



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**“LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DE COTOPAXI”**

Proyecto de investigación presentado previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

**Autores:**

Alajo Toapanta Adriana Sofía

Chicaiza Pruna Ana Lucía

**Tutor:**

Eco. César Patricio Salazar Cajas

Latacunga – Ecuador

Febrero 2018

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Yo ALAJO TOAPANTA ADRIANA SOFÍA declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”, siendo el Economista César Patricio Salazar Cajas tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



---

**Alajo Toapanta Adriana Sofia**

**C.I. 050355929-6**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo CHICAIZA PRUNA ANA LUCÍA declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”, siendo el Economista César Patricio Salazar Cajas tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



**Chicaiza Pruna Ana Lucía**

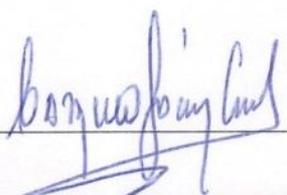
**CC: 050306437-0**

## **AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”, de Alajo Toapanta Adriana Sofía y Chicaiza Pruna Ana Lucía, de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Febrero 2018



---

**Eco. César Patricio Salazar Cajas**

**CC: 050184369-2**

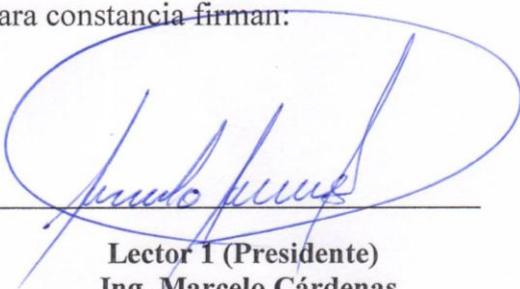
## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, las postulantes: Alajo Toapanta Adriana Sofía y Chicaiza Pruna Ana Lucía, con el título de Proyecto de Investigación: “LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

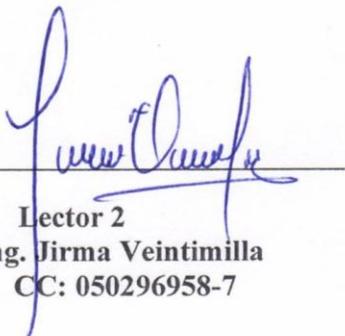
Latacunga, febrero 2018

Para constancia firman:



---

**Lector 1 (Presidente)**  
**Ing. Marcelo Cárdenas**  
**CC: 050181033-7**



---

**Lector 2**  
**Ing. Jirma Veintimilla**  
**CC: 050296958-7**



---

**Lector 3**  
**Ing. Crystina Sarzosa**  
**CC: 050316280-2**

## **AGRADECIMIENTO**

*A la Universidad Técnica de Cotopaxi por darme la oportunidad de formarme como profesional, a mis docentes en especial al economista Patricio Salazar que gracias a su apoyo, conocimiento y experiencia ha guiado la ejecución de este proyecto de investigación, además quiero agradecer a mi mejor amiga Anita que siempre ha estado a mi lado en los buenos y malos momentos.*

*Alajo Sofía*

## **AGRADECIMIENTO**

*Ser recíproco en la vida te abre puertas que te permiten engrandecerte como persona y formar lazos de amistad que perdurarán siempre, este es el momento más oportuno para agradecerle a mi querida Universidad Técnica de Cotopaxi y a mi carrera por hoy culminar mi vida universitaria con las mejores experiencias y llena de grandes y emotivos recuerdos que engrandecen mi corazón, de igual forma a un ser de admiración profunda tanto profesional como personal Eco. Patricio Salazar, quiero agradecerle infinitamente por toda la confianza y los consejos brindados, de igual forma por ser parte de este trabajo de investigación y de este gran equipo, a mi segunda Madre mi tía Armida que nunca dejo de creer en mí y me apoyo en cada uno de los momentos más difíciles, a mi mejor amiga Sofía por estar siempre a mi lado y por empezar y terminar esto juntas gracias por la confianza y esta gran amistad, a nuestro equipo de amigos que hoy son parte de mi familia Carmen, Vinicio y Estefanía por hacer más llevadera y hermosa esta gran experiencia de vida. Gracias a cada uno de ustedes por formar parte de este largo y hermoso proceso.*

**Chicaiza Ana**

## **DEDICATORIA**

*A Dios por darme la salud y la fuerza para llegar a estas instancias, a Danilo por el amor y apoyo incondicional en todo momento, a mi querido hijo Daniel que es la inspiración para seguir adelante, a mis padres por todo su cariño, y a la memoria de mi querida abuelita Delfina (+) pilar fundamental en mi vida, y a mis hermanas Anita y Alicia.*

*Alajo Sofía*

## **DEDICATORIA**

*Cuando un logro es compartido no enorgullece a una sola persona, sino brinda la oportunidad de conllevar dicha alegría, con todos y cada uno de los seres queridos que formaron parte de este largo proceso, que me permite en la actualidad cumplir esta gran meta personal y profesional anhelada, es por eso que hoy quiero dedicarles este trabajo lleno de esfuerzo, constancia y mucha dedicación a mi familia y a Dios, a mi madre América en especial que fue el pilar principal de apoyo y el gran motivo de mi superación, a mi padre Italo por cada una de las palabras de aliento y por cada abrazo de fuerza, a mis dos hermanos Franklin e Iván que siempre han sido el motor fundamental de mi vida y mi más grande orgullo, quiero recalcarles que sin todo su apoyo y cariño infinito no lo hubiera logrado. Gracias por confiar en mí y por permitirme brindarles tan grata alegría.*

**Chicaiza Ana**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TÍTULO: “La capacidad emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi”**

**Autoras:**

Alajo Toapanta Adriana Sofía  
Chicaiza Pruna Ana Lucía

### RESUMEN

El proyecto contrastó las dimensiones de la capacidad emprendedora en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas (F.C.A) de la Universidad Técnica de Cotopaxi (U.T.C), tales dimensiones son: el relacionarse socialmente, la realización personal, creatividad y planificación y la manera como éstas se relacionan con la capacidad emprendedora, a fin de identificar cuál de estas cuatro dimensiones tiene mayor incidencia frente a la capacidad emprendedora, siendo esta variable una de las principales que intervienen en el desarrollo y ejecución del emprendimiento. El tipo de metodología que se aplicó para esta investigación fue mediante un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y relacional, permitiendo confrontar la variable dependiente versus las variables independientes. Para la recolección de datos se utilizó el instrumento de la encuesta a través de la aplicación de un cuestionario estructurado y validado por los autores González (2003) y modificada por Tinoco (2008); la población fueron los estudiantes de la F.C.A. del periodo académico octubre 2017- febrero 2018, la segmentación de la muestra fue estratificada y delimitada por cursos vigentes considerados en la investigación fueron aquellos en los cuales ya se han considerado materias relacionadas con emprendimiento, de acuerdo a la malla curricular y sílabos de cada carrera. Los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario fueron analizados mediante la aplicación del estadístico Chi-cuadrado y el Modelo Logit en el programa SPSS, se verifica la relación que existe entre la variable dependiente y las variables independientes, se comprueba que existe relación entre la creatividad y la planificación sobre la capacidad emprendedora, el grado de asociación medido a través del coeficiente de contingencia de la dimensión de la creatividad influye en 31,6% y de la dimensión de la planificación en 20,02% frente a la capacidad emprendedora. Mediante el modelo estadístico Logit se contrastó los resultados anteriores, verificando una relación inversamente proporcional entre la capacidad emprendedora y las variables creatividad y planificación.

**Palabras clave:** capacidad emprendedora, emprendimiento, relación, creatividad, planificación.

# TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

## ADMINISTRATIVE SCIENCES FACULTY

**TITLE: "THE STUDENTS' ENTREPRENEURIAL CAPACITIES OF THE UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI"**

### ABSTRACT

The project confirmed the dimensions of the capacity entrepreneurship in the students of Ciencias Administrativas faculty (F.C.A) by its acronyms in Spanish of Universidad Técnica de Cotopaxi (U.T.C), such dimensions are: social relation, the personal accomplishment, creativity and planning and the way as these relate to the enterprising capacity, in order to identify which of these four dimensions has major incident vs. the entrepreneurship capacity, being this variable one of the principal ones that intervene in the development and execution of the Entrepreneurship. The type of methodology that was applied for this investigation was by means of a quantitative approach, of descriptive and relational type, allowing to confront the dependent variable versus the independent variables, for the data collection a survey was applied through a structured and validated questionnaire by the authors Gonzalez (2003) and modified by Tinoco (2008); The population was the students of the F.C.A of the academic period October 2017 - February, 2018, the segmentation of the sample was stratified and delimited by courses, the active courses considered in the research were that they have already been considered subjects related to emprendimiento, in agreement to the mesh curricular and syllabuses of every major. The results obtained of the application of the questionnaire were analyzed by means of the application of the chi-square statistician and the Model Logit in the program SPSS, There happens the relation that exists between the dependent variable and the independent variables, there is verified that relation exists between the creativity and the planning on the enterprising capacity, the degree of association measured across the coefficient of contingency of the creativity dimension influences 31,6 % of the planning dimension 20,02 % opposite to the enterprising capacity. By means of the statistical model Logit the previous results were confirmed, checking an inversely proportional relation between the entrepreneurship capacity and the variables creativity and planning.

**Keywords:** entrepreneurial capacity, entrepreneurship, relationship, creativity, planning.



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi

CENTRO DE IDIOMAS

## *AVAL DE TRADUCCIÓN*

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen del proyecto de investigación al Idioma Inglés presentado por los señores Egresados de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Administrativas: **ALAJO TOAPANTA ADRIANA SOFÍA** y **CHICAIZA PRUNA ANA LUCÍA**, cuyo título versa “**LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**”, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Febrero del 2018

Atentamente,

Lic. Nelson W. Guagchinga Ch.  
**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS**  
C.C. 050324641-5



## ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	iii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
DEDICATORIA.....	viii
DEDICATORIA.....	ix
RESUMEN .....	x
ABSTRACT .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	xii
1. INFORMACIÓN GENERAL .....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	2
3. JUSTIFICACIÓN .....	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO .....	4
4.1. Beneficiarios directos .....	4
4.2. Beneficiarios indirectos.....	5
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
6. OBJETIVOS.....	6
6.1. Objetivo general .....	6
6.2. Objetivos específicos .....	6
7. MARCO CIENTÍFICO .....	7
7.1. Emprendimiento .....	7
7.1.1. El emprendedor .....	8

7.1.2. Importancia del emprendimiento .....	9
7.2. Tipología de emprendimientos.....	10
7.3. Factores del emprendimiento .....	13
7.4. Capacidad emprendedora .....	16
7.5. Dimensiones de la capacidad emprendedora.....	16
7.5.1. Dimensión de realización personal.....	17
7.5.2. Dimensión de planificación .....	18
7.5.3. Dimensión de relacionarse socialmente.....	20
7.5.4. Dimensión de creatividad .....	21
8. PREGUNTA CIENTÍFICA.....	21
9. METODOLOGÍA.....	21
9.1. Enfoque .....	21
9.2. Tipo de investigación .....	22
9.3. Técnicas de investigación .....	24
9.4. La encuesta.....	25
9.5. Validez de la encuesta (instrumento).....	26
9.6. Confiabilidad del instrumento (encuesta).....	26
9.7. Aplicación estadística.....	28
9.8. Población.....	29
9.9. Muestra.....	30
10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	33
10.1. Resultado de encuestas .....	33
10.2. Prueba Chi-cuadrado .....	57
10.2.1. Resumen del coeficiente de contingencia.....	62
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	68
11.1. Conclusiones.....	68

11.2. Recomendaciones .....	69
12. BIBLIOGRAFÍA .....	70
13. ANEXOS .....	74

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Número de Estudiantes de la F.C.A. ....	4
Tabla 2 Número de Docentes de la F.C.A.....	5
Tabla 4 Clasificación del emprendimiento según la actividad .....	11
Tabla 5 Clasificación del emprendimiento según el objetivo .....	12
Tabla 6 Clasificación del emprendimiento según el origen del emprendimiento .....	12
Tabla 7 Factores del Emprendimiento.....	13
Tabla 8 Número de estudiantes que reciben emprendimiento en su malla curricular de la F.C.A. ....	30
Tabla 9 Plan Muestral.....	32
Tabla 10 Encuestas por aplicar.....	32
Tabla 11 Género .....	33
Tabla 12 Institución Educativa.....	34
Tabla 13 Iniciativa propia.....	35
Tabla 14 Control de riesgos al emprender.....	36
Tabla 15 Causa y Consecuencia de Acciones .....	37
Tabla 16 Propuesta de Alternativas .....	38
Tabla 17 Ampliación de resultados .....	39
Tabla 18 Solución de problemas .....	40
Tabla 19 Búsqueda y toma de oportunidades.....	41
Tabla 20 Cumplen con los compromisos .....	42
Tabla 21 Control de calidad.....	43
Tabla 22 Define metas .....	44
Tabla 23 Interés de conocimiento.....	45
Tabla 24 Administración de recursos .....	46
Tabla 25 Autoevaluación de acciones .....	47
Tabla 26 Trabajo en equipo .....	48
Tabla 27 Red de apoyo .....	49
Tabla 28 Diferenciación de respuestas .....	50
Tabla 29 Atracción por la innovación .....	51
Tabla 30 Interés por lo desconocido.....	52

Tabla 31 Nuevo uso a lo existente.....	53
Tabla 32 Emprendimiento y formación académica.....	54
Tabla 33 Creación de negocios.....	55
Tabla 34 Capacidad de emprender .....	56

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1 Género .....	33
Figura 2 Institución Educativa.....	34
Figura 3 Iniciativa propia .....	35
Figura 4 Control de riesgos al emprender .....	36
Figura 5 Causa y Consecuencia de Acciones .....	37
Figura 6 Propuesta de Alternativas.....	38
Figura 7 Aplicación de resultados .....	39
Figura 8 Solución de problemas .....	40
Figura 9 Búsqueda y toma de oportunidades.....	41
Figura 10 Cumplen con los compromisos .....	42
Figura 11 Control de calidad .....	43
Figura 12 Define metas.....	44
Figura 13 Interés de conocimiento .....	45
Figura 14 Administración de recursos.....	46
Figura 15 Autoevaluación de acciones .....	47
Figura 16 Trabajo en equipo.....	48
Figura 17 Red de Apoyo.....	49
Figura 18 Diferenciación de respuestas .....	50
Figura 19 Atracción por la innovación .....	51
Figura 20 Interés por lo desconocido .....	52
Figura 21 Nuevo uso a lo existente .....	53
Figura 22 Emprendimiento y formación académica.....	54
Figura 23 Creación de negocios .....	55
Figura 24 Capacidad de emprender .....	57
Figura 25 Resumen grado de asociación .....	62

## **1. INFORMACIÓN GENERAL**

**Título del Proyecto:** “La Capacidad Emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi”

**Fecha de inicio:** Latacunga, 05 de Abril del 2017.

**Fecha de finalización:** Febrero del 2018

**Lugar de ejecución:** Barrio San Felipe, perteneciente a la parroquia Eloy Alfaro, del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, ZONA 3 en la Universidad Técnica de Cotopaxi.

**Facultad que auspicia:** Facultad de Ciencias Administrativas

**Carrera que auspicia:** Ingeniería Comercial

**Proyecto de investigación vinculado (si corresponde):** Proyecto de la Carrera

**Equipo de Trabajo:**

**Tutor de titulación:**

Eco. César Patricio Salazar Cajas

**Coordinadoras del Proyecto:**

Alajo Toapanta Adriana Sofía

Chicaiza Pruna Ana Lucía

**Área de Conocimiento:**

Emprendimiento

**Línea de investigación:**

Económica Administrativa.

**Sub líneas de investigación de la Carrera:**

Emprendimiento

## **2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

El proyecto de investigación identifica las dimensiones de la capacidad emprendedora (dimensión de relacionarse socialmente, dimensión de realización personal, dimensión de creatividad, dimensión de planificación), de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, mediante la aplicación del instrumento (encuesta) del autor González (2003) y Tinoco (2008), segmentados mediante el total de estudiantes.

La metodología que se aplicó en el desarrollo del proyecto de investigación, tiene un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es descriptivo y relacional, para la recolección de la información se utiliza la encuesta, a través de la aplicación de un cuestionario estructurado y validado a una muestra de estudiantes.

Para el análisis de los resultados se aplicó el estadístico de Chi-cuadrado que verifica la existencia de relación de la variable dependiente y las independientes, mediante la aplicación del programa SPSS que mide el grado de asociación a través del coeficiente de contingencia, para ratificar la relación de variables se aplica el modelo de Regresión Logística (Logit) que consiste en medir la dependencia de una variable categórica en función a las variables independientes.

Los resultados que se obtuvo permiten identificar cuál de las cuatro dimensiones influye en la capacidad emprendedora de los estudiantes de acuerdo a su formación académica, siendo la creatividad y la planificación las dimensiones con mayor relación frente a la variable dependiente (capacidad emprendedora).

### 3. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de investigación analizó si los estudiantes poseen la dimensión de relacionarse socialmente, dimensión de realización personal, dimensión de la creatividad, dimensión de la planificación, y cuáles de estas dimensiones son las que más influyen en la capacidad emprendedora de los estudiantes de la F.C.A. de la U.T.C., por medio de este estudio se aporta con información importante que permite conocer si la formación académica contribuye con el desarrollo de las mismas, ya que según (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2015), “los elementos que facilitan el emprendimiento, el 67% de las menciones se concentran en 7 factores: apoyo financiero, capacidad para emprender, programas de gobierno, políticas gubernamentales, educación y entrenamiento, la apertura de mercado y normas sociales y culturales”. (P.22)

Por este motivo se analizó las dimensiones de la capacidad emprendedora que contribuyen de forma directa al emprendimiento siendo uno de sus factores más importantes, se tomó como muestra a los estudiantes universitarios, por cuanto (Durán & Arias, 2015), asegura que “se les considera potenciales emprendedores en comparación con otras muestras de estudio” (P.4), estos factores ya indicados permitieron dar origen al desarrollo de esta investigación.

El estudio de las cuatro dimensiones que comprenden la capacidad emprendedora (dimensión de relacionarse socialmente, dimensión de realización personal, dimensión de creatividad, dimensión de planificación), indicadas en el instrumento de investigación aportó para que según (Maluk, 2014), “las universidades, revisen y adecuen el proceso de enseñanza y aprendizaje, para entregar a la sociedad, profesionales que tengan (...) un mayor desarrollo de nuevas empresas por oportunidad, que generen empleo y crecimiento de la economía y la sociedad” (P.3), promoviendo por medio de la formación académica integrar a la sociedad a profesionales emprendedores no empleados asalariados, que aporten con el desarrollo de una sociedad, según (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2015)

Ecuador se ha mantenido a lo largo de los años como una sociedad donde el emprendimiento es aceptado y bien visto. Un entorno culturalmente favorable al emprendimiento.(...) En el 2015 el 62% de la población considera emprender como buena opción de carrera (..) y se encuentra por encima de promedio de América Latina y el Caribe.

Por tanto el país tiene una población que ve al emprendimiento como una fuente de salida al problema de desempleo y se lo considera como generador de desarrollo económico, tecnológico y social, a través de la creación de nuevas ideas de negocio permitiendo el progreso sostenible de una economía local.

## 4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

### 4.1. Beneficiarios directos

Los beneficiarios directos del desarrollo de este proyecto de investigación son los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, conformada por tres carreras, en el periodo Octubre 2017 – Febrero 2018.

