

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL BASADO EN MÉTODOS CUANTITATIVOS

Tema: Determinantes de la intención de emprendimiento en estudiantes de posgrado

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Grado Académico de
Magíster en Gestión Empresarial Basado en Métodos Cuantitativos

Autora: Ingeniera, Fernanda Katherine Idrovo Poveda

Director: Ingeniero, Oswaldo Santiago Verdesoto Velástegui, MBA.

Ambato – Ecuador

2018

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

El Tribunal receptor del Trabajo de Titulación, presidido por el Ingeniero, Ramiro Patricio Carvajal Larenas, Doctor, e integrado por los señores Ingeniero, Edison Roberto Valencia Núñez, Magíster y la Ingeniera, Diana Cristina Morales Urrutia, PhD, designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, para recibir el Informe Investigación con el tema: “Determinantes de la intención de emprendimiento en estudiantes de posgrado”, elaborado y presentado por la señorita Ingeniera, Fernanda Katherine Idrovo Poveda, para optar por el Grado Académico de Magíster en Gestión Empresarial Basado en Métodos Cuantitativos; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.



Ing. Ramiro Patricio Carvajal Larenas, Dr.

Presidente y Miembro del Tribunal



Ing. Edison Roberto Valencia Núñez, Mg.

Miembro del Tribunal



Ing. Diana Cristina Morales Urrutia, PhD.

Miembro del Tribunal

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Investigación presentado con el tema: Determinantes de la intención de emprendimiento en estudiantes de posgrado, le corresponde exclusivamente a: Ingeniera, Fernanda Katherine Idrovo Poveda, Autora bajo Dirección del Ingeniero Oswaldo Santiago Verdesoto Velástegui, MBA., Director del Trabajo de Titulación; y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



.....
Ingeniera, Fernanda Katherine Idrovo Poveda

AUTORA



.....
Ingeniero, Oswaldo Santiago Verdesoto Velástegui, MBA.

DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi Trabajo de Titulación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.



.....
Ingeniera, Fernanda Katherine Idrovo Poveda

c.c. 0604379768

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas.	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
AGRADECIMIENTO	xii
DEDICATORIA	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
EXECUTIVE SUMMARY.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	3
EL PROBLEMA	3
1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento del Problema.....	3
1.2.1 Contextualización	3
1.2.2 Análisis crítico	7
1.2.3 Prognosis.....	9
1.2.4 Formulación del problema.....	10
1.2.5 Interrogantes (subproblemas)	10
1.2.6 Delimitación del Objeto de investigación.....	10
1.3 Justificación.....	11
1.4 Objetivos	12
1.4.1 General.....	12
1.4.2 Específicos	12

CAPÍTULO II	13
MARCO TEORICO	13
2.1 Antecedentes Investigativos	13
2.2 Fundamentación Filosófica	17
2.3 Fundamentación Legal	19
2.4 Categorías fundamentales.....	22
2.5 Hipótesis	23
2.6 Señalamiento de variables	24
CAPÍTULO III	25
METODOLOGIA	25
3.1 Enfoque	25
3.2 Modalidad básica de la investigación.....	26
3.3 Nivel o tipo de investigación.....	26
3.4 Población y muestra.	27
3.5 Operacionalización de variables.....	27
3.6 Recolección de información	34
3.7 Procesamiento y análisis.....	35
CAPÍTULO IV	37
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	37
4.1 Análisis de los resultados	37
4.2 Verificación de hipótesis	83
CAPITULO V	85
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	85
CAPITULO VI.....	87

PROPUESTA.....	87
6.1 Datos Informativos	88
6.1.1 Título.....	88
6.1.2 Institución ejecutora.....	88
6.1.3 Beneficiarios	88
6.1.4 Ubicación	88
6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución	88
6.1.6 Equipo técnico responsable	89
6.1.7 Costo	89
6.2 Antecedentes de la propuesta	89
6.3 Justificación.....	89
6.4 Objetivos	90
6.5 Análisis de factibilidad	90
6.6 Fundamentación	91
6.7 Metodología.....	92
6.7.1 Modelo operativo	92
6.8 Administración	97
6.9 Previsión de la evaluación.....	98
BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXOS	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Maestrías y número de estudiantes FCADM-UTA.....	27
Tabla 2. Variable independiente 1: Actitud	29
Tabla 3. Variable independiente 2: Norma subjetiva.....	30
Tabla 4. Variable independiente 3: Control del comportamiento	31
Tabla 5. Variable dependiente: Intención de emprendimiento	32
Tabla 6. Variables de control	33
Tabla 7. Sexo del estudiante.....	37
Tabla 8. Edad del encuestado.....	38
Tabla 9. Estoy listo para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor	40
Tabla 10. Mi objetivo profesional es ser un emprendedor.....	42
Tabla 11. Haré todo lo posible para comenzar y dirigir mi propio negocio	44
Tabla 12. Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	46
Tabla 13. Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí	48
Tabla 14. Una carrera como emprendedor es totalmente atractiva para mí.....	49
Tabla 15. Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría comenzar un negocio	52
Tabla 16. Entre varias opciones, prefiero ser un emprendedor.....	53
Tabla 17. Ser emprendedor me daría una gran satisfacción.....	56
Tabla 18. Comenzar un negocio y mantenerlo funcionando sería fácil para mí.....	58
Tabla 19. Puedo controlar el proceso de creación de un nuevo negocio	59
Tabla 20. Tendría un control completo sobre la situación si empiezo y dirijo un negocio	62
Tabla 21. Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor	63
Tabla 22. Conozco todos los detalles prácticos necesarios para comenzar un negocio	65
Tabla 23. Si quisiera, podría comenzar y dirigir un negocio fácilmente	67
Tabla 24. Si tratara de comenzar un negocio, tendría muchas posibilidades de tener éxito.....	69

Tabla 25. Mis amigos aprobarían la decisión de comenzar un negocio.....	71
Tabla 26. Mi familia cercana aprobaría la decisión de comenzar un negocio	73
Tabla 27. Mis colegas aprobarían la decisión de comenzar un negocio	75
Tabla 28. Indicadores en SmartPLS.....	77
Tabla 29. Fiabilidad y validez del modelo de medida	80
Tabla 30. Coeficiente de determinación.....	80
Tabla 31. Coeficientes de trayectoria.....	80
Tabla 32. Resultados del modelo estructural	83
Tabla 33. Confiabilidad y validez del modelo propuesto	94
Tabla 34. Coeficiente de determinación del modelo propuesto	94
Tabla 35. Coeficientes de trayectoria del modelo propuesto	94
Tabla 36. Resultados del modelo estructural propuesto.....	95
Tabla 37. Previsión de la evaluación.....	98

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. Categorías fundamentales	22
Gráfico 2. Sexo del encuestado	37
Gráfico 3. Edad del encuestado.....	38
Gráfico 4. Estoy listo para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor	40
Gráfico 5. Mi objetivo profesional es ser un emprendedor.....	42
Gráfico 6. Haré todo lo posible para comenzar y dirigir mi propio negocio	44
Gráfico 7. Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	46
Gráfico 8. Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí	48
Gráfico 9. Una carrera como emprendedor es totalmente atractiva para mí.....	50
Gráfico 10. Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría comenzar un negocio	52
Gráfico 11. Entre varias opciones, prefiero ser un emprendedor.....	54
Gráfico 12. Ser emprendedor me daría una gran satisfacción	56
Gráfico 13. Comenzar un negocio y mantenerlo funcionando sería fácil para mí.....	58
Gráfico 14. Puedo controlar el proceso de creación de un nuevo negocio	60
Gráfico 15. Tendría un control completo sobre la situación si empiezo y dirijo un negocio	62
Gráfico 16. Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor	64
Gráfico 17. Conozco todos los detalles prácticos necesarios para comenzar un negocio	66
Gráfico 18. Si quisiera, podría comenzar y dirigir un negocio fácilmente	68
Gráfico 19. Si tratara de comenzar un negocio, tendría muchas posibilidades de tener éxito.....	70
Gráfico 20. Mis amigos aprobarían la decisión de comenzar un negocio	72
Gráfico 21. Mi familia cercana aprobaría la decisión de comenzar un negocio	74
Gráfico 22. Mis colegas aprobarían la decisión de comenzar un negocio	76
Gráfico 23. Diagrama estructural	79
Gráfico 24. Modelo estructural utilizando <i>bootstrapping</i>	82

Gráfico 25. Ubicación	88
Gráfico 26. Modelo de determinantes de la intención de emprendimiento	93
Gráfico 27. Análisis estructural del modelo propuesto	95

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiar mi camino y no haberme abandonado ni un instante.

A mis padres, por su inmenso amor y soporte en todas las etapas de mi vida.

A los grandes amigos que pude conocer durante este período, quienes contribuyeron sin lugar a dudas, a mi crecimiento personal y profesional.

A la Universidad Técnica de Ambato y a todos quienes conforman la Facultad de Ciencias Administrativas, porque ayudaron a construir mis conocimientos con docentes de alta calidad humana y profesional.

Un especial agradecimiento al Ing. Santiago Verdesoto, por su acompañamiento y guía en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Fernanda Idrovo

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico primeramente a Dios, quien me ha acompañado durante todo el camino, me ha guiado y me ha dado fortaleza para continuar. A mi Virgen de Agua Santa, por escucharme y darme su luz cuando más lo necesité.

A mis padres, Fernando y Alicia, quienes han sido mi ejemplo y mi faro, mi modelo de honradez y esfuerzo constantes, por su amor, confianza y apoyo incondicional a pesar de la distancia y por enseñarme que no hay mayor satisfacción que el deber cumplido con perseverancia y honestidad.

A mi familia, por estar siempre pendientes de mi crecimiento profesional y personal, por llenarme de ánimo y energía para continuar esforzándome para alcanzar mis metas.

A mi novio, Nando, por su amor, apoyo e impulso para culminar satisfactoriamente esta etapa del camino.

Fernanda Idrovo

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL BASADO EN MÉTODOS
CUANTITATIVOS

TEMA:

Determinantes de la intención de emprendimiento en estudiantes de posgrado

AUTORA: Ingeniera, Fernanda Katherine Idrovo Poveda

DIRECTOR: Ingeniero, Oswaldo Santiago Verdesoto Velástegui, MBA.

FECHA: 16 de junio de 2018

RESUMEN EJECUTIVO

La generación de la conducta emprendedora, se considera esencial para el desarrollo de una nación, ya que, a través de la creación de empresas y fuentes de empleo, se facilita el crecimiento económico. Para que se suscite esta conducta, es necesario que el individuo cuente con la intención y, además, esté centrado en el cumplimiento de un objetivo, lo cual influye en las acciones que realice para concretar ese fin.

Por lo expuesto, en el presente trabajo de investigación, se aborda, a través de la utilización de estadígrafos y la revisión de literatura científica, el estudio de las determinantes de la intención de emprendimiento, tomando como caso de estudio a los estudiantes de posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, basándose en la Teoría del Comportamiento Planificado propuesto por Ajzen en el año de 1991.

De esta manera se identifica cómo en el ámbito formativo, ciertos factores influyen de diferente manera, para generar la intención emprendedora. El estudio realizado permite

conocer además las distintas percepciones que tienen los estudiantes acerca del emprendimiento y su tendencia a generar o no, un negocio propio.

El estudio de las variables de actitud, normas subjetivas y control del comportamiento, permite conocer las apreciaciones de los estudiantes sobre la factibilidad de emprender y, además, en la presente investigación se reveló cuáles de las mencionadas variables, tiene influencia directa sobre la intención de emprender, y los factores que afectan a cada una de ellas.

Como resultado del proyecto de investigación realizado y después del análisis de la información obtenida a través de la aplicación de encuestas a los estudiantes, se evidencia que dos de las variables independientes del modelo base influyen significativamente en el proceso de generación de la intención emprendedora y que factores como la satisfacción, la percepción de factibilidad, la confianza y el nivel de decisión del individuo, aportan significativamente a cada una de estas variables.

Para finalizar se propone un modelo de determinantes de la intención de emprendimiento, en donde se plantean las variables que influyen directamente sobre la intención y se analizan los dos principales indicadores de cada una de ellas, que contribuirán posteriormente a generar la conducta emprendedora.

Descriptor: ACTITUD EMPRENDEDORA, CONDUCTA EMPRENDEDORA, CONTROL DEL COMPORTAMIENTO, DETERMINANTES DE LA INTENCIÓN, EMPRENDIMIENTO, ESPÍRITU EMPRENDEDOR, ESTUDIANTES DE POSGRADO, INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO, NORMAS SUBJETIVAS, TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL BASADO EN MÉTODOS
CUANTITATIVOS

THEME:

Determinants of entrepreneurship intention in graduate students

AUTHOR: Engineer, Fernanda Katherine Idrovo Poveda

DIRECTOR: Engineer, Oswaldo Santiago Verdesoto Velástegui, MBA.

DATE: June 16, 2018

EXECUTIVE SUMMARY

The generation of entrepreneurial behavior is considered essential for the development of a nation because, through the creation of companies and sources of employment, economic growth is facilitated. So, for this behavior to occur, it is necessary that the individual has the intention, and in addition to be focused on the fulfillment of an objective, which influences the actions the people take to achieve that purpose.

Therefore, in the present research work, through the use of statisticians and the review of scientific literature, the study of the determinants of the entrepreneurship intention, taking as a case study to graduate students of the Authority of Administrative Sciences of the Technical University of Ambato, based on the Theory of Planned Behavior proposed by Ajzen in the year of 1991.

This way it is identified how in the training field, certain factors influence in different ways, to generate entrepreneurial intention. The study also allows to know the different perceptions that students have about entrepreneurship and their tendency to generate or not, a business of their own.

The study of the variables of attitude, subjective norms, and behavior control allows to know the opinions of students about the feasibility of undertaking, and in addition in the present investigation it was revealed which of the aforementioned variables, has a direct influence on the intention of undertake, and the factors that affect each of them.

As a result of the research project carried out and after the analysis of the information obtained through the application of surveys to the students, it is evident that two of the independent variables of the base model significantly influence the process of generating entrepreneurial intention and that factors such as satisfaction, perception of feasibility, confidence and the level of decision of the individual, contribute significantly to each of these variables.

Finally, a model of determinants of the intention of entrepreneurship is proposed, where the variables that directly influence the intention are considered and the two main indicators of each of them are analyzed, which will subsequently contribute to generating entrepreneurial behavior.

Keywords: ENTREPRENEURIAL ATTITUDE, ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR, BEHAVIOR CONTROL, DETERMINANTS OF INTENTION, ENTREPRENEURSHIP, ENTREPRENEURIAL SPIRIT, GRADUATE STUDENTS, ENTREPRENEURIAL INTENTION, SUBJECTIVE NORMS, THEORY OF PLANNED BEHAVIOR.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es considerado como un aspecto fundamental para el desarrollo económico de un país, por ello, en los últimos años, se ha tomado un especial interés en su estudio y los factores que lo generan. La comprensión de la conducta emprendedora está relacionada con la intención de emprendimiento y, además, muchos estudios han revelado que la intención, precede al comportamiento emprendedor.

Para la presente investigación, se tomó como base a la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991), misma que predice adecuadamente las intenciones emprendedoras, analizando la influencia de tres factores: la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control sobre la conducta. En el estudio realizado y a través del análisis de estos factores, se pretende conocer cuáles son los determinantes, que influyen en la intención de emprendimiento de estudiantes de posgrado.

En virtud de lo expuesto, en el primer capítulo del informe de investigación, se plantea como objetivo general, establecer un modelo que identifique los factores determinantes de la intención de emprendimiento en estudiantes de posgrado, y se procede a la formulación del problema de estudio, con la finalidad de dar respuesta a la interrogante ¿Cuáles son los factores determinantes de la intención de emprendimiento en estudiantes de posgrado?

En el segundo capítulo, se definen con claridad las hipótesis y variables que intervienen en la presente investigación, para lo cual se han estudiado detalladamente los antecedentes investigativos efectuadas por autores reconocidos, así como la fundamentación filosófica en la que está basado este estudio.

Por otra parte, en el tercer capítulo, se consideran temas relacionados con la metodología de investigación utilizada, misma que corresponde al uso de un enfoque cuantitativo, bajo las modalidades transversal y no experimental y de nivel explicativo. Se define, además, la población de estudio y se procede con la operacionalización de variables, para posteriormente dejar plasmada la necesidad de aplicar un cuestionario

para la recolección de información y analizar los datos obtenidos, aplicando la metodología de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales.

En el capítulo cuarto, se procede al análisis e interpretación de los resultados obtenidos como producto de la aplicación de las encuestas a los estudiantes de posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, mismas que han permitido conocer de manera global, la percepción de los encuestados sobre el emprendimiento. Adicionalmente, para la comprobación de hipótesis, a través del uso de un software estadístico, se aplicó la técnica de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales, cuyos resultados numéricos mostraron las determinantes que verdaderamente influyen en la intención de emprendimiento y los indicadores más relevantes de cada una de ellas. Se aceptan dos de las hipótesis planteadas y se rechaza una de ellas.

En el quinto capítulo se presentan las conclusiones a las que llega la autora, como producto de la investigación realizada. Se concluye que las variables de actitud y control del comportamiento si tienen influencia sobre la intención de emprendimiento, mientras que la variable normas subjetivas, no influye directamente. Además, a partir de los resultados obtenidos, se plantean las correspondientes recomendaciones que la autora considera para el caso.

Finalmente, en el sexto capítulo, se detalla la propuesta y se procede a plantear un modelo de determinantes de la intención de emprendimiento, el cual es analizado y validado a través de un software estadístico, utilizando la metodología de ecuaciones estructurales.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema

Determinantes de la intención de emprendimiento en estudiantes de posgrado.

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Contextualización

El emprendimiento hace referencia a la aptitud y actitud de la persona, las cuales le permiten comenzar nuevos retos y proyectos, le ayuda a dar un paso más. Una persona emprendedora es capaz de aprovechar situaciones de insatisfacción, momentos de rutina y poco crecimiento personal, para desarrollar situaciones satisfactorias y nuevos logros (Jaramillo, 2008).

De manera general, la palabra emprendedor está relacionada con personas que tienen visión e iniciativa y se aventuran a crear empresas, aun sabiendo que se presentarán varios obstáculos en el proceso (Uribe y de Pablo, 2011). Richard Cantillón, introdujo por primera vez el concepto de *entrepreneur* (emprendedor). Según Cantillón (1755) una de las primeras apariciones del término se debe a que el hombre actúa en una sociedad, donde la competencia e incertidumbre lo llevan a tomar decisiones. Además, define al emprendedor como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre y recibe ganancias variables e inciertas (Herrera y Montoya, 2013).

Tiempo después el economista francés Say, realizó un aporte interesante a la definición planteada por Cantillón. Afirmó que el emprendedor es un individuo previsor, líder, evalúa proyectos, toma riesgos y moviliza los recursos disponibles desde una zona de bajo rendimiento a una de productividad alta. Say rescata el hecho de que el éxito emprendedor no es importante únicamente para un individuo sino también para toda la sociedad (Formichella y Massigoge, 2004).

También economistas británicos como Adam Smith, trataron, aunque brevemente, el tema del emprendimiento. Su teoría plantea el obtener el máximo de los recursos y apunta a instaurar el equilibrio. A su vez, Mill, enfatizó más la importancia del emprendimiento para el desarrollo económico. Expresó que el emprendimiento requiere habilidades no comunes que ayudan el crecimiento de la economía (Formichella y Massigoge, 2004).

La necesidad de emprendimiento para la producción fue reconocida formalmente por primera vez por Alfred Marshall en el año de 1880. Introduce el concepto de que los factores de producción no son tres, sino cuatro. A los factores habituales se sumó la organización y creyó que el emprendimiento es elemento que está detrás del cuarto factor y la maneja. Estableció que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo condiciones de incertidumbre. Además, señaló que los emprendedores poseen habilidades especiales que una persona puede aprender y adquirir (Formichella y Massigoge, 2004).

Según la teoría de Schumpeter (1934), los emprendedores son aquellas personas que salen de lo ordinario promoviendo innovaciones. Utiliza el término emprendedor para referirse a aquellas personas cuyas acciones causan inestabilidad en los mercados. Expone que la función de los emprendedores es revolucionar el patrón de producción al explotar una invención (Formichella y Massigoge, 2004).

Otro autor que realizó importantes aportes fue Ludwig Von Mises. Identifica tres aspectos que considera imprescindibles para que una persona sea considerada emprendedor. El primero se basa en que un emprendedor es un evaluador, es decir, calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones y a su vez, descubre nuevas necesidades. El segundo es el de empresario, ya que construye la decisión de cómo utilizar los factores para producir mercadería. Por último, rescata la característica de que el emprendedor es capaz de soportar la incertidumbre (Formichella y Massigoge, 2004).

Por otro lado, en la Escuela Austriaca, Kirzner (1973) destaca la importancia del emprendedor en el desarrollo económico. A través del proceso de emprendimiento, la economía alcanza un equilibrio y el estar alerta, permite al emprendedor ganar oportunidades. Según Peter Drucker (1986) el empezar un negocio no significa que una persona sea emprendedora, ya que un emprendedor no debe necesariamente generar el cambio sino explotar las oportunidades que dicho cambio genera (Bucardo, Saavedra y Camarena, 2015). Drucker afirma también que el emprendimiento está ligado a la conducta y que no se limita al ámbito económico, ya que está relacionado con las actividades humanas (Formichella y Massigoge, 2004).

