



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“FACTORES QUE INCIDEN EN LA INTENCIÓN 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 Ingenieras Comerciales

Autoras:

Mena Jiménez Claudia Katerine

Proaño Altamirano Guadalupe Yolanda

Tutor:

Eco. Salazar Cajas César Patricio

Latacunga – Ecuador

Julio -2018

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotras, Mena Jiménez Claudia Katerine y Proaño Altamirano Guadalupe Yolanda declaramos ser autoras del presente proyecto de investigación **“FACTORES QUE INCIDEN EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”**, siendo el Eco. César Patricio Salazar Cajas tutor del presente trabajo; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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



.....
Mena Jiménez Claudia Katerine

C.C. 050362951-1



.....
Proaño Altamirano Guadalupe Yolanda

C.C. 050423009-5

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“FACTORES QUE INCIDEN EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”, de Mena Jiménez Claudia Katerine y Proaño Altamirano Guadalupe Yolanda estudiantes de la carrera de Licenciatura en Comercio, 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, Julio de 2018

Tutor:



Firma

Eco. César Patricio Salazar Cajas

C. C. 0501843692

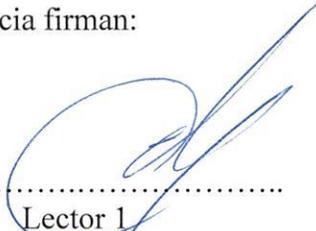
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

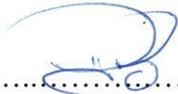
En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, las postulantes Mena Jiménez Katerine y Proaño Altamirano Guadalupe Yolanda con el título de Proyecto de Investigación “FACTORES QUE INCIDEN EN LA INTENCIÓN 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 a la Sustentación de Proyecto.

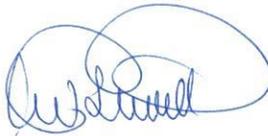
Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes de acuerdo a la normativa institucional.

Latacunga, J

Para constancia firman:


.....
Lector 1
Ing. Efrén Montenegro
C.C. 0502209992


.....
Lector 2
Eco. Renato Pérez
C.C. 07713691


.....
Lector 3
Ing. Crystina Sarzosa
C.C. 050862802

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino del bien y de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi PADRE Rigoberto Mena, mi MADRE Clementina Jiménez, en especial a mi HIJO Sebastián Vilcaguano; a mis hermanos; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora, estando presente en las circunstancias buenas y adversas. Por último a mi Tutor de Proyecto quién nos motivó en todo momento, Eco. Patricio Salazar quien con sus conocimientos y enseñanzas nos ayudó a alcanzar y culminar tan anhelado sueño.

Claudia Katerine Mena Jiménez

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto de todos los que formamos el grupo de trabajo. Por eso agradezco a nuestro tutor Eco. Patricio Salazar que con su apoyo nos brindó los lineamientos necesarios para el desarrollo y culminación del proyecto. A mis padres quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades. A mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abrió, y abre sus puertas a jóvenes como nosotras, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

Guadalupe Yolanda Proaño Altamirano

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza mediante sus bendiciones para continuar, a mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general. También dedico este proyecto a mi Hijo, Mi Monito, pilar fundamental en mi vida quien es mi fuerza de superación día a día conociendo a su lado “el amor verdadero”. A ellos este proyecto, es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

” Nunca dejes que tus miedos ocupen el lugar de tus sueños”.

Claudia Katerine Mena Jiménez

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación a Dios, a mis padres y a mi hija. A Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ello que soy lo que soy ahora. A mi hija por convertirse en mi motivación personal para cumplir con mis objetivos y metas. Los amo con mi vida.

Guadalupe Yolanda Proaño Altamirano

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TEMA: “FACTORES QUE INCIDEN EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA F.C.A.”

Autoras: Mena Jiménez Claudia Katerine

Proaño Altamirano Guadalupe Yolanda

RESUMEN

El proyecto de investigación tiene como objetivo identificar los factores relevantes que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de la F.C.A en la Universidad Técnica de Cotopaxi. Se utilizó el tipo de investigación descriptiva y correlacional, mediante un modelo de regresión logística binaria (Logit), donde la variable dependiente es la intención emprendedora con dos opciones de respuesta y las variables independientes: factores sociodemográficos, psicológicos y socioeconómicos estructuradas en una escala de Likert. Para obtener la información necesaria se aplicó una encuesta estructurada a una muestra de 280 estudiantes de las licenciaturas en Comercio, Contabilidad y Secretariado Ejecutivo. Los resultados demuestran que tres variables influyen en la intención emprendedora y de cada factor se obtuvo una variable estadísticamente significativa con una puntuación menor a 0.050, siendo estas el propósito después de egresar, la motivación y el factor económico¹. Se evidenció mediante la comprobación de hipótesis que se rechazan las variables nulas H_0 y se obtuvo tres variables independientes relevantes, dando un grado de asociación del R cuadrado de Nagelkerke de 12.60% lo cual indica que las variables propuestas explica el modelo y el 87.40% lo que explican otro tipo de variables que no están especificadas. Se concluye que las hipótesis planteadas no están acorde a la realidad académica de los estudiantes de la F.C.A, porque se obtuvo una variable relevante de cada factor que fue objeto de estudio. Finalmente se plantea una hipótesis con las variables relevantes sobre la intención emprendedora.

Palabras clave: Factores sociodemográficos, factores psicológicos, factores socioeconómicos, intención emprendedora, estudiantes, emprendimiento.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES

THEME: “FACTORS THAT AFFECT THE ENTREPRENEURIAL INTENTION OF THE STUDENTS OF THE F.A.S”

AUTHOR: Mena Jiménez Claudia Katerine
Proaño Altamirano Guadalupe Yolanda

ABSTRACT

The objective of the investigation project is to identify the relevant factors that affect the entrepreneurial intention of the students of the F.A.S at Technical University of Cotopaxi. The kind of descriptive and correlational research was used, through a binary logistic regression model (Logit), where the dependent variable is the entrepreneurial intention with two response options and the independent variables: sociodemographic, psychological and socioeconomic factors structured on a scale of Likert. To obtain the necessary information, a structured survey was applied to a sample of 280 undergraduate students in Commerce, Accounting and Executive Secretary. The results show that three variables influence the entrepreneurial intention and each factor obtained a statistically significant variable with a score lower than 0.050, these being the purpose after graduation, the motivation and the economic factor 1. It was evidenced by checking hypotheses that the null variables H_0 were rejected and three relevant independent variables were obtained, giving an association degree of Nagelkerke R squared of 12.60% which indicates that the proposed variables explain the model and 87.40% what that explain other types are not specified. It is concluded that the hypotheses proposed are not in accordance with the academic reality of the F.A.S students, because a relevant variable of each studied factor was obtained. Finally, An hypothesis is presented with the relevant variables on the entrepreneurial intention.

KEYWORDS: Sociodemographic Factors - Psychological Factors - Socioeconomic Factors - Entrepreneurial Intention, Students – Entrepreneurship.

Latacunga, Julio del 2018

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 de proyecto al idioma inglés presentado por las Srtas. Egresadas de la carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Administrativas: **MENA JIMÉNEZ CLAUDIA KATERINE Y PROAÑO ALTAMIRANO GUADALUPE YOLANDA**, cuyo título versa **“FACTORES QUE INCIDEN EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”**, lo realizaron 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 estimara conveniente.

Atentamente,


.....
Lic. Marcelo Pacheco
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS
C. C. 050261735-0

x



ÍNDICE

RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	3
3. JUSTIFICACIÓN	4
4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
5. OBJETIVOS	7
5.1. Objetivo General.....	7
5.2. Objetivos Específicos	7
6. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	8
6.1. Modelo económico del país	8
6.2. Emprendimiento.....	9
6.2.1. Importancia del Emprendimiento.	11
6.2.2. Emprendedor.	12
6.2.3. Emprendimiento Universitario.	15
6.2.4. Cultura Emprendedora.....	16
6.3. Intención Emprendedora.....	17
6.4. Situación social y económica del país	18
6.5. Condiciones de vida de los ecuatorianos	19
6.6. Factores determinantes para ser emprendedor.....	20
6.6.1. Factores que Inciden en las Decisiones de Crear una Empresa.....	20
7. HIPÓTESIS	21
7.1. Hipótesis planteadas	21

7.1.1. Primera Hipótesis	21
7.1.2. Segunda hipótesis	22
7.1.3. Tercera hipótesis.....	22
8. DISEÑO METODOLÓGICO	23
8.1. Enfoque: Cuantitativo.....	23
8.2. Métodos	23
8.2.1. Teóricos.....	23
8.3. Tipo de investigación.....	23
8.3.1. Por su nivel.....	23
8.3.2. Por su diseño.....	24
8.4. Técnicas	24
8.5. Instrumento	24
8.6. Población y Muestra	25
8.6.1. Población	25
8.6.2. Muestra	25
9. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	27
9.2. Modelo Logit	57
9.2.1. Especificaciones del modelo	57
9.2.2. Análisis de regresión y matriz de concordancia	63
10. MODELO DE REGRESIÓN AJUSTADO.....	66
10.1. Resumen del modelo	68
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
11.1. CONCLUSIONES.....	69
11.2. RECOMENDACIONES	70
12. BIBLIOGRAFÍA	70

12.1 Bibliográficas.....	70
12.2 Virtual.....	71

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Intención Emprendedora	27
Gráfico 2: Capacidad de emprender	28
Gráfico 3: Objetivo profesional	29
Gráfico 4: Género	30
Gráfico 5: Edad.....	31
Gráfico 6: Estado Civil	32
Gráfico 7: Semestre	33
Gráfico 8: Propósito después de egresar.....	34
Gráfico 9: Programa de Incubadoras	35
Gráfico 10: Familiar empresario.....	36
Gráfico 11: Formación de los padres.....	37
Gráfico 12: Formación de las madres.....	38
Gráfico 13: Profesión de los padres.....	39
Gráfico 14: Profesión de las madres.....	40
Gráfico 15: Profesión de los hermanos/as	41
Gráfico 16: Autoestima 1	42
Gráfico 17: Autoestima 2	43
Gráfico 18: Control percibido 1.....	44
Gráfico 19: Control percibido 2.....	45
Gráfico 20: Innovación 1	46
Gráfico 21: Innovación 2.....	47
Gráfico 22: Motivación 1	48
Gráfico 23: Motivación 2	49
Gráfico 24: Propensión al riesgo 1	50
Gráfico 25: Propensión al riesgo 2	51
Gráfico 26: Tolerancia 1.....	52
Gráfico 27: Tolerancia 2.....	53
Gráfico 28: Factor económico 1	54
Gráfico 29: Factor económico 2	55

Gráfico 30: Tiempo generación ganancia..... 56

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Intención emprendedora de la población.....	5
Tabla 2: Características de un emprendedor.....	14
Tabla 3: Factores que Inciden en las Decisiones de Crear una Empresa	20
Tabla 4: Población	25
Tabla 5: Tamaño de la muestra.....	26
Tabla 6: Muestra estratificada	26
Tabla 7: Intención Emprendedora	27
Tabla 8: Capacidad de emprender	28
Tabla 9: Objetivo profesional	29
Tabla 10: Género	30
Tabla 11: Edad.....	31
Tabla 12: Estado Civil	32
Tabla 13: Semestre	33
Tabla 14: Propósito después de egresar.....	34
Tabla 15: Programa de Incubadoras	35
Tabla 16: Familiar empresario.....	36
Tabla 17: Formación de los padres.....	37
Tabla 18: Formación de las madres.....	38
Tabla 19: Profesión de los padres.....	39
Tabla 20: Profesión de las madres.....	40
Tabla 21: Profesión de los hermanos/as	41
Tabla 22: Autoestima 1.....	42
Tabla 23: Autoestima 2.....	43
Tabla 24: Control percibido 1.....	44
Tabla 25: Control percibido 2.....	45
Tabla 26: Innovación 1	46
Tabla 27: Innovación 2	47
Tabla 28: Motivación 1.....	48

Tabla 29: Motivación 2.....	49
Tabla 30: Propensión al riesgo 1	50
Tabla 31: Propensión al riesgo 2	51
Tabla 32: Tolerancia 1	52
Tabla 33: Tolerancia 2.....	53
Tabla 34: Factor económico 1	54
Tabla 35: Factor económico 2	55
Tabla 36: Tiempo generación ganancia.....	56
Tabla 37: Codificación preguntas.....	59
Tabla 38: Codificación	60
Tabla 39: Codificación preguntas.....	60
Tabla 40: Regresión logística factores sociodemográficos	63
Tabla 41: Regresión logística factores psicológicos.....	65
Tabla 42: Regresión logística factores socioeconómicos	66
Tabla 43: Regresión logística ajustado.....	67
Tabla 44: Resumen del modelo	68

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A- Encuesta.....	75
ANEXO B-Hoja de vida del tutor.....	77
ANEXO C-Hoja de vida del estudiante.....	78
ANEXO D-Hoja de vida del estudiante.....	79

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

Factores que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Fecha de inicio: Octubre 2017

Fecha de finalización: Julio 2018

Lugar de ejecución:

Parroquia Eloy Alfaro, Barrio el Ejido, Sector San Felipe, Cantón Latacunga, Provincia Cotopaxi, Zona 3, Universidad Técnica de Cotopaxi.

Facultad Académica que auspicia

Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera que auspicia:

Licenciatura en Comercio

Proyecto de investigación vinculado (si corresponde):

Proyecto de la Carrera

Equipo de Trabajo:

Tutor:

Apellidos y Nombres: Eco. Salazar Cajas César Patricio

Cedula de identidad: 050184369-2

Estudiantes:

Apellidos y Nombres: Mena Jiménez Claudia Katerine

Cedula de identidad: 050362951-1

Teléfono: 0979353905

Correo: katy.mena@hotmail.com

Apellidos y Nombres: Proaño Altamirano Guadalupe Yolanda

Cedula de identidad: 050423009-5

Teléfono: 0983091320

Correo: guadalupealtamirano14@gmail.com

Área de Conocimiento:

Emprendimiento

Línea de investigación:

Administración y economía para el desarrollo humano y social

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Emprendimiento

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto de investigación identificó los factores (psicológicos, sociodemográficos y socioeconómicos) que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas (F.C.A) de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con la aplicación de un instrumento investigativo (encuesta) y analizado con un modelo estadístico.

Con los resultados obtenidos se identificó cuál de las variables especificadas en el instrumento es la que más influye en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios durante su formación académica, por lo tanto se debe evaluar la posibilidad de que se efectúen modificaciones en las mallas de la facultad y con ello contribuir al desarrollo de nuevos emprendimientos.

La metodología que se aplicó en el desarrollo del proyecto de investigación, tiene un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es descriptivo y correlacional por medio del cual se logró interrelacionar las variables dependiente e independiente y especificar las propiedades relevantes del objeto de estudio, para la recolección de la información se utilizó la encuesta a través de la aplicación de un cuestionario estructurado y validado a una muestra de estudiantes segmentada de la F. C. A.

Los beneficiarios directos del proyecto son los estudiantes de la Facultad ya que al reconocer cuales son los factores relevantes de la intención emprendedora, esta información queda a disposición de las autoridades universitarias y lo concerniente a las decisiones que deben tomar y los cambios que pueden aplicar en las asignaturas relacionadas con el emprendimiento, todo esto con el objetivo de incentivar a los estudiantes a emprender; cabe agregar que un emprendedor es una persona que demuestra su eficiencia con todos los que le rodean y posee la convicción de cumplir con sus metas y objetivos planteados.

Los beneficiarios indirectos del proyecto es la población estudiantil universitaria, ya que algunas universidades y el gobierno han propiciado el desarrollo de emprendimientos, sobre todo en la población mencionada anteriormente, una persona para convertirse en un emprendedor no solo debe poseer ideas de negocios para emprender es esencial tener la actitud y las ganas de poner en marcha un proyecto.

3. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se realizó para identificar los factores que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de la F. C. A. para ello se efectuó una regresión logística binaria en la cual la variable dependiente es la intención emprendedora y las variables independientes están constituidas por factores psicológicos, sociodemográficos y socioeconómicos.

En este contexto se obtuvo como aporte de esta investigación el hecho de conocer específicamente los factores que impulsan el desarrollo de la intención emprendedora con el respectivo análisis de las distintas variables planteadas.

En base al desarrollo de la investigación se obtuvo la información de los factores más relevantes de la intención emprendedora, teniendo en cuenta que:

El crecimiento económico de un país es el resultado de las capacidades personales que tienen los individuos para identificar y aprovechar oportunidades y, que este proceso es afectado por factores del entorno que inciden en la decisión de los individuos para perseguir iniciativas emprendedoras. (Lasio, Caicedo, Ordeñana, y Samaniego, 2016, p.14)

Por tanto, la investigación se basó en describir y analizar los factores asociados con la intención emprendedora de los individuos, fundamentándose en los distintos enfoques y teorías del emprendimiento mediante la aplicación de un modelo de regresión Logit, con este modelo se logró medir factores significativos en la intención emprendedora lo que facilitó la interpretación de los resultados obtenidos con el instrumento (encuesta) y la comprensión de los mismos de manera estadística y descriptiva.

Las instituciones educativas desempeñan un rol importante en la sociedad actual, con relación a esto se menciona que:

La Universidad en el Ecuador se convierte en un pilar fundamental para el desarrollo del país, y más a través de la generación de conocimiento en materia de emprendimiento, la investigación debe priorizarse en estos centros académicos para demostrar o identificar los factores de éxito o en su defecto los motivos por el cual muchos emprendimientos no sobreviven a largo plazo. (Salinas, Machado, Ordoñez, & Aquino, p.75)

Por tanto el proyecto de investigación se enfocó en estudiar y analizar a una muestra de estudiantes universitarios de la F.C.A. con la finalidad de definir los factores relevantes de la intención emprendedora, debe ser una prioridad el desarrollo de investigación y de emprendimientos en los estudiantes de esta institución con lo cual se evidenciará los conocimientos adquiridos durante la etapa académica.

4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Según (Prieto Sierra, 2017) “el emprendedor es la persona que identifica una oportunidad de negocio, necesidad de un producto o servicio o simplemente quiere empezar un proyecto por su propio entusiasmo” (p. 216). En este contexto se puede definir a un emprendedor como una persona que debe afrontar inteligentemente los retos y desafíos que se presenten al momento de empezar un proyecto ya que de las decisiones que tome depende el éxito o fracaso de su negocio.

De acuerdo al Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se considera como emprendedores potenciales a aquellas personas que poseen los conocimientos y habilidades para emprender. Sin embargo, no todas las personas que tienen intención de emprender la concretan por la existencia de barreras como el temor al fracaso que impiden la ejecución de un emprendimiento.