**Tabla 1** Número de Estudiantes de la F.C.A.

<b>Carrera</b>	<b>Número de Estudiantes</b>
Licenciatura en Comercio	484
Licenciatura en Contabilidad y Auditoría	735
Licenciatura en Secretariado Ejecutivo	303
<b>Total</b>	<b>1522</b>

**Fuente:** Secretaria Académica F.C.A (2017)

**Elaborado por:** Equipo de Investigación

## 4.2. Beneficiarios indirectos

Los beneficiarios indirectos del desarrollo de este proyecto de investigación son todos los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

**Tabla 2** Número de Docentes de la F.C.A.

<b>Carrera</b>	<b>Número de Docentes</b>
Licenciatura en Comercio	19
Licenciatura en Contabilidad y Auditoría	24
Licenciatura en Secretariado Ejecutivo	14
<b>Total</b>	<b>57</b>

**Fuente:** Secretaria Académica F.C.A (2017)

**Elaborado por:** Equipo de Investigación

## 5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la Universidad Técnica de Cotopaxi no se ha desarrollado ninguna investigación sobre la capacidad emprendedora de los estudiantes durante la formación académica, es por ello que la falta de atención a la temática del emprendimiento ocasiona que los estudiantes universitarios no generen ni ejecutan ideas de negocio, la capacidad emprendedora es una de los tres principales factores que influyen en el emprendimiento, siendo el problema la mínima participación de estudiantes con estudios de nivel superior en la creación de nuevas ideas de negocio así lo afirma (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2015) que en relación a la educación “quienes han concluido la educación primaria con un 38,6%, y concluido la educación secundaria con un 30,4%, esta última superior al 2014. La proporción de emprendedores con estudios universitarios completos se mantiene estable en los últimos tres años alrededor de 13,8%”.(P.33)

Por esta razón el estudio de este proyecto aportará con información relevante acerca de las cuatro dimensiones y su influencia frente a la capacidad emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas comprendidas en las tres carreras que son: Licenciatura en Comercio, Licenciatura en Secretariado Ejecutivo, Licenciatura en Contabilidad y Auditoría.

Dentro de la F.C.A. la formación académica posee como uno de los cuatro ejes principales de aprendizaje el emprendimiento, para (Díaz, 2013), “el desarrollo de la capacidad emprendedora en los estudiantes debe ser apoyado en la educación, en la generación de valores, que genere un sistema productivo eficiente” (P.6), por este motivo se va a plantear una investigación en los estudiantes que conforman la F.C.A. sobre las siguientes dimensiones:

- Dimensión de relacionarse socialmente
- Dimensión de realización personal
- Dimensión de creatividad
- Dimensión de planificación

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. Objetivo general**

Determinar las dimensiones que influyen en la capacidad emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, con la aplicación de la encuesta (validada) y estadísticos que permitan verificar resultados de relación entre variables.

### **6.2. Objetivos específicos**

Establecer el marco científico y la metodología de la investigación utilizada en la realización sustentación del proyecto.

Aplicar el instrumento de medición de las dimensiones de la capacidad emprendedora del autor Gonzalez 2003 y Tinoco 2008.

Analizar el resultado del instrumento aplicado, por medios de los estadísticos Chi- cuadrado y modelo Logit.

## **7. MARCO CIENTÍFICO**

### **7.1. Emprendimiento**

El emprendimiento es un término muy importante que contribuye en el desarrollo económico y social de un país, donde los individuos son capaces de generar empleo, mediante nuevas combinaciones de los medios de producción como lo afirma (Matiz, 2009) el emprendimiento es de “gran utilidad para el desarrollo socioeconómico y personal tanto de individuos como de sociedades y países”.(P.175) Por esto el emprendimiento es el motor para el desarrollo socioeconómico de un país, aportando con el mejoramiento de las condiciones de vida de los individuos.

El emprendimiento inicia con la generación de una idea de negocio o la creación de nuevos productos, para contribuir con el crecimiento económico de una empresa ya constituida que requiere mantenerse en el mercado, esta actividad es llevada a cabo por una o varias personas como lo aseveran (Reynolds, Hay, Bygrave, Camp, & Autio, 1999) define el entrepreneurship (emprendimiento) como: “cualquier intento de crear un nuevo negocio, incluyendo el autoempleo, una nueva empresa o la expansión de una empresa ya existente, proceso que puede ser puesto en marcha por una o varias personas”(P.4) que no le teman al fracaso, que posea creatividad e innovación, además estas personas son capaces de identificar oportunidades donde otras no la ven y sacar el máximo provecho de ellas, estos beneficios pueden ser económicos, sociales o de beneficio propio.

El concepto de emprendimiento tiene varias acepciones, que involucran a las personas:

El emprendimiento es un término poliédrico, está directamente relacionado con la acción de la persona. En este sentido se puede entender el emprendimiento como el conjunto de actitudes y conductas que dan lugar a un determinado perfil personal orientado hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el manejo del riesgo. (Salinas Ramos & Osorio Bayter, 2012)

Para el emprendimiento el individuo debe poseer dentro de su perfil actitudes y conductas, que le permitan manejar el riesgo que puede ser interno y externo que se presentan en el proceso de la creación de un negocio, el mismo debe aportar con beneficios sociales o económicos, contribuyendo así al desarrollo local y regional de una población determinada.

### **7.1.1. El emprendedor**

El individuo que lleva a cabo el proceso de emprendimiento es aquella persona a la cual se denomina emprendedor, este individuo es un agente del desarrollo económico y social que posee varias características, habilidades, conducta, entre otros; que le permitan contribuir con el desarrollo de la sociedad, además el emprendedor es;

Una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores. (Formichella, 2004)

El emprendedor es aquella persona líder que enfrenta sus dificultades no se deja vencer por las adversidades, es perseverante y lucha hasta conseguir sus objetivos, aprovechando cada una de las oportunidades que se le presenten, busca nuevas alternativas que le permitan contribuir con el cambio y el desarrollo de una sociedad, siempre piensa en el futuro tiene una visión amplia no se limita y son los primeros en dar una iniciativa de solución a los problemas, siempre está dispuesto a escuchar a los demás e identifica necesidades y las quiere satisfacer, planteando

ideas innovadoras. El emprendedor es aquel motor que permite el desarrollo económico y social de la sociedad, ya que cuenta con características únicas y por esto el emprendedor es:

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

El emprendedor es capaz de realizar todas estas actividades mencionadas anteriormente, ya que el posee una autoestima elevada, él confía en sí mismo y en las personas que lo rodean, ve en cada una de ellas algo positivo. El emprendedor siempre trata de buscar satisfacer necesidades propias o colectivas, para lo cual trabaja arduamente hasta conseguirlo, piensa siempre en forma positiva, busca soluciones que permitan cumplir con sus metas para así alcanzar sus objetivos.

### **7.1.2. Importancia del emprendimiento**

El emprendimiento es muy importante que se desarrolle en toda sociedad porque contribuye de forma positiva a su crecimiento económico y social, además aporta a la implementación de nuevos e innovadores productos y a la creación de Pymes, siendo estas instituciones una de las principales fuentes generadoras de empleo y mejorando así la calidad de vida de los individuos que conforman la sociedad.

La importancia que tiene el emprendimiento para el desarrollo económico de los países, especialmente por el rol crucial que desempeña el espíritu emprendedor en la innovación al liderar los cambios tecnológicos así como en el aumento de la productividad y la competitividad, que a la vez constituyen mecanismos esenciales para que las personas intervengan en la actividad productiva de un país, dándoles la oportunidad de obtener una mejor posición económica y de contribuir a la creación de empleo. (Cortés Dugrán, 2008)

Por tanto, el emprendimiento es un factor importante que contribuye directamente al progreso económico de una sociedad, esto se alcanza con el apoyo de los avances tecnológicos que permite el incremento de la productividad y competitividad de una empresa, sector, y hasta de un país. Además, el emprendimiento aporta a la disminución del desempleo como lo afirma (Formichella, 2004) “si aumenta el número de emprendimientos, tiende a disminuir el número de desempleados. Porque el emprendedor ya no está desempleado y porque de su emprendimiento pueden surgir nuevos puestos de trabajo” (P.24), por ende el emprendimiento mejora la calidad de vida de los individuos que intervienen de forma directa o indirectamente en el negocio.

## **7.2. Tipología de emprendimientos**

Existen diferentes tipos de emprendimientos que se pueden agrupar en diferentes clasificaciones, para este autor (Garzozi, y otros, 2014) la clasificación es la siguiente:

Clasificación de acuerdo a su actividad:

- Emprendimientos de base abierta.
- Emprendimientos de base cultural y creativa.
- Emprendimientos de base tecnológica.
- Emprendimientos dinámicos.
- Start-ups.

Clasificación de acuerdo al objetivo:

- Emprendimientos de base social.
- Emprendimientos inclusivos.

Clasificación según el origen del emprendimiento:

- Spin-offs.

La clasificación del emprendimiento lo que permite de acuerdo al autor mencionado es clasificarlo en tres dimensiones actividad, objetivo y origen del emprendimiento, cada una posee sub-clasificaciones que a continuación serán analizadas para mayor comprensión y dominio del tema.

La primera clasificación del emprendimiento es de acuerdo a la actividad la cual se divide en los siguientes tipos de emprendimientos:

**Tabla 3** Clasificación del emprendimiento según la actividad

<b>Sub-clasificación</b>	<b>Características</b>
Emprendimientos de base abierta:	Son emprendimientos de cualquier tipo y sector de la economía: agropecuario, industrial, comercial o de servicios.
Base cultural y creativa:	Se fusiona creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos de carácter cultural.
Emprendimiento de base tecnológica (EBT):	Negocios generadores de valor, mediante la aplicación sistemática de conocimientos tecnológicos y científicos.
Emprendimiento dinámicos:	Aquel nuevo o reciente proyecto empresarial que tiene un potencial realizable de crecimiento gracias a una ventaja competitiva - tecnológica o no - como para al menos convertirse.
STAR-UPS:	Emprendimiento de nueva creación asociados a emprendimientos de alto y orientación tecnológica.

**Adaptado** de (Garzozi. v otros. 2014)

La primera clasificación del emprendimiento según su actividad que se observa dentro de la tabla 3, indica la acción a la cual el individuo o un grupo de personas direccionen su idea de negocio, estas pueden incluir a todos los sectores de la economía, características culturales y conocimientos tecnológicos, esto le permite al emprendedor consolidarse como empresario, beneficiando al desarrollo de su localidad tanto económicamente y socialmente.

La segunda clasificación del emprendimiento de acuerdo al objetivo se divide en los siguientes emprendimientos:

**Tabla 4** Clasificación del emprendimiento según el objetivo

Sub-clasificación	Características
Emprendimientos de base social:	Aplican estrategias de mercado, de creación de riqueza y empleo, para alcanzar un objetivo social.
Emprendimientos inclusivos:	Pone énfasis en las actividades económicas que permiten lograr la participación de los más pobres en cadenas de generación de valor, de manera tal que éstos logren capturar valor para sí mismos, que permitan mejorar sus condiciones de vida.

**Adaptado** de (Garzozi, y otros, 2014)

Los emprendimientos de acuerdo al objetivo lo que permiten es identificar la razón de ser del mismo, el objetivo social y su origen de creación es primordial para que se ejecuten, el beneficio social que su ejecución cause en la sociedad radica en que tan importante fue su puesto en marcha. Estos emprendimientos se establecen especificando poblaciones vulnerables, en las cuales las necesidades de crecimiento económico y cambio de estatus de vida, son primordiales para el desarrollo de este tipo de ideas de negocio.

La tercera clasificación de acuerdo a la tipología es según el origen de emprendimiento la cual se detalla a continuación:

**Tabla 5** Clasificación del emprendimiento según el origen del emprendimiento

Sub-clasificación	Características
Spin-offs académicos y corporativos:	Generadas a partir de resultados de investigación. Si se originan en una universidad son spin-off académicas y si se originan en un centro de investigación de una empresa son spin-off corporativas.

**Adaptado** de (Garzozi, y otros, 2014)

Este tipo de emprendimiento Spin-offs requiere mayor conocimiento tecnológico y teórico, generado por medio de una investigación realizada en universidades previa a su ejecución, su propósito es la creación de nuevos procesos, productos o servicios respaldados con el conocimiento adquirido.

### 7.3. Factores del emprendimiento

Los factores o condiciones del emprendimiento en ocasiones dificultan o pueden facilitar la ejecución del mismo, se puede mencionar tres aspectos fundamentales que inciden en el emprendimiento de acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor citado por (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2015) son los: "valores de la sociedad, atributos personales y el ecosistema emprendedor."(P.7) Dentro de los atributos personales es necesario mencionar que están inmersas las capacidades emprendedoras, el desarrollo de las mismas permitió conocer si influyen o no en la idea de generar un emprendimiento o idea de negocio.

Dentro de estos tres aspectos fundamentales que inciden en el emprendimiento, se encuentran 8 factores mencionados a continuación:

**Tabla 6** Factores del Emprendimiento

Sub-clasificación	Características
Apoyo Financiero:	Capital de riesgo, inversores, crowdfunding, además microcrédito en algunas instituciones financieras. Persiste aun el financiamiento por inversores informales, la familia y amigos.
Capacidad para emprender:	Son los negocios familiares característicos tanto del país como de la región.
Programas de gobierno:	Emprende Ecuador, fondos de capital de riesgo, la acreditación de incubadoras por parte de Senescyt.
Políticas de Gobierno:	Con la Ley de Control de Poder de Mercados, y las oportunidades alrededor del cambio de la matriz productiva.
Educación:	El rol de la educación superior, promotores de emprendimiento e innovación.
Apertura de mercado:	Los sistemas de compras públicas, desarrollo de la industria nacional, las ferias y otros espacios para PYMES.
Normas sociales y culturales:	Comunidades de emprendedores.

**Adaptado** por (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo , 2015)

Dentro de los factores del emprendimiento se encuentra el apoyo financiero el cual es una restricción muy fuerte al momento de poner en marcha una idea de negocio, el miedo al fracaso y en este caso al riesgo causado por la incertidumbre de que el negocio genere o no los resultados esperados frena la posibilidad de emprender. Otro factor es la capacidad de

emprender, siendo un factor positivo, el desarrollo de estas capacidades forman emprendedores capaces de asumir riesgos posicionándolos como posibles empresarios que aportarán al desarrollo socioeconómico tanto personal como de su localidad.

Los programas de gobierno como las incubadoras de negocios son aportes importantes, en vista de que brindan acompañamiento en todas las etapas de la creación de una nueva empresa, en la actualidad el gobierno fomenta el emprendimiento a través de incentivos económicos brindados por instituciones públicas como el MIES, MIPRO, incubadoras de negocios regionales, el Ministerio Coordinador de Producción, Programa Capital Semilla, el Proyecto Emprende Ecuador aporta con el financiamiento de hasta el 85% del presupuesto máximo de \$10.000 para ideas innovadoras.

La Ley de Control del Poder de Mercado, regula las políticas de gobierno hacia el emprendimiento, al existir esta normativa que regula este tipo de actividades los emprendedores tienen mayor capacidad para posicionarse en mercados nuevos o ya existentes, el cambio de la matriz productiva en el país es un aporte importante para el desarrollo de nuevos proyectos no solo de creación de materia prima para países industrializados, sino de agregación de valor a los productos permitiéndole al país desarrollarse como potencial exportador.

La educación, por otra parte, como factor es un eje fundamental, actualmente las universidades incluyen en sus mallas curriculares materias que aportan a la formación de emprendedores, formando profesionales con un criterio amplio en relación a la puesta en marcha de nuevos negocios o emprendimientos.

La apertura de mercados como factor, se vincula con la educación en vista de que segmentar distintos mercados es posible con la creación de ideas innovadoras con base tecnológica y científica, es decir, son resultado de una investigación previa lo cual validará o impedirá su creación. Las normas sociales y culturales son derivadas de características de éxito, que en

ocasiones aportan al desarrollo de la localidad, este factor beneficia al progreso individual o colectivo de los emprendedores, difundiendo su cultura y aportando al nacionalismo.

El clima económico permite diferenciar que tan favorable es el mercado para invertir, indica el grado de riesgo al cual se enfrenta la idea de negocio a ejecutarse, el análisis riguroso de este factor es de gran importancia para que el emprendedor tome la decisión de emprender.

Para los autores (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2015) el 54% las menciones se concentra en políticas de gobierno y apoyo financiero para emprendedores.

- **Políticas de gobierno.-** Los aspectos de las políticas gubernamentales que no contribuyen al fomento del emprendimiento serían: exceso de normativa, inestabilidad por continuos cambios en leyes y regulación en general, carga impositiva, burocracia, y ausencia de políticas articuladas.
- **Apoyo financiero.-** Las debilidades en este factor giran alrededor de la dificultad de acceder a créditos en el sistema financiero en condiciones preferentes para los emprendedores; mencionan que otras formas de financiamiento dedicadas a emprendedores como capital semilla o de riesgo, están aún en etapas iniciales de desarrollo en el país. (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo , 2015)

Las condiciones de un país y su estabilidad tanto política como económica son aspectos fundamentales para que la población o el emprendedor tome la decisión de invertir en una idea de negocio, considerando que el riesgo de la pérdida de su capital el cual puede ser propio o por medio de financiamiento, sería muy alto, lo cual ocasiona que se decida no invertir y se siga fomentando una cultura de profesionales empleados, más no de empleadores.

#### **7.4. Capacidad emprendedora**

La capacidad se relaciona directamente con las habilidades que las personas desarrollan, éstas pueden ser adquiridas por medio de la enseñanza o por la experiencia. Los individuos que han desarrollado y poseen dentro de su personalidad la capacidad emprendedora, están preparados para asumir riesgos y afrontar retos que ocasionan la actividad del emprendimiento, dentro de su proceso de desarrollo y sostenibilidad. Por lo tanto el desarrollo de la misma permite tener mayor oportunidad de emprender con éxito, creando nuevas oportunidades y haciéndolas productivas para beneficio propio para (Torres Valladares & Torres Lajo, 2013)

La construcción de una cultura emprendedora y solidaria es uno de los fines más ambiciosos y a la vez más necesarios de la sociedad y del sistema educativo actual en tanto la capacidad emprendedora constituye la habilidad de la persona para transformar las ideas en actos. Está relacionada con la creatividad, la innovación, la asunción de riesgos, el trabajo en equipo, autoestima, habilidades de comunicación, planificación y toma de decisiones. Estas cualidades son importantes a considerar en tanto forman parte de los procesos de aprendizaje que la persona va adquiriendo a través de su experiencia vital, por lo que son susceptibles de enseñarse y aprenderse. (P.46)

La capacidad emprendedora si es desarrollada con éxito genera beneficio social y económico como lo afirma (Formichela, 20014), “la capacidad emprendedora no se limita únicamente a la creación de empresas (como muchas veces se cree), si no que representa una manera de pensar y actuar, orientada al crecimiento y al desarrollo de un marco integral”,(P.29) esto permite aprovechar oportunidades de mercado, aportando al desarrollo económico con soluciones innovadoras y productivas, es decir su desarrollo permite que la persona se dirija de acuerdo a todas las perspectivas posibles frente a la acción de emprender.

#### **7.5. Dimensiones de la capacidad emprendedora**

La capacidad se desarrolla o se va adquiriendo a través de la enseñanza o a base de la experiencia, éstas permiten generar beneficios individuales o colectivos. Aquellos individuos que poseen capacidades emprendedoras como lo menciona (Majmud, 2013) les permite “actuar con iniciativa y perseverancia de modo de poder modificar la realidad siendo un agente de cambio, junto a los que lo rodean, aportando soluciones innovadoras a organizaciones

productivas y sociales”. No necesariamente deben generar negocio, sino también aportar en la vida familiar y profesional.

