

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Ingenieras en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Factores socioeconómicos que influyen al estudiante en el emprendimiento universitario en la provincia de Tungurahua”

AUTORAS:

Lisette Vanessa De La Cruz Martínez

Katerine Elizabeth Moya Quishpe

TUTOR: Lic. Mg. Mario Patricio Padilla Martínez

AMBATO – ECUADOR

Diciembre 2017



APROBACIÓN DEL TUTOR

Lcdo. Mg. Mario Patricio Padilla Martínez.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Factores socioeconómicos que influyen al estudiante en el emprendimiento universitario en la Provincia de Tungurahua**”, como parte del proyecto: “**Modelos de Gestión de Emprendimiento Universitario**” mediante la resolución: **0910-CU-P2016**, presentado por las señoritas **Lisette Vanessa de la Cruz Martínez y Katerine Elizabeth Moya Quishpe** para optar por el título de Ingenieras en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 29 de septiembre de 2017

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mario Patricio Padilla Martínez', is written over a horizontal dotted line. The signature is fluid and cursive.

Lic. Mg. Mario Patricio Padilla Martínez
C.I.050129826-9

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Lissette Vanessa De La Cruz Martínez** y **Katerine Elizabeth Moya Quishpe**, declaramos que los resultados obtenidos en el presente proyecto, previo la obtención del título de Ingenieras de Marketing y Gestión de Negocios son absolutamente originales, auténticos y personales, a excepción de las citas bibliográficas.



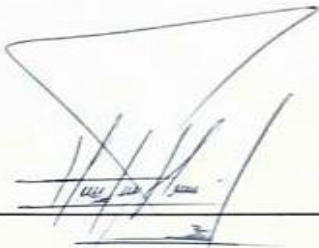
Lissette Vanessa de la Cruz Martínez
C.I. 180442605-2



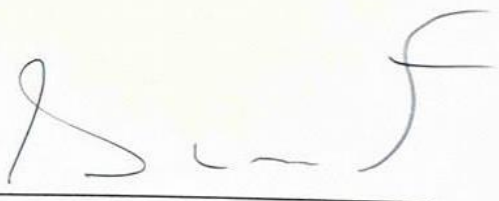
Katerine Elizabeth Moya Quishpe
C.I. 180486681-0

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Los suscritos profesores calificadoros, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f) 

Ing. MBA. Oswaldo Santiago Verdesoto Velastegui
C.I. 180289003-6

f) 

Ing. MBA. Edwin Alberto Lara Flores
C.I. 020072155-3

Ambato, 10 de noviembre de 2017

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto, con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autor.



Lissette Vanessa de la Cruz

Martínez
C.I. 180442605-2



Katerine Elizabeth Moya Quishpe
C.I. 180486681-0

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la sabiduría y por guiarme en cada paso dado y no dejar caerme en los momentos más difíciles de mi vida. A mi madre y hermanos que han sido mi fortaleza, mi guía y apoyo para cumplir con cada meta que me propuesto en el transcurso de estos años. A la Universidad Técnica de Ambato, Carrera de Marketing y Gestión de negocios y todos sus docentes por impartir sus conocimientos tanto académicos como personales aportando de tal manera a formarme como una buena profesional y permitirme ser parte del proyecto de emprendimiento universitarios mediante resolución 0910-CU-P2016 y de forma especial al coordinador Lic. Mg. Mario Padilla Martínez brindarnos su guía para el desarrollo de la investigación.

Lisette De La Cruz

Agradezco a Dios por darme el camino la verdad y la vida, por haber proveído de todo lo necesario para poder culminar con éxito una etapa profesional. A mis padres Segundo y Rosa, por darme una oportunidad más y encaminarme al camino correcto, por ser la enseñanza de esfuerzo y perseverancia, por la paciencia que me tuvieron, por creer en mí y saber todo lo que puedo lograr. A mis hermanos Paty, Diego y Paul, a mi esposo y a mí amada hija porque siempre me apoyaron incondicionalmente en todo momento. A la Universidad Técnica de Ambato y a cada uno de los docentes que compartieron su sabiduría y su enseñanza, para desenvolverme como una persona preparada moral, científica y tecnológica para un mejor desempeño laboral, y permitirme ser parte del proyecto de emprendimiento universitarios mediante resolución 0910-CU-P2016 y de forma especial al coordinador Lic. Mg. Mario Padilla Martínez

Katerine Moya

DEDICATORIA

Este logro obtenido con perseverancia y esfuerzo se lo dedico con todo mi corazón a mi madre Cecilia Martínez por el apoyo moral y económico brindado hacia mi persona, además por las palabras de aliento que me daba día tras día. A mis hermanos Darwin, Rosa, Daysi por ser mi inspiración diaria para alcanzar mis metas ya que ellos son quienes aportaron con un granito de arena para culminar mis estudios. A mis queridos sobrinos Paul, Heidy, Gabriel que dicen que soy su ejemplo a seguir siendo así mi familia mi motor diario para continuar cumpliendo mis metas.