Tabla 1: Intención emprendedora de la población

Países de la región	Intención de emprender
Ecuador	42,66%
Colombia	53,01%
Perú	48,86%
Chile	47,92%

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

El 43% de la población ecuatoriana manifiesta intención de emprender, este porcentaje es inferior en relación con los países de la región, por lo tanto es evidente que en el Ecuador se debe fortalecer la intención emprendedora lo que beneficiaría al progreso de la economía del país.

Según los resultados del (GEM) en el 2016 indican que: “el Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) para Ecuador fue de 31.8% esto representa una ligera disminución en la actividad emprendedora en comparación al 2015” (Lasio et al., 2016, p. 10). Con este índice se evidencia que la población ecuatoriana ejecuta actividades emprendedoras, sin embargo; no todos los negocios tienen una duración permanente en el mercado debido a que las personas que se deciden emprender en muchas ocasiones carecen de la información necesaria para que su negocio prospere y tenga éxito. Por tanto los estudiantes deben aportar con emprendimientos cuyo beneficio será para la sociedad en general ya que brindarán la posibilidad de apertura de nuevas plazas de empleo.

Es importante destacar que la actividad emprendedora en el país se relaciona con una serie de factores relativos a la sociedad actual tal como se menciona en los reportes del GEM:

Las normas sociales y culturales en el emprendimiento: Incluyen aspectos como la medida en la que la sociedad valora el emprendimiento como una buena opción de carrera; si los emprendedores tienen un alto estatus social; y el grado en que la atención al emprendimiento por parte de los medios de comunicación contribuye al desarrollo de una cultura emprendedora positiva. (Lasio et al., 2016, p. 15)

Se ha convertido el emprendimiento en un aspecto imprescindible, incentivar al desarrollo de la capacidad emprendedora en la sociedad ya que la implementación de emprendimientos aporta al desarrollo económico del país, por tanto, la intención emprendedora debe empezar a potencializarse a partir de diferentes agentes sociales ya sean estos, la familia, instituciones de educación superior, medios de comunicación, entre otros; a fin de fortalecer valores, conocimientos relacionados con el emprendimiento y fomentar el interés entre los estudiantes para emprender.

Según (Kantis, 2004) “En una sociedad con una cultura favorable a la empresariedad es más factible que las personas deseen emprender para ganar reconocimiento social, para ser independientes o para seguir los pasos de otros empresarios a los que admiran”(p. 25). En este sentido una adecuada cultura emprendedora en el país influye en que los alumnos de educación superior se involucren en actividades relacionadas con el emprendimiento.

Referente al tema, en la Universidad no se ha considerado de importancia conocer los factores que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes durante la formación académica, por ende

la falta de atención a la temática de emprendimiento ha dado como resultado que los estudiantes universitarios no generen ni ejecuten ideas innovadoras de negocio, es decir que tampoco emprenden.

Sin embargo, las instituciones de educación superior solo brindan un aporte limitado a la intención emprendedora, es decir, solo se forman profesionales pero no emprendedores, es necesario lineamientos de políticas públicas en el cual se articule una serie de factores y brinden las garantías suficientes para los estudiantes que deseen ejecutar una idea de negocio y que son considerados futuros emprendedores.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

Identificar los factores relevantes que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas mediante la aplicación del modelo de regresión logística (Logit) con la finalidad de fortalecer el desarrollo de emprendimientos en la Facultad de C.A.

5.2. Objetivos Específicos

- ✓ Analizar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios mediante una investigación documental para establecer teóricamente las variables dependiente e independiente.
- ✓ Aplicar el instrumento de recolección de información mediante un cuestionario propuesto para los estudiantes de la Facultad.
- ✓ Verificar las hipótesis planteadas a través de los resultados obtenidos de la regresión logística (Logit)

6. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

6.1. Modelo económico del país

La propuesta del Gobierno Nacional mediante la Constitución de la República del Ecuador (C.R.E, 2011) suscrita en Montecristi señala en el artículo 283 que:

El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios. (p.91)

En el país se estableció un nuevo sistema económico social y solidario; el propósito de la implementación de este modelo económico tiene como objetivo principal al ser humano proponiendo una relación equilibrada ante la sociedad, Estado y mercado buscando tener una armonía con la naturaleza, respondiendo a la producción y reproducción de las condiciones materiales, donde está incluido todos los bienes tangibles para establecer una economía como la producción de flores, cacao, entre otros productos que son de gran importancia para el país. Se tiene las condiciones inmateriales que se basa en el desarrollo educativo de los ecuatorianos en los servicios profesionales que pueden ejercer los habitantes, todos estos aspectos permitirán el desarrollo del buen vivir. Este sistema se integrará según la organización económica esta puede ser pública, privada, mixta, popular y solidaria y se regularán según la ley, logrando el desarrollo de la matriz productiva.

El sistema económico está dirigido a la producción y distribución de bienes y servicios mediante la creación de nuevas empresas y de los emprendimientos que los habitantes del país desarrollan ayudando a fortalecer la economía así lo menciona (Leon, 2009) “Este sistema económico está dirigido a la producción y distribución de bienes y servicios, la preservación del medio ambiente y el desarrollo cultural y tecnológico, y las distintas formas de producción y distribución, incluidas

las formas locales de producción y reproducción social”(P.111). El desarrollo cultural y tecnológico que se ejerce en cada uno de los emprendimientos realizados es característica fundamental para la preservación del medio ambiente, de ahí la importancia del cuidado del desarrollo del buen vivir que menciona producción de calidad optimizando los recursos y cuidando de nuestro ecosistema.

6.2. Emprendimiento

El emprendimiento ayuda al desarrollo económico y social de un país, con la generación de nuevas plazas de empleo tal 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). Con la puesta en marcha de diferentes negocios no solo se beneficia el emprendedor sino también la sociedad en general ya que genera fuentes de trabajo y busca la satisfacción de las necesidades de los clientes.

El emprendimiento es un negocio creado por una o varias personas mediante la unión de ideas así lo afirma (Reynolds, Hay, Bygrave, Camp, & Autio, 1999) los cuales definen 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). Buscando mediante las necesidades de las personas crear nuevas fuentes de empleo.

El emprendimiento es el desarrollo de un proyecto que busca tener un logro económico, Formichella (2004) menciona:

El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación. (p. 3)

Estos logros no solo pueden ser económicos también pueden ser sociales y políticos teniendo a la innovación como la principal característica resaltando diversos intereses de la actividad emprendedora, considerando que innovar no solo significa lanzar un nuevo producto al mercado sino también el mejoramiento de uno ya existente, otra de las características se trata del término incertidumbre que provoca el miedo al fracaso al no saber si el emprendimiento fracasará o será todo un éxito teniendo en cuenta estos dos términos el emprendimiento beneficiaría a la economía del país.

Los individuos serán parte del cambio económico de los países mediante la innovación y creación de nuevas fuentes de ingreso así lo menciona Vera (como se citó en Choquehuayta Vilca, 2017) señala que:

Existe coincidencia en cuanto a que se trata de un fenómeno social y económico complejo, en el que intervienen tanto los individuos, los emprendedores, que serían los agentes del cambio y la innovación, y una serie de factores culturales, sociales, económicos, y, en general un entorno que caracterizarían al proceso de cambio. Asimismo, el autor asume que un proceso emprendedor comienza a partir de una idea innovadora, la cual genera bienes, procesos y servicios nuevos, que provocan un impacto positivo en el desarrollo productivo y socio-cultural de la sociedad. (p.27)

El emprendimiento aparece de una idea innovadora que genera bienes y servicios nuevos o que provienen del mejoramiento de los mismos, innovar provoca un impacto positivo ante las necesidades de los consumidores teniendo en cuenta que al generar estos emprendimientos se debe contar con varios factores como el cultural que permite identificar las diferentes culturas y tradiciones para buscar las necesidades y preferencias de la sociedad permitiendo contar con ingresos económicos los cuales provocan un impacto de desarrollo generando un proceso de cambio, no solo de la sociedad sino de todo un país.

6.2.1. Importancia del Emprendimiento.

Se considera importante al emprendimiento ya que depende mucho de la actitud y aptitud que posee un individuo para generar nuevas ideas y convertirlas en un reto, referente a esto (Choquehuayta Vilca, 2017) menciona que:

El emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros. (p30)

Estos retos permiten desarrollar a las personas, no quedarse en el fracaso, sentirse bien con ellos mismos; el emprendimiento es una manera de alcanzar logros y generar empleo, la creación de nuevos proyectos ayuda a las personas a sentirse satisfechos al alcanzar los logros y superar los retos.

La importancia que tiene el emprendimiento para el desarrollo económico de los países, en especial el poseer el espíritu emprendedor en la innovación liderando los cambios tecnológicos, el aumento de la productividad y la competitividad, se constituyen en la matriz productiva de un país, generando la oportunidad de obtener una mejor posición económica e implementar nuevas fuentes de empleo.

El aumento de establecimientos económicos mediante la creación de nuevas ideas emprendedoras ayudan a disminuir el desempleo así (Formichella, 2004) comenta que “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). Estos nuevos emprendimientos no solo permiten a que el emprendedor ya no sea un desempleado sino también genere nuevas fuentes de trabajo incrementando la productividad del país.

6.2.2. Emprendedor.

Ser emprendedor representa tener autoestima y confianza en sí mismo en el momento de tomar decisiones:

El emprendedor posee un espíritu especial. Tiene alta autoestima, confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro. Trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga. Este es un punto para destacar, ya que el emprendedor no piensa su proyecto en forma acotada, sino que siempre tiene visión de futuro. (Formichella, 2004, p. 4)

Es una persona que persevera duramente en las ideas que propone, mostrando sus puntos de vista, su entusiasmo por crear algo nuevo donde pueda satisfacer a los demás sus necesidades, exponiendo así la eficiencia del proyecto realizado, esto lo diferencia del resto de los individuos en su forma de pensar, analizar y actuar, por esta razón el emprendedor convierte un ambiente negativo en un ambiente positivo no solo para el sino para los que lo rodean. Ser optimista le ayuda a alcanzar metas propuestas, ya que el emprendedor se fija en una visión futura y no limitada en su innovación.

El emprendedor es la persona que crea una empresa así (Rodríguez Alcaraz, 2011) afirma que: “En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro” (p. 2). La persona que tiene espíritu emprendedor y comienza a emprender y crear una empresa lo realiza con fines de lucro para convertirse en empresario, siendo una persona que genera nuevas fuentes de trabajo.

Emprendedor representa una labor muy difícil para la creación de un proyecto. “La persona que asume el riesgo de iniciar una empresa es un emprendedor. La palabra emprendedor proviene del latín *imprendere*, que significa “tomar la decisión de realizar una tarea difícil y laboriosa para ponerlo en ejecución” (Amaru Maximiano, 2008, p.1). Es la persona que mediante las ideas hace real la creación de una empresa para brindar bienes o servicios a los demás individuos con la ejecución de un proyecto que toma mucho tiempo y esfuerzo decidirlo y ponerlo en acción tomando todos los riesgos que se le presente.

Ser emprendedor significa ser la persona que posee la capacidad de idear nuevas cosas y ponerlas en ejecución:

El emprendedor, en esencia, es una persona que tiene la capacidad de idear y realizar cosas nuevas. Piense en cualquier individuo emprendedor que usted conozca y lo identificará por la capacidad de imaginar y hacer que las cosas sucedan. Otras personas, por el contrario, pueden ser sólo creativas o sólo implantadoras, pero no cuentan con la habilidad de combinar esas dos características básicas de comportamiento. (Amaru Maximiano, 2008, p. 4)

Muchas de las personas no son capaces de poseer las dos características principales de ser emprendedor ya que solo algunas saben ser creativas y otras implementadoras pero los que son capaces de unir estas dos capacidades se convierte en emprendedores ya que poseen la capacidad de imaginar y hacer que muchas cosas sucedan por medio de su capacidad de idear y realizar cosas nueva.

El emprendedor es la persona que pone en marcha el conjunto de ideas con el fin de mejorar los productos o servicios esto permite que no solo se convierta en un impacto en la comunidad sino también en su propia vida permitiéndole generar oportunidades de trabajo a los demás, así lo dice Gaether (como se citó en Choquehuayta Vilca, 2017) que:

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar uso diferente a algo ya existente y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la comunidad en la que habita, es suficientemente flexible como para adaptar ideas, posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento en una oportunidad. Se puede decir que un empresario puede y debe ser emprendedor, pero no necesariamente un emprendedor es empresario. (p.32)

La persona que emprende posee un deseo o la capacidad de crear fuentes de trabajo e innovar nuevos productos y servicios o mejorar los ya existentes con nuevos métodos de producción, esto lo realizan mediante la capacidad de poner en marcha las ideas que poseen y lanzándolos al mercado a pesar de las dificultades que se presentan y enfrentándose a las decisiones de los diferentes riesgos, ser emprendedor no significa ser empresario o de la misma manera un empresario un emprendedor.

6.2.2.1. Características de un emprendedor.

El emprendedor debe poseer diferentes características y es así como (Choquehuayta Vilca, 2017) resume las principales características que tienen e identifica a una persona emprendedora:

Tabla 2: Características de un emprendedor

<i>Características</i>	<i>Descripción</i>
Ser Perseverante	Persona dedicada a las ideas que tiene para poder poner en marcha su proyecto.
Ser Innovador	Personas muy creativas, que siempre gustan de los cambios, su mente siempre está evolucionando para hacer cosas distintas que sean aplicables en la sociedad.
Ser Luchador	Se esfuerzan por vencer los obstáculos que encuentran día a día y por conseguir el fin que se propone.
Ser Optimista	Mira los obstáculos que se le presentan de manera positiva ya que el fin es no ver los problemas como tales sino ver la solución.
Tener capacidad de actuar y querer aprender	Se debe conocer lo que se hace y esforzarse por aprender cosas nuevas. El emprendedor por naturaleza es una persona inquieta y debe demostrarlo de la mejor manera, con acción.
Tener Confianza	Afrontar con ánimo las épocas menos buenas y tener claro en todo momento que nada se consigue en un día ni dos.
Ser Paciente	El emprendedor debe saber que crear y hacer crecer algo es un tema de plazos y que estos suelen ser largos. Las historias de éxito en poco tiempo o sin esfuerzo pueden existir, pero son la excepción a la regla y no el patrón general

Fuente: Adaptado del criterio de Choquehuayta 2017.

Una persona emprendedora debe ser perseverante, innovador, luchador, optimista, tener confianza y ser paciente ya que la creación de un proyecto mediante la unión de muchas ideas no es sumamente fácil ya que presentan un sin número de dificultades y riesgos que debe tomar pero de la misma manera representan el lado positivo como es la oportunidad de crear nuevas fuentes de trabajo, generar el desarrollo económico de un país y satisfacer a sus clientes mediante sus necesidades y deseos, para tener éxito en su creación debe tener confianza en sí mismo, luchar

siempre por lo que se propone y convertir ese proyecto en una visión futura y no limitar su creatividad.

6.2.3. Emprendimiento Universitario.

El emprendimiento no solo lo realizan personas que tienen avanzada edad o profesionales, hoy en día los universitarios también poseen un papel importante en la economía de un país ya que existen muchos jóvenes que poseen ideas innovadoras, fabulosas y buscan emprender y generar fuentes de trabajo.

En la actualidad se ha hablado mucho del emprendimiento, ya que cada vez son más los jóvenes que buscan emprender y miran en este, una oportunidad para tener un futuro próspero, sin depender de un empleador y sin regirse a horarios; esto se debe también a que se han reducido notablemente las buenas oportunidades laborales que ofrezcan una estabilidad y seguridad. (Silva Vinueza, 2015)

Por falta de oportunidades laborales y la baja estabilidad económica que se presentan en las diferentes partes del mundo los jóvenes universitarios son los futuros emprendedores ya que ellos buscan ser quienes controlen sus propios horarios por ende hoy emprender se convierte más en una necesidad y buscar la oportunidad de vivir un futuro más próspero.

El propósito que tiene la educación universitaria es fortalecer el conocimiento de los jóvenes ayudándolos a desarrollar sus ideas y las puedan ejecutar así se refiere al autor Choquehuayta Vilca, 2017 que:

El Centro de Emprendimiento Universitario un propósito de fomentar la capacidad emprendedora en los jóvenes estudiantes de la universidad. Motivados por la búsqueda de nuevas formas de generar capacidades emprendedoras, diseñado programas, realizando relaciones y construcción de procesos que logren ir a la vanguardia. (p.6)

El emprendimiento universitario es una motivación para los jóvenes estudiantes mediante las diferentes capacidades que poseen, esto se logra a través de programas y procesos que cumplan lo

requerido, siendo ellos los futuros investigadores que generen trabajo y con ello aportan al desarrollo económico del país a través de la implementación de ideas de negocio innovadoras.

Es importante que el individuo obtenga formación educativa ya que permite el fortalecimiento de las ideas innovadoras que posee así lo manifiesta Honjo (como se citó Díaz Santamaría, 2015) resaltando que “La formación se presenta como un elemento principal y clave para impulsar la autoconfianza a la hora de ser un emprendedor” (p.35). Para ser emprendedor se necesita tener confianza en sí mismo por esa razón la clave fundamental para mejorar o crear un bien o servicio es tener conocimientos educativos que ayuden a estructurar de mejor manera al proyecto.

6.2.4. Cultura Emprendedora.

La Cultura Emprendedora implica el desarrollo de ideas innovadoras que se construyen mediante el comportamiento del individuo así lo menciona (Gutiérrez, 2006) “Es una de esas construcciones que el nuevo modelo de desarrollo requiere. Implica la construcción de patrones comportamentales individuales vinculados a acciones colectivas que signifiquen la realización de tareas innovadoras generadoras de bienes y servicios con sentido lucrativo o no” (p.7). Representa la construcción de diferentes modelos de desarrollo implicando un sin número de tareas aplicando las ideas innovadoras que generen bienes y servicios para la sociedad.

Tener cultura empresarial es considerar un proceso de construcción social con los individuos mediante la organización así Galindo (Como es citado en Martínez, 2008) Sostiene que la “Cultura empresarial debe ser considerada como un proceso de construcción social de la realidad organizacional a través de un sistema de símbolos significantes” (p.107). Esta cultura emprendedora debe tener una adecuada organización el cual genere beneficios a la sociedad logrando su satisfacción mediante sistemas que ayuden con este comportamiento.