Las Cuatro dimensiones de la capacidad emprendedora que plantean (Mavila, Tinoco, & Campos, 2009), son las siguientes:

- Dimensión de realización personal.
- Dimensión de planificación
- Dimensión de relacionarse socialmente
- Dimensión de creatividad.

#### **7.5.1. Dimensión de realización personal**

Está referida al impulso por vencer desafíos, avanzar y crecer, al esfuerzo por alcanzar el triunfo, metas y ser útiles a otros.

Comprende:

- A. La búsqueda de oportunidades
- B. La persistencia
- C. La demanda por calidad y eficiencia.
- D. La toma de riesgos ( Mavila, Tinoco, & Campos, 2009)

Esta capacidad como lo mencionan los autores permite al individuo que la posee superar su miedo y dominar sus desafíos, mirar siempre hacia adelante con una visión amplia, pensar en el éxito y trabajar duro para alcanzarlo. Aquellas personas buscan aportar beneficios a los individuos que lo rodean siendo útiles a los demás, tratan de alcanzar las metas que se han planteado sin importar el tiempo que las lleve cumplirlas.

Los individuos con esta capacidad buscan oportunidades y las aprovechan para así generar nuevos negocios, crear empleo, mejorar su calidad de vida y de su familia. Al buscar

oportunidades las personas tratan de modificar su entorno positivamente, para eso es necesario trabajar en equipo y llevar a cabo o en práctica la oportunidad que se ha identificado sacándole su máximo provecho posible.

La persistencia no es más que mantenerse firme y constante hasta alcanzar los objetivos planeados, no dejarse vencer por las adversidades, al contrario luchar hasta cumplir las metas marcadas, sin importar cuán difícil parezca. La persistencia es tener un carácter y mentalidad fuerte que permita llegar a la situación o lugar deseado por el individuo. La demanda por calidad y eficiencia permite a la persona buscar satisfacer las necesidades implícitas o explícitas de los clientes o de una sociedad. La eficiencia es alcanzar la máxima productividad que sea posible utilizando los mínimos recursos o insumos.

Aquellas personas que poseen esta capacidad de tomar riesgos no le temen al fracaso, son individuos arriesgados, están dispuestos a enfrentarse a situaciones que tengan un grado de incertidumbre, pero estos riesgos deben ser calculados con el fin de disminuir el grado de incertidumbre que se le presente. Un emprendedor asume riesgo pero antes él analiza en su entorno no se hecha al ruedo sin saber a quién se enfrenta.

### **7.5.2. Dimensión de planificación**

Referida a pensar antes de actuar, identificando metas concretas o resultados que se desean alcanzar y diseñar planes consistentes para desempeñarse de manera que se aproveche las oportunidades y anular o disminuir las amenazas del entorno.

Comprende:

- El establecimiento de metas.
- La búsqueda de información,
- La planificación sistemática y el control (Mavila, Tinoco, & Campos, 2009)

La capacidad de planificación es la segunda dimensión de la capacidad emprendedora, los individuos que han desarrollado o adquirido a través de la experiencia esta capacidad piensan en el futuro antes de actuar o tomar cualquier decisión que les permitan alcanzar las metas específicas, esto se logra a través de la realización de un plan de acción que contenga procesos y actividades que apoyen al cumplimiento de los objetivos propuestos. Estas personas son capaces de anular y disminuir la incertidumbre del entorno como lo afirman los autores.

Dentro de la capacidad de planificación se encuentra el establecimiento de metas, donde para la (CEPAL, 2009) las metas “Deben ser posibles de cumplir por la institución con los recursos financieros, humanos, físicos y tecnológicos disponibles”. (P.10) Si no se establece las metas los individuos no sabrán lo que desean alcanzar, con el cumplimiento de las metas se llega a cumplir los objetivos planteados, las metas deben ser medibles, reales y fáciles de cumplir como lo menciona la CEPAL.

La búsqueda de información es un proceso o conjunto de operaciones y tareas que permiten alcanzar la información necesaria y confiable que el emprendedor requiera. La búsqueda de información debe ser precisa y eficaz, para obtener los resultados más pertinentes y adecuados de esta manera se podrá satisfacer las necesidades o tipos de información requerida por esta persona.

La planificación sistemática y el control es una de las características que debe poseer el emprendedor, para (Araujo, 2009) es la “capacidad de dividir en pasos nuestras actividades optimizando los tiempos y recursos necesarios para alcanzar los objetivos. Siendo flexibles para adaptarse a un entorno cambiante y exigente”. Esto quiere decir que el emprendedor debe dividir las tareas por actividades y a su vez sub actividades, debe tener la capacidad de optimizar los recursos que son escasos, con el fin de cumplir con los objetivos planteados.

### **7.5.3. Dimensión de relacionarse socialmente**

Esta dimensión también llamada competencia social del emprendedor, facilita el desarrollo de cualquier tipo de emprendimientos, por lo cual el manejo de las relaciones sociales en todo ámbito facilitará su desarrollo y ejecución, la empatía que pueda existir en un entorno social de diferentes características ya sean sociales, culturales y económicas, propias de cada persona.

De acuerdo a esta introducción (Mavila Hinojoza, Tinoco Gómez, & Campos Contreras, 2009) afirman que esta capacidad induce a generar estados de ánimo positivos en las personas de su entorno que se traduzcan en compromisos de apoyo para el desarrollo de sus proyectos o negocio, la persona capaz de establecer vínculos con personas e instituciones que aporten a su progreso.

La comunicación dentro de esta capacidad es uno de los ejes principales por lo cual, se debe utilizar técnicas de comunicación efectiva las cuales comprenden:

- La persuasión y elaboración de redes de apoyo.
- La autoconfianza.

Dentro de la persuasión y elaboración de redes de apoyo es necesario recalcar que el trabajo en equipo favorece a todo tipo del emprendimiento, relacionarse e involucrar a todos los miembros con los objetivos del mismo favorece a todos, al crear redes de apoyo se minimizan debilidades aprovechando las fortalezas que poseen otras personas para beneficio del proyecto o idea de negocio.

La autoconfianza permite al emprendedor percibirse de forma positiva de él mismo, confiar en sus propios recursos y habilidades, es capaz de atraer nuevas oportunidades aprovechando al máximo de lo que dispone y lo que puede lograr, esta dimensión permite generar confianza de todas las personas que nos rodean y están involucradas en el emprendimiento.

#### **7.5.4. Dimensión de creatividad**

Propone crear ideas nuevas subjetivas y objetivas en relación a la idea de negocio que se va a generar o ya se generó, de acuerdo a lo indicado (Mavila Hinojoza, Tinoco Gómez, & Campos Contreras, 2009) afirman que esta habilidad permite aportar a dar soluciones y planteamientos creativos para obtener el éxito empresarial.

La creatividad en relación a la capacidad emprendedora, no es necesaria solo al iniciar un negocio, de esta capacidad depende la sostenibilidad y posicionamiento en el mercado del emprendimiento. Esta capacidad permite tener contacto con el cliente con sus aspiraciones como consumidor y todos los procesos que están inmersos dentro de su negocio.

### **8. PREGUNTA CIENTÍFICA**

¿Cuál de las cuatro dimensiones inciden más en la capacidad emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi?

Las dimensiones que más inciden en la capacidad emprendedora son la creatividad con un grado de asociación del 31,6%, y la planificación con un grado de 20,02% (dato obtenido de coeficiente de contingencia), frente a la variable dependiente (Capacidad Emprendedora).

### **9. METODOLOGÍA**

#### **9.1. Enfoque**

El estudio de la capacidad emprendedora en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi se realizó bajo un enfoque de investigación de tipo cuantitativa, para (Canales, 2006) “la investigación cuantitativa se remite a las condiciones en que su esquema de variables-valores puede ser aplicado para producir la información en su sentido inmediato” (P.16), de forma confiable mediante el uso de un instrumento validado. Para este autor la calidad de los datos que se obtienen dependerá

directamente de la confiabilidad del instrumento de medida, es como el conjunto de variables, valores, o preguntas y alternativas, en el que deben realizar sus selecciones los individuos que forman parte de una muestra.

El enfoque cuantitativo se basa prácticamente en recolectar información o datos de un fenómeno u objeto de estudio, que permite al investigador pesar, medir o contar es decir que siempre arroje datos numéricos como resultado de la aplicación del instrumento de medición los mismos que se analizó estadísticamente, además (Behar, 2008) afirma que: “el enfoque cuantitativo tiene una innegable potencia para el tratamiento de los datos más concretos”.(P.38), lo que permitirá establecer patrones de comportamiento, al contrario del enfoque cualitativo que termina con datos de apreciaciones conceptuales y son de carácter subjetivo. Es por esto que el enfoque cuantitativo permitió alcanzar los objetivos planteados en el estudio de la capacidad emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas.

El enfoque cuantitativo para (Olsina , 1999) “es proveer un proceso de evaluación flexible, bien estructurado, suficientemente preciso, y basado en principios ingenieriles de manera de proveer indicadores cuantitativos elementales, parciales y globales los cuales son usados como base y justificación de las decisiones más óptimas.”(P.21) Por este motivo en esta investigación se realizó con un enfoque cuantitativo el mismo que permitió conocer si los estudiantes de la F.C.A. poseen la capacidad emprendedora, para lo cual se aplicó el instrumento a la muestra determinada, donde se obtuvo resultados numéricos y de forma inmediata, los mismo que serán analizados estadísticamente.

## **9.2. Tipo de investigación**

La investigación está enmarcada en dos tipologías, la descriptiva y relacional las cuales serán especificadas a continuación:

La investigación descriptiva identifica propiedades o características de una población específica por lo cual se la define como:

La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. (Meyer & Van, 2006)

La investigación relacional permite identificar la relación que poseen las dos variables, capacidades emprendedoras y las dimensiones, de acuerdo a la situación fenómeno u objeto de estudio en el cual la población se identifique los siguientes autores (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) afirman que: “es necesario hacer notar que los estudios descriptivos miden de manera más bien independiente los conceptos o variables con los que tienen que ver”. Este tipo de investigación se realizó para conocer temas que no han sido abordados a profundidad, se busca especificar las propiedades importantes del objeto de investigación, comprobando teorías o conceptos empíricamente afirmados por el autor, pretendiendo aceptarlos o rechazarlos a través de la interpretación de los resultados de la investigación.

Para realizar esta investigación se debe especificar la población a la cual va dirigida u orientada, si la misma es muy grande se debe segmentar para especificar su muestra. La técnica más frecuente que se utiliza dentro de esta investigación es la encuesta, la cual permite interactuar al investigador con la población seleccionada para obtener mayor veracidad en los resultados de la investigación.

Por otra parte la segunda tipología de investigación que se involucra es la relacional la cual será detallada a continuación.

De acuerdo a la investigación real, se define que es de tipo relacional, para esta investigación se utilizó dos variables capacidad emprendedora y las dimensiones de la capacidad las cuales son; (relacionarse socialmente, realización personal, creatividad, planificación), (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) afirman que; “los estudios relacionales miden las dos o más variables que se pretende ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos y después se

analiza la relación”. La investigación pretende analizar de acuerdo a la relación de las variables que incidencias poseen unas en otras.

Dentro de este tipo de investigación se debe plantear una población ya especificada la cual debe estar dentro del contexto de cada variable, es este caso la investigación mide la relación que existe de acuerdo a la variable dependiente (capacidad emprendedora) y las variables independientes (dimensiones de la capacidad emprendedora) para la cual se utilizó como población a los estudiantes de la F.C.A.

En este tipo de investigación se utilizó el modelo Logit el cual aportó de manera significativa para el análisis de los resultados obtenidos, es decir que se va a indagar si existe relación para que de acuerdo a las dimensiones (realización, planificación, relacionarse socialmente, creatividad) que poseen los estudiantes, influya en la capacidad emprendedora, considerando que es uno de los factores más relevantes para el desarrollo del emprendimiento. Lo que permitió comprobar un concepto, de acuerdo a las variables especificadas y su comportamiento en relación a la investigación, por otro lado se midió la relación que existe entre las variables mediante el coeficiente de Cohen.

### **9.3. Técnicas de investigación**

Para el enfoque cuantitativo que se utilizó en el estudio de la Capacidad Emprendedora de los Estudiantes de la F.C.A debe ser como lo afirma (López & Sandoval, 2013) “mucho más estructuradas, ya que busca la medición de las variables previamente establecidas”, (P.5) estas variables se encuentran ya establecidas dentro del marco teórico, la técnica de investigación permite la recolección de datos de una forma precisa y rápida esto mediante un cuestionario que es aplicada a un individuo de forma dialéctica.

Además tiene como propósito la recolección de datos que se lo realizó mediante el uso del instrumento validado que para (Behar, 2008) “de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de

información”, (P.55) esta herramienta es la encuesta que se aplicó a una muestra determinada con el fin de conocer si los estudiantes de la F.C.A. de la U.T.C. poseen la capacidad emprendedora e identificar cuál de las dimensiones tiene mayor influencia en la misma.

#### **9.4. La encuesta**

La encuesta es la técnica que se utilizó en el desarrollo de la investigación de la Capacidad Emprendedora de los estudiantes de la F.C.A. de la U.T.C. para (Hueso & Cascant, 2012) “es una técnica, mediante la utilización de un cuestionario estructurado o un conjunto de preguntas, permite obtener información sobre una población a partir de una muestra.” Las preguntas de la encuesta son cerradas y claras, esto garantizó que los encuestados se limiten a señalar las opciones que se encuentra dentro del instrumento, permitiendo así que el análisis de los datos obtenidos sea de forma rápida y concreta, asegurando que la información sea confiable y objetiva.

La información que recoge el investigador mediante la aplicación de la encuesta es de una fuente primaria y se lo ejecutó mediante procesos estandarizados a un grupo de personas con las mismas características y condiciones. Además la encuesta es una técnica muy económica que permite obtener información segura, ya que se lo realizó de forma directa a los estudiantes de la F.C.A.

La encuesta que se aplicó para identificar si los estudiantes de la F.C.A. de la U.T.C. poseen la capacidad emprendedora es de Gonzalez (2003) y Tinoco (2008) en donde al inicio establecieron tres dimensiones para la medición de la habilidad emprendedora en alumnos universitarios el mismo que contenía un cuestionario de 20 ítems pero Daniel Mavila Hinojoza, Óscar Tinoco Gómez y César Campos Contreras consideraron necesario ampliar las dimensiones a cuatro: realización personal, relacionarse socialmente, planificación y creatividad, es por esto que se procedió a reelaborar el instrumento de medición, habiéndose considerado un cuestionario que contiene 26 preguntas para las cuatro dimensiones propuestas por los autores. (Anexo 1)

### **9.5. Validez de la encuesta (instrumento)**

La validez es uno de los requisitos que debe cumplir un instrumento de medición (encuesta) para que la recolección de datos se lo realice de forma segura, confiable y garantice la veracidad de la investigación. Para (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) la validez es el “grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir. Por ejemplo, un instrumento válido para medir la inteligencia debe medir la inteligencia y no la memoria”. (P.201) La validez que debe tener todo instrumento de medición es importante para que la investigación sea real y relevante un instrumento no validado no es confiable y ocasionaría que el estudio fracase.

El instrumento de (Mavila, Tinoco, & Campos, 2009) que miden la capacidad emprendedora fue validado mediante un análisis factorial donde “la verificación de las dimensiones consideradas al elaborar el instrumento, lo cual se desarrolló mediante el análisis factorial, con soporte en el programa SPSS v. 15.0”. (P.3) Las dimensiones que miden la capacidad emprendedora son cuatro realización personal, relacionarse socialmente, planificación y creatividad de las cuales se tiene 26 preguntas.

Una forma de validar el instrumento es mediante la validación de expertos donde (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) afirma que la validación “se refiere al grado en que aparentemente un instrumento de medición mide la variable en cuestión, de acuerdo con expertos en el tema”. (P.204) Esta forma de validar un instrumento trata de preguntar a expertos sobre el tema que le parece las preguntas planteadas en el instrumento de medición si aporta o no con el tema de investigación.

### **9.6. Confiabilidad del instrumento (encuesta)**

Para (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) la confiabilidad de un instrumento de medición es el “grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes”. (P.201) Es decir que los resultados que proporcione la aplicación de la encuesta sean confiables y permitan

realizar la investigación de forma correcta y real, además que el estudio que se ha realizado contribuya con información relevante para la sociedad.

El instrumento de medición (encuesta) que se utilizó en el estudio de la capacidad emprendedora de los estudiantes de la F.C.A. de la U.T.C. es confiable ya que la prueba de confiabilidad que fue realizada por los autores mediante el alfa de Cronbach posee un grado de confiabilidad en el que se obtuvo un coeficiente de 0.923, valor relativamente alto que denota la confiabilidad del instrumento, esto quiere decir que los resultados que se obtengan al aplicar la encuesta a la muestra seleccionada serán coherentes y se podrá confiar en los mismos.

El instrumento (encuesta) que mide la capacidad emprendedora cuenta con un cuestionario de 26 preguntas, el mismo que ha sido utilizado en instituciones de educación superior a los estudiantes de diferentes carreras y ciclos con el propósito de conocer si cuentan con el factor de la capacidad emprendedora ya que la misma es uno de los principales factores que influye en el acto de emprender. El cuestionario de Daniel Mavila Hinojoza, Óscar Tinoco Gómez y César Campos Contreras ha sido utilizado solo para fines educativos.

El cuestionario cuenta con cuatro dimensiones que son:

1. Dimensión relación personal
2. Dimensión de relacionarse socialmente
3. Dimensión Creatividad
4. Dimensión de planificación

Dentro de cada dimensión se encuentra las características que buscan medir cada una de ellas.

**Tabla 7** Dimensiones de la Capacidad Emprendedora

<b>Características de las Dimensiones de la Capacidad Emprendedora</b>	
Dimensión de Realización Personal	La búsqueda de oportunidades.
	La persistencia.
	La demanda por calidad y eficiencia.
	La toma de riesgos.
Dimensión de Relacionarse Socialmente	La persuasión y elaboración de redes de apoyo.
	La autoconfianza.
Dimensión de Creatividad	La originalidad.
	La iniciativa propia.
Dimensión de Planificación	El establecimiento de metas.
	La búsqueda de información.
	La planificación sistemática y el control.

**Adaptado por** (Mavila, Tinoco, & Campos , 2009)

Estas cuatro dimensiones permiten medir la capacidad emprendedora de los estudiantes, y cada una de ellas cuenta con ítems. Para medir la primera dimensión de relacionarse socialmente los autores del instrumento han considerado 11 ítems, para la siguiente dimensión de realización personal posee 5 ítems, en la tercera dimensión que es la creatividad cuenta con 4 ítems, y por último para medir la dimensión de planificación con 5 ítems, formando así un cuestionario de 26 ítems.

Este cuestionario se aplicó a los estudiantes de la F.C.A. con el propósito de conocer cuál de las cuatro dimensiones influyen en la capacidad emprendedora, es importante recalcar que la aplicación de la encuesta no se realizó a toda la facultad ya que se tomó en cuenta a los estudiantes que dentro de su ciclo académico ya hayan recibido materias afines al emprendimiento.