Por su parte, Howard Stevenson analiza la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión, el cual se apoya más en las oportunidades antes que en los recursos. Un emprendedor persigue la oportunidad sin depender de los demás factores. Opina también que para ser emprendedor se debe ser innovador no solo en un producto, sino en una empresa. Esto orienta el crecimiento constante y ayuda a enfrentar los retos de no tener los recursos suficientes (Bucardo, Saavedra y Camarena, 2015).

Stevenson realiza un análisis semejante al de Drucker, ya que confirma que el crear una empresa no es suficiente motivo para ser considerado un emprendedor. La persona emprendedora busca continuamente la oportunidad de crear nueva riqueza. Plantea que un factor imprescindible para calificar a un empresario como emprendedor, es que sepa innovar (Formichella y Massigoge, 2004).

Además, Allan Gibb (1988) propone nuevas metodologías de enseñanza en donde se fomenten las actitudes emprendedoras (Formichella y Massigoge, 2004). Gibb identifica varias etapas que sigue un emprendedor en la creación de empresas, como son la motivación e idea, validación de la misma, definición de escala de operación, identificación de recursos, entrada al mercado y finalmente, el nacimiento de la empresa (Chirinos, Pérez y Pachón, 2017).

Gifford Pinchot, quien popularizó el término emprendedor en un libro de su autoría, destaca que los emprendedores son personas que sueñan y logran hacer realidad todo

cuanto imaginan. Son aquellos individuos que pueden tomar una idea y cristalizarla, haciéndose responsables de innovar y de obtener resultados. Pinchot utilizó el término emprendedor para referirse al espíritu empresarial y a su vez, propone que este espíritu hace que existan iniciativas de negocios y proyectos en las personas. Expresa que el emprendedor que habita en la empresa posee un rol muy importante, y es quien debe hacer que una idea se desarrolle comercialmente (Formichella y Massigoge, 2004).

Desde el punto de vista del comportamiento, McClelland define al emprendedor como un individuo de éxito que experimenta una fuerte necesidad de logro. Por ello, las personas buscan situaciones que satisfagan dicha necesidad. Según este autor, la necesidad permite identificar la conducta de un emprendedor y definir los motivos que lo impulsan a realizar ciertas acciones. Además, señala que un emprendedor tiene la facilidad de influenciar sobre otros y busca optimizar su propio desempeño (Cardona y Pulgarín, 2012). Esta definición se asemeja al pensamiento de Drucker, al exponer que el emprendimiento está ligado a la conducta y las actividades humanas.

Scott Kundel, también plantea la existencia de emprendedores independientes y de emprendedores que se desenvuelven en las empresas bajo el nombre de empleados. Resalta que los últimos también pueden renovar las estructuras existentes, formar nuevas estructuras y crear nuevos productos o procesos de producción y gestión (Formichella y Massigoge, 2004).

Comprender la conducta de emprendimiento se ha relacionado íntimamente con la intención emprendedora y puede definirse como el estado de la mente en el que la atención de una persona se centra en el cumplimiento de un objetivo, lo cual influye directamente en las acciones para concretar ese fin (Valencia, Montoya y Montoya, 2016). La intención es un aspecto fundamental para comprender el proceso de emprendimiento y puede significar el primer paso para la creación de una empresa (Ventura y Quero, 2013). Las intenciones de comportamiento constituyen un paso previo a la conducta real, es por ello que se busca explicar la intención de emprender (González et al., 2016). Este análisis se vuelve fundamental ya que, según la

intencionalidad, se ejecutará el comportamiento emprendedor o creación de una empresa.

Un emprendedor encuentra y explota oportunidades, permanece alerta y tiene predisposición para enfrentar amenazas. El proceso de identificación de oportunidades es completamente intencional, lo cual explica que las intenciones tengan gran atención sobre el estudio de emprendimiento (Ventura y Quero, 2013). El interés del estudio de los elementos que influyen sobre el propósito emprendedor viene dado por la contribución del individuo al fortalecimiento productivo y dinamización de la economía, donde la creación de empresas es un aspecto positivo para el desarrollo (Aristizábal, Monard y Velázquez, 2016).

Varios estudios han encontrado que las intenciones son el mejor predictor de la conducta. Según la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) propuesto por Ajzen en el año de 1991, la intención depende de tres factores: la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control sobre la conducta. Esta teoría ya comprobada predice adecuadamente las intenciones emprendedoras de los individuos (Valencia et al., 2012). La actitud hacia el comportamiento se entiende como el grado con el cual una persona tiene una valoración favorable o desfavorable del comportamiento en cuestión. Las normas subjetivas hacen referencia a la presión social percibida para adoptar o no una determinada conducta, es decir son las creencias normativas. El control sobre la conducta es la percepción que tiene una persona de su habilidad para llevar a cabo un comportamiento específico (Osorio y Londoño, 2015). Para desarrollar la presente investigación, se tomará como base a la Teoría del Comportamiento Planificado.

1.2.2 Análisis crítico

Se entiende por actitud a la posición que asume una persona al experimentar un sentimiento favorable o desfavorable hacia algún objeto, situación o individuo, que surgen como estímulo para que ésta se produzca (Reyes, 2007). La actitud hacia el comportamiento, hace referencia a la predisposición que tiene un sujeto, hacia el

desarrollo de una conducta determinada. Es el resultado de las creencias que tiene el individuo hacia dicho sujeto y la evaluación que hace de dicha creencia (Rueda, Fernández-Laviada y Herrero, 2013). Las actitudes pueden ser analizadas a partir de las acciones explícitas, las afirmaciones verbales, las disposiciones personales o los sentimientos manifestados. Todo ello, en la forma de algún comportamiento observable (Kuschick, 2009). La actitud es entendida también como un estado de ánimo correspondiente a cada individuo, respecto de un valor (Laca, 2005).

Las actitudes se adquieren automáticamente cuando se aprenden las asociaciones de un objeto con otros. Son evaluaciones de los atributos y características que tiene dicho objeto, en otras palabras, al adquirir una creencia hacia algo específico, simultáneamente se adquiere una actitud hacia el mismo (Reyes, 2007). La actitud es una herramienta que tienen todos los individuos para enfrentar su vida. Permite experimentar, observar y encontrar parámetros para vivir y construir relaciones con otros sujetos. La actitud puede ser caracterizada de un modo crítico en cuanto que permite cuestionar lo existente, analítico y reflexivo. Ayuda a buscar un sentido a la experiencia y darnos cuenta de lo que sucede a nuestro alrededor (Arias, Carreño y Mariño, 2016).

Desde el punto de vista de la TCP, las creencias respecto a la conducta a desarrollar preceden a la actitud. A su vez, las actitudes preceden a la intención y ésta al comportamiento (Ajzen, 1991). La actitud juega un papel importante sobre el emprendimiento ya que influye directamente sobre la intención de emprender y acciona el desarrollo de la conducta emprendedora. Complementando lo expuesto, las actitudes son aquellos comportamientos manifiestos, formados a través de las vivencias y sentimientos y los agentes resultantes de ello son el marco inmediato de la acción y el lugar en donde se desarrollan las relaciones sociales (Loaiza, 2006).

Según Ajzen, la actitud hacia la conducta de crear empresa se somete primeramente a una evaluación. Si el sujeto evalúa favorablemente la acción de realizar su idea de negocio, la intención pasará a convertirse en acción. Las actitudes poseen tres

componentes: cognitivo (segmento de opinión o creencia), afectivo (segmento emocional o sentimental) y comportamental (intención de conducta hacia alguien o algo). Ajzen utiliza principalmente el componente cognitivo antes que los rasgos de personalidad (Mora, 2011). La actitud emprendedora se puede definir como una conducta permanente para administrar los recursos y generar resultados según la actividad que se desarrolla (Quintero, 2007).

La creencia consiste en una idea o forma de pensar que se asume como verdadera. De alguna manera todos estamos convencidos de ciertas ideas acerca de la realidad. Las creencias presentan atribuciones que en la vida cotidiana tienen condiciones de verdad y el saber, tiene un significado más relajado y subjetivo (Moya, 2004). De ello parte la norma subjetiva, que se basa en las creencias normativas que el individuo percibe en su medio. Ésta a su vez, destaca la importancia que tienen las personas al momento de realizar un determinado comportamiento (Torres-Hernández, Barreto y Rincón, 2015).

Por otra parte, el control conductual consiste en la creencia que tiene una persona para poder controlar las dificultades existentes que anteceden un comportamiento. Incluye tanto factores internos (habilidades físicas y psicológicas) como externos (medios y oportunidades). El control sobre la conducta puede influir tanto directamente como indirectamente sobre la intención. Es la suma de los productos entre las creencias sobre los recursos y oportunidades para realizar una conducta y la percepción que tiene el individuo de poder controlar los factores que dificultan o facilitan un comportamiento (Guzmán et al., 2014). Los factores de la Teoría del Comportamiento Planificado pueden ser aplicados para el entendimiento de los determinantes de la intención de emprender.

1.2.3 Prognosis

Si la actitud de un individuo fuera negativa, es decir, si la persona experimentara un sentimiento desfavorable hacia una situación, el sujeto no tendría predisposición para desarrollar una conducta emprendedora. Dado que la actitud no se orienta hacia el emprendimiento, no se reflejaría en una intención y por ende no se realizaría una acción

que permita catalogar a alguien como emprendedor. Por otra parte, si el individuo percibe que otras personas no tienen una predisposición favorable sobre su comportamiento emprendedor, es posible que sus creencias lo obliguen a renunciar a la idea innovadora. Finalmente, si el sujeto no cree en poder controlar las dificultades que existen en el medio, no se reflejará un comportamiento emprendedor.

1.2.4 Formulación del problema

¿Cuáles son los factores determinantes de la intención de emprendimiento en estudiantes de posgrado?

1.2.5 Interrogantes (subproblemas)

- ¿Cuáles son los factores determinantes para la intención de emprendimiento en estudiantes de posgrado?
- ¿Qué factores están afectando a la intención emprendedora en los estudiantes de posgrado?
- ¿Qué factores son los más significativos para generar la intención emprendedora?

1.2.6 Delimitación del Objeto de investigación

Delimitación conceptual:

Para la presente investigación se tomará como base al modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991) en donde se analizan tres factores determinantes de la intención: la actitud, la norma subjetiva y el control conductual. Ellos influyen directamente sobre el objetivo de este estudio: la intención de emprendimiento.

Delimitación espacial:

La investigación se realizará en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, a los estudiantes de posgrado.

Delimitación temporal:

La investigación inició el 15 de abril de 2017 y se planifica la finalización de la misma hasta el 30 de junio de 2018.

1.3 Justificación

A lo largo de la historia, el ser humano ha atravesado por períodos de cambio y progreso en la sociedad. En la actualidad, el mundo se modifica de forma rápida y continua, y los fenómenos de desempleo y exclusión son cada vez más preocupantes. Ante esta realidad surge el concepto de autoempleo, es decir, la propia generación de trabajo. En consecuencia, el concepto de emprendimiento, ha cobrado últimamente, mayor relevancia para nuestra sociedad (Formichella y Massigoge, 2004).

Se considera que el emprendimiento constituye un aspecto primordial para el desarrollo económico de una nación. Por ello, se ha vuelto de especial interés el estudio de este factor y la conducta emprendedora que lo genera, centrada en la comprensión de la intención de emprendimiento y sus accionantes. La intención de emprendimiento genera una conducta, que se ve reflejada en la creación de empresas. Es importante determinar los factores que generan la intención emprendedora, para conocer qué percepción tienen los estudiantes de posgrado acerca del manejo de su propio negocio, las facilidades y dificultades que perciben y la concreción de sus ideas, lo cual ayuda a la dinamización de la economía.

Existen varios factores que pueden estar afectando la intención de emprendimiento en las personas, sin embargo, puede variar en estudiantes de posgrado. Al tener una formación superior administrativa, los individuos crean otra visión de su entorno, perciben de mejor manera las oportunidades y amenazas y definen de manera clara sus metas en cuanto a la creación de empresas. Por ello es importante diferenciar los agentes estimulantes en la intención de emprendimiento de estudiantes con formación

de cuarto nivel, que pueden ser distintos a aquellos de personas que no tienen el mismo nivel académico.

Existen diversos modelos que guían la comprensión de la intención emprendedora. Algunos consideran factores importantes a la deseabilidad, viabilidad, autoeficacia, logro e independencia. Tomando como esquema principal a la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991) se analizarán los factores de actitud, norma subjetiva y control conductual. Es de gran relevancia el análisis de los agentes motivacionales que intervienen dentro de cada factor, con la finalidad de comprender cuáles son los más significativos que influyen directamente en la conducta emprendedora de estudiantes de posgrado.

La realización de la presente investigación es factible dado que se cuenta con los recursos humanos, tecnológicos y económicos necesarios para llevarla a cabo. Además, se tiene acceso a la información y apertura por parte de la institución en donde se efectuará el estudio, lo cual asegura la culminación exitosa del presente trabajo.

El contar con estudios que ayuden a tener una base de consulta, permitirá obtener ideas claras con la finalidad de aplicar metodologías que impulsen los factores que se manifiesten como favorables para el emprendimiento después de la investigación y mitigar aquellos determinantes que no contribuyan a la formación de la intención emprendedora.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Establecer un modelo que identifique los factores determinantes de la intención de emprendimiento en estudiantes de posgrado.

1.4.2 Específicos

Determinar si existe relación positiva de la actitud sobre la intención de emprendimiento.

Determinar si existe relación positiva de las normas subjetivas sobre la intención de emprendimiento.

Determinar si existe relación positiva del control del comportamiento sobre la intención de emprendimiento.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes Investigativos

Hacia el año 1700, las naciones de Holanda e Inglaterra, se encontraban por iniciar un proceso de crecimiento económico. Dicho incremento fue atribuido a la ampliación del comercio interno y ultramarino, cambios tecnológicos importantes y demográficos favorables. Paralelamente al desarrollo del comercio aparece un nuevo grupo de actores sociales, emprendedores que presentaban atracción hacia los negocios, sentido de riesgo y cálculo mucho más desarrollado que en épocas anteriores. Esta actitud se reflejaría más tarde en el impulso para la creación de compañías (Covarrubias, 2003).

A partir de investigaciones desarrolladas por Elton Mayo, las cuales tenían como propósito identificar las motivaciones que llevan a los trabajadores a mejorar su productividad en sus puestos de trabajo, se inició un movimiento importante que se ocupó de la actitud de la persona frente al trabajo (Marulanda, Montoya y Vélez, 2014).

De igual manera, Víctor Vroom se interesó en el estudio de los factores que motivan a los individuos a pertenecer a una organización. En su trabajo concluye, que los aspectos motivacionales, además del dinero, se relacionan con la consideración por parte de los superiores, la aceptación de los compañeros, la influencia en la toma de decisiones y el nivel que ocupa el individuo en la empresa (Marulanda, Montoya y Vélez, 2014).

Por otro lado, Frederick Herzberg, al realizar encuestas a 200 ingenieros y contadores de una fábrica en Pittsburg, encontró que existen cinco factores determinantes en la satisfacción laboral: logro, reconocimiento, la labor en sí misma, ascensos y responsabilidad. De esta manera, continúan realizándose estudios que intentan explicar el comportamiento de los trabajadores en las organizaciones. También, entra en auge el tema del emprendimiento y se realizan investigaciones que tratan de establecer que factores motivan a las personas a tener el deseo de administrar su propia empresa (Marulanda, Montoya y Vélez, 2014).

Para muchas personas la palabra emprendimiento es considerada como un nuevo concepto, sin embargo, ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad. El emprendimiento es la capacidad que tienen los seres humanos de crecer y autosustentarse de una manera novedosa y con ideas renovadas. Ser emprendedor requiere de habilidades no solamente a nivel individual, sino también a nivel colectivo (Jaramillo, 2008).

Según David McClelland (1961), la necesidad de logro es lo que motiva realmente a una persona a convertirse en emprendedor y a su vez, este factor, es en parte el responsable del crecimiento económico. Este autor demuestra en sus investigaciones

que este rasgo no es obligatoriamente innato, sino que se puede desarrollar en la persona (Marulanda, Montoya y Vélez, 2014).

La diferencia entre un emprendedor y un individuo común la establece su actitud. El emprendedor es la persona capaz de crear, concretar sus ideas, innovar, asumir riesgos y enfrentar problemas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura necesaria para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad convocatoria y de liderazgo (Formichella y Massigoge, 2004).

Las intenciones de comportamiento constituyen un paso previo a la conducta real, es por ello que se busca explicar la intención de emprender (González et al., 2016). Este análisis se vuelve fundamental ya que, según la intencionalidad, se ejecutará el comportamiento emprendedor o creación de una empresa.

Albert Shapero considera que la necesidad de emprender es el resultado de la acción humana y es propia de cada contexto. Identifica una variable independiente, referida al empresario, y una dependiente denominada evento empresarial, la cual hace referencia a las siguientes características: administración, autonomía, recursos, toma de iniciativa y riesgos. En su modelo, plantea que existen dos grandes percepciones: de conveniencia, la cual se refiere a las experiencias, valores y son el resultado de la posición de la persona en la matriz de cultura, educación y posición socioeconómica, y la segunda, de factibilidad, considerada como una amalgama de conocimientos, recursos y garantías obtenidos en un negocio o educación formal. Ambas dan origen al proceso de empresarismo (Parra y Fleitas, 2010).

Por otro lado, la Teoría de la Expectativa/Valoración atribuida a Víctor Vroom (1964), se desarrolló con la finalidad de predecir los niveles de motivación de los individuos. Esta teoría explica la motivación basada en tres tipos de relaciones: (1) probabilidad de que el esfuerzo conducirá a un resultado, (2) lo atractivo de los resultados previstos y (3) la creencia de que un nivel de rendimiento se traducirá en el resultado deseado (Marulanda, Montoya y Vélez, 2014).

Por otra parte, en cuanto a las motivaciones para emprender, se destaca el deseo de independencia. El factor económico también es un aspecto determinante (Marulanda y Morales, 2016). Las tendencias que estimulan al emprendimiento por necesidad son fundamentalmente tres: la necesidad de buscar empleo, la temporalidad del empleo conseguido y la búsqueda de independencia (Morales y Ariza, 2012). La iniciativa empresarial involucra un cambio cultural que impacta de dos formas: mejorando competencias como liderazgo y comunicación y, a través de un incremento en la innovación y motivación (Leite et al., 2015). Para muchos, el espíritu emprendedor depende de la formación que tiene lugar en el hogar durante los primeros años de vida. Ahí, las personas perciben de mejor manera la motivación para autoemplearse en el futuro (Carlos et al., 2015).

La Teoría de la Acción Razonada (TRA) constituye un modelo de gran relevancia dentro de la literatura sobre el comportamiento de los sujetos. Se explica sobre la base de la relación entre la actitud y norma subjetiva, lo cual influye en la intención y a su vez, esta última en la conducta. Esta teoría desarrollada por Ajzen y Fishbein (1980), considera la intención del comportamiento como el mejor predictor de la conducta. De acuerdo con la TRA, el antecedente directo del comportamiento emprendedor, será su intención de desarrollar dicha conducta en el futuro (Rueda, Fernández-Laviada y Herrero, 2013). En el año de 1991, Icek Ajzen desarrolla una nueva teoría a partir de la propuesta, complementándola con un nuevo factor y la denomina Teoría del Comportamiento Planificado.

Basado en el modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado, la intención de emprendimiento se puede explicar por las actitudes personales y la percepción del control del comportamiento. Como muchos estudios plantean, para los estudiantes la intención está determinada por la percepción de la conveniencia de desarrollar una carrera empresarial. Según otras investigaciones, dicha percepción no viene dada por las normas subjetivas. Ajzen (1987) explica que este resultado se puede dar cuando las personas tienen un alto nivel de control interno. La búsqueda de independencia y el

desarrollo personal también están asociados a la intención de emprendimiento. También puede determinarse por la confianza que tienen los estudiantes en su capacidad de emprender nuevas acciones (Osorio y Londoño, 2015).

En otros estudios también se han encontrado asociaciones entre la conveniencia percibida, la viabilidad y la tolerancia al riesgo. Estos factores no son independientes entre sí sino que se encuentran relacionados, como lo propone la TCP (Valencia et al., 2012). Tanto la actitud hacia la creación de empresas como la deseabilidad de este comportamiento dependen de la viabilidad percibida, mientras que ésta, dependería de la norma subjetiva asociada a un contexto familiar (López y Ruiz-Ruano, 2014). La educación emprendedora universitaria puede tener efectos significativos en la intención emprendedora. Sin embargo, se desarrolla en estudiantes que poseen ciertas características (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016).

Para la presente investigación se utilizará el modelo propuesto en la Teoría del Comportamiento Planificado, la cual está científicamente comprobada y ha sido el punto de partida para el desarrollo de estudios a nivel mundial. Los investigadores Krueger y Carsrud (1993) y Krueger y Brazeal (1994) coinciden en que la TCP constituye una base sólida en la investigación del emprendimiento. Dos de sus antecedentes actitudinales reflejan la deseabilidad percibida en la realización de una conducta y el control del comportamiento, denota la factibilidad de ejecución de la misma (Marulanda, Montoya y Vélez, 2014).