La cultura emprendedora es el conjunto de comportamientos, valores, creencias que son generadas por medio de acciones educativas así (Martínez, 2008) menciona que:

El conjunto de comportamientos, valores, creencias, conocimientos, etc., en definitiva, pautas culturales, generados por medio de acciones educativas para incitar a los ciudadanos a acometer prácticas innovadoras en el plano laboral y social con objeto de mejorar la realidad. Dichas acciones deben ir orientadas en una triple perspectiva: promover el crecimiento económico, la justicia y la cohesión social, y el desarrollo sostenible desde el punto de vista medioambiental. Configurándose de esta forma, la cultura emprendedora, como proyecto social integrado. (p.115)

Esto permite que el ser humano inicie con prácticas innovadoras mediante las ideas que poseen para mejorar un proceso convirtiendo ciertos beneficios como en lo laboral y social con la intención de mejorar su situación y la de los demás siendo estas siempre orientadas a lo económico, a la justicia y unión social convirtiéndose así la cultura emprendedora como un proyecto que ayude al desarrollo social y económico de una organización y de un país.

La cultura emprendedora y la combinación de la educación con desarrollo laboral ayudan a un mejor desarrollo económico así menciona (Martínez, 2008) que “La cultura emprendedora y su vinculación con la educación, la cultura y el desarrollo laboral, social y medioambiental, configurándose como proyecto social integrado con el que pretendemos mejorar la sociedad actual” (p.116). Al poner en marcha la unión de ideas innovadoras del emprendedor permite la integración social y mejora la situación económica, la cultura emprendedora ayuda al desarrollo de un país esto pueden ser en lo social, cultural y sobre todo laboral y ambiental ya que al momento de ejercer un proyecto se debe tomar en cuenta el impacto que este tiene al medio ambiente y en lo laboral porque ayuda a un país disminuir la tasa de desempleo y por ende de la pobreza.

6.3.Intención Emprendedora

La intención emprendedora es la iniciativa que tiene un individuo para crear un nuevo emprendimiento, Vargas (2007) dice que: “Las intenciones emprendedoras corresponden a cualquiera que crea un nuevo emprendimiento o crea su propia empresa” (p.48). Mediante la creación de nuevas ideas que generen valor al emprendimiento se crea o se mejora un bien o servicio esto se logra mediante la puesta en marcha del proyecto.

La intención emprendedora se refiere a la iniciativa que tiene una persona para crear un nuevo negocio, según Kolvereid (Como se cita en Vargas, 2007) menciona que: “La intención emprendedora es un predictor del comportamiento que incluye la idea que el individuo posee para la gestación de un nuevo negocio, sin haber llegado a crear la nueva empresa” (p.48). Estas ideas representan el comportamiento de la persona, la capacidad que tiene para generarlas, que el individuo tenga ideas para generar un bien o servicio es ya la intención, no importa crear inmediatamente una empresa con el simple hecho de construir un negocio o establecer el emprendimiento es un paso para después crear una empresa nueva.

6.4. Situación social y económica del país

Un factor importante en el modelo económico del país es la educación ya que el conocimiento adquirido fortalece las ideas de un individuo en el momento de generar un proyecto innovador, esto permite generar fuentes de trabajo y mejora de la economía del país, así menciona la (C.R.E, 2011):

La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar.(p.16)

La educación ayuda al ser humano a adquirir conocimientos de valor que ayuden a la economía de un país siendo una ventaja para incrementar la iniciativa emprendedora mediante el sustento de ideas creativas y necesarias para crear un producto o servicio, el conocimiento ayuda a desarrollar estrategias para competir en el mercado laboral e implementar nuevas empresas mediante el conocimiento adquirido se tiene la capacidad de crear cosas nuevas que generen valor a la matriz productiva, a nivel nacional la educación es un factor esencial ya que permite el desarrollo de las potencialidades humanas garantizando la igualdad de oportunidades para todos, el proceso educativo debe contemplar la preparación de futuros ciudadanos, con valores y conocimientos para fomentar el desarrollo del país.

6.5. Condiciones de vida de los ecuatorianos

El concepto de condiciones de vida se relaciona con el estudio de la calidad de vida de las personas en todos los ámbitos, en este contexto Rosero Moncayo y García Guerrero (2015) mencionan que:

La calidad de vida alude directamente al Buen Vivir en todos los ámbitos en los que se desarrollan las personas, pues se vincula con la creación de condiciones para satisfacer sus necesidades materiales, psicológicas, sociales y ecológicas. Dicho de otra manera, tiene que ver con el fortalecimiento de las capacidades y potencialidades de los individuos y de las colectividades, en su afán por satisfacer sus necesidades y construir un proyecto de vida común. (p. 3)

Para mejorar la calidad de vida es necesario que los ecuatorianos desarrollen sus capacidades y potencialidades, por lo tanto con la implementación de emprendimientos es posible mejorar las condiciones de vida ya que se aporta a la creación de nuevas fuentes de empleo y con ello se garantiza un ingreso digno.

Los factores materiales se refieren a los recursos que una persona posee, tales como: los ingresos disponibles, posición en el mercado de trabajo, salud, nivel de educación. Le define a “La calidad de vida como un concepto multidimensional que incluye aspectos del bienestar y de factores materiales, ambientales de relacionamiento y políticas gubernamentales” (Rosero Moncayo y García Guerrero, 2015). En cuanto a los factores ambientales son las características del vecindario/comunidad que pueden influir en la calidad de vida, tales como: presencia y acceso a servicios, grado de seguridad y criminalidad, transporte y movilización, habilidad para servirse de las nuevas tecnologías, entre otras. Dentro de los factores de relacionamiento están incluidos las relaciones con la familia, los amigos y las redes sociales, lo antes mencionado incide en las condiciones de vida de los ecuatorianos ya que está determinado por características propias del entorno en el cual habita.

6.6. Factores determinantes para ser emprendedor.

Para poder emprender se debe tener en cuenta el estudio de diferentes factores como: demográficos, psicológicos y económicos; a través de ellos se puede identificar distintas variables como: la iniciativa, el carisma, entre otras. Según Veciana (Como cito Díaz Santamaría, 2015) “Los primeros estudios sobre la creación de empresas se centraron en identificar y explicar las características psicológicas y demográficas de los empresarios que creaban nuevas empresas y su relación con el éxito o fracaso” (p.153). Las características psicológicas que representa las variables motivaciones, formación, experiencia profesional entre otras., y las características demográficas; contexto familiar, las experiencias en la infancia y los valores personales, la edad, estatus socioeconómico que pueden influir en la decisión para un emprendedor a la hora de crear un negocio, entre otros factores que son determinantes para la elaboración del proyecto ya que son relacionadas con el éxito del individuo permitiendo desarrollar nuevas empresas.

6.6.1. Factores que Inciden en las Decisiones de Crear una Empresa.

Para este proyecto es necesario conocer los factores que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de la F.C.A para tomar la decisión de crear una empresa, en este contexto se detalla en la siguiente tabla los conceptos según varios autores sobre el objeto de estudio:

Tabla 3: Factores que Inciden en las Decisiones de Crear una Empresa

Factores que se medirán	Autor	Clasificación
<i>Sociodemográficas:</i>	(Díaz, 2015)	Edad, género, Edad en la que se crea la empresa, Nivel educativo / tipo de formación, Estado civil, Estatus socioeconómico, Número de hijos, Ocupación de los padres, Orden de nacimiento (en la familia), Raza, religión, Experiencias de la infancia.
	(Jaimes, Jaramillo, & Perez, 2017)	Familia emprendedora, experiencia laboral, experiencia como auto empleado, participación en programas de apoyo al emprendimiento.

	(Gutiérrez, 2006)	Edad, años de estudio de la carrera, género, tradición emprendedora, tipo de estudios y curso, características personales, percepción del empresario.
Psicológicas:	(Diaz, 2015)	Autoestima, confianza, Liderazgo, dinamismo, Capacidad de toma de decisiones, Comprensión de la realidad, Compromiso/determinación, Estilo de resolución de problemas, Habilidades de comunicación, Iniciativa y entusiasmo, Innovación, creatividad, inteligencia, visión, Juicio, Control interno, Necesidades de autonomía en independencia, Necesidad de logro y poder, Nivel de energía, Propensión hacia el riesgo.
	(Jaimes, Jaramillo, & Perez, 2017)	Normas subjetivas, valores individuales y control percibido interno.
	(Espiritu, 2011)	Conservación, apertura al cambio, auto engrandecimiento, necesidad de logro y control interno.
Socioeconómicos:	(Jaimes, Jaramillo, & Perez, 2017)	ingreso familiar mensual, número de autos en el hogar, se cuenta con servicio doméstico, ahorro de dinero para iniciar un negocio propio

7. HIPÓTESIS

Los siguientes factores (sociodemográficos, psicológicos y socioeconómicos) inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de la F.C.A.

7.1. Hipótesis planteadas

En la presente investigación, se plantean las siguientes hipótesis las cuales hacen referencia a los factores que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de la F.C.A.

7.1.1. Primera Hipótesis

H0: Los factores sociodemográficos como edad, género, estado civil, semestre, familiares empresarios y programa emprendedor, no inciden en la intención emprendedora.

H1: Los factores sociodemográficos como edad, género, estado civil, semestre, familiares empresarios y programa emprendedor, inciden en la intención emprendedora.

Ecuación factores sociodemográficos.

$$IE = \beta_0 + \beta_1 \text{ Género} + \beta_2 \text{ Edad} + \beta_3 \text{ Edocivil} + \beta_4 \text{ Semestre} + \beta_6 \text{ Egreso} + \beta_7 \text{ ProgramaEmprendedor} + \beta_8 \text{ Familiarempresario}.$$

7.1.2. Segunda hipótesis

H0: Los factores psicológicos como autoestima, innovación, motivación, propensión al riesgo y tolerancia a la ambigüedad no inciden en la intención de emprender.

H2: Los factores psicológicos como autoestima, innovación, motivación, propensión al riesgo y tolerancia a la ambigüedad inciden en la intención de emprender.

Ecuación factores psicológicos.

$$IE = \beta_0 + \beta_1 \text{ Autoestima}_3 + \beta_2 \text{ Autoestima}_6 + \beta_3 \text{ Controlpercibido}_5 + \beta_4 \text{ Controlpercibido}_7 + \beta_5 \text{ Innovación}_5 + \beta_6 \text{ Innovación}_9 + \beta_7 \text{ Motivaciónlogro}_3 + \beta_8 \text{ Motivaciónlogro}_7 + \beta_9 \text{ Riesgo}_1 + \beta_{10} \text{ Riesgo}_5 + \beta_{11} \text{ Tolambig}_6 + \beta_{12} \text{ Tolambig}_{10}.$$

7.1.3. Tercera hipótesis

H0: Los factores socioeconómicos como la tendencia al ahorro y la tendencia a la inversión no inciden en la intención emprendedora.

H3: Los factores socioeconómicos como la tendencia al ahorro y la tendencia a la inversión inciden en la intención emprendedora.

Ecuación factores socioeconómicos.

$$IE = \beta_0 + \beta_1 \text{ Factorecon}_3 + \beta_1 \text{ Factorecon}_8 + \beta_2 \text{ Tiempogeneracionganancia}.$$

8. DISEÑO METODOLÓGICO

8.1. Enfoque: Cuantitativo

El proyecto de investigación tiene un enfoque cuantitativo se considera utilizar la recolección de datos para probar la hipótesis planteada con base en la medición numérica y el análisis estadístico mediante el modelo Logit, todo esto brindará solución al problema de investigación, la cual se basa principalmente en un tipo de diseño investigativo, de campo y documental, empleando técnicas como la encuesta con su respectivo instrumento de recolección de datos con la finalidad de alcanzar el cumplimiento de los objetivos planteados.

8.2. Métodos

8.2.1. Teóricos.

Se empleó el método deductivo ya que permite analizar la información relacionada a los factores que inciden en la intención emprendedora, por lo tanto, el análisis se realizó de lo general a lo particular para establecer lo primordial de la información que se obtendrá durante el desarrollo del proceso investigativo; también permite analizar los datos recopilados para emitir conclusiones y recomendaciones al finalizar el proyecto.

8.3. Tipo de investigación

8.3.1. Por su nivel.

8.3.1.1. Investigación descriptiva.

Busca especificar las propiedades importantes y relevantes del objeto de estudio que se someta a un análisis. También tiene como finalidad medir los componentes más relevantes del fenómeno a investigar.

8.3.1.2. Investigación correlacional.

Tiene como propósito medir la intención emprendedora de los estudiantes de la F.C.A. También su objetivo no es solo describir el problema o situación sino analizar sus causas teniendo en cuenta la relación entre las distintas variables.

8.3.2. Por su diseño.

8.3.2.1. De campo.

Consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables del fenómeno a estudiar.

8.3.2.2. Documental.

Se utiliza la investigación en las diferentes fuentes bibliográficas y documentales lo que se basa en obtener y analizar información de libros, artículos, tesis o revistas de diferentes autores que aportan las teorías necesarias para el diseño de nuevos conocimientos.

8.4. Técnicas

La técnica que será aplicada es la encuesta ya que permite recoger información concreta y eficaz acerca de los factores que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes.

8.5. Instrumento

El instrumento pertinente para la recolección de información que se utilizará es el cuestionario, dicho instrumento será validado previo su aplicación.

8.6. Población y Muestra

8.6.1. Población

Al ser un trabajo relacionado con la parte académica se consideró la cantidad de estudiantes que existen en la facultad de Ciencias administrativas cuyo número es de 1029, distribuido de la siguiente manera.

Tabla 4: Población

Carreras	Alumnos matriculados
Comercio	277
Contabilidad y auditoria	294
Secretariado ejecutivo	458
Total	1029

Fuente: Secretaria de la facultad

8.6.2. Muestra

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

Donde:

N= Población

Por lo tanto:

n= Tamaño de la muestra

Zc= Valor de Z crítico, correspondiente a un valor dado del nivel de confianza del 95% que es igual a 1.96

p= Proporción de éxito en la población (50%)

q= Es la diferencia entre 1-p (1-0.50)

e= Error en la proporción de la muestra (0.05)

Para obtener los tamaños muestrales estratificados se utilizó una afijación proporcional:

Tabla 5: Tamaño de la muestra

Carreras	Muestra
Comercio	73
Contabilidad y auditoria	126
Secretariado ejecutivo	81
Total	280

Fuente: Secretaria de la facultad

Este tamaño se procede a estratificarlo en base a los cursos que reciben emprendimiento dando como resultado la tabla 6.

Tabla 6: Muestra estratificada

Ciclos	Licenciaturas		
	Secretariado Ejecutivo	Contabilidad y Auditoria	Comercio
Primero	16		
Segundo	9		
Tercero	7		
Cuarto	9	22	11
Quinto	19	30	22
Sexto	7	22	7
Séptimo	5	16	13
Octavo	9	15	9
Noveno		21	10
Total	81	126	73

Fuente: Secretaria de la facultad

De esta manera el resultado es 280 estudiantes, se estratificó para distribuir la cantidad de estudiantes encuestados en cada carrera.

9. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

9.1 Resultados de la encuesta

1.- ¿Se considera usted capaz de hacer un proyecto de emprendimiento teniendo los conocimientos teóricos y prácticos brindados por la universidad?

Tabla 7: Intención Emprendedora

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	245	88%
No	35	13%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

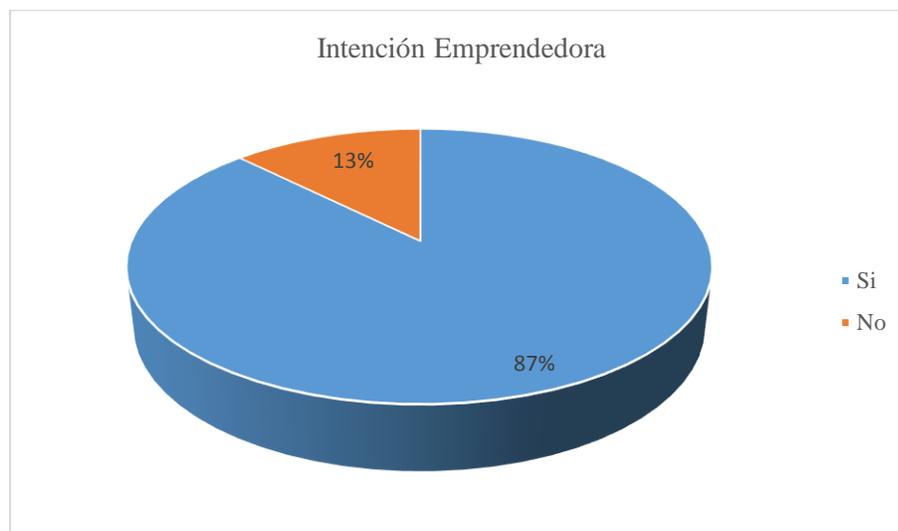


Gráfico 1: Intención Emprendedora

Fuente: Encuesta (2018)

De los encuestados el 87% que representan 245 estudiantes se consideran capaces de hacer un proyecto de emprendimiento teniendo los conocimientos teóricos y prácticos brindados por la universidad, mientras que el 13% que representa a 35 personas no se consideran capaces.

Se observa que la mayoría de los estudiantes encuestados están preparados para realizar un proyecto de emprendimiento gracias a los conocimientos adquiridos en la institución.

2.- ¿Estaría dispuesta/o a esforzarse lo que sea necesario para realizar un emprendimiento?

Tabla 8: Capacidad de emprender

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	247	88%
No	33	12%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

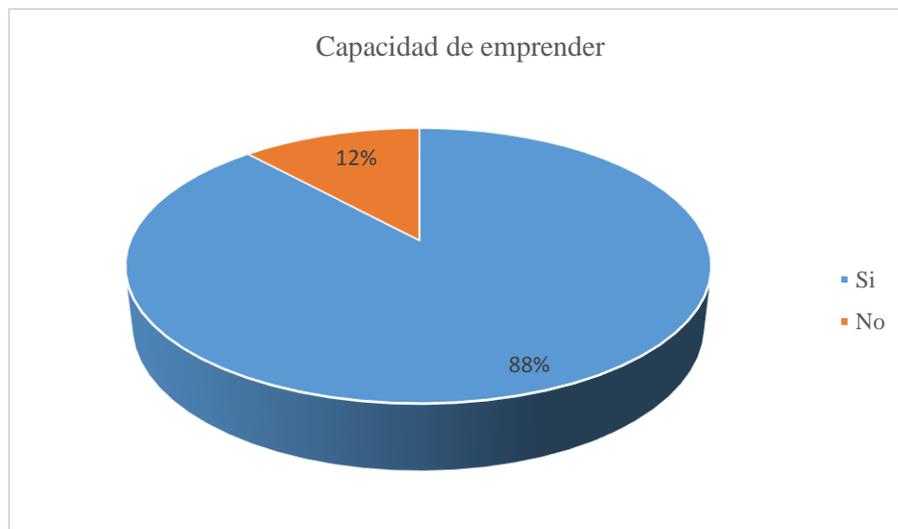


Gráfico 2: Capacidad de emprender

Fuente: Encuesta (2018)

El 88% de los encuestados que representan 247 personas estarían dispuestas a esforzarse lo que sea necesario para realizar un emprendimiento, mientras que el 12% que representa 33 estudiantes de la Facultad no estarían dispuestos a emprender.