### **9.7. Aplicación estadística**

La investigación cuantitativa al analizar datos debe apoyarse en programas estadísticos los cuales facilitaron el trabajo para la interpretación de los resultados obtenidos. El programa que se utilizó el SPSS (Statistical Product and Service Solutions) que es un programa de análisis de datos cuantitativos que entrega estadísticos descriptivos hasta análisis de estadísticos

completos, esto entorno a la investigación aportó a obtener cálculos exactos, los cuales permitieron determinar la objetividad y veracidad de la información obtenida.

Logit de igual forma es un modelo estadístico que se utilizó, mide la relación que existe entre dos variables, permitiendo presentar estimaciones de la intensidad necesaria que induce una determinada proporción de respuestas, en función a las dos variables estimadas como dependiente e independiente.

Otra herramienta que ayudó a la interpretación de datos es Excel, en vista de que es una hoja de cálculo de apoyo financiero y contable, que aportó y facilitó el trabajo con datos numéricos, por lo cual para esta investigación facilitó la interpretación de los resultados de la misma.

## **9.8. Población**

La población de un proyecto de investigación recoge características comunes de un determinado grupo de individuos los cuales forman el centro u objeto de estudio, de esta forma (Ludewig, 2012) indica que la “Población (o universo) es cualquier colección finita o infinita de elementos o sujetos”. Otro autor afirma (Suárez, 2011) que la población es el “conjunto de “individuos” al que se refiere nuestra pregunta de estudio o respecto al cual se pretende concluir algo”. De acuerdo a estas dos afirmaciones ponemos determinar que la población engloba la investigación en sí, es decir que los individuos que están inmersos en ella permitirán concluir con los resultados esperados de la investigación.

Existen dos tipos de poblaciones finita e infinita, la población que se utilizó en el proyecto de investigación es una población finita, la cual se identifica en su totalidad como facultad y se encuentra distribuida por carreras, donde a continuación se especifica cada una con sus respectivos valores y se especifica de acuerdo al número de estudiantes el porcentaje de representación dentro de la facultad:

## 9.9. Muestra

**Tabla 8** Número de estudiantes que reciben emprendimiento en su malla curricular de la F.C.A.

<b>Carreras</b>	<b>N° de Estudiantes</b>	<b>Porcentaje</b>
Licenciatura en Comercio	268	33,54%
Licenciatura en Contabilidad y Auditoria	436	54,56%
Licenciatura en Secretariado Ejecutivo	95	11,89%
<b>Total</b>	<b>799</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** equipo de investigación

La muestra siendo un segmento de la totalidad del universo o población la cual es de 799 estudiantes se la define según (Bernal, 2010) como “la parte de la población que se selecciona de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio”. (P.177) El desarrollo del estudio en relación a la muestra permitió identificar al número específico de individuos que será tomado del universo o población total.

Dentro de la clasificación de la muestra encontramos el muestreo probabilístico que según (Espinoza, 2006) afirma que “todos y cada uno de los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados (azar)”. Por lo cual este tipo de muestreo es utilizado con frecuencia para investigaciones de tipo cuantitativas, con poblaciones grandes porque facilita la clasificación de la muestra.

La técnica que se utilizó para definir el tipo de muestreo es la estratificación, la cual nos permite agrupar a la muestra por lo cual según los siguientes autores (Roberto, Fernández, & Baptista, 2014) indican que es el “muestreo en el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento”. (P.181)

La población de toda la Facultad de Ciencias Administrativas es de 799 estudiantes, la muestra es estratificada de acuerdo a cada las carreras (Licenciatura en Comercio, Licenciatura en contabilidad y Auditoría, Licenciatura en Secretariado Ejecutivo y Gerencial), es decir del total de la muestra se va a conglomerar valores numéricos exactos para cada carrera, esto permitió que le enfoque de la investigación sea igualitario.

Por lo cual de acuerdo a la población finita y el tipo de investigación cuantitativa la fórmula para determinar la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{z_a^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N - 1) + z_a^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n: tamaño muestral

N: tamaño de la población

Z: valor correspondiente a la distribución de Gauzz,  $z_{\alpha=0,05}=1,96$

p: prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de conocerse ( $p=0,50$ ) mayor al tamaño muestral.

q: 0,50

i: margen de error 5%

$$n = \frac{z_a^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N - 1) + z_a^2 \cdot p \cdot q}$$

**DATOS**

n=799

Z= 1,96

p= 0,50

q=0,50

i= 0,05

$$n = \frac{1,96^2 * 799 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(799 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 199,75}{0,0025 * (799 - 1) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{767,3496}{2,9554}$$

$$n = 259,64$$

De acuerdo al cálculo de la muestra como resultado se obtuvo una muestra de 259,64 encuestas que aproximando al inmediato superior se aplicó 260 encuestas a los estudiantes dentro de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi por lo cual a continuación se detalla el plan muestral aleatorio estratificado para cada carrera.

**Tabla 9** Plan Muestral

<b>Carrera</b> <b>Cuarto</b>	<b>Comercio</b>	<b>Contabilidad</b>	<b>Secretariado</b>
<b>Cuarto</b>	94	105	-
<b>Quinto</b>	28	89	26
<b>Sexto</b>	45	59	18
<b>Séptimo</b>	35	53	30
<b>Octavo</b>	39	76	21
<b>Noveno</b>	27	54	-
<b>TOTAL</b>	268	436	95
<b>Porcentaje</b>	0.34	0.55	0.12
<b>TOTAL</b>	87	142	31

**Elaborado por:** equipo de investigación (2018)

El plan muestral aleatorio estratificado da como resultado la aplicación de 260 encuestas divididas en, 87 para la carrera de Ingeniería Comercial, 142 para la carrera de Contabilidad y Auditoría y 31 para la carrera de Secretariado Ejecutivo de la F.C.A.

**Tabla 10** Encuestas por aplicar

<b>Carrera</b> <b>Cuarto</b>	<b>Comercio</b>	<b>Contabilidad</b>	<b>Secretariado</b>
<b>Cuarto</b>	31	34	0
<b>Quinto</b>	9	29	8
<b>Sexto</b>	15	19	6
<b>Séptimo</b>	11	17	10
<b>Octavo</b>	13	25	7
<b>Noveno</b>	9	18	0
<b>TOTAL</b>	87	142	31

**Elaborado por:** equipo de investigación (2018)

En la tabla 10 se indica el número de encuestas que se aplicó por curso a cada carrera, es necesario mencionar que en Contabilidad y Comercio se encuestó desde cuarto ciclo a

diferencia de Secretariado que fue desde quinto ciclo, esto se debe a que desde estos cursos toman materias en relación al emprendimiento.

## 10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 10.1. Resultado de encuestas

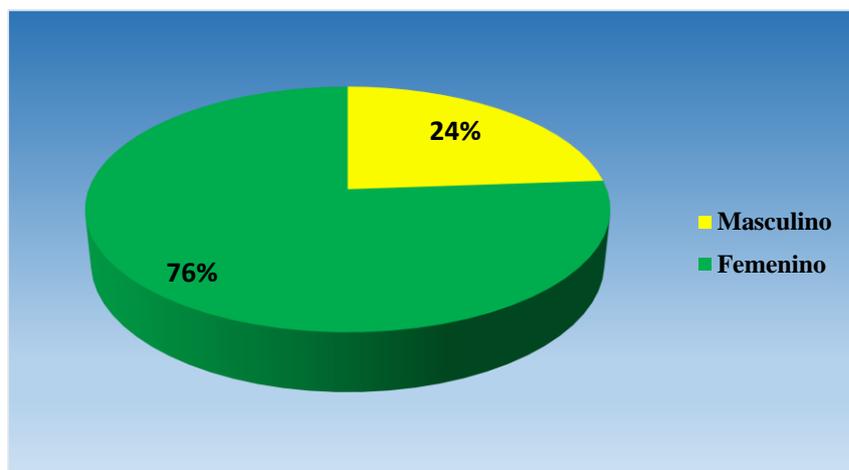
#### A. Género

**Tabla 11** Género

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	62	24%
Femenino	198	76%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 1** Género



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 76% que representa 198 estudiantes encuestados son de género femenino y el 24% que representa a 62 estudiantes son de género masculino, esto permite determinar que la facultad posee mayor porcentaje de estudiantes mujeres.

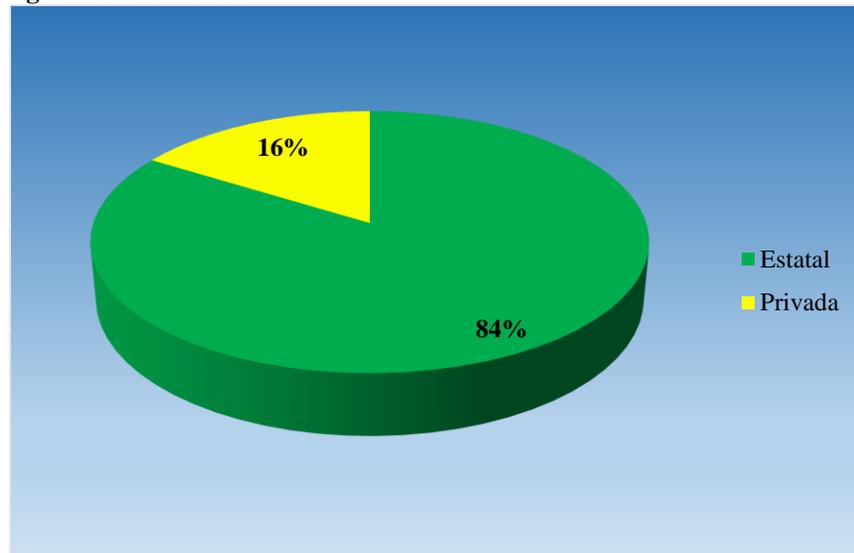
## B. Tipo de Institución educativa donde culminó sus estudios secundarios

**Tabla 12** Institución Educativa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Estatal	218	84%
Privada	42	16%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 2** Institución Educativa



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 84% de los encuestados que representa a 218 estudiantes culminaron sus estudios secundarios en instituciones estatales y el 16% que representa a 42 estudiantes en instituciones privadas.

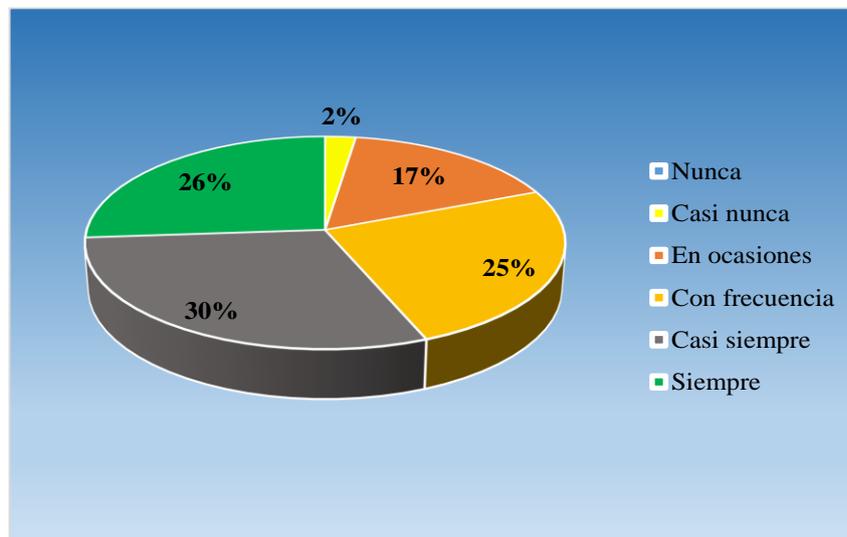
## 1.- ¿Actúa por iniciativa propia usando sus recursos?

**Tabla 13** Iniciativa propia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	6	2%
En ocasiones	43	17%
Con frecuencia	65	25%
Casi siempre	78	30%
Siempre	68	26%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta(2017)

**Figura 3** Iniciativa propia



Fuente: Encuesta (2017)

El 30% que representa a 78 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre actúan por iniciativa propia usando sus recursos, el 26% que representa a 68 estudiantes indicó que siempre actúan por iniciativa propia, el 25% que representa a 65 estudiantes señaló que con frecuencia actúan por iniciativa propia usando sus recursos, el 17% que representa a 43 estudiantes mencionó que en ocasiones actúan por iniciativa propia y tan solo el 2% que representa a 6 estudiantes afirmó que casi nunca actúan por iniciativa propia utilizando sus recursos. Lo cual indica que los estudiantes de la F.C.A. organizan y manejan sus recursos de manera eficiente, esto les permite que los mismos sean utilizados para un fin específico de beneficio propio.

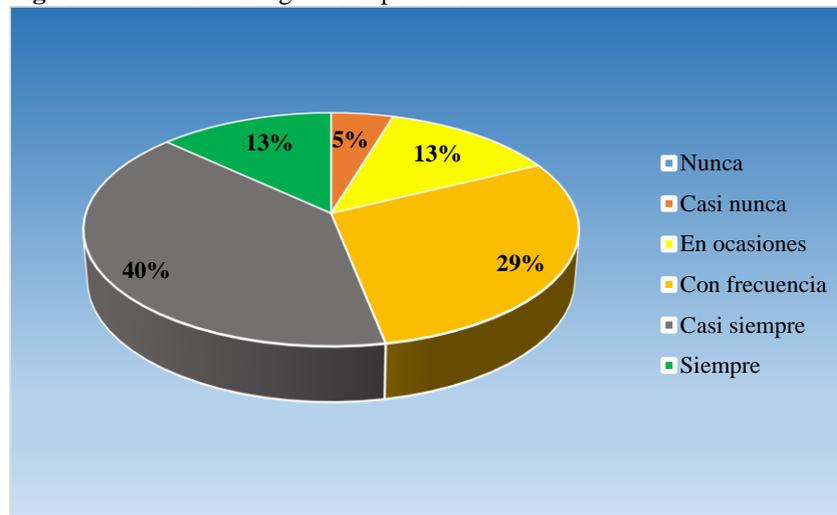
## 2.- ¿Identifica, calcula y controla los riesgos al emprender las acciones?

**Tabla 14** Control de riesgos al emprender

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	12	5%
En ocasiones	34	13%
Con frecuencia	76	29%
Casi siempre	104	40%
Siempre	34	13%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 4** Control de riesgos al emprender



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 40% que representa a 104 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre identifica y calcula un control de riesgos al emprender, el 29% que representa a 76 estudiantes indicó que con frecuencia calculan el control del riesgo al emprender, el 13% que representa a 34 estudiantes señaló en ocasiones calculan el control del riesgo al emprender, el 13% que representa a 34 estudiantes mencionó que siempre calculan el control del riesgo al emprender y tan solo el 5% que representa a 12 estudiantes afirmó que casi nunca calculan el control del riesgo al emprender. Por ende esto indica que los estudiantes de la F.C.A. se manejan de manera eficiente frente al riesgo, al cual se exponen al emprender o generar una idea de negocio.

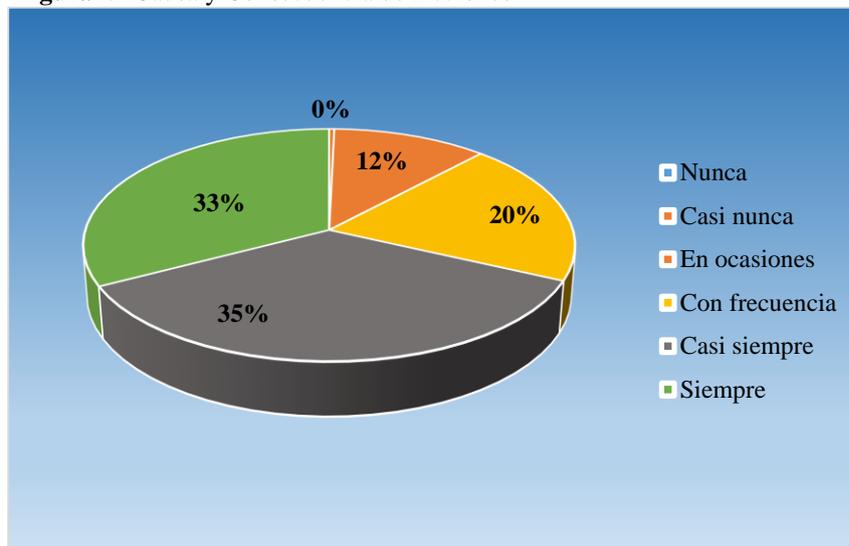
### 3.- ¿Atribuyes a ti mismo las causas y consecuencias de tus acciones?

**Tabla 15** Causa y Consecuencia de Acciones

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	1	0%
En ocasiones	30	12%
Con frecuencia	52	20%
Casi siempre	92	35%
Siempre	85	33%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta(2017)

**Figura 5** Causa y Consecuencia de Acciones



Fuente: Encuesta (2017)

El 35% que representa a 92 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre se atribuyen la causa y consecuencia de sus acciones, el 33% que representa a 85 estudiantes señaló que siempre se atribuyen la causa y consecuencia de sus acciones, el 20% que representa a 52 estudiantes indicó que con frecuencia siempre se atribuyen la causa y consecuencia de sus acciones, el 12% que representa a 30 estudiantes afirmó que en ocasiones se atribuyen a la causa de sus acciones y tan solo el 0.5% que representa a 1 estudiante mencionó que nunca se atribuyen la causa y consecuencia de sus acciones. Este resultado indica que los estudiantes de la F.C.A. actúan en relación a causa y efecto de sus acciones.

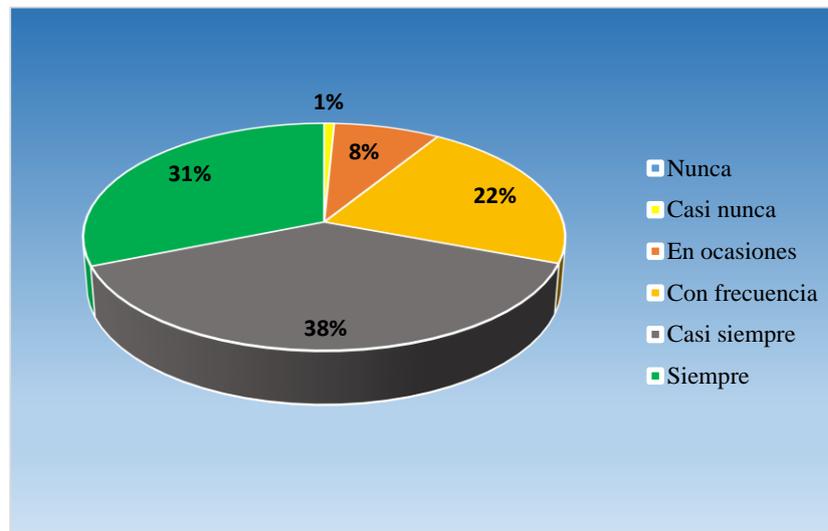
#### 4.- ¿Propone nuevas alternativas para alcanzar sus propósitos?

**Tabla 16** Propuesta de Alternativas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	2	1%
En ocasiones	21	8%
Con frecuencia	57	22%
Casi siempre	99	38%
Siempre	81	31%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 6** Propuesta de Alternativas



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 38% que representa a 99 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre proponen alternativas con el objetivo de alcanzar sus propósitos el 31% que representa a 81 estudiantes indicó que siempre proponen alternativas, el 22% que representa a 57 estudiantes mencionó que con frecuencia proponen alternativas y tan solo el 8% que representa a 21 personas afirmó que en ocasiones proponen alternativas para alcanzar sus propósitos y el 1% que representa a 2 estudiantes señaló que casi nunca proponen alternativas. Esto indica que los estudiantes de la F.C.A. son capaces de generar ideas y propuestas, que les permiten alcanzar objetivos a corto o largo plazo con el fin de alcanzar el propósito anhelado.