2.2 Fundamentación Filosófica

La Teoría del Comportamiento Planificado es un estudio que surge a partir de la Teoría de la Acción Razonada planteada por Ajzen y Fishbein en 1980. En su avanzado estudio de la intención, Ajzen considera que la TCP es el marco más influyente para la predicción del comportamiento humano. Los antecedentes de la intención empresarial también están influenciados por las creencias conductuales, las creencias normativas y las creencias de control. Las acciones de los individuos se guían por sus creencias con respecto a los resultados probables de realizar el comportamiento, la motivación para

cumplir con las expectativas de otras personas y si los factores que pueden facilitar o impedir el desempeño del comportamiento, están disponibles (Malebana, 2014).

Según Ajzen, la actitud hacia la conducta de crear una empresa, presenta una evaluación por parte del individuo, la cual puede ser favorable o desfavorable. Si el emprendedor evalúa favorablemente la acción de crear empresa, tiene uno de los tres determinantes de la intención, para convertirse en acción (Mora, 2011).

Desde su presentación, la TCP ha sido probada y validada en numerosos estudios, como aquellos centrados en la intención de constituir una empresa y otros que intentan explicar la intención y decisión de crecimiento, en donde en su mayoría, corroboran la intervención de los tres antecedentes de la intención que propone esta teoría (Malebana, 2014).

La actitud emprendedora puede definirse como un comportamiento permanente de administrar recursos y generar ganancias. Las actitudes, son juicios evaluadores de las personas y poseen tres componentes: (1) cognitivo, relacionado con la opinión o creencia, (2) afectivo, relacionado con las emociones y sentimientos y (3) comportamental, referente a la intención de conducta. La Teoría del Comportamiento Planificado, se basa más en el componente cognitivo de la actitud antes que en los rasgos de la personalidad (Mora, 2011).

Ajzen (2005) sostiene que las personas desarrollan actitudes a partir de las creencias que tienen sobre las consecuencias de realizar el comportamiento. Recientemente, una serie de estudios han investigado cómo las creencias sobresalientes o los resultados percibidos del emprendimiento afectan la intención de comenzar un negocio. Schwarz et al. (2009) encontraron que la intención de iniciar un negocio está influenciada por las actitudes de los estudiantes hacia el espíritu empresarial, el cambio, el dinero y sus percepciones sobre el apoyo universitario al emprendimiento (Malebana, 2014).

Según Ajzen, el control del comportamiento se refiere a las evaluaciones de los individuos sobre el grado en que son capaces de realizar una determinada conducta.

Está determinada por creencias de control sobre la disponibilidad de factores que pueden facilitar o impedir el desempeño del comportamiento. Estos factores pueden ser externos o internos e incluyen la disponibilidad de recursos y oportunidades, información, habilidades y la dependencia y experiencias de terceros. Las valoraciones positivas del comportamiento emprendedor tanto en un entorno más cercano como en un entorno social mejoran la percepción de tener habilidades empresariales, que a su vez, influyen en el control conductual (Malebana, 2014).

Por otro lado, según propone el autor de la TCP, las normas subjetivas derivan de las creencias de los individuos de que otros individuos o grupos significativos aprueban o desaprueban la realización de un comportamiento dado. Según Ajzen, cuando las personas creen que la mayoría de los referentes con quienes están motivados para cumplir piensan que deberían realizar el comportamiento, percibirán la presión social para realizarlo y viceversa. En línea con la visión de Ajzen, investigaciones recientes indican que es más probable que los individuos intenten iniciar un negocio cuando tienen relaciones con personas que son empresarias. A partir de lo expuesto, puede deducirse que es más probable que los individuos formen intenciones para iniciar un negocio, cuando piensan que otras personas que están cerca de ellos lo aprobarían al hacerlo y cuando ven que dichas personas también participan en el mismo comportamiento (Malebana, 2014).

2.3 Fundamentación Legal

Existen varios preceptos de carácter normativo en los cuales se fundamenta la presente investigación, referentes al objeto de estudio, que en este caso son los estudiantes de posgrado de las Instituciones de Educación Superior. Por lo expuesto, en el presente informe se mencionan a continuación las principales disposiciones que rigen a estas entidades.

La Ley Orgánica de Educación Superior, en su artículo 14 menciona:

“Son instituciones del Sistema de Educación Superior:

- a) Las universidades, escuelas politécnicas públicas y particulares, debidamente evaluadas y acreditadas. conforme la presente Ley; y b) Los institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, tanto públicos como particulares, debidamente evaluados y acreditados, conforme la presente Ley”.

De igual manera, en este cuerpo legal, con respecto al nivel de formación de posgrado, establece en su artículo 118, literal c:

“Niveles de formación de la educación superior. - Los niveles de formación que imparten las instituciones del Sistema de Educación Superior son: c) Cuarto nivel, de postgrado, está orientado al entrenamiento profesional avanzado o a la especialización científica y de investigación. Corresponden al cuarto nivel el título profesional de especialista: y los grados académicos de maestría. PhD o su equivalente”.

Es importante mencionar que las Instituciones de Educación Superior (IES) están reguladas principalmente por dos entidades, como se menciona en el artículo 171 de la presente ley:

“Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior. -El Consejo de Evaluación. Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior es el organismo público técnico, con personería jurídica y patrimonio propio, con independencia administrativa, financiera y operativa. Funcionará en coordinación con el Consejo de Educación Superior. Tendrá facultad regulatoria y de gestión. No podrá conformarse por representantes de las instituciones objeto de regulación ni por aquellos que tengan intereses en las áreas que vayan a ser reguladas”.

Dentro del Estatuto de la Universidad Técnica de Ambato, su base legal menciona en el artículo 1:

“La Universidad Técnica de Ambato es una Institución de Educación Superior, de derecho público, con domicilio principal en la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua, creada mediante Ley No. 69-05 del 18 de Abril de 1969. Se rige por la Constitución y Leyes de la República del Ecuador, la Ley Orgánica de Educación Superior, el Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Superior, los Reglamentos del Consejo de Educación Superior (CES), y del Consejo de Evaluación Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES), este estatuto y sus Reglamentos, Guía de Auditoría para Universidades y Escuelas Politécnicas y las disposiciones que adopten sus organismos y las autoridades universitarias, en el ámbito de su competencia. No tendrá fines de lucro”.

Dentro del mismo Estatuto, se plantea la existencia de la Dirección de Posgrado, cuya misión se detalla en el artículo 94, mismo que cita: “Planificar, organizar, dirigir, difundir, ejecutar y evaluar los programas de Posgrado, en el ámbito de la Planificación Educativa, Educación Continua, Sistema de Información Docente, Registro Estudiantil, mediante la formulación e implementación de programas de posgrado (formación, investigación y educación continua) en sus distintas modalidades y niveles, acorde con la demanda de la sociedad.

Finalmente, en el Reglamento del Centro De Estudios De Posgrado (CEPOS-UTA), se establecen los fines y objetivos de los estudios de posgrado, en donde el artículo 1 menciona: “Se crea el Centro de Estudios de Posgrado (CEPOS-UTA) en la Universidad Técnica de Ambato, para fomentar y coordinar el nivel de Posgrado en las áreas de: Formación especializada, Investigación y Educación Continua. Tiene capacidad para viabilizar el otorgamiento de certificados de cursos de Educación Continua, títulos, y grados académicos para los estudios regulares de Posgrado, de conformidad a la Ley de Educación Superior y este Reglamento. El Centro de Estudios de Posgrado (CEPOS-UTA), es una unidad académica de cuarto nivel, dependiente del Vicerrectorado Académico. Son estudios de posgrado los programas académicos de cuarto nivel que realiza la Universidad Técnica de Ambato con estudiantes que

disponen del título terminal de tercer nivel. Tienen por objeto el desarrollo de la ciencia y la tecnología: las artes y humanidades”.

2.4 Categorías fundamentales

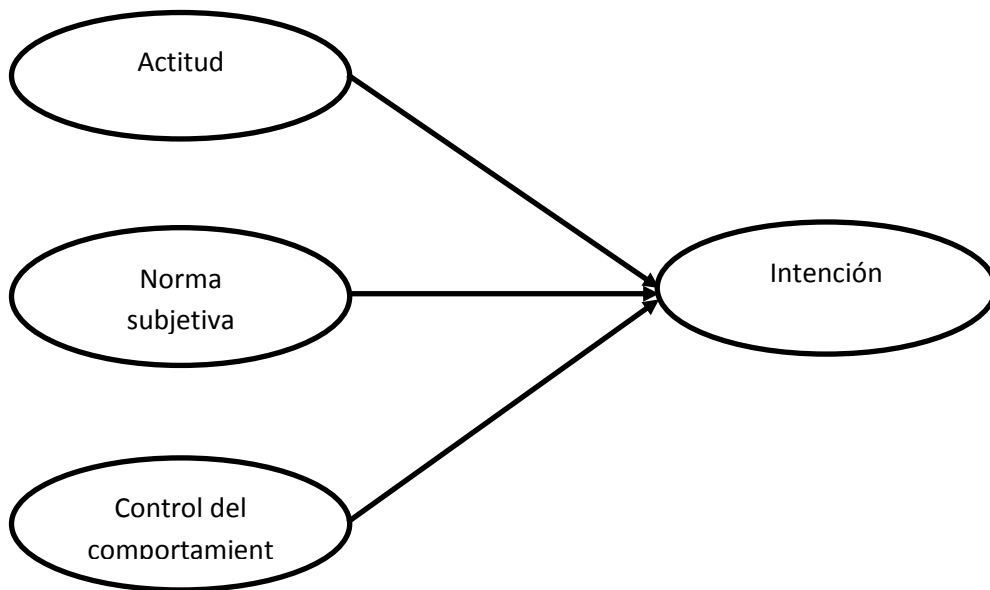


Gráfico 1. Categorías fundamentales

Modelo gráfico adaptado de la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991)

Según la Teoría del Comportamiento Planificado, existen tres factores que preceden a la intención, los cuales son actitud, norma subjetiva y control del comportamiento. La

intención es el pensamiento que un individuo tiene y en donde pretende realizar una acción que nace de su voluntad. Las intenciones emprendedoras han sido definidas en referencia al estado mental que dirige la atención, experiencia y acción hacia un modelo de empresa (Espíritu, 2011), en la que el emprendedor procesa la información del ambiente y percibe oportunidades para realizar proposiciones de negocio factibles (Lanero, Vázquez y Muñoz-Adánez, 2015).

Las actitudes tienen un papel clave en diferentes áreas del mundo de los negocios, ya que permiten identificar las categorías y sentimientos que estructuran una cultura subjetiva en particular y cuando la misma es idónea, se convierte en una virtud que abre muchas puertas en el mundo empresarial, al reflejarse en la toma de decisiones; por ejemplo, un emprendedor puede ser también un líder, teniendo una connotación positiva o evocando una actitud favorable (Malavé y Piñango, 2012). En un sentido amplio, la norma subjetiva puede ser tomada como asentimiento involuntario en donde no se realizan juicios de valor y es propio de la naturaleza humana, tener sentimientos involuntarios que influyen a pensar o actuar, de manera más profunda que una fantasía o una mera concepción; éstas, muchas veces son indestructibles o inmodificables y marcan la filosofía de vida de un sujeto (Aguirre, 2008).

Por otra parte, una explicación para el comportamiento emprendedor de los humanos, radica en su intención de mejorar sus condiciones de vida. Este factor orienta la comprensión del comportamiento basado en la necesidad del desarrollo personal y económico, convirtiéndose en un medio de supervivencia natural (Marulanda, Correa y Mejía, 2009). En el ámbito empresarial, el proceso de toma de decisiones, influye directamente en la perspectiva emprendedora, la evolución del aprendizaje humano y su conducta constituyen un estudio fundamental dentro del campo económico donde el individuo actúa de acuerdo con una estrategia que busca su satisfacción personal (Caballero, 2005).

2.5 Hipótesis

H1: La actitud influye en la intención de emprendimiento.

H2: La norma subjetiva influye en la intención de emprendimiento.

H3: El control del comportamiento influye en la intención de emprendimiento.

2.6 Señalamiento de variables

El proyecto de investigación va a hacer uso de las variables actitud, norma subjetiva, control del comportamiento e intención de emprendimiento. La actitud que tiene una persona hacia una conducta determinada, refleja el grado en que está valorada de manera positiva o negativa. La actitud se determina por las creencias que la unen con resultados y la evaluación de los mismos. Se adquieren cuando se genera una creencia hacia una persona o un objeto. Las actitudes influyen directamente en la toma de decisiones ya que denotan una acción del individuo ante una oportunidad o estímulo (Guzmán et al., 2014).

Un segundo elemento expone que el individuo se ve condicionado por las expectativas que existen por parte de las demás personas, en relación a su comportamiento. Las normas sociales generan ciertos sentimientos en el sujeto, que impulsan o reducen el deseo de realizar una conducta (Ventura y Quero, 2013). La norma subjetiva es un razonamiento que pone de manifiesto la presión social percibida por el sujeto que se dispone a ejecutar una conducta. Está determinada por dos componentes: la percepción de aprobación de personas importantes para el individuo y la motivación de éste para acomodarse a los deseos de esas personas (Guzmán et al., 2014).

Como tercer factor, el control del comportamiento se define como la percepción que tiene una persona sobre la capacidad de controlar las dificultades que se presentan al momento de realizar una determinada conducta (Guzmán et al., 2014). Depende de la percepción que tiene un individuo sobre su habilidad para llevarla a cabo. El control conductual está determinado por otros factores como son la autoeficacia, los recursos y las creencias de control. Ellos son determinantes para la consecución de un determinado comportamiento u objetivo (Osorio y Londoño, 2015).

La intención se puede definir como la inclinación de la voluntad hacia un determinado propósito. La intención de emprendimiento consiste en el auto- reconocimiento de la convicción de crear un negocio y la planificación consciente para su realización en un tiempo futuro. La cultura del individuo, el sistema de valores y su entorno social pueden conformar el deseo o no, de crear un negocio propio, es decir de emprender (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016). La existencia de la intencionalidad de emprendimiento constituye un elemento principal para que se produzca el comportamiento emprendedor. Esto conlleva a la creación de empresas y al crecimiento económico.

CAPÍTULO III

METODOLOGIA

3.1 Enfoque

El enfoque que se utiliza para la presente investigación es cuantitativo, ya que se hará uso de datos numéricos para realizar análisis estadísticos, con los cuales se exploran los mecanismos psicológicos que guían la intención de emprendimiento de los estudiantes de posgrado.

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos con el objetivo de probar hipótesis previamente planteadas, con base en la medición numérica y análisis de información, que permiten establecer patrones de comportamiento y comprobar teorías. Se realiza la medición de variables y se analizan utilizando métodos estadísticos, para finalmente establecer conclusiones con respecto a las hipótesis (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Según los autores, en este enfoque, la recolección de datos se fundamenta en la medición y utiliza procedimientos estandarizados y aceptados científicamente para la misma. Además, se pretende generalizar los resultados encontrados en un segmento, a

una colectividad mayor. Con los estudios cuantitativos se intenta explicar los fenómenos investigados buscando relaciones causales entre elementos.

Para la presente investigación fue necesario utilizar una combinación de los enfoques cualitativo y cuantitativo, considerando que en el formulario de recolección de datos predomina la visión cualitativa, ya que se analiza la percepción del objeto de estudio para luego, utilizando varias técnicas, llevarlos a la metodología cuantitativa, la cual facilitará el análisis estadístico y confirmación de las hipótesis planteadas. Finalmente se analizan los datos y se presentan los resultados obtenidos.

3.2 Modalidad básica de la investigación

La presente investigación se realiza en la Universidad Técnica de Ambato, bajo la modalidad transversal y no experimental.

En un análisis transversal, se realiza una sola medición a las variables, en un tiempo único. Este tipo de estudio no involucra la realización de un seguimiento. Además, en una investigación no experimental, no se manipulan las variables, es decir, no se hace variar intencionalmente las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Únicamente se analizan los objetos en su contexto natural (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

3.3 Nivel o tipo de investigación.

El nivel de investigación es explicativo, en donde existe una relación causal, que busca encontrar las determinantes de un problema.

Los estudios explicativos no se limitan únicamente a la descripción de conceptos o fenómenos, están dirigidos a responder por las causas de los eventos. Su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno o por qué se relacionan dos o más variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

3.4 Población y muestra.

Las unidades de estudio que se utilizarán corresponden a los estudiantes de posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato. Esta Institución de Educación Superior se verá beneficiada con la presente investigación, ya que se podrán conocer cuáles son los determinantes sobre la intención de emprender de los estudiantes. También servirá para impulsar a quienes ayudan a crear negocios y minimizar aquellos que detienen el comportamiento emprendedor, con la finalidad de contribuir al crecimiento y desarrollo económico de la provincia.

Para la presente investigación se ha considerado necesario trabajar con la totalidad de las unidades de estudio anteriormente descritas, es decir, con la población de estudiantes de posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas, considerando para el efecto a 122 maestrantes que se encuentran matriculados y asistiendo a clases, según la siguiente distribución:

Tabla 1. Maestrías y número de estudiantes FCADM-UTA

MAESTRÍA	Nº DE ESTUDIANTES
Administración de empresas	26
Administración pública	27
Gestión del Talento Humano (paralelo A)	34
Gestión del Talento Humano (paralelo B)	35
Total estudiantes (N)	122

Fuente: Universidad Técnica de Ambato – Secretaría de Coordinación de Posgrados
Elaborado por: El autor

3.5 Operacionalización de variables

De manera general, las investigaciones abordan fenómenos que conducen a estudiar variables complejas y por tal motivo, dichas variables se deben operacionalizar, proceso en el cual, se identifican las dimensiones de las mismas. Se denomina operacionalización, a la serie de pasos que permiten transformar una variable teórica

compleja en variables empíricas, con el objetivo de que puedan ser medidas (Medina, 2015).

Según esta autora, operacionalizar significa identificar cuál es la variable y cuáles son sus dimensiones, es decir, definirla desde el punto de vista teórico, real y operacional, dado que ello permitirá traducir la variable teórica en propiedades observables, descendiendo desde lo general a lo singular.

Por lo anteriormente expuesto, en la presente investigación se realiza la operacionalización de tres variables independientes (actitud hacia el emprendimiento, norma subjetiva y control del comportamiento) y una variable dependiente (intención de emprendimiento), así como de las variables de control.

Con la finalidad de abordar todos los parámetros que acompañan a las variables en estudio, se procede a categorizar las mismas, identificando el indicador, pregunta, valor final y tipo de variable, que faciliten posteriormente el establecimiento de instrumentos idóneos para el desarrollo adecuado del presente informe.

Tabla 2. Variable independiente 1: Actitud

VARIABLE INDEPENDIENTE	ÍTEMS	VALOR FINAL	TIPO DE VARIABLE
Actitud: posición que toma un individuo al experimentar un sentimiento hacia un objeto, persona o situación determinada.	Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.	Totalmente de acuerdo	Ordinal
		De acuerdo	
		Neutro	
	Una carrera como emprendedor es totalmente atractiva para mí.	En desacuerdo	
		Totalmente en desacuerdo	
	Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría comenzar un negocio.		
	Entre varias opciones, prefiero ser un emprendedor.		
Ser emprendedor me daría una gran satisfacción.			

Fuente: (Reyes, 2007)
Elaborado por: El autor

Tabla 3. Variable independiente 2: Norma subjetiva

VARIABLE INDEPENDIENTE	ÍTEMS	VALOR FINAL	TIPO DE VARIABLE
Norma subjetiva: creencia normativa que refleja la importancia de la opinión de terceros al momento en que un individuo decide realizar una determinada conducta.	Mis amigos aprobarían la decisión de comenzar un negocio.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Neutro	Ordinal
	Mi familia cercana aprobaría la decisión de comenzar un negocio.	En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	
	Mis colegas aprobarían la decisión de comenzar un negocio.		

Fuente: (Torres-Hernández, Barreto y Rincón, 2015)

Elaborado por: El autor

Tabla 4. Variable independiente 3: Control del comportamiento

VARIABLE INDEPENDIENTE	ÍTEMES	VALOR FINAL	TIPO DE VARIABLE
Control del comportamiento: creencia que tiene un individuo para poder controlar las dificultades que se pueden presentar al desarrollar un comportamiento.	Comenzar un negocio y mantenerlo funcionando sería fácil para mí.	Totalmente de acuerdo	Ordinal
	Puedo controlar el proceso de creación de un nuevo negocio.	De acuerdo Neutro En desacuerdo	
	Tendría un control completo sobre la situación si empiezo y dirijo un negocio.	Totalmente en desacuerdo	
	Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor.		
	Conozco todos los detalles prácticos necesarios para comenzar un negocio.		
	Si quisiera, podría comenzar y dirigir un negocio fácilmente.		
	Si tratara de comenzar un negocio, tendría muchas posibilidades de tener éxito.		

