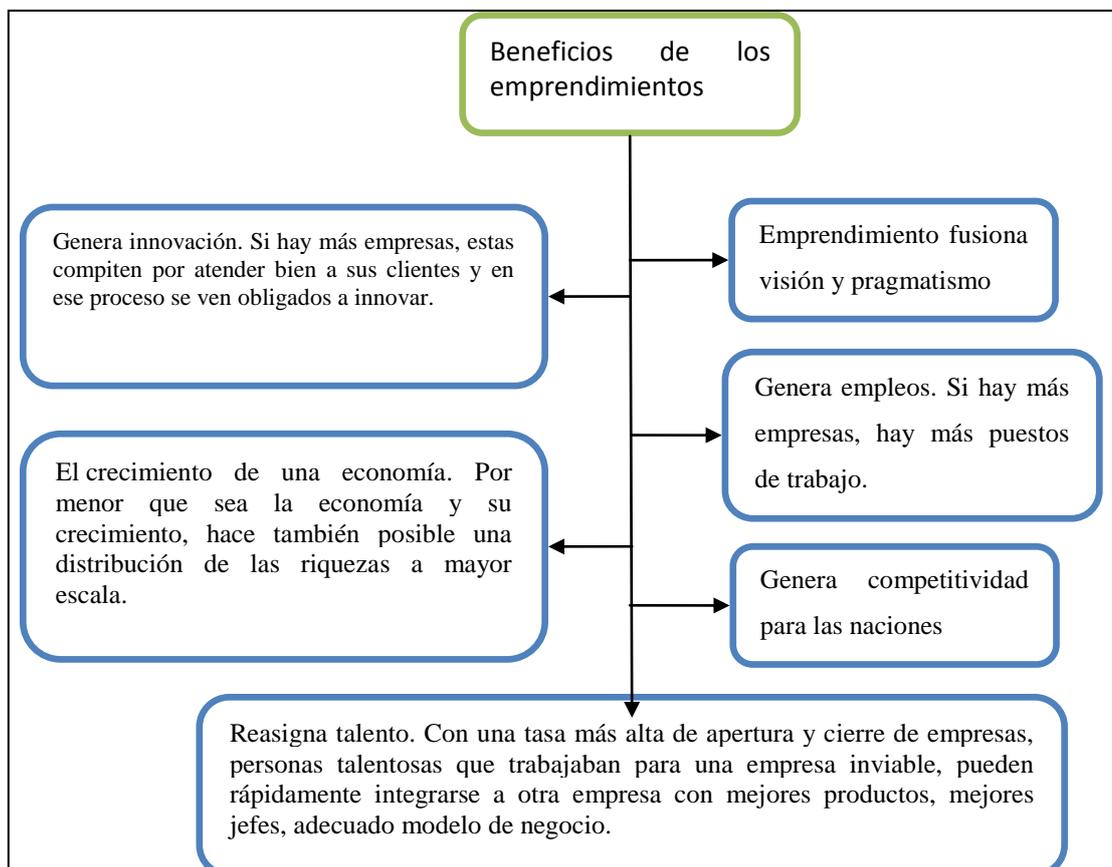
La importancia del emprendimiento radica básicamente por el beneficio tanto individual como general que trae consigo, no solamente por el hecho de lograr un mejor estatus económico y social, sino por buscar soluciones a los problemas que presenta la sociedad y a través de ideas nuevas y creativas fomentar una mejor dinamización de la economía.

Dentro de esta perspectiva (Valencia, 2007), señala cuál es la importancia del emprendimiento según se muestra a continuación:

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores

Dentro de la siguiente ilustración se presenta de forma resumida los beneficios de los emprendimientos:

Figura4: Beneficios del emprendimiento.



Fuente: Albornoz Carlos, 2012

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet

## **2.5 Tipos de emprendimiento**

Existen diversos tipos de emprendimientos y es necesario conocer en qué consiste cada uno, debido a la importancia de diferenciar sus principales características, elementos, ventajas y desventajas que presentan.

A continuación se muestra los principales tipos de emprendimientos, según (Zuluaga, 2010):

### **Emprendimiento de subsistencia**

- Emprendimientos con bajos niveles de ingreso.
- Emprendimientos dirigidos a generar ingresos diarios para vivir, sin una planificación ni visión de crecimiento futura.
- Emprendimientos que no generan mucho valor agregado ni tienen perspectivas de internacionalización.

### **Emprendimiento medio**

Concepto para referirse a iniciativas empresariales que se caracterizan por tener un potencial realizable de crecimiento gracias a la estructuración competitiva, donde sus niveles de acumulación corresponden a los de la media del respectivo sector.

### **Emprendimiento dinámico**

Emprendimientos basados en un alto grado de diferenciación e incluso de innovación y en una clara voluntad de acumulación (muy por encima de la media de su sector) como para al menos convertirse en una mediana empresa.

## **2.6 Actividad emprendedora**

(Shane y Venkataraman, 2000) afirman que la actividad emprendedora es aquella que:

Incluye el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades para introducir nuevos productos o servicios, nuevos procesos de producción, nuevas materias primas, nuevos mercados y nuevas fórmulas organizativas a través de «esfuerzos organizativos» que previamente no existían, lo que puede ser realizado tanto por las empresas ya existentes como por nuevas empresas creadas.

## **2.7 Cultura de emprendimiento**

Según (Aguirre, 2010) define la cultura de emprendimiento de la siguiente manera:

La cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad.

Es el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparte un grupo de personas hacia el emprendimiento, que surgen en la interrelación social, los cuáles generan patrones de comportamiento colectivos y establece una identidad entre sus miembros y lo identifica y diferencia de otro grupo.

La formación para el emprendimiento, busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones basadas en la formación de competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

Tomando en consideración lo antes mencionado, forjar una cultura de emprendimiento es fundamental para generar una sociedad de emprendedores, que afronte situaciones o problemas mediante la innovación y la creatividad y que pueda generar valor agregado para la sociedad, el estado y para sí mismo.

### **2.7.1 Principios para el desarrollo de la cultura del emprendimiento**

Todo proceso de emprendimiento debe basarse necesariamente en un conjunto de principios, que fortalezcan la iniciativa y le permitan interactuar de una manera directa y responsable en el medio en el que se desenvuelve y a su vez permitirle las condiciones más favorables para que opere con la mayor normalidad.

Es así que (Aguirre, 2010), presenta los principios fundamentales en una iniciativa empresarial:

- ✓ Formación integral en aspectos y valores como: el desarrollo integral del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad, desarrollo del gusto por la innovación, el estímulo a la investigación y el aprendizaje permanente.
- ✓ Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo, en torno a proyectos productivos con responsabilidad social.
- ✓ Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad.
- ✓ Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde las perspectivas: social, económica, cultural, ambiental, regional y local.

### **2.7.2 Fomento de la cultura el emprendimiento**

Para que los emprendimientos se constituyan como un pilar dentro del desarrollo sostenible de una economía, es fundamental crear una cultura de emprendimiento, que los impulse y proporciones las herramientas y recursos necesarios para su

funcionamiento y así mismo las facilidades para que estos puedan crecer y expandirse en el mercado y de esta manera obtener los beneficios que estos ofrecen tanto a nivel individual, colectivo y para el estado.

Dentro de uno de los artículos publicados por (Aguirre, 2010) presenta como debe formarse una cultura de emprendimiento y los ejes es en los cuales debe basarse:

Para fomentar la cultura del emprendimiento es preciso que se inicie un proceso desde los primeros años de vida de las personas. Este proceso debe contemplar estrategias encaminadas a llevar a la persona al convencimiento que mediante la creación de proyectos productivos se puede llegar a triunfar tanto personal como económicamente.

Lamentablemente nuestro sistema educativo se ha enfocado a formar empleados y asalariados más no empresarios. Y no solo el sistema educativo, también la misma estructura familiar y social llevan a las personas a ser empleados y no emprendedores.

## **2.8 Opciones de emprendimiento**

Dentro del tema de emprendimiento, es importante identificar las diversas opciones que existen para llevar a cabo cualquier iniciativa de negocios, que el emprendedor se ha propuesto, y que pueden variar dependiendo de las circunstancias dentro de las cuales se desenvuelve, la persona que decidió emprender, así como saber determinar que presentan características únicas, además de ventajas y desventajas propias, que muestran una visión más generalizada acerca de cómo facilitar la toma de decisiones en la iniciativa de un proyecto de negocio.

Para (Zuluaga, 2010), algunas de las opciones para emprender más comunes, son las que se muestran a continuación:

### **Iniciar un negocio propio desde cero:**

Esto tiene como ventaja el sentir el orgullo de ser el creador de algo, más si es un producto o servicio innovador u original.

Otra ventaja muy importante es que puede ser un emprendimiento pequeño y requerir muy poca inversión inicial. Existen muchas ideas de negocios que requieren muy bajo capital para iniciarse.

Pero tiene a su vez como desventaja la posibilidad de que el desarrollo sea muy lento debido justamente a lo novedoso y a todo el aprendizaje necesario.

Si no se planifica la evolución del emprendimiento, con el tiempo los costos pueden llegar a ser elevados debido al factor prueba-error-aprendizaje e incluso la posibilidad de que no funcione

### **Comprar un negocio en decadencia, renovarlo y relanzarlo.**

Entre las ventajas de esta posibilidad podemos mencionar:

-Inversión relativamente baja. Se pueden conseguir negocios en esta situación por precios muy bajos.

-El negocio, aunque en decadencia, ya está funcionando.

-Se conocen los errores que lo llevaron a esa situación.

Como desventajas debemos mencionar:

-Pueden presentarse serias dificultades para recuperar la imagen del mismo, ya sea comercio, industria, productos o servicios.

-Debemos tener muy en claro que estrategias usaremos para darle una nueva imagen y rentabilizarlo.

### **Comprar un negocio en funcionamiento**

Ventajas:

-La ventaja más importante que podemos mencionar es que el negocio ya está en funcionamiento y se puede determinar la utilidad del mismo desde el comienzo.

-Quien lo compra recibe todo el conocimiento y experiencia de quién lo vende.

-El negocio ya tiene cartera de clientes, reconocimiento e imagen entre el público.

Desventaja

-La desventaja más importante es el alto valor que generalmente tienen estos negocios, cuya compra solo es interesante si se dispone de capital suficiente.

-Otra desventaja es que la utilidad del negocio o “ganancia que deja” no sea la indicada por quién la vende y la inversión realizada pueda no ser recuperada en el plazo previsto.

### **Adquirir una franquicia**

Si bien al adquirir una Franquicia estamos adquiriendo un negocio en funcionamiento, aún no está funcionando donde nosotros lo instalaremos.

Ventajas:

-El sistema o modelo de negocio, ya está funcionando y es rentable al menos en otros lugares.

-La marca es reconocida (puede no serlo en el caso de algunas franquicias pequeñas).

-Los productos o servicios y su calidad son reconocidos por el público ya están desarrollados y optimizados.

Desventajas:

-Suelen requerir inversiones iniciales elevadas, pagos mensuales en conceptos de publicidad y exigencias o derechos del franquiciante.

-Que la Franquicia no funcione como lo esperábamos en el lugar donde la instalamos.

-No encontrar respuesta suficiente en el mercado para poder cubrir los compromisos.

## **2.9 Ventajas y desventajas del emprendimiento**

El emprendedor debe de saber que llevar a cabo un emprendimiento, requiere un gran esfuerzo y sacrificio, así como de diversas características propias del emprendedor, que le permitan salir adelante y poder lograr el éxito en el negocio iniciado, sin embargo todo este proceso de ejecución de proyectos de negocios, trae consigo una serie de ventajas y desventajas, para aquello que los ejecutan, y que facilitan la toma de decisiones.

A continuación (Morales, 2013) presenta las ventajas y desventajas del emprendimiento, más sobresalientes, de una forma clara y resumida:

Tabla 1: Ventajas y desventajas del emprendimiento.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Independencia económica y libertad de horarios.</li> <li>• Posibilidad de proyectar objetivos y logros.</li> <li>• Aprovechamiento de los frutos de tu esfuerzo y sacrificio.</li> <li>• Posibilidad de disfrutar los logros obtenidos.</li> <li>• Posibilidad de generar propios ingresos.</li> <li>• Posibilidad de mayor y más rápido crecimiento económico personal.</li> <li>• Posibilidad de trabajar y hacer las cosas a tu manera.</li> <li>• Posibilidad de trabajar cómo y dónde te gusta.</li> <li>• Posibilidad de dejar una herencia (empresa) a tu descendencia.</li> <li>• Posibilidad de planificar tus descansos (vacaciones, tiempo libre, etc.) de acuerdo a tus necesidades.</li> <li>• Desarrollo y crecimiento personal de acuerdo a tus necesidades y sueños.</li> </ul> <p style="text-align: center;">Si tu emprendimiento a tenido éxito:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Orgullo de haber creado algo por ti mismo y haberlo hecho salir adelante.</li> </ul> <p style="text-align: center;">Si no lo logras en un primer momento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Orgullo de haber tenido el valor y el coraje de haber intentado algo para mejorar tu vida y la de los que te rodean.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los riesgos y responsabilidades recaen sobre el emprendedor.</li> <li>• El riesgo de que la idea sobre la que está basada el proyecto o negocio no sea adecuada o viable.</li> <li>• Los ingresos económicos pueden variar mucho de un mes a otro.</li> <li>• Los ingresos económicos no se producen en un determinado momento del mes.</li> <li>• La planificación y organización de la vida de un emprendedor es muy distinta a la de un empleado a sueldo: El emprendedor debe hacer reservas para estar cubierto ante pérdidas temporarias del negocio o ante el quiebre del mismo y debe tener un “plan B” ante la posibilidad de esta situación.</li> <li>• Suelen presentarse dificultades que requieren mucha fortaleza interior y estabilidad emocional.</li> </ul>

Fuente: Portal web Iniciando mi negocio. 2013

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet

## **2.10 Emprender**

Según la (RAE Real Academia Española, 2001), la definición de emprender es “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”.

(Quezada, 2008) Nos indica de una manera clara y precisa la definición de emprender:

Emprender es un acto del pensamiento planificado y concebido para ser accionado hacia objetivos claros de intencionalidad, es un acto de la acción funcional y creativa de la genialidad humana, hecha por un ser hacedor y realizador, ¡un ser emprendedor!, un constructor de ideas y sueños, pero para ser convertidos en hechos transformados y plasmados en realidades objetivadas, es un acto que obedece a su propio “instinto realizador,” presente en todos estos seres, que por su vez, son dotados de una fuerte capacidad motivacional para ir en busca de la concretización de sus ideas y sueños

### **2.10.1 Diferencia y similitud entre emprendimiento y emprender**

Emprender y emprendimientos, son términos que al parecer presentan similitud dentro de su contextualización y que nada de ellos varían, ya que se concibe como si tuvieran el mismo enfoque o significado, sin embargo, entre los dos existe diferencias y que cada persona debe saber identificarlos.

“Emprendimiento: Busca iniciar, crear un proyecto por medio de diferentes ideas y oportunidades

Emprender: Tiene claro su proyecto ya planificado para empezar con sus objetivos claros.” (Mancoc, 2011).

Según (Mancoc, 2011) tanto el emprendimiento como emprender “buscan llegar a una meta, planeando y teniendo ideas, queriendo llegar a un gran proyecto por el cual se puedan destacar, dando beneficios a las personas que se ofrezcan”.

### **2.10.2 Emprendedor**

Según el diccionario de la (RAE Real Academia Española, 2001) el emprendedor es “quien emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas”.

Así mismo (Alcaraz, 2006), plantea otras definiciones para el término emprendedor, citadas por algunos autores:

(Finley, 1990) lo describe “como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios”

(Say, 1800) – citado por (Druker, 1989) lo clasifica como un “buen administrador”. En cambio para el académico, emprender “es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos”. Y en esto coinciden (Ronstadt, 1895).

Así mismo, (Shefsky, 1997) y (Baumol, 1993) citado este por (Ibáñez, 2001) señalan que:

El término es utilizado para describir a cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que de manera definitiva huyen de rutinas y prácticas mayoritariamente aceptadas. Estos individuos se caracterizan por su capacidad para crear e innovar, es decir, salen de la costumbre y hacen cosas diferentes para mejorar lo existente

Tanto (Hebert y Link, 1989) y (Hatten, 1997) lo definen como:

Aquel que se especializa en asumir la responsabilidad de las decisiones que tiene que ver con la localización y uso de bienes, recursos e instituciones es decir

como un “ágil captador y aprovechador de información y recursos” que tiene la facultad de detectar oportunidades de negocios para aprovecharlas

(Morris y Kuratko, 2002) dicen que el emprendedor además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximizan sus resultados factibles, “agrega valor” a toda actividad o proceso en la que interviene.

(Harper, 1991) lo identifica como:

Una persona capaz de detectar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para desarrollar un nuevo concepto de negocio; es decir, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza.

(Schumpeter, 1934) citado por (Jenninings, 1994) afirma que:

La innovación se desarrolla a partir de la capacidad de emprender, por lo tanto, los emprendedores no son necesariamente capitalistas, administradores o inventores, ya que finalmente se trata de las personas con la capacidad de combinar los factores de producción existentes y obtener los mejores resultados, es decir innovar con ellos.

Finalmente el emprendedor es concebido desde una forma resumida por (Urrutia, 2006):

Es durante el desarrollo de la economía en sus diversos momentos que se llegó a construir un concepto, que en lo general define a los emprendedores como: tomadores de riesgos, coordinadores, organizadores, llenadores de vacíos, líderes, innovadores o imitadores creativos.

### **2.10.3 Visión empresarial**

Una de las maneras más prácticas para poder llevar a cabo un emprendimiento, es tener una visión empresarial, realizando un análisis previo, acerca de los factores favorables y desfavorables a los que se afrentará la idea a ejecutar.

(Galindo, 2008), explica la manera más apropiada de crear una visión empresarial:

Toda persona que desee crear una empresa puede hacerlo para ello debe tener en cuenta que el objetivo final de esa idea, se convierta en un proyecto real, es importante que el futuro empresario analice y tenga en cuenta los factores internos y externos que optimizan o afectan su negocio, ya que el proyecto empresarial puede ser viable, para lo cual es necesario cumplir el proceso de puesta en marcha, genera producción y ventas en el tiempo inicialmente planeado.

Los factores externos que afectan un proyecto empresarial y que tienen incidencia directa en las debilidades y en las fortalezas, generan efectos trascendentales hasta el punto de obtener éxito o fracaso dependiendo de la solidez de nuestro negocio algunas de estas variables son: el mercado, la competencia, las políticas macroeconómicas que definen los gobiernos, los efectos inflacionarios, los problemas sociales, los decretos y leyes, los efectos ambientales, etc.

Los factores internos que debe evaluar el empresario, para asegurar su permanencia en el mercado son los siguientes:

- Competitividad.
- Gestión
- Eficiencia
- Efectividad
- Variables macroeconómicas.

Por ello es importante que el empresario conozca bien el proyecto que va a implementar y todo lo que involucra su desarrollo corporativo.

#### **2.10.4 Perfil de un emprendedor**

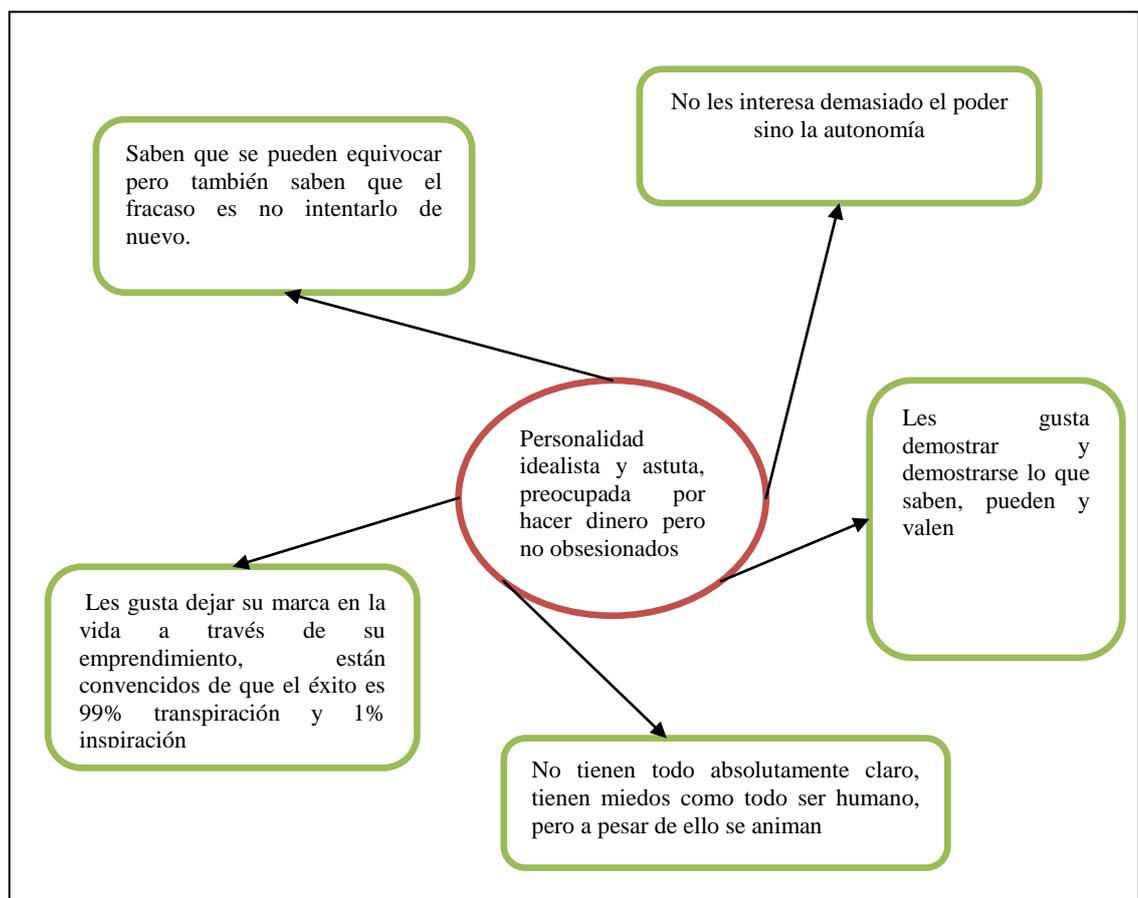
Todo emprendedor posee cierto perfil que lo diferencia de los demás, este abarca aspectos tanto personales como profesionales, que lo llevan a realizar acciones de

una manera diferente y a saber aprovechar oportunidades que los demás no pueden ver.

El perfil emprendedor es descrito por (Hisrich, 1988), citado por (Gutierrez, 2011) como “las motivaciones y características personales”. De forma que para el establecimiento de un perfil emprendedor, deben tomarse en cuenta las características o rasgos personales que posee un individuo” (Gutierrez, 2011)

Para ser un emprendedor se requiere tener cierto perfil, ciertas aptitudes y ciertas características de personalidad. No es una tarea fácil identificar con claridad cuál debe ser el perfil de un emprendedor, pero muchos autores coinciden que los factores más importantes a tener en cuenta, son los siguientes:

Figura5: Perfil del emprendedor



Fuente: Escuela industrial “Guillermo Richards Cuevas”

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet.

## 2.10.5 Características del emprendedor

Todo emprendedor posee características innatas que lo diferencian de los demás, cada una de estas características forman o determinan los rasgos de un buen emprendedor.

A continuación (Lesur, 2009), describe cada una de las características fundamentales que debe poseer cada emprendedor:

**Tener iniciativa.-** Ser capaz de identificar las oportunidades y actuar sobre ellas sin ser empujado por los demás. El emprendedor suele ser un autoiniciador, con la habilidad para motivarse a sí mismo y adquirir confianza en la toma de decisiones.

**Tener deseo de logro.-** es decir tener empuje para superar problemas y dar nacimiento a una nueva empresa venturosa. El deseo de logro, el trabajo duro y la toma de responsabilidades también tiene que ver con el deseo de ser reconocido y ser respetado por sus esfuerzos además del dinero.

**Trabajar duro.-** Se dice que muchos empresarios exitosos, son trabajadores compulsivos.

**Ser independiente.-** Tener el deseo y gusto de trabajar para ellos mismos, más que para una organización o para otro individuo. Suelen trabajar para otros a fin de obtener los conocimientos necesarios para hacer el producto o servicio que desean vender por su cuenta.

**Ser responsables.-** Asumir la responsabilidad moral, legal y mental de su empresa. No culpar a otros cuando las cosas van mal. La responsabilidad debe de ser un gusto, no una carga o un agobio debe de ser algo que se lleva gustosamente ante los socios, los empleados, los clientes y la familia.

**Capacidad de sacrificio.-** Sacar adelante a la empresa, muchas veces implica el sacrificio de otras áreas de la vida y de las finanzas domésticas. Tener éxito no es fácil.

**Optimismo.-** Suelen ser personas que viven bajo la filosofía de que todo es posible y que este puede ser el mejor de los tiempos. El optimismo es una cualidad importantísima para enfrentarse a las dificultades y perseverar.

**Determinación.-** Se necesita determinación para no rendirse con los contratiempos, serenidad ante las presiones y serenidad para salir adelante. Hay que ser perseverante pero no obstinado, ser flexible para amoldarse a los cambios.

**Visión de negocios.-** Un emprendedor de éxito tiene la habilidad para identificar oportunidades de negocio donde otros no las ven. Para ello, está constantemente analizando el mercado, analizando los nuevos gustos, las nuevas modas, estudiando tendencias, etc.

**Liderazgo.-** El emprendedor de éxito ejerce la calidad de líder. Tiene la habilidad y capacidad para influir, inducir, animar y motivar a sus trabajadores, para que estos lo sigan con entusiasmo, por voluntad propia y sin poner condiciones.

**Tolerancia al riesgo.-** Un emprendedor de éxito busca minimizar los riesgos en sus emprendimientos o negocios. Para ello, se informa, se capacita, se prepara, planifica, prevea posibles percances, diseña estrategias de emergencia, etc.

### **2.10.6 Habilidades del emprendedor**

Además de las características mencionadas anteriormente, que pueden formar parte de la personalidad de los emprendedores, conviene que hayan adquirido algunas habilidades.

Según (Lesur, 2009), describe las siguientes habilidades que debe poseer un emprendedor:

**Habilidades gerenciales.-** El emprendedor no necesita ser experto en todo, pero sí debería comprender todas las habilidades claves de su negocio, conocer las tareas prioritarias que se tiene que hacer en el tiempo apropiado o todo se atrasara. No hay que saberlo todo, pero si entenderlo, ver el conjunto y las partes y tener una idea clara de que va primero y que después.

Habrá que tener habilidad de proyectar gastos con realismo, controlar el dinero y no gastar el innecesario, ser capaz de verificar las notas de venta, las compras, las entradas y salidas de dinero.

**Habilidad comercial.-** Capacidad para dar con los clientes, saber lo que quieren y producirlo para ellos con una ganancia para el negocio. Tener buen trato con la gente, ya sean empleados, proveedores o clientes; tener don de gente, particularmente en los momentos de crisis.

### **2.10.7 Atributos del emprendedor**

Todos o la mayoría de los emprendedores, reúnen un conjunto de características y cualidades propias de ellos, que los diferencian de los demás, así como atributos que sobresalen y les ayudan a afrontar situaciones complejas, dentro de las cuales son necesarias la toma de decisiones acertadas y oportunas. Estos atributos le otorgan al emprendedor la facilidad para saber manejarse ante posibles alternativas y que requieran la intervención de soluciones o ideas para poder acoplarse y seguir dentro de la empresa o proyecto desarrollado.

En este sentido la (Corporación Andina de Fomento, 2013), muestra en una de sus publicaciones cuales son los atributos que debe poseer todo emprendedor:

#### **Innovación y creatividad**

Probablemente las referencias más citadas sobre la actividad emprendedora como motor del crecimiento económico sean los trabajos de (Schumpeter, 1911, 1942), donde se desarrolla la hipótesis de la “destrucción creativa”. Este autor asocia al emprendimiento con el surgimiento de firmas que crean nuevos productos o formas de producción que desplazan a las empresas ya establecidas y,

a través de este proceso, la productividad agregada de la economía crece y se fortalece el crecimiento económico.

En tal sentido, lo que distingue a un emprendedor es su búsqueda de la innovación.

### **Tolerancia al riesgo**

Otro enfoque enfatiza que la característica fundamental del emprendedor es su capacidad para tomar riesgos (Knight, 1921). Los empresarios enfrentan situaciones de incertidumbre respecto de la disponibilidad de insumos y recursos naturales, el avance tecnológico y los cambios de los precios de los productos que se proponen vender. Si bien los precios de algunos factores (como trabajo y también algunos otros insumos), y quizás también el del producto final, se pueden contratar hasta cierto punto, la naturaleza cambiante de los mercados puede hacerlos fluctuar de manera inesperada. Por este motivo, el dueño de un negocio debe tener la capacidad de tolerar el riesgo y evaluar las posibles contingencias.

### **Habilidades gerenciales**

Además de ser creativos y moderadamente capaces de tomar riesgos, los emprendedores deben estar motivados para enfrentar dificultades, resolver problemas y trazarse objetivos ambiciosos para ellos y sus organizaciones. Esto no solo impacta en su decisión de emprender, sino que determina el tamaño y el éxito relativo de sus emprendimientos. Son cuatro los aspectos de la personalidad que se asocian con estas características: orientación al logro, locus de control interno, capacidad multitareas y autoeficacia.

### **Orientación al logro**

Este rasgo de la personalidad se vincula con la idea de que los emprendedores exitosos buscan destacarse trazándose objetivos ambiciosos. El estudio de (McClelland, 1961) es uno de los primeros trabajos que analiza los rasgos de la personalidad de los individuos que podrían estar asociados con el emprendimiento. Entre los que destaca dicho autor, se encuentra la orientación al logro. Esta relación ha sido también identificada en estudios más recientes (Collins, 2004). La orientación al logro lleva a los individuos a realizar tareas

desafiantes, a tomar responsabilidad por las acciones que emprenden, a recibir consejos y sugerencias de otros, y a buscar nuevas y mejores formas de actuar para mejorar los resultados (Rauch y Frese, 2000).

### **Locus (percepción) de control interno**

Esta característica se asocia con la creencia del individuo de que sus logros y resultados dependen principalmente de sus acciones más que de factores externos. Como la actividad de emprender le ofrece al individuo tomar decisiones discrecionales o tener un mayor control sobre lo que hace, es de suponer que los individuos con esta característica tienen una mayor tendencia a establecer su propio negocio. (Rotter, 1966) fue uno de los primeros investigadores en analizar este rasgo de la personalidad a través de lo que se conoce como la ‘escala de Rotter’, la cual ordena a los individuos en función de sus creencias respecto de si sus acciones son las que más han incidido en sus resultados (en este caso, mayor es el indicador de control interno). Se ha encontrado que este indicador está más presente entre los fundadores de empresas respecto de otros individuos (Spector, 1982).

### **Capacidad multitareas**

Esta característica, también conocida como el indicador de ‘policronicidad’ (polychronicity), se asocia directamente con las habilidades gerenciales de los individuos o la habilidad de realizar varias tareas a la vez (Bluedorn, 1999). Asimismo, se relaciona con la preferencia de tener un manejo aceptable de distintas capacidades en comparación con una fuerte especialización en unas pocas.

### **Autoeficacia**

Esta característica está relacionada con la creencia del individuo en su propia habilidad para responder a los desafíos de un determinado trabajo o para alcanzar ciertos objetivos o resultados propuestos (Bandura, 1994). De igual modo, esta característica está claramente relacionada con otros atributos también destacados en los emprendedores exitosos, como la confianza en sí mismos o el optimismo (Bird, 1995; Kalkan y Kaygusuz, 2012).

## Autonomía

Un aspecto muy atractivo de la actividad emprendedora es el hecho de ser “su propio jefe”. Detrás de esta preferencia por la autonomía, se encuentra el deseo por tener más control sobre los objetivos que el individuo se propone alcanzar. En este sentido, la autonomía también implica tener plena libertad para tomar decisiones. Es así que muchas historias de emprendedores exitosos se refieren a personas que dejan trabajos seguros y bien pagados en grandes organizaciones –pero que limitan sus posibilidades de crecimiento– por la posibilidad de organizar sus propios negocios en ambientes de mayor flexibilidad.

### 2.10.8 Diferencias entre un emprendedor y un empresario

Existen múltiples diferencias entre un emprendedor y un empresario, ya sea por su naturaleza o por las funciones que realizan, cada uno de los dos presenta cualidad y características diferentes.