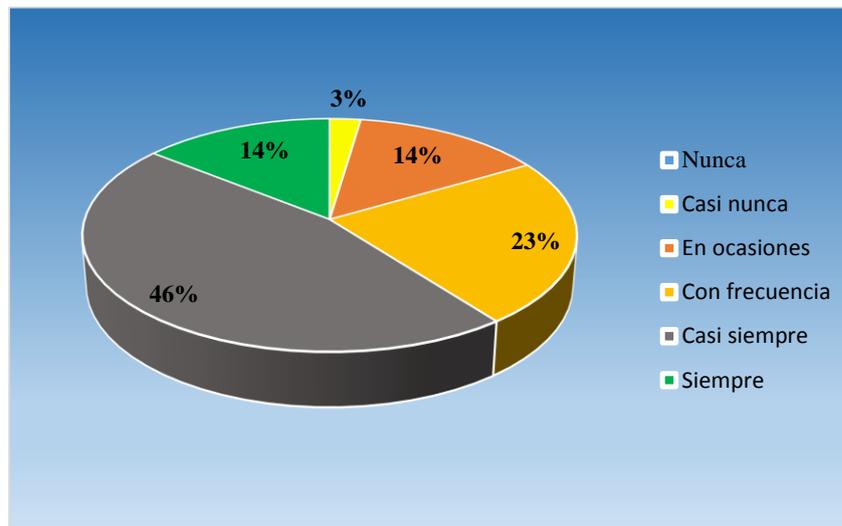
## 5.- ¿Visualiza anticipadamente el resultado de sus acciones?

**Tabla 17** Ampliación de resultados

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	6	2%
En ocasiones	37	14%
Con frecuencia	60	23%
Casi siempre	120	46%
Siempre	37	14%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 7** Aplicación de resultados



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 46% que representa a 120 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que actúan casi siempre se anticipan a los resultados de sus acciones, el 23% que representa a 60 estudiantes indicó que actúan con frecuencia anticipándose a los resultados de sus acciones, el 14% que representa a 37 estudiantes mencionó en ocasiones se anticipan a los resultados de sus acciones, el 14% que representa a 37 estudiantes indicó que siempre se anticipan a los resultados de sus acciones, y tan solo el 3% que representa a 6 estudiantes afirmó que casi nunca se anticipan a los resultados de sus acciones. De acuerdo a los resultados obtenidos los estudiantes de la F.C.A. ven la necesidad de anticiparse a los resultados, esto les permite visualizar las decisiones de una manera profunda y veraz.

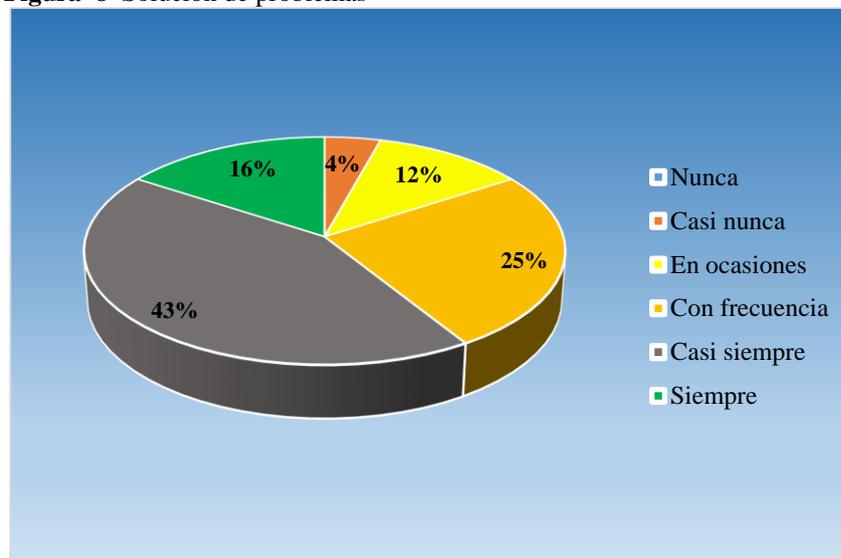
## 6.- ¿Da soluciones fluidas y/o flexibles frente a los problemas?

**Tabla 18** Solución de problemas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	11	4%
En ocasiones	30	12%
Con frecuencia	66	25%
Casi siempre	112	43%
Siempre	41	16%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 8** Solución de problemas



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 43% que representa a 112 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre presentan soluciones flexibles a los problemas, el 25% que representa a 66 estudiantes indicó que con frecuencia presentan soluciones flexibles a los problemas, el 16% que representa a 41 estudiantes mencionó que siempre presentan soluciones flexibles a los problemas, el 12% que representa a 30 estudiantes señaló que en ocasiones presentan soluciones flexibles a los problemas, y tan solo el 4% que representa a 11 estudiantes afirmó que casi nunca presentan soluciones flexibles a los problemas. Estos resultados indican que los estudiantes de la F.C.A. son capaces de generar soluciones flexibles y rápidas a los problemas que se presenten.

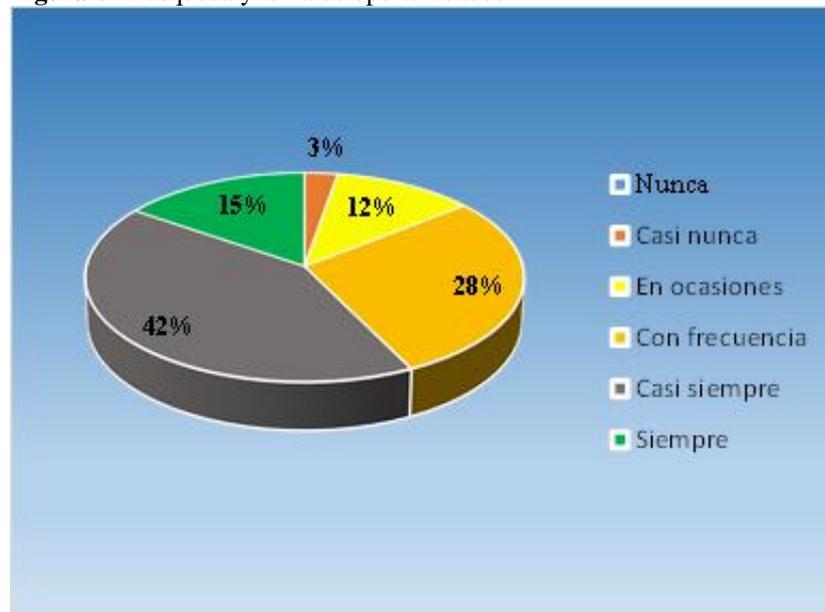
## 7.- ¿Busca y toma oportunidades para resolver sus demandas o exigencias?

**Tabla 19** Búsqueda y toma de oportunidades

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	7	3%
En ocasiones	30	12%
Con frecuencia	74	28%
Casi siempre	109	42%
Siempre	40	15%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 9** Búsqueda y toma de oportunidades



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 42% que representa a 109 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre busca y toma oportunidades para resolver sus exigencias, el 28% que representa a 74 estudiantes indicó que con frecuencia buscan y toman oportunidades para resolver sus exigencias, el 15% que representa a 40 estudiantes mencionó que siempre buscan y toman oportunidades para resolver sus exigencias, el 12% que representa a 30 estudiantes afirmó que en ocasiones buscan y toman oportunidades para resolver sus exigencias, y tan solo el 3% que representa a 7 estudiantes señaló que casi nunca buscan y toman oportunidades para resolver sus exigencias. Por medio de los resultados obtenidos se determina que los estudiantes

de la F.C.A. actúan de acuerdo a las exigencias y demandas propias, esto permite que generen ideas para la creación de la solución a problemas.

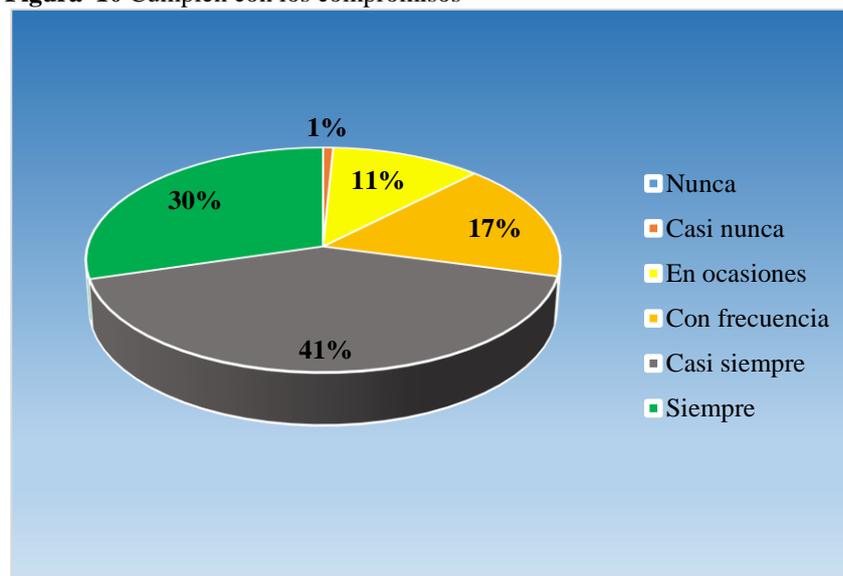
### 8.- ¿Cumple con los compromisos adquiridos?

**Tabla 20** Cumplen con los compromisos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	2	1%
En ocasiones	30	12%
Con frecuencia	44	17%
Casi siempre	107	41%
Siempre	77	30%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 10** Cumplen con los compromisos



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 41% que representa a 107 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que siempre cumplen con los compromisos adquiridos, el 30% que representa a 77 estudiantes indicó que siempre cumplen con los compromisos adquiridos, el 17% que representa a 44 estudiantes mencionó que con frecuencia cumplen con los compromisos adquiridos, el 11% que representa a 30 estudiantes señaló que en ocasiones cumplen con los compromisos adquiridos, y tan solo el 1% que representa a 2 estudiantes afirmó que casi nunca cumplen con los compromisos adquiridos. En relación a los resultados se puede afirmar que los estudiantes

de la F.C.A. de acuerdo a los compromisos que se van adquiriendo, son capaces de cumplirlos a cabalidad.

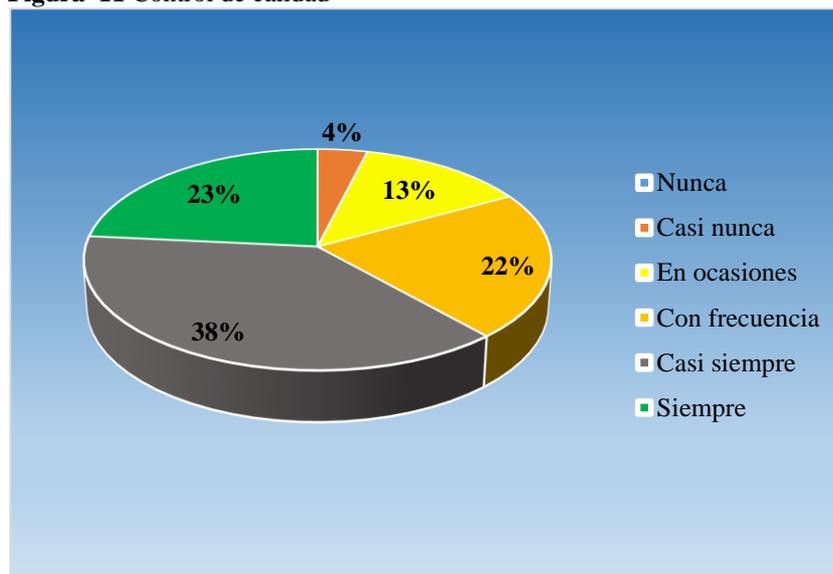
### 9.- ¿Aplica controles de calidad (hace bien las cosas)?

**Tabla 21** Control de calidad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	10	4%
En ocasiones	34	13%
Con frecuencia	56	22%
Casi siempre	99	38%
Siempre	61	23%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 11** Control de calidad



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 38% que representa a 99 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre aplican controles de calidad, el 23% que representa a 61 estudiantes indicó que siempre aplican controles de calidad, el 22% que representa a 56 estudiantes mencionó que con frecuencia aplican controles de calidad, el 13% que representa a 34 estudiantes afirmó que en ocasiones aplican controles de calidad y tan solo el 4% que representa a 10 estudiantes señaló que casi nunca realizan controles de calidad. En relación a los resultados obtenidos los

estudiantes de la F.C.A. frente a los controles de calidad permiten destacar y perfeccionar o cuidar el mínimo detalle en relación a las acciones o decisiones tomadas dentro de un proceso

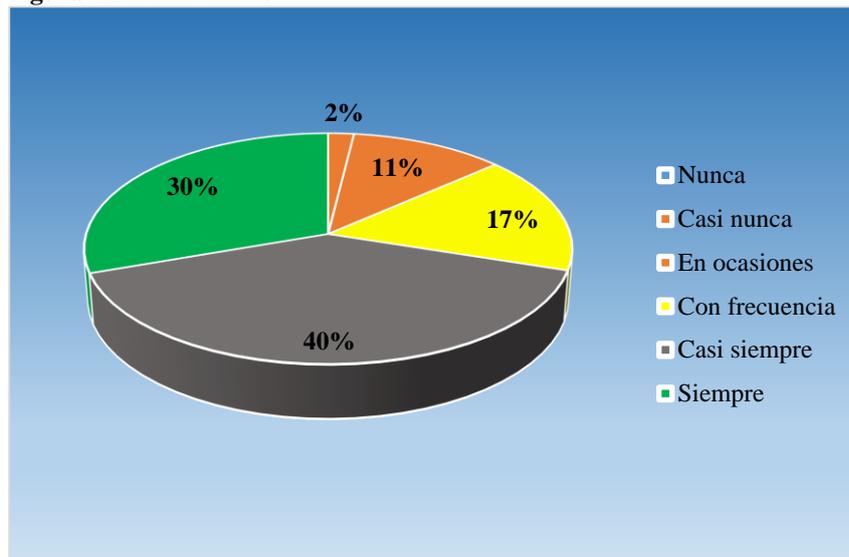
### 10.- ¿Define metas o propósitos concretos en su desempeño?

**Tabla 22** Define metas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	5	2%
En ocasiones	30	12%
Con frecuencia	43	17%
Casi siempre	103	40%
Siempre	79	30%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 12** Define metas



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 40% que representa a 103 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre definen metas o propósitos en su desempeño, el 30% que representa a 79 estudiantes indicó que siempre definen metas o propósitos en su desempeño, el 17% que representa a 43 estudiantes mencionó que con frecuencia definen metas o propósitos en su desempeño, el 12% que representa a 30 estudiantes afirmó que en ocasiones definen metas o propósitos en su desempeño y el 2% que representa a 5 estudiantes señaló que casi nunca definen metas o propósitos en su desempeño. Por medio de los resultados se puede decir que los estudiantes de la F.C.A. tienen claro que alcanzar sus metas les permite lograr el éxito, a

través de acciones orientadas y analizadas previamente, al cumplir metas establecidas que se convierten en un reto, que en ocasiones les causará salir de su área de confort, es aquí donde se deben aplicar estrategias que faciliten su logro.

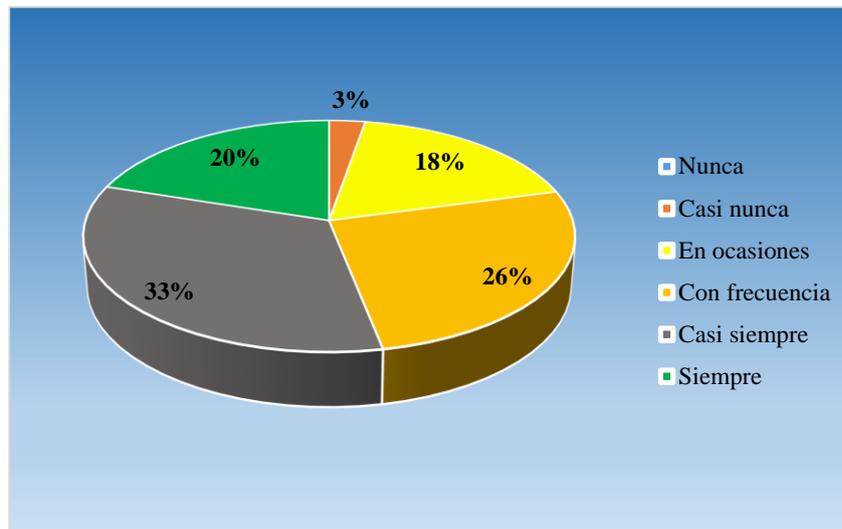
### 11.- ¿Investiga, explora, curioso sea y pregunta?

**Tabla 23** Interés de conocimiento

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	7	3%
En ocasiones	47	18%
Con frecuencia	68	26%
Casi siempre	86	33%
Siempre	52	20%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 13** Interés de conocimiento



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 33% que representa a 86 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre muestran interés de conocimiento, el 26% que representa a 68 estudiantes indicó que con frecuencia muestran interés de conocimiento, el 20% que representa a 52 estudiantes mencionó que siempre muestran interés de conocimiento, el 18% que representa a 47 estudiantes señaló que en ocasiones muestran interés de conocimiento, y tan solo el 3% que representa a 7 estudiantes afirmó que casi nunca muestran interés de conocimiento. Esta actitud

expuesta según los resultados obtenidos indica que los estudiantes la F.C.A. muestran interés por conocer cosas diferentes, por investigar y por satisfacer sus interrogantes.

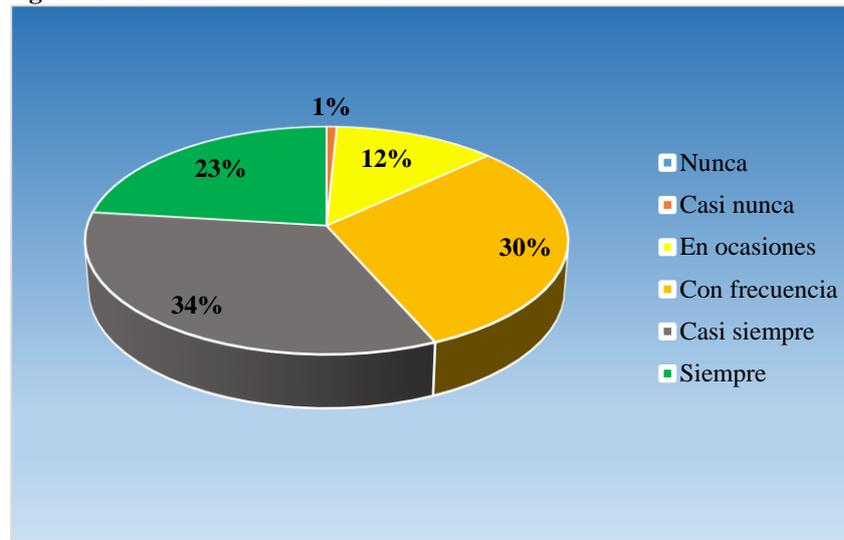
## 12.- ¿Administra racionalmente los recursos?

**Tabla 24** Administración de recursos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	2	1%
En ocasiones	32	12%
Con frecuencia	79	30%
Casi siempre	87	33%
Siempre	60	23%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta(2017)

**Figura 14** Administración de recursos



Fuente: Encuesta (2017)

El 33% que representa a 87 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre administran sus recursos de una manera correcta, el 30% que representa a 79 estudiantes señaló que con frecuencia administran sus recursos de una manera correcta, el 23% que representa a 60 estudiantes mencionó que siempre administran sus recursos de una manera correcta, el 12% que representa a 32 estudiantes indicó que en ocasiones administran sus recursos de una manera correcta, y tan solo el 1% que representa a 2 estudiantes afirmó que casi nunca administran sus recursos de una manera correcta. De acuerdo a los resultados obtenidos se establece que la administración de recursos permitirá que los estudiantes de la

F.C.A. manejen eficientemente sus recursos propios, para que por medio de los mismos se pueda satisfacer sus intereses propios.