Fuente: (Guzmán et al., 2014)

Elaborado por: El autor

Tabla 5. Variable dependiente: Intención de emprendimiento

VARIABLE DEPENDIENTE	ÍTEMS	VALOR FINAL	TIPO DE VARIABLE
Intención de emprendimiento: nivel de convicción que presenta el individuo para crear una empresa.	Estoy listo para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor.	Totalmente de acuerdo	Ordinal
		De acuerdo	
		Neutro	
		En desacuerdo	
	Mi objetivo profesional es ser un emprendedor.	Totalmente en desacuerdo	
	Haré todo lo posible para comenzar y dirigir mi propio negocio.		
	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.		

Fuente: (Espíritu, 2011)
Elaborado por: El autor

Tabla 6. Variables de control

VARIABLES DE CONTROL	ÍTEMS	VALOR FINAL	TIPO DE VARIABLE
Edad	Escoja el rango de su edad	menor a 25 25-30 mayor a 30	Continua
Sexo	Escoja su sexo	Masculino Femenino	Nominal

Fuente: Propia
Elaborado por: El autor

3.6 Recolección de información

Para recolectar la información se ha utilizado la siguiente técnica.

Encuesta

Es utilizada con frecuencia como procedimiento de investigación, ya que facilita la obtención de datos de forma rápida y eficaz. La encuesta puede ser definida como una técnica que sigue un conjunto de procedimientos, mediante los cuales se recogen y analizan datos de una muestra representativa de una población, de la cual se pretende explorar, describir y/o explicar sus características (Casas, Repullo y Donado, 2003).

Según estos autores, este procedimiento posee, entre otras ventajas, la posibilidad de aplicaciones masivas y ayuda a la obtención de información sobre un amplio abanico de temas a la vez. La información se recoge de forma estandarizada, mediante un cuestionario. Cabe recalcar que el interés del investigador no es el sujeto que responde a las interrogantes, sino la población a la que pertenece.

El método de la encuesta ha sido aplicado en base a preguntas que fueron respondidas por los estudiantes de posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, previa autorización de la Coordinación de Posgrados (Anexo 1). Se distribuyeron las encuestas a los estudiantes durante sus clases. Se solicitó a los mismos, que completaran los cuestionarios en presencia de la investigadora y los devolvieran sin dejar preguntas sin responder. Los encuestados fueron informados sobre el propósito de la investigación y se les aseguró el completo anonimato. Tomó al menos 10 minutos completar los cuestionarios.

Es importante mencionar que, para la presente investigación, se utilizó el cuestionario de intención emprendedora diseñado y probado por Liñán y Chen (2006, 2009). El cuestionario fue diseñado exclusivamente para la teoría del comportamiento planificado tal como se aplica al emprendimiento. Esta encuesta se ha aplicado y validado en diversos países desarrollados y en desarrollo (Malebana, 2014).

La encuesta, como se ilustra en el Anexo 2, consiste en preguntas basadas en la escala Likert de cinco puntos (1=Totalmente de acuerdo y 7=Totalmente en desacuerdo), una pregunta nominal y una cuantitativa. Las preguntas de tipo escala Likert se usan para la intención empresarial (cuatro ítems), la actitud para convertirse en emprendedor (cinco ítems), el control conductual percibido (siete ítems) y las normas subjetivas (tres ítems) mientras que la escala nominal se utiliza para el sexo (1=Femenino y 2=Masculino) y finalmente la pregunta de tipo cuantitativo, en donde se solicita información sobre el rango de edad del sujeto.

3.7 Procesamiento y análisis

Los modelos de ecuaciones estructurales (*Structural Equation Modeling, SEM*) son una rama de los modelos estadísticos multivariantes y permiten estimar las relaciones entre múltiples variables (Ruiz, Pardo y San Martín, 2010). Ayudan a examinar simultáneamente una serie de relaciones de dependencia y los efectos de unas variables sobre otras (Cupani, 2012). Estos modelos tratan de integrar una serie de ecuaciones lineales y establecer cuáles son dependientes o independientes de otras.

La técnica SEM surge de la necesidad de encontrar flexibilidad en los modelos de regresión (Escobedo et al., 2016). Son menos restrictivos, ya que permiten incluir errores de medida tanto en las variables de criterio (dependientes) como en las variables predictoras (independientes). Matemáticamente, estos modelos son más complejos que otras técnicas multivariantes como el análisis factorial exploratorio o la regresión (Ruiz, Pardo y San Martín, 2010).

De manera general, los SEM, permiten inicialmente crear modelos del error de medida. Posteriormente, incorpora constructos inobservables (variables latentes y variables teóricas no observadas). Además, confronta el conocimiento a priori e hipótesis con datos empíricos, por lo que estos modelos son más confirmatorios que exploratorios (Escobedo et al., 2016).

Con respecto a su estimación, la técnica SEM se basa en la correlación existente entre las variables medidas de una muestra o población, en un momento dado. Los puntos fuertes de estos modelos son: haber desarrollado criterios que permiten su

representación gráfica, la posibilidad de concatenar efectos entre variables, permitir relaciones de reciprocidad entre ellas y la posibilidad de confirmar y confrontar hipótesis (Ruiz, Pardo y San Martín, 2010). Existen dos tipos de indicadores dentro de este modelo: (1) indicadores reflectivos, que dependen de la variable latente y (2) indicadores formativos, que causan a la variable latente (Leyva y Olague, 2014).

Los especialistas en los modelos SEM coinciden en que, para aplicar esta técnica, se deben cumplir seis fases: (1) la especificación, en donde el investigador establece la relación hipotética entre las variables, (2) la identificación, en la cual se determina si un modelo está identificado por una expresión algebraica que lo demuestre, (3) la estimación de parámetros, en donde se determinan los valores de parámetros desconocidos y su error de medición, (4) evaluación del ajuste, que se refiere a la exactitud en los datos del modelo para determinar si es correcto, (5) reespecificación del modelo, para lo cual es necesario buscar métodos para mejorar el ajuste del mismo, cambiando los parámetros del original y (6) interpretación de resultados, en donde se aceptan o rechazan las hipótesis planteadas (Escobedo, Hernández, Estebané y Martínez, 2016).

El principal aporte que realiza SEM es que ayuda al investigador a evaluar modelos teóricos, siendo una de las herramientas más potentes para el estudio de relaciones causales. Estos modelos contribuyen a seleccionar hipótesis causales relevantes, eliminando aquellas no sustentadas por la evidencia empírica (Cupani, 2012).

Para la presente investigación se utiliza el modelo de ecuaciones estructurales por el método de mínimos cuadrados parciales (*Partial Least Squares-PLS*), teniendo en cuenta que los indicadores son de tipo formativo. La regresión por mínimos cuadrados parciales se utiliza para reducir las dimensiones del conjunto de variables explicativas. Este modelo busca específicamente predecir variables dependientes, por lo cual, resulta de utilidad para propósitos de análisis causal predictivo. La regresión PLS identifica los componentes de la variable dependiente que son los más adecuados para explicar la variable dependiente (Leyva y Olague, 2014).

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de los resultados

Una vez culminada la aplicación de las encuestas a los estudiantes de posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, a continuación, se presentan los resultados obtenidos y su correspondiente análisis:

Pregunta 1: Escoja su sexo

Tabla 7. Sexo del estudiante

	Frecuencia	Porcentaje válido
Femenino	84	68,9
Masculino	38	31,1
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

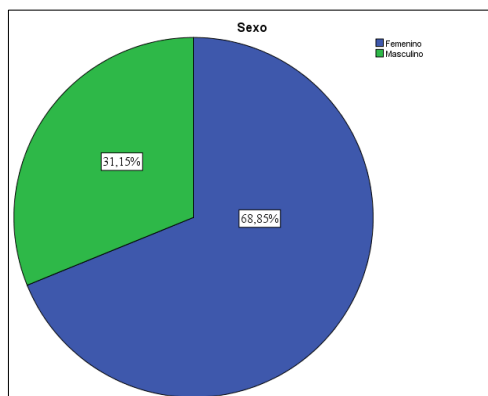


Gráfico 2. Sexo del encuestado

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

El 68,9% de los estudiantes encuestados pertenecen al sexo femenino, mientras que el 31,1% restante, pertenece al sexo masculino.

Como se puede apreciar, la mayoría de los estudiantes de posgrado que se encuentran asistiendo a clases en las tres maestrías de la facultad, son mujeres.

Pregunta 2: Escoja el rango correspondiente a su edad

Tabla 8. Edad del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje válido
menor a 25 años	6	4,9
entre 25 y 30 años	68	55,7
mayor a 30 años	48	39,3
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

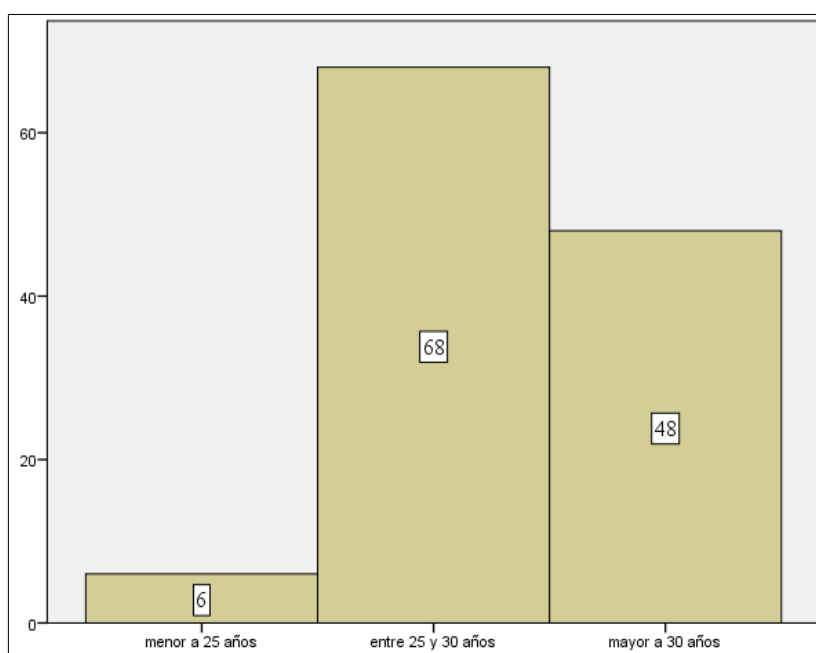


Gráfico 3. Edad del encuestado

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Del total de encuestados, 68 se encuentran en edades de entre 25 y 30 años, mientras que 48 estudiantes tienen una edad mayor a 30 años. Además, únicamente seis estudiantes se encuentran en edades menores a 25 años.

Se puede concluir que la mayoría de personas interesadas en estudiar una maestría, no lo realizan de manera inmediata al término de su formación de tercer nivel, sino que optan por continuar con sus estudios después de un tiempo y según sus necesidades.

Para las siguientes preguntas de la encuesta se utilizaron escalas de Likert de cinco posiciones, en donde el estudiante escoge la afirmación que más se acerque a su realidad.

Pregunta 3: Estoy listo para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor.

Tabla 9. Estoy listo para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	35	28,7
De acuerdo	52	42,6
Neutro	27	22,1
En desacuerdo	6	4,9
Totalmente en desacuerdo	2	1,6
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

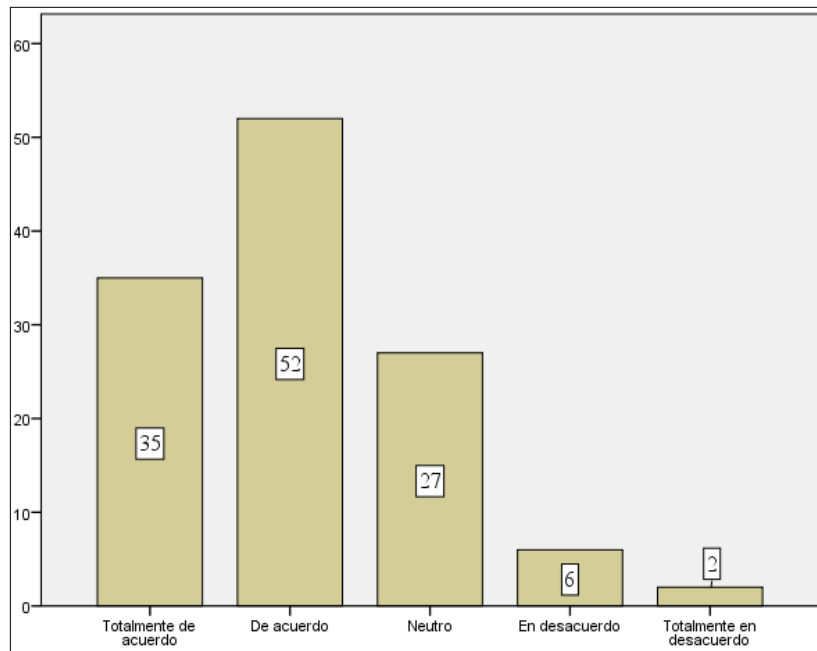


Gráfico 4. Estoy listo para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

En total, el 42,6% de encuestados que representa 52 personas, se encuentran de acuerdo con que están listos para hacer cualquier cosa para ser emprendedores, mientras que el 28,7% que representa 35 estudiantes, están totalmente de acuerdo.

Además, el 22,1% de estudiantes, es decir, 27 personas, no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo con la pregunta. Por otra parte, seis estudiantes se encuentran en desacuerdo y dos, totalmente en desacuerdo, lo cual representa el 6,5% del total de encuestados, quienes no estarían listos para hacer cualquier cosa que les permita ser emprendedores.

Como se puede observar, la mayoría de estudiantes están de acuerdo en que se encuentran preparados para realizar cualquier actividad que les permita ser un emprendedor, aunque también se aprecia un porcentaje que duda si es ya el momento adecuado o no.

Pregunta 4: Mi objetivo profesional es ser un emprendedor.

Tabla 10. Mi objetivo profesional es ser un emprendedor.

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	52	42,6
De acuerdo	45	36,9
Neutro	19	15,6
En desacuerdo	3	2,5
Totalmente en desacuerdo	3	2,5
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

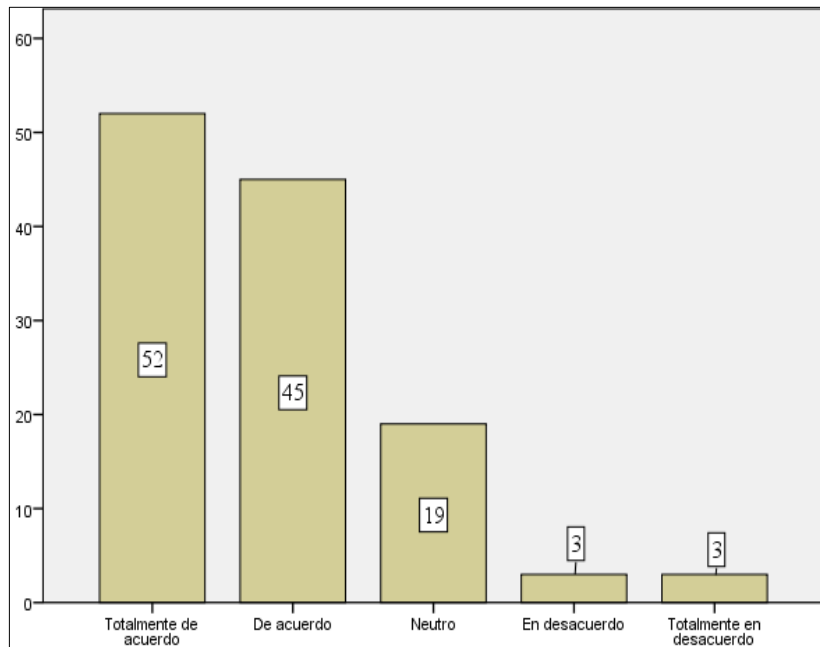


Gráfico 5. Mi objetivo profesional es ser un emprendedor

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

El 42,6% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo con que su objetivo profesional es ser un emprendedor, el 36,9% respondió que está de acuerdo y el 15,6% presenta un estado neutral. Además, el 2,5% de los estudiantes se encuentra

en desacuerdo y en similar porcentaje, los encuestados que están totalmente en desacuerdo, es decir, su objetivo profesional es diferente a ser un emprendedor.

Se observa que la mayoría de los estudiantes de posgrado tienen el mismo objetivo profesional y el deseo de ser emprendedores.

Pregunta 5: Haré todo lo posible para comenzar y dirigir mi propio negocio.

Tabla 11. Haré todo lo posible para comenzar y dirigir mi propio negocio

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	47	38,5
De acuerdo	45	36,9
Neutro	23	18,9
En desacuerdo	2	1,6
Totalmente en desacuerdo	5	4,1
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

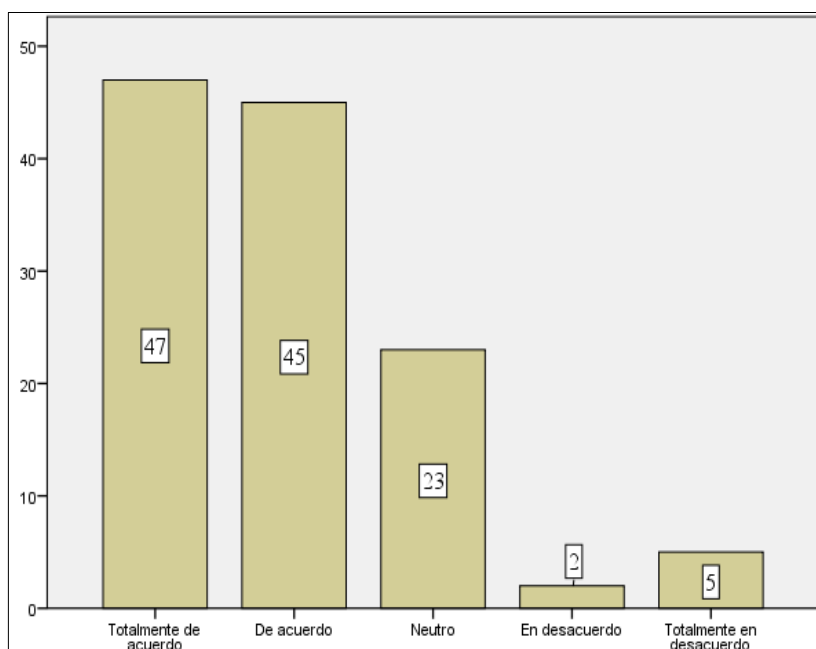


Gráfico 6. Haré todo lo posible para comenzar y dirigir mi propio negocio

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

El 38,5% de los estudiantes que representa a 47 personas se encuentran totalmente de acuerdo con que harán todo lo posible para comenzar y dirigir su propio negocio. El 36,9% de encuestados se encuentra de acuerdo y el 18,9% respondió de forma neutral. Por otra parte, el 1,6% de encuestados que representa a 2 personas, se encuentran en desacuerdo con la afirmación y el 4,1% que representa a 5 personas,

está en total desacuerdo, es decir, no harán lo posible para dirigir su emprendimiento.

El mayor número de estudiantes posee la predisposición de realizar todas las acciones posibles para comenzar un negocio propio.

Pregunta 6: Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.

Tabla 12. Estoy decidido a crear una empresa en el futuro

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	58	47,5
De acuerdo	42	34,4
Neutro	17	13,9
En desacuerdo	2	1,6
Totalmente en desacuerdo	3	2,5
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

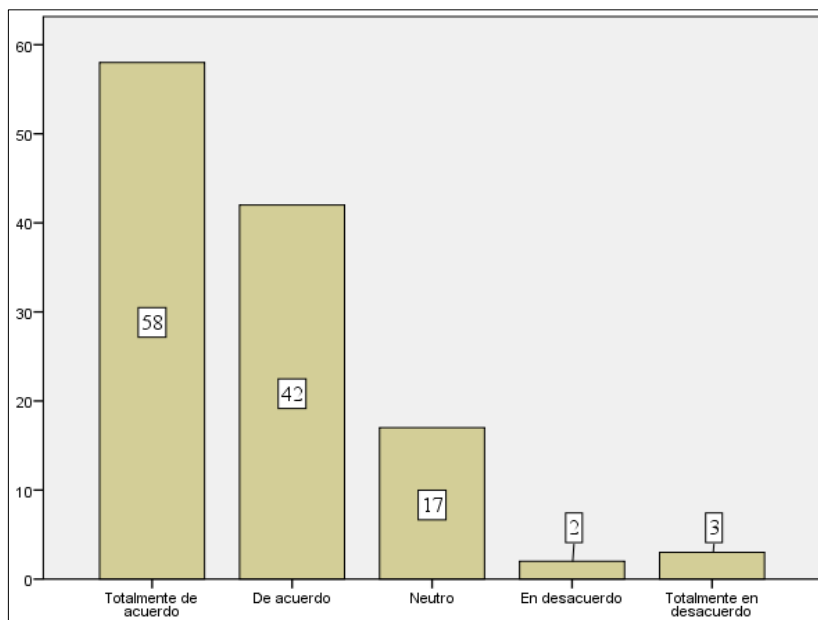


Gráfico 7. Estoy decidido a crear una empresa en el futuro

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

El 47,5% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo con que se encuentran decididos a crear una empresa en el futuro, el 34,4% respondió que está de acuerdo con la afirmación y el 13,9% presenta un estado neutral. Además, el 1,6% de los estudiantes se encuentra en desacuerdo y el 2,5% de los encuestados, están totalmente en desacuerdo, es decir, no han tomado la decisión de crear una empresa en el futuro.