Lisette De La Cruz

A Dios, a mis padres, hermanos, a mi esposo y en especial a mi hermosa hija Camila, a mis sobrinos Jonathan y Nicole que con su inmenso amor supieron darme la fuerza y el apoyo moral y económico en todo momento para poder culminar con mis estudios.

Katerine Moya

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	IV
DERECHOS DE AUTOR.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE TABLAS	XII
ÍNDICE GRÁFICOS	XIII
ÍNDICE DE ECUACIÓN	XIV
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XV
RESUMEN EJECUTIVO	XVI
ABSTRACT	XVII
1.DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Análisis árbol del problema.....	7
1.2. Árbol de problemas	10
1.3. Delimitación del objeto de estudio.....	11
1.3.1. Límite de contenido.....	11
1.3.2. Límite geográfico	11
1.3.3. Límite espacial	11
1.3.4. Límite temporal.....	11
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
2.1. Objetivo General.....	12

2.2. Objetivos Específicos	12
3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA ESTADO DEL ARTE.....	12
3.1 Hilo Conductor	13
3.1.1. Marco teórico	14
3.1.2 Factores.....	14
3.1.2.1 Clasificación de los factores	14
3.1.2.1.1 Factores sociales.....	14
3.1.2.1.2 Factores económicos	15
3.1.2.1.3 Factores culturales.....	15
3.1.2.1.4 Factores políticos.....	16
3.1.2.1.5 Factor religioso.....	16
3.1.2.1.6 Factores socioeconómicos	17
3.1.2.1.6.1 Elementos de los factores socioeconómicos son los siguientes:	18
3.1.3 Emprendedor.....	21
3.1.3.1 Qué es ser emprendedor (Entrepreneur).....	22
3.1.3.2 Cómo nace el sentimiento emprendedor	23
3.1.3.2.1 Características del emprendedor	23
3.1.4 Aspectos del emprendimiento.....	23
3.1.4.1 Políticos	23
3.1.4.2 Públicos.....	24
3.1.4.3 Empresarial	24
3.1.5 Tipos de Emprendimiento	25
3.1.5.1 Emprendimiento Económico	25
3.1.5.2 Emprendimiento social.....	26
3.1.5.3 Emprendimiento turístico	28

3.1.5.4 Emprendimiento universitario	29
4. METODOLOGÍA	31
4.1 Paradigma de la investigación	31
4.2 Enfoque de la investigación.....	32
4.2.1 Enfoque Cualitativo.....	32
4.3 Modalidades de la investigación.....	32
4.3.1 Investigación de campo	32
4.3.2. Investigación bibliográfica- Documental	33
4.2.3 Tipos de investigación.....	34
4.2.3.1 Investigación descriptiva	34
4.2.3.2 Investigación correlacional	34
4.2.3.2.1 Señalamiento de variables	35
4.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	35
4.4.1 Población	35
4.4.1.1 Población finita	36
4.4.2 Muestra.....	37
4.5 Recolección de información	39
4.5.1 Plan para la recolección de información	39
4.5.2 Plan para la recolección de información	40
4.5.3 Técnicas e instrumentos	41
4.5.3.1 Encuesta.....	41
4.5.3.2 Cuestionario	41
5. RESULTADOS	42
5.1. Validación del instrumento.....	42
5.1.1. Validación por expertos.....	42

5.1.2 Resultados de la encuesta	43
5.1.3 Diagnóstico de los factores socioeconómicos que influyen al estudiante en los emprendimientos universitarios.....	57
5.1.3.1 Validación por métodos estadísticos	57
6. CONCLUSIONES	70
7. BIBLIOGRAFIA	71
ANEXOS.....	83

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 Señalamiento de variables	35
Tabla 2 Universidades de Tungurahua	35
Tabla 3 Fórmula estadística.....	37
Tabla 4 Total estudiantes en porcentaje	38
Tabla 5 Plan recolección de la información	40
Tabla 6 Plan de recolección de información	40
Tabla 7 Procesamiento de los datos	57
Tabla 8 Estadísticos de fiabilidad	58
Tabla 9 Estadísticos de Fiabilidad	58
Tabla 10 Factores que influyen en el éxito	59
Tabla 11 Factores de fracaso del emprendimiento	61
Tabla 12 Factores socioeconómicos	62
Tabla 13 importancia de los factores	63
Tabla 14 Etapas del emprendimiento.....	64
Tabla 15 Características de los emprendimientos	65
Tabla 16 Descripción de los factores socioeconómicos	68

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1 Árbol de problemas	10
Gráfico 2 Hilo Conductor.....	13
Gráfico 3 Matriz del emprendimiento social.....	27
Gráfico 4 Muestra por universidad	39
Gráfico 5 Pregunta 1	43
Gráfico 6 Pregunta 2	44
Gráfico 7 Pregunta 3	45
Gráfico 8 Pregunta 4	46
Gráfico 9 Pregunta 4	47
Gráfico 10 Pregunta 5	48
Gráfico 11 Pregunta 6	49
Gráfico 12 Pregunta 7	50
Gráfico 13 Pregunta 8	51
Gráfico 14 Pregunta 8	52
Gráfico 15 Pregunta 9	53
Gráfico 16 Pregunta 10	54
Gráfico 17 Pregunta 11	55
Gráfico 18 Pregunta 12	56
Gráfico 19 Factores de éxito	60
Gráfico 20 Factores de fracaso	61
Gráfico 21 Etapas del emprendimiento.....	64
Gráfico 22 atención al Cliente	66
Gráfico 23 Productos y servicios	66
Gráfico 24 Ubicación geográfica.....	67
Gráfico 25 Tecnología	67