Los estudiantes de la F.C.A. que fueron encuestados tienen un grado de interés alto en esforzarse lo necesario para emprender siendo satisfactorio el resultado.

3.- ¿Su objetivo profesional es emprender algún negocio?

Tabla 9: Objetivo profesional

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	226	81%
No	54	19%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)



Gráfico 3: Objetivo profesional

Fuente: Encuesta (2018)

226 personas que representan el 81% de la población tienen como objetivo profesional emprender algún negocio, mientras que el 19% que representa 54 estudiantes no tiene como objetivo emprender algún negocio.

La mayor parte de los estudiantes encuestados ven como un objetivo profesional emprender algún negocio.

4.- Género

Tabla 10: Género

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	61	22%
Femenino	219	78%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

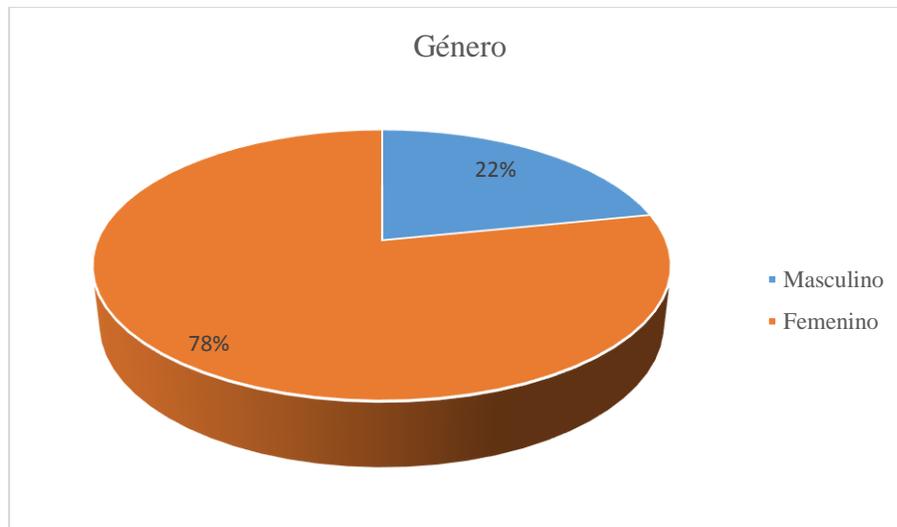


Gráfico 4: Género

Fuente: Encuesta (2018)

El 78% de los estudiantes encuestados que representa a 219 mujeres que pertenecen a la F.C.A, mientras el 22% que representan a 61 estudiantes que son de género masculino.

La mayoría de los estudiantes que conforman la F.C.A en sus distintas carreras son de género femenino, lo que determina que existe poco interés de parte de los hombres para estudiar carreras administrativas.

5.-Edad

Tabla 11: Edad

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 18 años	9	3%
De 18 a 22	155	55%
De 23 a 26	102	36%
Más de 26 años	14	5%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

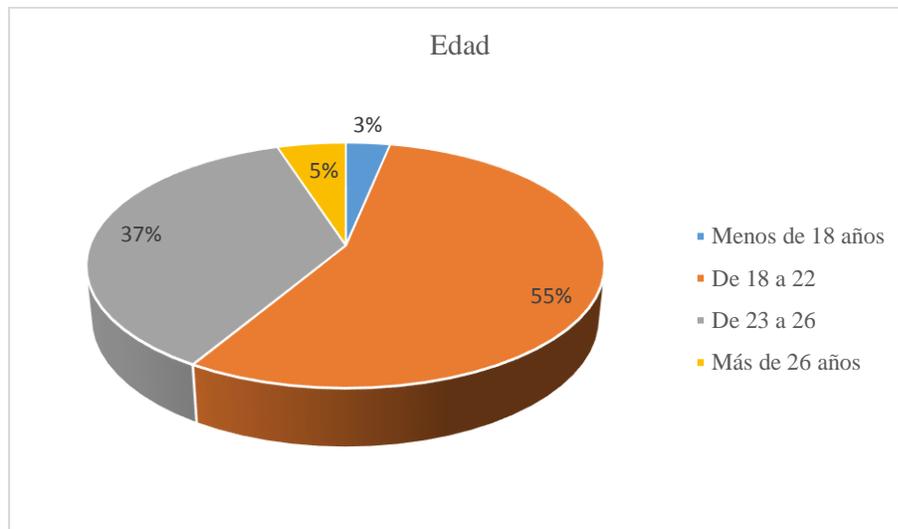


Gráfico 5: Edad

Fuente: Encuesta (2018)

155 personas encuestadas que representan el 55% de la población tiene de 18 a 22 años de edad, mientras que el 37% que representa 102 estudiantes tienen de 23 a 26 años, tan solo el 5% de los estudiantes tienen más de 26 años y solo el 3% son menores de 18 años.

La mayoría de los estudiantes en las carreras de la F.C.A se encuentran aproximadamente en la edad de 18 a 22 años.

6.- ¿Cuál es su estado civil?

Tabla 12: Estado Civil

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Soltero/a	202	72%
Casado/a	37	13%
Divorciado/a	7	3%
Unión libre	34	12%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

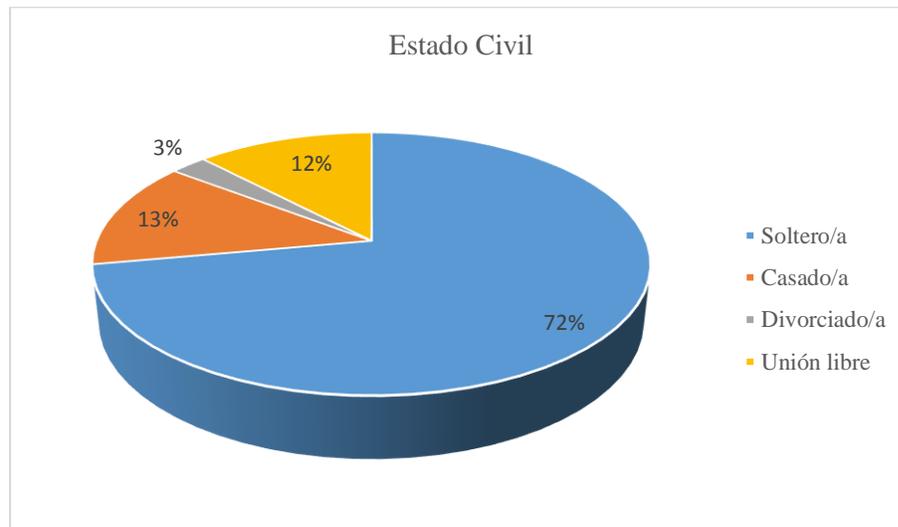


Gráfico 6: Estado Civil

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes el 72% que representan 202 personas encuestadas son solteros/as, mientras que el 13% de los encuestados están casados/as, el 12% de las personas encuestadas viven en unión libre y solo el 3% de los estudiantes de la facultad están divorciados/as.

En la F.C.A se evidencia que los estudiantes en su mayoría son solteros/as y existe un bajo porcentaje de estudiantes que están casados/as.

7. ¿En qué semestre está actualmente?

Tabla 13: Semestre

Opción	Frecuencia	Porcentaje
De primero a tercero	31	11%
De cuarto a sexto	147	53%
De séptimo a noveno	102	36%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

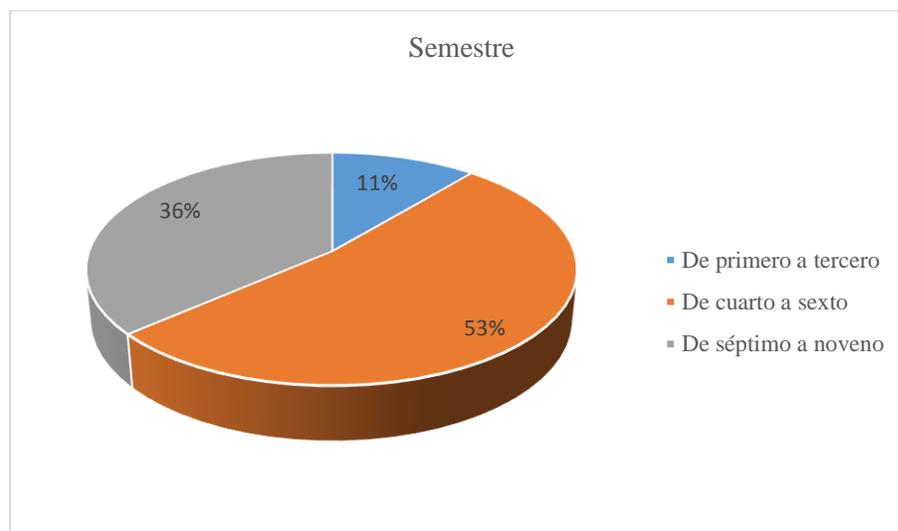


Gráfico 7: Semestre
Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes el 53% que representa a 147 personas de la población estudian en cuarto a sexto semestre, mientras que el 36% están en el semestre de séptimo a noveno y el 11% que representa 31 personas estudian de primero a tercer ciclo de las carreras que ofrece la F.C.A.

Es satisfactorio ver que la mayoría de estudiantes reciben materias de emprendimiento desde el cuarto ciclo, lo que aporta a la enseñanza sobre el emprendimiento de los jóvenes.

8.- Indique su propósito después de egresar de la carrera:

Tabla 14: Propósito después de egresar

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Crear su propia empresa	143	51%
Desarrollar su carrera profesional en una empresa privada	77	28%
Trabajar en la administración pública	57	20%
Trabajar en una organización sin ánimo de lucro	3	1%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

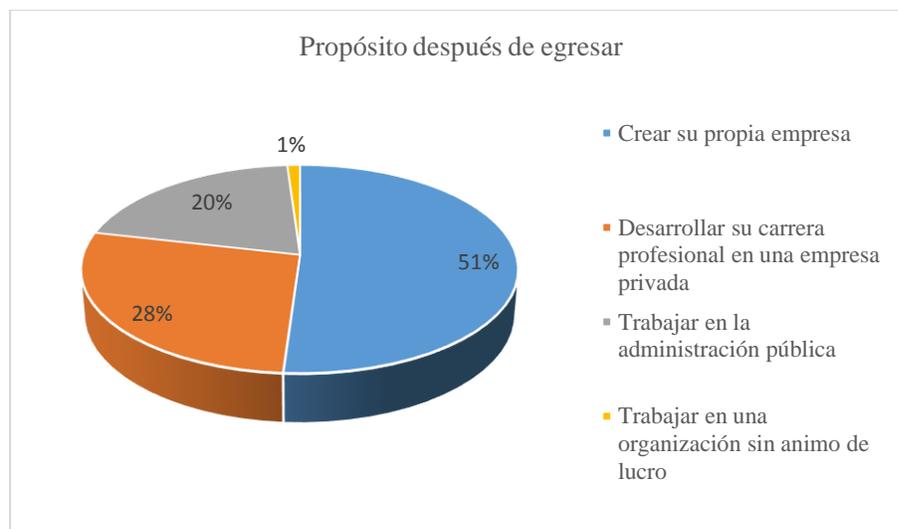


Gráfico 8: Propósito después de egresar

Fuente: Encuesta (2018)

143 Personas que representan el 51% tienen como propósito después de egresar el crear su propia empresa, mientras que el 28% que representa a 77 personas pretenden desarrollar su carrera profesional en una empresa privada, también el 20% de los encuestados manifestó que después de egresar optará por trabajar en la administración pública y el 1% que representa a 3 personas mencionan que después de egresar trabajarán en una organización sin ánimo de lucro.

De los estudiantes encuestados el 51% manifestó que después de egresar tiene como propósito crear su propia empresa es decir ser un emprendedor.

9.- ¿Usted conoce el Programa de Incubadoras de empresas que existen en la facultad?

Tabla 15: Programa de Incubadoras

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	125	45%
No	155	55%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

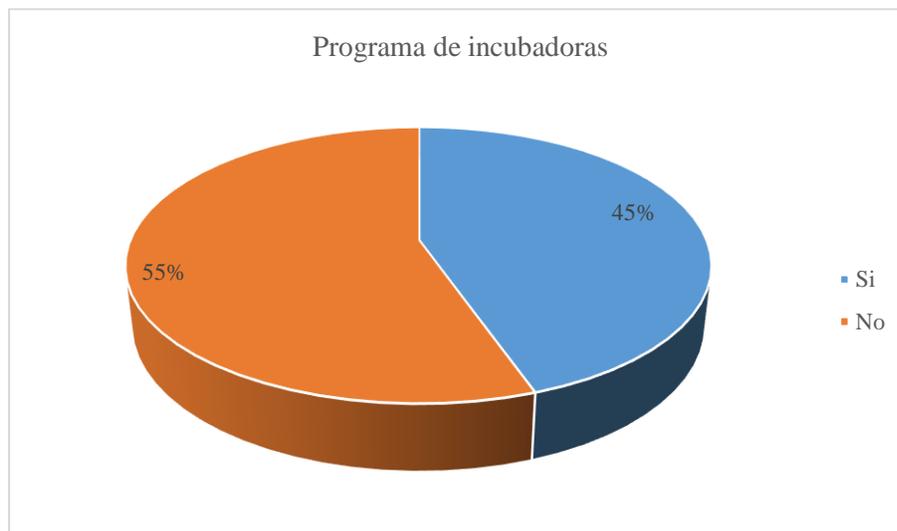


Gráfico 9: Programa de Incubadoras

Fuente: Encuesta (2018)

155 estudiantes encuestados que representan el 55% de la población no conocen el programa de incubadoras de empresas que existe en la facultad, mientras que el 45% que representa a 125 personas si conocen el programa que existe en la F.C.A.

De los estudiantes encuestados el 55% no conoce el programa de incubadoras de empresas que promociona la facultad para fortalecer el emprendimiento en los estudiantes.

10.- ¿Tiene algún miembro de su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio (padres, hermanos, abuelos...)?

Tabla 16: Familiar empresario

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	174	62%
No	106	38%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

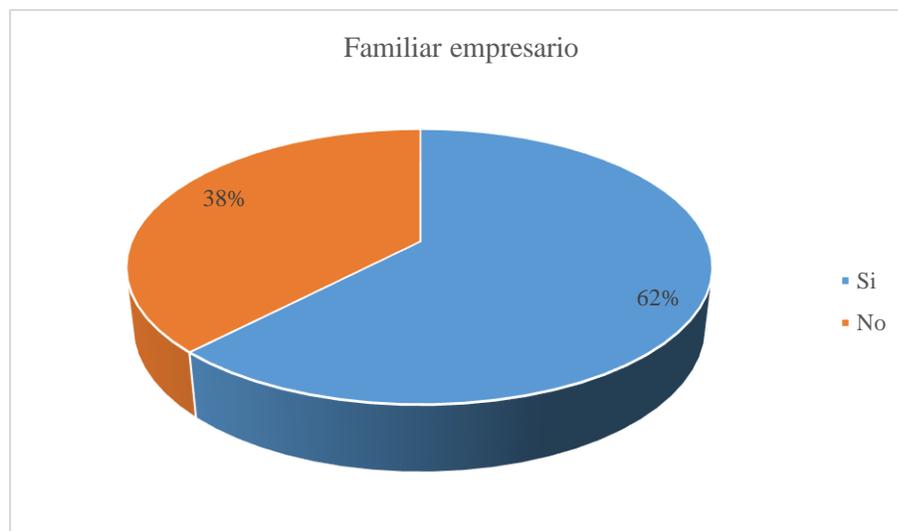


Gráfico 10: Familiar empresario

Fuente: Encuesta (2018)

Interpretación:

174 estudiantes encuestados que representan el 62% de la población tienen algún familiar empresario, mientras que el 38% que representa a 106 personas no tienen un familiar empresario.

De los estudiantes encuestados el 62% tiene un familiar empresario o que tenga un negocio propio, esto propende a que los estudiantes que tiene familiares empresarios sigan los mismos pasos y se conviertan en emprendedores.

11.- ¿Cuál es el nivel de estudios de su padre/madre?

Tabla 17: Formación de los padres

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Educación Básica	118	42%
Bachillerato	109	39%
Superior	41	15%
No responde	12	4%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

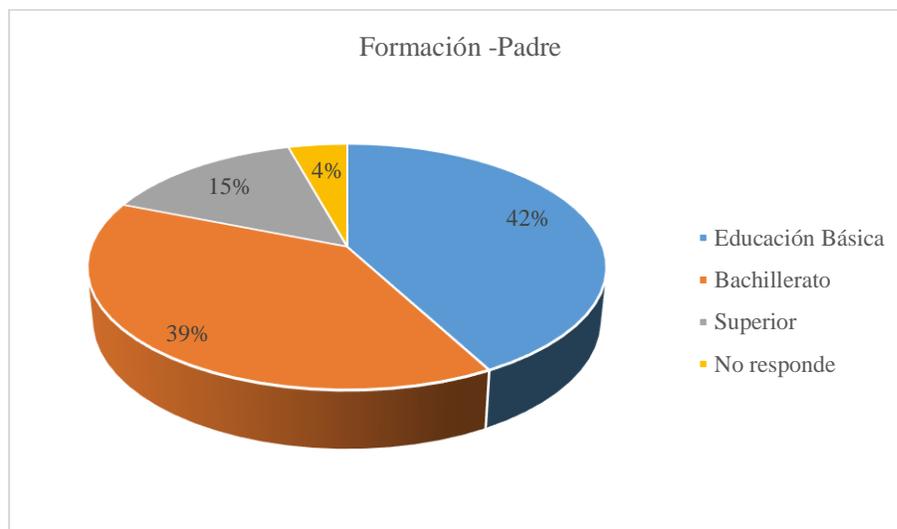


Gráfico 11: Formación de los padres

Fuente: Encuesta (2018)

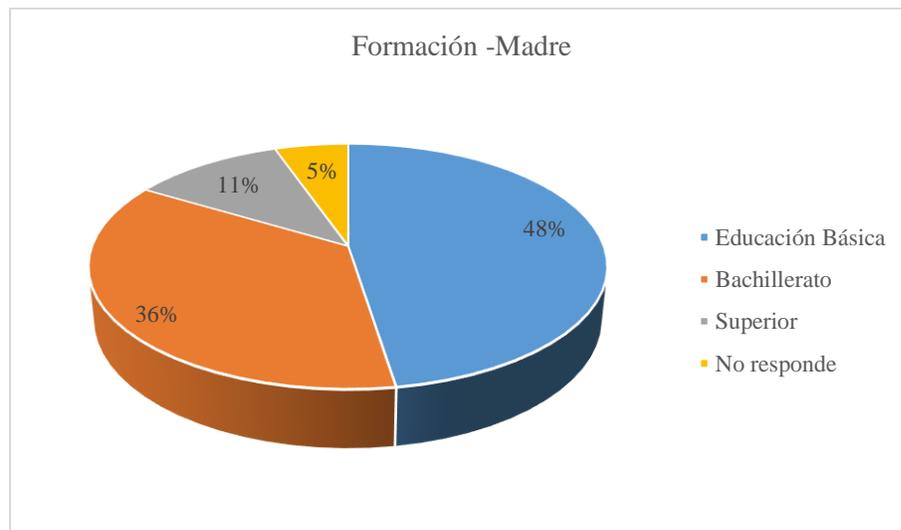
118 Estudiantes encuestados que representan el 42% de la población manifiestan que sus padres han estudiado hasta Educación Básica, mientras que el 39% que representa a 109 personas mencionan que el nivel de estudios de sus padres llegó hasta el Bachillerato, el 15% de los encuestados manifiestan que sus padres tiene instrucción superior y el 4% que representa a 12 estudiantes no responden la pregunta.