Se concluye que mayoritariamente, los estudiantes de posgrado han tomado la decisión de emprender su propio negocio en el futuro. Sin embargo, se observa también que varias personas se encuentran indecisos sobre crear o no una empresa.

Pregunta 7: Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.

Tabla 13. Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	45	36,9
De acuerdo	61	50,0
Neutro	11	9,0
En desacuerdo	2	1,6
Totalmente en desacuerdo	3	2,5
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

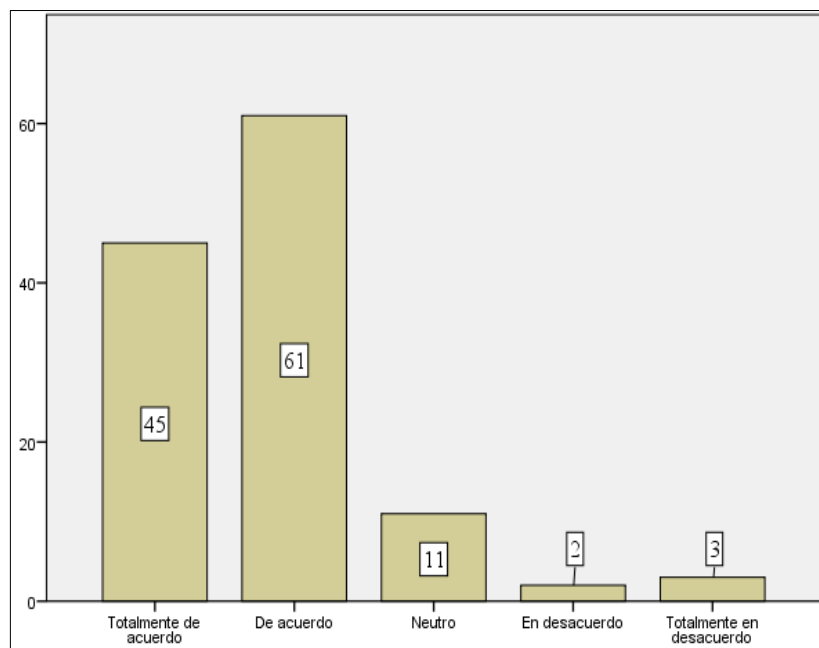


Gráfico 8. Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

El 36,9% de los estudiantes que representa a 45 personas se encuentra totalmente de acuerdo que ser emprendedor implica más ventajas que desventajas. El 50% de encuestados se encuentra de acuerdo y el 9% respondió de forma neutral. Por otra parte, el 1,6% de encuestados que representa a 2 personas, se encuentran en desacuerdo con la afirmación y el 2,5% que representa a 3 personas, está en total desacuerdo, es decir, ser emprendedor significa más desventajas que ventajas.

A pesar de las complicaciones que puedan surgir al momento de crear una empresa, más de la mitad de los encuestados concuerda con que, el ser emprendedor, implica un sinnúmero de ventajas para las personas que optan por tener un negocio propio.

Pregunta 8: Una carrera como emprendedor es totalmente atractiva para mí.

Tabla 14. Una carrera como emprendedor es totalmente atractiva para mí

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	34	27,9
De acuerdo	56	45,9
Neutro	24	19,7
En desacuerdo	5	4,1
Totalmente en desacuerdo	3	2,5
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

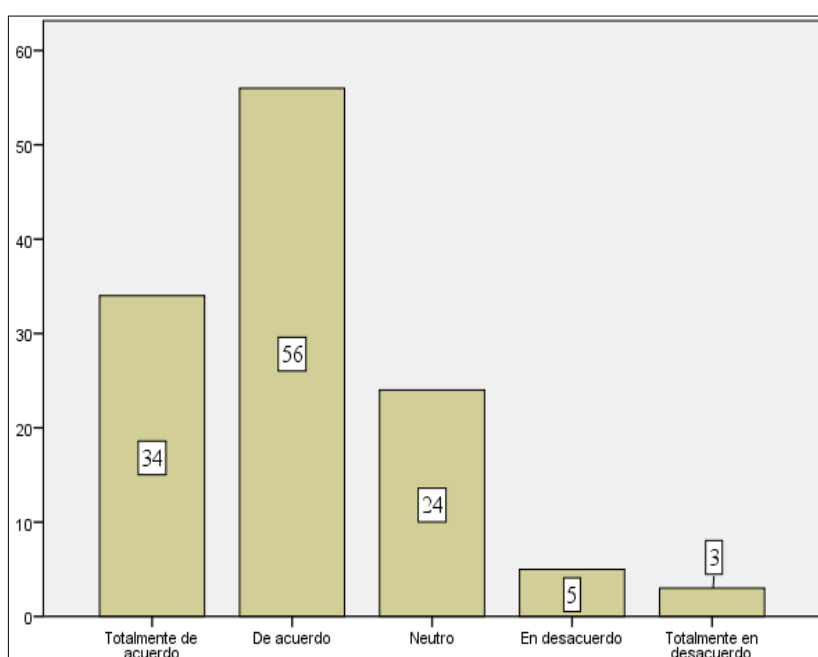


Gráfico 9. Una carrera como emprendedor es totalmente atractiva para mí

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

En total, el 45,9% de encuestados que representa 56 personas, se encuentran de acuerdo con la afirmación planteada, mientras que el 27,9% que representa 34 estudiantes, están totalmente de acuerdo con que una carrera como emprendedor es totalmente atractiva. Además, el 19,7% de estudiantes, es decir, 24 personas, no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo con la pregunta. Por otra parte, cinco estudiantes se encuentran en desacuerdo y tres, totalmente en desacuerdo, lo cual

representa el 6,6% del total de encuestados, para quienes, no resulta atractiva la carrera de emprendedor.

A la menor parte de encuestados no les atrae la idea de empezar una carrera como emprendedor y, según se observa, existen varios estudiantes que tienen dudas acerca de la idea, por lo cual se mantienen en estado neutral. Sin embargo, al mayor porcentaje de encuestados, le resulta atractiva la idea de tener una carrera de emprendedor.

Pregunta 9: Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría comenzar un negocio.

Tabla 15. Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría comenzar un negocio

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	84	68,9
De acuerdo	31	25,4
Neutro	6	4,9
Totalmente en desacuerdo	1	,8
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

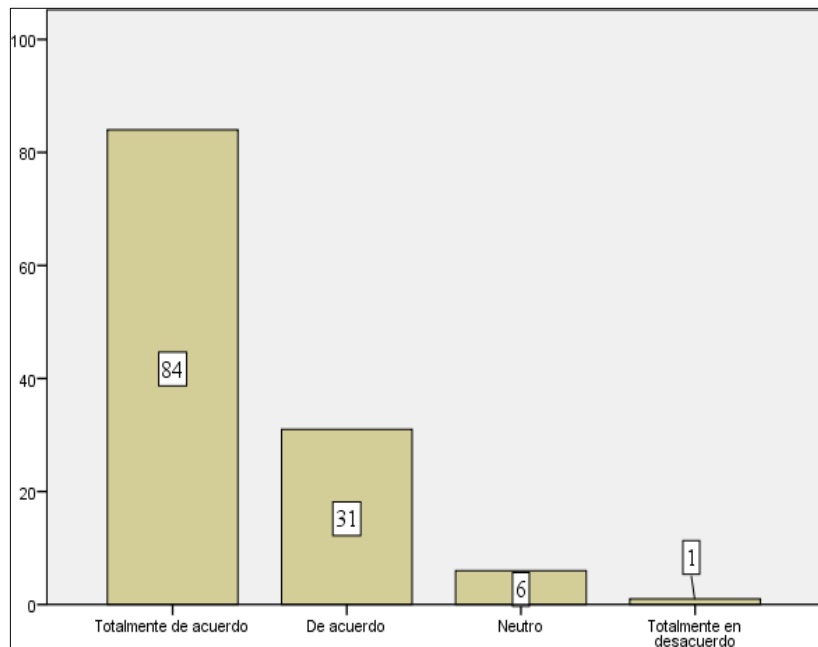


Gráfico 10. Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría comenzar un negocio

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Como se muestra en la tabla anterior, al 68,9% de los estudiantes les gustaría comenzar un negocio si tuvieran la oportunidad y los recursos; el 25,4% de ellos están de acuerdo con la afirmación y el 4,9% presenta un estado neutral. Únicamente el 0,8% que representa a una persona, está en total desacuerdo con el enunciado.

Al 94,3% de las personas les gustaría empezar un negocio, sin embargo, muchos de ellos no poseen los recursos suficientes para emprender o no han encontrado la oportunidad para hacerlo.

Pregunta 10: Entre varias opciones, prefiero ser un emprendedor.

Tabla 16. Entre varias opciones, prefiero ser un emprendedor

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	43	35,2
De acuerdo	48	39,3
Neutro	23	18,9
En desacuerdo	5	4,1
Totalmente en desacuerdo	3	2,5
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

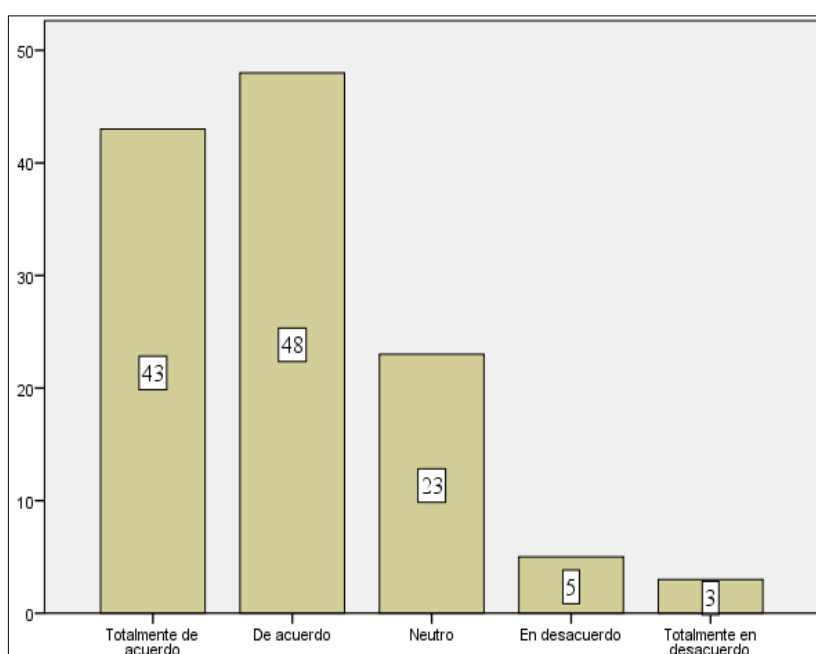


Gráfico 11. Entre varias opciones, prefiero ser un emprendedor

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Los resultados mostrados en la tabla, indican que el 35,2% de los estudiantes están totalmente de acuerdo con ser emprendedores, de entre varias opciones; además, el 39,3% de encuestados se encuentra de acuerdo con la afirmación. Por otra parte, el 18,9% no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con la pregunta. El 4,1% de personas respondió que se encuentra en desacuerdo y el 2,5% está en total

desacuerdo, con lo que demuestran tener otras preferencias antes que ser emprendedores.

La mayoría de personas concuerdan en su preferencia por tener un emprendimiento propio como su principal actividad económica; sin embargo, hay varias personas que prefieren ocupar su tiempo en otras actividades que les pueden resultar rentables.

Pregunta 11: Ser emprendedor me daría una gran satisfacción.

Tabla 17. Ser emprendedor me daría una gran satisfacción

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	60	49,2
De acuerdo	50	41,0
Neutro	8	6,6
En desacuerdo	2	1,6
Totalmente en desacuerdo	2	1,6
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

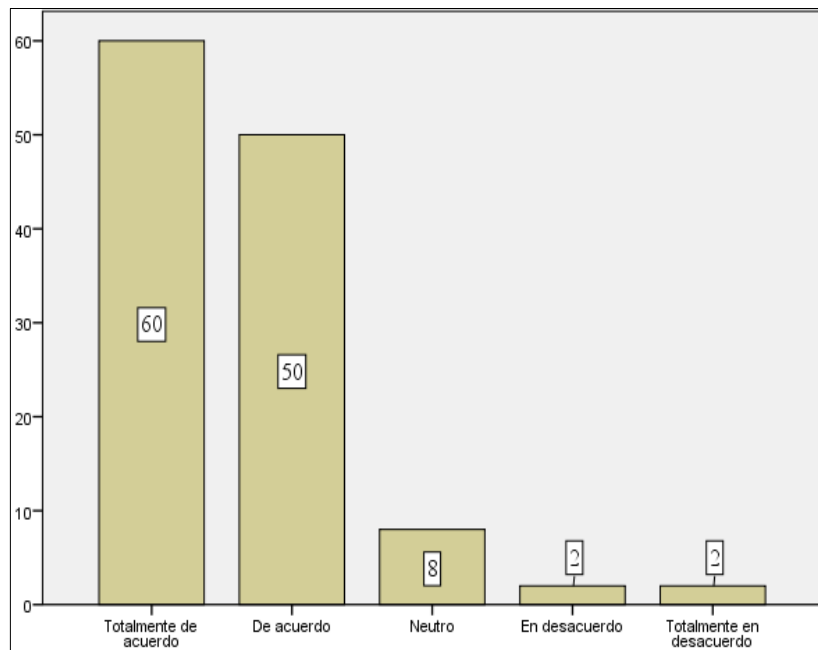


Gráfico 12. Ser emprendedor me daría una gran satisfacción

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

El 49,2% de los estudiantes que representa a 60 personas se encuentra totalmente de acuerdo con que ser emprendedor sería de gran satisfacción para los mismos. El 41% de encuestados se encuentra de acuerdo y el 6,6% respondió de forma neutral. Por otra parte, el 1,6% de encuestados que representa a 2 personas, se encuentran

en desacuerdo con la afirmación y el 1,6% que representa a 2 personas, está en total desacuerdo, es decir, para ellos no sería satisfactorio ser emprendedor.

Como se puede apreciar, a la mayor parte de estudiantes de posgrado les generaría satisfacción emprender su negocio propio, sin embargo y aunque representan la minoría, también existen personas que podrían tener otras aspiraciones personales y a las cuales no les generaría satisfacción esta actividad.

Pregunta 12: Comenzar un negocio y mantenerlo funcionando sería fácil para mí.

Tabla 18. Comenzar un negocio y mantenerlo funcionando sería fácil para mí

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	22	18,0
De acuerdo	57	46,7
Neutro	33	27,0
En desacuerdo	5	4,1
Totalmente en desacuerdo	5	4,1
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

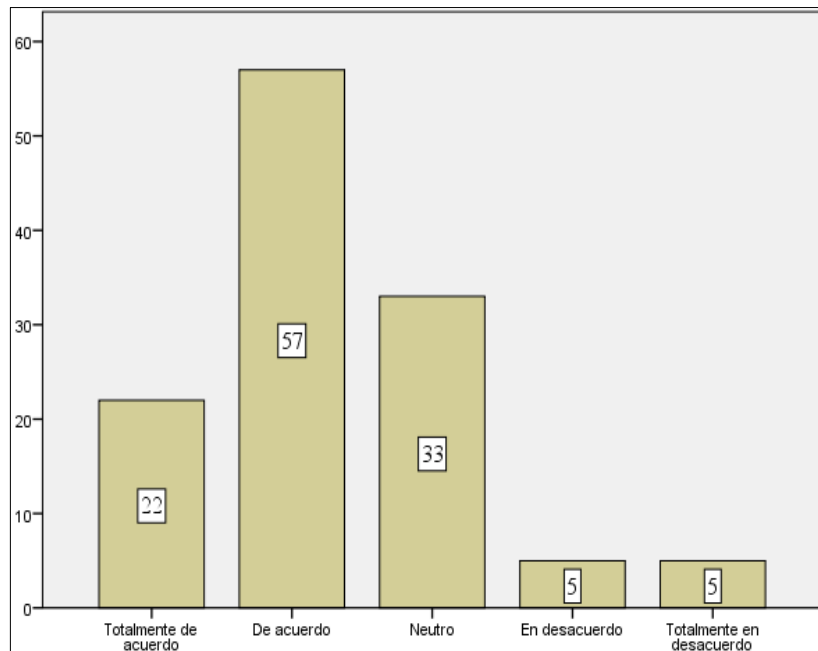


Gráfico 13. Comenzar un negocio y mantenerlo funcionando sería fácil para mí

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

En total, el 18% de encuestados que representa 22 personas, se encuentran totalmente de acuerdo con la afirmación planteada, mientras que el 46,7% que representa 57 estudiantes, están de acuerdo con que les resultaría fácil comenzar un negocio y mantenerlo funcionando. Además, el 27% de estudiantes, es decir, 33 personas, no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo con la pregunta. Por otra parte, cinco estudiantes se encuentran en desacuerdo y la misma cantidad,

totalmente en desacuerdo, lo cual representa el 8,2% del total de encuestados, para quienes no sería fácil comenzar un negocio y mantenerlo en marcha.

El inicio de un emprendimiento implica también asumir varios riesgos e inconvenientes que puedan presentarse, por ello algunos estudiantes de posgrado afirman que no es fácil mantener un negocio en funcionamiento. Por otra parte, la mayoría de personas no tienen problema con correr y enfrentar dichos riesgos, ya que es más importante para ellos el crear una empresa propia.

Pregunta 13: Puedo controlar el proceso de creación de un nuevo negocio.

Tabla 19. Puedo controlar el proceso de creación de un nuevo negocio

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	22	18,0
De acuerdo	68	55,7
Neutro	23	18,9
En desacuerdo	7	5,7
Totalmente en desacuerdo	2	1,6
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

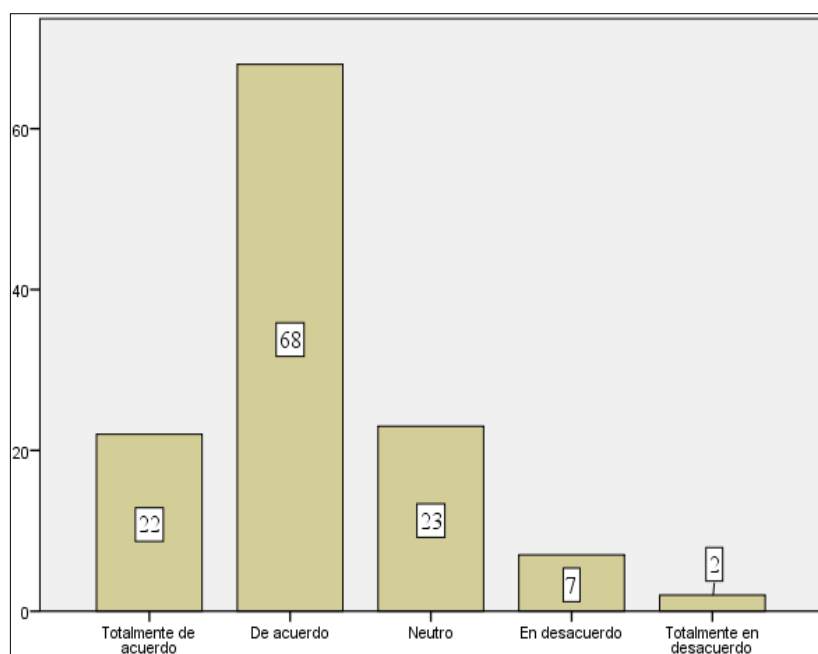


Gráfico 14. Puedo controlar el proceso de creación de un nuevo negocio
Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

El 18% de los estudiantes que representa a 22 personas se encuentran totalmente de acuerdo con que podrían controlar el proceso de creación de un nuevo negocio. El 55,7% de encuestados se encuentra de acuerdo con la afirmación y el 18,9% respondió de forma neutral. Por otra parte, el 5,7% de encuestados que representa a 7 personas, se encuentran en desacuerdo y el 1,6% que representa a 2 personas, está en total desacuerdo, es decir, no creen poder controlar el proceso de creación de un nuevo negocio.

El segundo valor más alto en cuanto al porcentaje de respuestas, representa a todos aquellos estudiantes que tienen dudas sobre si podrían controlar o no el proceso de creación de un nuevo negocio, ya sea por recursos, riesgos o el conocimiento requerido para llevar a cabo esta actividad. Sin embargo, la mayor parte de maestrantes coinciden en que, durante la etapa de surgimiento de la empresa, mantendrían el control de todas las implicaciones que conlleva.

Pregunta 14: Tendría un control completo sobre la situación si empiezo y dirijo un negocio.