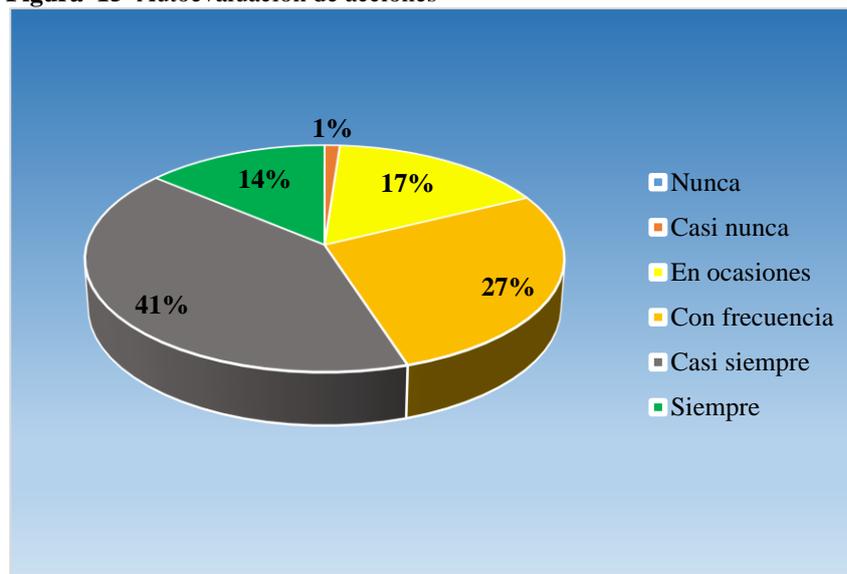
### 13.- ¿Evalúa y corrige las acciones?

**Tabla 25** Autoevaluación de acciones

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	3	1%
En ocasiones	43	17%
Con frecuencia	71	27%
Casi siempre	107	41%
Siempre	36	14%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 15** Autoevaluación de acciones



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 41% que representa a 107 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre realizan una autoevaluación de acciones, el 27% que representa a 71 estudiantes señaló que con frecuencia realizan una autoevaluación de acciones, el 17% que representa a 43 estudiantes mencionó que en ocasiones realizan una autoevaluación de acciones, el 14% que representa a 36 estudiantes indicó que siempre realizan una autoevaluación de acciones, y tan solo el 1% que representa a 2 estudiantes afirmó que casi

nunca realizan una autoevaluación de acciones. Lo cual indica que los estudiantes de la F.C.A. poseen esta habilidad para autoevaluarse en relación a sus acciones.

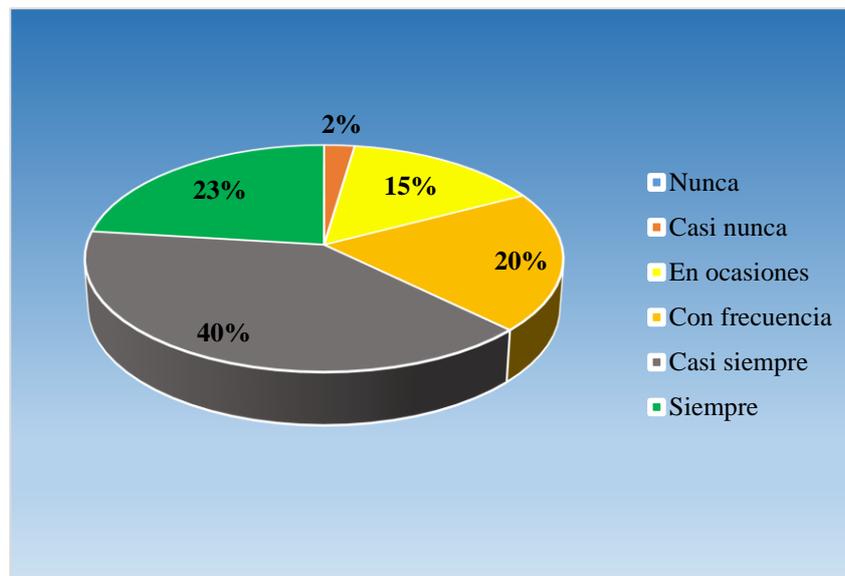
#### 14.- ¿Trabajas cooperativamente en equipo?

**Tabla 26** Trabajo en equipo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	6	2%
En ocasiones	39	15%
Con frecuencia	52	20%
Casi siempre	103	40%
Siempre	60	23%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 16** Trabajo en equipo



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 40% que representa a 103 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre trabajan en equipo, el 23% que representa a 60 estudiantes señaló que siempre trabaja en equipo, el 20% que representa a 52 estudiantes mencionó que con frecuencia trabajan en equipo, el 15% que representa a 39 estudiantes indicó que en ocasiones trabajan en equipo, y tan solo el 2% que representa a 6 estudiantes afirmó que casi nunca trabajan en equipo. En relación a los datos obtenidos los cuales indican que los estudiantes de la F.C.A.

poseen la capacidad de acoplarse al trabajo en equipo, teniendo en cuenta que esto permite mejorar el resultado.

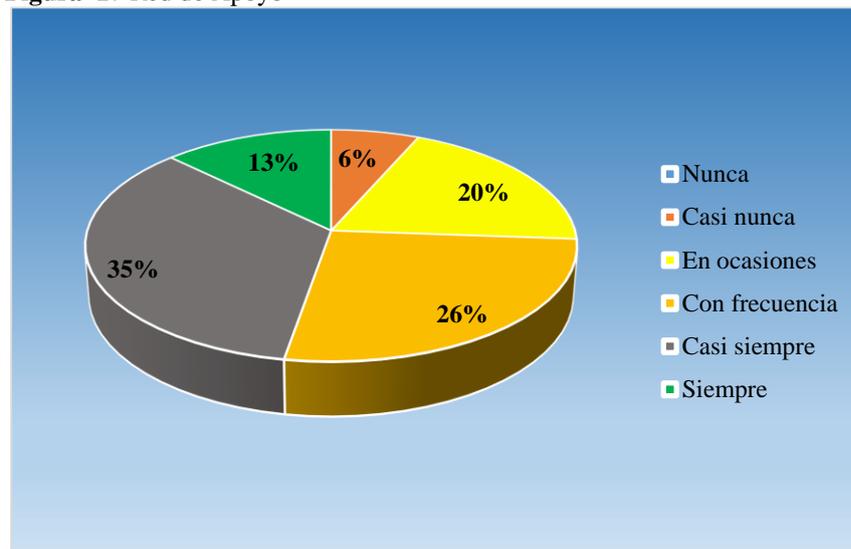
### 15.- ¿Construye redes de apoyo?

**Tabla 27** Red de apoyo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	17	7%
En ocasiones	51	20%
Con frecuencia	69	27%
Casi siempre	90	35%
Siempre	33	13%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 17** Red de Apoyo



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 35% que representa a 90 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre construyen redes de apoyo, el 27% que representa a 69 estudiantes señaló que con frecuencia construyen redes de apoyo, el 20% que representa a 51 estudiantes mencionó que en ocasiones construyen redes de apoyo, el 13% que representa a 33 estudiantes indicó que siempre construyen redes de apoyo, y tan solo el 7% que representa a 17 estudiantes afirmó que casi nunca construyen redes de apoyo. En referencia a los resultados obtenidos se puede

decir que los estudiantes de la F.C.A. construyen redes de apoyo, las mismas que están vinculadas al trabajo en equipo.

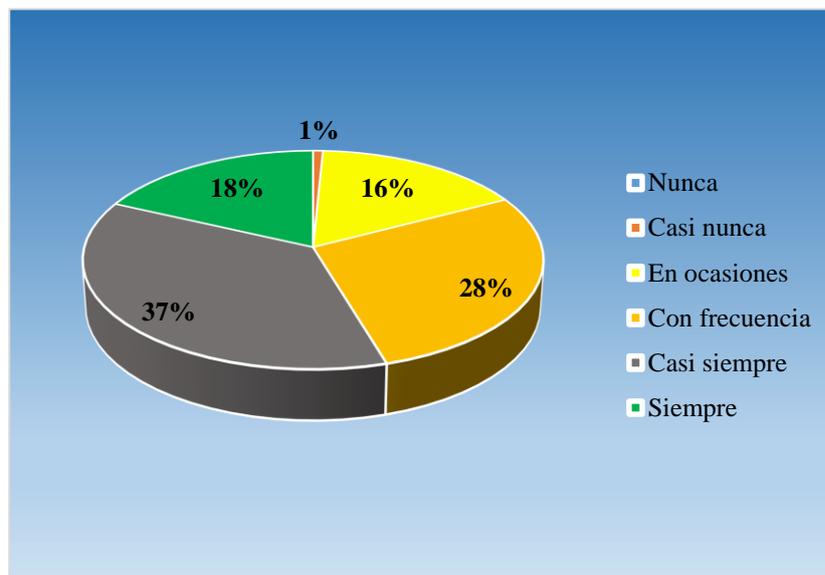
### 16.- ¿Buscas que tus respuestas sean diferentes a la de los demás?

**Tabla 28** Diferenciación de respuestas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	2	1%
En ocasiones	43	17%
Con frecuencia	73	28%
Casi siempre	95	37%
Siempre	47	18%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 18** Diferenciación de respuestas



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 37% que representa a 95 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre buscan diferenciarse de las respuestas de los demás, el 28% que representa a 73 estudiantes señaló que con frecuencia buscan diferenciarse de las respuestas de los demás, el 18% que representa a 47 estudiantes mencionó que siempre buscan diferenciarse de las respuestas de los demás, y el 17% que representa a 43 estudiantes indicó que en ocasiones buscan diferenciarse de las respuestas de los demás y el 1% afirmó que casi nunca buscan diferenciarse de las repuestas de los demás . A partir de los resultados obtenidos se puede

aseverar que los estudiantes de la F.C.A. buscan diferenciarse de su futura competencia profesional, este aspecto incrementa su valor tanto en el ámbito profesional como en la vida personal del individuo.

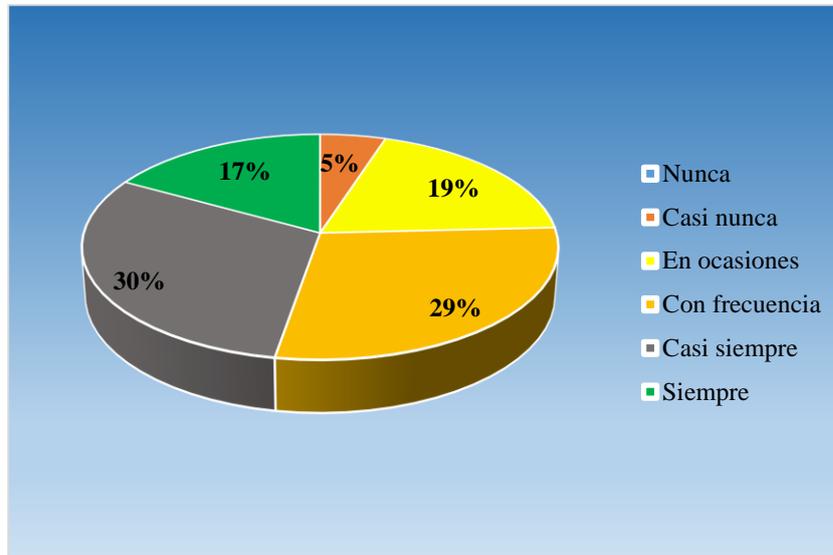
### 17.- ¿Presta atención a lo que otros denominan “ideas locas”?

**Tabla 29** Atracción por la innovación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	13	5%
En ocasiones	50	19%
Con frecuencia	74	28%
Casi siempre	79	30%
Siempre	44	17%
Total	260	100%

Fuente: Encuesta(2017)

**Figura 19** Atracción por la innovación



Fuente: Encuesta (2017)

El 30% que representa a 79 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre se sienten atraído por la innovación, el 29% que representa a 74 estudiantes señaló que con frecuencia sienten atraídos por la innovación, el 19% que representa a 50 estudiantes mencionó que en ocasiones se sienten atraídos por la innovación, el 17% que representa a 44 estudiantes indicó que siempre se sienten atraídos por la innovación, y tan solo el 5% que representa a 17 estudiantes afirmó que casi nunca se sienten atraídos por la

innovación. De acuerdo a los resultados obtenidos podemos afirmar que los estudiantes de la F.C.A. se sienten atraídos por ideas nuevas o innovadoras, este aspecto va de la mano con el emprendedor y es una de las capacidades que define el perfil y comportamiento del mismo.

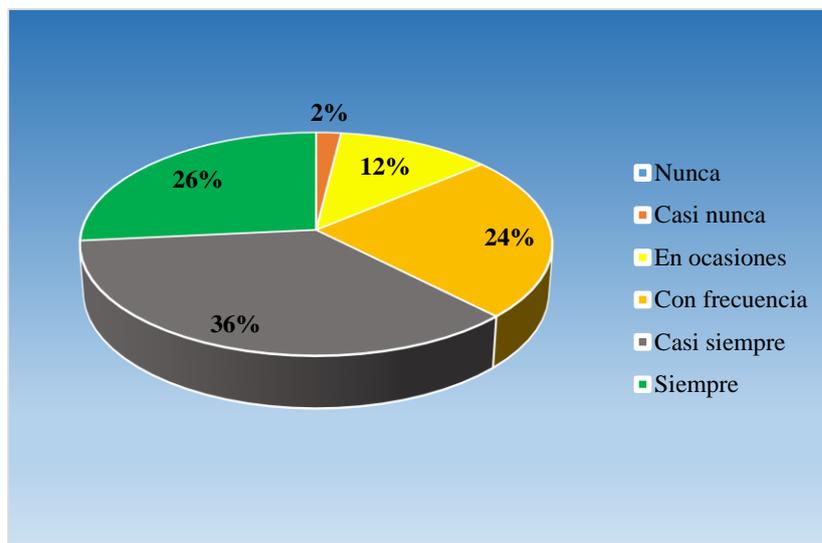
### 18.- ¿Le interesa saber cómo funcionan las cosas?

**Tabla 30** Interés por lo desconocido

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	5	2%
En ocasiones	31	12%
Con frecuencia	62	24%
Casi siempre	93	36%
Siempre	69	27%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 20** Interés por lo desconocido



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 36% que representa a 93 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre muestran interés por lo desconocido, el 26% que representa a 69 estudiantes señaló que siempre tienen interés por lo desconocido, el 24% que representa a 62 estudiantes mencionó que con frecuencia se sienten interés por lo desconocido, el 12% que representa a 31 estudiantes indicó que en ocasiones se muestran interés por lo desconocido, y

tan solo el 2% que representa a 5 estudiantes afirmó que casi nunca se siente interés por lo desconocido. En relación a los resultados obtenidos se puede determinar que los estudiantes de F.C.A muestran interés por lo desconocido este aspecto aporta a que se puedan crear ideas diferentes que de lo ya existente.

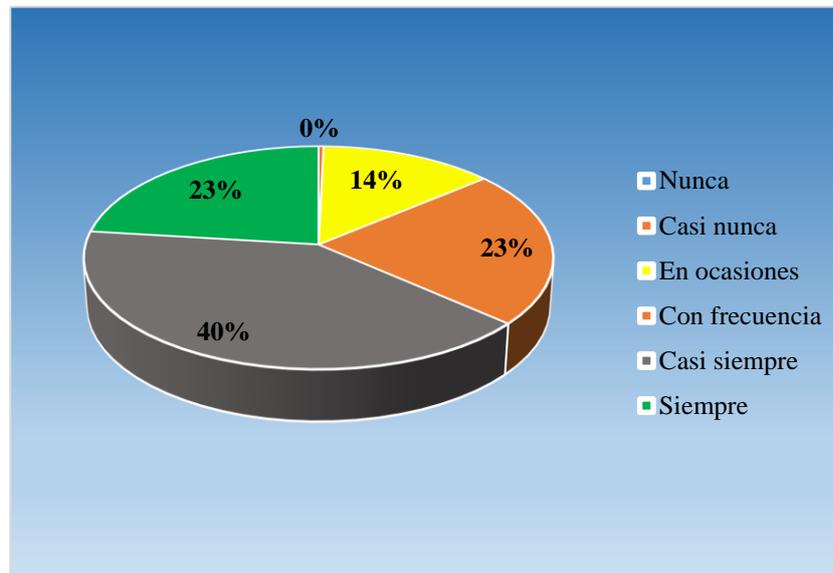
### 19.- ¿Cree que es posible dar usos nuevos a lo ya existente?

**Tabla 31** Nuevo uso a lo existente

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	1	0%
En ocasiones	35	13%
Con frecuencia	59	23%
Casi siempre	105	40%
Siempre	60	23%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 21** Nuevo uso a lo existente



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 40% que representa a 105 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre creen que es posible darle un nuevo uso a lo ya existente, el 23% que representa a 59 estudiantes señaló que es darle un nuevo uso a lo ya existente, el 23% que representa a 60 estudiantes mencionó que es darle un nuevo uso a lo ya existente, el 14% que representa a 35 estudiantes indicó que es darle un nuevo uso a lo ya existente, y el 1% que

representa a 1 estudiante afirmó que casi nunca se siente atraído por la innovación. De acuerdo a los resultados obtenidos se puede aseverar que los estudiantes de la F.C.A. poseen la dimensión de la creatividad de para darle nuevos usos a lo ya existe, esto va de la mano con el perfil de emprendedor.

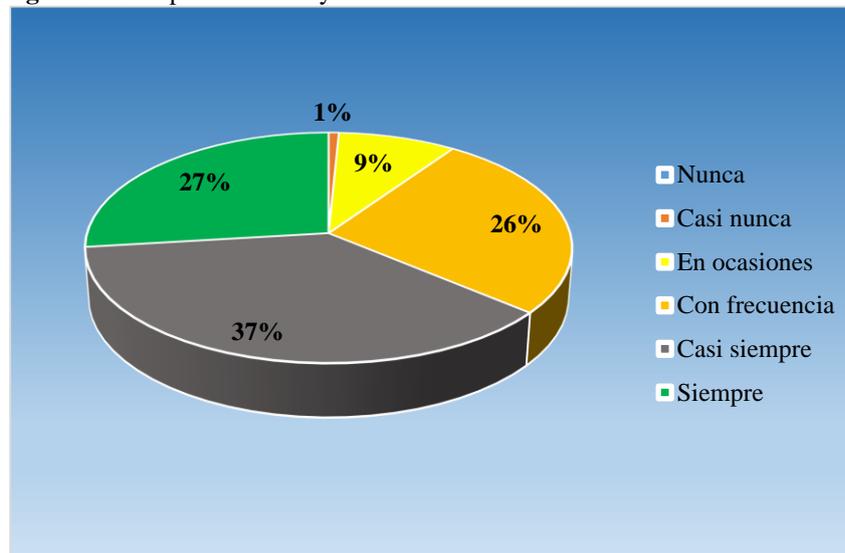
## 20.- ¿Se siente usted capaz de generar una idea de emprendimiento con la formación académica que está recibiendo en la universidad?