Se puede evidenciar que la mayoría de padres de los estudiantes de la facultad han estudiado hasta la Educación Básica.

Tabla 18: Formación de las madres

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Educación Básica	133	48%
Bachillerato	101	36%
Superior	31	11%
No responde	15	5%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

**Gráfico 12:** Formación de las madres

Fuente: Encuesta (2018)

133 Estudiantes encuestados que representan el 48% de la población manifiestan que sus madres han estudiado hasta Educación Básica, mientras que el 36% que representa a 101 personas mencionan que el nivel de estudios de sus madres llegó hasta el Bachillerato, el 11% de los encuestados manifiestan que sus madres tiene instrucción superior y el 5% que representa a 15 estudiantes no responden la pregunta.

Se puede evidenciar que la mayoría de madres han culminado la educación básica y bachillerato pero muy pocas han culminado sus estudios superiores muchas de ellas trabajan y otras son amas de casa.

12.- Profesión de los familiares

Tabla 19: Profesión de los padres

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Agricultores /ganaderos	55	20%
Empleados	110	39%
Empresarios	40	14%
Otros	59	21%
No responde	16	6%
Total	280	94%

Fuente: Encuesta (2018)

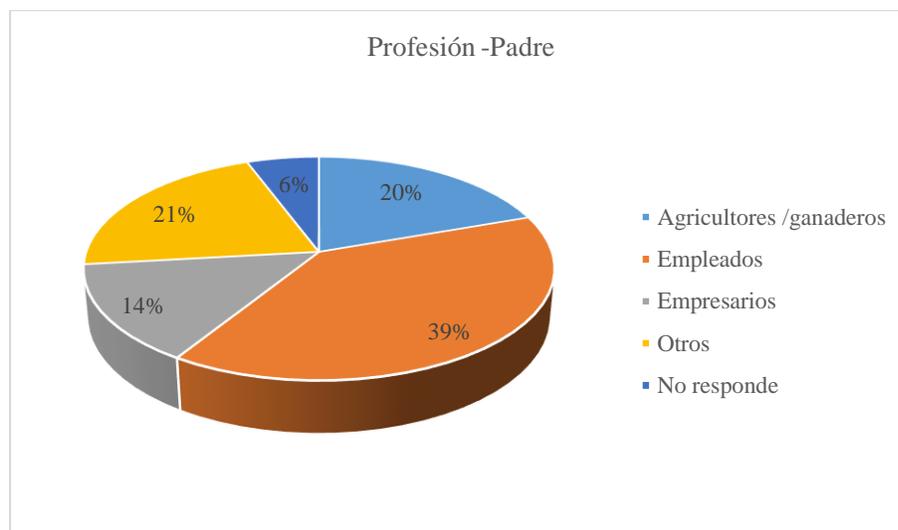


Gráfico 13: Profesión de los padres

Fuente: Encuesta (2018)

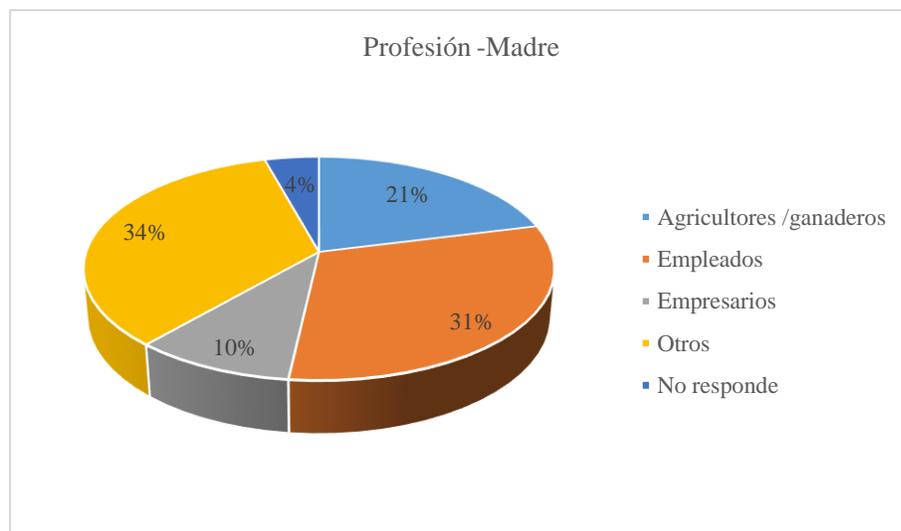
110 Estudiantes encuestados que representan el 39% de la población manifiestan que sus padres tienen como profesión ser empleados, mientras que el 20% que representa a 55 personas mencionan que sus padres trabajan como agricultores o ganaderos, el 21% de los encuestados manifiestan que sus padres ejercen otra profesión, el 14% que representa a 40 personas mencionan que sus padres son empresarios o tienen un negocio propio y el 6% que representa a 16 estudiantes no responden la pregunta.

Es posible evidenciar que la mayoría de padres de los estudiantes laboran como empleados y no existen muchos padres que sean empresarios.

Tabla 20: Profesión de las madres

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Agricultores /ganaderos	59	21%
Empleados	86	31%
Empresarios	27	10%
Otros	96	34%
No responde	12	4%
Total	280	96%

Fuente: Encuesta (2018)

**Gráfico 14:** Profesión de las madres

Fuente: Encuesta (2018)

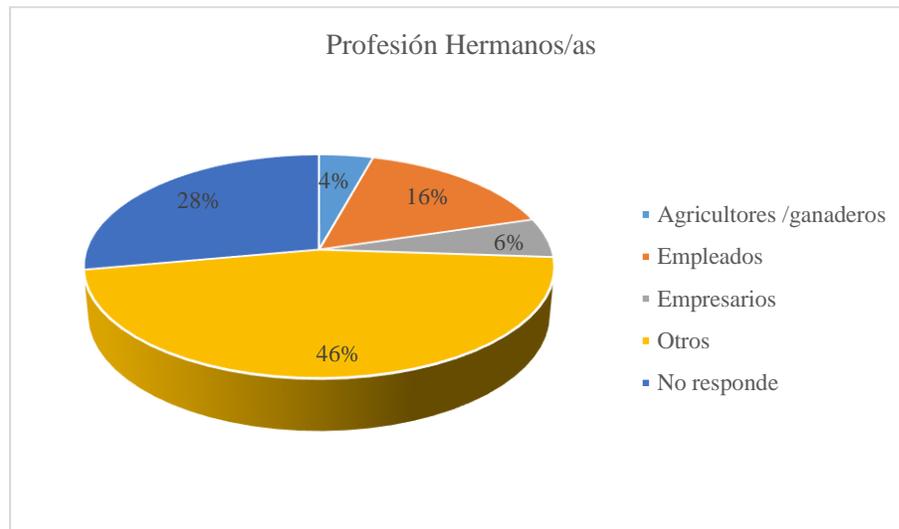
94 Estudiantes encuestados que representan el 34% de la población manifiestan que sus madres ejercen otra profesión, mientras que el 31% que representa a 86 personas mencionan que sus madres laboran como empleadas, el 21% de los encuestados manifiestan que sus madres trabajan como agricultores, el 10% que representa a 27 personas mencionan que sus madres son empresarias o tienen un negocio propio y el 4% que representa a 12 estudiantes no responden la pregunta.

Es posible evidenciar que la mayoría de madres de los estudiantes ejercen otra profesión y no existen muchas madres que sean empresarias.

Tabla 21: Profesión de los hermanos/as

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Agricultores /ganaderos	12	4%
Empleados	45	16%
Empresarios	16	6%
Otros	129	46%
No responde	78	28%
Total	280	72%

Fuente: Encuesta (2018)

**Gráfico 15:** Profesión de los hermanos/as

Fuente: Encuesta (2018)

129 Estudiantes encuestados que representan el 46% de la población manifiestan que sus hermanos/as ejercen otra profesión, mientras que el 28% que representa a 78 personas mencionan que sus hermanos/as trabajan como agricultores, el 16% de los encuestados manifiestan que sus hermanos/as laboran como empleados, el 6% que representa a 16 personas mencionan que sus hermanos/as son empresarias o tienen un negocio propio y el 4% que representa a 12 estudiantes no responden la pregunta.

Es posible evidenciar que la mayoría de hermanos/as de los estudiantes ejerce otra profesión y no existen muchas hermanos/as que sean empresarios.

13.- Se siente cohibido cuando está con empresarios que han alcanzado un gran éxito.

Tabla 22: Autoestima 1

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	44	16%
Casi siempre	113	41%
Nunca	123	44%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

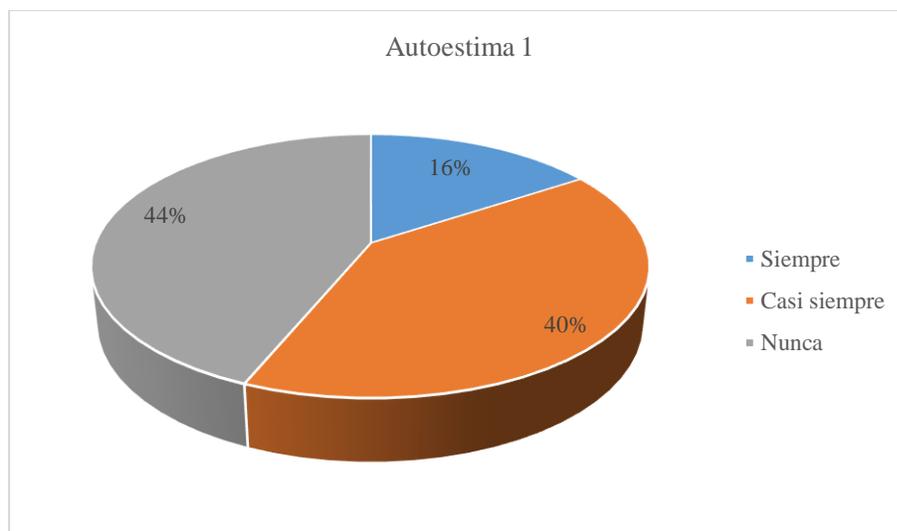


Gráfico 16: Autoestima 1

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 44% que representa a 123 personas manifiestan que nunca se sienten cohibidos cuando están con empresarios exitosos, mientras que el 40% de los estudiantes casi siempre se sienten cohibidos y el 16% que representa a 44 personas mencionan que siempre se sienten cohibidos cuando se encuentran con empresarios que han logrado alcanzar el éxito.

Es posible determinar que la mayoría de estudiantes encuestados nunca se sienten cohibidos, lo que evidencia una autoestima alta.

14.- Se siente inferior a la mayoría de las personas con las que convive

Tabla 23: Autoestima 2

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	13	5%
Casi siempre	71	25%
Nunca	196	70%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

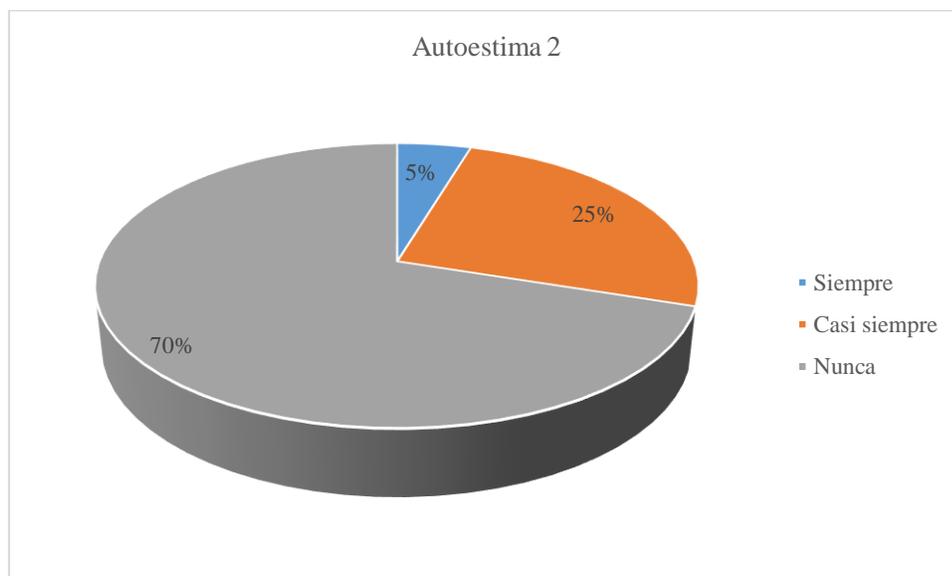


Gráfico 17: Autoestima 2

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 70% que representa a 196 personas manifiestan que nunca se sienten inferior a la mayoría de las personas con las que convive, mientras que el 25% de los estudiantes casi siempre se sienten inferiores y el 5% que representa a 13 personas mencionan que siempre se sienten inferior a la mayoría de las personas.

Es posible determinar que la mayoría de estudiantes encuestados nunca se sienten inferiores a la mayoría de personas, lo que evidencia una autoestima alta en los estudiantes.

15.- Se divierte más tratando de hacer tareas difíciles que tareas fáciles.

Tabla 24: Control percibido 1

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	34	12%
Casi siempre	163	58%
Nunca	83	30%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

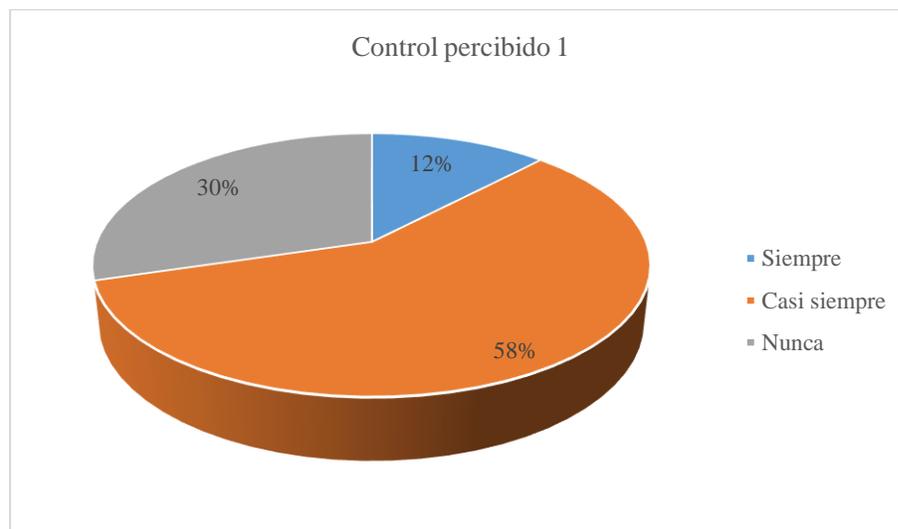


Gráfico 18: Control percibido 1

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 58% que representa a 163 personas manifiestan que casi siempre se divierten más tratando de hacer tareas difíciles que tareas fáciles, mientras que el 30% de los estudiantes nunca se divierten tratando de hacer tareas difíciles y el 12% que representa a 34 personas mencionan que siempre se divierten haciendo tareas difíciles.

Es posible determinar que la mayoría de estudiantes encuestados casi siempre se divierten haciendo tareas difíciles.

16.- Se siente utilizado cuando trabaja en equipo.

Tabla 25: Control percibido 2

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	34	12%
Casi siempre	113	41%
Nunca	133	48%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

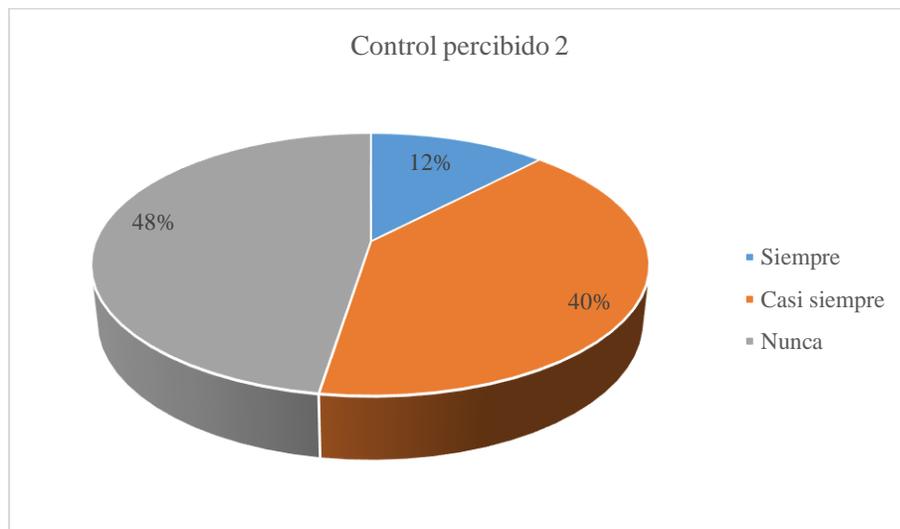


Gráfico 19: Control percibido 2

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 48% que representa a 133 personas manifiestan que nunca se sienten utilizados cuando trabajan en equipo, mientras que el 40% de los estudiantes casi siempre se sienten utilizados y el 12% que representa a 34 personas mencionan que siempre se sienten utilizados cuando realizan un trabajo en equipo.

Es posible determinar que la mayoría de estudiantes encuestados nunca se sienten utilizados cuando trabajan en equipo y esto muestra que existe mucha colaboración entre los estudiantes.

17.- Lo que verdaderamente le motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio.