Tabla 20. Tendría un control completo sobre la situación si empiezo y dirijo un negocio

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	32	26,2
De acuerdo	62	50,8
Neutro	22	18,0
En desacuerdo	5	4,1
Totalmente en desacuerdo	1	,8
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

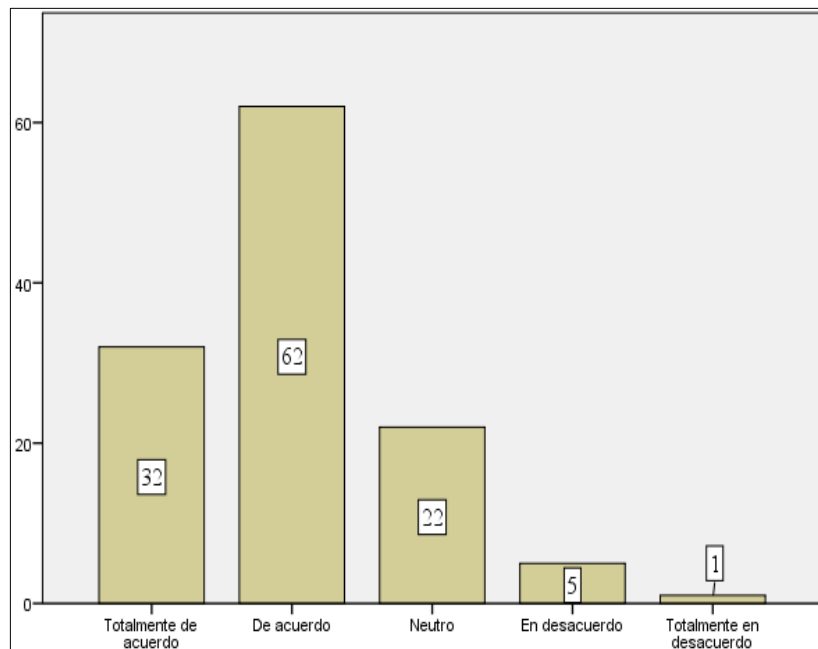


Gráfico 15. Tendría un control completo sobre la situación si empiezo y dirijo un negocio

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

El 26,2% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo con que tendrían un control completo sobre la situación si empiezan y dirigen un negocio, el 50,8% respondió que está de acuerdo y el 18% presenta un estado neutral. Además, el 4,1% de los estudiantes se encuentra en desacuerdo y el 0,8% de los encuestados, están totalmente en desacuerdo; es decir, en total 6 personas afirman que no podrían mantener un control completo al dirigir un negocio nuevo.

Al igual que en el proceso de creación, el mayor porcentaje de estudiantes de posgrado manifiesta que tendría un control de la situación, al tener el negocio en marcha.

Pregunta 15: Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor.

Tabla 21. Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor

	Frecuencia	Porcentaje válido
--	------------	-------------------

Totalmente de acuerdo	29	23,8
De acuerdo	58	47,5
Neutro	26	21,3
En desacuerdo	5	4,1
Totalmente en desacuerdo	4	3,3
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

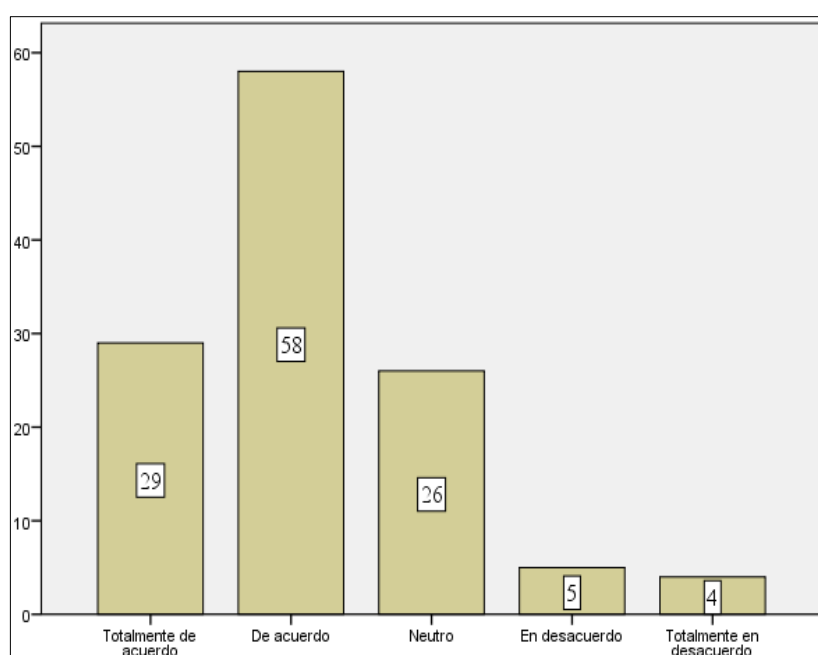


Gráfico 16. Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor
Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

El 23,8% de los estudiantes que representa a 29 personas se encuentra totalmente de acuerdo y manifiestan estar dispuestos a hacer cualquier cosa para ser emprendedores. El 47,5% de encuestados que representa a 58 personas, se encuentra de acuerdo y el 21,3% respondió de forma neutral. Por otra parte, el 4,1% de encuestados que representa a 5 personas, se encuentran en desacuerdo con la afirmación y el 3,3% que representa a 4 personas, está en total desacuerdo y no estarían dispuestos a hacer cualquier cosa para ser emprendedores.

Como se puede visualizar, el mayor porcentaje de personas tiene disposición para emprender, mostrando voluntad para realizar cualquier actividad que les permita convertirse en emprendedores.

Pregunta 16: Conozco todos los detalles prácticos necesarios para comenzar un negocio.

Tabla 22. Conozco todos los detalles prácticos necesarios para comenzar un negocio

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	23	18,9
De acuerdo	53	43,4
Neutro	31	25,4
En desacuerdo	12	9,8
Totalmente en desacuerdo	3	2,5
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

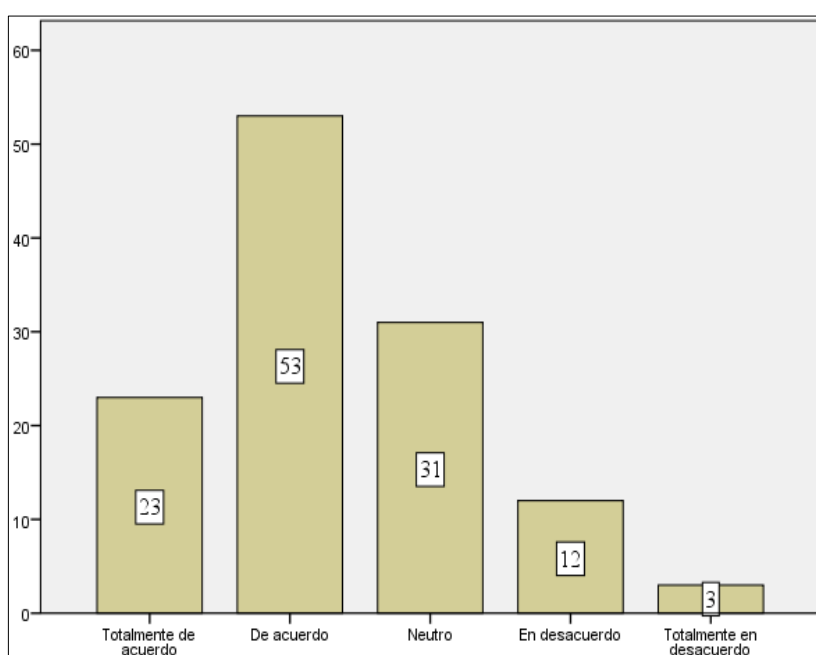


Gráfico 17. Conozco todos los detalles prácticos necesarios para comenzar un negocio

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

En total, el 18,9% de encuestados que representa 23 personas, se encuentran totalmente de acuerdo con la afirmación planteada, mientras que el 43,4% que representa 53 estudiantes, están de acuerdo y afirman conocer todos los detalles prácticos necesarios para comenzar un negocio. Además, el 25,4% de estudiantes, es decir, 31 personas, no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo con la pregunta. Por otra parte, el 9,8% de estudiantes se encuentran en desacuerdo y el

2,5%, totalmente en desacuerdo, es decir, no conocen los detalles prácticos que se necesitan para emprender.

A pesar de que el mayor porcentaje de encuestados afirma conocer todos los detalles prácticos para comenzar un negocio, se aprecia que muchas personas tienen dudas sobre la afirmación, ya que pueden tener conocimiento sobre ciertas implicaciones, pero no sobre todas aquellas que abarca un nuevo emprendimiento.

Pregunta 17: Si quisiera, podría comenzar y dirigir un negocio fácilmente.

Tabla 23. Si quisiera, podría comenzar y dirigir un negocio fácilmente

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	25	20,5
De acuerdo	53	43,4
Neutro	34	27,9
En desacuerdo	7	5,7
Totalmente en desacuerdo	3	2,5
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

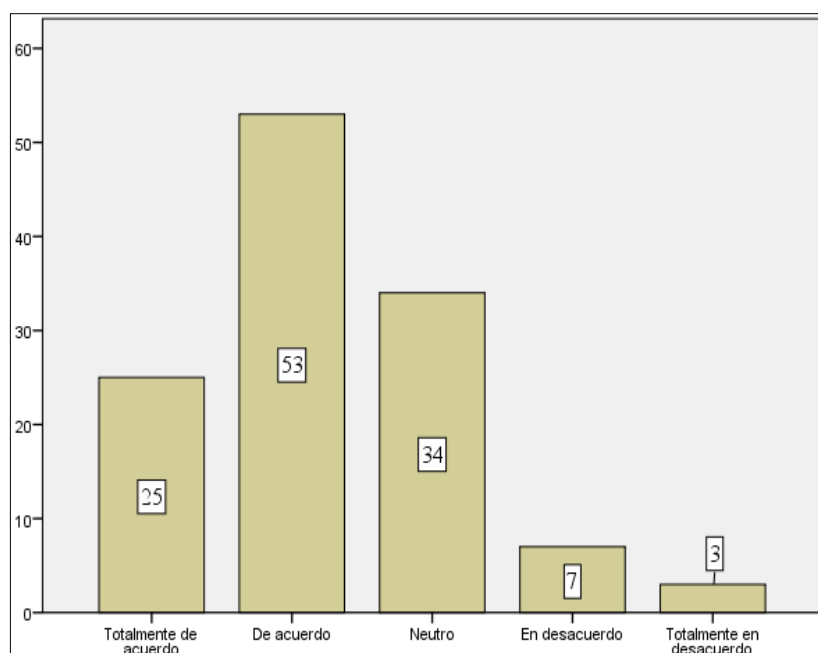


Gráfico 18. Si quisiera, podría comenzar y dirigir un negocio fácilmente

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Como se muestra en la tabla anterior, el 20,5% de los estudiantes piensan que podrían comenzar y dirigir un negocio fácilmente si ellos quisieran; el 43,4% de ellos están de acuerdo con la afirmación y el 27,9% presenta un estado neutral. Además, el 5,7% está en desacuerdo con la afirmación y el 2,5%, está en total desacuerdo con el enunciado.

La mayoría de personas concuerdan en que podrían fácilmente comenzar y dirigir un negocio, y un mínimo porcentaje afirma que esta actividad no les resultaría fácil.

Pregunta 18: Si tratara de comenzar un negocio, tendría muchas posibilidades de tener éxito.

Tabla 24. Si tratara de comenzar un negocio, tendría muchas posibilidades de tener éxito

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	30	24,6
De acuerdo	61	50,0
Neutro	25	20,5
En desacuerdo	6	4,9
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

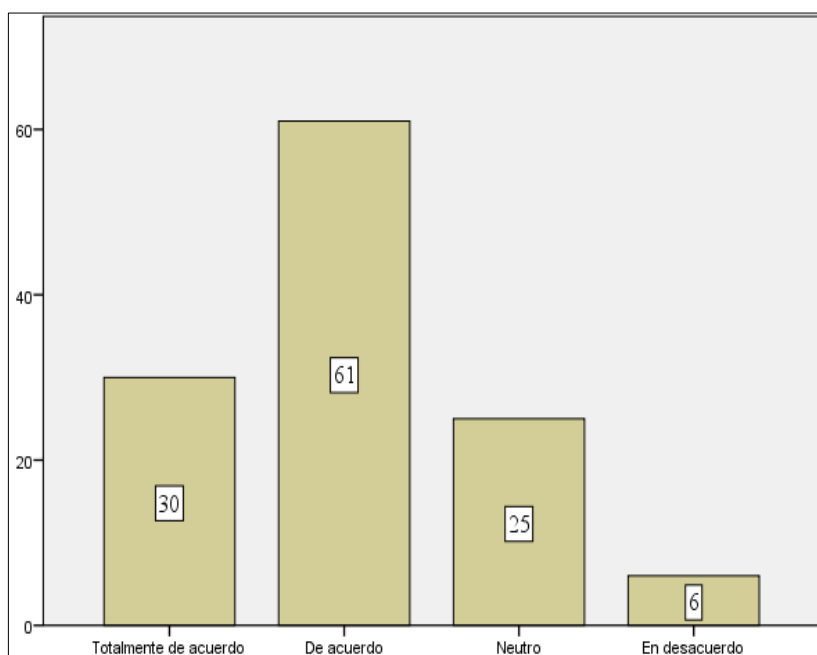


Gráfico 19. Si tratara de comenzar un negocio, tendría muchas posibilidades de tener éxito

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Los resultados mostrados en la tabla, indican que el 24,6% de los estudiantes están totalmente de acuerdo con que, si se tratara de comenzar un negocio, tendrían muchas posibilidades de tener éxito; además, el 50% de encuestados se encuentran de acuerdo con la afirmación. Por otra parte, el 20,5% no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con la pregunta. El 4,9% de personas respondió que se encuentra en desacuerdo, lo cual quiere decir que piensan que tendrían pocas posibilidades de tener éxito.

Pocas personas creen que no obtendrían buenos resultados si emprendieran un negocio, mientras que, en su mayoría, los estudiantes expresaron su positivismo y están convencidos que tendrían mucho éxito.

Pregunta 19: Mis amigos aprobarían la decisión de comenzar un negocio.

Tabla 25. Mis amigos aprobarían la decisión de comenzar un negocio

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	42	34,4

De acuerdo	56	45,9
Neutro	17	13,9
En desacuerdo	7	5,7
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

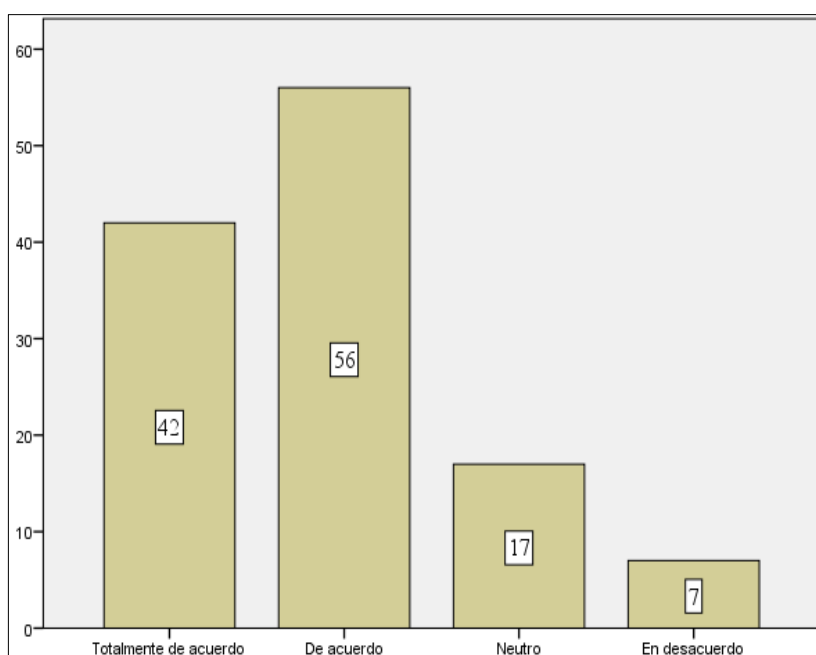


Gráfico 20. Mis amigos aprobarían la decisión de comenzar un negocio

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

El 34,4% de los estudiantes que representa a 42 personas se encuentra totalmente de acuerdo con que sus amigos aprobarían la decisión de comenzar un negocio. El 45,9% de encuestados se encuentra de acuerdo y el 13,9% respondió de forma neutral. Por otra parte, el 5,7% de encuestados que representa a siete personas, se encuentran en desacuerdo con la afirmación, es decir, sus amigos no aprobarían la decisión de comenzar un negocio.

Para muchas personas, antes de empezar el proceso de creación de una empresa, es muy importante saber si su decisión cuenta con el apoyo de terceros, que pueden

ser valiosos en su entorno. Como se puede apreciar, la mayor parte de encuestados piensa que sus amigos aprobarían el hecho de iniciar un emprendimiento.

Pregunta 20: Mi familia cercana aprobaría la decisión de comenzar un negocio.

Tabla 26. Mi familia cercana aprobaría la decisión de comenzar un negocio

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	66	54,1
De acuerdo	39	32,0

Neutro	8	6,6
En desacuerdo	9	7,4
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

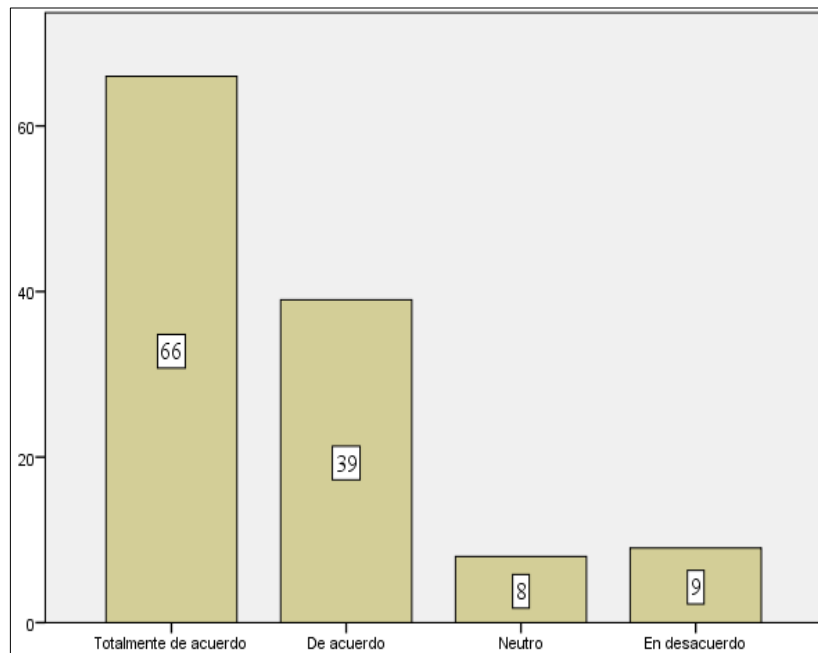


Gráfico 21. Mi familia cercana aprobaría la decisión de comenzar un negocio
Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

En total, el 54,1% de encuestados que representa 66 personas, se encuentran totalmente de acuerdo con la afirmación planteada, mientras que el 32% que representa 39 estudiantes, están de acuerdo con que su familia cercana aprobaría la decisión de comenzar un negocio. Además, el 6,6% de estudiantes, es decir, 8 personas, no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo con la pregunta. Por otra parte, el 7,4%, es decir, nueve estudiantes se encuentran en desacuerdo y afirman que su familia cercana no aprobaría la decisión de comenzar un negocio.

Según se aprecia, la mayoría de los estudiantes considera que su familia cercana si estaría de acuerdo con la decisión de emprender.

Pregunta 21: Mis colegas aprobarían la decisión de comenzar un negocio.

Tabla 27. Mis colegas aprobarían la decisión de comenzar un negocio

	Frecuencia	Porcentaje válido
Totalmente de acuerdo	48	39,3
De acuerdo	50	41,0

Neutro	19	15,6
En desacuerdo	3	2,5
Totalmente en desacuerdo	2	1,6
Total	122	100,0

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

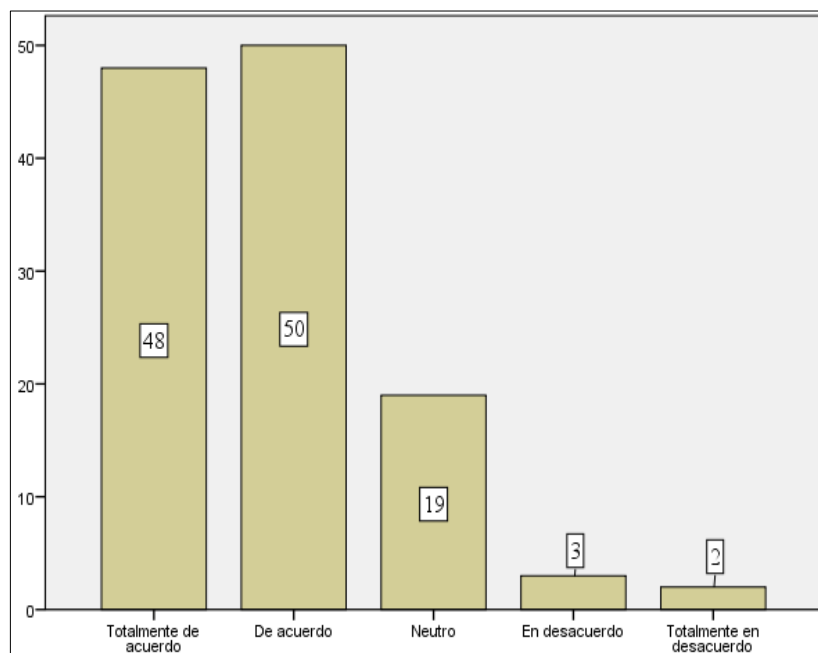


Gráfico 22. Mis colegas aprobarían la decisión de comenzar un negocio

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

El 39,3% de los estudiantes que representa a 48 personas se encuentran totalmente de acuerdo con que sus colegas aprobarían la decisión de comenzar un nuevo negocio. El 41% de encuestados se encuentra de acuerdo con la afirmación y el 15,6% respondió de forma neutra. Por otra parte, el 2,5% de encuestados que representa a tres personas, se encuentran en desacuerdo y el 1,6% que representa a 2 personas, está en total desacuerdo, es decir, sus colegas no aprobarían la decisión de comenzar un nuevo negocio.