(Profesionales On, 2013), nos muestra cuales son estas diferencias, en el siguiente cuadro:

Tabla 2: Diferencias entre un emprendedor y un empresario

<b>Empresario</b>	<b>Emprendedor</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Intenta hacer y hace negocios con el objetivo de satisfacer la necesidad de otros a cambio de un retorno económico.</li><li>➤ Es un creador, un hacedor y un administrador de proyectos que, en la mayoría de casos, van dirigidos a empresas como entes económicos, productores de bienes y servicios útiles para cierto grupo de personas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Es similar, pero este no necesariamente busca una recompensa económica, sino más bien en un sentido más amplio, busca satisfacer desafíos personales o sociales.</li><li>➤ El emprendedor, por su parte, tiene objetivos más dirigidos hacia ‘los potenciales clientes’, al mismo tiempo que logra el cumplimiento de retos personales.</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El empresario es una pieza fundamental de la empresa y así se hace notar, de la misma forma que el trabajador a través de sus conocimientos y su estrategia de acción es la persona cualificada para hacer crecer ese negocio</li> <li>➤ Se centra especialmente en los datos numéricos de su empresa para saber si un proyecto es rentable o no lo es o si un trabajador es competente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El emprendedor tiene tan poco tiempo que lo que de verdad quiere y necesita es gente que le facilite las tareas y no caiga en discusiones innecesarias.</li> <li>➤ Conoce muy bien su empresa y a las personas que están en ella, dedica tiempo a charlar con los empleados. Es un jefe cercano y accesible. Lo que de verdad premia en las personas es su capacidad de esfuerzo y de lucha ya que esto genera compromiso por parte de los trabajadores hacia su empresa.</li> </ul>
---	---

Fuente: Portal web Profesionales On (2013)

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuete.

### 2.10.9 Tipos de emprendedores

Según Howard H. Stevenson Cuando hablamos de emprendedores nos referimos a “personas que invierten “Tiempo, Dinero y Discernimiento” en su negocio propio”.

En este sentido se puede concluir que el emprendedor expone parte de su capital para llevar a cabo su negocio y muchas veces no es solo parte de ese capital sino recursos adicionales como: tiempo, descanso, oportunidades entre otros. Por consiguiente es necesario conocer cuáles son los diferentes tipos de emprendedores y cuáles son sus principales características, aquí se presenta una lista detallada de cada tipo de emprendedor según (García, 2012):

Tabla 3: Tipos de emprendedores

<p style="text-align: center;"><b>❖ El visionario</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Es capaz de realizar diferentes tareas y hacerlas todas bien.</li> <li>-Son muy versátiles y se atreven con cualquier entorno.</li> <li>-Son vocacionales y pasionales, lo que les vuelve más comunicativos y persuasivos.</li> <li>-Tienen poca aversión al riesgo.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>❖ El que emprende por necesidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Normalmente emprenden por necesidad o por huida de las circunstancias actuales. No están satisfechos con su situación profesional o económica y deciden indagar nuevos rumbos.</li> <li>-Son muy cautos a la hora de emprender y suelen embarcarse en proyectos pequeños que encajarían más dentro del prototipo de autónomo.</li> <li>-La necesidad les obliga a exprimirse el cerebro por lo que acaban desarrollando un olfato para detectar oportunidades muy importante.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>❖ El inversionista</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Tiene una visión excepcional para salir indemne de todas las crisis.</li> <li>Sería el que tiene un capital y decide crear una compañía.</li> <li>-Busca la rentabilidad por encima de todo, y las oportunidades en cualquier circunstancia.</li> <li>Son capaces de ver siempre el vaso medio lleno.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>❖ El caza oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Se dedica a analizar el mercado.</li> <li>Tiene una mente muy racional y analítica, que le permite detectar dónde se hacen las cosas de una forma poco práctica.</li> <li>-Percibe los detalles más mínimos y saca conclusiones insospechadas.</li> <li>-Suelen ser muy versátiles: duchos en mucho, expertos en nada. Esta capacidad de afrontar diversas disciplinas es la que les permite entrar en diferentes sectores.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>❖ El emprendedor por azar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Suelen tener una visión clara de lo que necesita el mercado.</li> <li>-Gran capacidad de adaptarse a los cambios, saben aprovechar los contratiempos.</li> <li>-Normalmente surgen “en mercados en crecimiento, con altas ineficiencias. De repente aparece el emprendedor espontáneo que se atreve y se lanza, casi por casualidad.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>❖ El especialista</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Tienen un punto de agudeza visual para detectar dónde se están cometiendo errores y encontrar la forma de hacer algo diferente.</li> <li>-A menudo son individualistas y corren el riesgo del protagonista de la película: enfrentarse a gigantes sin apoyos. Su éxito pasa por la cooperación.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>❖ El persuasivo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Es capaz de convencer a todos sus colaboradores y empujarles hacia un mismo objetivo.</li> <li>-Se han ganado un prestigio sólido en su sector que les avala para lanzarse a emprender. Suelen ser empresas pequeñas y muy personalistas, tipo boutiques.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>❖ El intuitivo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Tiene una gran personalidad y es capaz de seguir su primer impulso contra viento y marea.</li> <li>-Poseen una gran empatía y capacidad de escucha. Desborda pasión en lo que emprenden.</li> <li>-Es capaz de dejar clara su visión y empujar a la gente hacia esa meta.</li> </ul>

Fuente: Portal web Desafío joven

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet.

### **2.10.10 El emprendedor y su importancia para la sociedad**

La importancia del emprendedor para la sociedad, es notoria en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, así mismo una mayor contribución al PIB y una mejor dinamización de la economía a través de la innovación y la adquisición de más y mejores tecnológicas.

La (Universidad Popular Autonoma del Estado de Puebla, México, 2010), en uno de sus publicaciones describe estos beneficios:

El Emprendedor se llega a convertir en un elemento referente de gran importancia para la Sociedad.

A través de su capacidad de crear negocios y empresas, su aporte a la sociedad se convierte en un elemento vital para el desarrollo de la misma.

Entre los principales aportes que podemos mencionar tenemos:

- A- Generación de empleo.
- B- Pago de impuestos.
- C- Desarrollo de proyectos.
- D- Formación de mejores individuos.
- E- Aportes a la solución de los problemas de la sociedad
- F- Contribución económica y personal para diferentes proyectos de bien social.

Se puede agregar que la importancia del emprendedor, se basa fundamentalmente en el desarrollo e innovación, ya sea en nuevos procesos o productos, que permitan ofrecer a la sociedad bienes o servicios con mayor valor agregado y con potencial de crecimiento. Así mismo, es importante mencionar que, dentro de cada región se debe respaldar al emprendedor, ya sea a través de leyes, financiamiento, capacitación, seguimiento en procesos de creación entre otros, a fin de garantizar que el negocio o actividad que desarrolla o pretende desarrollar sea exitosa, y a través de esto contribuir directamente en la dinamización de la economía.

En esta realidad la (Corporación Andina de Fomento, 2013), presenta detalladamente el porqué de la importancia del emprendedor para un país y el apoyo o mecanismos que se le deben poner a disposición para que puedan obtener un buen desenvolvimiento y desarrollo.

El emprendedor es un factor vital en el surgimiento de una empresa nueva. Un emprendedor de éxito productivo y transformador debe tener tres características: debe ser innovador, buen gerente y estar dispuesto a tomar algunos riesgos. La persona o equipo que reúna estas características debe enfrentarse, en efecto, a diversos obstáculos para convertir su idea en una empresa productiva y rentable. De tal manera que la política pública puede facilitar la interacción de personas con inquietudes similares y habilidades complementarias para generar emprendimientos exitosos.

Un sistema que favorece el emprendimiento y la productividad contribuye a corregir las imperfecciones de mercado que generan bajos niveles de innovación tanto en productos como en procesos; además, ayuda a que las combinaciones de talentos para el emprendimiento se encuentren y se desarrollen. No obstante, también atiende las imperfecciones en los mercados de factores más importantes: capital y trabajo. La actividad productiva requiere fuentes de financiamiento diversas en distintas etapas de la gestación del negocio y lo ideal es que en cada una de estas, la empresa encuentre la que se ajusta mejor a sus requerimientos.

En este sentido, el papel de las organizaciones no gubernamentales y de los centros educativos resulta primordial en la formación vocacional. Existen muchos ejemplos de centros y programas de formación para el emprendimiento, tanto bajo el esquema de concentraciones en programas académicos como en la modalidad de programas profesionales autónomos. Además, son cada vez más frecuentes los concursos de ideas, los encuentros para emprendedores y otras actividades que no solo buscan fomentar la formación sino también la creación de redes y de contactos que son vitales para el éxito del emprendimiento.

## **2.11 El emprendimiento social**

El emprendimiento social en su más amplia concepción trata de buscar el bien común dejando de lado el interés personal, a fin de servir de apoyo a cierto grupo de personas o regiones, que requieren de un ente u acciones que les proporcionen los recursos que necesitan para una determinada situación.

Según (Vainrub, 2009), define al emprendimiento social como:

La fusión entre una solución innovadora a un problema de desarrollo socio-económico y una estrategia sostenible con impacto medido.

Es una actividad innovadora que crea valor social y que puede llevarla a cabo el sector sin fines de lucro, las empresas o los gobiernos.

### **2.11.1. Emprendedor social**

(Schulyer, 1998) describe a los emprendedores sociales, como “individuos que tienen una visión para el cambio social y tienen los recursos financieros, para desarrollar sus ideas, quienes exhiben todas las habilidades de la gente de negocios exitosa, así como un poderoso deseo de cambio”

(Boschee, 1998) los presenta como “ejecutivos sin fines de lucro que presentan mayor atención a las fuerzas de mercado sin perder de vista su misión subyacente”

(Thompson, 2000) los describe como “gente que se da cuenta de que existe una oportunidad para cubrir necesidades insatisfechas por el sistema de asistencia social y que reúnen los recursos necesarios (generalmente gente, voluntarios, dinero y local) y lo usa para producir un cambio.”

(Vainrub, 2009) Considera que un emprendedor social:

Identifica y resuelve problemas sociales a gran escala. De la misma forma en que un emprendedor comercial crea o transforma una industria, los

emprendedores sociales actúan como agentes del cambio para la sociedad, aprovechando oportunidades que otros no ven, a fin de mejorar el sistema, inventar y diseminar nuevos enfoques y soluciones avanzadas sostenibles que crean valor social.

Son agentes de cambio social, pues realizan transformaciones fundamentales en la manera de cómo se hacen las cosas en el sector social. Su visión es audaz. Se concentran en las causas subyacentes de problema más que en sus síntomas. Buscan reducir las necesidades en lugar de solo satisfacerlas. Intentan crear cambios sistemáticos y mejoras sostenibles.

### **2.11.2 Los emprendedores sociales**

Los emprendedores sociales buscan la solución a problemas específicos de la sociedad, teniendo como objetivo principal la ayuda social más no el lucro, este tipo de emprendedores según (Vainrub, 2009):

- ❖ Buscan constantemente nuevas maneras de servir a su circunscripción y de agregar valor a los productos y servicios existentes.
- ❖ Están dispuestos a tomar riesgos razonables en nombre de la gente a la que sirve su iniciativa.
- ❖ Entienden la diferencia entre necesidad y deseos.
- ❖ Entienden que todas las asignaciones de recursos les son otorgadas para su administración y consideran el retorno financiero y social de cada una de esas inversiones.
- ❖ Mantiene siempre la misión como la prioridad, pero saben que sin dinero no hay resultados.

### **2.11.3 Tipos de personas que se convierten en emprendedores sociales**

(Cannon, 2000) identifica tres tipos de personas que se convierten en emprendedores sociales:

- ✓ Los individuos que han hecho gran cantidad de dinero y están interesados en dar algo en retorno para la promoción de objetivos sociales.
- ✓ Los trabajadores sociales recuperados que están desencantados con el sistema social y buscan un nuevo enfoque.
- ✓ Una nueva estirpe que ha asistido a escuelas de negocios con la iniciativa social en la mente.

### **2.11.4 Diferencias entre la iniciativa social y la comercial**

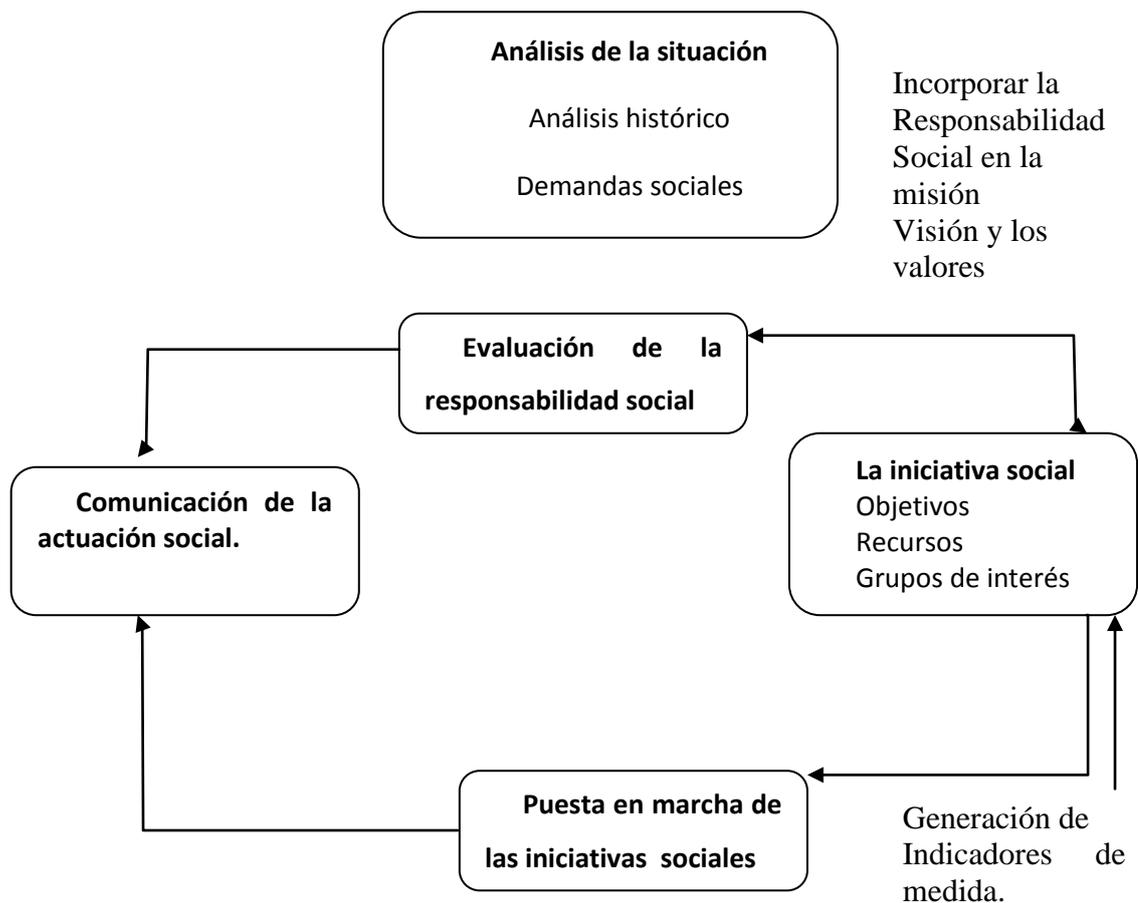
Tanto la iniciativa social como la empresarial presenta características propias que las diferencian una de la otra, y permiten tener una mayor comprensión acerca de las dos.

(Vainrub, 2009) Muestra cuales son estas diferencias:

- ❖ El propósito fundamental de la iniciativa social es crear valor social para el bien público; el de la iniciativa comercial es llevar a cabo operaciones rentables que redunden en ganancias personales
- ❖ Un problema para el emprendedor comercial es una oportunidad para el emprendedor social.
- ❖ Cada tipo de iniciativa accede de manera distinta a los recursos financieros y humanos
- ❖ Es difícil medir el desempeño de una iniciativa social. Al contrario de una iniciativa comercial se puede llevar indicadores cuantitativos de participación de mercado, satisfacción del cliente, calidad de los procesos, productos y servicios entre muchos otros. Los indicadores de desempeño de las iniciativas sociales no pueden cuantificarse, debido a las múltiples causas, dimensiones temporales y percepciones de impacto social generado.

Y para una mayor comprensión acerca del tema de emprendimiento social, se muestra la siguiente figura acerca de la evaluación de la responsabilidad social, descrito por (Vainrub, 2009):

Figura6: Flujograma de un plan de actuación en responsabilidad social



Fuente: (Vainrub, 2009)

### 2.11.5 El emprendimiento corporativo

Por iniciativa empresarial corporativa según (Vainrub, 2009) se entiende la:

Creación de negocios en el seno de una organización, con la intención de que, en una primera etapa, el negocio se desarrolle al abrigo de la empresa que lo ha generado, es un proceso de expansión de la empresa, una manera de crecer que abre nuevos frentes de actividad.

La iniciativa empresarial corporativa está asociada a la creación de una unidad de negocios autónoma en el seno de una organización, pero también comprende la definición de una nueva dirección estratégica para la empresa y la realización de una iniciativa que no implique necesariamente crear una nueva unidad de negocios.

#### **2.11.6 Proceso de la iniciativa empresarial corporativa.**

Para la ejecución o desarrollo de una idea de negocios es necesario seguir cierto procedimiento sistemático, que le permita al emprendedor, poseer un mayor control y conocimiento de lo que hace y tiene que hacer.

En este sentido (Vainrub, 2009) indica la manera de cómo se debe de llevar adelante una idea de negocio:

Para la constitución de una idea de negocio, implica los mismos procesos, tratándose de una empresa establecida o nueva, las etapas son universales y ninguna debe de ser obviada:

- a. Identificar una oportunidad
- b. Evaluarla
- c. Encontrar una solución para satisfacerla
- d. Conseguir los recursos: dinero, gente, infraestructura y equipos.
- e. Manejar los recursos para empezar, sobrevivir y expandirse
- f. Evaluar y controlar tanto las operaciones diarias asociadas como el riesgo.

#### **2.11.7 Factores fundamentales que forjan una organización**

Según (Vainrub, 2009), los factores fundamentales que forjan una organización son las siguientes:

Liderazgo que establezca y comunique una visión unificada y una estrategia para conseguirla. Es preciso estimular la creatividad de las personas que trabajan en la empresa, para que proporcionen ideas que puedan convertirse en nuevos negocios.

Cultura organizacional que aliente y apoye las iniciativas y el comportamiento innovador. Es difícil que una empresa rígida, burocratizada y con una visión única de hacer las cosas, forme la creatividad o sea capaz de buscar y utilizar la que pueda existir. Por el contrario las organizaciones flexibles, abiertas y participativas, conseguirán liberar esa creatividad.

Habilidades y prácticas gerenciales para manejar tanto las iniciativas individuales como la actividad emprendedora general de la organización.

### **2.11.8 Emprendedor corporativo**

El emprendedor corporativo es una persona que lleva a cabo ya sean ideas, soluciones o procedimientos, dentro de una organización, ya sea de forma independiente o dependiente, este no hace uso directo del beneficio de su trabajo, sino que lo hace para la empresa donde trabaja.

Según (Vainrub, 2009) un emprendedor corporativo es quien:

Desarrolla su espíritu emprendedor dentro de una organización, mediante la creación y el aprovechamiento de ideas que convierte en oportunidades de negocio rentables, con el fin de generar beneficios y crecimiento sustentable para la empresa. El resultado es una atmosfera de innovación y prosperidad en la organización.

### **2.12 Importancia del sistema financiero para el emprendimiento**

Las fuentes de financiamiento son uno de los principales obstáculos a los que se enfrenta el emprendedor, debido a que en la mayoría de los casos, a su complejidad para acceder a dichas fuentes, así como a bajos montos obtenidos por medios alternativos.

La importancia del sistema financiero para financiar las ideas de negocios es fundamental dentro de una economía, ya que facilitara la obtención de todos los recursos necesarios para poner en marcha el emprendimiento.

Por tal motivo, la (Corporación Andina de Fomento, 2013), indica en una de sus publicaciones la importancia del sistema financiero para el desarrollo o ejecución de la iniciativas empresariales.

El acceso a fuentes de financiamiento es central para el nacimiento, desarrollo y supervivencia de las unidades productivas de cualquier naturaleza. Las fuentes de financiamiento son múltiples y resulta común que los emprendedores obtengan fondos de diversos orígenes de manera simultánea, incluidas aquellas de carácter informal (prestamistas, amigos, familiares, entre otros) para los emprendimientos más pequeños (CAF, 2011).

Además de las fuentes propias y las informales, existe el crédito bancario y, para las firmas más grandes, el mercado de bonos corporativos y de acciones. Finalmente, para el caso de los start-ups, destacan los inversionistas ángeles y las entidades de capital de riesgo o venture capital como fuentes de financiamiento.

Los mercados para el financiamiento empresarial suelen estar afectados por asimetrías de información y otras fallas de mercado que pueden degenerar en el racionamiento (Stiglitz y Weiss, 1979) y que justifican la intervención pública. Los problemas parecen ser particularmente severos en la región (CAF, 2011).

En las etapas más iniciales, la inversión en un emprendimiento es sumamente riesgosa, ya que muchas de las iniciativas no prosperan al demostrarse que el mercado no tiene interés por ellas o que, por alguna otra razón, no son suficientemente competitivas. El abandono de las empresas en ocurre debido a que el emprendimiento requiere más fondos de los que los familiares y amigos pueden proveer, y representa un riesgo muy elevado para que la banca comercial lo apoye.

### **2.12.1 Fuentes de financiamiento para emprendimientos**

Al momento de buscar financiamiento para llevar a cabo emprendimientos, se debe de considerar algunas variables tales como la institución, el monto, el plazo, tasa de interés etc. Que permitan al emprendedor tener en cuenta cada una de las condiciones exigidas y su capacidad para poder hacer frente a tales exigencias. Dentro de la economía existen algunos tipos de financiamiento que pueden ser utilizados por los emprendedores y de esta manera poder empezar con su iniciativa empresarial.

La (Asociación de emprendedores de Chile, 2012) en una publicación sobre la Guía de financiamiento para emprendedores nos indica los tipos de financiamiento que pueden utilizarse:

#### **I. Financiarse con recursos propios**

A este mecanismo de financiamiento se le llama Family, Friends & Fools (3F) y, según datos de The Economist, constituye el combustible de entre el 50% y 75% de los emprendimientos a nivel mundial.

La principal ventaja de este método es la facilidad y rapidez del acceso al capital. La principal desventaja es que los montos generalmente no alcanzan a financiar proyectos de alto impacto, y que la persona que presta la plata probablemente no tenga la experiencia que un inversionista especializado podría volcar al proyecto.

A menos que tus familiares y amigos sean personas instruidas en materia financiera, les bastará conocer las posibilidades reales del negocio, más que leer un plan de negocios y ahondar en las especificaciones técnicas del proyecto. En estas circunstancias, la capacidad de vender un producto es tu cualidad más valiosa.

## **II. A través de bancos e instituciones financieras**

### 1. Crédito:

Un crédito es una operación financiera en la que una entidad financiera concede a una persona u organización, una cantidad de dinero previamente definida y especificada en un contrato, durante un período de tiempo determinado.

El monto otorgado a través del crédito puede ser utilizado sin restricciones y es el beneficiario quien administra el dinero, tanto su retiro como su devolución. En ese sentido, el crédito tiene la ventaja de proveer al emprendedor de la posibilidad de disponer del dinero como desee, a diferencia de los fondos públicos, que exigen una demostración clara de los gastos y que permiten una cantidad limitada de modificaciones.

La mayor desventaja del crédito, además del hecho de que hay que devolver el dinero, es que la entidad financiera que lo otorga aplica una tasa de interés. Sin embargo, solo se pagan intereses sobre el capital utilizado, el resto del dinero queda a disposición del solicitante, quien no tiene que pagar intereses por él, a menos que lo use.

## **III. Capital de riesgo**

Los economistas norteamericanos Richard Brearley y Stewart Myers definen el capital de riesgo como “una inversión en capital de jóvenes compañías privadas [...] las compañías de capital de riesgo pretender financiar a las empresas que están en etapa crítica de su crecimientos, antes de que sean suficientemente grandes como para ofrecer acciones al público”.

La característica distintiva de esta fuente de financiamiento es que el emprendedor debe compensar la incertidumbre que rodea su proyecto y su probabilidad de éxito, con una tasa de retorno.

Para mitigar ese temor, el capital de riesgo no solo entrega recursos financieros, sino que también aporta conocimiento y redes de contacto, para aumentar las posibilidades de éxito de las empresas en las que invierten.

El capital de riesgo puede provenir de personas naturales (inversionistas privados) o de organizaciones especializadas (fondos de capital de riesgo)

#### **IV. Inversionistas Ángel**

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) define al inversionista ángel como un individuo o entidad que proporciona capital a una nueva empresa o negocio en sus etapas iniciales. Estas empresas o negocios están caracterizadas por altos niveles de incertidumbre, por lo que también están asociadas a altos niveles de retorno exigido y esperado. En general los inversionistas ángeles corresponden a inversionistas informales, sin embargo, pueden adquirir un alto nivel de formalidad al operar en Redes de Inversionistas Ángeles.

Generalmente, los inversionistas ángel poseen un patrimonio líquido disponible para invertir igual o superior a US\$ 100.000, e invierten entre US\$ 25.000 y US\$ 200.000 por proyecto.

#### **2.13 El desarrollo de emprendimientos en América Latina.**

Dentro del contexto global, América Latina es una de las regiones que se ha caracterizado principalmente por problemas de orden, económico, político y social.

A la hora de analizar la situación del emprendimiento nos encontramos con resultados poco alentadores para la región, debido en gran medida por los problemas que se han afrontado e periodos anteriores. Cabe recalcar que sin embargo durante los últimos años, se ha experimentado una evolución hacia el desarrollo de algunas economías Latinoamérica, que en si favorecen a diversos sectores estratégicos a nivel nacional y dentro de estos la formación de emprendimientos, que aunque siguen

siendo bajos en comparación con economías desarrolladas se está dando paso a una transformación cada vez más visible.

Dentro del análisis presentado por al (Corporación Andina de Fomento, 2013), correspondiente al emprendimiento en América Latina, se presenta los siguientes resultados mostrados a continuación, destacando los principales problemas actuales que limitan las ideas de negocios:

Uno de los aspectos que define a la población de emprendedores en América Latina es su elevada heterogeneidad. Dentro de este variado colectivo de emprendedores, hay individuos con un alto talento empresarial a la cabeza de grandes empresas de alta productividad, otros que buscan garantizarse una fuente de recursos ante la falta de oportunidades atractivas de empleo, y algunos que persiguen una mayor independencia, flexibilidad laboral o autonomía propias de algunas actividades empresariales.

La heterogeneidad del grupo de emprendedores no es exclusiva a América Latina. Sin embargo, a diferencia de lo que ocurre en economías más desarrolladas, en la región existe un elevado número de emprendedores sin el talento y la ambición necesarios para crear negocios de alto valor agregado, dedicados a la actividad empresarial ante la falta de mejores alternativas laborales en el sector asalariado.

Esta abundancia de emprendedores por necesidad se manifiesta en una distribución de la población ocupada con una elevada proporción de emprendimientos muy pequeños o unipersonales, y una escasez de empresas medianas y grandes, en comparación con lo que ocurre en economías más desarrolladas

El estudio del perfil del emprendedor de América Latina muestra que es necesario hacer una primera distinción entre los emprendedores que manejan empresas de mayor tamaño y generan empleos para otros trabajadores, y aquellos que se vuelcan a la actividad empresarial de forma unipersonal. Los empleadores de la región, tal como sucede en las economías más desarrolladas, tienden a ser

hombres, de mayor edad, con mayor experiencia laboral y nivel educativo que el resto de los trabajadores.

Los trabajadores por cuenta propia en América Latina también tienden a ser individuos con mayor edad y experiencia laboral, pero se diferencian de los empleadores en que este grupo está conformado por una mayor proporción de mujeres e individuos con menor nivel educativo.

Hay muchos emprendedores en América Latina, pero la mayoría de ellos manejan una escala pequeña y muestran un bajo dinamismo en lo que respecta a la generación de nuevos puestos de trabajo. Un análisis minucioso de las características de estos microempresarios, comparado con aquellos empresarios que emplean trabajadores, sugiere que solo un cuarto de ellos tiene potencial de crecer, generando más empleo, e innovar para contribuir a aumentar la productividad. El resto de ellos, tres cuartos del total, pueden ser catalogados como emprendedores de subsistencia.

Una de las raíces del problema del desarrollo productivo de América Latina es la falta de emprendimientos de calidad, originada no solo en la no materialización de proyectos de potencial sino, de manera muy importante, en el débil desarrollo pleno de aquellos emprendimientos que nacen y sobreviven. La variable que mejor refleja este desarrollo deficiente es probablemente el empleo.

Al pensar en emprendimientos de calidad, no solo se hace referencia a grandes corporaciones que empujan constantemente la frontera tecnológica; la región carece también de emprendimientos que, pese a ser mucho más modestos, son capaces de generar valor.

El débil crecimiento, en términos de empleo, es quizás uno de los hechos estilizados más distintivos e importantes de la dinámica de las firmas en América Latina y tiene su contraparte en un muy bajo crecimiento de la productividad a lo largo del ciclo de vida de la firma.

Así mismo en América Latina existe amplio espacio y la necesidad de una intervención pública significativa y efectiva dirigida a la promoción del emprendimiento que permita no solamente mejorar las condiciones de vida de la ciudadanía a corto plazo, sino también potenciar las posibilidades de crecimiento a largo plazo y, de ese modo, el desarrollo económico y social.

La historia de los países más desarrollados, que exhiben los ecosistemas de emprendimiento más dinámicos y potentes del mundo, ofrece muchos ejemplos de participación pública directa, bien sea como promotora de un sector económico particular por medio de compras gubernamentales, o desarrollando mercados de capital de riesgo, invirtiendo en sistemas de innovación y destinando recursos significativos para mejorar la calidad de su mano de obra.

Para poder comprender de una manera más clara, la situación Latinoamericana, se pone a disposición la siguiente tabla, dentro del cual se puede observar las diferentes categorías y sus diferencias en base al ámbito empresarias de América Latina comparado con otras regiones del mundo.

Tabla 4: Dificultades en los procesos de entrada y quiebra según regiones (2012)

Regiones	Procesos de entrada			Proceso de quiebre		
	Número de procedimientos	Tiempo en días	Costo (porcentaje del ingreso per cápita)	Tiempo (años)	Costo (Porcentaje del valor de la propiedad)	Tasa de recuperación (centavos de dólar)
Asia Oriental y Pacífico	7	36	22,4	2,9	21	34,7
Europa Oriental y Asia Central	6	14	6,8	2,4	13	36,9
<b>América Latina y el Caribe</b>	<b>9</b>	<b>53</b>	<b>33,7</b>	<b>3,4</b>	<b>16</b>	<b>34,1</b>
Oriente Medio y Norte de África	8	23	29,8	3,4	13	33,7
OCDE	5	12	4,5	1,7	9	70,6

Fuente: (Corporación Andina de Fomento, 2013)

## **Análisis e interpretación**

Considerando los datos presentados en la Tabla 4, y haciendo énfasis en los datos más relevantes se puede establecer que dentro de los procesos de entrada por regiones América Latina presenta valores y porcentajes por encima del promedio en comparación con otras regiones, en este contexto podemos citar que existe un proceso más demorado, en relación al número de trámites y procedimientos que deben de cumplirse, para que una empresa pueda empezar con su actividad económica, debido a que se deben de cumplir 9 procedimientos, en comparación con otras regiones en especial con aquellos países que conforma la OCDE que presentan solamente 5 trámites, dando una diferencia de 4 procedimientos adicionales.

Así mismo el tiempo que toma abrir una empresa es demasiado extenso, tomando como referencia que se demoran 53 días, comparando con la región de Asia Oriente y Pacífico que es la que le antecede con 36 días, dentro de estas dos regiones la diferencia equivale a 17 días, dentro de los cuales la empresa bien podría ya haber empezado a funcionar y empezar a percibir ingresos económicos por su actividad que realiza. Y por último en la categoría correspondiente al costo, las empresas de América Latina, pagan un valor superior para empezar a funcionar en comparación con las demás regiones, explicando de otra manera de los ingresos que van a recibir por su actividad económica, tienes que cancelar el 33,7%, valor muy elevado si lo comparamos con los países que conforman la OCDE, cuyo costo presentado en la tabla para que una empresa pueda empezar a funcionar es el más bajo con un valor equivalente a 4,5% y que deja en evidencia una fuerte desigualdad.

Con esta información bien se puede establecer que los empresarios en Latinoamérica presentan mayores dificultades para poder invertir en la creación de una empresa, provocando una disminución en la inversión privada y afectando a las economías de la región de forma directa.