Tabla 26: Innovación 1

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	126	45%
Casi siempre	136	49%
Nunca	18	6%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

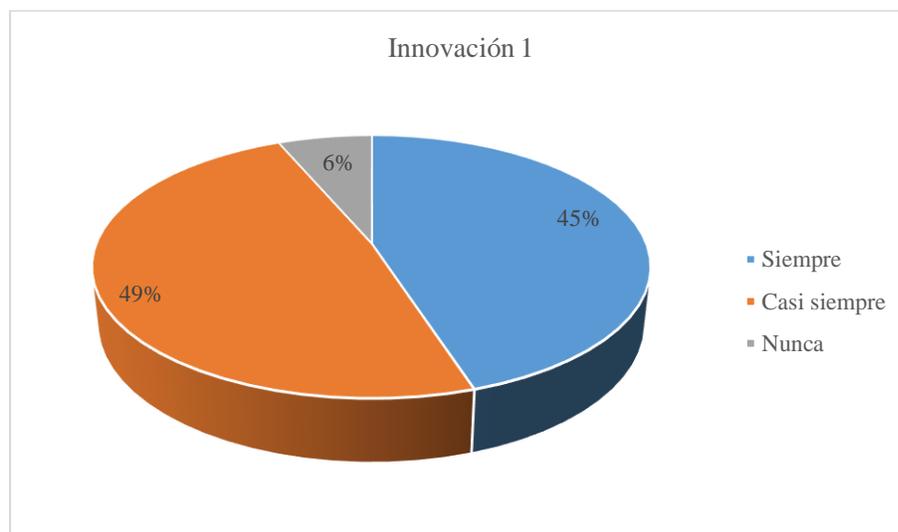


Gráfico 20: Innovación 1

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 49% que representa a 136 personas manifiestan que casi siempre se motivan es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio, mientras que el 45% de los estudiantes siempre les motiva pensar en ideas innovadoras y el 6% que representa a 18 personas mencionan que nunca están motivados en pensar en ideas nuevas que estimulen un negocio.

Es posible determinar que la mayoría de estudiantes encuestados casi siempre están motivados en pensar en ideas nuevas.

18.- Disfruta buscando nuevos enfoques para ideas conocidas

Tabla 27: Innovación 2

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	98	35%
Casi siempre	155	56%
Nunca	27	10%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

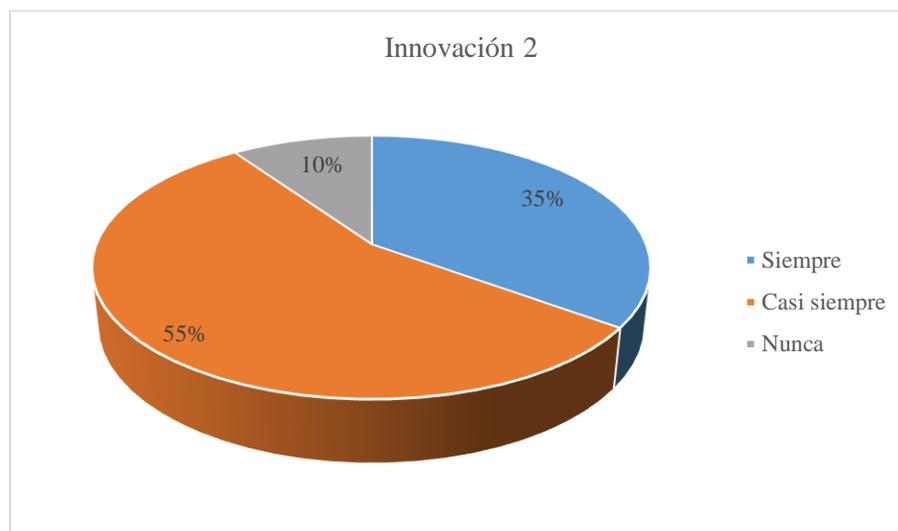


Gráfico 21: Innovación 2

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 55% que representa a 155 personas manifiestan que casi siempre busca nuevos enfoques para ideas conocidas, mientras que el 35% de los estudiantes siempre disfrutan buscando nuevos enfoques y el 10% que representa a 27 personas mencionan que nunca buscan nuevos enfoques para ideas conocidas.

Es posible determinar que la mayoría de estudiantes encuestados casi siempre buscan nuevos enfoques para ideas conocidas, es decir que pretenden innovar.

19.- Dedicar una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que está comprometido, funcionen mejor.

Tabla 28: Motivación 1

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	91	33%
Casi siempre	164	59%
Nunca	25	9%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

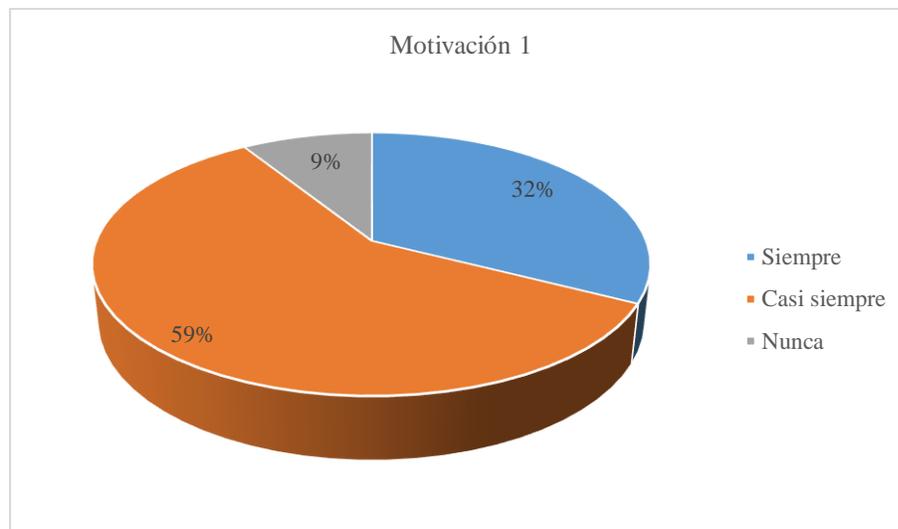


Gráfico 22: Motivación 1

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 59% que representa a 164 personas manifiestan que casi siempre dedican un considerable tiempo para hacer las cosas bien, mientras que el 32% de los estudiantes siempre dedican un considerable tiempo para hacer las cosas con las que están comprometidos y el 9% que representa a 25 personas mencionan que nunca hacen que las cosas con las que estén comprometidos funcionen mejor.

Es posible determinar que la mayoría de estudiantes encuestados casi siempre dedican una suma importante de tiempo a las cosas con las que están comprometidos para que funcionen mejor.

20.- Cree que lo más importante a la hora de seleccionar un equipo de trabajo es que sean competentes.

Tabla 29: Motivación 2

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	111	40%
Casi siempre	135	48%
Nunca	34	12%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

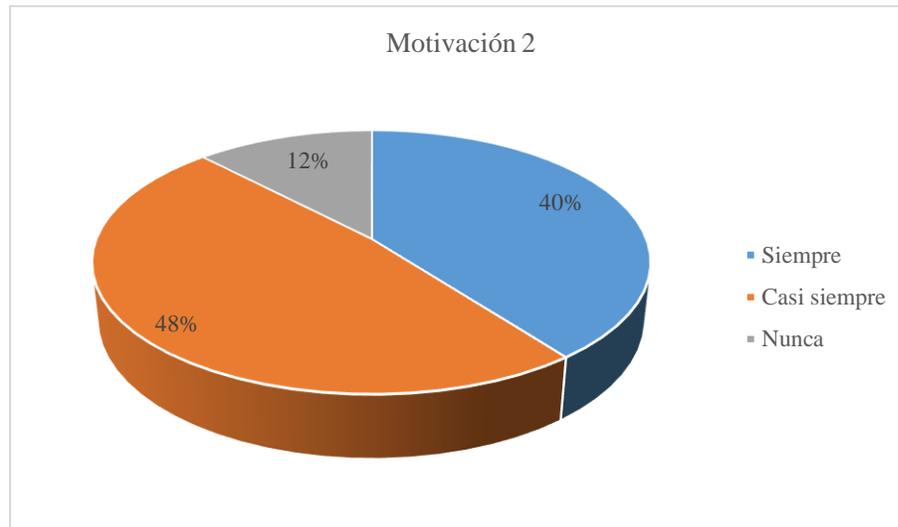


Gráfico 23: Motivación 2

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 48% que representa a 135 personas manifiestan que casi siempre es importante seleccionar personas competentes para hacer un trabajo en equipo, mientras que el 40% de los estudiantes siempre seleccionan a personas competentes al momento de conformar equipos de trabajo y el 12% que representa a 34 personas mencionan que nunca es importante a la hora de conformar un equipo de trabajo seleccionar personas competentes.

Es posible determinar que la mayoría de estudiantes encuestados casi siempre seleccionan a personas competentes para conformar un equipo de trabajo.

21.- Le gusta que las cosas sean estables y predecibles.

Tabla 30: Propensión al riesgo 1

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	111	40%
Casi siempre	128	46%
Nunca	41	15%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

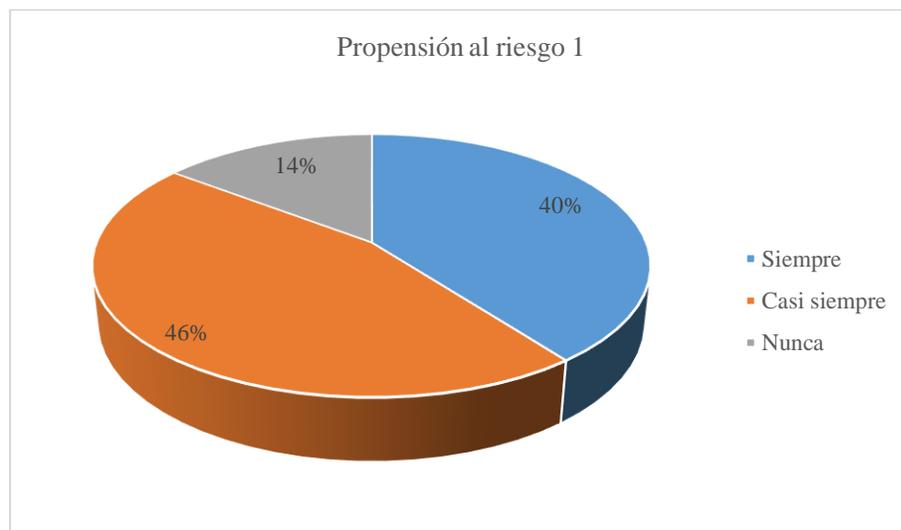


Gráfico 24: Propensión al riesgo 1

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 46% que representa a 126 personas manifiestan que casi siempre les gusta que las cosas sean estables y predecibles, mientras que el 40% de los estudiantes siempre prefieren las cosas estables y el 14% que representa a 41 personas mencionan que nunca les gusta que las cosas sean estables y predecibles.

Es posible determinar que la mayoría de estudiantes encuestados casi siempre prefieren que las cosas sean estables y predecibles, es decir que prefieren correr riesgos y asumir nuevos retos.

22.- Las horas libres y las vacaciones son más importantes para usted que las nuevas oportunidades y los retos que se le presentan en la vida estudiantil.

Tabla 31: Propensión al riesgo 2

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	73	26%
Casi siempre	136	49%
Nunca	71	25%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

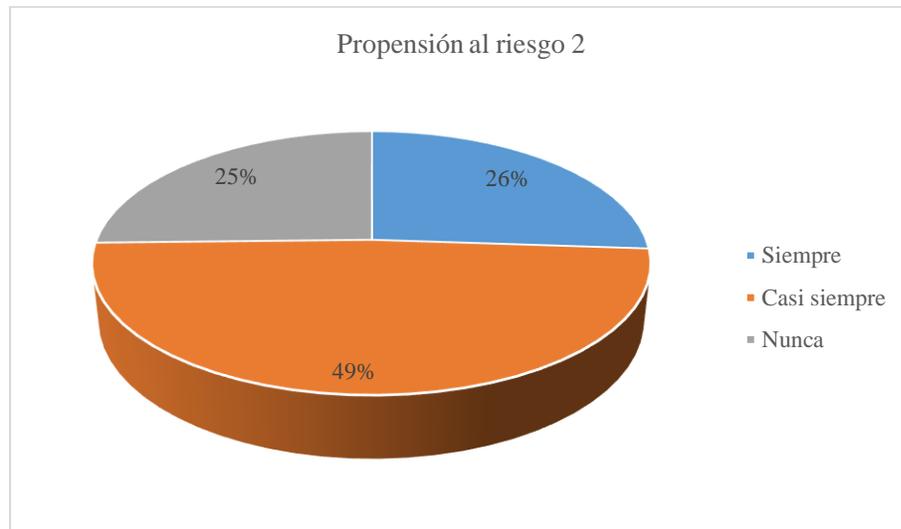


Gráfico 25: Propensión al riesgo 2

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 49% que representa a 136 personas manifiestan que casi siempre que las horas libres y las vacaciones son más importantes que las nuevas oportunidades, mientras que el 26% de los estudiantes siempre prefieren las vacaciones en vez de aprovechar las nuevas oportunidades que se presenten en la vida estudiantil y el 25% que representa a 71 personas mencionan que nunca aprovechar las nuevas oportunidades y los retos que se presenten en la vida estudiantil.

Es posible determinar que la mayoría de estudiantes encuestados casi siempre prefieren las horas libres y las vacaciones en lugar de aprovechar las nuevas oportunidades y retos que se les presente en la vida estudiantil.

23.- Toma la iniciativa ante situaciones complejas y nuevas.

Tabla 32: Tolerancia 1

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	51	18%
Casi siempre	182	65%
Nunca	47	17%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

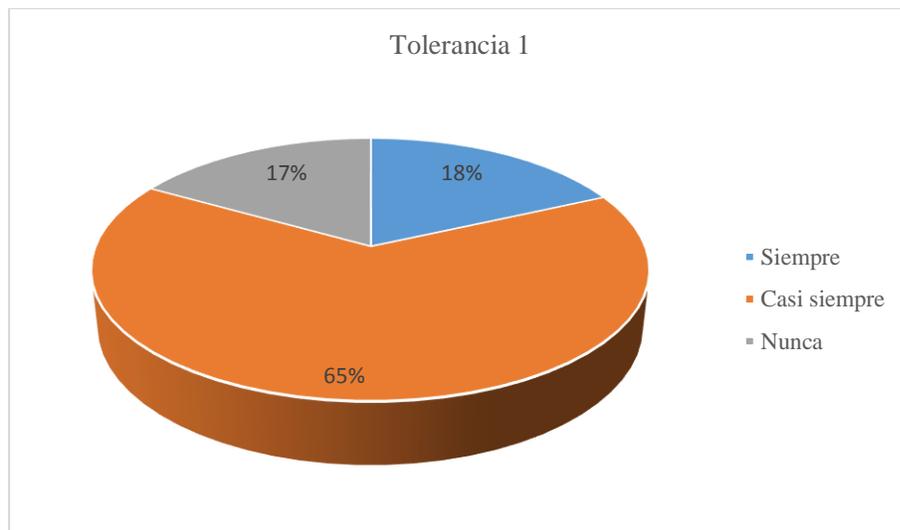


Gráfico 26: Tolerancia 1

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 65% que representa a 182 personas manifiestan que casi siempre toman la iniciativa ante situaciones complejas y nuevas, mientras que el 18% de los estudiantes siempre prefieren tomar la iniciativa ante situaciones complejas y el 17% que representa a 47 personas mencionan que nunca toman la iniciativa ante situaciones nuevas y complejas.

Es posible determinar que la mayoría de estudiantes encuestados casi siempre toman la iniciativa ante situaciones nuevas y complejas.

24.- Soluciona los problemas con rapidez.

Tabla 33: Tolerancia 2

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	47	17%
Casi siempre	200	72%
Nunca	33	12%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

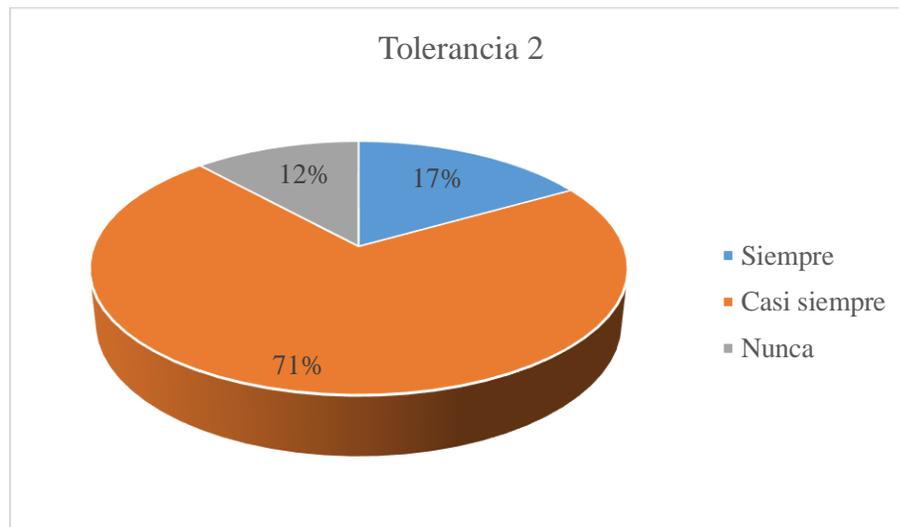


Gráfico 27: Tolerancia 2

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 72% que representa a 200 personas manifiestan que casi siempre solucionan los problemas con rapidez, mientras que el 17% de los estudiantes siempre solucionan los problemas con rapidez y el 12% que representa a 33 personas mencionan que nunca solucionan los problemas académicos y personales con rapidez.

De acuerdo a los resultados de la encuesta se puede apreciar que la mayor parte de estudiantes de la facultad solucionan los problemas que se le susciten de manera rápida.

25.- Para usted es muy importante el dinero.

Tabla 34: Factor económico 1

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	63	23%
Casi siempre	167	60%
Nunca	50	18%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

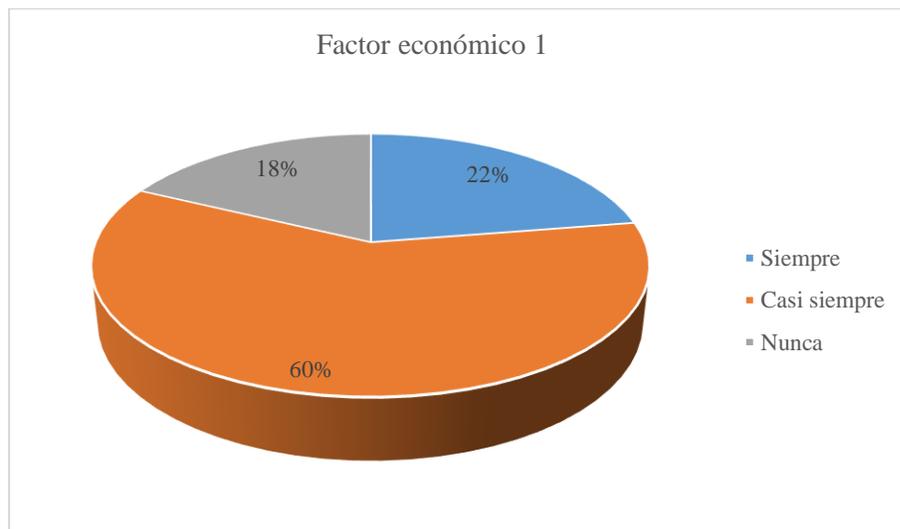


Gráfico 28: Factor económico 1

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 60% que representa a 167 personas manifiestan que casi siempre es muy importante el dinero, mientras que para el 17% de los estudiantes siempre es muy importante el dinero y el 18% que representa a 50 personas mencionan que para ellos nunca es muy importante el dinero.