En su mayoría, los estudiantes de posgrado consideran que sus colegas si estarían de acuerdo con su decisión de emprender, sin embargo, también existe un cierto porcentaje de maestrantes que duda sobre si sus compañeros aprobarían o no su intención de crear una empresa y por ello, respondieron de manera neutral en la encuesta.

Para el análisis de la relación causal entre variables por el método de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales, se utiliza el programa SmartPLS.

Los indicadores se señalan de la siguiente manera:

Tabla 28. Indicadores en SmartPLS

INTENCION_1	Estoy listo para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor.
INTENCION_2	Mi objetivo profesional es ser un emprendedor.
INTENCION_3	Haré todo lo posible para comenzar y dirigir mi propio negocio.
INTENCION_4	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.
ACTITUD_1	Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.
ACTITUD_2	Una carrera como emprendedor es totalmente atractiva para mí.
ACTITUD_3	Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría comenzar un negocio.
ACTITUD_4	Entre varias opciones, prefiero ser un emprendedor.
ACTITUD_5	Ser emprendedor me daría una gran satisfacción.
CCP_1	Comenzar un negocio y mantenerlo funcionando sería fácil para mí.
CCP_2	Puedo controlar el proceso de creación de un nuevo negocio.
CCP_3	Tendría un control completo sobre la situación si empiezo y dirijo un negocio.
CCP_4	Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor.
CCP_5	Conozco todos los detalles prácticos necesarios para comenzar un negocio.
CCP_6	Si quisiera, podría comenzar y dirigir un negocio fácilmente.
CCP_7	Si tratara de comenzar un negocio, tendría muchas posibilidades de tener éxito.
NS_1	Mis amigos aprobarían la decisión de comenzar un negocio.
NS_2	Mi familia cercana aprobaría la decisión de comenzar un negocio.
NS_3	Mis colegas aprobarían la decisión de comenzar un negocio.

Fuente: Propia
Elaborado por: El autor

Al transferir los resultados obtenidos en la encuesta al programa SmartPLS, se obtiene el diagrama estructural, como se muestra a continuación:

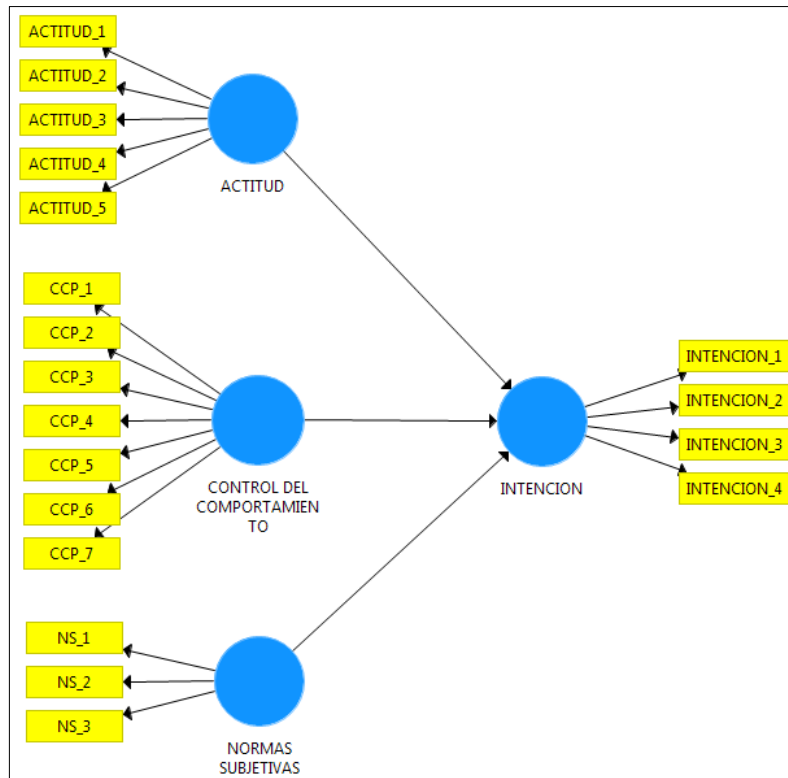


Gráfico 23. Diagrama estructural

Fuente: Encuesta, SmartPLS

Elaborado por: El autor

El análisis e interpretación de resultados del diagrama, se realiza en dos etapas: (1) confiabilidad y validez del modelo de medida y (2) valoración del modelo estructural.

Confiabilidad y validez del modelo de medida

La confiabilidad evalúa la consistencia interna de las variables latentes a partir de sus indicadores, y se determina por el estadístico Alfa de Cronbach, mismo que debe ser igual o superar el valor de 0,70. La fiabilidad del ítem se comprueba a través de correlaciones simples de indicadores con su respectivo constructo. Las varianzas de las variables se explican por el valor de fiabilidad compuesta, el cual debe ser mayor o igual a 0,50. La validez convergente se denota por el AVE (Varianza Extraída Media), la cual significa que un conjunto de ítems representa un constructo. Su valor debe ser superior a 0,50 (Leyva y Olague, 2014). En el software, la fiabilidad y validez del modelo de medida se calcula a través del algoritmo PLS, en el cual se obtienen los coeficientes de trayectoria.

Tabla 29. Fiabilidad y validez del modelo de medida

	Alfa de Cronbach	Fiabilidad compuesta	Varianza extraída media (AVE)
ACTITUD	0.880	0.913	0.677
CONTROL DEL COMPORTAMIENTO	0.903	0.922	0.629
INTENCION	0.850	0.901	0.696
NORMAS SUBJETIVAS	0.883	0.927	0.810

Fuente: SmartPLS
Elaborado por: El autor

Como se puede observar, todos valores obtenidos en los estadísticos, muestran que el modelo posee la fiabilidad y validez necesaria, por lo cual se puede continuar con el análisis.

Valoración del modelo estructural

En esta etapa del análisis, la valoración del modelo se realiza a través de los Coeficientes path y el valor del coeficiente de determinación R^2 , el cual indica el porcentaje de variación de la variable dependiente explicada por las variables independientes. El valor del coeficiente de determinación puede variar entre 0 y 1. Un valor cercano a 1 significa que tiene una fuerte asociación. Los coeficientes path o de trayectoria, sirven para evaluar el peso de las relaciones entre las variables latentes, los cuales debe tener un valor mínimo de 0,2 y puede variar entre -1 y 1 (Leyva y Olague, 2014).

Tabla 30. Coeficiente de determinación

	R cuadrado
INTENCION	0.631

Fuente: SmartPLS
Elaborado por: El autor

El valor obtenido del coeficiente de determinación es estadísticamente significativo, lo cual indica un alto poder predictivo del modelo.

Tabla 31. Coeficientes de trayectoria

	INTENCION
ACTITUD	0.632
CONTROL DEL COMPORTAMIENTO	0.237
NORMAS SUBJETIVAS	-0.023

Fuente: SmartPLS
Elaborado por: El autor

Las variables independientes de actitud y control del comportamiento, superan el valor de 0,2 por lo que la trayectoria es considerada válida. Sin embargo, las normas subjetivas presentan un valor bajo, por lo que dicha trayectoria no es significativa para el modelo.

Como siguiente paso, se analiza el modelo utilizando la técnica *bootstrapping*, con la cual se mide la robustez de las cargas de los indicadores y si las relaciones entre variables son o no, significativas; se calcula el estadístico t de *Student*, mismo que debe ser superior a 1,96 para ser considerado válido, al trabajar con un nivel de confianza de 95%. Asimismo, se pretende comparar el modelo y las hipótesis planteadas.

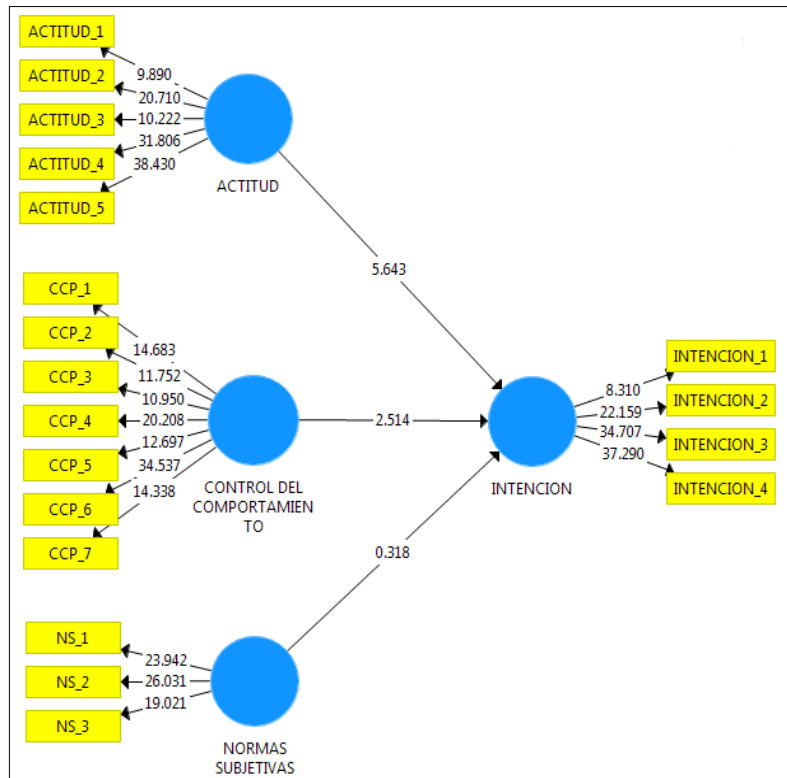


Gráfico 24. Modelo estructural utilizando bootstrapping

Fuente: SmartPLS

Elaborado por: El autor

En el gráfico se pueden observar los valores del estadístico t de las variables independientes que influyen sobre la variable dependiente, así como de cada uno de los indicadores que acompañan a las variables predictoras y la variable de criterio.

Analizando los indicadores que más influyen sobre las variables, se determina lo siguiente:

La afirmación “ser emprendedor me daría una gran satisfacción” (ACTITUD_5), es el indicador más influyente sobre la variable Actitud, por lo que se concluye que el nivel de satisfacción es significativo en la actitud emprendedora.

La afirmación “si quisiera, podría comenzar y dirigir un negocio fácilmente” (CCP_6), es el indicador más influyente sobre la variable Control del comportamiento, por lo que se concluye que el grado de confianza para empezar y dirigir un negocio, es significativo en el control del comportamiento.

La afirmación “mi familia cercana aprobaría la decisión de comenzar un negocio” (NS_2), es el indicador más influyente sobre la variable Normas Subjetivas, por lo que se concluye que la aprobación familiar para emprender es importante y significativo en las Normas Subjetivas.

La afirmación “estoy decidido a crear una empresa en el futuro” (INTENCION_4), es el indicador más influyente sobre la variable dependiente, por lo que se concluye que la convicción para emprender es importante en la intención.

4.2 Verificación de hipótesis

Como consecuencia del paso anterior, se obtuvieron los siguientes resultados al aplicar el modelo de ecuaciones estructurales:

Tabla 32. Resultados del modelo estructural

	Estadísticos t	P Valores
ACTITUD → INTENCION	5.643	0.000
CONTROL DEL COMPORTAMIENTO → INTENCION	2.514	0.012
NORMAS SUBJETIVAS → INTENCION	0.318	0.751

Fuente: SmartPLS
Elaborado por: El autor

Los resultados expuestos sirven para proceder con la comprobación de hipótesis que fueron planteadas originalmente.

H1: La actitud influye en la intención de emprendimiento.

H2: La norma subjetiva influye en la intención de emprendimiento.

H3: El control del comportamiento influye en la intención de emprendimiento.

Comprobación de hipótesis número 1

Hipótesis nula H_0 :

La actitud no influye en la intención de emprendimiento.

Hipótesis alternativa H_1 :

La actitud influye en la intención de emprendimiento.

Resultado:

Para que la hipótesis nula no sea aceptada, el valor del estadístico t debe ser mayor a 1,96 y el valor p debe ser menor a 0,05. Como se observa en la tabla anterior, el valor calculado del estadístico t de *Student* es de 5,64 y el valor p es de 0.

Conclusión:

Se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la actitud si influye en la intención de emprendimiento.

Comprobación de hipótesis número 2

Hipótesis nula H_0 :

La norma subjetiva no influye en la intención de emprendimiento.

Hipótesis alternativa H_1 :

La norma subjetiva influye en la intención de emprendimiento.

Resultado:

Para que la hipótesis nula no sea aceptada, el valor del estadístico t debe ser mayor a 1,96 y el valor p debe ser menor a 0,05. Como se observa en la tabla anterior, el valor calculado del estadístico t de *Student* es de 0,31 y el valor p es de 0,75

Conclusión:

Se acepta la hipótesis nula y se concluye que la norma subjetiva no influye en la intención de emprendimiento.

Comprobación de hipótesis número 3

Hipótesis nula H_0 :

El control del comportamiento no influye en la intención de emprendimiento.

Hipótesis alternativa H_1 :

El control del comportamiento influye en la intención de emprendimiento.

Resultado:

Para que la hipótesis nula no sea aceptada, el valor del estadístico t debe ser mayor a 1,96 y el valor p debe ser menor a 0,05. Como se observa en la tabla anterior, el valor calculado del estadístico t de *Student* es de 2,51 y el valor p es de 0,01

Conclusión:

Se rechaza la hipótesis nula y se concluye que el control del comportamiento si influye en la intención de emprendimiento.

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El estudio revela que únicamente dos de las tres variables independientes propuestas, influyen sobre la intención de emprendimiento. Para la tercera variable, los resultados obtenidos a través del software SmartPLS, demuestran que no posee un alto impacto sobre la intención, es decir, no influye en el estado mental del sujeto en el cual se encuentra enfocado en dirigir toda su experiencia y acción hacia la creación de un negocio o empresa.

Al evaluar las variables de actitud y control del comportamiento, se concluye que las mismas si influyen directamente sobre la intención de emprendimiento. Por lo tanto, los juicios evaluadores que tienen las personas antes de desarrollar determinado comportamiento, son determinantes al momento de emprender, ya que reflejan la creencia favorable o desfavorable del individuo para crear una empresa. Además, la percepción sobre el grado de control que tiene una persona sobre la disponibilidad de factores que pueden facilitar o impedir el inicio de un negocio, es importante para generar la intención y, por lo tanto, la conducta emprendedora. Además, se evidenció que el nivel de satisfacción y el grado de confianza, son los indicadores más relevantes sobre las mencionadas variables, respectivamente.

Por otra parte, se pudo identificar que la variable normas subjetivas, no posee influencia sobre la variable dependiente, es decir, las creencias que tienen las personas de que otros individuos aprueben o no la realización de un determinado comportamiento, no es relevante al momento de crear un negocio propio, lo cual deja de manifiesto, que las personas permanecen pendientes de otros factores, antes que de la opinión de terceros.

Recomendaciones

Desarrollar campañas de formación y comunicación dirigidas a fortalecer y fomentar la opinión general y percepción del proceso de emprendimiento y todas las implicaciones que tiene el mismo. En tal sentido, las actividades formativas

integradas en los planes de estudio universitarios, adquieren especial importancia, para introducir a los estudiantes en el campo emprendedor y concienciar sobre su relevancia en el desarrollo profesional y personal.

Prestigiar la figura del emprendedor como agente dinamizador en el campo económico, para que la creación de un negocio propio sea percibida por los estudiantes y por la sociedad, como alternativa fundamental y altamente atractiva, dentro del campo ocupacional de la ciudad.

Determinar un modelo en donde se evidencien los factores que verdaderamente influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de posgrado y en el cual se excluyan aquellos que no son influyentes según la investigación realizada.

CAPITULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos Informativos

6.1.1 Título

Modelo de determinantes de la intención de emprendimiento

6.1.2 Institución ejecutora

Universidad Técnica de Ambato

6.1.3 Beneficiarios

Universidad Técnica de Ambato

Comunidad académica

Provincia de Tungurahua

6.1.4 Ubicación

Se describe la ubicación de la Universidad Técnica de Ambato, Campus Huachi, en donde se desarrolla la presente investigación y, a raíz de la cual, se propone el modelo.

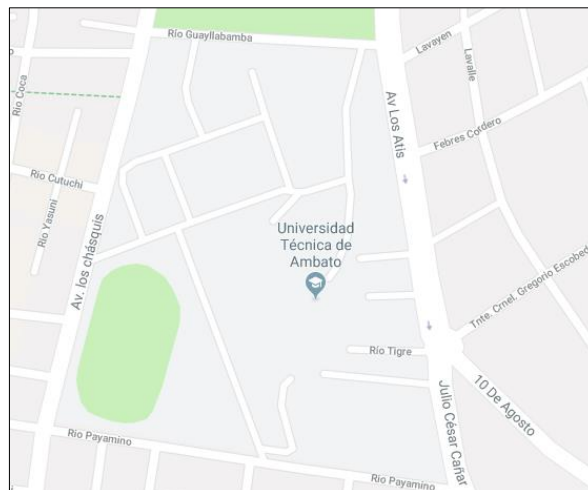


Gráfico 25. Ubicación
Fuente: Google Maps

6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución

Junio 2018 – Julio 2018

6.1.6 Equipo técnico responsable

Ing. Fernanda Katherine Idrovo Poveda

6.1.7 Costo

USD 300,00

6.2 Antecedentes de la propuesta

La Teoría del Comportamiento Planificado, utilizada para la presente investigación, propone tres factores que determinan la intención de emprender, estos son: (1) actitud, (2) normas subjetivas y (3) control del comportamiento.

Basado en esta teoría, se procedió con la recolección de información, con la finalidad de corroborar la influencia de los mencionados factores en el objeto de estudio planteado. Sin embargo, el análisis de los datos obtenidos en la encuesta realizada a los estudiantes de posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, revela que existe un elemento que no interviene en la intención emprendedora de las unidades de estudio.

A través de la metodología de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados utilizada en el cuarto capítulo, se pudieron comprobar las hipótesis planteadas inicialmente, en donde se sugirió que cada uno de los factores, influye en la intención de emprender. Dos de ellas fueron corroboradas, sin embargo, una no resultó cierta.

Se pudo, por ende, concluir que la actitud y el control del comportamiento, influyen directamente en la intención de emprendimiento, pero las normas subjetivas, no afectan a la variable dependiente.

Dados los resultados, es necesario proponer un nuevo modelo de intención de emprendimiento, en donde se reflejen únicamente las variables que, según lo demuestra el procedimiento utilizado en el presente estudio, influyen de manera significativa y directa en la intención de emprender de las personas.

6.3 Justificación

Después de que se realizó el análisis e interpretación de los resultados obtenidos, mismos que fueron recolectados a través de una encuesta, se procedió con la

comprobación de hipótesis, en donde una de ellas fue rechazada. Por lo expuesto, se consideró necesario ajustar el modelo base utilizado inicialmente para el estudio (Teoría del Comportamiento Planificado) y proponer un nuevo modelo, en donde se reflejen las variables que resultan verdaderamente influyentes.

Con la finalidad de conocer los determinantes que influyen directamente en la intención de emprendimiento de los estudiantes de posgrado y de esta manera, orientar los esfuerzos para el fomento del emprendimiento en la provincia, a través de actividades de carácter formativas en las instituciones de educación superior, se desarrolla el modelo de propuesta, que servirá de base para el incentivo del espíritu empresarial.

6.4 Objetivos

Objetivo General

Diseñar un modelo de determinantes de la intención de emprendimiento para conocer los factores que influyen sobre la misma y potenciarlos en los habitantes de la provincia.

Objetivos Específicos

Validar el modelo a través del uso de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales.

Determinar cuál de las variables independientes, tiene mayor influencia sobre la intención de emprendimiento.

Identificar qué indicadores de cada variable, son los que facilitan un comportamiento emprendedor en las personas.

6.5 Análisis de factibilidad

Financiera

Es factible ya que los costos fueron asumidos por la autora con la finalidad de llevar a cabo la presente investigación, misma que es requisito para la obtención del título de cuarto nivel. Además, el desarrollo de la propuesta no involucra gastos representativos.

Técnica

La propuesta necesita de recursos tecnológicos, principalmente un software especializado en ecuaciones estructurales, el cual, a través de resultados numéricos, permite corroborar la influencia de las variables independientes propuestas (actitud y control del comportamiento), sobre la variable dependiente (intención de emprendimiento).