**Tabla 32** Emprendimiento y formación académica

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	2	1%
En ocasiones	23	9%
Con frecuencia	69	27%
Casi siempre	96	37%
Siempre	70	27%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 22** Emprendimiento y formación académica



**Fuente:** Encuesta (2017)

El 37% que representa a 96 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre consideran que la formación académica va de la mano con la creación de un perfil emprendedor, el 27% que representa a 69 estudiantes señaló que con frecuencia su formación académica va de la mano con la creación de un perfil emprendedor, el 27% que

representa a 70 estudiantes mencionó que siempre su formación académica va de la mano con la creación de un perfil emprendedor, el 9 % que representa a 23 estudiantes indicó que en ocasiones su formación académica va de la mano con la creación de un perfil emprendedor, y tan solo el 1% que representa a 2 estudiantes afirmó que casi nunca su formación académica va de la mano con la creación de un perfil emprendedor. Con los resultados obtenidos se demuestra que los estudiantes de la F.C.A., afirman que la formación académica que están recibiendo a lo largo de su vida estudiantil, previo a la obtención de su título como profesionales, si aporta para tomar la decisión de emprender posteriormente y generar beneficio económico para su bienestar.

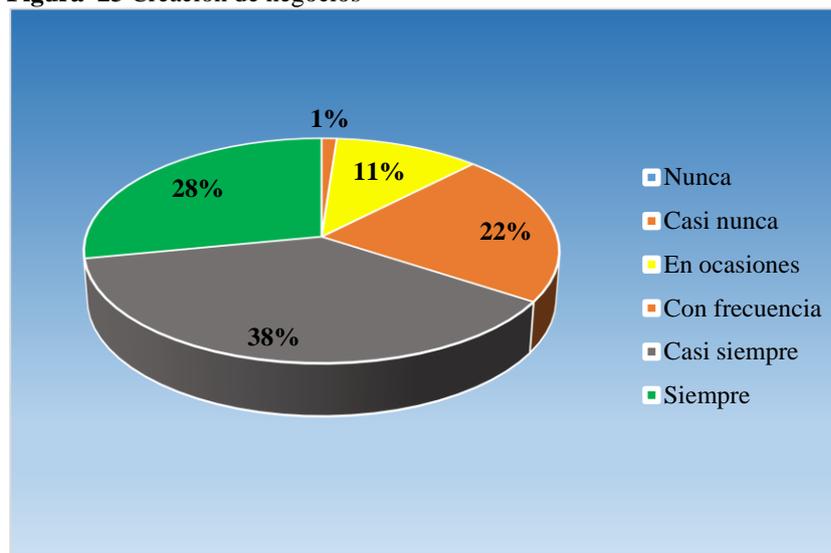
### 21.- ¿Es capaz de transformar tus ideas emprendedoras en una actividad económica que permita cambiar su realidad actual?

**Tabla 33** Creación de negocios

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	3	1%
En ocasiones	29	11%
Con frecuencia	57	22%
Casi siempre	98	38%
Siempre	73	28%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 23** Creación de negocios



**Fuente:** Encuesta (2017)

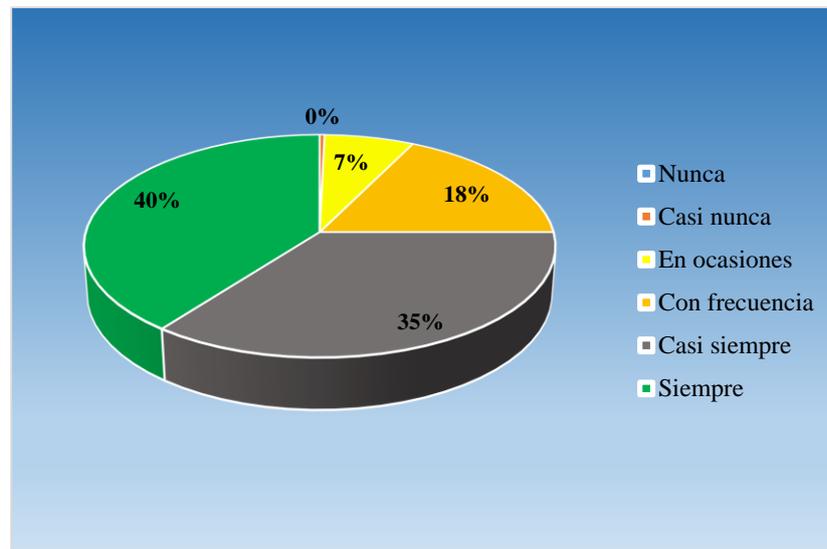
El 38% que representa a 98 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre son capaces de crear una idea de negocio que cambie su realidad actual, el 28% que representa a 73 estudiantes señaló que siempre son capaces de crear una idea de negocio que cambie su realidad actual, el 22% que representa a 57 estudiantes mencionó que con frecuencia son capaces de crear una idea de negocio que cambie su realidad actual, y tan solo el 1% que representa a 3 estudiantes afirmó que en ocasiones son capaces de crear una idea de negocio que cambie su realidad actual. Por medio de las respuestas obtenidas se puede ratificar que los estudiantes de la F.C.A ven la necesidad de cambiar su realidad actual por medio de la creación de una idea de negocio, el propósito es con un fin específico, el cual es mejorar el nivel económico y social que poseen, viendo al emprendimiento como un potencial aporte para el cambio de estatus social en el que se encuentran.

## 22.- ¿Considera usted que tiene capacidad para emprender?

**Tabla 34** Capacidad de emprender

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nunca		
Casi nunca	1	0%
En ocasiones	18	7%
Con frecuencia	46	18%
Casi siempre	92	35%
Siempre	103	40%
Total	260	100%

**Fuente:** Encuesta(2017)

**Figura 24** Capacidad de emprender

Fuente: Encuesta (2017)

El 40% que representa a 103 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas contestó que casi siempre poseen capacidad emprendedora, el 35% que representa a 92 estudiantes señaló que siempre poseen capacidad emprendedora, el 18% que representa a 46 estudiantes mencionó que con frecuencia poseen capacidad emprendedora, el 7% que representa a 18 estudiantes afirmó que en ocasiones poseen capacidad emprendedora y el 1% que representa a 1 estudiante que no posee capacidad emprendedora. Por los resultados obtenidos se afirma que los estudiantes de la F.C.A. poseen capacidad emprendedora, que les permite generar ideas que potencialicen al estudiante como un agente de cambio de su propia realidad.

## 10.2. Prueba Chi-cuadrado

De acuerdo a la metodología planteada para la interpretación de resultados se utilizó el Chi-cuadrado, aplicado a las 4 dimensiones (relacionarse socialmente, realización personal, creatividad y planificación). Se reportan las variables que pasan la prueba del Chi-cuadrado esta es planificación y creatividad, las otras dos variables no cumplieron las condiciones de este estadístico.

### Tabla de Contingencia N°1

**H<sub>0</sub>** La capacidad emprendedora NO tiene relación con la dimensión de creatividad.

**H<sub>1</sub>** La capacidad emprendedora SI tiene relación con la dimensión de creatividad.

La elección de las preguntas para medir la relación entre variable dependiente (capacidad emprendedora) y la variable independiente (creatividad) se decide adoptar como referencia a la Pregunta N° 19; ¿Cree que es posible dar usos nuevos a lo ya existente? por cuanto mide si el estudiante puede desarrollar la dimensión de creatividad a través de la innovación, frente a la Pregunta N° 23; ¿Es capaz de transformar sus ideas emprendedoras en una actividad económica que permita cambiar su realidad actual? mide si el estudiante a través de esta habilidad puede ser capaz de iniciar y modelar una idea de negocio.

**Variable dependiente / Variable independiente**

		Creatividad		Total
		NO	SI	
Capacidad Emprendedora	NO	16	18	34
	SI	25	201	226
Total		41	219	260

**Resumen de procesamiento de casos**

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Creatividad / Capacidad Emprendedora	260	100,0%	0	0,0%	260	100,0%

**Prueba chi-cuadrado**

	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	28,831 <sup>a</sup>	1	,000		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	26,185	1	,000		
Razón de verosimilitud	22,402	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	28,720	1	,000		
N de casos válidos	260				

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 5,36.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

**Medidas simétricas**

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	,333	,000
	V de Cramer	,333	,000
	Coefficiente de contingencia	,316	,000
N de casos válidos		260	

El valor Chi cuadrado calculado es 28,381 es mayor al Chi cuadrado de la tabla 3,84.

**Interpretación**

Con un nivel de significación del 5% se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula es por ello que la capacidad emprendedora SI tiene relación con la dimensión de la creatividad.

El coeficiente de contingencia señala el grado de asociación que existe entre la capacidad emprendedora frente a la dimensión de la creatividad, se utilizó este coeficiente por ser un tabla 2x2, por tanto existe un 31% dentro la variable capacidad emprendedora y la creatividad.

### Tabla de Contingencia de N°2

**H<sub>0</sub>** La capacidad emprendedora NO tiene relación con la dimensión de planificación.

**H<sub>1</sub>** La capacidad emprendedora SI tiene relación con la dimensión de planificación.

La elección de las preguntas para medir la relación entre variable dependiente (capacidad emprendedora) y la variable independiente (planificación) se decidió tomar como referencia a la Pregunta N° 2; ¿Identifica, calcula y controla los riesgos al emprender las acciones?, por cuanto indica que el estudiante se anticipa los hechos de sus acciones. Contra la Pregunta N° 23; ¿Es capaz de transformar sus ideas emprendedoras en una actividad económica que permita cambiar su realidad actual? porque esta permite medir si el estudiante a través de esta habilidad puede ser capaz de iniciar y modelar una idea de negocio.

**Capacidad Emprendedora / Planificación**

		Planificación		Total
		NO	SI	
Capacidad Emprendedora	NO	16	18	34
	SI	47	179	226
260		63	197	

**Resumen de procesamiento de casos**

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Planificación / Capacidad Emprendedora	260	100,0%	0	0,0%	260	100,0%

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,103 <sup>a</sup>	1	,001		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	9,718	1	,002		
Razón de verosimilitud	9,837	1	,002		
Prueba exacta de Fisher				,002	,002
Asociación lineal por lineal	11,060	1	,001		
N de casos válidos	260				

Fuente: Aplicación estadística Chi-cuadrado/SPSS versión 23

- a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 8,24.  
b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

**Medidas simétricas**

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	,207	,001
	V de Cramer	,207	,001
	Coefficiente de contingencia	,202	,001
N de casos válidos		260	

El valor Chi cuadrado calculado es 11,103 es mayor al Chi cuadrado de la tabla 3,84.

**Interpretación**

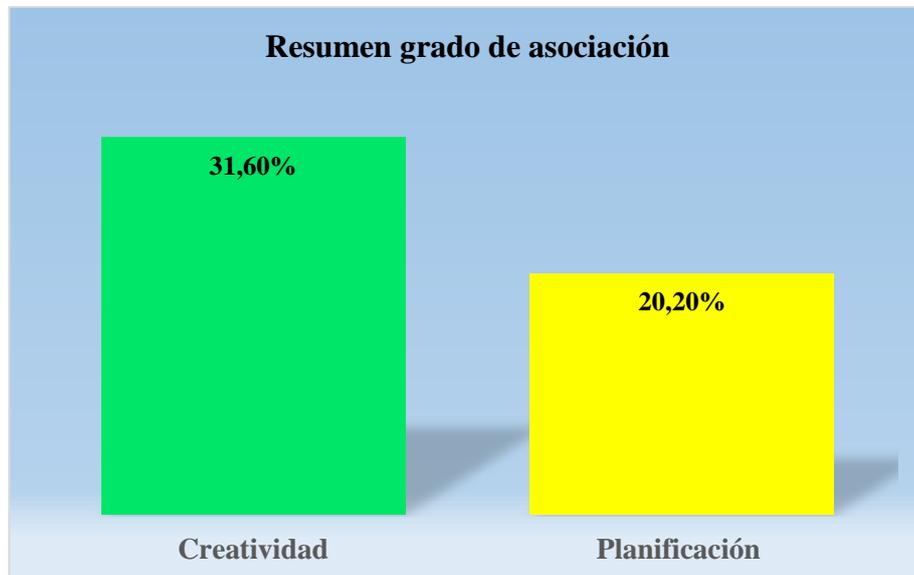
Con un nivel de significación del 5% se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula es por ello que la capacidad emprendedora SI tiene relación con la dimensión de planificación.

El coeficiente de contingencia señala el grado de asociación que existe entre la capacidad emprendedora frente a la dimensión de planificación, se utilizó este coeficiente por ser una tabla de 2x2, donde dio como resultado el 20% entre la capacidad emprendedora y la planificación.

Después de haber corroborado la existencia de la relación entre las variables, se afirma que dos de las cuatro dimensiones las cuales son la creatividad y la planificación, tienen incidencia sobre la capacidad emprendedora, la cual es uno de los factores de mayor relevancia para que se ejecuten emprendimientos.

### 10.2.1. Resumen del coeficiente de contingencia

**Figura 25** Resumen grado de asociación



**Fuente:** Equipo de investigación 2018

El estadístico Chi-cuadrado a través del coeficiente de contingencia entregó como resultado que la dimensión de la creatividad y la planificación tienen relación con la capacidad emprendedora, con un porcentaje de asociación del 31,6% y 20,2% para cada una de las dimensiones nombradas con anterioridad, estos resultados que permiten comprobar las hipótesis alternativas y rechazar las nulas.

### 10.2.2. Regresión Logística (Logit)

Mediante este modelo se procede a comprobar si efectivamente las variables Capacidad Emprendedora y las Dimensiones (relacionarse socialmente, realización personal, planificación, creatividad) explican la variable dependiente.

**BLOQUE 0****Tabla de clasificación<sup>a,b</sup>**

	Observado	Pronosticado			
		Creatividad		Porcentaje correcto	
		NO	SI		
Paso 0	Capacidad Emprendedora	NO	0	34	,0
		SI	0	226	100,0
	Porcentaje global				86,9

a. La constante se incluye en el modelo.

b. El valor de corte es ,500

Para el análisis de regresión logística del bloque 0 indica que hay un 86,9% de probabilidad de acierto en el resultado de la variable dependiente, asumiendo que la capacidad emprendedora tiene relación con las 4 dimensiones (relacionarse socialmente, realización personal, creatividad y planificación) .

**BLOQUE 1****Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo**

		Chi-cuadrado	gl	Sig.
Paso 1	Paso	33,656	4	,000
	Bloque	33,656	4	,000
	Modelo	33,656	4	,000

Para el bloque 1 del modelo, la puntuación de eficiencia estadística de ROA indica que existe una mejora significativa en la predicción de probabilidad de ocurrencia de las categorías de la variable dependientes (Chi-cuadrado 33,656, grados de libertad 4, probabilidad >0,05).

**Resumen del modelo**

Paso	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	168,025 <sup>a</sup>	,121	,225

- a. La estimación ha terminado en el número de iteración 5 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de ,001.

El valor de R cuadrado de Nagelkerke indica que el modelo propuesto explica el 22,5% de la varianza de la variable dependiente. (225)

**Prueba de Hosmer y Lemeshow**

Paso	Chi-cuadrado	Gl	Sig.
1	9,255	4	,055

La Prueba de Hosmer y Lemeshow indica que la varianza explicada por el modelo explica un porcentaje significativo de la varianza de la variable dependiente (Capacidad Emprendedora), esta prueba tiene que tener un valor mayor 0,05%.

**Tabla de clasificación<sup>a</sup>**

	Observado	Pronosticado			
		Capacidad Emprendedora		Porcentaje correcto	
		NO	SI		
Paso 1	Capacidad Emprendedora	NO	6	28	17,6
		SI	6	220	97,3
	Porcentaje global				86,9

a. El valor de corte es ,500

Para el análisis de la regresión logística del bloque 1 indica que existe el 86,9% de probabilidad de acierto en el resultado de la variable dependiente, cuando se conoce las cuatro dimensiones especificadas como variable independientes (relacionarse socialmente, realización personal, creatividad y planificación).

Variables en la ecuación

		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1 <sup>a</sup>	REALIZACIÓN(1)	-,005	,514	,000	1	,993	,995
	CREATIVIDAD(1)	-1,963	,425	21,298	1	,000	,140
	RELACIONARSE(1)	-,708	,499	2,010	1	,156	,493
	PLANIFICACIÓN(1)	-1,083	,449	5,834	1	,016	,338
	Constante	2,909	,323	81,301	1	,000	18,329

a. Variables especificadas en el paso 1: REALIZACIÓN, CREATIVIDAD, RELACIONARSE, PLANIFICACIÓN.

Este cuadro permite informar que la variable independiente de realización personal y relacionarse socialmente no pasan la prueba de significancia esto permitió aceptar la hipótesis alternativa, de igual forma relacionarse socialmente no pasa la prueba de significancia. En lo que se refiere a la creatividad y la planificación, estas si son estadísticamente significativas y su valor es menor a 1 esto significa que si la creatividad y la planificación son favorables la capacidad emprendedora disminuye.

Los signos de las variables dependientes indican que la dimensión de la creatividad y planificación tienen una relación inversamente proporcional con la variable dependiente (capacidad emprendedora); la creatividad al ser considerada dentro de cada humano como una capacidad innata que se desarrolla a lo largo de toda la vida, permite que se obtenga un beneficio propio o de un conjunto de personas. “Dentro del clima creativo, esta atmósfera fecunda, es el resultado de un trabajo sistémico, donde interactúan muchos factores y de muy diversa índole y no se puede improvisar de un día para otro”(Miranda, 2014), el crear es un proceso sistémico que requiere de tiempo, el ser humano dependiendo de muchos factores se demora en generar una idea, consolidar una idea de negocio creativa como lo afirma el autor absorbe mucho tiempo ocasionando que el emprendedor pierda interés por seguir desarrollando y modelando la idea, por tanto no emprende.

(Rodríguez Camón, 2017), afirma que para que la creatividad se desarrolle en un proceso creativo el cual está conformado por cuatro fases, las cuales son indicadas a continuación.

**La preparación:** se lleva a cabo la formulación (y reformulación) exhaustiva del problema tomando todas las direcciones posibles para su resolución.

**La incubación:** con la finalidad de poder asimilar nuevos enfoques que no perturben la claridad en el razonamiento, se produce un momento de pausa y alejamiento en los intentos de resolución de la tarea.

**La iluminación:** fase en la que de forma repentina o bien por asociaciones alternativas entre los elementos disponibles se alcanza el producto creativo.

**La verificación:** en esta etapa se realiza la puesta en marcha de la solución hallada, y posteriormente se efectúa una evaluación y comprobación del proceso aplicado con el objetivo de encontrar puntos fuertes y debilidades.

Esto permite corroborar que una persona con el perfil creativo le toma mayor tiempo en generar una idea de negocio (emprendimiento), delimitar la idea, tomar acciones, y ejecutar el proyecto no la puede realizar a corto plazo como lo indican los autores ya mencionados, por otra parte según Rodríguez el proceso creativo cumple con 4 fases en las cuales se especifican resoluciones las cuales le van a permitir al emprendedor verificar si el proyecto resultara factible o no, esto en varias ocasiones da como resultado proyectos no ejecutados, los cuales no culminaron su fase de finalización en el ambiente para el cual estaban diseñados.

Con respecto a la variable planificación, la segunda variable independiente significativa dentro del modelo aplicado, se dice que: “el límbico-izquierdo es un perfil de persona organizada: estructura todo lo que hace (como mínimo mentalmente), es metódica y detallista. Valora mucho la secuencia (orden) al hacer las cosas, y suele ser una persona productiva, tanto por la propia organización”. (Secanella , 2013), delimitar una idea de negocio y planificar hasta su mínimo detalle en ocasiones causa que se presenten errores que no estaban considerados o no fueron tomados en cuenta, los mismos que ocasionan que este tipo de personalidad decida abandonar el proyecto o en ocasiones optar por eliminarlo, lo planifica demasiado y no ejecuta la idea, por tanto, no emprende.