Los encuestados manifiestan que el dinero es casi siempre muy importante, ya que diariamente es necesario tener dinero para satisfacer las necesidades.

26.- Realiza un presupuesto personal para cubrir sus gastos.

Tabla 35: Factor económico 2

Factor económico	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	85	30%
Casi siempre	131	47%
Nunca	64	23%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

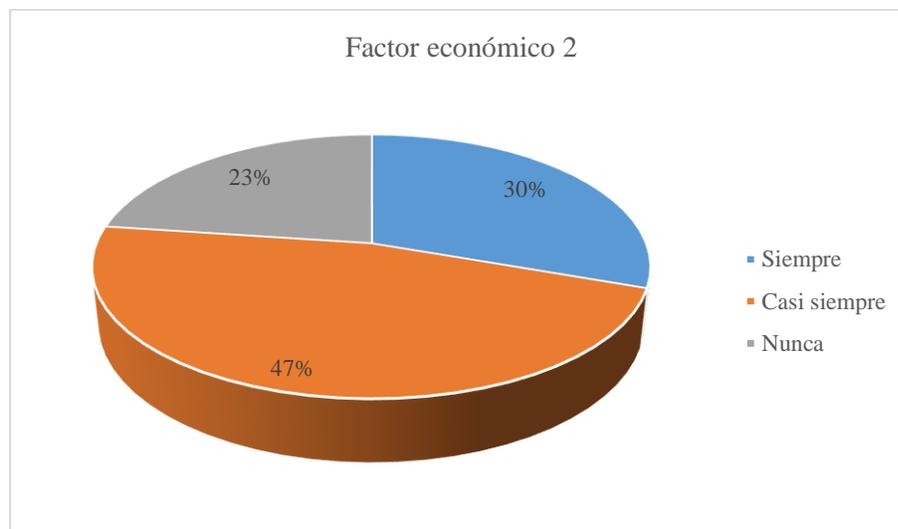


Gráfico 29: Factor económico 2

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 47% que representa a 131 personas manifiestan que casi siempre realizan un presupuesto personal, mientras que el 30% de los estudiantes siempre realizan un presupuesto personal para cubrir sus gastos y el 23% que representa a 64 personas mencionan que nunca realizan un presupuesto personal.

27.- En cuanto tiempo considera que un negocio debe generar ganancias.

Tabla 36: Tiempo generación ganancia

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1-2 años	101	36%
2-3 años	110	39%
Más de 3 años	69	25%
Total	280	100%

Fuente: Encuesta (2018)

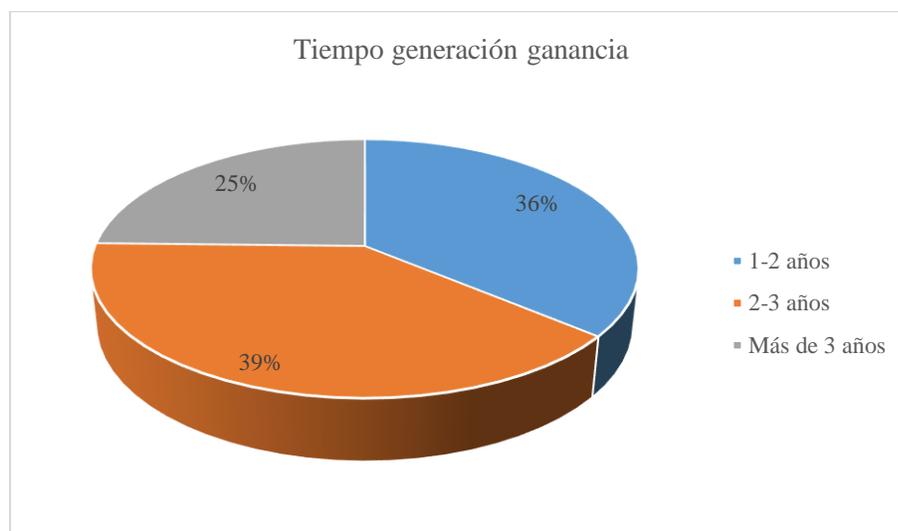


Gráfico 30: Tiempo generación ganancia

Fuente: Encuesta (2018)

De los estudiantes encuestados el 39% que representa a 110 personas considera que un negocio debe generar ganancias en 2-3 años, mientras que el 36% de los estudiantes considera que un negocio debe generar ganancias en un periodo de 1-2 años y el 25% que representa a 69 personas mencionan que un negocio debe generar ganancias en más de 3 años.

9.2. Modelo Logit

9.2.1. Especificaciones del modelo

La pregunta 1, 2 y 3 fueron selectas para la Intención Emprendedora, en este caso se tomó la pregunta 1 como la más relevante para correr el modelo.

1.- **¿Se considera usted capaz de hacer un proyecto de emprendimiento teniendo los conocimientos teóricos y prácticos brindados por la universidad?**

LOGIT trabaja con las variables dicotómicas 1 y 0 donde el valor 1 identifica la variable “Si” que es el valor representativo y 0 la variable “No” que representa el valor negativo siendo esta la codificación de la variable dependiente.

2.- **¿Estaría dispuesta/o a esforzarse lo que sea necesario para realizar un emprendimiento?**

Esta pregunta no fue aceptable para una variable dependiente ya que todos están dispuestos a esforzarse por conseguir algo, el trabajo de investigación está basado a los estudiantes de la F.C.A de la Universidad Técnica de Cotopaxi donde durante su trayectoria estudiantil van adquiriendo conocimientos teóricos y prácticos para generar fuentes de trabajo.

3.- **¿Su objetivo profesional es emprender algún negocio?**

La pregunta es relevante y es considerablemente significativa para ser una variable dependiente, en este caso no fue seleccionada por tener correlación con la pregunta del factor psicológico (Indique su propósito después de egresar de la carrera).

4.- **Género**

Según el estudio (GEM, 2016) (Global Entrepreneurship Monitor) “La Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) hombres que emprenden por necesidad, el promedio regional es de 22,8% versus

30% de la TEA mujeres” (p.29). Las mujeres emprenden más por necesidad que los hombres, por esto se adoptó el valor de 1 para el género femenino y el valor de 0 al género masculino, en la investigación al cambiar los valores de 0 y 1 no se alteran los resultados.

5.-Edad

El documento de la Revista Venezolana de Gerencia de la Universidad del Zulia tomado como guía para la elaboración del proyecto de investigación toma como referencia a los estudiantes mayores a 23 años con el valor 1 y a los estudiantes menores de 18 hasta los 22 años con el valor 0, adades tomados en cuenta ya que son estudiantes que estan cerca de culminar sus carreras.

6.- ¿Cuál es su estado civil?

El documento de la Revista Venezolana de Gerencia de la Universidad del Zulia tomado como guía para la elaboración del proyecto de investigación utiliza la opción Soltero como el valor de 1, por tanto, Casado, Unión Libre y Divorciado toma el valor 0.

8. ¿En qué semestre está actualmente?

Por ser un estudio que se realizó sobre la intención emprendedora de los estudiantes, la Revista Venezolana de Gerencia de la Universidad del Zulia tomado como guía para la elaboración del proyecto de investigación considera importante tomar como referencia a los últimos ciclos ya que ellos están próximos a graduarse, por esta razón denominan a los estudiantes de primero a tercero con el valor 0 y a los estudiantes de cuarto a noveno con el valor de 1.

9.- Indique su propósito después de egresar de la carrera:

El propósito de la intención emprendedora se basa en crear uno mismo su propia empresa y generar fuentes de trabajo, por esta razón la opción crear su propia empresa (ser emprendedor) se valoró con 1 y las opciones en desarrollar su carrera profesional en sectores públicos, privados u organizaciones sin ánimo de lucro con el valor de 0, valores que fueron tomados de la Revista

Venezolana de Gerencia de la Universidad del Zulia documento tomado como guía para la elaboración del proyecto de investigación.

En las siguientes preguntas se trabaja con las opciones Si y No a continuación su codificación:

El documento de la Revista Venezolana de Gerencia de la Universidad del Zulia tomado como guía para la elaboración del proyecto de investigación toma como referencia la siguiente codificación.

Tabla 37: Codificación preguntas

Pregunta	Opciones	Variable	Motivo
10.- ¿Usted conoce el Programa de Incubadoras de empresas que existen en la facultad?	Si	1	Toma el valor 1 a los estudiantes que respondieron “Si” y valor 0 a los que respondieron “No”
	No	0	
11.- ¿Tiene algún miembro de su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio (padres, hermanos, abuelos...)?	Si	1	Toma el valor 1 a los estudiantes que respondieron “Si” y valor 0 a los que respondieron “No”
	No	0	

12.- ¿Cuál es el nivel de estudios de su padre/madre?

Esta pregunta no fue considerada para el modelo ya que en la Revista Venezolana de Gerencia de la Universidad del Zulia documento tomado como guía para la elaboración del proyecto de investigación no establece la ecuación de las variables del factor psicológico.

13. ¿Profesión de los familiares?

Esta pregunta no fue considerada para el modelo ya que en la Revista Venezolana de Gerencia de la Universidad del Zulia documento tomado como guía para la elaboración del proyecto de investigación no forma parte de a la ecuación de las variables del factor psicológico.

Las siguientes preguntas corresponden a los factores psicológicos y socioeconómicos lo cual se trabajó con la escala de Likert.

Para trabajar con los factores psicológicos y sociodemográficos fue necesario poner opciones según (Guil Bozal, 2006): “En la escala tipo Likert, las posibles respuestas que se ofrecen en el encuestado siempre son más de dos” (p.88). De esta manera la escala de Likert permite al encuestado tener mas de dos respuestas para seleccionar.

Para darles los valores dicotómicos a la escala de Likert es necesario conocer como agrupar las respuestas de esta manera, según (Guil Bozal, 2006): “La puntuación depende de la actitud del encuestado puede ser positiva o negativa, esta no tiene que ser necesariamente, tan positiva o negativa que la anterior. Pero según la metodología de Likert, ambos ítems estarían midiendo una actitud idéntica” (p.89). De esta manera la puntuación que se otorgó dependió de la similitud de la respuesta que el encuestado respondió.

(Rodríguez Campoverde, 2017) menciona que

Para las entrevistas a profundidad con expertos, se utilizaron encuestas que se valoraron mediante escalas de Likert. Con las variables ordinales se manejan cinco escalas, mientras que para las variables nominales se utilizan solamente dos. (p.13)

A continuación, se muestran las escalas que se utilizó en la encuesta.

Tabla 38: Codificación

Opciones	Valoración	Variable
Siempre	5	1
Casi siempre	4	1
A veces sí, a veces no	3	1
Casi nunca	2	0
Nunca	1	0

Fuente: Jonnathan Fernando Rodríguez Campoverde (2017)

Tabla 39: Codificación preguntas

Pregunta	Opciones	Variable	Motivo
----------	----------	----------	--------

14.- Se siento cohibido cuando está con empresarios que han alcanzado un gran éxito.	Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor psicológico Autoestima.
	Casi Siempre	1	
	Nunca	0	
15.- Se siento inferior a la mayoría de las personas con las que convive	Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor psicológico Autoestima2.
	Casi Siempre	1	
	Nunca	0	
16.- Se divierte más tratando de hacer tareas difíciles que tareas fáciles.	Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor psicológico ControlPercibido1.
	Casi Siempre	1	
	Nunca	0	
17.- Se siente utilizado cuando trabaja en equipo.	Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor psicológico ControlPercibido2.
	Casi Siempre	1	
	Nunca	0	
18.- Lo que verdaderamente le motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio.	Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor psicológico Innovación1.
	Casi Siempre	1	
	Nunca	0	
19.- Disfruta buscando nuevos enfoques para ideas conocidas	Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor psicológico Innovación2.
	Casi Siempre	1	
	Nunca	0	
20.- Dedicar una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que está comprometido, funcionen mejor.	Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor psicológico Motivación1.
	Casi Siempre	1	
	Nunca	0	
	Siempre	1	

21.- Cree que lo más importante a la hora de seleccionar un equipo de trabajo es que sean competentes.	Casi Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor psicológico Motivación2.
	Nunca	0	
22.- Le gusta que las cosas sean estables y predecibles.	Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor psicológico Propensión al riesgo1.
	Casi Siempre	1	
	Nunca	0	
23.- Las horas libres y las vacaciones son más importantes para usted que las nuevas oportunidades y los retos que se le presente en la vida estudiantil.	Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor psicológico Propensión al riesgo2.
	Casi Siempre	1	
	Nunca	0	
24.- Toma la iniciativa ante situaciones complejas y nuevas.	Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor psicológico Tolerancia1.
	Casi Siempre	1	
	Nunca	0	
25.- Soluciona los problemas con rapidez.	Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor psicológico Tolerancia2.
	Casi Siempre	1	
	Nunca	0	
26.- Para usted es muy importante el dinero.	Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor socioeconómico1.
	Casi Siempre	1	
	Nunca	0	
27.- Realiza un presupuesto personal para cubrir sus gastos.	Siempre	1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar el factor socioeconómico2.
	Casi Siempre	1	
	Nunca	0	
		1	Se utilizó estos valores de 0 y 1 para codificar como el valor de 1 de 1 a 3 años

28.- En cuanto tiempo considera que un negocio debe generar ganancias.	De 1 a 2 años		y el valor 0 para más de 3 años, para codificar el factor socioeconómico (tiempo de generación de ganancia).
	De 2 a 3 años	1	
	Más de 3 años	0	

9.2.2. Análisis de regresión y matriz de concordancia

Una vez corridos los modelos se procedió al análisis de regresión. En un primer momento, de cada factor se eligió la variable que presentó mayor valor significativo.

Las siguientes tablas (40, 41, 42) muestran los resultados de la regresión con los factores sociodemográficos, psicológicos y socioeconómicos.

9.2.2.1.- Comprobación de Hipótesis

9.2.2.1.1- Comprobación de Hipótesis Factor Sociodemográfico.

H0: Los factores Sociodemográficos como género, edad, estado civil, semestre, egreso, programa emprendedor, familiar empresario, no inciden en la intención emprendedora.

H1: Los factores sociodemográficos como género, edad, estado civil, semestre, egreso, programa emprendedor, familiar empresario, inciden en la intención emprendedora.

Donde Ho es la Hipótesis nula y H1 es la Hipótesis alternativa.

La ecuación será.

IE= $\beta_0 + \beta_1$ Género + β_2 Edad + β_3 Edo civil + β_4 Semestre + β_6 Egreso + β_7 Programa Emprendedor + β_8 Familiar empresario. **(1)**

Tabla 40: Regresión logística factores sociodemográficos

	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Género	,571	,516	1,224	1	,269	1,770
Edad	,792	,500	2,508	1	,113	2,208
Estado Civil	,197	,529	,138	1	,710	1,217
Semestre	,171	,652	,069	1	,793	1,187
Propósito después egresar	1,113	,464	5,765	1	,016	3,045
Programa de Incubadoras	,128	,411	,097	1	,755	1,137
Familiar Empresario	,168	,425	,157	1	,692	1,183
Constante	,616	1,335	,213	1	,645	1,851

Fuente: Encuesta (2018)

Para que las variables sean estadísticamente significativas deben tener una puntuación menor a 0.050 de la significancia en la predicción de probabilidad, teniendo como resultado del factor sociodemográfico que solo la variable propósito después de egresar es estadísticamente significativa y las otras no.

9.2.2.1.2- Comprobación de Hipótesis Factor Psicológicos.

H0: Los factores psicológicos como autoestima, innovación, motivación, propensión al riesgo y tolerancia a la ambigüedad no inciden en la intención de emprender.

H1: Los factores psicológicos como autoestima, innovación, motivación, propensión al riesgo y tolerancia a la ambigüedad inciden en la intención de emprender.

Donde Ho es la Hipótesis nula y H1 es la Hipótesis alternativa.

La ecuación será.

$$IE = \beta_0 + \beta_1 \text{Autoestima}_3 + \beta_2 \text{Autoestima}_6 + \beta_3 \text{Controlpercibido}_5 + \beta_4 \text{Controlpercibido}_7 + \beta_5 \text{Innovación}_5 + \beta_6 \text{Innovación}_9 + \beta_7 \text{Motivaciónlogro}_3 + \beta_8 \text{Motivaciónlogro}_7 + \beta_9 \text{Riesgo}_1 + \beta_{10} \text{Riesgo}_5 + \beta_{11} \text{Tolambig}_6 + \beta_{12} \text{Tolambig}_{10}. \quad (2)$$

Tabla 41: Regresión logística factores psicológicos

	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Autoestima	-,368	,376	,960	1	,327	,692
Autoestima2	-,437	,516	,718	1	,397	,646
Control percibido	,107	,471	,052	1	,820	1,113
Controlpercibido2	,443	,441	1,008	1	,315	1,557
Innovación	-,252	,786	,103	1	,749	,777
Innovación2	,496	,721	,472	1	,492	1,641
Motivación logro	-,267	,858	,097	1	,755	,765
Motivaciónlogro2	1,300	,647	4,034	1	,045	3,668
Riesgo	-,335	,667	,253	1	,615	,715
Riesgo2	,416	,447	,868	1	,351	1,516
Tolerancia	,294	,639	,212	1	,645	1,342
Tolerancia2	-,092	,725	,016	1	,899	,912
Constante	,732	1,033	,502	1	,479	2,080

Fuente: Fuente: Encuesta (2018)

Para que las variables sean estadísticamente significativas deben tener una puntuación menor a 0.050 de la significancia en la predicción de probabilidad, teniendo como resultado del factor psicológico que solo la variable motivación logro2 es estadísticamente significativa y las otras no.

9.2.2.1.3- Comprobación de Hipótesis Factor Socioeconómicos

H0: Los factores socioeconómicos como la tendencia al ahorro y la tendencia a la inversión no inciden en la intención emprendedora.

H3: Los factores socioeconómicos como la tendencia al ahorro y la tendencia a la inversión inciden en la intención emprendedora.

Donde Ho es la Hipótesis nula y H1 es la Hipótesis alternativa.