Así mismo al analizar el proceso de quiebra, podemos citar que el tiempo para dicho proceso es el más alto con 3,4 años, únicamente comparado con la región de Oriente medio y Norte de África, que presentan el mismo periodo, dentro de este

contexto es importante recalcar que uno de los principales motivos para dicho resultado es los trámites burocráticos y las políticas poco claras que se evidencian en la región para el cierre definitivo de una entidad económica, con lo cual también se limita al dueño del negocio en quiebra, abrir otros negocios en otras áreas rentables de ser el caso, y de esta manera seguir contribuyendo a la dinamización de la economía, si bien es cierto el cierre de empresas favorece a la economía, en el contexto de que va a permitir la apertura de nuevas entidades comerciales, que diversificara la oferta económica.

Con la realidad que se está evidenciando en América Latina la situación no es la más favorable por los largos proceso para liquidar por completo el negocio. Así mismo considerando la tasa de recuperación en América Latina las empresas que quiebran recuperan muy poco, de los que fue su inversión, ya que solamente perciben 34,1centavos de dólar, en contrastes con esta situación los empresarios de los países miembros de la OCDE, son los que más recuperan cuando dan por terminada su actividad empresarial, con 70,6 centavos de dólar. Desmotivando a los empresarios y reduciendo los valores percibidos en inversión extranjera.

#### **2.14 Emprendimiento en Ecuador**

El emprendimiento es una alternativa que genera beneficios a nivel individual y colectivo, así mismo un país donde sus habitantes se caracterizan por ser emprendedores promueve una economía más estable y segura.

Según Ramírez, M. (s.f) describe como se ve el emprendimiento desde el Ecuador:

La historia del Ecuador está llena de grandes logros de Emprendedores que con sus empresas llevaron al país a liderar en ciertos mercados internacionales y a competir de igual a igual en otros tantos. Basta con recordar que, en algún momento, fuimos los más grandes exportadores de cacao en el mundo, también lideramos el mercado bananero. Más adelante en nuestra historia nos hemos consolidado entre los principales grandes países atuneros del mundo y hemos ganado mucho terreno en el mercado mundial de flores.

Sin embargo, vamos a centrar nuestro análisis en la última década, la que podemos considerar como un período clave en nuestra historia ya que se dieron grandes cambios que afectaron a todos y cada uno de los ecuatorianos, al igual que a la estructura social, económica y política del país.

La nueva historia del Ecuador se empieza a escribir también con la dolarización, ya que la estabilidad monetaria creada por ella estimuló una nueva cultura empresarial y creó oportunidades que muchos Emprendedores detectaron y decidieron aprovechar.

Es así como el número de negocios empezó a ascender, según la información de la Superintendencia de Compañías, en el año 2001, estaban registradas 28641 empresas, en el 2004 esta cifra era de 33890 y en el año 2006 aumentó a 37434 el número de ellas. Los emprendedores y las empresas existentes pudieron planificar a largo plazo e ingresaron capitales productivos al mercado, muchos de los cuales eran de los mismos ecuatorianos que habían sacado su dinero antes del congelamiento y también de inversionistas extranjeros. El nivel de inversión extranjera era de USD 720 millones en el 2001 y para el 2007 era ya de USD 2087 millones de dólares.

El sector de la construcción se reactivó ya que la banca ofertó líneas de crédito a tasas fijas con planes de financiamiento a largo plazo, sin embargo, el sector de mayor crecimiento fue el del consumo. Debido a la falta de confianza en la banca y la tasa de interés que se pagaba al ahorro, los ecuatorianos guardaron su dinero en el Colchón Bank o lo destinaron a la compra de bienes e insumos, algunos de éstos bienes inmuebles que les generen rentabilidad y muchos otros a la compra de bienes y servicios de consumo. De ahí el despegue del sector automotriz, de las cadenas de electrodomésticos y de los centros comerciales.

Para una mejor comprensión acerca de la situación del emprendimiento en la economía ecuatoriana a continuación, se presenta la siguiente tabla resumiendo el FODA del mismo, destacado los elementos más importantes:

**Tabla 5:** FODA del emprendimiento en el Ecuador

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	Alto Índice de actividad emprendedora temprana.	O1	Transferencia de I & D, con países mejor desarrollados, que incentiven la eficiente actividad emprendedora.
F2	Apoyo de instituciones privadas y estatales al emprendedor a través de programas de emprendimiento.		
F3	Ecuador es considerado el séptimo país más emprendedor del Mundo.		
F4	Emprendedores ecuatorianos ejecutan nuevos emprendimientos diferentes a los que ya tienen en marcha.		
F5	Actitud positiva hacia el emprendimiento.		
F6	Incremento del autoempleo, como una manera de generar ingresos.		
F7	Alta tendencia a iniciar nuevos negocios.		
F8	Capacidad de detectar oportunidades en el mercado.		
		O2	Firma de nuevos convenios internacionales, que generen nuevos negocios.
		O3	Desarrollar mecanismos eficientes que impulsen la creación de emprendimientos.
		O4	Generar más emprendimientos de calidad.
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	Débil estructura en Instituciones Educativas en la formación de emprendedores.	A1	Aparición de crisis locales o internacionales.
D2	Elevada ejecución de emprendimientos por necesidad, que por oportunidad.	A2	Entrada masiva de productos del exterior que afecten la industria local.
D3	Formación educativa incompleta	A3	Incremento en las cargas tributarias, para la creación de

D4	en la mayoría de emprendedores. Miedo al fracaso, en la iniciación de nuevas empresas.		nuevos negocios, o comercialización de bienes y servicios.
D5	Negocios emprendidos con bajo o nula utilización de tecnología.	A5	Fuerte competencia de grandes empresas en el mercado.
D6	Alto porcentaje de negocios emprendidos enfocados solamente al mercado local, más no al internacional.	A6	Diminución de competitividad del país, para la producción y exportación de bienes y servicios.
D7	Poca innovación en los negocios emprendidos.	A7	Variaciones en indicadores macroeconómicos (inflación, PIB, desempleo etc.)
D8	La mayoría de los emprendimientos son realizados, sin visión de crecimiento en el largo plazo.	A8	Incumplimiento de leyes que respalda el emprendimiento.
D9	Emprendimientos ejecutados poco rentables		
D10	Pocas fuentes de financiamiento.		
D11	Incremento del índice de cierre de negocios emprendidos.		
D12	Negocios ejecutados con pocas expectativas de generar fuentes de trabajo.		
D13	Débil vinculación de empresa con la academia y falta de fortalecimiento por parte del gobierno.		

Fuente: Reporte Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté.

### **2.14.1 Ecuador país de emprendedores**

Según una publicación del Portal Universia (2008) sobre los emprendedores, indica que:

Ecuador es uno de los países con mayor capacidad emprendedora de Iberoamérica. Según las estadísticas, la mitad de los emprendedores ecuatorianos poseen educación secundaria o grado universitario y es que a mayor nivel educativo mejores conocimientos, habilidades, contactos, todo lo necesario para llevar al éxito a una empresa.

Así mismo (Lasio, Arteaga, & Caicedo, 2010) dentro de la publicación del reporte Global Entrepreneurship Monitor (GEM), acerca de las principales características de la actividad emprendedora, menciona que:

En el 2010 se obtuvo un Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 21,30%, notándose un incremento con respecto a la TEA 2009 que fue 15,8%.

Es decir que aproximadamente 1 de cada 5 adultos estaba planeando un nuevo negocio (10,40%) o poseía actualmente uno cuya antigüedad no superaba los 42 meses (10,90%); el porcentaje de ecuatorianos que poseían negocios establecidos (con más de 3,5 años de funcionamiento) decreció 1,4% respecto al 2009.

El 15,40% de los emprendedores en la TEA respondieron a una oportunidad, y 5,90% emprendieron por necesidad; 48% de los emprendedores por oportunidad mencionaron que su motivación fue incrementar sus ingresos.

El porcentaje de emprendedores con altas expectativas de generación de empleo fue 6,30%. La mayor parte de los emprendedores tenía educación secundaria, solamente un 11% poseía título universitario o de postgrado. El 27% había recibido algún entrenamiento en cómo iniciar un negocio”

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el Ecuador es el séptimo país más emprendedor del mundo. Las tendencias principales de los emprendimientos en el país son los alimentos, en un 40%, seguido del software bancario y de videojuego, en un 15%, y el bioturismo, en un 13%.

La producción se da más en las provincias de Pichincha, Guayas, Chimborazo y Manabí.

El director de EmprendEcuador, Andrés Zurita, señaló que las personas entre los 28 hasta los 65 años son las que suelen emprender más. Ellos tienen una educación de tercer o cuarto nivel. De ellos un 70% son hombres.”

Según el informe, el 20% de los emprendimientos con inversiones iguales o menores a \$ 5.000 no generó nuevas plazas de trabajo y un 66% esperaba crear solamente entre uno o cinco empleos.

El estudio también señala que el porcentaje de ecuatorianos que poseían negocios establecidos (más de tres años y medio de funcionamiento) decreció 1,4% con respecto al 2009

Así como interesa conocer la dinámica de creación de empresas en un país, el cierre de negocios tiene implicaciones importantes en el entorno empresarial y en las decisiones personales de emprender. En el 2010 el 7,2% de la población consultada manifestó que había cerrado un negocio en el último año, periodo que coincidió con el año 2009, en el cual la crisis global se hacía sentir en la región. Esta proporción de cierres de negocios superó a la declarada en el año anterior que fue del 6%.

#### **2.14.2 Fomento del emprendimiento en el Ecuador**

Ecuador a través de diferentes organismos tanto gubernamentales como no gubernamentales, fomentan el emprendimiento en el país.

Según Quizhpe (2009) señala cómo se da el emprendimiento en el Ecuador:

En Ecuador como un medio para impulsar y apoyar a los emprendedores se han creado las incubadoras de empresas, que son las encargadas de capacitar, asesorar técnicamente al emprendedor; proveer de un espacio físico en el inicio de la empresa, proveer de laboratorios para pruebas, la mayoría de las incubadoras en Ecuador cuentan con el apoyo de centros de educación superior

El Gobierno Central ha tenido gran participación en los últimos tiempos, en apoyo al emprendimiento; mediante diferentes programas ofertados; líneas de crédito, asesoramiento técnico, entre otros, que ayudan e incentivan a las personas a crear nuevas empresas y fortalecer las ya existentes, con el objeto de mejorar la situación empresarial y social del País.

Las Instituciones del estado que apoyan al emprendedor son: Ministerio de Industrias y Competitividad; Ministerio de Inclusión Económica y Social, Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, Banco Nacional de Fomento, Corporación Financiera Nacional, Programa Nacional de Micro Finanzas ,Corporación de promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador CORPEI, etc.

## **2.15 Concepción del emprendimiento en el ámbito legal**

### **2.15.1 La Constitución del Ecuador y el emprendimiento**

El emprendimiento en el Ecuador está respaldado por leyes, que incentivan la creación de empresas, como medio para garantizar un mejor nivel de vida y una alternativa para dinamizar la economía.

Dentro de la actual Constitución del Ecuador aprobada por (Asamblea Nacional Constituyente, 2008), el emprendimiento se ampara en el capítulo tercero correspondiente a Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria, específicamente el art. 39 que estipula lo siguiente:

**Art. 39.-** El Estado garantizará los derechos de las jóvenes y los jóvenes, y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, en particular en los espacios del poder público.

El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El

Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

La educación es indispensable para los seres humanos y por ende tiene que centrarse en ella el gobierno, para así poder tener una sociedad con mente emprendedora llena de valores y llegar a obtener una sociedad con visión empresarial y dispuesta a asumir riesgos.

Por ende la (Asamblea Nacional Constituyente, 2008), dentro del art. 356, menciona la gratuita de la educación superior pública. Según se muestra a continuación:

El Art. 356 de la Constitución de la República, entre otros principios establece que será gratuita la educación superior pública de tercer nivel, y que esta gratuidad está vinculada con la responsabilidad académica de las estudiantes y los estudiantes

El principio de igualdad de oportunidades consiste en garantizar a todos los actores del Sistema de Educación Superior las mismas posibilidades en el acceso, permanencia, movilidad y egreso del sistema, sin discriminación de género, credo, orientación sexual, etnia, cultura, preferencia política, condición socioeconómica o discapacidad.

En este sentido la (Asamblea Nacional Constituyente, 2008), dentro de la Constitución, correspondiente al art.351 indica que:

El Art. 351 La ley establecerá los mecanismos de coordinación del Sistema de Educación Superior con la Función Ejecutiva. Este sistema se regirá por los principios de autonomía responsable, cogobierno, igualdad de oportunidades, calidad, pertinencia, integralidad, autodeterminación para la producción del pensamiento y conocimiento, en el marco del diálogo de saberes, pensamiento universal y producción científica tecnológica global

## **2.15.2 La economía popular y solidaria y el emprendimiento**

El desarrollo de emprendimientos bajo el concepto de unidades económicas populares, presentan un enfoque basado en el beneficio social y que se los considera generalmente como microempresas, que ayudan a sus propietarios a mejorar su calidad de vida, y buscar mejores oportunidades de negocios en el mercado, en el cual puedan acceder a un mejor nivel de ingresos e interactuar con agentes económicos.

La concepción del emprendimiento bajo el enfoque de las unidades económicas populares, se respalda en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, emitida por (Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, 2011), dentro de la cual en el art. 73 se estipula que:

**Art. 73**...son unidades económicas populares las que se dedican a la economía del cuidado, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad...”

Detallando más a profundidad la concepción general del emprendimiento en cuanto a la prestación de bienes y servicios, en el art. 75 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, se menciona lo siguiente:

**Art. 75** Establece que los “... emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios en pequeña escala efectuadas por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios...” (Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, 2011)

### **2.15.2 Incursión del emprendimiento en el Plan Nacional del buen vivir**

Dentro del Plan Nacional del buen vivir se presenta de forma generalizada los 12 objetivos considerados importantes para obtener una calidad de vida óptima y un desarrollo equitativo en cuanto a trabajo, incursión, igualdad entre otros, que forman parte propicia para que los ecuatorianos y ecuatorianas puedan acceder a más y mejores oportunidades.

En lo concerniente al emprendimiento en el Plan nacional del Buen Vivir se despliega un objetivo en especial que involucra directamente al desarrollo de iniciativas de negocios como una manera de lograr incrementar el nivel de vida, acceder a mejores servicios y tener una vida digna. En este sentido se plantea el objetivo número 6 correspondiente a “garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas. Garantizamos la estabilidad, protección, promoción y dignificación de las y los trabajadores, sin excepciones, para consolidar sus derechos sociales y económicos como fundamento de nuestra sociedad.”. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2009)

Ante tal perspectiva se presenta el fundamento del dicho objetivo, la (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2009) dentro del plan Nacional del Buen Vivir menciona, la importancia y el respaldo al trabajo, como el principal impulso y promotor de la producción, crecimiento y desarrollo de las regiones, tal cual se presenta a continuación:

El trabajo constituye la columna vertebral de la sociedad y es un tema fundamental de la vida de las personas y de las familias. La Constitución ecuatoriana reconoce que el trabajo es un derecho y un deber social. Asimismo, como derecho económico, es considerado fuente de realización personal y base de la economía.

Las interrelaciones entre trabajo, producción y reproducción económica están directamente vinculadas con la actual distribución de los medios de producción, como resultado de la aplicación, durante las últimas décadas, de una política

neoliberal que reforzó las inequidades sociales y acentuó la exclusión heredada del modelo primario exportador.

Las políticas que respaldan dicho objetivo, vinculan directamente a la generación de emprendimientos y el apoyo que el estado debe brindar, para impulsar las iniciativas y promover más unidades económicas, tal como establece la (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2009) en el Plan Nacional del Buen Vivir:

- a. Aplicar medidas específicas para garantizar la existencia, funcionamiento y articulación de las organizaciones de trabajadoras y trabajadores, así como para resolver los conflictos laborales en condiciones justas.
- b. Apoyar iniciativas de trabajo autónomo preexistentes mejorando sus condiciones de infraestructura, organización y el acceso al crédito en condiciones de equidad.
- c. Generar normas y regulaciones que atiendan las características y necesidades específicas del trabajo autónomo.

### **2.15.3 Código orgánico de la producción comercio e inversiones**

Dentro del código orgánico de producción, comercio e inversiones, se prioriza al emprendimiento como un eje fundamental para la transformación de la matriz productiva. Así mismo se promoverá un trabajo conjunto entre entidades públicas como privadas para fomentarla actividad emprendedora.

Art. 11.- Sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento.- El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo (Ministerio de Industrias y Productividad, 2010)

Así mismo el (Ministerio de Industrias y Productividad, 2010) dentro del código orgánico de producción, comercio e inversiones, capítulo 1 correspondiente al desarrollo del objeto y constitución de las Zonas Especiales de Desarrollo Económico, en el art. 36 , hace referencia al emprendimiento y las diversas formas en que se puede desarrollar.

Art. 36.- Tipos.- Las Zonas Especiales de Desarrollo Económico podrán ser de los siguientes tipos:

- a. Para ejecutar actividades de transferencia y de desagregación de tecnología e innovación. En estas zonas se podrá realizar todo tipo de emprendimientos y proyectos de desarrollo tecnológico, innovación electrónica, biodiversidad, mejoramiento ambiental sustentable o energético;
- b. Para ejecutar operaciones de diversificación industrial, que podrán consistir en todo tipo de emprendimientos industriales innovadores, orientados principalmente a la exportación de bienes, con utilización de empleo de calidad.

Según él (Ministerio de Industrias y Productividad, 2010), en el código orgánico de producción, comercio e inversiones, capítulo II: De los Órganos de Regulación de las MIPYMES; Art. 54.- Institucionalidad y Competencias. Establece que se debe propiciar la educación en emprendimiento y que las Universidades juegan un rol importante dentro de este aspecto.

- e. Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;

El emprendimiento se ve respaldado dentro del código orgánico de producción. Comercio e inversiones, dentro del art. 4 correspondiente a los fines que tiene el presente código. Dentro de este artículo se establece la manera de incentivar el emprendimiento, y que a través de estos se impulse el cambio de la matriz productiva.

**Art. 4.- Fines.-** La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2010)

#### **2.15.4 Educación superior y el emprendimiento**

Dentro de la Ley Orgánica de Educación Superior, publicada por (Consejo de Educación Superior CES, 2010) en su Art. 13 establece entre otras funciones que:

“... el sistema de educación superior garantiza el derecho a la educación superior mediante la docencia, la investigación y su vinculación con la sociedad; promueve la creación, desarrollo, transmisión y difusión de la ciencia, la técnica, la tecnología y la cultura; garantiza el respeto a la autonomía universitaria responsable y el cogobierno en las instituciones universitarias y politécnicas...”

## **CAPÍTULO III**

### **LOS EGRESADOS Y SU FORMACIÓN UNIVERSITARIA EN EL ÁMBITO DEL EMPRENDIMIENTO**

#### **3.1. Egresado**

Según el diccionario de la RAE, el concepto adquiere un contenido más amplio, en cuanto que no se ciñe sólo al ámbito universitario, pues para la (RAE Real Academia Española, 2001) egresado es “la persona que sale de un establecimiento docente después de haber terminado sus estudios”.

#### **3.2. Formación del egresado y el desempeño profesional**

(Herrera, 2011), describe como la formación en emprendimientos resulta de gran importancia para el mejoramiento de la problemática económica y social:

Uno de los tópicos más al uso cuando se habla de desarrollar la economía y generar riqueza es el de destacar el papel que desempeñan la formación y, más en concreto, la universidad. Se tiende a pensar que son necesarias buenas universidades para que la economía se desarrolle, y, por tanto, la formación de alto nivel debe de ser una prioridad en la agenda económica de los gobiernos.

Y, sin embargo, cuando uno mira alrededor, se encuentra con que la mayor parte de los emprendedores no son universitarios; es más, la mayor parte de los principales emprendedores de nuestro tiempo no pasaron por la universidad o, si lo hicieron, no concluyeron sus estudios.

Sin hacer un estudio exhaustivo, ni Bill Gates (Microsoft), Steve Jobs (Apple) o Mark Zuckerberg (Facebook) tienen un título universitario. Más cerca de nosotros, Ramón Areces (El Corte Inglés) o Amancio Ortega (Inditex) no visitaron las universidades hasta que fueron a contar sus historias de éxito. El arquetipo de emprendedor lo constituye el empleado que empieza como ascensorista o botones, y termina dirigiendo la empresa.

No parece que la preparación universitaria sea un requerimiento para ser emprendedor. Es más, la breve evidencia empírica aportada parece apuntar en la dirección contraria. Y quizá esta aparente contradicción podría tener explicación en la teoría económica austriaca. En concreto, en el concepto de conocimiento empresarial (entrepreneurial knowledge).

Es difícil definir con precisión este concepto, pero constituye el punto de partida del proceso de emprendimiento. Es la típica "idea feliz", algo que de repente se le ocurre al individuo. Por ejemplo, la idea de Steve Jobs de comercializar el iPhone es conocimiento empresarial.

Huerta de Soto lo define en base a seis características básicas:

- Es subjetivo y práctico, no científico.
- Está disperso por las mentes de todos los individuos; cada individuo tiende a descubrir la información que le interesa, sobre lo que le preocupa.
- Es tácito, no estructurado. El actor sabe cómo hacer algunas acciones, pero normalmente no identifica sus elementos o si son ciertos.
- Se crea de la nada, precisamente a través del emprendimiento; no se puede buscar sistemáticamente.
- Se puede transmitir a través de procesos sociales complejos, normalmente de forma inconsciente y no sistemática.

Como se observa, son características prácticamente opuestas a las del que podríamos llamar "conocimiento universitario", el que adquieren los estudiantes durante sus años de carrera. El conocimiento universitario tiende a ser científico y teórico; es común a todos los receptores (aunque el grado de comprensión y su interpretación varía de unos individuos a otros); es estructurado; se puede obtener sistemáticamente (mediante la investigación o la deducción) y se transmite de forma consciente, por ejemplo, en las clases.

### **3.3. Educación en emprendimiento**

De acuerdo al (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010), los niveles educativos, predominantes de la Población Económicamente Activa (PEA) son:

La primaria (34%) y secundaria (35%) y solamente el 19% tiene nivel universitario. Entre los 2000 entrevistados a nivel nacional para el proyecto GEM, se accedió a gente más educada a nivel secundario y universitario, 44% y 22%, respectivamente. En cuanto a los emprendedores se encontró que el 47% poseía educación secundaria y el 27% universitaria.

El nivel educativo alcanzado, los cursos de emprendimiento y creación de empresa, están positivamente relacionados con la intención de emprender y el inicio de un nuevo negocio. Un estudio reciente realizado por profesores de BabsonCollege (Lange, Marram, Jawahar, Yong&Bygrave, 2011) ha encontrado que los cursos de emprendimiento tanto a nivel de pregrado como en los MBA son determinantes de la intención de emprender y la creación de un negocio después de la carrera universitaria.

Otro hallazgo es que hacer un plan de negocio, si bien tiene un impacto menor, también determina la intención de emprender.

Según (Lasio, Arteaga, & Caicedo, 2010) en el reporte GEM (Global entrepreneurship Monitor):

En Ecuador algunas evaluaciones sobre el impacto de la educación en Emprendimiento han encontrado que los cursos de emprendimiento durante la carrera universitaria contribuyen con el incremento de la eficacia personal, habilidad clave en la decisión de iniciar un negocio (Izquierdo, 2008; Rodríguez & Lasio, 2007). Debido a la importancia de la capacitación en Emprendimiento y creación de empresa, desde hace tres años se evalúa su impacto en la TEA.

### **3.4. Las universidades y el emprendimiento**

Según (Rosero, 2009) el emprendimiento en las universidades es “muy importante ya que es un ente generador de mucha actividad económica como riquezas, empleo y aportes de innovación y nuevas ideas al desarrollo de un país”

Así mismo (Araque, 2012), muestra como los emprendimientos se han visto impulsados y la forma como operan, tal como se presenta a continuación:

En el Ecuador, en los últimos diez años, se ha observado una tendencia creciente, a nivel de las universidades y de otro tipo de organizaciones públicas, privadas, nacionales e internacionales-, por el fomento, con fines de creación de nuevas empresas, del espíritu emprendedor en los estudiantes ecuatorianos; lo cual se convierte, para el país, en una situación positiva a la hora de ir formando ciudadanos, con competencias emprendedoras, capaces de enfrentar de forma efectiva los retos que impone el actual entorno competitivo global en el que viven todos los países del mundo; siendo, precisamente, el principal reto la generación de empleo y riqueza nacional.

Ahora lo que debe quedar claro es que esta tendencia generaría un impacto mayor si, en lugar de trabajos realizados de forma individual –que es como se ha venido haciendo en la mayoría de casos, se realizaría un trabajo “sinérgico”; es decir un trabajo en donde todos los promotores del emprendimiento, como un solo puño de actores, afines a un tema común, trabajen de forma “articulada” con el propósito de contrarrestar la gran dispersión de esfuerzos que encontramos en la actualidad y, así, optimizar de mejor forma los recursos que se vienen invirtiendo en el fomento del espíritu emprendedor ecuatoriano aplicado a la promoción de nuevas ideas de negocios.

Según (Gomez, 2009) en un estudio publicado en el periódico en línea El Universo manifiesta que:

El Ecuador es un país de emprendedores. Lideramos, junto a algunos vecinos de América Latina, el ranking mundial en actividad emprendedora y desarrollo de negocios.

Emprendemos, en gran parte, porque necesitamos otra fuente de ingreso para redondear nuestro sueldo o porque no encontramos trabajo estable. De la necesidad nacen buenas ideas. Basta con darse una vueltita por las ferias de negocios en colegios o universidades. Los estudiantes están llenos de buenas propuestas de negocios.

Las empresas privadas ponen su parte apoyando el emprendimiento. Por ejemplo, Cervecería Nacional tiene su programa Siembra Futuro que promueve la creación de nuevas empresas, capacitando y financiando a varios emprendedores. El año pasado recibieron más de mil quinientas propuestas, entre las que escogieron las mejores 31, de varias provincias del país.

### **3.5. Rol de la universidad en la formación de emprendedores**

Según una publicación de la Portal Universia (2008) sobre el despegue de la innovación y el emprendimiento en las universidades latinoamericanas, nos indica que:

A la hora de examinar el rol de las universidades como centros generadores de innovación, lo primero que suele evaluarse es el sistema de transferencia de tecnología desde éstas a las empresas.

Anita Kon, profesora de la Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo (PUCSP), Brasil, sostiene que “las investigaciones analíticas sobre la realidad social, así como las investigaciones tecnológicas para el desarrollo empírico de productos y servicios, "deben ser canalizadas para la utilización directa de la sociedad a través de instituciones especializadas que posean la infraestructura organizacional, financiera y física necesaria para este trabajo conjunto.”

En ese sentido, Kon explica que las “entidades gubernamentales o de carácter privado e incluso Organizaciones No Gubernamentales (ONG), potencialmente tienen capacidad para crear asociaciones entre universidades, gobiernos y empresas, "siempre que estén apoyadas por un marco legal que controle su operación.”

En otra de las economías más activas de la región, Colombia, la relación universidad-empresa se ha fortalecido mucho en los últimos 10 años bajo el liderazgo de la Universidad de Antioquia (Medellín), a través de vínculos directos entre los grupos de investigación más calificados y las unidades de investigación y desarrollo del sector productivo.”

### **3.6. Referencias sobre el emprendimiento en tesis universitarias.**

La generación de emprendimientos en los jóvenes estudiantes, es una parte fundamental dentro de la formación de excelentes profesionales, que busquen alternativas diferentes a través de la innovación y pongan en práctica los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias.

Un proyecto empresarial surge una idea propiciada por el emprendedor, en la que se analiza el bien que vamos a comercializar, esta idea no puede ser cualquiera, debe buscar actividades con algún futuro económico, beneficioso y rentable. Puede involucrar a la venta de un producto, materia prima o servicio; un proyecto empresarial involucra a más de una persona, constituye un trabajo en equipo tanto de colaboradores, guías como el ente generador de la idea.

Un proyecto empresarial comprende de una serie de fases, que a su vez se involucran de gran forma con las distintas actividades que conlleva la puesta en marcha de una empresa se realiza bajo distintos parámetros, previniendo a la vez, diferentes situaciones que pueden darse a lo largo del año comercial. (Lopez, 2011)

Una de las principales falencias que presenta la educación actual, es que no se está generando emprendedores, los proyectos de emprendimiento o ideas de negocios generadas entre los jóvenes estudiantes, no se llegan a realizar y solo quedan en proyectos, la necesidad de formar emprendedores es vital para que se promueva un desarrollo sustentable de una economía.

Así lo sostiene (Lascano & Plaza, 2012), dentro de su proyecto de tesis, que involucra directamente el desarrollo de emprendimientos en los estudiantes universitarios:

La mayoría de los proyectos que son planificados en clase suelen solo quedarse en ideas y por tanto no se ponen en marcha. Como respuesta a esto y considerando la necesidad de ejecutar estas ideas innovadoras surge por parte de los autores la propuesta de creación del Centro de Emprendimiento de la Universidad Politécnica Salesiana, de tal forma se contribuya a que la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil sea catalogada como una Universidad de emprendedores.

La educación en emprendimiento, es uno de los pilares fundamentales para generar profesionales con miras en forjar cambios significativos en la sociedad y a identificar oportunidades de negocios rentables, innovadoras y que ofrezcan valor agregado, diferenciándose de sus competidores.

En el proyecto de tesis de (Lopez, 2011), sostiene como la educación en emprendimiento es fundamental para que cada estudiante desarrolle una noción de generar su propio negocio, dejando de lado la aversión al riesgo y creando una cultura de investigación:

Educar en base al emprendimiento empresarial significa generar en el estudiante un sentimiento de investigación y una cultura de riesgo, debido a que es capaz de crear su propio negocio en base a los conocimientos adquiridos en el aula de clases. El emprendimiento permitirá al educando que las Ideas-Proyecto que suelen presentarse en los últimos semestres de carrera sean puestas en marcha, bajo la guía de expertos en diferentes áreas.

Los proyectos empresariales constituyen la base de la construcción de una empresa, y es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver una necesidad humana.

Según estudios realizados en base al emprendimiento, por el GEM Ecuador, demuestran que la formación tanto primaria, secundaria, y universitaria influye

significativamente para que los estudiantes generen emprendimientos sustentables y les permiten aprovechar ideas y oportunidades para explotarlo y sacar el máximo beneficio.

(Lasio, Arteaga, & Caicedo, 2010), informaron en los estudios GEM Ecuador 2008 y 2009 que la educación en Emprendimiento y creación de negocios incide favorablemente en la intención de emprender, especialmente en aquellos emprendedores que se capacitaron durante sus estudios primarios y secundarios, y además, que el estar expuesto a algún tipo de educación en Emprendimiento influye en la percepción de poseer los conocimientos y habilidades necesarias para crear un negocio.

A través del emprendimiento, se abre paso a la innovación y desarrolla capacidad y actitudes propias del emprendedor. Además según (Julca, 2011), indica que el desarrollo de proyectos de emprendimiento tiene una relación directa con el desarrollo económico de una determinada región:

El emprendimiento empresarial como cualidad humana, forma parte de las competencias personales, es una exigencia de los procesos de innovación empresarial. Por otro lado, estudios diversos dan cuenta que existe una relación entre la capacidad de las personas de llevar adelante sus ideas de negocios emprendimiento empresarial y el crecimiento económico; y es que hoy en día se tiene en claro que existen diferentes competencias que deben ser características en los profesionales a fin de que estos puedan responder eficientemente a los cambios sociales y organizacionales, así como a la necesidad de crecer económicamente de la persona, la organización donde este labora y el país.

### **3.7. Programas de emprendimiento en las universidades**

Ciertas Universidades del Ecuador, han desarrollado algunos programas de emprendimiento durante todo el periodo que llevan en funcionamiento, con el afán de fomentar las iniciativas de emprendimiento en los jóvenes estudiantes, y que estos respondan a la problemática social del país de una manera creativa e innovadora.

## **Club de emprendedores de la Universidad San Francisco de Quito**



La educación en emprendimiento es uno de los temas fundamentales que las instituciones de Educación superior deben de considerar en su pensum académico, a fin de lograr la formación de jóvenes visionarios, emprendedores y con la intención de realizar ideas de negocios que fomenten el crecimiento de la economía y ayuden a la solución de problemas que presenta la sociedad.

La (Universidad San Francisco de Quito, 2012) es una de las instituciones que fomenta el emprendimiento en sus alumnos, a través del programa del Club de emprendedores dentro del cual se abre la posibilidad para incentivar el emprendimiento y generara profesionales con la visión de convertirse en empleadores.

Ante tal circunstancia la (Universidad San Francisco de Quito, 2012), explica en qué consiste este club de emprendedores y la manera de cómo funciona, tal como se presenta a continuación:

### **Club de emprendedores**

El Club de Emprendimiento USFQ es una organización dedicada a la potencialización de estudiantes de la universidad para convertirse en empresarios preparados, creativos, y conscientes con su ambiente. Nos enfocamos en capacitar a estudiantes mediante talleres, eventos, y asesoría personalizada.