Recursos Humanos

Para la recolección de datos, análisis y procesamiento de los mismos, manejo de software y obtención de resultados, se necesita únicamente del investigador.

Por otra parte, se necesita de la muestra o población que se utiliza para el estudio, de quienes se obtiene la información necesaria para continuar con el análisis.

6.6 Fundamentación

Modelo de intención de emprendimiento

Al construir este tipo de modelo, se trata de terminar las variables que explican la intención emprendedora, en un determinado grupo de estudio, con la finalidad de conocer el grado de afectación y variación de sus percepciones. Se busca, a través de los diferentes predictores, conocer con confiabilidad estadística, la importancia de la intención de emprendimiento para desarrollar una mayor conducta emprendedora (Maluk, 2014).

Influencia de la actitud en la intención

Varios estudios que tratan sobre predicción del comportamiento, han demostrado que es fundamental ubicar la variable actitud como antecedente directo de la intención. En conductas específicas, la ausencia de la actitud, tendría como consecuencia la no consecución de la intención conductual. La actitud refleja la predisposición positiva o negativa del individuo, para llevar a cabo una actividad (Blanco-González, Martín-Armario y Mercado, 2013).

Influencia del control del comportamiento en la intención

El control del comportamiento es considerado como la percepción del nivel de facilidad o dificultad para realizar una conducta, teniendo en cuenta aspectos internos (información, destrezas y emociones) y externos (oportunidades y obstáculos). Investigaciones centradas en la conducta, demuestran la relevancia del control del comportamiento como antecedente de la intención, especialmente en aquellos comportamientos en donde los recursos y habilidades tienen un papel determinante (Blanco-González, Martín-Armario y Mercado, 2013).

6.7 Metodología

6.7.1 Modelo operativo

Para el modelo que se propone a continuación, se utilizaron las dos variables independientes que según se demostró, si tienen influencia sobre la intención de emprendimiento. Además, se tomaron en consideración, los dos indicadores con el valor de estadístico t más alto, de los factores de actitud y control del comportamiento y, de la intención o variable dependiente.

Para el desarrollo del modelo se utiliza el programa SmartPLS, en donde, mediante el análisis de ecuaciones estructurales, se obtienen nuevamente los valores del estadístico t, para comprobar la influencia de las variables.

Los dos indicadores que obtuvieron el valor más alto en cada variable son:

Actitud:

- ACTITUD_4: Entre varias opciones, prefiero ser un emprendedor.
- ACTITUD_5: Ser emprendedor me daría una gran satisfacción.

Control del comportamiento:

- CCP_4: Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor.
- CCP_6: Si quisiera, podría comenzar y dirigir un negocio fácilmente

Intención:

- INTENCION_3: Haré todo lo posible para comenzar y dirigir mi propio negocio.
- INTENCION_4: Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.

Además, se plantean las siguientes hipótesis, que tratarán de ser comprobadas con el modelo planteado:

H1: La actitud influye en la intención de emprendimiento.

H2: El control del comportamiento influye en la intención de emprendimiento.

Modelo de determinantes de la intención de emprendimiento

En base al estudio realizado, a continuación, se expone el modelo generado. La variable Actitud, es más cercana a la Intención, dado que tiene mayor peso en el confidente de trayectoria, mientras que la variable Control del comportamiento, tiene un valor menor del coeficiente, pero sigue siendo igualmente importante.

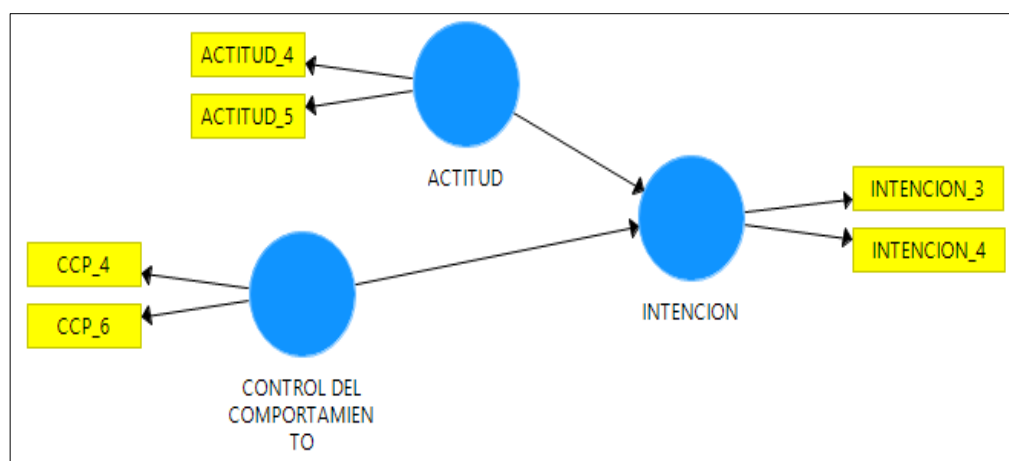


Gráfico 26. Modelo de determinantes de la intención de emprendimiento

Fuente: SmartPLS

Elaborado por: El autor

Confiabilidad y validez del modelo de medida

Tabla 33. Confiabilidad y validez del modelo propuesto

	Alfa de Cronbach	Fiabilidad compuesta	Varianza extraída media (AVE)
ACTITUD	0.868	0.938	0.883
CONTROL DEL COMPORTAMIENTO	0.771	0.895	0.811
INTENCION	0.898	0.951	0.907

Fuente: SmartPLS
Elaborado por: El autor

Como se muestra en la tabla, todos valores obtenidos, demuestran que el modelo posee la fiabilidad y validez necesaria, por lo cual se puede continuar con el análisis.

Valoración del modelo estructural

Tabla 34. Coeficiente de determinación del modelo propuesto

	R cuadrado
INTENCION	0.533

Fuente: SmartPLS
Elaborado por: El autor

El valor obtenido del coeficiente de determinación es aceptable, lo cual muestra un buen nivel de predicción del modelo.

Tabla 35. Coeficientes de trayectoria del modelo propuesto

	INTENCION
ACTITUD	0.440
CONTROL DEL COMPORTAMIENTO	0.358

Fuente: SmartPLS
Elaborado por: El autor

Las variables independientes de actitud y control del comportamiento, superan el valor de 0,2 por lo que la trayectoria es considerada válida.

Bootstrapping

Se obtuvieron los siguientes resultados al aplicar el modelo de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales:

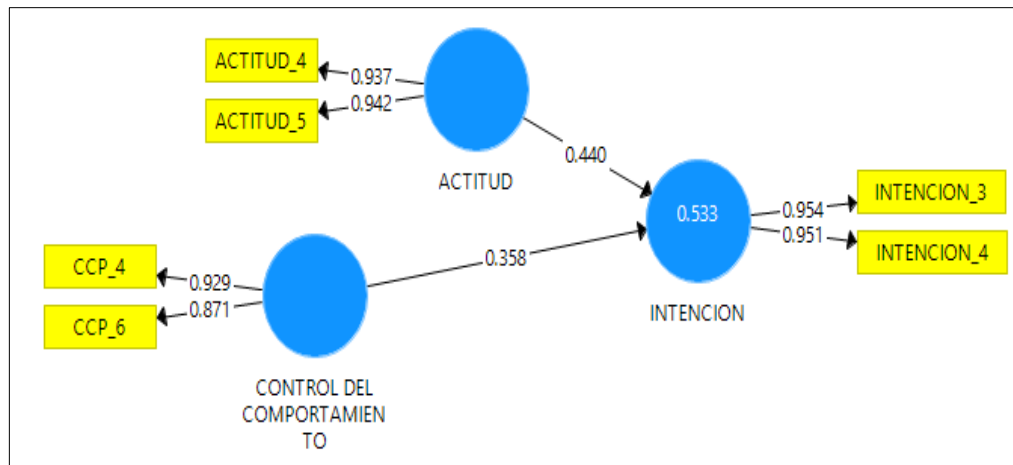


Gráfico 27. Análisis estructural del modelo propuesto

Fuente: SmartPLS

Elaborado por: El autor

Tabla 36. Resultados del modelo estructural propuesto

	Estadísticos t	P Valores
ACTITUD → INTENCION	4.331	0.000
CONTROL DEL COMPORTAMIENTO → INTENCION	3.654	0.000

Fuente: SmartPLS

Elaborado por: El autor

Análisis y conclusión:

Analizando los indicadores que más influyen sobre las variables, se determina lo siguiente:

La afirmación “ser emprendedor me daría una gran satisfacción” (ACTITUD_5), es el indicador que posee mayor peso sobre la variable Actitud, por lo que se concluye que el nivel de satisfacción es importante en la actitud emprendedora.

La afirmación “entre varias opciones, prefiero ser un emprendedor” (ACTITUD_4), es el segundo indicador más influyente sobre la variable Actitud, por lo que se concluye que el grado de inclinación hacia el emprendimiento, es importante para generar una actitud de emprendimiento.

La afirmación “estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor.” (CCP_4), es el indicador más relevante sobre la variable Control del comportamiento, por lo que se concluye que la disposición del individuo para empezar una empresa es significativa al momento de evaluar si es o no factible emprender.

La afirmación “si quisiera, podría comenzar y dirigir un negocio fácilmente” (CCP_6), es el segundo indicador más importante sobre la variable Control del comportamiento, por lo que se concluye que el nivel de confianza de una persona, es decisivo para que surja la conducta emprendedora.

La afirmación “haré todo lo posible para comenzar y dirigir mi propio negocio” (INTENCION_3), es el indicador más influyente sobre la variable Intención, por lo que se concluye que la perseverancia del individuo es importante para desarrollar la intención emprendedora.

La afirmación “estoy decidido a crear una empresa en el futuro” (INTENCION_4), es el segundo indicador más influyente sobre la variable Intención, por lo que se concluye que el nivel de decisión de una persona influye directamente sobre la intención de generar un negocio propio.

Por otra parte, como se puede apreciar en la tabla, en las dos variables independientes, el valor calculado del estadístico t de *Student* es superior a 1,96 y el valor p es de 0, lo cual refleja la influencia directa de la actitud y el control del comportamiento sobre la intención de emprendimiento.

Verificación de hipótesis

Comprobación de hipótesis número 1

Hipótesis nula H_0 :

La actitud no influye en la intención de emprendimiento.

Hipótesis alternativa H_1 :

La actitud influye en la intención de emprendimiento.

Resultado:

Para que la hipótesis alternativa sea aceptada, el valor del estadístico t debe ser mayor a 1,96 y el valor p debe ser menor o igual a 0,05. Como se observa en la tabla anterior, el valor calculado del estadístico t de *Student* es de 4,33 y el valor p es de 0.

Conclusión:

Se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la actitud si influye en la intención de emprendimiento.

Comprobación de hipótesis número 2

Hipótesis nula H_0 :

El control del comportamiento no influye en la intención de emprendimiento.

Hipótesis alternativa H_1 :

El control del comportamiento influye en la intención de emprendimiento.

Resultado:

Para que la hipótesis alternativa sea aceptada, el valor del estadístico t debe ser mayor a 1,96 y el valor p debe ser menor o igual a 0,05. Como se observa en la tabla anterior, el valor calculado del estadístico t de *Student* es de 3,65 y el valor p es de 0

Conclusión:

Se rechaza la hipótesis nula y se concluye que el control del comportamiento si influye en la intención de emprendimiento.

6.8 Administración

La responsable directa de la propuesta del modelo de intención de emprendimiento es la autora de la presente investigación, basado en el análisis realizado a los

estudiantes de posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

6.9 Previsión de la evaluación

Tabla 37. Previsión de la evaluación

Preguntas básicas	Explicación
¿Qué evaluar?	El modelo de intención de emprendimiento propuesto.
¿Por qué evaluar?	Para verificar la validez del modelo.
¿Para qué evaluar?	Para conocer los factores que influyen en la intención de emprender.
¿Quién evalúa?	El director de la investigación y los miembros del tribunal.
¿Cuándo evaluar?	Durante la revisión y calificación del presente estudio.
¿Con qué evaluar?	Fundamentos teóricos e investigaciones de referencia.

Elaborado por: El autor

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, L. (2008). Las creencias involuntarias en Sexto Empírico y Hume. *Tópicos*, 5-20.
- Arias, C., Carreño, G., y Mariño, L. (2016). Actitud filosófica como herramienta para pensar. *Universitas Philosophica*, 237-262.
- Aristizábal, J., Monard, C., y Velázquez, S. (2016). Intención empresarial y economía campesina en el Quindío: perspectiva institucional. *Sinapsis*, 89-101.
- Blanco-González, A., Martín-Armario, E., y Mercado, C. (2013). La influencia de las actitudes en la intención de compra del coleccionista. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 61-68.
- Bucardo, A., Saavedra, M., y Camarena, M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios*, 98-107.
- Caballero, G. (2005). El comportamiento humano en las ciencias sociales: un enfoque económico institucional. *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 41-56.
- Cardona, M., y Pulgarín, S. (2012). Aportes a la caracterización del comportamiento emprendedor de los estudiantes de la Konrad Lorenz. *Suma de Negocios*, 109-138.
- Carlos, C., Contreras, L., Silva, M., y Liquidano, M. (2015). El Espíritu Emprendedor y un Factor que Influencia su Desarrollo Temprano. *Conciencia Tecnológica*, 46-51.
- Casas, J., Repullo, J., y Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Aten Primaria*, 527-538.
- Chirinos, Y., Pérez, C., y Pachón, C. (2017). *Emprendimiento sostenible en las PYMES para la generación de empleo*. Colombia: Ediciones Universidad Simón Bolívar.

- Covarrubias, I. (2003). Emprendedores y Empresarios: un enfoque Institucional. *Contribuciones a la economía*.
- Cupani, M. (2012). Análisis de Ecuaciones Estructurales: conceptos, etapas de desarrollo y un ejemplo de aplicación. *Tesis*, 186-199.
- Escobedo, M., Hernández, J., Estebané, V., y Martínez, G. (2016). Modelos de Ecuaciones Estructurales: Características, Fases, Construcción, Aplicación y Resultados. *Ciencia y Trabajo*, 16-22.
- Espíritu, R. (2011). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. *Multiciencias*, 65-75.
- Formichella, M., y Massigoge, J. I. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. *VII Congreso de Administración*.
- González, M., Valantine, I., Pérez, C., Aguado, S., Calabuig, F., y Crespo, J. (2016). La influencia del género y de la formación académica en la intención de emprender de los estudiantes de ciencias de la actividad física y el deporte. *Intangible Capital*, 759-788.
- Guzmán, F., García, B., Rodríguez, L., y Alonso, M. (2014). Actitud, norma subjetiva y control conductual como predictores del consumo de drogas en jóvenes de zona marginal del norte de México. *Frontera Norte*, 53-74.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Herrera, C., y Montoya, L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de Vista*, 7-30.
- Jaramillo, L. (2008). Emprendimiento: Concepto básico en competencias. *Lumen*, 6.
- Kuschick, M. (2009). La imagen y el cambio de actitud. *Sociológica*, 175-200.

- Laca, F. (2005). Actitudes y comportamientos en las situaciones de conflicto. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 117-126.
- Lanero, A., Vázquez, J.-L., y Muñoz-Adánez, A. (2015). Un modelo social cognitivo de intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Anales de psicología*, 243-259.
- Leite, E., Sánchez-Fernández, M., Leite, E., y Bezerra Correia, E. (2015). El espíritu emprendedor: condicionantes para la innovación. *Holos*, 278-291.
- Leyva, O., y Olague, J. (2014). Modelo de Ecuaciones Estructurales por el Método de Mínimos Cuadrados Parciales (Partial Least Squares-PLS). En M. Asensi, R. Cotarelo, M. Echenique, J. Fernández, P. Oñate, J. Romero, y J. Tamayo, *Métodos y Técnicas Cualitativas y Cuantitativas Aplicables a la Investigación en Ciencias Sociales*. México: Tirant Humanidades.
- Loaiza, Y. (2006). CÓMO ABORDAR EL ESTUDIO DE LAS ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS DESDE UNA PERSPECTIVA HISTÓRICA. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 115-129.
- López, J., y Ruiz-Ruano, A. (2014). Modelado de la intención emprendedora con redes bayesianas. *Revista de Psicología*, 71-87.
- Malavé, J., y Piñango, R. (2012). Líderes, gerentes y emprendedores: un estudio empírico de actitudes y significados. *Revista Venezolana de Gerencia*, 676 - 694.
- Malebana, J. (2014). Entrepreneurial intentions of South African rural university students: A test of the theory of planned behaviour. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 130-143.
- Maluk, O. (2014). Variables explicativas de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y la importancia de la materia emprendimiento como un factor. *Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación*. Argentina.

- Marulanda, F., y Morales, S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Escuela de administración de negocios*, 12-28.
- Marulanda, F., Montoya, I., y Vélez, J. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento y Gestión*, 206-238.
- Marulanda, J., Correa, G., y Mejía, L. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 153-168.
- Medina, N. (2015). Las variables complejas en investigaciones pedagógicas. *Apuntes universitarios*, 9-18.
- Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresas. *Escuela de Administración de Negocios*, 70-83.
- Morales, A., y Ariza, A. (2012). Valores, actitudes y motivaciones en la juventud ante el emprendimiento individual y colectivo. *Revista de Estudios Cooperativos*, 11-35.
- Moya, C. (2004). Creencia, significado y escepticismo. *Ideas y Valores*, 23-47.
- Osorio, F., y Londoño, J. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de Administración*, 103-131.
- Parra, L., y Fleitas, M. (2010). Incubación de proyectos para iniciativas empresariales en la Universidad Libre de Cali. *Dirección*.
- Quintero, C. (2007). *Generación de competencias en jóvenes emprendedores*. Colombia.
- Reyes, L. (2007). La teoría de acción razonada: implicaciones para el estudio de las actitudes. México.
- Rueda, I., Fernández-Laviada, A., y Herrero, Á. (2013). Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario. *Investigaciones Regionales*, 141-158.

- Ruiz, M., Pardo, A., y San Martín, R. (2010). Modelos de ecuaciones estructurales. *Papeles del Psicólogo*, 34-45.
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., y Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. *Formación Universitaria*, 25-34.
- Torres-Hernández, T., Barreto, I., y Rincón, J. (2015). Creencias y normas subjetivas como predictores de intención de comportamiento proambiental. *Suma psicológica*, 86-92.
- Uribe, J., y de Pablo, J. (2011). Revisando el emprendedurismo. *Boletín económico ICE N° 3021. Información comercial española*, 53-62.
- Valencia, A., Cadavid, L., Ríos, D., y Awad, G. (2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 132-148.
- Valencia, A., Montoya, I., y Montoya, A. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *Intangible Capital*, 881-922.
- Ventura, R., y Quero, M. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 127-149.

ANEXOS

Anexo 1



Ambato, 05 de Mayo de 2018
FCA-PM-C-045-2018

Ingeniera
Fernanda Idrovo
Maestrante
Maestría en Gestión Empresarial Basado en Métodos Cuantitativos
Presente

De mi consideración:

En atención al oficio s/n recibido con fecha 21 de abril del 2018, en el cual solicita autorización para realizar encuestas para concluir su trabajo de investigación con el tema **DETERMINANTES DE LA INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES DE POSGRADO**, se autoriza dicha petición, a ser realizada en las maestrías que se desarrollan en la Facultad de Ciencias Administrativas.

particular que informo para los fines pertinentes

Atentamente,

Ing. Víctor Córdova Aldas, Dr.
COORDINADOR DE POSGRADO
VC.Adm



Anexo 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL BASADO EN MÉTODOS CUANTITATIVOS
COHORTE 2

ENCUESTA

Objetivo: Determinar cuáles son los factores que influyen en la intención de emprendimiento de los estudiantes de posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Instrucciones:

- Lea detenidamente las preguntas del cuestionario.
- Marque con una X la respuesta que esté más próxima a su realidad.
- Solo puede escoger una opción

Datos Generales

Sexo: Femenino () Masculino ()
Edad: menor a 25 () 25 – 30 () mayor a 30 ()

Preguntas

Intención de emprendimiento	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutro	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Estoy listo para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor.					
Mi objetivo profesional es ser un emprendedor.					
Haré todo lo posible para comenzar y dirigir mi propio negocio.					
Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.					

Actitud para convertirse en emprendedor	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutro	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.					
Una carrera como emprendedor es totalmente atractiva para mí.					
Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría comenzar un negocio.					

Entre varias opciones, prefiero ser un emprendedor.					
Ser emprendedor me daría una gran satisfacción.					

Control conductual percibido	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutro	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Comenzar un negocio y mantenerlo funcionando sería fácil para mí.					
Puedo controlar el proceso de creación de un nuevo negocio.					
Tendría un control completo sobre la situación si empiezo y dirijo un negocio.					
Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor.					
Conozco todos los detalles prácticos necesarios para comenzar un negocio.					
Si quisiera, podría comenzar y dirigir un negocio fácilmente.					
Si tratara de comenzar un negocio, tendría muchas posibilidades de tener éxito.					

Normas subjetivas	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutro	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Mis amigos aprobarían la decisión de comenzar un negocio.					
Mi familia cercana aprobaría la decisión de comenzar un negocio.					
Mis colegas aprobarían la decisión de comenzar un negocio.					

Gracias por su colaboración.