La ecuación será.

$$IE = \beta_0 + \beta_1 \text{Factorecon3} + \beta_1 \text{Factorecon8} + \beta_2 \text{Tiempo generación ganancia. (3)}$$

Tabla 42: Regresión logística factores socioeconómicos

	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Factoreconómico1	,945	,448	4,443	1	,035	2,572
Factoreconómico2	,310	,456	,462	1	,497	1,363
Tiempo generación ganancia	-,354	,492	,519	1	,471	,702
Constante	1,288	,573	5,051	1	,025	3,626

Fuente: Fuente: Encuesta (2018)

Para que las variables sean estadísticamente significativas deben tener una puntuación menor a 0.050 de la significancia en la predicción de probabilidad, teniendo como resultado del factor socioeconómico que solo la variable factoreconómico1 es estadísticamente significativa y las otras no.

10. MODELO DE REGRESIÓN AJUSTADO

Una vez que se corrió el modelo, se concluye que las variables más significativas son:

Del factor sociodemográfico (propósito después de egresar), del factor psicológico (motivación logro2) y del factor socioeconómico (factoreconómico1), por lo tanto, la siguiente tabla se procede a ajustar el modelo con estas variables estadísticamente significativas.

La nueva ecuación de la intención emprendedora de los estudiantes de la F.C.A de la Universidad Técnica de Cotopaxi queda de la siguiente manera:

$$IE = \beta_0 + \beta_1 \text{Propósito después egresar} + \beta_2 \text{Motivación logro2} + \beta_3 \text{Factoreconómico1. (4)}$$

Tabla 43: Regresión logística ajustado

	B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Propósito después egresar	1,146	,443	6,686	1	,010	3,146
Motivación logro2	1,121	,511	4,819	1	,028	3,067
Factor económico1	1,130	,453	6,234	1	,013	3,095
Constante	-,313	,607	,265	1	,607	,731

Fuente: Fuente: Encuesta (2018)

Por lo tanto, las tres variables poseen un valor menor a 0.05 siendo estadísticamente significativas explican el modelo.

B representa los coeficientes, si el valor es positivo tiene una relación directamente proporcional a la intención emprendedora, esto significa que:

La variable propósito después de egresar es proporcional a la intención emprendedora.

Según (Rojas, Ruiz, y Suárez, 2008) mencionan que: “Es fundamental reconocer que los procesos de educación superior crean un contexto cultura que puede inhibir o propiciar las intenciones de ser empresario” (p.17). Si el propósito de los estudiantes después de egresar es crear su propia empresa tienen mayores posibilidades de ser empresarios.

La variable motivación logro2 es proporcional a la intención emprendedora.

Según (Silva, 2008) menciona que: “El emprendedor busca su satisfacción a través de la puesta en marcha de sus empresas. Sin embargo, en el priman los motivadores de logro y la realización de ideales” (p. 38). Si para los estudiantes lo más importante a la hora de seleccionar un equipo de trabajo es que sean competentes siendo como su factor de motivación tienen más posibilidades de emprender.

La variable factoreconómico1 es proporcional a la intención emprendedora.

Según (Silva, 2008) menciona que: “Independientemente de que la idea tenga finalidad lucrativa o no, para que el proyecto sea sostenible en el tiempo, debe tener un gancho económico” (p. 71). Por lo tanto, si el estudiante considera que el dinero es importante y necesario a la hora de emprender tiene más posibilidades de poner en marcha un negocio.

10.1. Resumen del modelo

El modelo da a conocer el porcentaje que explica la relación de las variables independientes con la variable dependiente evidenciando el R cuadrado de (Cox y Snell) y de (Nagelkerke) los cuales explican los resultados del modelo, se utilizó valores binarios es decir de 0 y 1; si se obtiene un R-cuadrado alto entre el 85% y el 100%, indica que todas las variables fueron explicadas, si es menor no explica todas las variables por ende pueden ser otras y no las que se están estudiando.

La R cuadrado de Cox y Snell es un coeficiente de determinación generalizado que se utiliza para estimar la proporción de varianza de la variable dependiente explicada por las variables predictoras (independientes). La R cuadrado de Cox y Snell se basa en la comparación del log de la verosimilitud (LL) para el modelo respecto al log de la verosimilitud (LL) para un modelo de línea base. Sus valores oscilan entre 0 y 1. (Aguayo Canela, 2007)

La R cuadrado de Nagelkerke es una versión corregida de la R cuadrado de Cox y Snell. La R cuadrado de Cox y Snell tiene un valor máximo inferior a 1, incluso para un modelo "perfecto". La R cuadrado de Nagelkerke corrige la escala del estadístico para cubrir el rango completo de 0 a 1. (Aguayo Canela, 2007)

En la investigación los resultados del R cuadrado de Cox y Nagelkerke son los siguientes:

Tabla 44: Resumen del modelo

Paso	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	159,547 ^a	,066	,126

Fuente: Fuente: Encuesta (2018)

En el proyecto de investigación se evidencia un valor muy discreto del (0,066) en el R cuadrado de Cox, lo cual indica que sólo el 6,6% de la variación de la variable dependiente (IE) es explicada por las variables independientes en el modelo.

La R cuadrado de Nagelkerke es una versión corregida de la R cuadrado de Cox y Snell que ayuda a conocer el porcentaje por el cual la variable independiente explica la variable dependiente cubriendo un rango completo de 0 a 1. En el proyecto se obtuvo un valor de (0,126) lo cual indica que sólo el 12,6% de la variación de la variable dependiente es explicada por la variable independiente en el modelo.

El 12,60% de los factores que fueron significativos justifican la variable dependiente de la intención emprendedora, esto quiere decir que 87,40% pertenece a otros factores que se requiere se investiguen.

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos de la regresión logística binaria evidencian que las variables que tienen una puntuación menor a 0.050 e influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de la F.C.A son: propósito después de egresar (factor sociodemográfico), la motivación al logro (factor psicológico) y el factor económico1 (factor socioeconómico).

Al ajustar el modelo con las variables mencionadas anteriormente y con un nivel de confianza del 95%; se evidencia que estas son estadísticamente significativas y explican el modelo, es decir; si el propósito de los estudiantes después de egresar es crear su propia empresa tienen mayores posibilidades de ser empresarios, sí para los estudiantes lo más importante a la hora de seleccionar un equipo de trabajo es que sean competentes siendo como su factor de motivación tienen más posibilidades de emprender, si el estudiante considera que el dinero es importante y necesario a la hora de emprender tiene más posibilidades de poner en marcha un negocio.

Se evidencia mediante la comprobación de hipótesis que se rechazan las variables nulas H_0 y se obtiene tres variables independientes relevante, dando un grado de asociación del R cuadrado de Nagelkerke de 12.60% lo cual indica que las variables propuestas explican el modelo y el 87.40% explican otro tipo de variables que no están especificadas.

11.2. RECOMENDACIONES

Realizar una mayor difusión del programa de incubadoras de empresas, de forma que los alumnos de la facultad conozcan las actividades que se llevan a cabo y que pueden ayudarles con la elaboración de sus proyectos.

Se considera que la formación universitaria que reciben los estudiantes a través de las experiencias compartidas por sus docentes también influye en su forma de pensar y actuar, por lo que se sugiere medir la influencia de los profesores en la intención emprendedora de los estudiantes.

También se sugiere implementar estrategias para fortalecer las variables que no son relevantes en la intención emprendedora tales como: la autoestima, la tolerancia, la innovación, el control, el riesgo, entre otros.

12. BIBLIOGRAFÍA

12.1 Bibliográficas

Kantis, H. (2004). Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. En H. Kantis. Washington, Estados Unidos de América.

Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: Caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión empresarial Vol.9*, 35.

Nel Quezada, L. (2008). *Estadística con SPSS 16* (Primera ed.). Perú: Macro EIRL.

- Pérez López, C. (2005). *Técnicas Estadísticas con SPSS 12*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN S.A.
- Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento. Conceptos y plan de negocios* (Segunda edición ed.). México.
- Rodriguez Alcaraz, R. (2011). *Emprendedor Éxito* (cuarta ed.). (J. M. Chacon, Ed.) Mexico: McGRAW-HiLL.
- Salinas, S., Machado, Ó., Ordoñez , D., & Aquino , I. (s.f.). *Políticas del Estado Ecuatoriano y su relación con el desarrollo del emprendimiento*. Guayaquil.
- Silva, J. E. (2008). *EMPRENEDORES "Crear su propia empresa"*. Mexico: Alfaomega Grupo Editor S.A de C.V.

12.2 Virtual

- Aguayo Canela, M. (2007). *DOCUWEB FABIS*. Obtenido de http://www.fabis.org/html/archivos/docuweb/Regres_log_1r.pdf
- C.R.E. (13 de Julio de 2011). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008*. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.PDF
- Choquehuayta Vilca, S. M. (2017). *Universidad Nacional Del Altiplano*. Obtenido de http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5121/Choquehuayta_Vilca_Sheyla_Madelei.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diaz, C. C. (06 de noviembre de 2015). *Universidad de las palmas de gran Canaria*. Obtenido de <https://acceda.ulpgc.es:8443/handle/10553/18528>
- Espiritu, R. (2011). *Universidad de Madrid*. Obtenido de <http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/22875/22796>
- Formichella, M. M. (Enero de 2004). *Chacra Experimental Integrada Barrow*. Obtenido de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

- Galicia, P. E. (2012). *Universidad de Catabria*. Obtenido de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/96916/TesisPEAG.pdf?sequence=1>
- GEM. (2016). *ESPAE*. Obtenido de <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/ReporteGEM2016.pdf>
- Guil Bozal, M. (Mayo de 2006). *Anduli*. Obtenido de <https://revistascientificas.us.es/index.php/anduli/article/view/3728/3256>
- Gutiérrez, F. (08 de Noviembre de 2006). *Laurus Revista de educacion*. Obtenido de Universidad pedagógica experimental Libertador: <http://www.redalyc.org/html/761/76102207/>
- Jaimes, F., Jaramillo, M., & Perez, A. (abril de 2017). *Serbiluz*. Obtenido de Universidad del ZULIA: <http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/22875/22796>
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Samaniego, A. (2016). *gemconsortium.org*. Recuperado el 13 de Enero de 2018, de <http://www.gemconsortium.org/report>
- Leon, M. (2009). *El 'buen vivir'*. Obtenido de http://fedaeps.org/IMG/pdf/El_buen_vivir_objetivo_y_camino_para_otro_modelo.pdf
- Martínez, F. M. (2008). *Universidad De Granada*. Obtenido de <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/2094/1/17705824.pdf>
- 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
- 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>
- Rodríguez Alcaraz, R. (2011). *Emprendedor Éxito* (cuarta ed.). (J. M. Chacon, Ed.) Mexico: McGRAW-HILL.
- Rosero Moncayo, J., & García Guerrero, J. (2015). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 27 de Enero de 2018, de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.ecuadorencifra>

s.gob.ec/documentos/web-
 inec/ECV/ECV_2015/DOCUMENTOS/ECV%2520COMPENDIO%2520LIBRO.pdf&ve
 d=2ahUKEwjFiLHsqvzYAhUQ21MKHf9YDokQFjAAegQIExAB&usg=AOvVaw3nbD
 P1qbVD2tGG7KPWJihm

Salinas, S., Machado, Ó., Ordoñez, D., & Aquino, I. *Políticas del Estado Ecuatoriano y su relación con el desarrollo del emprendimiento*. Guayaquil.

Silva Vinuesa, A. C. (Noviembre de 2015). *Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10359/CRISTINA%20SILVA-TESES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

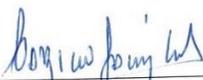
Vargas, G. (2007). *UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS*. Obtenido de <http://200.62.146.130/handle/cybertesis/563>

Veintimilla, J. (17 de febrero de 2015). *La Constitución Económica del Ecuador*. Obtenido de http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/iurisDictio/archivo_de_contenidos/Documents/IurisDictio_16/iurisdictio_016_007.pdf

ANEXOS

 Universidad Técnica de Cotopaxi		ENCUESTA SOBRE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.			
Objetivo: La encuesta desea verificar la intención emprendedora, la información será utilizada netamente con fines académicos.					
Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y marque con una "X" donde usted considere correspondiente.					
1.-	¿Se considera usted capaz de hacer un proyecto de emprendimiento teniendo los conocimientos teóricos y prácticos brindados por la universidad?	1 Si	2 No		
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
2.-	¿Estaría dispuesta/o a esforzarse para realizar un emprendimiento?	1 Si	2 No		
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
3.-	¿Su objetivo profesional es emprender algún negocio?	1 Si	2 No		
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
4.-	Género:	1 Masculino	2 Femenino		
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
5.-	Edad:	1 Menos de 18 años	2 De 18 a 22	3 De 23 a 26	4 Más de 26 años
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.-	¿Cuál es su estado civil?	1 Soltero/a	2 Casado/a	3 Divorciado/a	4 Unión libre
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.-	Indique a que carrera pertenecen sus estudios actuales:	1 Licenciatura en comercio	2 Licenciatura en contabilidad y auditoria	3 Licenciatura en secretariado ejecutivo	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
8.-	¿En qué semestre está actualmente?	1 De primero a tercero	2 De cuarto a sexto	3 De séptimo a noveno	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
9.-	Indique su propósito después de egresar de la carrera.	1 Crear su propia empresa (ser emprendedor)	2 Desarrollar su carrera profesional en una empresa privada	3 Trabajar en la administración pública (ser funcionario)	4 Trabajar en una Organización Sin Ánimo de Lucro (ONG)
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.-	¿Usted conoce el Programa de Incubadoras de empresas que existen en la facultad?	1 Si	2 No		
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
11.-	¿Tiene algún miembro de su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio (padres, hermanos, abuelos...)?		1 Si	2 No	
			<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
12.-	¿Cuál es el nivel de estudios de su padre/madre?	Formación:	Padre	Madre	
		1 Educación Básica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		2 Bachillerato	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		3 Superior	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

13.- Profesión de los familiares	Padre	Madre	Hermanos/as
1 Agricultores/ganaderos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 Empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 Empresarios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4 Otros.....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para contestar aparecerán 3 categorías de respuesta:	1. siempre	2. Casi siempre	3. Nunca
14.- Se siente cohibido cuando esta con empresarios que han alcanzado un gran éxito.	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
15.- Se siente inferior a la mayoría de las personas con las que convive	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
16.- Se divierte más tratando de hacer tareas difíciles que tareas fáciles.	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
17.- Se siente utilizado cuando trabaja en equipo.	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
18.- Lo que verdaderamente le motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio.		1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
19.- Disfruta buscando nuevos enfoques para ideas conocidas		1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
20.- Dedicar una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que está comprometido, funcione mejor.		1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
21.- Cree que lo más importante a la hora de seleccionar equipos de trabajos es que sean competentes.		1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
22.- Le gusta que las cosas sean estables y predecibles.		1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
23.- Las horas libres y las vacaciones son más importantes para usted que las nuevas oportunidades y los retos que se le presenten en la vida estudiantil.		1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
24.- Toma la iniciativa ante situaciones complejas y nuevas.		1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
25.- Soluciona los problemas con rapidez.		1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
26.- Para usted es muy importante el dinero.		1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
27.- Realiza un presupuesto personal para cubrir sus gastos.		1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
28.- En cuanto tiempo considera que un negocio debe generar ganancias.		1 - 2 años <input type="radio"/>	2 - 3 años <input type="radio"/>
			Más de 3 años <input type="radio"/>


 Eco. César Patricio Salazar Cajas
Tutor

HOJA DE VIDA

I.- DATOS PERSONALES

Nombres: César Patricio Salazar Cajas
Correo electrónico: cesar.salazar@utc.edu.ec



II.- ESTUDIOS REALIZADOS

Superiores: Universidad Central del Ecuador
 Universidad Tecnológica Indo América
 TEC Monterrey México
 Escuela Politécnica Nacional

III.- 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.

IV.- 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.

V.- 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

CURRICULUM VITAE

DATOS PERSONALES

NOMBRES Y APELLIDOS: Mena Jiménez Claudia Katerine

FECHA DE NACIMIENTO: 05 de Febrero de 1994

LUGAR DE NACIMIENTO: Latacunga

CEDULA DE CIUDADANIA: 050362951-1

ESTADO CIVIL: Divorciada

DIRECCIÓN: Ciudadela Los Molinos – Eloy Alfaro

TELEFONO: 0979353905

CORREO ELECTRÓNICO: katy.mena@hotmail.com



ESTUDIOS Y TITULOS

Primarios: Escuela Fiscal Mixta “Jaime Andrade Fabara”

Secundarios: Instituto Tecnológico “Victoria Vásquez Cuví”

Asociación de Chefs del Ecuador: Chef de Cuisine

Superiores: Universidad Técnica de Cotopaxi

Idiomas: Español e Inglés

CURSOS Y SEMINARIOS

- ✓ Seminario “La Tributación en la Economía Ecuatoriana” con una duración de 20 horas.
- ✓ I Seminario “El Actual Escenario Político Nacional y las Perspectivas de las Organizaciones Sociales” con una duración de 32 Horas.
- ✓ Seminario de “Asistente al google Apps Session” con una duración de 80 horas.
- ✓ Curso de capacitación “Gestión Empresarial y Publica” con una duración de 40 Horas.
- ✓ Curso para Formación de Personal en Microfinanzas con una duración de 80 Horas.
- ✓ Curso “Administración de Bares y Restaurantes” con una duración de 720 horas.
- ✓ Curso “Chef Partier” con una duración de 256 horas.
- ✓ Curso “Chef Manager” con una duración de 256 horas.

CERTIFICACIÓN:

Yo, Mena Jiménez Claudia Katerine es todo lo que puedo informar en honor a la verdad.

CURRICULUM VITAE

DATOS PERSONALES

NOMBRES Y APELLIDOS: Guadalupe Yolanda Proaño Altamirano

FECHA DE NACIMIENTO: 02 de Noviembre de 1993

LUGAR DE NACIMIENTO: Latacunga

CEDULA DE CIUDADANIA: 0504230095

ESTADO CIVIL: Soltera

DIRECCIÓN: San Buenaventura – Barrio Laygua

TELEFONO: 0983091320

CORREO ELECTRÓNICO: guadalupealtamirano14@gmail.com



ESTUDIOS Y TITULOS

Primarios:

Escuela Fiscal “Dr. Otto Arosemena Gómez”

Secundarios: Instituto Tecnológico “Victoria Vásquez Cuví”

Superiores: Universidad Técnica de Cotopaxi

Idiomas: Español e Inglés

CURSOS Y SEMINARIOS

I Seminario “El Actual Escenario Político Nacional y las Perspectivas de las Organizaciones Sociales” con una duración de 32 Horas.

Curso de capacitación “Gestión Empresarial y Pública” con una duración de 40 Horas.

Curso para Formación de Personal en Microfinanzas con una duración de 80 Horas.

CERTIFICACIÓN:

Yo, Guadalupe Yolanda Proaño Altamirano es todo lo que puedo informar en honor a la verdad.