### **Quienes somos**

Es ampliamente conocido que el 70% de empresas recién formadas no cumplen su segundo año de operación, y apenas un 10% de ellas logra pasar el 5to año para crecer y desarrollarse. La causa que explica este fenómeno es la falta de conocimientos administrativos esenciales. En el Club de Emprendimiento de la Universidad San Francisco buscamos mitigar este riesgo mediante el potenciamiento de proyectos empresariales, que partan de nuestros propios

estudiantes. Somos una organización creada por estudiantes y para estudiantes que buscamos desarrollar una cultura emprendedora de éxito en el país.

### **Filosofía**

#### **Misión:**

Potenciar liderazgo y emprendimiento en estudiantes ecuatorianos, proporcionando los recursos necesarios para poner en marcha proyectos innovadores.

#### **Visión:**

Convertirse en la organización líder en emprendimiento estudiantil en el Ecuador, inculcando así una cultura empresarial comprometida con el desarrollo del país.

Además, dentro de nuestros objetivos principales buscamos: entregar asesoramiento empresarial enfocado y práctico, proveer de herramientas esenciales para el emprendedor, y generar conocimiento, interés y conciencia sobre el mundo del emprendimiento para comunidades estudiantiles.

### **Funcionamiento**

El Club de Emprendimiento está abierto a estudiantes de todas las carreras de la Universidad San Francisco de Quito, sin importar el año que esté cursando. Manejamos reuniones oficiales semanales en el cual se dictan charlas, talleres, actividades y conversatorios con expertos de alto renombre, sobre temas útiles para el emprendedor. Así mismo, nuestra organización establece un plan estratégico cada semestre para ejecutar distintos proyectos en los cuales todos los integrantes se involucran. Uno de estos es Business & Breakfast (B&B), un desayuno ejecutivo en el cual potenciales inversionistas, tienen la oportunidad de tener “una probadita” de las mejores ideas estudiantiles de negocios, para generar apetito por nuevas ideas; jóvenes y frescas. Adicionalmente, el Club de Emprendimiento tiene espacio para mentores, académicos y profesionales de todos los sectores que busquen compartir sus conocimientos y al mismo tiempo permanecer cerca de la comunidad emprendedora ecuatoriana.

## Club de emprendedores de la ESPOL (Escuela Politécnica de Litoral)



El rol que desempeña la Universidad en la formación de emprendedores exitosos, es de vital importancia para forjar jóvenes visionarios, que identifiquen oportunidades de negocios y las ejecuten, que ejerzan los conocimientos adquiridos y que aprendan a desenvolverse en el mercado, siendo ellos los propios administradores de sus negocios, y adquieran la experiencia necesaria para poder ir creciendo y convertir a la empresa en rentable y con gran posicionamiento en el mercado.

El emprendimiento es vital en los jóvenes y junto con la educación, se forjaran emprendedores y emprendimientos de calidad.

La (Escuela Politécnica de Litoral, 2008), fomenta el emprendimiento de sus alumnos y ha desarrollado el club de emprendedores como una herramienta de impulsar la generación y ejecución de ideas de negocios.

Tomando en consideración lo antes mencionado, (Escuela Politécnica de Litoral, 2008), presenta dentro de su portal web, la manera en cómo se desarrolla y funciona el Club de emprendedores, según se detalla a continuación:

El Club de Emprendedores de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, CE-ESPOL es una organización que agrupa a estudiantes, profesores, y ex – alumnos de la ESPOL y que tiene como misión construir una comunidad libre, creativa, con pensamiento crítico y orientada a la acción y a la persecución de metas.

Su objetivo es contribuir al desarrollo de una cultura emprendedora, fomentando la formación integral de sus miembros y proponiendo soluciones que

transformen positivamente el entorno y la realidad social. Sus miembros buscan ser principales promotores en la creación de un ambiente emprendedor dentro y fuera de la ESPOL, así como entender y practicar el emprendimiento como una forma de vida, estableciendo una relación cercana entre los conocimientos que ofrecen la educación formal y el entorno circundante.

### **Historia**

El Club de Emprendedores nació en el año 2008, gracias a la motivación del Ing. Guido Caicedo Rossi, docente de la ESPOL, quien vio en algunos estudiantes el potencial necesario para iniciar esta gran labor, a los cuales los conocía por que habían participado de diferentes actividades como concursos, organización de eventos o en las aulas de clase, como por ejemplo, el InnovationTournament “Imagine It!”, evento patrocinado por la Universidad Stanford y difundida por la ESPOL a nivel nacional.

Campaña de Valores “Ecuador Triunfador”, es una cruzada de responsabilidad social organizada por el Consorcio Nobis y apoyada por un grupo de empresas privadas conscientes de su rol frente a la sociedad.

IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers) Instituto de Ingenieros Electricistas y Electrónicos, una asociación técnico-profesional mundial sin ánimo de lucro formada por profesionales de las nuevas tecnologías. Es así como se da inicio a esta gran labor en común entre los participantes: ver el emprendimiento como una forma de vida desde las aulas.

### **Misión**

El Club de Emprendedores de la ESPOL tiene como objetivo exclusivo el fomento y la práctica de actitudes emprendedoras, creativas e innovadoras.

### **Visión**

Ser un Club de Emprendedores líder en el Ecuador que motive a los estudiantes y demás personas a observar el emprendimiento como una forma de vida.

## **Objetivos**

1. Aplicar proyectos de formación tanto para sus miembros como para la comunidad politécnica en general.
2. Ofrecer servicios y facilidades a sus miembros para la creación de empresas y emprendimientos sociales, culturales y artísticos.
3. Difundir y promover el emprendimiento como una forma de vida.
4. Elaborar proyectos destinados al bienestar de la comunidad en general.
5. Crear fraternidad entre sus miembros.
6. Trabajar por alcanzar mejoras y bienestar de los estudiantes politécnicos, siempre en armonía con las normas de la ESPOL.
7. Conseguir legalmente asignaciones económicas no reembolsables, por parte de personas jurídicas nacionales o extranjeras para llevar a cabo los fines del CE.
8. Desarrollar actividades sociales y culturales entre sus miembros.
9. Crear vínculo fraterno con la ESPOL y otras entidades de naturaleza afín.

## Centro de innovación y desarrollo empresarial de la Escuela Politécnica del Ejército



**ESPE**  
ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJERCITO  
CAMINO A LA EXCELENCIA

La Universidad como ente encargado de la formación de los jóvenes, es una institución clave para el impulso de emprendimientos, que generen cambios significativos en la sociedad, y así como fuentes de empleo. Los docentes deben impulsar la creación de programas que permitan forjar emprendedores.

El Centro de innovación y desarrollo empresarial impulsado por la (Escuela Politécnica del Ejército, 2003), es una excelente iniciativa para incentivar en los jóvenes a ejecutar sus ideas de negocios, así como servir de guía para que puedan constituir su empresa con el mayor acierto posible.

Dentro de este contexto la (Escuela Politécnica del Ejército, 2003), dentro de su página web, indica el funcionamiento del Centro de Innovación y desarrollo empresarial, que mantiene actualmente, tal como se detalla a continuación:

El Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial es una unidad del Vicerrectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad de la ESPE, creado en el año 2003, con el objetivo de generar un entorno social y académico favorable para desarrollar la capacidad de emprendimiento y creatividad en los nuevos profesionales, enfocadas hacia la creación de empresas y la generación de autoempleo, acciones que promueven el crecimiento social y económico del país.

### **Misión**

Fomentar la cultura de emprendimiento en la comunidad, impulsando el desarrollo de iniciativas empresariales innovadoras, que brinden solución a los problemas de la sociedad, generando fuentes de empleo y competitividad para el Buen Vivir.

### **Objetivos**

- Promover la cultura de emprendimiento, apoyando la incubación de empresas con base tecnológica y valor agregado, de carácter asociativo,

enmarcadas en las líneas de investigación de la ESPE y apuestas productivas del país.

- Vincular la investigación universitaria y el aparato productivo, articulando la transferencia del conocimiento generado, en un sistema de innovación.
- Desarrollar proyectos de investigación en el área de emprendimiento contribuyendo a la toma de decisiones en el entorno empresarial.
- Apoyar a las MIPYMES, para el fortalecimiento o mejoramiento de su gestión empresarial.

### **Incuba tu empresa**

#### **Beneficios de crear tu propia empresa:**

- Ser tu propio Jefe
- Generar fuentes de empleo
- Tener libertad financiera
- Aplicar tus conocimientos y habilidades
- Aportar al desarrollo social y económico del país

La creación de empresas se aborda desde la combinación de esfuerzos y apoyos dirigidos al emprendedor y a su idea de negocios, a partir del cual se produce un enriquecimiento gradual de ambas dimensiones (individuo + iniciativa) como punto de partida, hasta llegar al objetivo final que es crear empresas y formar empresarios.

#### **El CIDE te brinda los siguientes servicios:**

- Asesoría para la elaboración del Plan de Implementación del Negocio.
- Organización de eventos para la búsqueda de financiamiento.
- Asesoría para la Constitución Legal de la empresa.
- Asesoría y seguimiento para la obtención de permisos y registros para el funcionamiento de la empresa.
- Asesoría en Gestión Empresarial en las distintas áreas de la nueva empresa.

- Seguimiento y planes de mejora en el funcionamiento de la nueva empresa.

### **Capacitación**

El CIDE, organiza periódicamente cursos de capacitación y conferencias con expertos nacionales e internacionales, en diferentes temas relacionados a la creación y puesta en marcha de negocios, adicionalmente se coordinan y ejecutan capacitaciones a grupos de emprendedores en los siguientes temas:

- Planificación y puesta en marcha de Negocios.
- Marketing para Pymes.
- Finanzas para Pymes.
- Creatividad e Innovación en los Negocios.
- Emprendimiento y Tecnología

### **Planificación estratégica y planes de mejora**

El CIDE brinda asesoría en el análisis de la gestión administrativa actual de la empresa, realizar planes de mejora basada en la filosofía corporativa, planteamiento de objetivos, estrategias y planes de acción

### **Estudios de Mercado**

Los estudios de mercado se realizan conforme los requerimientos de cada proyecto, investigando las características de los potenciales clientes y competencia, con técnicas de investigación apropiadas y fuentes de recolección de datos primarias y secundarias.

En base a estos estudios el CIDE apoya al empresario a tomar decisiones en cuanto al producto, precio, promoción y canales de distribución.

### **Gestión Financiera**

Brindar asesoría para mejorar la gestión financiera del negocio, declaración de impuestos, elaboración y manejo de balances económicos y financieros, sistema de contabilidad, entre otros.

## **Programa de emprendimiento de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo**



El emprendimiento forjado desde la educación superior, fortalece los conocimientos de los jóvenes estudiantes, así como el desarrollo de habilidades y destrezas, necesarias para un formar un excelente profesional. La Universidad debe de involucrarse directamente con los estudiantes y desarrollar junto a ellos programas de emprendimiento, con beneficio para las dos partes.

La (Universidad de Especialidades Espiritu Santo), incentiva el emprendimiento en sus jóvenes, por lo que ha creado una alianza con Canadá para el emprendimiento comunitarios, según se detalla a continuación:

### **Asociación Canadiense-Ecuatoriano para el Emprendimiento Comunitario Sostenible**

Desde el 2008 la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES) trabaja con el College of the Rockies (COTR) de British Columbia, Canadá, para desarrollar un programa de postgrado en Emprendimiento Comunitario Sostenible.

El programa, que será ofrecido en la UEES, Guayaquil, posibilitará a estudiantes y profesionales de diversas áreas de estudio desarrollar conocimientos y habilidades que integran actividades de emprendimiento con el desarrollo comunitario.

Los graduados se familiarizarán con emprendimientos responsables que satisfagan criterios ambientales, sociales y económicos y que fomentan oportunidades para participación local en todos los niveles, realizando sus investigaciones prácticas. Los logros del proyecto hasta hoy incluyen:

- Formación de un comité directivo para el proyecto que incluye profesores y staff de COTR y UEES
- Talleres de Capacitación para personal y estudiantes de la UEES con enfoque en: Género, Impacto Ambiental y Mapeo de Potencialidades Comunitarias
- Estudiantes de COTR realizan presentaciones sobre el proyecto para más de 100 estudiantes de la UEES
- Visitas de capacitación del personal de la UEES a Canadá para participar en talleres, presentaciones y conferencias
- Visitas de campo a las comunidades con personal de COTR y UEES.
- Dos pasantes canadienses han trabajado con la comunidad de Dos Mangas durante 5 meses aprendiendo sobre su cultura y habilidades con la naturaleza.
- Estudiantes de la UEES y COTR realizaron un Mapeo de Potencialidades en Dos Mangas donde se reconocieron atractivos turísticos y novedosos emprendimientos en artesanía y ecoturismo.
- Formación de un comité asesor de los sectores privados y públicos en áreas como turismo, desarrollo comunitario, ambiente y emprendimiento.

Este proyecto es financiado por la Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional, con fondos adicionales de COTR & UEES y administrado por la Asociación Canadiense de Colegios Comunitarios es un piloto para desarrollar mejor las potencialidades naturales, socio- culturales, organizacionales y de emprendimiento en las comunidades de la costa.

### **Programa de emprendimiento de la Escuela Politécnica Nacional**

Los diferentes programas de emprendimiento que se desarrollen en las universidades, son un apoyo fundamental para motivar a los jóvenes a iniciar sus ideas de negocios, así como un beneficio para la sociedad.

Las universidades deben de identificar cual son los principales retos u obstáculos que los jóvenes atraviesan para poder emprender y dar la solución más adecuada a estos problemas.

La (Escuela Politécnica Nacional, 2010), presenta el programa de emprendimiento denominado Semilla, que busca brindar apoyo y soporte para emprendimiento que se desarrollen en la institución.

Dentro del Portal Web de La (Escuela Politécnica Nacional, 2010) se detalla el funcionamiento del programa Semilla, tal como se menciona a continuación:

La Escuela Politécnica Nacional presenta un programa de emprendimiento denominado SEMILLA el cual fue fundado en el año 2008 el cual brinda soportes y recursos para los proyectos de investigación que se desarrollen en la EPN. Generar actividades que ayuden a mejorar e integrar la labor desarrollada dentro de los proyectos de investigación en la EPN.

#### Objetivos

1. Transparentar la información relativa a los proyectos de investigación desarrollados por los investigadores de la EPN.
2. Ofrecer al investigador un mecanismo eficiente para presentar los proyectos de investigación, hacer su seguimiento durante el proceso de evaluación, aceptación e inscripción y presentación de resultados.
3. Ofrecer a las autoridades un mecanismo eficiente para hacer el seguimiento de los proyectos y obtener estadísticas sobre las actividades de investigación en la EPN.

## Programas de emprendimiento en la Universidad Técnica Particular de Loja



Uno de los aspectos importantes que se debe tener en cuenta dentro de la universidad, es la calidad de la enseñanza que esta imparte a sus alumnos, los jóvenes deben de ser capaces de poner en práctica todos los conocimientos adquiridos y de esta manera generar soluciones concretas para cada situación que se les presente. El joven emprendedor, es un buen ejemplo de esto ya que a través de sus iniciativas se ve reflejada la calidad de la enseñanza y la manera de cómo lo está aplicando en la vida real.

La (Universidad Técnica Particular de Loja), presenta algunos programas de emprendimiento para que los jóvenes puedan desarrollar sus habilidades empresariales.

Así mismo la (Universidad Técnica Particular de Loja), dentro de su portal Web describe, el funcionamiento y principales características de estos programas, tal como se menciona a continuación.

La Universidad Técnica Particular De Loja presenta modelos de emprendimiento como el CERART, AGENCIA DE DESARROLLO EMPRESARIAL (ADE), ECOLAC

CERART es una planta de producción creada en mayo de 1983 para soporte académico y producción industrial. Vincula en su accionar a profesionales y estudiantes de arte y diseño, ingeniería química, economía y administración de empresas de la UTPL.

(ADE)

Surge en el año 2002 gracias al aporte del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) y la

Cámara de Industrias de Loja (CAIL), ante la necesidad de asesorar al empresario y emprendedor de la región sur del país en los procesos de tramitología pública y privada, así como la de apoyar a través de distintas herramientas empresariales al fortalecimiento y generación de fuentes de trabajo mediante la creación de empresas.

## ECOLAC

La planta de lácteos ECOLAC inició sus actividades productivas como planta piloto en 1983, con el objetivo de complementar la formación académica de los estudiantes de la universidad. Posteriormente, en 1985, amplía su capacidad de producción ofreciendo además de leche pasteurizada, una variedad de quesos, así como crema y yogurt.

En 1997 instala, con el apoyo del gobierno japonés, 4 centros de acopio en la provincia de Zamora Chinchipe en los sectores de Chamico, Zumbi, Yanzatza y Chicaña, incrementando la producción y comercialización de productos.

En el 2000, la Planta de Lácteos de la UTPL procesaba 3800 litros de leche por día y en el mismo año lanza al mercado lojano la marca ECOLAC la misma que se mantiene con gran aceptación.

En el 2007 compró leche a los proveedores de la provincia de Zamora Chinchipe por un valor superior a los US\$ 700.000. Actualmente se encuentra procesando cerca de 8.100 litros de leche por día.

## **Club de emprendedores de la Universidad Politécnica Salesiana**



Las Universidades como organismos encargados de la formación profesionales, deben contribuir de manera abierta y desinteresada al forjamiento cada vez más de una cultura de emprendimiento en la sociedad ecuatoriana, que guíe, incentive y apoye a los emprendedores a desarrollar sus ideas, así como a mitigar el miedo al fracaso, la aversión al riesgo que actualmente limitan la capacidad emprendedora de los jóvenes.

Los diferentes programas que involucren el emprendimiento, en los jóvenes son una buena manera de dar comienzo a la construcción de la cultura de emprendimiento, que favorecerá al desarrollo de la economía de un modo sostenido y rentable.

La (Universidad Politécnica Salesiana, 2012) presenta el programa de emprendimiento denominado el club de emprendedores de la UPS, dentro del cual se promueve la generación de emprendedores, los detalles del programa se detallan a continuación:

### **Club de emprendedores de la Ups**

Club Emprendedores UPS "Hoy es un buen día para emprender".

#### **Misión**

Nuestra Misión es apoyar a la comunidad salesiana contribuyendo y motivando al aporte de ideas, generando un nuevo estilo de vida para las nuevas generaciones de Emprendedores.

### **¿Quiénes somos?**

El club de emprendedores es un proyecto que está desarrollando un grupo de estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana Sede – Guayaquil con expectativas a desarrollarse y a contar con la aceptación de todos los estudiantes de la Universidad, que cuenta con la Coordinación de un docente de la UPS y asesoramiento de reconocidos convencionalista expertos en el tema de emprendimiento, con el objetivo de fomentar la cultura empresarial, y fomentar valores en el entorno donde se desarrolla.

El club de emprendedores tiene las puertas abiertas a todos los estudiantes de las diferentes carreras de la Universidad que se sientan capaces de emprender un proyecto o negocio, ya sea innovación o creación de un servicio o producto. El club de emprendedores ofrece a los estudiantes interesados en la propuesta: capacitación, motivación y asesoramiento empresarial con tendencia profesional y personal.

### **3.8. Egresados y graduados de la Universidad Politécnica Salesiana**

Los egresados y graduados de la UPS, son una fuente importante de información y conocimiento para la universidad, transmiten experiencias e ideas que pueden ser aprovechadas por la dirección universitaria a fin de poder desarrollar programas que promuevan una mejor vinculación con este grupo de ex alumnos, para seguir en constante apoyo a grupos menos privilegiados de la sociedad y un mayor aporte a la economía nacional,

A continuación se presentan datos estadísticos en la tabla 6: Número de egresados y graduados de la Universidad Politécnica Salesiana campus Girón, presentado en el informe Triannual de la sede Quito, según (Romero, 2013):

Tabla 6: Número total de egresados y graduados de la Universidad Politécnica Salesiana campus Girón (2009-2013)

Campus el Girón												
Periodo	Egresados						Graduados					
	Total	%	H	%	M	%	Total	%	H	%	M	%
Periodo 34 marzo – agosto 2009	201	4,81%	61	2,66%	140	6,10%	157	3,76%	56	2,97%	101	5,36%
Periodo 35 septiembre 2009 – febrero 2010	339	8,11%	95	4,14%	244	10,63%	99	2,37%	28	1,49%	71	3,77%
Periodo 36 marzo- agosto 2010	308	7,37%	93	4,05%	215	9,36%	333	7,97%	107	5,68%	226	12,00%
Periodo 37 septiembre 2010 – febrero 2011	353	8,45%	94	4,09%	259	11,28%	189	4,52%	51	2,71%	138	7,33%
Periodo 38 marzo – agosto 2011	388	9,28%	128	5,57%	260	11,32%	240	5,74%	68	3,61%	172	9,13%
Periodo 39 septiembre 2011 – febrero 2012	379	9,07%	123	5,36%	256	11,15%	322	7,71%	98	5,20%	224	11,90%
Periodo 40 marzo – mayo 2012	152	3,64%	58	2,53%	94	4,09%	151	3,61%	42	2,23%	109	5,79%
Periodo 41 septiembre 2012 - febrero 2013	176	4,21%	70	3,05%	106	4,62%	392	9,38%	227	12,06%	165	8,76%
<b>TOTAL</b>	<b>2296</b>	<b>54,94%</b>	<b>722</b>	<b>31,45%</b>	<b>1574</b>	<b>68,55%</b>	<b>1883</b>	<b>45,06%</b>	<b>677</b>	<b>35,95%</b>	<b>1206</b>	<b>64,05%</b>
Total general	4179											

Fuente: Secretaría del Campus Girón (hasta febrero del 2013)

## **Análisis e interpretación**

Dentro de los datos presentados en la tabla 6, se puede establecer un análisis comparativo porcentual tomando como punto de partida a los datos correspondientes a los egresados, dentro del resultado total podemos plantear que el grupo Femenino presenta el porcentaje superior con el 68,55%, y que dentro del mismo grupo los períodos en los cuales ha existido un mayor número de mujeres egresadas corresponde al 37 y 38, con valores porcentuales equivalentes a 11,28% y 11,32% respectivamente, y en comparación con el grupo masculino se puede afirmar que existen porcentajes muy bajos en lo que corresponde al total de egresados hombres con el 31,45%, y así mismo dentro del mismo grupo los período con mayor número de egresados son el 38 y 39 con porcentajes equivalentes a 5,57% y 5,36% respectivamente. Sobreentendiéndose que son las mujeres las que en un mayor porcentaje logran culminar sus estudios Universitarios previos a la graduación.

Así mismo analizando los datos correspondiente a los graduados, tomando como referencia el resultado total, se puede destacar que el grupo femenino presenta un porcentaje superior con el 64,05% en comparación al grupo masculino cuyo porcentaje asciende a 35,95%. También es necesario mencionar que dentro del grupo femenino, los períodos en los cuales se ha experimentado una mayor promoción es en el período 36 y 39 con el 12% y 11,90% respectivamente, y que comparándolos con el grupo masculino este en cambio a experimentó una mayor promoción en los periodos 36 y 41 con porcentajes equivalentes a 5,68% y 12,06% respectivamente.

Ahora realizando un análisis comparativo respecto al total del grupo de egresados con el grupo de graduados, se establece que existe una diferencia no muy significativa entre ambos y dando como resultado que existe un porcentaje mayor dentro del primer grupo correspondiente a los egresados con el 54,94%, y que el segundo grupo de los Graduados presenta un porcentaje equivalente 45,06%.

Y a manera de conclusión es posible establecer de manera general que son más las mujeres las que lograr egresar y por ende graduarse, dentro de sus carreras correspondientes, y que denota una mayor dedicación e interés por culminar sus estudios universitarios y lograr su título profesional, además de un mayor

compromiso de superación y de cumplimiento de objetivos. Es decir son más las mujeres que buscan la profesionalización en sus respectivas áreas.

Sin embargo también es necesario plantear que aun existe un problema en cuanto a la tasa de graduación, ya que el número de egresados en cada período supera casi en su mayoría al porcentaje de graduados, por lo que se debería analizar las políticas en referencia a este tema, a fin de lograr en cada período impulsar una mayor generación de profesionales.

La Universidad Politécnica Salesiana mantiene programas para seguimiento y evaluación de los egresados de las diferentes carreras de la UPS, a fin de dar un acompañamiento en el ámbito laboral, profesional y humano, tal como se muestra en la siguiente tabla del informe trianual sede Quito publicado por (Romero, 2013):

Tabla 7: Encuentro de pre incorporaciones y seguimiento a egresados y graduados (mayo 2010- abril 2012)

<b>Encuentros</b>	<b>Número</b>	<b>37</b>
	Total de convocados	1749
	Total de participación	1535
	Porcentaje de participación	88%
<b>Seguimiento Virtual</b>	amigos en red	3003
	Conectados diariamente en promedio	250
	conversaciones en línea	156
	Publicaciones de eventos pre – incorporación	15
<b>Bolsa de empleo</b>	empresas contactadas	354
	Ofertas laborales	145
	Contratos	55
	Hojas de vida	746

Fuente: Dirección Técnica de Bienestar Estudiantil

### **Análisis e interpretación**

Tomando en consideración los datos que se muestran en la tabla 7, es importante mencionar en lo concerniente a la categoría correspondiente a encuentros, se puede destacar la alta participación de los egresados y graduados a los eventos realizados, con el 88%, tomando dicho dato como referencia para indicar la forma en cómo inciden en nuestro caso de estudio, es necesario plantear la disponibilidad y la

apertura que se presenta para brindar información en lo concerniente a la investigación realizada, además de la colaboración en cuanto a programas que se pudieran llevar a cabo en un futuro con los datos obtenidos de la investigación por parte de la Universidad, a fin de lograr un mayor vínculo con sus egresados y graduados.

En lo concerniente al seguimiento virtual, se puede destacar que existe un valor considerable en relación a los conectados en promedio diariamente y las conversaciones en línea, y analizando la incidencia de estos datos en relación a nuestro caso de estudio, se puede acentuar que se facilita el proceso de búsqueda de información debido a que se tiene un contacto más rápido y cómodo para ambas partes. Además de la rápida difusión de información en programas que se desarrollen en futuro de ser el caso y que tomen como base los resultados obtenidos en nuestra investigación, en relación a temas de emprendimiento y la misión de la Universidad.

En lo referente a la Bolsa de empleo se puede destacar que inciden de manera directa en relación al hecho de que se puede constatar como los egresados y graduados se están involucrando en el ámbito laboral, y las facilidades que la Universidad proporciona para contribuir con ello, aclarando que sin lugar a dudas es una herramienta muy beneficiosa para aquellos egresados y graduados que busquen mejorar sus situación económica y adquirir nuevas y mejor experiencias. Además de la alta demanda de los egresados y graduados por acceder a un puesto de trabajo que se puede constatar en lo relacionado a hojas de vida que presenta un valor sumamente alto, equivalente a 746.

### **3.9. La UPS y el emprendimiento a través de la vinculación con la sociedad**

La Universidad Politécnica Salesiana, es una institución sin fines de lucro que busca el bienestar de la comunidad y se dirige principalmente a aquellos de escasos recursos económicos, y su vinculación con la sociedad que se refleja en las ayuda constante a estos sectores a través de los diferentes programas que desarrolla, y esta vinculación con la sociedad permite un mejoramiento en la calidad de vida con los grupo que trabaja.

Según el informe trianual de la sede Quito, elaborado por (Romero, 2013) establece que:

La Universidad Politécnica Salesiana, dentro de sus políticas de desarrollo académico, asume la Vinculación con la Sociedad como una responsabilidad académica y social. Bajo esta visión, establece diversas relaciones con instituciones sociales, en el orden académico, científico, cultural, laboral y de servicios, relacionándolas con las políticas académicas de investigación, planificación, evaluación, desarrollo curricular, posgrados, docencia; de manera crítica y constructiva.

El espíritu de esta responsabilidad social se orienta a fortalecer el compromiso con los sectores más vulnerables, nutriéndose de sus realidades y expectativas para plantear opciones y alternativas que mejoren su calidad de vida, logrando en contrapartida potenciar la credibilidad y aceptación de nuestra propuesta educativa, de esta manera se da cumplimiento con la línea estratégica

Al respecto el art. 1 del Estatuto de la (Universidad Politécnica Salesiana, 2004), dentro de la naturaleza, domicilio, fines y objetivos establece lo siguiente:

La Universidad Politécnica Salesiana es una institución de estudios superiores, inspiración cristiana con carácter católico, de índole salesiana, que promueve el desarrollo de la persona y el patrimonio cultural de la sociedad mediante la docencia, la investigación, la formación continua y los diversos servicios ofrecidos a la comunidad local, nacional e internacional.

El art. 5 del estatuto de la (Universidad Politécnica Salesiana, 2004), define cuales son los fines y objetivos de la Universidad:

- ❖ Promover la excelencia académica y profesional como base para la acción social transformadora;
- ❖ Promover espacios de formación y ejercicio de democracia participativa en los niveles e instancias correspondientes;

- ❖ Contribuir al desarrollo de innovaciones sociales, científicas, productivas, artísticas y educativas de todas las comunidades y sectores sociales que se constituyan en cimientos de una nueva sociedad; y,
- ❖ Suscitar comportamientos respetuosos con el medio ambiente, que contribuyan y orienten la gestión educativa hacia la sustentabilidad ecológica

En el art. 35 del estatuto de la (Universidad Politécnica Salesiana, 2004), dentro de la comisión de vinculación con la colectividad, muestra cuales son las funciones que tiene esta comisión:

Propiciar y evaluar proyectos y programas de la Universidad que la vinculen a la sociedad; y,

Evaluar proyectos de vinculación de las facultades con la colectividad y remitir su criterio al Consejo Superior.

### **3.10. El rol de la UPS, en la formación de emprendedores**

Según el art. 23 de los reglamentos generales de la facultad, publicado por la (Universidad Politécnica Salesiana, 2004), en el capítulo 2 correspondiente al régimen académico de la organización y sistema de estudio, se estipula que “las facultades tendrán la responsabilidad de que los egresados acrediten suficiencia de conocimientos en gestión empresarial, expresión oral y escrita, realidad socioeconómica, cultural y ecológica del país”.

Ante esta realidad es importante disponer de información que respalde que los egresados están cumpliendo con tales requisitos y están aportando conocimientos que favorezcan al desarrollo sostenible del país.

Y esencialmente en el ámbito de la gestión empresarial, tal como se menciona, si estos conocimientos empresariales o emprendimientos se han ejecutado, verdaderamente acordes a la misión de la universidad.

Así mismo se estipula dentro de la misión de la (Universidad Politécnica Salesiana, 2004):

La formación de honrados ciudadanos y buenos cristianos, con excelencia humana y académica. El desafío de nuestra propuesta educativa liberadora es formar actores sociales y políticos, con una visión crítica de la realidad, socialmente responsables, con voluntad transformadora y dirigida de manera preferencial a los pobres.

Considerando así que los estudiantes y egresados de la Universidad deben ser los agentes promotores del cambio y responder activamente a las necesidades y problemas de la sociedad, por medio de diferentes iniciativas, que no solo estén enfocados en el beneficio individual, sino que busquen soluciones innovadoras a los problemas que afronta la sociedad.

## CAPÍTULO IV

### INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

#### 4.1 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es un plan general de los métodos que se aplican para reunir y analizar los datos. Determinar el diseño más apropiado de la investigación depende de los objetivos y esta de las necesidades de información. (Hairs, Bush, & Ortinau, 2010)

Los diseños de investigación pueden clasificarse de manera amplia como exploratorios o conclusivos. El objetivo primordial de la investigación exploratoria es proporcionar conocimientos y entendimiento del problema que enfrenta el investigador. La investigación exploratoria se utiliza cuando se debe definir el problema con precisión, identificar las acciones pertinentes u obtener conocimientos adicionales antes de establecer un método.

La investigación exploratoria se puede utilizar para los siguientes propósitos:

Formular o definir un problema con más precisión

Identificar diferentes acciones a seguir

Establecer hipótesis

Aislar las variables y relaciones fundamentales para mayor análisis

Obtener conocimiento con el fin de establecer el método para enfrentar el problema

Establecer prioridades para investigaciones posteriores.

La investigación conclusiva es más formal y estructurada que la información exploratoria. Se basa en muestras amplias y representativas y los datos que se obtienen están sujetos a un análisis cuantitativo. Los resultados de esta investigación se consideran de naturaleza conclusiva debido a que se utilizan como entradas para la toma de decisiones gerenciales (Malhotra, Dávila, & Treviño, 2004)

Dentro del desarrollo de la presente investigación se utilizará el tipo de investigación exploratoria debido a que se va a definir con precisión el problema y mediante dicho proceso, se establecerán estrategias a seguir para poder llevar a cabo un análisis acertado, proponiendo conclusiones que sirvan de referencia para solucionar el problema antes mencionado.