ÍNDICE DE ECUACIÓN

Fórmula ecuación 1	38
--------------------------	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta	83
Anexo 2 Validación de la encuesta.....	86
Anexo 3 Resolución del proyecto general	91
Anexo 4 Listado de estudiantes que realizan emprendimientos.....	93

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación se basa en el objetivo de identificar los factores socioeconómicos que influyen al estudiante en el emprendimiento universitario en la provincia de Tungurahua, las universidades que se tomó como base para el desarrollo de la investigación son: Universidad Técnica de Ambato (UTA), Universidad Regional Autónoma de Los Andes (UNIANDES), Universidad Tecnológica Indoamérica (UTI), Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCESA), instituciones de educación superior orientadas a la formación de individuos con perfil emprendedor, capaces de crear su propias empresas y generar fuentes de empleo de tal forma contribuir con el desarrollo de la provincia y por ende del país.

Tungurahua es el punto central del país, siendo la mayor provincia con alto índice de movimiento comercial; la investigación que se desarrolló se basa en una fundamentación teórica a través del hilo conductor el que permitió la coherencia de un texto de las partes más fundamentales del problema.

Se aplicó un enfoque cualitativo, investigación de campo, bibliográfica, descriptiva, correlacional, evidenciando que los factores socioeconómicos tienen gran influencia en el estudiante al momento de iniciar con un emprendimiento.

Los factores principales que obstaculizan a que los emprendimientos puedan surgir y llegar al éxito en el Ecuador se basan principalmente en factores tales como: El ámbito social, económico, político y cultural elementos críticos que impiden a la creación de nuevos emprendimientos o empresas tales como: inestabilidad económica del país, políticas gubernamentales inestables, desigualdad de clases sociales y los que ayudan a llegar al éxito a los emprendimientos son: financiamiento, programas y redes de apoyo, nivel de educación, inversionistas, autogestión.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, FACTORES SOCIOECONÓMICOS, EMPRENDIMIENTO, ESTUDIANTE UNIVERSITARIO, CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO.

ABSTRACT

The research is based on the objective of identifying the socioeconomic factors that influence the student in university entrepreneurship in the province of Tungurahua, the universities that were taken as a basis for the development of the research: Technical University of Ambato (UTA), University Regional Autonomous of Los Andes (UNIANDES), Indoamerican Technological University (UTI), Pontifical Catholic University of Ecuador (PUCESA), higher education institutions oriented to the training of individuals with an entrepreneurial profile, capable of creating their own companies and generating sources of employment in such a way contribute with the development of the province and therefore of the country.

Tungurahua is the central point of the country, being the main province with high commercial movement index; the research that is based on a database through the common thread, which allows the coherence of a text of the most fundamental parts of the problem.

Applying a qualitative approach, field research, bibliographic, descriptive, correlational, showing that socioeconomic students have great influence on the student at the time of starting a venture.

The main factors that hinder that the enterprises can arise and reach success in Ecuador. social, economic, political and cultural groups that participate in the creation of new ventures or companies such as the economic instability of the country, the unstable public affairs policies, the inequality of social classes and those that help to reach the success of the child enterprises, support programs, level of education, investment, self-management.

KEYWORDS: RESEARCH, SOCIECONOMIC FACTORS, ENTREPRENEURSHIP, UNIVERSITY STUDENTS, CHARACTERISTICS OF ENTREPRENEURSHIP.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Existen factores que apoyan o afectan el rendimiento académico, es un tema que no sólo preocupa a las autoridades educativas, sino también a la sociedad en general. Donde se desarrollan destrezas, habilidades, conocimientos de los estudiantes universitarios, para formar futuros profesionales (Gonzalez, 2015).

En los estudiantes universitarios la cultura juega un papel primordial, ya que la desigualdad que existen en las culturas son la base de los problemas de las organizaciones, lo que influye en la relación comprador-vendedor de las empresas industriales. Para refrenar el bum de la cultura internacional se considera el grado en que una persona se asemeja con su cultura, el nivel de su amor propio, la altura de la colaboración en el conjunto cultural, la fase de progreso del grupo (Apetrei, Domingo, Salvador, & Tur, 2013). Para enfrentar la problemática en los estudiantes universitarios al emprender un negocio han surgido varias labores, tanto estatales, institucionales, corporativas, y sociales, surgiendo la figura de factores socioeconómicos orientados a beneficios medibles en la economía como en lo social (Fischel, 2013).