Por otra parte, como lo afirma (Paz , 2015) “la planificación analiza dónde estamos, establece dónde queremos ir, y señala qué vamos a hacer para llegar ahí y cómo lo vamos a hacer”. (P.1)

En ocasiones planificar y visualizar de manera apresurada el resultado de una idea de negocio, ocasiona la toma de decisiones aceleradas que pueden ser fructíferas para el emprendimiento o por otra parte perjudican al mismo, provocando que en el momento de encontrarse con algún inconveniente el emprendedor tome la decisión de separar su participación o simplemente descartar la idea.

De acuerdo a un estudio de Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en España la diferencia que separa de los emprendimientos realizados por hombres respecto a mujeres es de 60% vs. 40%, con una tendencia a la baja, en Colombia de acuerdo a este mismo estudio los hombres emprenden más que las mujeres, en algunos países la tasa de emprendimiento de las mujeres es relativamente alta, de acuerdo a un estudio de la Revista Líderes en Ecuador las mujeres tienen más impulso para emprender, considerando que el objeto de estudio fue de 76 % de mujeres (198 m) y 24% hombres (62 h), el no tener capacidad emprendedora podría deberse a situaciones de género, se deja planteada esta hipótesis para que posteriores estudios verifiquen o no dicha posibilidad.

## 11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 11.1. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos se concluye que las dimensiones relacionarse socialmente y realización personal no tienen relación con la capacidad emprendedora, por cuanto al someterse a pruebas estadísticas como es el Chi-cuadrado y el modelo Logit sus resultados no fueron estadísticamente significativos.

De acuerdo al Chi-cuadrado se verifica la relación entre las variables creatividad, y planificación con la capacidad emprendedora, el grado de asociación medido por el coeficiente de contingencia arrojó como resultado que la dimensión de la creatividad incide en la capacidad emprendedora en un 31%, la dimensión de la planificación se relaciona en un 20,02%, esto indica que las dimensiones analizadas influyen en menor medida dentro de la capacidad emprendedora que poseen los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas.

A través de la aplicación del Modelo Logit se ratificó los resultados ya obtenidos en la aplicación del Chi-cuadrado donde de las cuatro dimensiones la creatividad y planificación tienen significancia estadística

La creatividad y planificación tienen una relación inversamente proporcional con la variable dependiente (capacidad emprendedora) esto debido al signo negativo que se obtuvo como resultado de la aplicación del Modelo Logit. La creatividad requiere de un trabajo sistemático y la intervención de varios factores, el estudiante planifica hasta el último detalle una idea de negocios, ocasionado así que decida abandonar el mismo.

## 11.2. RECOMENDACIONES

En la F.C.A. el emprendimiento forma parte de los principales ejes de estudio, es necesario, visto los resultados analizar que está sucediendo con los procesos curriculares y con la formación misma del estudiante, a fin de dar respuesta a la pregunta: ¿Por qué no emprende?

El no tener capacidad emprendedora de parte de los estudiantes podría deberse a situaciones de género, es por este motivo que se deja planteada esta hipótesis para que posteriores estudios verifiquen o no dicha posibilidad.

La creatividad es un factor que influye en el 31% sobre la capacidad emprendedora, por ese motivo se recomienda realizar un estudio para identificar la forma en que se interrelacionan los demás factores para incrementar o reducir el emprendimiento y encontrar la posibilidad que se genere fácilmente, reconociendo los factores más importantes y analizando los mecanismos para aplicarlos.

## 12. BIBLIOGRAFÍA

- Araujo, A. (24 de marzo de 2009). adolfoaraujo.com. Obtenido de Características Emprendedoras Personales (CEPs): <https://adolfoaraujo.com/2009/03/24/24-caracteristicas-emprendedoras-personales-ceps/>
- Behar Rivero, D. S. (2008). rdigital.unicv.edu.cv. Obtenido de Metodología de la investigación: <http://www.rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>
- Bernal, C. (2010). docs.google.com. Obtenido de: <https://docs.google.com/file/d/0B7qpQvDV3vxvUFpFdUh1eEFCSU0/edit>
- Canales Cerón, M. (2006). <http://s3.amazonaws.com>. Obtenido de Metodología de la investigación social : [http://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/38669112/Canales\\_Ceron\\_Manuel\\_-\\_Metodologias\\_de\\_la\\_investigacion\\_social.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1498586665&Signature=EJYi1wThFAIkrpJcIMdn73ub4iA%3D&response-content-disposition=inline%](http://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/38669112/Canales_Ceron_Manuel_-_Metodologias_de_la_investigacion_social.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1498586665&Signature=EJYi1wThFAIkrpJcIMdn73ub4iA%3D&response-content-disposition=inline%20file)
- CEPAL. (Enero de 2009). cepal.org. Obtenido de Definición de las metas: [http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/0/35060/Definicion\\_de\\_MetasMArmijo.pdf](http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/0/35060/Definicion_de_MetasMArmijo.pdf)
- Cortés Durán, P. (2008). Emprendimiento e innovación en Chile. Santiago: Universidad de desarrollo
- Cortés Dugrán, (s.f.).importancia del emprendimient..blogspot.com. Obtenido de: <http://importancia-del-emprendimiento.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Díaz Sanabria, C. U. (2013). www.bdigital.unal.edu.co. Obtenido de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/9639/1/7709557.2013.pdf>
- Díaz Torres, J. C. (26 de mayo de 2011). Emprendurismoo.blogspot.com. Obtenido de EMPRENDIMIENTO: <http://empendurismoo.blogspot.com/2011/05/emprendimiento.html>
- Durán, E., & Arias, D. (09 de Junio de 2015). Dialnet. Obtenido de: [www.Dialnet-IntencionEmprendedoraEnEstudiantesUniversitarios-5212099](http://www.Dialnet-IntencionEmprendedoraEnEstudiantesUniversitarios-5212099)

Espinoza, I. (Marzo de 2006). [www.bvs.hn](http://www.bvs.hn). Obtenido de:

<http://www.bvs.hn/Honduras/Embarazo/Tipos.de.Muestreo.Marzo.2016.pdf>

Formichella, M. (Enero de 2004). [municipios.unq.edu.a](http://municipios.unq.edu.a). Obtenido de: EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO: <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Garzosi, R., Messina, M., Moncada, C., Ochoa, J., Ilabel, G., & Zambrano, R. (Marzo de 2014). [proyectolatin.org](http://proyectolatin.org). Obtenido de Planes de Negocio para Emprendedores: [http://www.proyectolatin.org/books/Plan\\_de\\_Negocios\\_para\\_Emprendedores\\_CC\\_BY-SA\\_3.0.pdf](http://www.proyectolatin.org/books/Plan_de_Negocios_para_Emprendedores_CC_BY-SA_3.0.pdf)

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (Marzo de 2010).

[psicologiaexperimental.files.wordpress.com](http://psicologiaexperimental.files.wordpress.com). Obtenido de:

<https://psicologiaexperimental.files.wordpress.com/2010/03/metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010) de:

<https://www.esup.edu.pe>. Obtenido de Metodología de la investigación: [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)

Hueso, Á., & Cascant, J. (2012). <https://riunet.upv.es>. Obtenido de Metodología y técnicas cuantitativas de la investigación:

[https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodolog%EDa%20y%20t%E9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%F3n\\_6060.pdf?sequence=3](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodolog%EDa%20y%20t%E9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%F3n_6060.pdf?sequence=3)

Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Izquierdo, E. (2015). GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Obtenido de: [www.gem-ecudor-2015-report-1470851770](http://www.gem-ecudor-2015-report-1470851770)

López, N., & Sandoval, I. (1 de Octubre de 2013). <http://www.pics.uson.mx>. Obtenido de: metodología y técnicas cuantitativa y cualitativa: [http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/1\\_Metodos\\_y\\_tecnicas\\_cuantitativa\\_y\\_cualitativa.pdf](http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/1_Metodos_y_tecnicas_cuantitativa_y_cualitativa.pdf)

Ludewig, C. (2012). [www.smo.edu.mx](http://www.smo.edu.mx). Obtenido de:

<http://www.smo.edu.mx/colegiados/apoyos/muestreo.pdf>

- Majmud, P. (Octubre de 2013). redemprendimientoinacap.cl. Obtenido de: La capacidad Emprendedora: <http://www.redemprendimientoinacap.cl/columna-docente/2013/10/la-capacidad-emprendedora/>
- Maluk, O. (Noviembre de 2014). Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación.
- Matiz, F. J. (14 de julio de 2009). journal.ean.edu. Obtenido de Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento: [journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/download/480/665](http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/download/480/665)
- Mavila Hinojoza, D., Tinoco Gómez, Ó., & Campos Contreras, C. (15 de Diciembre de 2009). <http://www.redalyc.org>. Obtenido de: <http://www.redalyc.org/html/816/81620150005/>  
<http://www.redalyc.org/html/816/81620150005/>
- Meyer, W., & Van, D. (12 de Septiembre de 2006). noemagico.blogia.com. Obtenido de: <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Miranda, C. (26 de Noviembre de 2014). <http://psicologos.mx>. Obtenido de: <http://psicologos.mx/aproximacion-psicopedagogica-creatividad.php>
- Olsina, L. A. (Noviembre de 1999). dsi.uclm.es. Obtenido de Metodología Cuantitativa obtenido de: <http://www.dsi.uclm.es/personal/FranciscoMSimarro/cedasi/Olsina-tesis.pdf>
- Paz, M. (2015). [www.crecemujer.cl](http://www.crecemujer.cl). Obtenido de: <https://www.crecemujer.cl/capacitacion/comienzo-un-negocio/cual-es-la-importancia-de-la-planificacion-en-tu-emprendimiento>
- Reynolds, P., Hay, M., Bygrave, W., Camp, M., & Autio, E. (1999). esbri.se. Obtenido de: [Global Entrepreneurship Monitor: http://www.esbri.se/pdf/gem-rapport.pdf](http://www.esbri.se/pdf/gem-rapport.pdf)
- Roberto, H., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). [www.academia.edu](http://www.academia.edu). Obtenido de: [http://www.academia.edu/15265809/Metodolog%C3%ADa\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n\\_-\\_Sexta\\_Edici%C3%B3n](http://www.academia.edu/15265809/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_-_Sexta_Edici%C3%B3n)
- Rodríguez Camón, E. (2017). [psicologiaymente.net](http://psicologiaymente.net). Obtenido de: <https://psicologiaymente.net/inteligencia/psicologia-creatividad-pensamiento>

Salinas Ramos, F., & Osorio Bayter, L. (2 de Agosto de 2012). ciriec-revistaeconomia.es. Obtenido de Emprendimiento y Economía: [http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/CIRIEC\\_7506\\_Salinas\\_y\\_Osorio.pdf](http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/CIRIEC_7506_Salinas_y_Osorio.pdf)

Secanella, J. (15 de Enero de 2013). <http://www.socialancer.com>. Obtenido de: <http://www.socialancer.com/perfiles-psicologicos-community-manager-consejos-mejorar-eficiencia/>

Suárez, P. (2011). [udocente.sespa.princast.es](http://udocente.sespa.princast.es). Obtenido de: [http://udocente.sespa.princast.es/documentos/Metodologia\\_Investigacion/Presentaciones/4\\_%20poblacion&muestra.pdf](http://udocente.sespa.princast.es/documentos/Metodologia_Investigacion/Presentaciones/4_%20poblacion&muestra.pdf)

Torres Valladares, M., & Torres Lajo, M. (12 de 11 de 2013). [revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe](http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe). Obtenido de: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/6546/5813>

Vernis, A., & Iglesias, M. (s.f.). [proxymy.esade.edu](http://proxymy.esade.edu). Obtenido de: [http://proxymy.esade.edu/gd/facultybio/publicos/1321293521988Empresas\\_que\\_inspiran\\_futuro\\_ocho\\_casos\\_de\\_emprendedores\\_sociales.pdf](http://proxymy.esade.edu/gd/facultybio/publicos/1321293521988Empresas_que_inspiran_futuro_ocho_casos_de_emprendedores_sociales.pdf)

## 13. ANEXOS

### Anexo 1



**Universidad Técnica de Cotopaxi**  
**Facultad de Ciencias Administrativas**  
**Ingeniería Comercial**

ENCUESTA dirigida a estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas

Estimado estudiante de la Facultad, el siguiente cuestionario es parte de una investigación orientada a la determinación de las capacidades emprendedoras.

Los datos obtenidos por medio de esta encuesta se utilizarán con fines académicos, para lo cual se requiere de su colaboración.

**a) Género**

Masculino

Femenino

**b) Tipo de institución educativa donde culminó sus estudios secundarios.**

Pública

Privada

Por favor responda cada una de las preguntas con la numeración correspondiente, de acuerdo a las opciones indicadas.

0	1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	En ocasiones	Con frecuencia	Casi siempre	Siempre

- 1.- ¿Actúa por iniciativa propia usando sus recursos?
- 2.- ¿Identifica, calcula y controla los riesgos al emprender las acciones?
- 3.- ¿Atribuye a usted mismo las causas y consecuencias de sus acciones?
- 4.- ¿Propone nuevas alternativas para alcanzar sus propósitos?
- 5.- ¿Visualiza anticipadamente el resultado de sus acciones?
- 6.- ¿Da soluciones flexibles frente a los problemas?
- 7.- ¿Busca y toma oportunidades para resolver sus demandas o exigencias?
- 8.- ¿Cumple con los compromisos adquiridos?
- 9.- ¿Aplica controles de calidad (hace bien las cosas)?
- 10.- ¿Define metas o propósitos concretos en su desempeño?
- 11.- ¿Investiga, explora, curiosear y pregunta?

0	1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	En ocasiones	Con frecuencia	Casi siempre	Siempre

12.- ¿Administra racionalmente los recursos?

--	--	--	--	--	--

13.- ¿Evalúa y corrige las acciones?

--	--	--	--	--	--

14.- ¿Trabajas cooperativamente en equipo?

--	--	--	--	--	--

15.- ¿Construyes redes de apoyo?

--	--	--	--	--	--

16.- ¿Busca que sus respuestas sean diferentes a la de los demás?

--	--	--	--	--	--

17.- ¿Presta atención a lo que otros denominan “ideas locas”?

--	--	--	--	--	--

18.- ¿Le interesa saber cómo funciona las cosas?

--	--	--	--	--	--

19.- ¿Cree que es posible dar usos nuevos a lo ya existente?

--	--	--	--	--	--

20.- ¿Se siente usted capaz de generar una idea de emprendimiento con la formación académica que está recibiendo en la Universidad?

--	--	--	--	--	--

21.- ¿Es capaz de transformar sus ideas emprendedoras en una actividad económica que permita cambiar su realidad actual?

--	--	--	--	--	--

22.- ¿Considera usted que tiene capacidad para emprender?

--	--	--	--	--	--

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo 2****CURRICULUM VITAE****DATOS PERSONALES****NOMBRES Y APELLIDOS:** Alajo Toapanta Adriana Sofía**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** Salcedo, 2 Mayo de 1993**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 0503559296**CORREO ELECTRÓNICO:** adri.sofy18@hotmail.com**ESTUDIOS Y TÍTULOS****Primarios:** Unidad Educativa Emilio Terán**Secundarios:** Unidad Educativa Monseñor Leónidas Proaño Título de Técnico en Comercio Y administración, Especialidad Contabilidad**Superiores:** Universidad Técnica de Cotopaxi Titulo de Ingeniería Comercial**Idiomas:** Inglés nivel medio**CURSOS Y SEMINARIOS**

Seminario de “PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: un enfoque de gestión 40 horas de capacitación y 20 horas de trabajo autónomo. 24 de octubre del 2014

Seminario sobre la “BOLSA DE VALORES Y SU FUNCIONAMIENTO” por 4 horas diarias. Quito 4 de mayo del 2015.

Capacitación sobre “GESTIÓN EMPRESARIAL Y PÚBLICA” con una duración de 40 horas. Latacunga junio del 2017

**Anexo 3****CURRICULUM VITAE****DATOS PERSONALES**

**NOMBRES Y APELLIDOS:** Chicaiza Pruna Ana Lucía

**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** Latacunga, 13 de Marzo  
1994

**LUGAR DE NACIMIENTO:** Latacunga

**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 050306437-0

**TELÉFONO:** 805 – 436 / 0983796960

**CORREO ELECTRÓNICO:** anitachicaizapruna@gmail.com

**ESTUDIOS Y TÍTULOS**

**Primarios:** Escuela Fiscal mixta Dr. José María Velasco Ibarra

**Secundarios:** Instituto Tecnológico Superior Victoria Vascones Cuvi

**Superiores:** Universidad Técnica de Cotopaxi

**Idiomas:** Inglés nivel medio

**CURSOS Y SEMINARIOS**

- Capacitación en la Bolsa de Valores sede Quito (horas prácticas y teóricas)
- Curso de la Corporación Edi. ABACO Cía. Ltda. Taller Seminario “PLANIFICACIÓN ESTRATEGIA: Un enfoque de Gestión”(40 horas).



**Anexo 4****CURRICULUM VITAE****DATOS PERSONALES**

Nombres: César Patricio Salazar Cajas

Correo electrónico: cesar.salazar@utc.edu.ec

**ESTUDIOS REALIZADOS**

Superiores: Universidad Central del Ecuador

Universidad Tecnológica Indo América TEC Monterrey México Escuela Politécnica Nacional

**TÍTULOS ACADÉMICOS OBTENIDOS**

Economista Master en Administración Educativa y Docencia universitaria Diplomado Internacional en competencias docentes TEC de Monterrey - Cambridge Maestría en gerencia empresarial, MBA Escuela Politécnica Nacional.

**EXPERIENCIA PROFESIONAL**

DIRECTOR FINANCIERO, Universidad Técnica de Cotopaxi. CONSULTOR INDEPENDIENTE. DIRECTOR ADMINISTRATIVO encargado del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saquisilí.

DIRECTOR FINANCIERO del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saquisilí.

EXPERIENCIA DE DOCENTE DOCENTE UNIVERSITARIO, Ad honorem, Universidad Técnica de Cotopaxi.

FACILITADOR, Proyecto GYPASEC, UIDE, Ministerio del Interior.

DOCENTE del SNNA, Escuela Politécnica del Ejército ESPE.

COORDINADOR DE RECINTO, SNNA.

DOCENTE de la Escuela Politécnica del Ejército ESPE.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL EVALUADOR de trabajo investigativo de cuarto nivel, Universidad Tecnológica América, Instituto de Investigación y Posgrados.

COORDINADOR del Área de Economía y Finanzas, Universidad de las Fuerzas Armadas Espe, Extensión Latacunga.

MIEMBRO del equipo de Rediseño de la carrera de Ingeniería Comercial, Universidad Técnica de Cotopaxi.

MIEMBRO del Comité Evaluador de los paper's presentados en las Conferencias Latinoamericana sobre el abandono en la Educación Superior, Escuela Politécnica Nacional.

MIEMBRO de la comisión de evaluación de la Universidad por la carrera de Ingeniería Comercial, Universidad Técnica de Cotopaxi. MIEMBRO de la comisión de evaluación interna de la carrera de Ingeniería Comercial, Universidad Técnica de Cotopaxi.

DOCENTE UNIVERSITARIO, Universidad Técnica de Cotopaxi. Actualmente.