Además se empleará la investigación conclusiva, tomando en consideración que para la recolección de información se utilizaran técnicas, que arrojaran resultados cuantitativos, para dicho caso se aplicaran encuestas a los egresados y graduados que han ejecutado emprendimientos con éxito, aquellos que emprendieron y fracasaron y aquellos que nunca han emprendido y a través de esta información realizar las conclusiones pertinentes de la investigación.

Obteniendo así información puntual, sobresaliente y sobre todo verídica sobre los principales factores que influyen en las decisiones de emprender o no, por los egresados y graduados de Administración de Empresas.

#### **4.2 Estrategias para la recolección de la información**

En el contexto sobre investigación es posible encontrar diferentes clasificaciones de los tipos de diseño. Nosotros adaptaremos la siguiente clasificación: Investigación experimental e investigación no experimental.

**Diseño experimental:** El término experimento tiene al menos dos acepciones. La general se refiere a aplicar una acción y luego observar las consecuencias. Y la acepción particular más acorde con el sentido científico del término se refiere a un estudio en el que se manipulan intencionalmente una o más variables independientes (supuestas causas-antecedentes), para analizar las consecuencias que la manipulación tiene sobre una o más variables dependientes (supuestos efectos – consecuentes), dentro de una situación de control creadas por el investigador.

**Diseños no experimentales:** Podrían definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Lo que hacemos es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. En la investigación no experimental no es posible asignar aleatoriamente a los participantes o tratamientos. De hecho no hay condiciones o estímulos a los cuales se exponga los sujetos de estudio.

En un estudio experimental se construye una realidad, se desarrolla en un ambiente artificial. En cambio en un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observa situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador. (Gómez, 2006)

Dentro de nuestra investigación utilizaremos el diseño no experimental debido que no se manipularán ninguna de las variables, se identificará el segmento objetivo y se realizará el estudio de las iniciativas de emprendimiento y los datos que arroje el estudio no serán susceptibles de modificaciones se mostrarán tal cual fueron obtenidos.

### **4.3 Tipo de estudio**

Dentro del diseño de investigación no experimental se pueden identificar dos tipos de investigación: la transversal y la longitudinal, la explicación contextual de cada uno de estos tipos indica (Gómez, 2006), tal como se muestra a continuación:

**Investigación transversal:** Recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

**Investigación longitudinal:** se centra en estudiar cómo evolucionan una o más variables o las relaciones entre ellas.

Dentro de nuestra investigación se aplicará el tipo de investigación transversal, por la razón principal de que se procederá a recolectar datos en un momento dato y se analizará cual es su incidencia en ese momento, en nuestro caso se analizará si los

egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas ya sea con emprendimientos ejecutados o no, están cumpliendo o no con la misión de la Universidad.

Además se procederá a realizar un tipo de estudio explicativo- descriptivo, porque se determinará las causas del problema de investigación y sus consecuencias, aplicado a un caso de estudio específico para poder darle solución. A través de la identificación de las causas del reducido número de egresados y graduados de la carrera de Administración de empresas has ejecutado negocios propios, podemos identificar cuáles son los principales inconvenientes que interfieren en el problema de investigación y a su vez identificar los efectos o también las consecuencias que conlleva este reducido número de egresados y graduados que han emprendido.

#### **4.4 Método de investigación**

Para poder llevar a cabo el tipo de investigación transaccional se derivan cuatro tipos que son: el experimental, el descriptivo, el correlacional y el científico.

##### **Diseño de investigación exploratoria**

Se centra en recolectar datos primarios o secundarios mediante un formato no estructurado o procedimientos informales de interpretación.

##### **Diseño de investigación descriptiva**

Investigación basada en métodos y procedimiento científicos para recolectar datos puros y crear estructuras de datos que describa las características actuales de una población objetivo definido o una estructura de mercado

##### **Diseño de Investigación causal**

Investigación destinada a recolectar datos puros y crear estructuras de datos e información para que el investigador prepare modelos de las relaciones causales entre dos o más variables de mercado.

## **Diseño científico**

Trata del estudio de teoría verídica y debidamente comprobada la misma que constituye las pautas para el posterior desarrollo de la investigación. (Hair, Bush, & Ortinau, 2004)

Dentro de la presente investigación se procederá a utilizar el método descriptivo porque se describirá la situación actual de los egresados y graduados en relación a la ejecución o no de emprendimientos, y los factores que influyeron en ellos, a fin de verificar si se está cumpliendo la misión de la Universidad.

Además se aplicarán encuestas a fin de poder identificar y analizar características sobresalientes de los egresados y graduados en relación a iniciativas de emprendimiento, dicha información será verídica y se analizará una vez hecha la recolección.

El método científico porque se procederá a recolectar información base para el desarrollo de toda la investigación en cuestión, es decir toda aquella teoría que sirva como referencia para poder ir desarrollando el trabajo.

Además se procederá a utilizar el siguiente método

Método deductivo: porque a través de este método podemos partir de lo general a lo particular, es decir a través de la teoría encontrada acerca del emprendimiento, que permite sustentar la investigación y servir como referencia para el desarrollo posterior de la investigación y analizar los actores que inciden directamente en la ejecución de proyectos de negocios, además de la utilización de las fuentes de información primarias y secundarias que proporcionaran los elementos particulares esenciales para poder establecer conclusiones acertadas dentro de la investigación.

## 4.5 Segmentación del mercado

Segmento de mercado un subgrupo de personas u organizaciones que comparten una o más características que hacen tener necesidades de productos similares.

Segmentación de mercado: proceso de dividir a un mercado en segmentos o grupos significativos, relativamente similares e idénticos. (Lamb, Hair, & McDaniel, 2006)

Para llevar a cabo la segmentación de mercado de toda la población de egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito, se procedió con el siguiente orden tal como se muestra a continuación:

Tabla 8: Total de egresados y graduados universitarios 2009 - 2012

Total egresados y graduados a nivel nacional 2009- 2012
<b>288.262</b>



Fuente: Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología

Tabla 9: Total egresados y graduados Universidad Politécnica Salesiana campus Girón (2009 – 2013)

Periodo	Egresados			Graduados		
	Total	H	M	Total	H	M
Periodo 34 marzo – agosto 2009	201	61	140	157	56	101
Periodo 35 septiembre 2009 – febrero 2010	339	95	244	99	28	71
Periodo 36 marzo- agosto 2010	308	93	215	333	107	226
Periodo 37 septiembre 2010 – febrero 2011	353	94	259	189	51	138



Periodo 38 marzo – agosto 2011	388	128	260	240	68	172
Periodo 39 septiembre 2011 – febrero 2012	379	123	256	322	98	224
Periodo 40 marzo – mayo 2012	152	58	94	151	42	109
Periodo 41 septiembre 2012 – febrero 2013	176	70	106	392	227	165
<b>TOTAL</b>	<b>2296</b>	<b>722</b>	<b>1574</b>	<b>1883</b>	<b>677</b>	<b>1206</b>
Total general	4179					

Fuente: Secretaria del Campus Girón

Tabla 10: Total egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas Universidad Politécnica Salesiana sede Quito 2009 – 2013

<b>Total egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas Universidad Politécnica Salesiana sede Quito 2009 – 2013</b>
<b>1171</b>



Fuente: Dirección de la carrera de Administración de Empresas

#### 4.6 Muestra

“Es el número de elementos, elegidos o no al azar, que hay que tomar de un universo para que los resultados puedan extrapolarse al mismo, con la condición de que sean representativos de la población”. (Del Castillo, 2008)

“Es un subgrupo de la población seleccionado para participar en el estudio”. (Malhotra, Dávila, & Treviño, 2004)

#### **4.6.1 Determinación de la muestra**

La propuesta de identificar factores que inciden en las decisiones de emprender o no y verificar si estas están cumpliendo con la misión de la universidad, tiene como principal grupo objetivo a los egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito, incluyendo a los graduados.

Dentro de este grupo se tomará en cuenta a aquellos egresados y graduados que emprendieron con éxito, emprendieron y no tuvieron éxito y a aquellos que nunca emprendieron.

#### **4.6.2 Método de muestreo**

Para la determinación de la muestra se empleará el método de muestreo probabilístico, facilitando de esta manera la aplicación de las respectivas encuestas y obtener la información necesaria para el análisis. A continuación se detalla en qué consiste el método escogido:

##### **Muestreo probabilístico**

Cada unidad de muestreo de la población objetivo definida tiene una probabilidad conocida de ser elegida para la muestra. La probabilidad real de selección de cada unidad de muestreo puede o no ser igual a las demás, lo cual depende del tipo de diseño de muestreo probabilístico que se utilice.

##### **Muestreo aleatorio simple**

Es un procedimiento de muestreo probabilístico. Con este método cada unidad de muestreo tiene una oportunidad evidente e igual de ser seleccionada.

##### **Muestreo aleatorio sistemático**

Es similar al muestreo aleatorio simple, pero requiere que la población objetivo definida se ordene de alguna manera, por lo que con un bajo la forma de una lista de clientes, nomina de contribuyentes fiscales o lista de afiliados.

### **Muestreo aleatorio estratificado**

Consiste en la división de la población objetivo en diferentes grupos llamados estratos y en la selección de muestras de cada estrato. Este muestreo es útil cuando las divisiones de la población objetivo presentan distorsión o cuando se presentan extremos en la distribución de probabilidad de la población objetivo.

### **Muestreo por conglomerados**

Es semejante al muestreo aleatorio estratificado, pero difiere en que las unidades de muestreo se dividen en subpoblaciones mutuamente excluyentes y colectivamente exhaustivas, llamadas conglomerados, en lugar de separarse de manera individual (Hairs, Bush, & Ortinau, 2010)

Para la realización de la investigación se ha decidió elegir el muestreo aleatorio simple, es decir de un universo se seleccionará al azar a los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, y todos tendrán la misma oportunidad de ser seleccionados. Se aplicarán las encuestas respectivas y los datos arrojados serán analizados cuidadosamente, destacando los aspectos más sobresalientes e importantes dentro del presente trabajo.

## **4.7 Tamaño de la muestra**

“El tamaño de la muestra se refiere al número de elementos que se incluirán en el estudio. Determinar el tamaño de la muestra es complejo e incluye diversas consideraciones cualitativas y cuantitativas”. (Malhotra, Dávila, & Treviño, 2004)

Para el cálculo del tamaño de la muestra utilizamos la fórmula para el diseño de la muestra de una población finita, la cual se detalla a continuación:

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

- Z<sup>2</sup> Valor correspondiente a la distribución de Gauss
- P Estimado de proporción que tiene la característica deseada
- Q Estimado de la proporción no tiene la característica deseada.
- e<sup>2</sup> Porcentaje de error
- N Tamaño de la población

**DESARROLLO**

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

**Donde:**

<b>N =</b>	<b>1171</b>
<b>z<sup>2</sup> =</b>	<b>(+) 1,96</b>
<b>p =</b>	<b>0,5</b>
<b>q =</b>	<b>0,5</b>
<b>E<sup>2</sup> =</b>	<b>0,05</b>

$$n = \frac{1171(1,96)^2(0,5)(0,5)}{1,96^2(0,5)(0,5)+(1171-1)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{1124,63}{0,9604 + 2,93}$$

$$n = \frac{1124,63}{3,89}$$

$$n = 289$$

$$n = 300$$

#### **4.7.1 Redondeo**

Dentro de la concepción general de redondear, se hace énfasis en el hecho de aproximar una determinada cantidad a un valor que sea representativo y de fácil análisis para el investigador.

Dentro de esta perspectiva (Martínez & Quetglás, 2003), plantean el concepto para redondear de la siguiente manera: “llamamos redondeo al hecho de tomar el valor representable más próximo al valor real”

Asimismo (Triola, 2004) presenta una contextualización más amplia de redondear haciendo énfasis en una de las reglas que se sustenta indicando que “esta regla en el principio de que cuando es necesario redondear, el tamaño de una muestra que se requiere debe redondearse hacia arriba, para que sea adecuadamente grande en oposición a un poco más pequeño”.

Tomando en consideración los planteamientos antes mencionados, es importante mencionar que la muestra que se determinó en el cálculo fue de 289 egresados y graduados de la UPS, de la carrera de Administración de Empresas, pero para que el estudio sea más adecuado y fácil para trabajar se redondeo el valor de la muestra 300 encuestas a ser aplicadas.

### **4.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

#### **4.8.1 Fuentes de información secundaria**

Son aquellas que recogen información procesada y elaborada previamente, ya sea por la propia empresa o por personas, entidades ajenas a la misma. En algunas ocasiones la información secundaria es la única información que se puede emplear para alcanzar los objetivos propuestos. (Merino, Pintado, Sánchez, Estevéz, & Grande, 2010)

En el proceso investigativo del problema inicialmente planteado utilizaremos como fuentes de información secundaria reportajes en periódicos, direcciones electrónicas, tesis y monografías relacionadas al tema principal, información de libros, revistas entre otros, a fin de poder obtener información básica y necesaria que nos permita establecer a profundidad la situación del emprendimiento en la actualidad, así como la formación universitaria para generar emprendedores y el rol que desempeñan los egresados en la economía.

#### **4.8.2 Fuentes de información primaria**

La información primaria consiste en la investigación directa mediante la interrogación u observación de la población que conforma al mercado meta o a la población adoptante objetivo; casi siempre se acude a esta fuente de información cuando la información de la que se dispone no es suficiente para la toma de decisiones. Esta información se obtiene a través de instrumentos de medición cuantitativos, como el cuestionario y la observación estructurada, o con el apoyo de instrumentos cualitativos, como la entrevista profunda, las sesiones de grupo, la observación no estructurada, la técnica de comprador misterioso. (Pérez, 2004)

La técnica a realizar dentro de esta categoría será la encuesta, de esta manera se podrá recolectar información útil y necesaria para poder identificar con mayor aproximación cuales son los factores o razones del por qué los egresados y graduados de la carrera Administración de Empresas han emprendido negocios propios y así mismo poder evaluar el cumplimiento de la misión de la Universidad en la formación de actores sociales y políticos con una visión crítica de la realidad, socialmente responsable y de esta manera seleccionar los aspectos más sobresalientes que faciliten el análisis e interpretación de la investigación y proponer conclusiones y recomendaciones.

### **4.8.2.1 Encuesta**

Es una técnica de investigación cuantitativa. En ella el encuestador se pone en contacto con el encuestado con el fin de obtener información, ya sea escrita o verbal. Ese proceso de comunicación se realiza mediante un cuestionario. En la encuesta es básico obtener una información estructurada y homogénea de todos los individuos analizados de tal forma que a todos se les pregunta lo mismo y de idéntica manera, con el fin de obtener conclusiones numéricas. (Merino, Pintado, Sánchez, Estevéz, & Grande, 2010)

#### **4.8.2.1.1 Objetivos de la encuesta**

- Identificar quienes emprendieron y cuáles no, y la actividad económica del emprendimiento ejecutado o que se desearía ejecutar.
- Determinar los principales factores que motivaron al egresado o graduado a emprender.
- Identificar los principales factores que se deben afrontar al momento de ejecutar un emprendimiento
- Identificar el alcance social de los egresados y graduados, e relación a su actual ocupación.
- Determinar la importancia de la formación académica para la ejecución de emprendimientos.

#### **4.8.2.1.2 Tipos de preguntas de la encuesta**

Dentro de una investigación de mercado es fundamental que dentro del proceso de elaboración de la encuesta, esta sea elaborada cuidadosamente, teniendo presente cuales serán las preguntas que se deben incluir y así como el objetivo que las mismas buscan alcanzar mediante su aplicación, estas preguntas deben ser formuladas teniendo en consideración la importancia que representará para la obtención de información verídica, confiable y fácil de interpretar.

Dentro de este contexto (Del Castillo, 2008) Nos indica cuales son los tipos de preguntas que se deben incluir dentro de un cuestionario, para que este sea lo más efectivo posible.

**Preguntas filtro:** Se colocan al principio del cuestionario y son preguntas para adaptar la muestra a nuestra población objetivo.

Ejemplo

¿Toma vino en las comidas?

Si (continúe con la entrevista)

No (termina la entrevista)

**Preguntas de control:** son preguntas que ya han sido hechas pero ahora se formulan de forma diferente. La finalidad es medir la sinceridad del encuestado. Las preguntas de control son muy útiles para eliminar cuestionarios por incoherentes.

Ejemplo

¿Es usted la persona en la familia que se encarga de la compra diaria?

Sí

No

(Más adelante en el cuestionario)

¿Cuántos días a la semana va usted a realizar las compras para su familia?

**Preguntas de escala Likert:** Son preguntas que formulan proposiciones donde el entrevistado expresa su grado de acuerdo o desacuerdo en una escala de categoría.

Ejemplo

Las compañías aéreas nacionales dan un mejor servicio que las extranjeras.

Muy desacuerdo	1
De acuerdo	2
Ni de acuerdo ni desacuerdo	3
De acuerdo	4
Muy de acuerdo	5

**Preguntas abiertas:** En las preguntas abiertas no se sugiere respuesta

Ejemplo: ¿Qué le agrada más del servicio de ese restaurant?

**Preguntas cerradas:** Este tipo de preguntas las alternativas de respuesta están limitadas.

Ejemplo ¿toma vino en las comidas?

Sí                      No

**Preguntas semicerradas:** constituyen un híbrido entre las preguntas abiertas y cerradas. Se utilizan cuando existen pocas modalidades que contiene la mayor parte de las respuestas

Ejemplo: ¿Qué prefiere en un restaurant?

Que sea barato

Que sea elegante

Otras: \_\_\_\_\_

## 4.9 Formato de la investigación



### CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Nota:** Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para determinar los principales factores que influyen directa o indirectamente en las decisiones de emprender o no, de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, de la Universidad Politécnica Salesiana campus Girón. Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo

#### Datos informativos

Edad: \_\_\_\_\_

Género: \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_ Femenino

Estado civil: \_\_\_\_\_ Soltero(a) \_\_\_\_\_ Casado(a) \_\_\_\_\_ Divorciado(a) \_\_\_\_\_ Unión Libre \_\_\_\_\_ Viudo(a)

Mención: \_\_\_\_\_ Finanzas \_\_\_\_\_ RR.HH \_\_\_\_\_ Comercio Ext. \_\_\_\_\_ Marketing

Ocupación: \_\_\_\_\_ Empleado público \_\_\_\_\_ Empleado privado

\_\_\_\_\_ Trabajador independiente \_\_\_\_\_ Sin ocupación

Sector de residencia: Norte \_\_\_\_\_ Sur \_\_\_\_\_ Centro \_\_\_\_\_ Valles \_\_\_\_\_

Su situación académica es: \_\_\_\_\_ Egresado Año en que Egresó: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Graduado Año de graduación: \_\_\_\_\_

#### Desarrollo

1. ¿Ha ejecutado algún proyecto de negocio en alguna etapa de su vida y especialmente una vez egresado?

\_\_\_\_\_ Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

\*Si su respuesta es negativa siga a la pregunta N° 8

2. ¿Si su respuesta es afirmativa, señale el área y sub-área en la que ha emprendido?

Comercial _____	Servicios _____	Industrial _____
_____ Bodegas	_____ Transporte	_____ Textil
_____ Tiendas	_____ Comunicaciones	_____ Telecomunicación.
_____ Supermercados	_____ Finanzas	_____ Maderera
_____ Importación/exportación	_____ Turismo	_____ Química
_____ Otros	_____ Hotelería	_____ Automotriz
	_____ Entretenimiento	_____ Construcción
	_____ Espectáculos	_____ Alimentos
	_____ Salud	_____ Manufacturera
	_____ Educación	_____ Plásticos
	_____ Alimentación	_____ Agropecuaria
	_____ Internet	_____ Reciclaje
	_____ Otros	_____ Otros

3. ¿Para la ejecución de su emprendimiento, llevo a cabo una investigación de mercado?

\_\_\_\_\_ Sí \_\_\_\_\_ No

4. ¿Qué cantidad de dinero invirtió en la creación de su emprendimiento?



**10. ¿Cuál cree usted que son los principales impedimentos al momento de decidirse para generar un negocio?**

- No contaba con el dinero suficiente para emprender
- Se encontraba trabajando y no estaba dispuesto a dejar su trabajo.
- Temor o miedo al fracaso
- Aversión al riesgo
- Inseguridad por falta de preparación
- Falta de experiencia en negocios
- No se encontraba suficientemente motivado
- No disponía del tiempo suficiente
- Desconocimiento de oportunidades de negocios.
- Otros **especifiquen:** \_\_\_\_\_

**11. En cuanto a las siguientes formas de aprendizaje que usted recibió en las clases de la UPS, ¿Cuáles considera que son Muy efectiva; Efectiva; Nada efectiva; para el desarrollo de habilidades emprendedoras? Señale con una X**

Formas de aprendizaje	Muy efectiva	Efectiva	Nada efectiva
Clase teóricas			
Ejercicios prácticos			
Estudio de casos			
Diseño de Proyectos			

**12. ¿Cuál cree usted que son los 3 factores más importantes que influyen en el éxito de un emprendimiento? Señale con una X**

Factores	
Liderazgo	
Oportunidades de mercado	
Entorno financiero favorable	
Creatividad e innovación	
Saber negociar	
Capacidad de asumir riesgos	
Toma de decisiones	
Perseverancia	
Visión de negocio	
Resolución de conflictos	

**13. ¿Desarrolla algún tipo de responsabilidad social, dentro de su situación actual ya sea como trabajador dependiente o trabajador independiente?**

Sí  No

**\*Si su respuesta es afirmativa, en cuál de los siguientes elementos se ha enfocado la responsabilidad social (Mencione 2)**

- Economía  Ambiente
- Empleados  Clientes
- Sociedad  Proveedores

**14. ¿Considerando su actual ocupación, ha podido dar empleo a terceras personas?**

Sí  No   No tiene empleo

**15. ¿Conoce la misión de la Universidad Politécnica Salesiana?**

\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

**16. ¿Cree usted que se fomenta la cultura de emprendimiento dentro de la Universidad Politécnica Salesiana?**

\_\_\_ Bastante \_\_\_\_\_ Poco \_\_\_\_\_ Muy poco \_\_\_\_\_ Nada

**17. El desarrollo de su tesis o trabajo de grado tiene o tuvo relación con el emprendimiento.**

Sí\_\_\_ No\_\_\_ \_\_\_\_\_No tiene tema asignado

**18. ¿Cuál cree usted que son los 3 elementos más importantes que se deben conocer, dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial? Señale con una X**

___	Diseño de plan de negocios	___	Marketing
___	Finanzas /gestión financiera	___	Gestión administrativa
___	Planificación estratégica	___	Gestión de recursos
___	Planificación de operaciones	___	Planificación organizacional
___	Motivación	___	Sostenibilidad

**\*Le agradecemos por su amable colaboración\***

## **CAPÍTULO V**

### **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

#### **5.1 Análisis de resultados**

Una vez terminada la recolección de la información se procedió a la tabulación de la información y al respectivo análisis de las preguntas existentes dentro de la encuesta. Con la información obtenida se podrá identificar los principales factores que incidieron en las decisiones de emprender o no de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, y de esta manera podremos establecer el cumplimiento o no de la misión de la Universidad.

##### **5.1.1 Tabulación de la información**

Para llevar a cabo la tabulación de las encuestas se procederá a seguir el siguiente orden:

1. Establecimiento de datos informativos.
2. Establecimiento de la pregunta
3. Planteamiento del objetivo de la pregunta
4. Tabla con el resumen estadístico de los datos obtenidos
5. Análisis e interpretación de los resultados de cada pregunta.
6. Tablas de contingencia con el cruce de las respectivas variables.

Y mediante dicho proceso poder comprender con mayor claridad cada una de las preguntas establecidas en la encuestas.

## Datos informativos

### Variable edad:

Tabla 11: Edad de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 22 – 25	121	40,3	40,3	40,3
26 – 29	140	46,7	46,7	87,0
30 – 33	39	13,0	13,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

### Análisis e interpretación

La edad de los egresados y graduados va desde los 22 en adelante. El 46,67% representa el mayor porcentaje de edad en el rango de 26 a 29 años, seguido por el rango de 22 a 25 años con el 40,33% y por último tenemos el rango de 30 a 33 años con el 13%. Entendiéndose que los egresados y graduados tomados en cuenta para el estudio serán considerados desde años recientes.

### Variable género:

Tabla 12: Género de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos FEMENINO	182	60,7	60,7	60,7
MASCULINO	118	39,3	39,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

## **Análisis e interpretación**

Considerando el género de los encuestados, podemos visualizar que el género femenino presentan el 60,67%, mientras que el género masculino presenta el valor porcentual equivalente a 39,33%. En este sentido se puede establecer que las mujeres son las que presentan un mayor interés en temas de emprendimiento debido a que son las que en su mayoría accedieron a brindar información acerca de los factores que inciden en sus decisiones de emprender o no.

### **Variable estado civil:**

Tabla 13: Estado civil de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASADO	79	26,3	26,3
	DIVORCIADO	3	1,0	27,3
	SOLTERO	201	67,0	94,3
	UNIÓN LIBRE	16	5,3	99,7
	VIUDO	1	,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet. (SPSS)

## **Análisis e interpretación**

El análisis de la variable en cuestión, nos indica que la mayoría de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas encuestados son solteros con el 67%, seguido por aquellos con estado civil casados con el 26.33%, más adelante están aquellos que conviven en unión libre con el 5,33 y por último con valores porcentuales relativamente pequeños tenemos a aquellos que respondieron como divorciados y viudos con el 1% y 0,33% respectivamente.

Considerando que en su mayoría son solteros, se puede justificar por el hecho de que la investigación se enfocará en aquellos que egresaron o se graduaron hace 4 años, y

teniendo como referencia este resultado se podrá obtener respuestas acorde al nivel de responsabilidad que conlleva el estado civil escogido.

**Variable mención:**

Tabla 14: Mención de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
COMERCIO EXTERIOR	64	21,3	21,3	21,3
FINANZAS	97	32,3	32,3	53,7
MARKETING	70	23,3	23,3	77,0
RECURSOS HUMANOS	69	23,0	23,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuite. (SPSS)

**Análisis e interpretación**

Del total de encuestas realizadas, se puede constatar que la mención de Finanzas presenta el mayor porcentaje con el 32,33%, seguido por Marketing con el 23,33%, así como por la mención de recursos humanos con el 23% y por ultimo tenemos a la mención de comercio exterior con el 21,33%.

**Variable ocupación:**

Tabla 15: Ocupación de los egresados y graduados encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
EMPLEADO PÚBLICO	87	29,0	29,0	29,0
EMPLEADO PRIVADO	175	58,3	58,3	87,3
TRABAJADOR INDEPENDIENTE	27	9,0	9,0	96,3
SIN OCUPACIÓN	11	3,7	3,7	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuite. (SPSS)

## **Análisis e interpretación**

La información obtenida nos indica que dentro de la variable ocupación, con el 58,3 % los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas son empleados privados, considerando que por ser una Universidad privada, sus estudiantes se enfocan más a dicho sector para conseguir empleo y por la apertura que brindan las empresas, seguido tenemos a los que son empleados públicos con el 29%, justificándose por ser un sector con un mayor nivel de remuneraciones en comparación al privado, que hace que sea atractivo para conseguir un puesto de trabajo, seguido se encuentran los que son trabajadores independientes, con el 9%, es claro comprobar que son pocos los que han emprendido, y que han visto este medio una alternativa de superación. Por último se presentan aquellos que no tienen ocupación con un porcentaje pequeño equivalente al 3,7%. La razón principal sería que por el hecho de que en la muestra están incluidos también a aquellos que recién egresaron o se graduaron y por esta situación no cuentan con la experiencia suficiente y se les haga un poco más difícil encontrar un empleo.

## **Variable sector de residencia:**

Tabla 16: Sector de residencia de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CENTRO	40	13,3	13,3	13,3
NORTE	117	39,0	39,0	52,3
Válidos SUR	94	31,3	31,3	83,7
VALLES	49	16,3	16,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

## **Análisis e interpretación**

Los resultados nos muestran que la mayor parte de los encuestados viven en el norte con el 39%, seguidos por los que habitan en el sur con el 31,33%, más adelante

tenemos a los que viven en el valle con el 16,33% y por último se presentan los que habitan por el centro de la ciudad con el 13,33%. Con esta información podremos identificar si el sector de residencia influye en las decisiones de emprender o no.

### Variable situación académica es

Tabla 17: Situación académica de los egresados y graduados encuestados.

Media	1,60			
Mediana	2,00			
Varianza	,240			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
EGRESADO	119	39,7	39,7	39,7
Válidos GRADUADO	181	60,3	60,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

### Análisis e interpretación

Con la información obtenida podemos establecer que dentro de la situación académica los graduados presentan el mayor porcentaje con el 60,33%, seguido por los egresados con el 39,7%. En este contexto podremos establecer que existe una diferencia significativa en la manera de cómo perciben el emprendimiento estos dos grupos y su participación en la misión de la Universidad.

### Variable año de egresamiento

Tabla 18: Año de egresamiento de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2008 - 2010	12	10,1	10,1	10,1
Válidos 2011 - 2013	107	89,9	89,9	100,0
Total	119	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

### **Análisis e interpretación**

El mayor porcentaje de egresados se encuentran en el periodo comprendido entre el 2011 y 2013 con el 89,9%. Así también existe un porcentaje de egresados que se incluyen en el periodo de 2008 al 2010. En este contexto podemos adjuntar que por ser años recientes sería normal que exista un mayor número de egresados que aun no se gradúan.

### **Variable año de graduación**

Tabla 19: Año de graduación de los encuestados

Media	3,46			
Mediana	3,00			
Varianza	,250			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2008 - 2010	98	54,1	54,1	54,1
Válidos 2011 - 2013	83	45,9	45,9	100,0
Total	181	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizúete. (SPSS)

### **Análisis e interpretación**

Se puede evidenciar que existe una leve diferencia entre los que se graduaron en el periodo comprendido entre 2008 y 2010 con el 54,14%, y aquellos que se graduaron el periodo de 2011 – 2013 con el 45,86%.

**Pregunta 1: ¿Ha ejecutado algún proyecto de negocio en alguna etapa de su vida y especialmente una vez egresado?**

#### **Objetivo:**

Identificar quienes de los egresados o graduados tienen alguna iniciativa empresarial activa y quienes no han ejecutado ningún tipo de emprendimiento en ninguna etapa

de su vida. Y de esta manera separar a los que emprendieron y a los que no y determinar por separado los factores que incidieron en sus respectivas decisiones.

Tabla 20: Ejecución de proyectos de negocios

Media	1,86			
Mediana	2,00			
Varianza	,121			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SÍ	42	14,0	14,0	14,0
Válidos NO	258	86,0	86,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizúete. (SPSS)

### **Análisis e interpretación**

Considerando la ejecución de emprendimientos, y según los datos arrojados en las encuestas realizadas, se puede establecer que la mayoría de los egresados y graduados no han ejecutado ningún tipo de emprendimiento en ninguna etapa de su vida, ni mucho menos una vez egresado, con un valor porcentual equivalente a 86%. Y la minoría que si han emprendido corresponde al valor porcentual de 14%.

Dentro de esta realidad, se puede constatar que son muy pocos los egresados y graduados que emprenden y ponen en práctica los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias, así como ver en el emprendimiento una manera de superación personal y profesional. Así mismo se puede decir que dentro de la universidad existen procesos para generar emprendedores, sin embargo estos aun no están bien definidos ni sistematizados, por lo cual es un pequeño grupo de los que egresan que se convierten en emprendedores, dando como consecuencia del alto porcentaje de egresados y graduados, que nunca han emprendido y que dejan abandonando sus ideas de negocios por la aparición de mejores oportunidades o por factores que pueden afectarles económica, psicología o socialmente, como se analizará más adelante.

Además de ello se puede observar con este fenómeno, que existen debilidades en lo concerniente a la formación de egresados y graduados en temas de emprendimiento, en el contexto de ser administradores de empresas, se debería incentivar a los jóvenes a que lleven a cabo emprendimiento propios, que puedan identificar oportunidades de negocios y se conviertan en empleadores y no en empleados.

**Pregunta 2: ¿Si su respuesta es afirmativa, señale el área y sub-área en la que ha emprendido?**

**Objetivo:**

Conocer dentro del grupo de los egresados y graduados que emprendieron cuál es su actividad económica a la que actualmente se dedican, considerando cual es el sector con mayor inclinación dentro del cual se enfocan más, para llevar a cabo su idea de negocio.