Para examinar los factores socioeconómicos en relación a la educación, se basa en que el empresario ostenta un profundo nivel de estudio, poseen un nivel educativo de Master, o un grado de formación semejante a éste. Los contextos socioeconómicos, culturas y progreso del país, aquejan a la cabida emprendedora universitaria, debe existir un clima favorable hacia el alumno industrial, proporciona la aparición de diferentes emprendedores y estimula la rapidez de los ya existentes (Álvarez & Valencia, 2012).

El entorno familiar y social del considerando su formación, hacen que exista una mayor o menor propensión a realizar una actividad emprendedora. En algunos países del mundo, a pesar de que los individuos alcanzan un elevado grado de formación a través de las universidades, se muestran reacios a llevar a cabo actividades empresariales, conformándose con ser asalariados ya que consideran, entre otras cuestiones, que ello entraña un menor riesgo y que van a tener más o menos garantizado su salario (Amorós, Leguina, & Gutiérrez, 2013)

El sector exterior también afectaría a los alumnos emprendedores, pero desde una perspectiva tanto positiva como negativa. Desde la vertiente positiva, un proceso de apertura exterior en la que se supriman barreras y se permita la libre circulación de personas y bienes, supone poder aumentar el volumen de negocio, ya que se puede acudir a esos nuevos mercados. Pero a su vez ello tiene como efecto compensador el hecho de que los productos deben ser competitivos, lo que significa que la política económica diseñada debe ser no inflacionista y a su vez los costes salariales moderados (Aguilar Tipantuña, 2017)

En este orden de cosas, hay que tener presente también la competencia que supone dicha apertura, ya que empresas extranjeras pueden presentarse en nuestra economía con nueva tecnología, lo que perjudicaría la aparición de nuevos emprendedores. En este sentido, la inversión directa extranjera tendría efectos tanto positivos como otros que habría que tratar de reducir (Bahmani, Galindo, & Méndez, 2012).

Desde una orientación globalizada neoliberal predomina un pensamiento mercadológico donde la colaboración es una contrariedad para los representantes del desarrollo financiero con excepción social. Lo social surge en tácticas elocuentes y políticas compensatorias. Como: capital social, son usados para ocultar ciertos efectos de una globalización que ha hecho de América Latina la región más diversa del planeta (Becerra, Cortés, Malacara, & García, 2014).

Los emprendimientos han surgido por la necesidad de auto independizarse y tener su propio negocio en América Latina y el Caribe, decisiones que han sido influenciadas debido a los factores financieros, sociales, políticos, culturales e institucionales sin embargo dentro de ellos también intervienen los aspectos de idiosincrasia de los individuos, que en último momento les afectan cuando deciden iniciar un emprendimiento (Ríos & Urbina, 2013).

Los emprendimientos motivados por la necesidad tienen un gran porcentaje sin embargo cada una de estas actividades incluyen un trabajo independiente asociado generalmente con las oportunidades de crecimiento sin destacar que dentro de los mismo existen

debilidades a los cuales deben arriesgarse, ya que muchos entornos sociales, políticos, económicos, culturales e institucionales han hecho que un emprendimiento motivado por la necesidad constituya un hecho negativo debido al estilo de vida informal en la supervivencia de los empresarios (Kirberg, 2014).

La creciente primacía de emprendimientos, son necesidades nacientes como alternativa de desarrollo, creación de oportunidades y mejoramiento del estilo de vida, pasando de ser empleados a convertirse en empleadores, es un tema que en la actualidad está de moda ante la crisis económica global, el ámbito laboral que tenemos es cambiante y la gente joven no percibe dicha sensación en la cual se aplica cantidad de recursos, pero con resultados pocos satisfactorios

A nivel nacional y con estudios relevantes Lasio, Caicedo & Zambrano (2016) han revelado ciertas actitudes, percepciones, aspiraciones relacionadas a los emprendimientos en el Ecuador, identificando algunos factores que afectan al ecosistema emprendedor, partiendo desde el 2016 con el TEA siendo el (Índice de Actividad Emprendedora Temprana), enmarcando en el Ecuador con un porcentaje de 31,8 % en comparación del 2015 con un 33,6%. En donde se observa una meticulosa disminución en la actividad emprendedora.

Los ecuatorianos consideran que las capacidades para emprender e identificar oportunidades se encuentra muy altos sin embargo las perspectivas que generan los negocios ecuatorianos en cuanto a creación de empleo es muy baja, tanto así que el 72.8% de los emprendimientos son unipersonales y con bajas expectativas de generación de empleo es así como el emprendimiento se lo puede compaginar con el Plan Nacional del Buen Vivir donde describe que la sociedad de excelencia se construye con el esfuerzo que cada persona aporta para poder tener días mejores dentro del estado ecuatoriano (SENPLADES , 2013).