Tabla 21: Área en la que ha emprendido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	COMERCIAL	18	42,9	42,9
	INDUSTRIAL	8	19,0	61,9
	SERVICIOS	16	38,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet. (SPSS)

**Subárea**

Tabla 22: Subárea comercial emprendida

Media	8,43
Mediana	8,00
Moda	1
Varianza	44,739
Mínimo	1
Máximo	24

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	BODEGAS	8	19,0	19,0
	TIENDAS	5	11,9	31,0

SUPERMERCADOS	1	2,4	2,4	33,3
IMPORTACIÓN/EXPORTACIÓN	4	9,5	9,5	42,9
FINANZAS	2	4,8	4,8	47,6
TURISMO	2	4,8	4,8	52,4
HOTELERIA	1	2,4	2,4	54,8
ENTRETENIMIENTO	6	14,3	14,3	69,0
SALUD	1	2,4	2,4	71,4
ALIMENTACIÓN	2	4,8	4,8	76,2
INTERNET	2	4,8	4,8	81,0
TEXTIL	5	11,9	11,9	92,9
ALIMENTOS	2	4,8	4,8	97,6
PLÁSTICOS	1	2,4	2,4	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuite. (SPSS)

### **Análisis e interpretación**

El análisis de la pregunta en cuestión, indica que el área en donde se han llevado a cabo un mayor número de emprendimientos es en el área comercial, con un valor porcentual equivalente a 42,86%. Justificando dicha respuesta con el hecho que en el cantón Quito la actividad comercial es una de las que más movimiento presenta, existe un alto flujo de intercambio de bienes entre sus habitantes y de ahí que este sector sea atractivo para invertir, además del incremento del consumo y no requiere de una gran diferenciación y consecuentemente de una fuerte inversión. Dentro de la subárea que sobresale en este sector se encuentran las Bodegas con un valor porcentual equivalente a 19,05% como ya se mencionó anteriormente, la razón por la cual se da dicha decisión es por el incremento del consumo y de la población que hacen que la demanda aumente y se obtengan los réditos esperados.

Así mismo es posible identificar que el sector de servicios presenta un porcentaje significativo con el 38,10%, la razón principales de dicha elección es que dentro de este sector se encuentran subáreas que son consideradas estratégicas para el cambio de matriz productiva del país, y como una de las que mejores beneficios económicos dejase a su propietarios. La subárea con mayor porcentaje de emprendimiento realizado es la de entretenimiento con el 14,29%, se puede explicar dicha elección por el hecho de que la personas dedican cada vez más tiempo para su ocio, como una

manera de alejarse de la rutina diaria o distraerse y buscan este tipo de negocios, ocasionando que se produzca una demanda por los servicios que prestan.

Y por último tenemos al sector industrial, dentro del cuales se han llevado a cabo el menor número de emprendimientos con el 19,05%, considerándose uno de los principales obstáculos dentro de este sector la fuerte inversión que requiere, así como la realización de demasiados tramites y permisos para su funcionamiento. Sin embargo es importante mencionar que este sector es el que últimamente más impulso está teniendo por parte del gobierno como una estrategia de transformar la matriz productiva del país, pero a sí mismo para la obtener este tipo de financiamiento o patrocinio se deben de estructurar proyectos con respaldos financieros, técnicos, económicos, ambientales, que hacen dificultosos su obtención, ya que muchos egresados y graduados no disponen del tiempo suficiente para realizar dichos procedimientos. Dentro de este sector la subárea en donde más se ha emprendido es la textil con un valor porcentual equivalente a 11,90%.

**Pregunta 3: ¿Para la ejecución de su emprendimiento, llevó a cabo una investigación de mercado?**

**Objetivo:**

Determinar si el emprendimiento ejecutado, tuvo un proceso estructurado para su desarrollo, dentro del cual se hubiere podido determinar si es factible o no llevarlo a cabo, así como la identificación de las necesidades de los futuros consumidores.

Tabla 23: Realización de investigación de mercados

Media	1,64			
Mediana	2,00			
Varianza	,235			
	Frecuencia	Porcenta je	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SÍ	15	35,7	35,7	35,7
Válidos NO	27	64,3	64,3	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet. (SPSS)

## **Análisis e interpretación**

Considerando los resultados emitidos por las encuestas, se puede mostrar que un alto porcentaje de los egresados y graduados que han emprendido no han llevado a cabo una investigación de mercados para la ejecución de su emprendimiento con un valor porcentual equivalente a 64,29%, y en contraparte aquellos que sin han realizado un estudio de mercados corresponde al 35,71%.

Con esta información la mayoría de los egresados y graduados se están aventurando dentro de la ejecución de emprendimientos, en donde no conocen su factibilidad. No están teniendo un conocimiento previo acerca de las necesidades y deseos de sus futuros consumidores y visualizar si tendrá la cogida necesaria para poder crecer y desarrollarse en el mercado. Además de considerar la opción de poder indagar en mejores opciones de negocios, en donde puedan obtener un porcentaje mayor de beneficios económicos.

Ante este fenómeno son pocos los egresados y graduados que emprendieron y llevaron a cabo un estudio de mercado previo, sobreentendiéndose que no se arriesgaron a ejecutar su emprendimiento sin antes saber la factibilidad de este. Además de que pudieron llevar un proceso estructurado y sistemático para el desarrollo de sus negocios, considerando esta alternativa como un instrumento indispensable y esencial para así poder asegurar el éxito de su iniciativa, conociendo aspectos que le proporcionen ventajas en relación a sus competidores y así poder evidenciar posibles falencias, errores o aspectos dentro de los cuales le ayuden a mejorar en el futuro.

### **Pregunta 4: ¿Qué cantidad de dinero invirtió en la creación de su emprendimiento?**

#### **Objetivo**

Conocer el monto de dinero necesario para llevar a cabo la iniciativa empresarial, y mediante este elemento identificar el tamaño del negocio y la base promedio de inversión para poder emprender.

Tabla 24: Cantidad de dinero invertida

Media	2,12			
Mediana	2,00			
Varianza	1,181			
Mínimo	1			
Máximo	4			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
				Porcentaje acumulado
	MENOS DE \$4000	15	35,7	35,7
	\$4001 - \$8000	14	33,3	69,0
Válidos	\$8001 - \$12000	6	14,3	83,3
	\$12001 Ó MAS	7	16,7	100,0
	Total	42	100,0	100,0

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

### **Análisis e interpretación**

Del total de encuestas realizadas a egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas que llevaron a cabo un emprendimiento se pudo recabar que el promedio de dinero invertido en sus ideas de negocio corresponde a montos menores a \$4000, con un valor porcentual equivalente a 35.71%, con lo que se puede establecer que en su mayoría son negocios pequeños o cuya actividad comercial no necesariamente requería de una inversión mayor.

Seguido por estos montos de inversión tenemos a los que invirtieron entre \$4001 a \$8000, considerándose así que son negocios con un mayor tamaño comercial o que en el sector en que se emprendió requiere necesariamente dichos montos de inversión. Además se puede considerar como otra de las razones, que se incurrieron en mayores gastos, a fin de lograr cierto posicionamiento en el mercado.

En contraparte tenemos a los que invirtieron más de \$12000 con un valor porcentual equivalente a 16,7%, considerados negocios con mayores proyecciones de crecimiento, mayor gastos y por ende mayor rendimiento, así como actividad comercial que requiere de una mayor cantidad de recursos económicos para funcionar y poder mantenerse en el mercado.

**Pregunta 5: ¿Qué fuentes de financiamiento utilizó para la creación de su emprendimiento? (Pregunta de opción múltiple)**

**Objetivo**

Determinar cuál es la fuente de financiamiento más utilizada o tradicional que los egresados y graduados optan al momento de ejecutar su emprendimiento, a fin de visualizar las características y beneficios que les proporcionan las fuentes de financiamiento escogida.

Tabla 25: Fuentes de financiamiento utilizadas

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
\$FUENTES_FINANCIAMIENTO <sup>a</sup>	42	100,0%	0	0,0%	42	100,0%
				Respuestas		Porcentaje de casos
				Nº	Porcentaje	
\$FUENTES_FINANCIAMIENTO <sup>a</sup>	AHORROS_PERSONALES			19	35,8%	45,2%
	PRÉSTAMO_FAMILIAR			18	34,0%	42,9%
	INSTITUCIONES_FINANCIERAS			13	24,5%	31,0%
	OTROS			3	5,7%	7,1%
	Total			53	100,0%	126,2%

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

**Análisis e interpretación**

Considerando las principales fuentes de financiamiento utilizadas por aquellos egresados y graduados que emprendieron, se destacan los ahorros personales con un valor porcentual equivalente a 35,85%, la razón principal dentro de esta elección se da por la conveniencia que otorga, ya que el emprendedor no se endeudará con terceras personas y podrá trabajar acorde al nivel económico que disponga, además de la disponibilidad y rapidez. Sin embargo es importante mencionar que este método por tener esta naturaleza, su capacidad no es suficiente para financiar

proyectos de gran alcance, que permitan invertir en otros sectores y de buenos retornos financieros.

Así mismo tenemos otra de las fuentes de financiamiento muy utilizadas por los egresados y graduados que emprendieron, como es los préstamos familiares, considerados muy oportunos a la hora de poder comenzar un proyecto empresarial, por la facilidad para obtenerlo y su accesibilidad, evitándose trámites y procesos demorosos. Al igual que la forma de financiamiento con ahorros personales se puede mencionar que son similares en relación a que no son fuentes de financiamiento con fuertes montos de dinero, en el cual el emprendedor puede acoplarse a la disponibilidad de dichos montos. Además dentro de este tipo de financiamiento es importante mencionar que juegan un papel fundamental el aspecto afectivo que si bien puede jugar un rol importante a favor del negocio, también puede volverse en contra y desestabilizar la idea de negocio.

Y el 24,53% menciona que utilizó como forma de financiamiento a las instituciones financieras, en este sentido se puede notar que esta forma de financiamiento no tiene una buena acogida por aquellos egresados y graduados que emprendieron, en esta situación se puede mencionar los procesos burocráticos que se debe cumplir, las exigencias del banco, las altas tasa de interés, y plazos que hacen que el negocio a largo plazo no sea tan rentable, y que se convierten en los principales obstáculos para escoger dicha fuente de financiamiento como una alternativa.

#### **Pregunta 6: ¿Qué tipo de emprendimiento ha llevado a cabo?**

##### **Objetivo**

Conocer las diferentes formas en que los egresados y graduados han emprendido, a fin de determinar el grado de dificultad que presentaron dentro de su iniciativa empresarial.

Tabla 26: Tipo de emprendimiento ejecutado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	INICIÓ NEGOCIO DESDE CERO	34	81,0	81,0	81,0
	COMPRÓ NEGOCIO EN FUNCIONAMIENTO	4	9,5	9,5	90,5
	ADQUIRIÓ FRANQUICIA	2	4,8	4,8	95,2
	COMPRÓ NEGOCIO EN DECADENCIA Y LO REALZÓ	2	4,8	4,8	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuite. (SPSS)

### **Análisis e interpretación**

Del total de encuestados que llevaron a cabo un emprendimiento el 80.95% inició un negocio desde cero, entendiéndose que dichos negocios emprendidos fueron frutos de su propia iniciativa y dedicación, así como de su voluntad para poder ejecutarlo y desarrollarlo, además del control y conocimiento que se tendrá acerca de su funcionamiento, misión y visión.

Se puede demostrar que el mayor número de este grupo ha presentado un mayor nivel de esfuerzo por los procesos iniciales, de desarrollo y crecimiento que conlleva este tipo de emprendimientos, en comparación con el hecho de adquirir negocios en funcionamiento equipados, participación de mercado conquistado, procesos establecidos entre otros.

En contraparte aquellos egresados y graduados que emprendieron y ya sea que compraron negocios en funcionamiento, adquirieron franquicias o compraron negocios en decadencia lo renovaron y lo realzaron, presentan porcentajes muy bajos, la razón fundamental porque muchas de las veces no satisface las expectativas del emprendedor en cuanto a la actividad que se dedica, gestión administrativa o los problemas que se pueden encontrar.

## Pregunta 6.1: ¿Su idea de negocio sigue funcionando?:

### Objetivo

Indicar el porcentaje de iniciativas empresariales que se han ejecutado y han sabido mantenerse estables en el mercado, a fin de visualizar la correcta aplicación de conocimientos profesionales y las condiciones económicas que presta el mercado para que estas iniciativas puedan desarrollarse y crecer.

Tabla 27: Negocio sigue funcionando

Media	1,36			
Mediana	1,00			
Varianza	,235			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SÍ	27	64,3	64,3	64,3
Válidos NO	15	35,7	35,7	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

### Análisis e interpretación

Del total de egresados y graduados que lograron llevar a cabo una iniciativa de emprendimiento el 69.29% de ellos aún mantiene su idea de negocio activa, las justificaciones para dichos resultados es que están recibiendo los réditos esperados, además por las favorables condiciones de mercados que se está experimentado en la actualidad así como el incremento del poder adquisitivo de las familias, que le pueden otorgar una buena demanda de los productos o servicios que ofertan.

Mientras que el 35.71%, de los que emprendieron, cerraron sus negocios, considerándose que su idea de negocio no fue lo suficientemente rentable como para mantenerla en funcionamiento y por las mejores condiciones y beneficios que presenta el ámbito laboral con relación de dependencia, con el incremento del empleo y las leyes que respaldan al trabajador, tanto en el sector privado como público, que tal vez les dieron una mejor oportunidad de superación.

**Pregunta 6.1.1: Si su respuesta es no, indique las causas por las que su emprendimiento dejó de funcionar. (Pregunta de opción múltiple)**

**Objetivo**

Conocer y determinar cuántas de las iniciativas empresariales ejecutadas han fracasado, a fin de poder determinar los principales inconvenientes que tuvieron que atravesar y las condiciones que propiciaron su quiebra.

Tabla 28: Causas por qué emprendimiento dejó de funcionar

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
\$CAUSAS_DE_QUIEBRA	15	100,0%	0	0,0%	15	100,0%
			Respuestas		Porcentaje de casos	
			Nº	Porcentaje		
	FALTA_DE_TIEMPO		6	22,2%	40,0%	
	BAJA_RENTABILIDAD		6	22,2%	40,0%	
	INCORRECTA_ADMINISTRACIÓN		5	18,5%	33,3%	
	DEMASIADOS_PROCESOS_GUBERNAMENTALES		2	7,4%	13,3%	
\$CAUSAS_DE_QUIEBRA <sup>a</sup>	AUMENTO_DE_COMPETENCIA		2	7,4%	13,3%	
	FALTA_DE_CAPITAL_PARA_REINVERTIR		3	11,1%	20,0%	
	MEJORES_OPORTUNIDADES		2	7,4%	13,3%	
	ENFERMEDAD		1	3,7%	6,7%	
Total			27	100,0%	180,0%	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

**Análisis e interpretación**

En el análisis de las principales causas para que un negocio deje de funcionar se puede mencionar dos de las más sobresalientes que son la falta de tiempo y la baja rentabilidad ya que las dos respectivamente constan con un 22.22% , justificando esta situación se puede establecer que en ciertos caso en donde los egresados o graduados logran emprender no se dedican a tiempo completo a su idea de negocio, a fin de hacerla producir y crecer, por el hecho de que encuentran mejores trabajos, mejores oportunidad de superación o tienen más responsabilidades por la cuales

responder, lo cual dificulta que se le preste la atención necesaria al negocio y delegan a terceros para que lo manejen, dando así una baja rentabilidad por el aumento de costos y la pérdida de control dentro de la iniciativa que conlleva a que el negocio no satisfaga sus expectativas, y se tome la decisión de cerrarlo.

Otra de las causas con el 18.52% corresponde a la incorrecta administración aplicada, la principal razón para esta decisión se da por no saber manejar los recursos de una forma adecuada y eficiente. Además con el 11.11% la falta de capital para reinvertir, es otro de las principales causas, entendiéndose que no disponen de la capacidad financiera suficiente para innovar, e ir perfeccionando el giro del negocio.

### Pregunta 7: ¿Qué le motivó a emprender? (Pregunta de opción múltiple)

#### Objetivo

Determinar los principales elementos que les incentivaron a emprender a los egresados y graduados, a fin de establecer si es por necesidad, por lo económico, por oportunidad, o por autorrealización.

Tabla 29: Factores que motivaron a emprender

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
\$MOTIVOS_EMPRENDER	42	100,0%	0	0,0%	42	100,0%
				Respuestas		Porcentaje de casos
				Nº	Porcentaje	
	LOGRAR_INDEPENDENCIA	18	20,5%	42,9%		
	NECESIDAD_DE_RECONOCIMIENTO	7	8,0%	16,7%		
	NECESIDAD_DE_SUBSISTENCIA	2	2,3%	4,8%		
\$MOTIVOS_EM	DESEMPLEO	7	8,0%	16,7%		
PRENDER <sup>a</sup>	DESPIDO_DE_TRABAJO	4	4,5%	9,5%		
	MEJORAR_CALIDAD_DE_VIDA	18	20,5%	42,9%		
	NECESIDAD_DESARROLLO_PERSONAL	21	23,9%	50,0%		
	PERCEPCIÓN_BENEFICIO_ECONÓMICO	11	12,5%	26,2%		
Total		88	100,0%	209,5%		

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet. (SPSS)

## **Análisis e interpretación**

El principal elemento que motivó a los egresados y graduados a emprender es la necesidad de desarrollo personal con un 23,86%, las razones de dicha decisión hacen referencia a poder alcanzar metas u objetivos trazados, como una manera de autorrealización, de lograr el éxito personal y profesional, y destacarse en la sociedad. Además de saber aprovechar oportunidades y hacer lo que les gusta, encontrando así una satisfacción personal y buscar diferentes formas de pensar y actuar. Así mismo dentro de este mismo aspecto de autorrealización sobresale el hecho de lograr independencia con el 20,45% , como una manera de sustentar sus gastos por sí mismos, tener la potestad de toma sus propias decisiones e invertir en lo que crean más conviene, así como de ser responsables de sus actos y afrontar situaciones que se les presenten.

Otro de los elemento principales que les motivó a los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas a emprender es mejorar la calidad de vida con el 20,45%, este elemento se incluyen en le hecho de generar emprendimiento por oportunidad, considerándose un aspecto positivo, ya que se pueden ejecutar ideas de negocios rentables, con proyecciones de crecimiento, con una fuerte demanda y con la seguridad de permanencia de le mercado, y esto se puede respaldar con el análisis de la pregunta concerniente a si la idea de negocio sigue funcionando, en la cual la mayoría de los emprendimientos ejecutados siguen activos, los egresados y graduados que emprendieron en un buen porcentaje, buscaron además de la realización personal una idea en cuyas inversiones sean seguras y con resultado económicos favorables.

Y en contraparte con los análisis anteriores se pueden manifestar que uno de los aspectos con menor porcentaje es el que involucra a la necesidad de subsistencia, con el 2,27%, que está involucrado en la categoría de emprendimiento por necesidad, en este sentido los egresados y graduados no están buscando oportunidades de negocio poco rentables, vulnerables a cualquier cambio de mercado, con proyecciones cortoplacistas y baja demanda. Se puede decir que no está huyendo de alguna circunstancia que lo obligue necesariamente a emprender.

**Pregunta 8: Si no ha desarrollado algún proyecto de negocio, ¿Ha tenido en algún momento la idea de formar un negocio futuro?**

**Objetivo**

Conocer el deseo y la capacidad emprendedora, que tienen los egresados y graduados que nunca han emprendido, a fin de establecer el potencial para convertirse en futuros emprendedores y mejorar su condición de vida.

Tabla 30: Idea de formar negocio futuro

Media	1,09			
Mediana	1,00			
Varianza	,078			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SÍ	236	91,5	91,5	91,5
Válidos NO	22	8,5	8,5	100,0
Total	258	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

**Análisis e interpretación**

Conociendo los resultados obtenidos es posible visualizar que la mayoría de los egresados y graduados, tienen o han tenido el deseo de formar un negocio futuro, a fin de convertirse en emprendedores.

Dentro de este resultado es factible decir que si existe un potencial emprendedor, en los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, sobreentendiéndose que ese deseo de ser emprendedor, se traduce en el anhelo de poder llevar a cabo alguna actividad empresarial, ya sea esta social o de beneficio personal, que les permita ser entes activos de la sociedad e interactuar con los diferentes agentes económicos, así como contribuir en la dinamización de la economía, aprovechando oportunidades que les presente el mercado y lograr desarrollar sus aptitudes y destrezas emprendedoras.

Ahora bien ante esta realidad podemos mencionar que existe un aspecto positivo, dentro de la capacidad emprendedora de los egresados y graduados, en el sentido de que aspiran convertirse en los gestores de sus propios negocios. Sin embargo este deseo, no se convierte en una realidad, tal como se pudo afirmar en la pregunta número uno dentro de la cual los resultados permiten visualizar que es una minoría la que llega o logra emprender ya sea egresado o en alguna etapa de su vida, en este sentido ese deseo o anhelo de formar un negocio se queda como un proyecto de vida plasmado en papel o como una idea, que tal vez algún día la puedan ejecutar, y en él peor de los casos lo hagan por necesidad, mas no por oportunidad.

Adicionalmente la variación en la frecuencia en relación a la tabla 30: idea de formar negocio futuro, en comparación con los resultados obtenidos en la tabla 20: si ha ejecutado algún proyecto de negocio, se presentan cercana a cero, es decir se tiene una varianza de 0,078 en relación a la media 1,09, la dispersión en las dos opciones de respuesta, es baja, se puede establecer que los datos son relativamente compactos.

### **Pregunta9: ¿En qué área desearía emprender?**

#### **Objetivo**

Identificar el área y subárea con mayor inclinación o aceptación, dentro de los cuales se podrían forjar futuros emprendimientos por parte de los egresados y graduados, que tienen el deseo de forjar su propio negocio, a fin de visualizar si estas se encuentran dentro de sectores estratégicos de la economía.

Tabla 31: Área en la que desearía emprender

Media	2,01			
Mediana	2,00			
Varianza	,451			
	Frecuencia	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	COMERCIAL	52	22,0	22,0
	INDUSTRIAL	54	22,9	44,9
	SERVICIOS	130	55,1	100,0
	Total	236	100,0	100,0

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet. (SPSS)

## **Análisis e interpretación**

Se puede apreciar que el área en donde más desearían emprender los egresados y graduados de Administración de Empresas es el área de servicios, con un valor porcentual equivalente a 55,08%, seguida por el área industrial con el 22,88% y por último el área comercial con un valor porcentual equivalente a 22,03%.

La concepción de los resultados indica que existe una gran inclinación por el sector de servicios, como uno de los favoritos a la hora de querer ejecutar alguna idea de negocio. Se puede establecer que dicha decisión puede considerarse básicamente, por el crecimiento que este conjunto de actividades ha venido experimentando en los últimos años, impulsado por la fuerte inversión que el gobierno está dando a sectores primario y secundario, que hacen que se genere una cadena de valor y por ende se impulse el crecimiento de la demanda de los servicios, para que estos puedan funcionar con normalidad. En este contexto los servicios representan un área indispensable para el crecimiento de una economía y de ahí su importancia e inclinación por parte de los egresados y graduados.

Además se ha visto experimentado un fuerte crecimiento de la clase media, en la economía ecuatoriana, que dispone de más recursos para poder acceder a más y mejores servicios de calidad, que hacen que la inversión en este sector sea atractiva y rentable.

La explicación de la variación de la frecuencia en relación a la tabla 20: si ha desarrollado algún proyecto de negocio, y la tabla 31: área en la que desearía emprender, se justifica al presentar la varianza con el 0,451 en relación a la media 2,01, que denota una baja dispersión de los datos y por ende una baja variación, en este contexto es prudente afirmar que la varianza esta cerca a cero y que se considera que los datos son homogéneos y que presentan una alta similitud. Lo que hace que no sea igual a cero es por el valor presentando en el área de servicios con 130, que provoca una leve variación.

## SUBAREA

Tabla 32: Subárea con mayor aceptación para emprender

Media	10,33			
Mediana	8,00			
Varianza	50,273			
Mínimo	1			
Máximo	26			
Suma	2438			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BODEGAS	14	5,9	5,9	5,9
TIENDAS	14	5,9	5,9	11,9
SUPERMERCADOS	15	6,4	6,4	18,2
IMPORTACIÓN/EXPORTACIÓN	9	3,8	3,8	22,0
TRANSPORTE	9	3,8	3,8	25,8
COMUNICACIÓN	16	6,8	6,8	32,6
FINANZAS	26	11,0	11,0	43,6
TURISMO	16	6,8	6,8	50,4
HOTELERIA	13	5,5	5,5	55,9
ENTRETENIMIENTO	17	7,2	7,2	63,1
ESPECTÁCULOS	10	4,2	4,2	67,4
SALUD	4	1,7	1,7	69,1
EDUCACIÓN	7	3,0	3,0	72,0
ALIMENTACIÓN	11	4,7	4,7	76,7
TEXTIL	5	2,1	2,1	78,8
TELECOMUNICACIONES	6	2,5	2,5	81,4
MADERERA	3	1,3	1,3	82,6
AUTOMOTRIZ	9	3,8	3,8	86,4
CONSTRUCCIÓN	9	3,8	3,8	90,3
ALIMENTOS	1	,4	,4	90,7
MANUFACTURERA	5	2,1	2,1	92,8
PLÁSTICOS	4	1,7	1,7	94,5
AGROPECUARIA	2	,8	,8	95,3
RECICLAJE	11	4,7	4,7	100,0
Total	236	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet. (SPSS)

## **Análisis e interpretación**

Dentro de la subárea con mayor inclinación para poder emprender sobresale la prestación de servicios Financieros con un valor porcentual equivalente a 11,02%, dicho resultado corresponde básicamente por el hecho de que los servicios financieros están alineados con el cambio de la matriz productiva, dicha inclusión financiera proporciona una mejor cobertura y condiciones para poder financiar actividades y a través de esto dinamizar la economía.

Dentro de este contexto la aceptación de esta subárea como una de las mejores para poder empezar un negocio, cabe mencionar que dentro de ella se pueden aplicar con mayor facilidad los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias de la UPS, debido a la estrecha relación que tiene con las materias dictadas y la metodología de la universidad, y de esta manera poder establecer un mejor control sobre el giro del negocio, dándoles así la ventaja de poder utilizar eficientemente los recursos, minimizar costos y sacar el máximo rendimiento a su iniciativa empresarial.

Así mismo podemos mencionar que dentro del área industrial la subárea con mayor inclinación dentro de la cual se podría dar paso a la ejecución de emprendimientos, corresponde a las actividades de Reciclaje, se puede justificar dicha decisión por el auge y la popularidad que ha tomado en la actualidad el tema de reciclar, además de la contribución con la responsabilidad social y los rendimientos que esta subárea garantiza a sus inversores. También se puede decir que la conciencia acerca del reciclaje juega un rol importante en esta elección, a consecuencia de que se ha generalizado la percepción de que una empresa en cuyas actividades presenten cuidados hacia el medio ambiente, tendrán una mayor ventaja en relación a sus competidores en el contexto de incremento de sus ventas, mayor participación en el mercado y proyecciones de crecimiento garantizadas.

Y por último en el área comercial, sobresale la subárea de supermercados como una de las favoritas para poder ejecutarla como emprendimiento, la justificación más evidente para dicha elección sería, porque la situación actual de la economía que se vive favorece la creación de este tipo de emprendimiento, como resultado de que se está atravesando por un estado de estabilidad económica, política y social, inflación moderada, bajas tasa de desempleo y proyecciones de crecimiento alentadoras, que

ha hecho que se incremente el poder adquisitivo de las familias y con este el consumo de bienes y servicios.

**Pregunta 10: ¿Cuál cree usted que son los principales impedimentos al momento de decidirse para generar un negocio? (Pregunta de opción múltiple)**

**Objetivo**

Conocer los principales problemas que se deben atravesar al momento de resolver iniciar una iniciativa empresarial, a fin de establecer si estos son de índole económico, psicológico, inexperiencia, o por seguridad laboral.

Tabla 33: Principales impedimentos para generar un negocio

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
\$IMPEDIMENTOS_DE L_EMPRENDIMIENTO <sup>a</sup>	300	100,0%	0	0,0%	300	100,0%
			Respuestas		Porcentaje de casos	
			Nº	Porcentaje		
IMPEDIMENTOS DEL Emprendimient <sup>o</sup>	NO_CONTABA_CON_DINE RO_SUFICIENTE		116	22,4%	38,7%	
	SE_ENCONTRABA_TRABAJ ANDO_Y_NO_ESTABA_DIS PUESTO_DEJAR_TRABAJO		60	11,6%	20,0%	
	TEMOR_O_MIEDO_AL_FRA CASO		54	10,4%	18,0%	
	AVERSIÓN_AL_RIESGO		55	10,6%	18,3%	
	INSEGURIDAD_POR_FALT A_DE_PREPARACIÓN		42	8,1%	14,0%	
	FALTA_DE_EXPERIENCIA_ EN_NEGOCIOS		70	13,5%	23,3%	
	NO_SE_ENCONTRABA_SUF ICIENTEMENTE_MOTIVAD O		27	5,2%	9,0%	
	NO_DISPONIA_DE_TIEMPO _SUFICIENTE		56	10,8%	18,7%	

	DESCONOCIMIENTO_DE_OPORTUNIDADES_DE_NEGOCIO	39	7,5%	13,0%
Total		519	100,0%	173,0%

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuite. (SPSS)

### **Análisis e interpretación**

Identificando los principales impedimentos para generar un negocio, los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas encuestados, perciben como el principal obstáculo el aspectos de índole económico con el 22,35%, se puede confirmar que el hecho de no contar con dinero suficiente es la mayor causa que limita la actividad emprendedora, esta decisión se puede justificar con el difícil acceso a las fuentes de financiamiento que se presenta en la economía, así como las altas tasas de interés, y la estricta documentación que se debe presentar, que dificultan la iniciación del negocio y en caso de usar financiamiento alternativo se puede decir que los montos son pequeños y no otorgan la capacidad suficiente para que la inversión inicial del negocio sea lo suficientemente fuerte como para poder sobrellevar cualquier situación o adversidad como la competencia, aspectos tributarios entre otros.

Mientras tanto otro de los principales impedimentos para la ejecución de un negocio con el 13.49%, está ligado a aspectos de inexperiencia. En este contexto se puede mencionar que la falta de experiencia de negocios es otra causal de por qué no llevar a cabo un emprendimiento, debido a que el desconocimiento del manejo, estructura, gestión y funcionamiento de un negocio, provoca inseguridad y hace que se desista de llevar a cabo su iniciativa.

Así mismo se puede visualizar que con un porcentaje equivalente a 11,56%, se presentan aspectos relacionados a la seguridad laboral y específicamente como son el hecho de estar trabajando y no estar dispuesto a renunciar, la razón para dicha elección es la seguridad que le proporciona laborar en una empresa ya constituida, por los beneficios, remuneración y demás derechos laborales que esta le otorga.

También es importante mencionar que los aspectos de orden psicológico presentan un porcentaje representativo dentro de los resultados arrojados con el 10,60%, la

aversión al riesgo o miedo al fracaso, influyen significativamente en las decisiones de emprender. Se considera el hecho del miedo a perder la inversión que se realice o que la idea de negocio no sea lo suficientemente rentable como para ponerla en práctica.

**Pregunta 11: En cuanto a las siguientes formas de aprendizaje que usted recibió en las clases de la UPS, ¿Cuáles considera que son Muy efectiva; Efectiva; Nada efectiva; para el desarrollo de habilidades emprendedoras? Señale con una X**

### Objetivo

Determinar la influencia de la enseñanza impartida en la UPS a los egresados y graduados, dentro de la formación y creación de emprendedores, a fin de poder establecer cuál de las metodologías impartidas serviría como herramienta indispensable para aumentar la creación de emprendimientos.

### Clases teóricas

Tabla 34: Formas de aprendizaje – clases teóricas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
EFFECTIVA	197	65,7	65,7	65,7
MUY EFFECTIVA	57	19,0	19,0	84,7
NADA EFFECTIVA	46	15,3	15,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuite. (SPSS)

### Análisis e interpretación

Considerando los resultados analizados, podemos observar que la mayoría de egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, consideran a las clases teóricas como efectivas dentro del proceso de garantizar el desarrollo de habilidades emprendedoras, en este sentido se puede considerar que el recibir clases teóricas, ayudan de cierta manera para que los egresados y graduados presenten la posibilidad de convertirse en emprendedores.

En este sentido se puede considerar que las materias dictadas en las clases de la UPS, que presentan cierta relación con el emprendimiento o con temas que necesariamente

son elementales dentro de la gestión de un negocio, influyen en esta decisión, ya que de cierto modo, incentivan o le otorgan al estudiante los conocimientos básicos para que estos puedan desarrollar alguna idea empresarial.

### **Ejercicios prácticos**

Tabla 35: Formas de aprendizaje – Ejercicios prácticos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
EFFECTIVA	148	49,3	49,3	49,3
MUY EFFECTIVA	143	47,7	47,7	97,0
NADA EFFECTIVA	9	3,0	3,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet. (SPSS)

### **Análisis e interpretación**

La información obtenida muestra como resultado que el 49% de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, consideran efectivas el desarrollo de ejercicios prácticos, así mismo el 48% consideran este elemento como muy efectivo y con tan solo el 3% opinan que los ejercicios prácticos no son nada efectivos dentro del desarrollo de habilidades emprendedoras.