Los conocimientos fortalecen cada día más a los estudiantes con educación formal y no formal conjuntamente, el talento humano debe nutrirse de las enseñanzas del vivir diario y de la retroalimentación constante, muchas de las actividades que se fomentan en la

sociedad tienen que ser muy bien observadas y analizar la calidad del resultado final en las investigaciones (SENESCYT, 2014). El adelanto de los países depende esencialmente de su espíritu emprendedor, desarrollándose en aquellos países en donde la capacidad económica lo estimula. Sin embargo, eso no basta, ya que se debería partir desde lo primordial, tomando en cuenta que desde los principales niveles de educación es viable crear un espíritu emprendedor, por lo que a nivel de la educación básica y de la educación superior es preciso originar la cultura emprendedora (Omelas, Contreras, Silva, & Liquidano, 2015).

Es notorio y preciso el emprendimiento que ya se dice de la cultura del emprendimiento como un modo de especular y proceder, orientada hacia la creación de riqueza, aprovechando las oportunidades que se aparecen en el entorno y del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, dando resultado la creación de valor que favorece a los emprendedores, la empresa, la riqueza y la sociedad por lo que revela los factores que establecen los niveles del movimiento institucional, identificando las políticas que logren desarrollar el nivel de actividad emprendedora (Amorós, Leguina, & Gutiérrez, 2013).

Al momento de especificar los factores que inciden en el éxito o fracaso de un estudiante al realizar un emprendimiento, no es extraño hallar muchos problemas, debido a que dichos factores, socioeconómicos forman una red fuertemente entrelazada que estacan a que un emprendimiento pueda nacer en el Ecuador (González J. , 2013). Siendo el emprendimiento universitario uno de los principales temas de interés de la entidad académica, de las direcciones de gobierno (Gurrero, Urbano, & Ramos, 2016).

Los factores principales que obstaculizan a que los emprendimientos puedan surgir y llegar al éxito en el Ecuador se basan principalmente en factores tales como: El ámbito social, económico, político y cultural elementos críticos que impiden a la creación de nuevos emprendimientos o empresas, es así como dentro del ámbito regional el entorno no se ha percibido favorable por la inestabilidad política y demás amenazas en el ámbito financiero. Donde los escenarios más perjudiciales para el apoyo de los emprendimientos en los estudiantes universitarios y personas en particular serían el apoyo financiero y

políticas de gobiernos cambiantes. (Lasio, Virginia; Caicedo, Guido; Ordeñana, Xavier; Samaniego, Andrea, 2016)

En menor grado, se consideran obstáculos el contexto político institucional y la capacidad para emprender, enfocándonos así en el ciclo de vida de los emprendimientos en el Ecuador. En el 2015, un 9% de los emprendedores declaró haber cerrado un negocio en el último año, comparado con un 7% por parte de dueños de negocios establecidos y un 4% de no emprende, en el Ecuador, en los últimos diez años, se ha observado una tendencia creciente, a nivel de las universidades y de otro tipo de organizaciones públicas, privadas, nacionales e internacionales, que apuestan por la innovación donde se demuestra que los emprendimientos se encuentran liderados por el sexo masculino, mientras que el sexo femenino teme al fracaso prematuro.

En la provincia de Tungurahua existen 4 universidades tanto públicas y privadas que apoyan a los emprendimientos universitarios en cada una de sus facultades dentro de las cuales se encuentran: Universidad Técnica de Ambato (UTA), Universidad Regional Autónoma de Los Andes (UNIANDES), Universidad Tecnológica Indoamérica (UTI), Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCESA), enfocadas ayudar a los estudiantes universitarios a generar emprendimientos y a dinamizar la economía del país.

Intrínsecamente dentro del repositorio de la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas, Facultad de Contabilidad y Auditoría, se demuestra que existen estudios similares al tema planteado de investigación:

“FACTORES DETERMINANTES DEL EMPRENDIMIENTO Y LA CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS EL CASO DE TUNGURAHUA EN EL ECUADOR” la investigación realizada sobre aquellos determinantes señala que el ciudadano tungurahense tiene un perfil emprendedor con ciertas características que lo definen para poder gerenciar sus emprendimientos, sin embargo no incide en la creación de empresas nacientes y nuevas, recalcando que ciertas características no influyen para que los individuos puedan emprender sea del sexo femenino, masculino pueda llegar al éxito en su emprendimiento (Aguilar Tipantuña, 2017)

Teniendo como objetivo general analizar el perfil del empresario emprendedor en la provincia de Tungurahua, para ofrecer información para la toma de decisiones en la política pública seguidamente con sus objetivos específicos los cuales son identificar el perfil del emprendedor analizado en la literatura, para dar a conocer varios estudios relacionados a la investigación desarrollada, Diagnosticar el perfil emprendedor de empresarios en la provincia de Tungurahua para identificar sus cualidades y características y realizar una lectura del perfil emprendedor tungurahuese para identificar al emprendedor de la provincia

“EMPRESARIADO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS Y EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL CANTÓN PUJO PROVINCIA DE PASTAZA” el objetivo principal de dicho proyecto es analizar el desarrollo del emprendimiento en el Puyo, además describir las características principales de la comercialización con el propósito de investigar el paradigma de emprender, investigando el entorno económico de cantón. Esta investigación demuestra en sus resultados que el mayor porcentaje de emprendimientos en el puyo se encuentra en la edad promedio de 43 años y la mayoría es de sexo femenino, además los emprendimientos que son generados dentro de la ciudad se constituyen como una fuente de empleo primario, la inestabilidad económica ha contribuido a la realidad existente (Arroba Rodríguez, 2017)

“DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO Y MAPEO DEL EMPRESARIADO EN LAS PROVINCIAS: PICHINCHA, NAPO Y ORELLANA.” en dicha investigación se tienen como objetivo principal analizar y mapear la situación socioeconómica del sector, además diagnosticar las principales características socioeconómicas del emprendedor. De acuerdo a los resultados de la investigación se puede el investigador menciona que los emprendedores constituyen uno de los factores más dinámicos que estimulan las actividades productivas de mayor valor agregado, desarrollo económico y social. Al igual que el capital físico, el capital financiero, y el capital humano, el empresario en todas sus dimensiones es una fuente de crecimiento, ya que permite generar desarrollo sustentable y la creación de riqueza (Cevallos Loayza, 2014)

“FACTORES DE CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO EN EL ECUADOR, PERÍODO 1960 – 2014.” Los objetivos propuestos en dicha investigación son los siguientes: analizar cuáles son los factores con mayor importancia en el crecimiento económico del Ecuador en el período 1960- 2014, otro de los objetivos específicos del proyecto investigativo es identificar estudios principales y actualizados de la literatura del crecimiento económico determinando los factores del crecimiento económico utilizando los factores econométricos.

De acuerdo a los resultados y los antecedentes investigativos presentados en el presente estudio, se concluye que: Pueden ser replicados en Ecuador para analizar el crecimiento económico durante las actuales décadas, ya que, algunos de estos estudios están relacionados con la complementariedad entre capital público y privado, y otros utilizan una gran variedad de datos para explicar el crecimiento económico (Salazar, 2017)

“LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA LA FORMACIÓN DE MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE AMBATO” en su tesis de titulación alude que dentro de la investigación realizada la creación de este centro es factible de acuerdo a las necesidades y demandas insatisfechas de centros de capacitación, donde apoyen a la ciudadanía a generar emprendimientos que ayuden al cambio de la matriz productiva del país. La investigación a realizarse demuestra que nuestro tema de investigación es pertinente debido a que los estudios ya antes realizados no analizan los factores socioeconómicos que inciden en los emprendimientos universitarios (Yupa , 2016)

1.1 Análisis árbol del problema

La investigación a desarrollar ha identificado la siguiente problemática: “La incidencia de los factores socioeconómicos del estudiante universitario al iniciar un emprendimiento”, Es preciso pensar que todo asunto de emprendimiento sobrelleva un recuento de factores socioeconómicos que inciden en la conducta social y conducta económica, que a su vez, permite la generación de valor social y valor económico dentro de la provincia de Tungurahua las condiciones económicas precarias que han surgido en los últimos tiempos y son notables sin embargo esto acarrea a que las familias tungurahueses tengan un nivel

de ingresos bajos en comparación a los últimos años teniendo como consecuencia que los familiares y jóvenes universitarios no sean sujetos a créditos, condicionando de tal manera que sus ingresos se redujeran en gran proporción e inviertan en lo más necesario (Granda & Feijoó, 2016).

Se ha determinado el problema señalando varias causas y efectos por lo que se puede observar en el gráfico N°1 el cual se detalla los mismos correlacionando cada uno de ellos. Sobre la base de las consideraciones anteriores la inestabilidad económica en el país ha incrementado el desempleo provocando un deficiente financiamiento económico para jóvenes emprendedores ya que entidades financieras han disminuido el monto destinado para apoyar a emprendimientos nacientes, dichas entidades prefieren apoyar a emprendimientos ya establecidos y con capital seguro que generen ingresos y así no arriesgar su dinero, debido a que las políticas gubernamentales dentro del país se encuentran cambiantes e inestables . (Guerreo , Urbano, Ruíz, Neira, & Fernández, 2016).

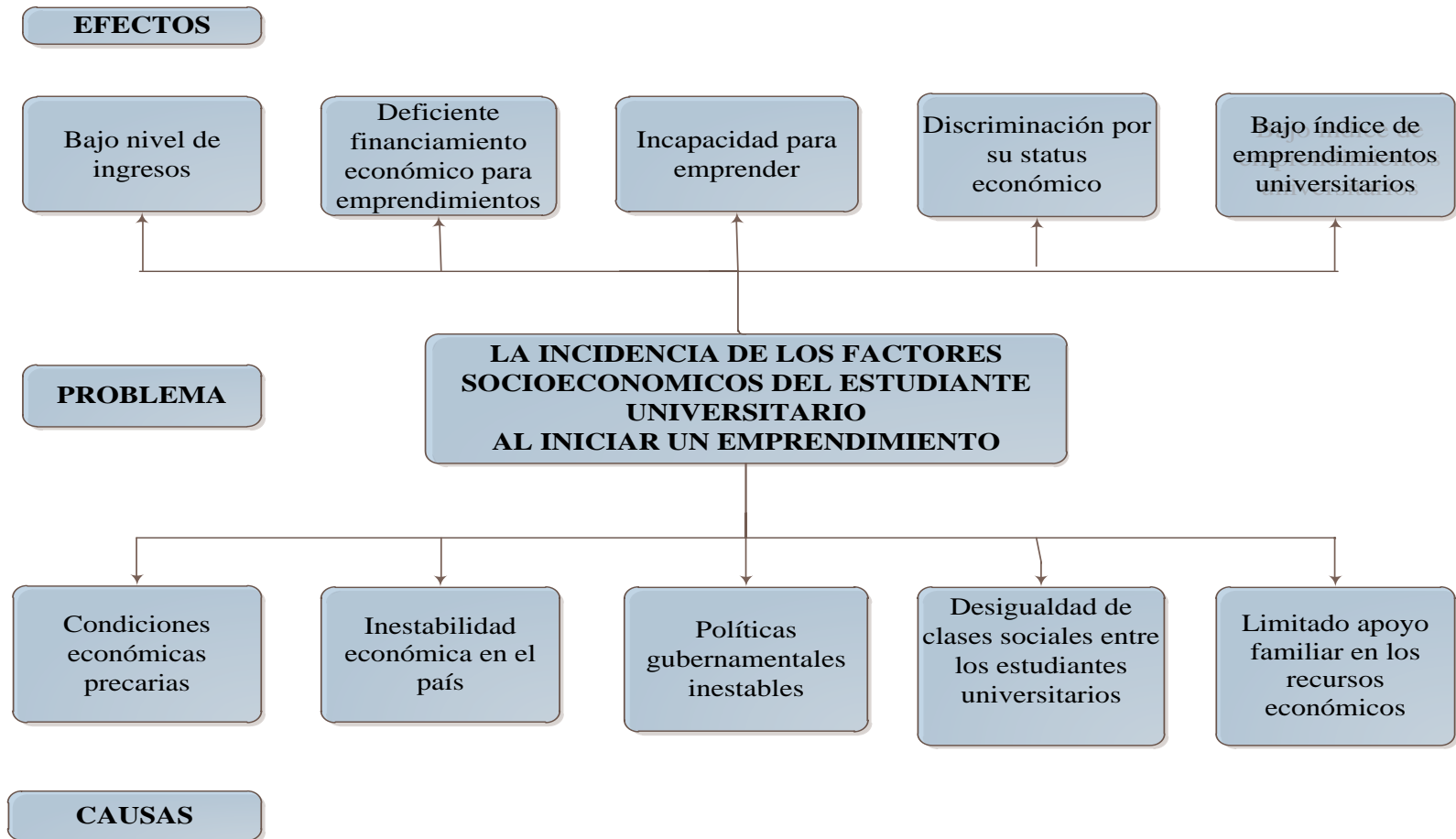
A si de la misma manera, la incapacidad para emprender ha surgido por el miedo al fracaso, de tal modo los estudiantes universitarios perciben su falta de experiencia y conocimientos para poder cumplir con los objetivos planteados al iniciar su emprendimiento es así como esto ha conllevado a una escasa iniciativa de los estudiantes para emprender su propio negocio debido además a la existencia de factores socioeconómicos que impiden el desarrollo de su emprendimiento.

Seguidamente en las instituciones educativas de educación superior de la provincia de Tungurahua sean públicas o privadas la desigualdad de clases sociales entre los estudiantes universitarios es común, debido a que los individuos pertenecen a diferentes status económicos provocando un bajo porcentaje de discriminación por parte de los mismos estudiantes siendo así, que los factores socioeconómicos no son un impedimento para algunas estudiantes al iniciar un emprendimiento porque algunos jóvenes son hijos de padres con negocios ya establecidos por ende no se les complica el poder iniciar con un emprendimiento en comparación a otros estudiantes que tienen que buscar fuentes de financiamiento para poder emprender ya que en su gran mayoría no cuentan ni con el apoyo de económico de su familia (Barreto, Zuniga, & Ruiz, 2015).

Es así, como el índice de emprendimientos universitarios ha descendido por consecuencia de los factores socioeconómicos que obstaculizan que los estudiantes puedan poner en marcha su idea de emprendimiento y por falta de apoyo de sus familiares ya que la situación económica de los mismos es inestable (Quispe Otacoma, Martínez, Patricio, Telot González, Rivera, & Dianelys, 2017).

1.2. Árbol de problemas

Gráfico 1 Árbol de problemas



Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

1.3. Delimitación del objeto de estudio

1.3.1. Límite de contenido

Campo: Marketing

Área: Marketing relacional Aspecto: Emprendimientos universitarios

1.3.2. Límite geográfico

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

1.3.3. Límite espacial

La investigación se realizará en la provincia de Tungurahua a los estudiantes de las universidades: Universidad Técnica de Ambato (UTA), Universidad Regional Autónoma de Los Andes (UNIANDES), Universidad Tecnológica Indoamérica (UTI), Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCESA).