Ante esta percepción se puede decir que la metodología en temas de desarrollo de ejercicios prácticos, al igual que las clases teóricas promueven un espíritu emprendedor en los estudiantes, debido a que con la ejecución de esta técnicas se puede poner a prueba la capacidad de los estudiantes para poder analizar, desarrollar y resolver ejercicios que requieran un involucramiento y aplicación de habilidades, destrezas, conocimientos identificar, alternativas y poder escoger la que mejor se acople a la situación. Es decir les ayudaría a resolver problemas de una manera más eficiente en caso de que ejecuten algún emprendimiento.

Se puede establecer que varía en importancia de las clases teórica en el contexto de que también existe un alto porcentaje que eligió este método como muy efectivo, dando a entender que se considera como una de las herramientas útiles para que el

estudiante pueda aprender a tener visión de negocio y desarrollar sus aptitudes y destrezas como empresario.

### **Estudio de casos**

Tabla 36: Formas de aprendizaje – Estudio de casos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
EFFECTIVA	163	54,3	54,3	54,3
MUY EFFECTIVA	127	42,3	42,3	96,7
NADA EFFECTIVA	10	3,3	3,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuite. (SPSS)

### **Análisis e interpretación**

El estudio de casos, como una metodología recibida por los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, es percibida como efectiva dentro del proceso de desarrollar habilidades emprendedoras y que sirve como una herramienta útil para poder ejecutar y desarrollar una iniciativa de negocio.

La justificación para esta elección es que al desarrollar o practicar estudios de caso, el estudian puede desarrollar habilidades que le permitan relacionar lo teórico con la vida real, y de esta manera establecer un vínculo en la manera de cómo actuaría en el caso de estudio para poder establecer ya sea estrategias, soluciones, planes, u objetivos para poder estructurar una respuesta clara y acertada.

Ante esta realidad se puede decir que es una herramienta útil para promover una mejor interacción de la vida real en las clases universitarias y de esta manera el estudiante busque alterativas que le permitan desenvolverse ante determinada situación que se le presente.

## Diseño de proyectos

Tabla 37: Formas de aprendizaje – Diseño de proyectos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
EFFECTIVA	125	41,7	41,7	41,7
MUY EFFECTIVA	167	55,7	55,7	97,3
NADA EFFECTIVA	8	2,7	2,7	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet. (SPSS)

### Análisis e interpretación

Las diversas metodologías impartidas en la Universidad Salesiana presentan su respectivo grado de importancia, sin embargo la que es considerada como muy efectiva o muy importante, dentro de la percepción de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas encuestados, es el Diseño de Proyectos con una notable mayoría equivalente al 56%.

Se considera que la razón principal de esta elección es la relación directa que existe con la estructuración de un emprendimiento, debió a que dentro de esta técnica, el estudiante puede plasmar su idea de negocio e ir desarrollándola, acorde a las enseñanzas impartida por sus profesores.

En este sentido esta metodología es indispensable para que el egresado o graduado tenga los conocimientos necesarios para poder ejecutar un emprendimiento y de esta manera poder fomentar el desarrollo de las habilidades emprendedoras. Así como conocer de cierta manera el funcionamiento de los negocios y ampliar su visión acerca de cómo gestionar administrativa, financiera y económicamente una empresa.

**Pregunta 12: ¿Cuál cree usted que son los 3 factores más importantes que influyen en el éxito de un emprendimiento? Señale con una X. (Pregunta de opción múltiple)**

### Objetivo

Identificar cuáles de los atributos del emprendedor, son inherentes en el éxito de un emprendimiento en cualquiera de sus etapas de desarrollo, a fin de visualizar la forma en que contribuyen en el fortalecimiento de la capacidad emprendedora, de los egresados y graduados.

Tabla 38: Factores que influyen en el éxito de un emprendimiento

\$Factores_emprendim iento <sup>a</sup>	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
	300	100,0%	0	0,0%	300	100,0%
			Respuestas		Porcentaje de casos	
			Nº	Porcentaje		
Factores influyen en el emprendimiento	LIDERAZGO		122	13,6%	40,7%	
	OPORTUNIDADES DE MERCADO		97	10,8%	32,3%	
	ENTORNO FINANCIERO FAVORABLE		86	9,6%	28,7%	
	CREATIVIDAD E INNOVACIÓN		139	15,4%	46,3%	
	SABER NEGOCIAR		81	9,0%	27,0%	
	CAPACIDAD DE ASUMIR RIESGOS		64	7,1%	21,3%	
	TOMAR DECISIONES		90	10,0%	30,0%	
	PERSEVERACIA		65	7,2%	21,7%	
	VISIÓN DE NEGOCIOS		104	11,6%	34,7%	
	RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS		52	5,8%	17,3%	
	Total			900	100,0%	300,0%

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

## **Análisis e interpretación**

Los principales factores que los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas consideran que influyen en el éxito de un emprendimiento son la creatividad e innovación que desarrolle un emprendedor, con un valor porcentual equivalente a 15,44%. Considerándose que la importancia de dicho elemento radica fundamentalmente en que otorga la capacidad de poder conocer, desarrollar y aplicar nuevas ideas o decisiones en cualquier área de un negocio, que permitan mejorar sus procesos y actividad, a fin de poder subsistir, mantenerse en el mercado, y poder cumplir proyecciones de crecimiento. Otra razón sería que a través de la creatividad e innovación se hace frente a los problemas de orden político, económico o social y considerando las constantes situaciones de crisis que se ha presentado, los constantes cambios políticos y el crecimiento de problemas de orden social, es acertado que se elija dicho elemento por los beneficios y ventajas que otorga a un emprendedor y la necesidad de saber adaptarse a los constantes cambios que se experimentan. Un negocio con un bajo nivel de creatividad e innovación no podrá subsistir y tenderá al fracaso en el largo plazo.

En contraste con esta situación otro factor muy importante, para el éxito de un emprendimiento es el liderazgo con el 13,56%. La justificación más acertada para esta elección es la importancia que representa para los negocio el personal que dispone, en este sentido con aplicación de un buen liderazgo, se los puede orientar y direccionar eficientemente, para que faciliten el cumplimiento de los objetivos comunes del negocio, logrando de esta manera alcanzar el éxito, enfrentar problemas con asertividad y poder estar en constate evolución.

Y el tercer elemento considerado más relevante es la visión de negocio con un valor porcentual de 11,56%, la razón más sobresaliente dentro de este elemento es que permite al emprendedor visualizar que negocio desea iniciar y la manera de cómo este funcionará, permite tener claros los objetivos y metas que se deben cumplir y en que se debe transformar, además de los problemas y situación complejas que deberá atravesar, las estrategias o alianzas que deberá establecer a fin de poder mantenerse y crecer en el mercado.

**Pregunta 13: ¿Desarrolla algún tipo de responsabilidad social, dentro de su situación actual ya sea como trabajador dependiente o trabajador independiente?**

**Objetivo**

Conocer si los egresados y graduados están contribuyendo con la responsabilidad social, que se menciona en la misión de la universidad, dentro de las actividades que realizan diariamente, a fin de establecer la participación que estos tienen dentro de la solución a la problemática social que existe.

Tabla 39: Desarrolla de responsabilidad social

Media	1,90			
Mediana	2,00			
Varianza	,090			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SÍ	30	10,0	10,0	10,0
Válidos NO	270	90,0	90,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizúete. (SPSS)

**Análisis e interpretación**

En los resultados obtenidos es claro identificar que la mayoría de los egresados y graduados encuestados, no realizan ningún tipo de responsabilidad social, con un valor porcentual equivalente al 90%, y la minoría que corresponde al 10% si realiza algún tipo de responsabilidad social.

Con los resultados antes expuestos se puede establecer que casi en su totalidad los egresados y graduados no están contribuyendo o participando activamente en la responsabilidad social, que se menciona en la misión de la universidad, y no están siendo participes en la problemática económica, social y política que presenta el país. No están contribuyendo con alguno de los aspectos que involucra el compromiso social, que necesariamente requiere una solución o aportación desinteresada y activa.

La presencia de este fenómeno se da principalmente por la poca vinculación que los egresados y graduados tienen con la misión de la Universidad, es decir no están aplicando totalmente lo que en ella contiene, y se está dando poca importancia al ámbito social, en donde prime más el bienestar colectivo al común, además de la rápida inserción laboral que hace que dediquen la totalidad de su tiempo a una sola actividad, y por la poca voluntad para crear conciencia de brindar y servir de ayuda a los demás. Se puede visualizar que los egresados y graduados prestan poca atención a las ventajas de ser partícipes en la responsabilidad social, debido a la cadena de valor que esto conlleva y por los beneficios que ofrece, ya sea de manera directa o indirecta. Se están enfocando poco en los elementos expuestos en la misión y de los cuales deben de ser pioneros en su cumplimiento.

En conclusión existe un bajo compromiso de convertirse en actores sociales, que respondan con decisión a la obligación de devolver a la sociedad lo que ella les entrega.

**Pregunta 13.1 Si su respuesta es afirmativa, en cuál de los siguientes elementos se ha enfocado la responsabilidad social (Mencione 2)**

**Objetivo**

Conocer de los egresados y graduados que si realizan algún tipo de responsabilidad social, a que ámbito le prestan mayor atención, a fin de establecer los beneficios que dicho sector representa para el mejoramiento de la sociedad en general.

Tabla 40: Elementos en los que se enfoca la responsabilidad social

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
\$RESPONSABILIDAD_SOCIAL <sup>a</sup>	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%
	Respuestas				Porcentaje de casos	
	Nº		Porcentaje			
\$RESPONSABILIDAD_ ECONOMÍA			5	10,6%	16,7%	
\$RESPONSABILIDAD_ AMBIENTE			12	25,5%	40,0%	

SOCIAL <sup>a</sup>	CLIENTES	7	14,9%	23,3%
	SOCIEDAD	5	10,6%	16,7%
	EMPLEADOS	16	34,0%	53,3%
	PROVEEDORES	2	4,3%	6,7%
Total		47	100,0%	156,7%

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuite. (SPSS)

### **Análisis e interpretación**

El 34% de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, tienen un mayor compromiso o responsabilidad social con sus empleados, considerando esta situación con el hecho de que trabajan desde la perspectiva humana, prestando la debida atención a sus colaboradores, respetando sus derechos humanos y laborales, buscando su bienestar y que a través de las actividades que realizan puedan mejorar su calidad de vida y de esta manera crecer profesional y personalmente. En este sentido se está priorizando el bien común con las personas que interactúa en su área de trabajo. Además por el hecho de contar con un equipo de trabajo motivado, que generara mejores resultados y facilitará la consecución de los objetivos del negocio ya sea esta una empresa grande o un emprendimiento llevado a cabo.

Del mismo modo con un valor porcentual representativo equivalente a 26% presentan responsabilidad con el ambiente, los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, presentan interés por la conservación del medio en el cual se desenvuelven, logrando de esta manera colaborar con la conservación de los recursos que disponen, y contribuir de cierto modo con la reparación ambiental ocasionada, ya sea por iniciativa personal o por la situación laboral en la que se encuentra, mejorando así las condiciones del ecosistema y fomentando una mejor calidad de vida.

**Pregunta 14: ¿Considerando su actual ocupación, ha podido dar empleo a terceras personas?**

**Objetivo**

Identificar el porcentaje de egresados y graduados que en sus capacidades profesionales están generando empleo para terceras personas, a fin de tener conocimiento acerca de la contribución que presentan en la disminución del desempleo en el cantón Quito.

Tabla 41: Empleo a terceras personas

Media	1,90				
Mediana	2,00				
Varianza	,164				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SÍ	41	13,7	13,7	13,7
	NO	248	82,7	82,7	96,3
	NO TIENE EMPLEO	11	3,7	3,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

**Análisis e interpretación**

Del análisis llevado a cabo respecto a si los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas han podido dar empleo a terceras persona considerando su actual situación laboral, se puede evidencia que el 83% no lo han podido hacer, es decir no han podido ser generadores de fuentes de empleo, mientras que el 14% si ha podido dar empleo y 4% no tiene empleo.

Se considera que esta situación se da principalmente porque como se mencionó en análisis previos que los egresados y graduados se están insertando en el ámbito laboral, una vez terminadas sus estudios y no están ejerciendo cargos con un nivel de jerarquía que les dé la opción o la apertura de contratar personal para que ingrese a la empresa en donde actualmente laboran. Así mismo se puede considerar la opción de que no se encuentran en los puestos acordes a su carrera, lo que ocasiona que no

se dé un esfuerzo por ascender, si no se da paso a la inestabilidad laboral, en busca de un trabajo con mejores oportunidades y que les guste, abriendo paso a que la opción de emplear sea desechada. O en el caso de que emprendieron no son negocios con una capacidad lo suficientemente grande como para contratar personal y de esta manera convertirse en generadores de fuentes de empleo.

Los egresados y graduados en su mayoría están siendo empleados más no empleadores, y aun no tienen las posibilidades de poder acceder a un cargo dentro del cual puedan emplear personal, bajo su responsabilidad y contribuir el ámbito social a disminuir el desempleo.

Consecuentemente están aquellos que si han podido dar empleo a terceras personas, las razones de esto pueden deberse básicamente a que por una u otra razón emprendieron y su negocio tiene la capacidad para generar fuentes de empleo, o se encuentran en cargos jerárquicos con la posibilidad de contratar personal.

**Pregunta 15: ¿Conoce la misión de la Universidad Politécnica Salesiana?**

**Objetivo**

Determinar cuan involucrados e identificados se encuentran los egresados y graduados con la misión de la Universidad, a fin de evaluar su compromiso en el cumplimiento de la misma y su percepción en cuanto a la imagen corporativa que esta transmite.

Tabla 42: Conoce la misión de la Universidad

Media	1,46			
Mediana	1,00			
Varianza	,249			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SÍ	161	53,7	53,7	53,7
NO	139	46,3	46,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizúete. (SPSS)

## **Análisis e interpretación**

Los resultados arrojados por las encuestas, reflejan que el 54% de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas si conocen la misión de la Universidad, dando a entender que este grupo es consciente del tipo de profesional que la Universidad quiere formar y del vínculo que estos deben tener con el entorno, en aspectos políticos, económicos y sociales, con la visión de convertirse en actores de cambio, que sus esfuerzos se enfoquen hacia los más pobres y que presenten una visión crítica de la realidad, en donde puedan desarrollar actividades que prioricen el bienestar colectivo al individual.

En este sentido, se podría decir que saben lo que la Universidad espera de ellos y que los esfuerzos que la institución realice, se enfocarán para lograr dicho cometido. Dicho de otra manera saben lo que deben hacer y cómo hacerlo, porque en las aulas universitarias lo aprendieron y que está en su decisión poner en práctica los elementos que en ella se mencionan, logrando ser actores activos en la problemática social que pone especial énfasis la misión.

Mientras que 46% no conoce la misión de la universidad que en términos porcentuales representa un valor relevante, para determinar que no existe una estrecha vinculación de un alto grupo de egresados y graduados de la carrera de administración de empresas y la misión de la universidad, es decir no sabe qué tipo de profesionales la Universidad está formando.

En este contexto no podrán identificarse en su totalidad con la actividad educativa que realiza la Universidad, porque no saben hacia donde se están dirigiendo y como la Universidad está trabajando para convertirlos en lo que aspira. Y este grupo no va a poder ser partícipes en los elementos que en la misión se mencionan, por su desconocimiento.

**Pregunta 16: ¿Cree usted que se fomenta la cultura de emprendimiento dentro de la Universidad Politécnica Salesiana?**

**Objetivo**

Conocer la percepción de los egresados y graduados en relación a su formación académica en contraste con el emprendimiento a fin de identificar si se está dando impulso para aprovechar oportunidades y generar beneficio personal, de la sociedad, y de la economía.

Tabla 43: Fomento de la cultura de emprendimiento en la UPS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
BASTANTE	22	7,3	7,3	7,3
MUY POCO	138	46,0	46,0	53,3
POCO	140	46,7	46,7	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

**Análisis e interpretación**

En lo concerniente a la cultura de emprendimiento, se puede manifestar que la mayoría de los egresados y graduados consideran que se fomenta poca y muy poca una cultura de emprendimiento en la Universidad Salesiana con valores porcentuales equivalentes a 47% y 46% respectivamente. Una minoría considera que en la Universidad se fomenta bastante la cultura de emprendimiento con un valor porcentual equivalente a 7%, y ninguno de los encuestados ha contestado que en la universidad no se fomenta nada la cultura de emprendimiento.

En este sentido podemos decir que dentro de la Universidad Politécnica Salesiana, el tema de emprendimiento toma una reducida importancia dentro de la formación académica del estudiante. Es decir los esfuerzos de la universidad en relación a generar profesionales con visión de negocio, están impactando medianamente, se presenta un poco enfoque en guiar a los jóvenes al aprovechamiento de oportunidades de negocios, para que estos puedan ser parte de la solución de la

problemática económica y social del país. En consecuencia un reducido número egresados y graduados salen con la idea y sobre todo con la voluntad de convertirse en creadores de sus propios negocios, más bien como ya se pudo comprobar en la pregunta de ocupación, la mayoría de los egresados y graduados optan por insertarse en el ambiente laboral de forma dependiente.

En contraste con dicha aseveración, se puede considerar que a los egresados y graduados aun es necesario que se les proporcionen más recursos y herramientas para convertirse en emprendedores, la Universidad necesita enfocarlos en un mayor nivel, a tener la visión de que con el emprendimiento pueden tener gran éxito a nivel personal y profesional; ellos deben asumir y responder comprometidamente a las exigencias del entorno.

**Pregunta 17: El desarrollo de su tesis o trabajo de grado tiene o tuvo relación con el emprendimiento.**

**Objetivo**

Conocer el porcentaje egresados o graduados en cuyos trabajos de grado involucran al emprendimiento, a fin de establecer si en la universidad, los jóvenes egresados y graduados han tomado la iniciativa de plasmar su idea en un proyecto, para así dar paso a la posibilidad de convertirse en emprendedores.

Tabla 44: Relación del trabajo de grado con el emprendimiento

Media	1,67			
Mediana	2,00			
Varianza	,241			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SÍ	101	33,7	33,7	33,7
NO	196	65,3	65,3	99,0
NO TIENE TEMA ASIGNADO	3	1,0	1,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizueté. (SPSS)

## **Análisis e interpretación**

Dentro del análisis concerniente a si el trabajo de grado tuvo o tiene relación con el emprendimiento se puede establecer que la gran mayoría de los egresados y graduados encuestados, no han hecho estudios para realizar una iniciativa empresarial en sus trabajos de grado con un valor porcentual equivalente a 65,33% y muy por debajo se encuentran los que si tienen relación con el emprendimiento con un valor porcentual equivalente a 33,67%.

En este contexto se entiende que la realización de la mayoría de los trabajos de grado se están enfocando a temas que no tiene ninguna relación con el emprendimiento, y que pueden concebir análisis, estudios, entre otros. Esta situación se puede sustentar con el análisis de la pregunta concerniente al fomento de la cultura de emprendimiento en la UPS, que se considera poca, en contraste a esta realidad, sería normal que los trabajos de grado no se estén enfocando en temas empresariales, por el bajo estímulo en temas de creación de negocios propios que se da a los estudiantes de la UPS.

Los egresados y graduados presentan una baja iniciativa para convertirse en emprendedores, se están enfocando en niveles poco significativos en plasmar sus ideas de negocios en sus trabajos de grado, dentro del cual les puede servir como una herramienta útil, a fin de ir estructurando su futuro negocios de una manera correcta y sistemática, en donde puedan aplicar los conocimientos adquirido a través de los años de estudio, y que les sirva para su realización como profesionales de calidad, empezando de esta manera a desarrollar sus habilidades emprendedoras y empiecen a forjar un visión de negocio.

**Pregunta 18: ¿Cuál cree usted que son los 3 elementos más importantes que se deben conocer, dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial? Señale con una X. (Pregunta de opción Múltiple)**

**Objetivo**

Conocer la importancia de los aspectos académicos que los egresados y graduados consideran útiles y necesarios dentro de un emprendimiento, a fin de establecer en cuál de estos, se debe proporcionar una mayor participación de la enseñanza universitaria.

Tabla 45: Elementos importantes dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje	Nº	Porcentaje
\$Elementos_del_emprendimiento <sup>a</sup>	300	100,0%	0	0,0%	300	100,0%
		Respuestas		Porcentaje de casos		
		Nº	Porcentaje			
Elementos del emprendimiento	Diseño de plan de negocios	163	18,1%	54,3%		
	Finanzas/ Gestión Financiera	157	17,4%	52,3%		
	Planificación estratégica	106	11,8%	35,3%		
	Planificación de operaciones	64	7,1%	21,3%		
	Motivación	61	6,8%	20,3%		
	Marketing	91	10,1%	30,3%		
	Gestión administrativa	94	10,4%	31,3%		
	Gestión de recursos	59	6,6%	19,7%		
	Planificación organizacional	73	8,1%	24,3%		
	Sostenibilidad	32	3,6%	10,7%		
Total	900	100,0%	300,0%			

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuete. (SPSS)

## **Análisis e interpretación**

Del total de egresados y graduados encuestados, consideran como los elementos más importantes dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial: el Diseño de Plan de negocios con un valor porcentual equivalente a 18,11%, seguido por las Finanzas o Gestión Financiera con el 17,44%, y la Planificación Estratégica 11,78%.

Ante esta realidad se sobreentiende que dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial es necesario que los egresados y graduados conozcan de una manera amplia acerca del Diseño del Plan de negocio, como elemento más importante para ejecutar un negocio, en este contexto es fundamental que los egresados y graduados conozcan muy bien la forma correcta de su elaboración, que les sirvan para poder estructurar su negocio de una manera eficiente y exitosa. Además con dicha herramienta sabrán hacia donde se enfocan y la manera de cómo llegar a donde quieren, y los beneficios que obtendrán al ejecutarse dicha idea. El diseño del plan de negocio debe considerarse un elemento esencial dentro de la enseñanza universitaria y poner especial énfasis en el aprendizaje por parte de los estudiantes.

Otro de los elementos considerados importantes es la gestión financiera, la justificación más acertada para esta elección es que dentro de este elemento se considera básicamente todo lo concerniente a la asignación de recursos monetarios, inversiones que se realicen, el correcto manejo de recursos que ingresan y salen, es decir deben de saber cómo financiarse y la manera de distribuir eficientemente los recursos económicos que dispongan, a fin de poder proporcionarle liquidez al negocio y que este pueda seguir funcionando con normalidad.

El siguiente elemento considerado importante dentro de las encuestas aplicadas es la planificación estratégica, la razón para justificar esta decisión es que dentro de este elemento, se prioriza la importancia de saber cómo desarrollar, estructurar y aplicar estrategias de una manera planificada, ya que con este medio los egresados y graduados podrán trazar un camino desde donde se encuentran hasta donde quisieran llegar, distribuyendo eficientemente los recursos disponibles, y así poder lograr el éxito dentro de su negocio.

## 5.2 Análisis de tablas de contingencia

Tabla 46: Ha ejecutado algún proyecto de negocio \* Considerando su ocupación ha podido dar empleo a terceras personas.

			CONSIDERANDO SU OCUPACION HA PODIDO DAR EMPLEO A TERCERAS PERSONAS			Total
			SÍ	NO	NO TIENE EMPLEO	
HA EJECUTADO ALGUN PROYECTO DE NEGOCIO	SÍ	Recuento	26	16	0	42
		% del total	8,7%	5,3%	0,0%	14,0%
	NO	Recuento	15	232	11	258
		% del total	5,0%	77,3%	3,7%	86,0%
Total		Recuento	41	248	11	300
		% del total	13,7%	82,7%	3,7%	100,0%

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizúete. (SPSS)

### Análisis e interpretación

Considerando el tema de si los egresados y graduados están siendo empleados o empleadores, se puede visualizar que 77,3% de aquellos que no han emprendido, tampoco han podido emplear a terceras personas. En este sentido se puede considerar que la formación Universitaria de la UPS, aun carece de mecanismos eficientes para forjar profesionales con visión de ser generadores de trabajo, mas no empleados, como una alternativa de afrontar la problemática social que se evidencia en ciertos sectores de la economía.

Tabla 47: Principales impedimentos para generar negocio \* Ha ejecutado algún proyecto de negocio

			HA EJECUTADO ALGUN PROYECTO DE NEGOCIO		Total
			SÍ	NO	
PRICIPALES IMPEDIMENTOS PARA GENERAR	NO CONTABA CON DINERO SUFICIENTE	Recuento	6	85	91
		% del total	2,0%	28,3%	30,3%
	SE ENCONTRABA	Recuento	1	31	32

NEGOCIO	TRABAJANDO Y NO ESTABA DISPUESTO A DEJAR SU TRABAJO	% del total	0,3%	10,3%	10,7%
	TEMOR O MIEDO AL FRACASO	Recuento	5	23	28
		% del total	1,7%	7,7%	9,3%
	AVERSIÓN AL RIESGO	Recuento	7	27	34
		% del total	2,3%	9,0%	11,3%
	INSEGURIDAD POR FALTA DE PREPARACIÓN	Recuento	4	14	18
		% del total	1,3%	4,7%	6,0%
	FALTA DE EXPERIENCIA EN NEGOCIOS	Recuento	9	34	43
		% del total	3,0%	11,3%	14,3%
	NO SE ENCONTRABA SUFICIENTEMENTE MOTIVADO	Recuento	2	8	10
		% del total	0,7%	2,7%	3,3%
	NO DISPONIA DE TIEMPO SUFICIENTE	Recuento	2	24	26
		% del total	0,7%	8,0%	8,7%
	DESCONOCIMIENTO DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO	Recuento	6	12	18
		% del total	2,0%	4,0%	6,0%
	Total	Recuento	42	258	300
% del total		14,0%	86,0%	100,0%	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet. (SPSS).

### **Análisis e interpretación**

De los 258 egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, que respondieron que nunca han realizado ningún tipo de emprendimiento, 85 escogieron la opción de que uno de los principales impedimentos para generar un emprendimiento es el hecho de no contar con dinero suficiente, es decir en este entorno el ámbito financiero es el principal obstáculo al cual deben enfrentarse para emprender.

Entendiéndose de esta manera que la aversión al riesgo no es considerada en su mayoría como uno de los principales impedimentos para generar un negocio, en este sentido sobresale el aspecto económico sobre el psicológico.

Tabla 48: Conoce misión de la Universidad \* Cree que se fomenta cultura de emprendimiento en la UPS

			CREE QUE SE FOMENTA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN LA UPS			Total
			BASTANTE	MUY POCO	POCO	
CONOCE MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD	SÍ	Recuento	20	63	78	161
		% del total	6,7%	21,0%	26,0%	53,7%
	NO	Recuento	4	73	62	139
		% del total	1,3%	24,3%	20,7%	46,3%
Total		Recuento	24	136	140	300
		% del total	8,0%	45,3%	46,7%	100,0%

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet. (SPSS)

### Análisis e interpretación

Del 53,3% de egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, que contestaron que si conocen la misión de la Universidad, el 26% consideran que se fomenta muy poco la cultura de emprendimiento en la aulas universitarias de la UPS.

Se puede establecer que dentro del pensum académico de la Universidad Salesiana el tema relacionado al emprendimiento esta tomando una moderada importancia, que necesariamente necesita ser impulsada a fin de generar mas y mejores emprendedores.

Tabla 49: Cree que se fomenta cultura de emprendimiento en la ups \* Su trabajo de grado tiene relación con el emprendimiento.

			SU TRABAJO DE GRADO TIENE RELACION CON EL EMPRENDIMIENTO			Total
			SÍ	NO	NO TIENE TEMA ASIGNADO	
CREE QUE SE FOMENTA CULTURA	BASTANTE	Recuento	12	12	0	24
		% del total	4,0%	4,0%	0,0%	8,0%

DE EMPRENDIMIENTO EN LA UPS	MUY	Recuento	38	97	1	136
		% del total	12,7%	32,3%	0,3%	45,3%
	POCO	Recuento	51	87	2	140
		% del total	17,0%	29,0%	0,7%	46,7%
Total	Recuento	101	196	3	300	
	% del total	33,7%	65,3%	1,0%	100,0%	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuite. (SPSS)

### Análisis e interpretación

Los resultados obtenidos del cruce de variables, indican que tanto 46,7% y 45,3% de los que consideran que se fomenta Poco y Muy Poco respectivamente, la cultura de emprendimiento en la UPS, el 29% y 32,3% no indican que su trabajo de grado no tiene relación con el tema de emprendimiento.

Se puede constatar que existe una relación directa entre estas dos variables, ya que como se analizó el hecho de que en la Universidad se fomenta poco la cultura de emprendimiento, los egresados y graduados se enfocan medianamente sus esfuerzos en plasmar su idea de negocio en sus tesis y dar el primer paso en la consecución de dicha iniciativa. Es decir la Universidad está inculcando de forma no muy eficiente en sus estudiantes una forma de pensar y actuar, lo suficientemente importante desde la perspectiva de convertirse en emprendedores.

Tabla 50: Cantidad de dinero invertida \* Fuentes de financiamiento utilizadas.

			FUENTES DE FINANCIAMIENTO UTILIZADAS				Total
			AHORROS PERSONAL ES	PRÉSTAM O FAMILIA R	INSTITUCION ES FINANCIERA S	OTRO S	
CANTIDAD DE DINERO INVERTIDA	MENOS DE \$4000	Recuento	6	6	3	0	15
		% del total	14,3%	14,3%	7,1%	0,0%	35,7%
	\$4001 - \$8000	Recuento	6	3	4	1	14
		% del total	14,3%	7,1%	9,5%	2,4%	33,3%
	\$8001 - \$12000	Recuento	2	2	1	1	6
		% del total	4,8%	4,8%	2,4%	2,4%	14,3%

	\$12001 Ó MAS	Recuento	2	2	2	1	7
		% del total	4,8%	4,8%	4,8%	2,4%	16,7%
Total		Recuento	16	13	10	3	42
		% del total	38,1%	31,0%	23,8%	7,1%	100,0%

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuite. (SPSS)

### Análisis e interpretación

Considerando como elemento principal, las fuentes de financiamiento, y analizando los resultados obtenidos se puede establecer que del 35%, de aquellos que egresados y graduados que emprendieron y que invirtieron en su negocio menos de \$4000, 14,3% ha elegido como las fuentes de financiamiento más utilizadas los ahorros personales y los préstamos de familiares.

Se puede establecer que el difícil acceso a fuentes de financiamiento tradicionales, conlleva a la elección de estas decisiones como alternativas rápidas y sin excesivos trámites burocráticos, para financiar su iniciativa empresarial, lo que permite justificar que son negocios con inversiones pequeñas y por ende su tamaño y actividad también se consideran de poco alcance.

Tabla 51: Desarrolla responsabilidad social como trabajador dependiente o independiente \* Conoce misión de la Universidad

			DESARROLLA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO TRABAJADOR DEPENDIENTE O INDEPENDIENTE		Total
			SÍ	NO	
CONOCE MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD	SÍ	Recuento	19	142	161
		% del total	6,3%	47,3%	53,7%
	NO	Recuento	11	128	139
		% del total	3,7%	42,7%	46,3%

Total	Recuento	30	270	300
	% del total	10,0%	90,0%	100,0%

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet. (SPSS)

### Análisis e interpretación

La combinación de las dos variables, nos arroja como resultado que del 53,7% de egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, que si conocen la misión de la Universidad, el 47,3% no desarrolla ningún tipo de responsabilidad social, así mismo solo el 6,3% si lo hace.

Entonces podemos establecer que aunque la mayoría de egresados y graduados conocen la misión de la universidad, saben lo que la Universidad Salesiana espera de ellos y hacia qué camino los direccionó, en este aspecto están participando de forma limitada en su cumplimiento.

Tabla 52: Elementos importantes dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial  
\* Situación académica egresados y graduados.

		SITUACIÓN ACADÉMICA EGRESADOS Y GRADUADOS		Total	
		EGRESADO	GRADUADO		
ELEMENTOS IMPORTANTES DENTRO DEL DESARROLLO DE UNA INICIATIVA EMPRESARIAL	DISEÑO DE PLAN DE NEGOCIOS	Recuento	25	46	71
		% del total	8,3%	15,3%	23,7%
	FINANZAS / GESTION FINANCIERA	Recuento	23	38	61
		% del total	7,7%	12,7%	20,3%
	PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA	Recuento	20	22	42
		% del total	6,7%	7,3%	14,0%
	PLANIFICACIÓN DE OPERACIONES	Recuento	7	8	15
		% del total	2,3%	2,7%	5,0%
	MOTIVACIÓN	Recuento	5	6	11
		% del total	1,7%	2,0%	3,7%
	MARKETING	Recuento	14	24	38
		% del total	4,7%	8,0%	12,7%
	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	Recuento	7	19	26
		% del total	2,3%	6,3%	8,7%

	GESTIÓN DE RECURSOS	Recuento	10	9	19
		% del total	3,3%	3,0%	6,3%
	PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL	Recuento	4	4	8
		% del total	1,3%	1,3%	2,7%
	SOSTENIBILIDAD	Recuento	4	5	9
		% del total	1,3%	1,7%	3,0%
Total	Recuento	119	181	300	
	% del total	39,7%	60,3%	100,0%	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizúete. (SPSS)

### **Análisis e interpretación**

Los resultados obtenidos de la combinación de las variables nos muestran como resultados que de los 71 egresados y graduados que escogieron como el elemento principal que se debe conocer dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial es el Diseño de plan de negocios, 41 de ellos son graduados.

El nivel de experiencia de los graduados podría influir en esta decisión, por el hecho de que por su situación académica pueden estar en cargos de trabajo o pudieron acceder mejores oportunidades, en donde les otorgue una perspectiva más amplia acerca del desarrollo y ejecución de un negocio propio.

Tabla 53: Cree que se fomenta cultura de emprendimiento en la ups \* Elementos importantes dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial \* Su trabajo de grado tiene relación con el emprendimiento

SU TRABAJO DE GRADO TIENE RELACION CON EL EMPRENDIMIENTO				ELEMENTOS IMPORTANTES DENTRO DEL DESARROLLO DE UNA INICIATIVA EMPRESARIAL										Total
				DISEÑO DE PLAN DE NEGOCIOS	FINANZAS / GESTION FINANCIERA	PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA	PLANIFICACIÓN DE OPERACIONES	MOTIVACIÓN	MARKETING	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	GESTIÓN DE RECURSOS	PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL	SOSTENIBILIDAD	
SÍ	CREE QUE SE FOMENTA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN LA UPS	BASTANTE	Recuento	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	5
			% del total	0,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%
	MUY POCO	Recuento	10	7	5	2	2	5	3	3	2	1	40	
		% del total	9,9%	6,9%	5,0%	2,0%	2,0%	5,0%	3,0%	3,0%	2,0%	1,0%	39,6%	
	POCO	Recuento	15	12	2	3	2	11	7	3	0	1	56	
		% del total	14,9%	11,9%	2,0%	3,0%	2,0%	10,9%	6,9%	3,0%	0,0%	1,0%	55,4%	
Total		Recuento	25	20	8	6	5	17	10	6	2	2	101	
		% del total	24,8%	19,8%	7,9%	5,9%	5,0%	16,8%	9,9%	5,9%	2,0%	2,0%	100,0%	
NO	CREE QUE SE FOMENTA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN LA UPS	BASTANTE	Recuento	2	3	4	2	0	1	1	2	0	1	16
			% del total	1,0%	1,5%	2,0%	1,0%	0,0%	0,5%	0,5%	1,0%	0,0%	0,5%	8,2%
	MUY POCO	Recuento	21	19	16	2	3	13	9	6	5	2	96	
		% del total	10,7%	9,7%	8,2%	1,0%	1,5%	6,6%	4,6%	3,1%	2,6%	1,0%	49,0%	
	POCO	Recuento	21	19	14	5	3	6	6	5	1	4	84	
		% del total	10,7%	9,7%	7,1%	2,6%	1,5%	3,1%	3,1%	2,6%	0,5%	2,0%	42,9%	
Total		Recuento	44	41	34	9	6	20	16	13	6	7	196	
		% del total	22,4%	20,9%	17,3%	4,6%	3,1%	10,2%	8,2%	6,6%	3,1%	3,6%	100,0%	
NO TIENE TEMA ASIGNADO	CREE QUE SE FOMENTA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN LA UPS	BASTANTE	Recuento	1					0					1
			% del total	33,3%					0,0%					33,3%
	MUY POCO	Recuento	1					1						2
		% del total	33,3%					33,3%						66,7%
	Total		Recuento	2					1					3
		% del total	66,7%					33,3%					100,0%	

Elaborado por: Danny Correa, Adriana Robalino, Freddy Vizuet. (SPSS)

## **Análisis e interpretación**

Tomando en consideración el cruce de las tres variables en cuestión, se puede establecer que del 55,4% de aquellos egresados y graduados que su trabajo de grado tiene relación con el emprendimiento y que además consideran que en el Universidad Politécnica Salesiana se fomenta Poco la cultura de emprendimiento, eligieron con valores correspondientes a 14,9%, 11,9% y 10,9% el diseño de plan de negocios, las finanzas/ gestión financiera y marketing respectivamente, como las los tres elementos más importantes dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial.

Considerando los resultados obtenidos, es importante destacar que la Universidad dentro de la malla curricular de la carrera de Administración de Empresas, debería priorizar dichos elementos mencionados anteriormente, como una estrategia para contribuir a la formación de cultura de emprendimiento en los estudiantes y que pueda incentivaros a un crear un negocio propio tomando como base inicial las ideas y experiencias aprendidas en las clases universitarias.

Así mismo planteando el 49% correspondiente a aquellos egresados y graduados que respondieron que su trabajo de grado no tiene relación con el emprendimiento y que consideran que dentro de la Universidad Politécnica Salesiana se fomenta muy poco la cultura de emprendimiento, consideran con valores equivalentes a 10,7%, 9,7% y 8,2% al Diseño de plan de negocio, Finanzas/ gestión financiera y Planificación estratégica respectivamente, como los tres elementos más importante dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial.

Dentro de este contexto es importante mencionar la relación existente dentro de los que afirman que su trabajo si tiene relación con el emprendimiento y los que afirman que no, en el sentido de que en ambos grupos sobresalen como elementos primordiales el diseño del plan de negocios y la finanzas/ gestión financiera, adicionándole la planificación estratégica, y que es fundamental que cada alumno conozca en su proceso de formación profesional a fin de poder facilitar el proceso de convertirse en emprendedor

Y si bien es cierto dentro de la malla curricular se imparten dichas materias es importante que se les dé una atención especial a fin de lograr incrementar la formación de emprendedores, con los conocimientos necesarios y útiles.

## CONCLUSIONES

### Generales

1. El presente estudio nos permitió conocer la situación del emprendimiento en la economía ecuatoriana y su evolución a través de cada periodo, así como identificar que fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas presenta. Además de su importancia en relación al desarrollo y crecimiento sostenido de la economía, y sus participación en el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad.
2. Son pocos los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas que han emprendido, sabiendo aprovechar oportunidades de negocios que les permiten mejorar su estatus social y contribuir con la sociedad, así también de este total que han emprendido, existe una cantidad considerable que han abandonado sus iniciativas de negocio.
3. A nivel general la formación en emprendimiento por parte de las Instituciones de educación superior esta tomado cada vez más fuerza. Existen programas en las Universidades que están abriendo paso a la generación de egresados y graduados emprendedores, dentro de los cuales se conviertan en profesionales gestores de sus propias ideas y se conviertan en empleadores.
4. Dentro de los atributos del emprendedor inherentes al éxito de una iniciativa empresarial, sobresalen la creatividad e innovación, le liderazgo y la visión de negocios, considerados los más útiles como herramienta indispensables para el buen funcionamiento de un negocio.

## **En base a las hipótesis**

### **1. Formación universitaria orientada hacia el profesional como empleado**

Como resultado de la investigación se pudo constatar que los encuestados están generando un reducido número de emprendimientos, sin embargo es importante mencionar que dentro de la Universidad existe un gran potencial emprendedor como se pudo constatar con la pregunta 8, debido a que la mayoría contestó que desearía formar un negocio propio y que la Universidad debe aprovechar, estimular e impulsar esa voluntad y deseo de sus alumnos a través de mecanismos eficientes. Aunque en la actualidad la mayoría de los egresados y graduados encuestados se han vinculado en el sector laboral con relación de dependencia una vez terminados sus estudios universitarios, aun no se encuentran en cargos que les permita dar empleo a terceras personas y de esta manera convertirse en empleadores, considerando su situación de empleado. La minoría que ha logrado emprender ha logrado convertirse en generadores de plazas de trabajo, consiguiendo ser empleadores y desarrollando cierto tipo de responsabilidad con la sociedad.

### **2. En la Universidad Politécnica Salesiana se fomenta poca cultura de emprendimiento, que permita desarrollar habilidades y destrezas emprendedoras a los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas.**

La percepción de la cultura de emprendimiento en la Universidad Politécnica Salesiana es Poca, según los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas. La Universidad tiene que utilizar mejores instrumentos que permitan direccionar a los estudiantes a pensar y actuar en el sentido de aprovechar oportunidades de negocios, que les permitan desarrollar habilidades y destrezas emprendedoras a fin de que con estas acciones puedan crear valor para la sociedad, la empresa y al estado.

### **3. La escasa disponibilidad de fuentes de financiamiento limita la ejecución de proyectos de emprendimientos.**

Dentro de lo concerniente al tema de financiamiento, se puede establecer que desempeña un papel importante en la decisiones de emprender, ya que son uno de los pilares bases para el éxito del emprendimiento, dentro de este ámbito se presenta el escenario de que los egresados o graduados no cuentan con suficientes alternativas de financiamiento, para ejecutar sus iniciativas y lograr que presenten éxito en el mercado en el cual se desenvuelven.

En este contexto los egresados y graduados que han emprendido han optado por recurrir a financiamiento con ahorros personales, o prestamos de familiares, por sus disponibilidad y rápido acceso, dejando de lado otras alternativas como el financiamiento tradicional otorgado por las instituciones financieras del país, en los cuales los largos procesos burocráticos, altas tasa de interés, plazos cortos de tiempo y demasiados requisitos, hacen que se desista de utilizar estas alternativa como un medio de financiar la ejecución de un emprendimiento.

En este caso es importante mencionar que si bien los ahorros personales y préstamos familiares señalados como los más utilizados, los montos obtenidos por estos medios no cubren en su totalidad la capacidad con la que se debería financiar un negocio que permita un rápido posicionamiento y proyecciones de crecimiento, así como en muchos casos no da la posibilidad de invertir en sectores estratégicos de economía en los cuales se pueda obtener réditos acorde a las expectativas del emprendedor.

Sin embargo también es necesario plantear que la Universidad mantiene convenios en relación a la vinculación con la sociedad, en compromiso con los sectores más vulnerables, y que según la (Romero, 2013) hasta el año 2012 existen un total de 247 convenios firmados, de los cuales 147 corresponden a la sede Quito, cada uno correspondiente a sus respectivas categorías como se presentan en la Tabla: 54:

Tabla 54: Convenios firmados en vinculación con la colectividad.

Tipo de convenio	Convenios firmados			
	2009	2010	2011	2012
<b>Acuerdo Marco</b>	5	25	18	46
<b>Asesoría</b>	0	2	0	0
<b>Capacitación</b>	11	22	10	36
<b>Consultoría</b>	5	4	11	0
<b>Cooperación técnica</b>	1	1	13	44
<b>Pasantías extensión</b>	17	29	19	89
<b>Servicios prestados/ Recibidos</b>	10	5	6	17
<b>Varios</b>	6	23	23	15
<b>Total General</b>	55	111	100	247

Fuente: Dirección Técnica de Vinculación con la Sociedad

Dentro de los datos que se presenta, se puede apreciar que la Universidad Fomenta los convenios con la sociedad, a fin de impulsar su bienestar, y además se puede afirmar que la Universidad presta asistencia financiera para dichos convenios dentro los cuales abarca, el ámbito académico, científico, cultural, laboral y de servicios. Y que traen consigo un sinnúmero de beneficios, que satisface necesidades colectivas, abriendo nuevas oportunidades y formas de mejorar y desarrollarse. Sin embargo estos rubros no cubren las necesidad de financiar proyectos de índole comercial, con beneficio personal, dentro del cual el emprendedor pueda poner en práctica su idea de negocio y que en un futuro, si se gestiona de la manera adecuada, pueda generar beneficio social a través de la generación de fuentes de empleo y crear una cadena de valor mediante la interacción con diversos agente económicos.

Ahora bien, la Universidad como un ente educativo, debe priorizar la generación de proyectos cuyos beneficios se enfoque al ámbito social y que mejoren la calidad de vida de ciertos grupos, así como ser la pionera en forjar una conciencia social en sus estudiantes, que busquen satisfacer necesidades sociales. Dentro de esta realidad es importante destacar que si bien es cierto el apoyo a proyectos con enfoque al beneficio individual, en el corto plazo no beneficia a la sociedad ni a grupos vulnerables que requieran ayuda urgente, sin embargo en el largo plazo trae consigo beneficios sociales, que enmarcan su actividad hacia el propósito de la universidad en promover el beneficio social, ya que con una idea de negocios en funcionamiento

se generan ciertos beneficios para la sociedad, como el pago de impuestos, cuyos montos se utilizan en proyectos de desarrollo social a nivel nacional, la dinamización de la economía con la generación de ideas innovadoras y rentables, que atraen inversión y generan mayores plazas de trabajo, apoyo a pequeños negocios que refuerza la cadena comercial, a través de la compra de insumos y materias primas, se contribuirá de manera directa a la reducción de la pobreza y problemas sociales.

#### **4. La aversión al riesgo, en los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, limita su capacidad emprendedora**

La aversión al riesgo como un aspecto psicológico, y considerado uno de los obstáculos para poder ejecutar un emprendimiento por parte de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, interfiere significativamente en las decisiones de emprender, sin embargo el aspecto que más limita la capacidad emprendedora es el aspecto económico, considerado uno de los principales obstáculos a la hora de decidirse por ejecutar una idea de negocio.

La no disponibilidad de recursos monetarios para poder empezar con un emprendimiento es uno de los principales temas a considerar, pues tiene efectos significativos en las decisiones de emprender o no, más que el aspecto psicológico, los egresados y graduados tienen sus ideas de negocios pero el tema económico influye para que desistan de ellas.

## **En base a los objetivos de la investigación**

### **1. Realizar un análisis teórico sobre el emprendimiento y su situación actual en la economía ecuatoriana.**

El emprendimiento visto desde el ámbito económico y social desempeña un rol fundamental dentro de la dinamización de la economía y el bienestar de sus habitantes, su desarrollo trae consigo un conjunto de beneficios que favorecen a sectores estratégicos de un país, en este contexto con la ejecución de ideas innovadoras, creativas y originales fortalece la estructura económica y se puede afrontar problemas o situaciones complejas con ideas inteligentes y acertadas.

Dentro de la economía ecuatoriana este tema está tomado cada vez mas impulso, ya que al ser considerado según el Reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), como el séptimo país más emprendedor el mundo, con una alta tasa de emprendimiento temprano que se evidencia en el crecimiento de ejecución de negocios propios. Además de que existen organismos que fomentan una cultura de emprendimiento y brindan el apoyo financiero y técnico necesario para la ejecución de los mismos. Sin embargo también es necesario mencionar que aun hay latentes problemas que dificultan el desarrollo del emprendimiento en el país en su totalidad y a los cuales se les debe de prestar la atención necesaria.

### **2. Investigar y plantear el contexto actual de los egresados y su formación superior en relación al emprendimiento**

Los egresados y graduados en el contexto de la formación universitaria en emprendimiento, están tomando cada vez más importancia, las universidades se están preocupando con enviar a la sociedad profesionales capacitados, capaces de ser emprendedores y fomentar el desarrollo de sus habilidades a través de diversos programas o actividades que necesariamente requieran el desarrollo de ideas e iniciativas acordes a cada situación. Se está dando paso la transferencia de tecnología, convenios, ayudando a identificar oportunidades de negocios, impulsando la creatividad, todos estos esfuerzo realizados a fin de que sirvan de apoyo en el proceso de generar un espíritu emprendedor en los jóvenes.

Los egresados y graduados de la carrera de Administración de empresas de la UPS, sede Quito, no están completamente involucrados en temas de emprendimiento, y por el hecho de ser una de las carreras con más estudiantes y con una metodología de enseñanza buena, son pocos los que emprenden, aun cuando existen programas y actividades que fomentan el emprendimiento, pero estas no son lo suficientemente necesarias para desarrollar una visión de negocios en los estudiantes.

**3. Analizar los datos estadísticos a fin de identificar los principales factores que incidieron en las decisiones de emprender o no de los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas.**

Los principales elementos que motivaron a los egresados y graduados a emprender fueron la necesidad de desarrollo personal, mejorar calidad de vida, y lograr independencia, destacando que estos elementos se enfocan más en el aspecto de autorrealización, como una forma de ser útil y reconocido por la sociedad, así como de desarrollo y crecimiento personal y profesional, descartando así la posibilidad de que aquellos que emprendieron lo hicieron por necesidad o supervivencia que es uno de los aspectos dentro del emprendimiento que presentan más aspectos negativos que positivos.

Y dentro de los principales impedimentos para iniciarse como emprendedores los egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas destacan el hecho de no contar con dinero suficiente, la falta de experiencia en negocios, y la estabilidad laboral de sus actuales puestos de trabajo, así como la aversión al riesgo. Considerados aspectos que limitan la capacidad emprendedora y las habilidades de los potenciales emprendedores.

### **En base al cumplimiento de la misión de la Universidad Politécnica Salesiana.**

1. Los encuestados, egresados y graduados de la carrera de Administración de Empresas, tienen un limitado compromiso con la institución a la que pertenecieron ya que no se empoderaron de la misión de la Universidad Politécnica Salesiana, en el sentido de que si bien existe una gran mayoría de egresados y graduados que conocen la misión, son una minoría los que realizan algún tipo de responsabilidad social, y en este sentido ser participes activos en la problemática económica, social y política del país.
2. Como resultado de la investigación se pudo establecer que la mayoría de los encuestados al pertenecer al ámbito laboral con relación de dependencia no se han enfocado en convertirse en entes dinámicos que con su participación contribuyan a la disminución de problemas sociales.

## RECOMENDACIONES

1. La Universidad debe enfocarse en generar profesionales con la visión de convertirse en emprendedores, con los conocimientos, destrezas y habilidades necesarias para que gestionen con éxito negocios y que estos dentro de su estructura desarrollen responsabilidad social. En este contexto es conveniente sugerir que se incluyan desde los niveles iniciales en la malla curricular materias que estén directamente relacionadas con el emprendimiento, la formación de negocios así como su gestión y control, o potenciar más las actuales materias que se están presentes en la malla curricular y que de cierto modo están vinculadas al emprendimiento.
2. Desarrollar y potenciar programas y actividades que involucren el emprendimiento, dentro de los cuales se de apertura a la presentación de ideas, proyectos, y modelos de negocios creativos e innovadores, charlas y conferencias sobre como emprender y concursos que involucren diversas categorías del emprendimiento, así por ejemplo se podría llevar a cabo la semana del emprendimiento, que ya se vienen dando en otras instituciones, que permitan participar activamente a los estudiantes, como una manera de fomentar la cultura de emprendimiento, e incentivar el desarrollo de las mejores propuestas con ayuda económica y técnica.
3. Considerando la poca disponibilidad de fuentes de financiamiento para ejecutar emprendimientos, la Universidad debería considera la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con instituciones financieras que faciliten el otorgamiento de créditos destinados a desarrollar ideas de negocios, así como con instituciones sin fines de lucro que brindan ayuda financiera y técnica a los emprendedores, permitiendo a los estudiantes, egresados o graduados que deseen emprender disponer de los recursos monetario suficientes para llevar a cabo su idea empresarial y contribuyendo a disminuir uno de los principales obstáculos que se presenta al momento de decidirse iniciar un negocio.
4. La Universidad debe desarrolla mecanismos que permitan un mayor vínculo entre sus estudiantes y la misión, con el propósito de concientizar a la comunidad

estudiantil acerca de lo que al Universidad espera de ellos, y lo que estos deben hacer como profesional para la sociedad y el bien colectivo, logrando que estos direccionen sus esfuerzos, experiencias y conocimientos a responder activamente ante los problemas de orden político, económico y social que se presenten en el país, en especial a favor de aquellos sectores o grupos que requieran de una mayor atención.

5. La Universidad debe proporcionar una mayor apoyo técnico en temas de emprendimiento, que direccionen a los emprendedores a la consecución de sus objetivos y les proporcionen las herramientas necesarias para que puedan desenvolverse eficientemente dentro de sus proyectos, así como ser guía en la búsqueda de oportunidades empresariales rentables y beneficiosas que les permitan ampliar la visión de negocios de aquellos que desene emprender.
6. La metodología de enseñanza para la carrera de Administración de empresas, debería direccionarse en un mayor porcentaje al desarrollo y estructuración de planes de negocios, hacia la gestión financiera y planificación estratégica, consideradas por los egresados y graduados encuestados como los tres elementos más importantes dentro del desarrollo de una iniciativa empresarial.
7. Crear un centro de ayuda y direccionamiento para los emprendedores en la Universidad Politécnica Salesiana campus Girón, en el cual se priorice el liderazgo, la visión de negocio y la creatividad e innovación, considerados los elementos claves en el éxito de un emprendimiento, y que permita aprovechar el potencial de emprendedores que dispone, ya que la mayoría de aquellos egresados y graduados encuestados, que nunca han emprendido desean forjar sus propios negocios, logrando de esta manera incrementar el número de emprendimiento ejecutados y un mayor vínculo con la sociedad.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Aguirre, A. (12 de Junio de 2010). *Cultura de emprendimiento*. Recuperado el 12 de Abril de 2013, de Gerencie: <http://www.gerencie.com>
- Alcaraz, R. (2006). *Emprendedor de éxito*. México D.F, México: McGraw Hill. Interamericana Editores.
- Araque, W. (31 de Octubre de 2012). *Articulación de la promoción del emprendimiento a nivel universitario*. Recuperado el 10 de Junio de 2013, de Universidad Andina Simón Bolívar: <http://www.uasb.edu.ec>
- Aroche, S. (5 de Agosto de 2009). *El emprendimiento requiere enfoque*. Recuperado el 30 de Marzo de 2013, de Maestros del web: <http://www.maestrosdelweb.com>
- Asamblea Nacional Constituyente. (20 de Octubre de 2008). *Constitución del Ecuador*. Recuperado el 23 de Mayo de 2013, de <http://www.asambleanacional.gov.ec>
- Asociación de emprendedores de Chile. (Octubre de 2012). *Guía de financiamiento para emprendedores*. Recuperado el 5 de Mayo de 2013, de Innovación: <http://www.innovacion.gob.cl>
- CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2012). *Informe Economías Latinoamericanas*. Santiago de Chile, Chile: ALFAOMEGA.
- Consejo de Educación Superior CES. (12 de Octubre de 2010). *Ley Orgánica de Educación Superior*. Recuperado el 03 de Junio de 2013, de <http://www.ces.gob.ec>
- Corporación Andina de Fomento. (Junio de 2013). *Emprendimientos en América Latina*. (CAF, Ed.) Recuperado el 05 de Octubre de 2013, de Corporación Andina de Fomento: <http://publicaciones.caf.com>

- Del Castillo, Á. (01 de Febrero de 2008). *18 Axiomas Fundamentales de la Investigación de Mercados*. (M. Martínez, Ed.) Recuperado el 12 de Octubre de 2013, de Google books: <http://books.google.com.ec>
- Escuela Politécnica de Litoral. (2008). *Club de emprendedores*. Recuperado el 8 de Junio de 2013, de <http://www.clubemprendedores.espol.edu.ec/>
- Escuela Politécnica del Ejercito. (2003). *Centro de innovación y desarrollo empresarial*. Recuperado el 07 de Junio de 2013, de <http://cide.espe.edu.ec>
- Escuela Politécnica Nacional. (2010). *Emprendimiento Semilla*. Recuperado el 10 de Junio de 2013, de <http://www.epn.edu.ec>
- Fernández, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid, España: ESIC Editoriales.
- Flores, B., Landerretche, Ó., & Sánchez, G. (Noviembre de 2010). *Propensión al emprendimiento: ¿Los emprendedores nacen, se educan o se hacen?* Recuperado el 5 de Abril de 2013, de Universidad de Chile: <http://www.econ.uchile.cl>
- Fuentelsaz Gallego, C., Icart Isern, T., & Pulpón Segura, A. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Recuperado el 15 de Marzo de 2013, de Google Books: <http://books.google.com.ec>
- Galindo, A. (2008). *Manual para la creacion de empresas*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- García, I. (2012). *Los Ocho tipos de emprendedor*. Recuperado el 3 de Mayo de 2013, de Desafío Joven: <http://www.desafiojoven.com.ar>
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Recuperado el 06 de Septiembre de 2013, de Google books: <http://books.google.com.ec>
- Gomez, M. (26 de Agosto de 2009). *¿Emprendedores de boinas rojas?* Recuperado el 11 de Junio de 2013, de El Universo: <http://www.eluniverso.com>

- Gutierrez, G. (Julio/Diciembre de 2011). Educación emprendedora en la Universidad: Educando para el futuro. *Retos*, 2(1), 20.
- Hair, J., Bush, R., & Ortinau, D. (2004). *Investigación de Mercados*. México D.F: Interamericana Editores.
- Hairs, J., Bush, R., & Ortinau, D. (2010). *Investigación de mercados en el ambiente de la información digital* (cuarta ed.). México D.F: Interamericana Editores.
- Herrera, F. (15 de Febrero de 2011). *Universitarios... ¿emprendedores?* Recuperado el 10 de Junio de 2013, de <http://www.juandemariana.org>
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (10 de mayo de 2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Recuperado el 25 de Mayo de 2013, de <http://www.desarrollosocial.gob.ec>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Censo Económico 2010*. Recuperado el 05 de Septiembre de 2013, de <http://redatam.inec.gob.ec>
- Julca, E. (Noviembre de 2011). *Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo: El caso de la Universidad San Martín de Porres, Lima (Perú)*. Recuperado el 5 de Julio de 2013, de Universidad de Salamanca: <http://gredos.usal.es>
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2006). *Fundamentos de Marketing*. México D.F, México: Cengage Learning Editores.
- Lascano, K., & Plaza, B. (Agosto de 2012). *Propuesta para la creación de un centro de emprendimiento en la Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil*. Recuperado el 5 de Julio de 2013, de Repositorio Universidad Politécnica Salesiana: <http://www.dspace.ups.edu.ec>
- Lasio, V., Arteaga, M., & Caicedo, G. (2010). *Reporte GEM Global Entrepreneurship monitor*. Recuperado el 18 de Mayo de 2013, de ESPAE Graduate School of Management : <http://www.espae.espol.edu.ec>
- Lesur, L. (2009). *Una Guía paso a paso: Manual del emprendedor*. México D.F, México: Editorial Trillas.

- Lopez, J. (2011). *La elaboración de proyectos empresariales y su incidencia en el emprendimiento de los estudiantes de noveno y décimo semestre de la carrera de Marketing de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Univesidad de Ambato*. Recuperado el 5 de Julio de 2013, de Repositorio Universidad Técnica de Ambato: <http://repo.uta.edu.ec>
- Malhotra, N., Dávila, J., & Treviño, M. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2013, de Google books: <http://books.google.com.ec>
- Mancoc, V. (26 de Marzo de 2011). *Emprendimiento y emprender*. Recuperado el 22 de Abril de 2013, de Slideshare: <http://www.slideshare.net>
- Martínez, F., & Quetglás, G. (2003). *Introducción a la programación estructurada en C*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2013, de Google Books: <http://books.google.com.ec>
- Merino, M., Pintado, T., Sánchez, J., Estevéz, M., & Grande, I. (2010). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (22 de Diciembre de 2010). *Código Orgánico de producción, comercio e inversiones*. Recuperado el 01 de Junio de 2013, de <http://www.industrias.gob.ec>
- Morales Espíndola, M. G., & Solis Santos, G. S. (2013). *Desarrollo de competencias emprendedoras a través de la práctica vivencial*. Recuperado el 7 de Abril de 2013, de Benemérita Universidad Autónoma de Puebla: <http://www.pdi.buap.mx>
- Morales, M. (31 de Enero de 2013). *Ventajas y desventajas de poseer un emprendimiento propio*. Recuperado el 18 de Abril de 2013, de Iniciando mi negocio: <http://emprendimientosactivo.blogspot.com>
- Namakforoosh, M. N. (2000). *Metodología de la Investigación*. México D.F, México: Editorial Limusa.
- Pérez, L. (2004). *Marketing social: teoría y práctica*. México: Pearson Educación.

- Porras, J. A. (22 de Abril de 2006). *Diseño Conceptual del Emprendimiento para el Desarrollo Regional en la Perspectiva de la Complejidad Autopoiesica*. Recuperado el 1 de Abril de 2013, de <http://www.bdigital.unal.edu.co>
- Portal Universia. (2008). *Emprendedores*. Recuperado el 15 de Mayo de 2013, de Universia: <http://egresados.universia.com.ec>
- Profesionales On. (19 de Febrero de 2013). *¿Qué diferencia un empresario de un emprendedor?* Recuperado el 6 de Febrero de 2014, de Profesionales On: <http://profesionaleson.eu>
- Quezada, L. (3 de Septiembre de 2008). *Emprender, ¿Que es Emprender? Significado y Concepto*. Recuperado el 25 de Abril de 2013, de Salón emprendedor: <http://luisquezada.wordpress.com>
- Quizhpe, M. (8 de Julio de 2009). *Vinculación de jóvenes con emprendimientos Lojanos*. (S. Ramón, Ed.) Recuperado el 18 de Mayo de 2013, de <http://sandraramon.wordpress.com>
- RAE Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado el 19 de Abril de 2013, de Emprender: <http://lema.rae.es>
- Ramírez, M. ((s.f)). *Emprendimiento y negocios*. Recuperado el 12 de Mayo de 2013, de Universidad de Especialidades Espíritu Santo: <http://www.uees.edu.ec>
- Roger, C. (2005). *Investigación de mercados*. México: Cengage Learning Editores.
- Romero, A. (2013). *Informe trianual de la sede Quito*. Recuperado el 15 de Julio de 2013, de Universidad Politécnica Salesiana: <http://www.ups.edu.ec>
- Rosero, M. C. (26 de Marzo de 2009). *Delegación de la PUCE-SI asistió a campamento de emprendimiento*. (P. Ramírez, Ed.) Recuperado el 07 de Junio de 2013, de Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Ibarra: [http://www.pucesi.edu.ec/puce\\_noticias.php?info=114](http://www.pucesi.edu.ec/puce_noticias.php?info=114)
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir: Objetivos*. Recuperado el 27 de Mayo de 2013, de <http://plan.senplades.gob.ec>

- Secretaria Técnica de Estadística de la UPS. (2013). *La UPS en cifras 2013*. Recuperado el 5 de Marzo de 2013, de Universidad Politécnica Salesiana: <http://www.ups.edu.ec>
- Triola, M. (2004). *Estadística*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2013, de Google Books: <http://books.google.com.ec>
- Universidad de Especialidades Espiritu Santo. (s.f.). *Asociación Canadiense-Ecuatoriano para el Emprendimiento Comunitario Sostenible*. Recuperado el 8 de Junio de 2013, de <http://www.uees.edu.ec>
- Universidad Politécnica Salesiana. (2004). *Normativa*. Recuperado el 20 de Junio de 2013, de Estatuto Universitario UPS: <http://www.ups.edu.ec>
- Universidad Politécnica Salesiana. (2012). *Club de Emprendedores de la UPS*. Recuperado el 8 de Junio de 2013, de <http://clubemprendedoresups.blogspot.com/>
- Universidad Popular Autonoma del Estado de Puebla, México. (2010). *Emprendedores y desarrollo de talento*. Recuperado el 6 de Mayo de 2013, de UPAEP: <http://www.upaep.mx>
- Universidad San Francisco de Quito. (2012). *Club de emprendimiento*. Recuperado el 07 de Junio de 2013, de <http://www.usfq.edu.ec>
- Universidad Técnica Particular de Loja. (s.f.). *Programas de emprendimiento*. Recuperado el 8 de Junio de 2013, de <http://www.utpl.edu.ec>
- Urrutia, A. (20 de Septiembre de 2006). *Origen y desarrollo del concepto emprendedor*. Recuperado el 26 de Abril de 2013, de El nuevo Diario: <http://impreso.elnuevodiario.com.ni>
- Vainrub, R. (2009). *Una guía para emprendedores: convertir sueños en realidades*. México D.F, México: Ediciones IESA.
- Valencia, J. R. (2007). *Importancia del emprendimiento*. Recuperado el 10 de Abril de 2013, de <http://emprendedorusach.files.wordpress.com>

Wikicoaching Biblioteca Virtual. (5 de Diciembre de 2008). *Emprendimiento*. Recuperado el 2 de Abril de 2013, de <http://ciempre.wikidot.com>

Zuluaga, J. (9 de Agosto de 2010). *Definiciones de términos relacionados con el emprendimiento*. Recuperado el 15 de Abril de 2013, de <http://www.hernandezuluaga.com>