1.3.4. Límite temporal

El desarrollo de la investigación se realizará en el periodo de marzo- septiembre 2017

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Objetivo General

Identificar los factores socioeconómicos que inciden en el éxito o fracaso del estudiante al iniciar un emprendimiento en la provincia de Tungurahua.

2.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente y científicamente los factores socioeconómicos que influyen en el éxito o fracaso en los emprendimientos universitarios.
- Caracterizar la situación actual de los emprendimientos en las universidades a través de una investigación de campo
- Describir que factores socioeconómicos inciden al estudiante al iniciar un emprendimiento

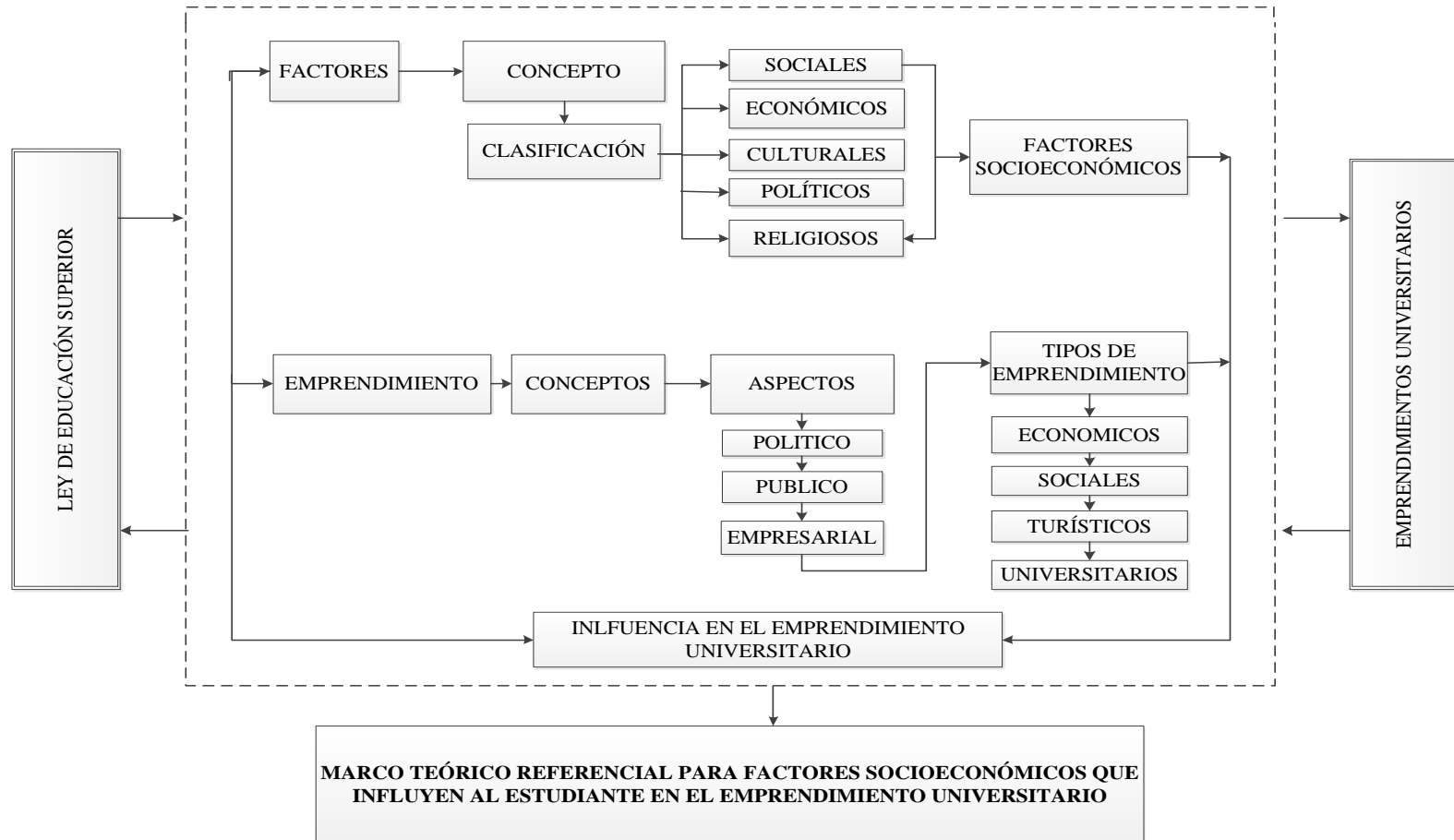
3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA ESTADO DEL ARTE

Para la presente investigación se desarrolló para el autor (Sols Rodríguez-Candela, Fernández Fernández, & Romero Yacobi, 2013) mencionan que “el hilo conductor el cual es utilizado para organizar os temas que se tratar en la investigación además ayuda a relacionar y explorar los conocimientos previos que tienen los alumnos.” El grafico se lo puede observar a continuación.

En el hilo conductor se detalla todos los temas a tratar en el desarrollo de la investigación, relacionados con los factores socioeconómicos del emprendimiento universitario tales como: Los factores, conceptos, clasificación, factores socioeconómicos, emprendimiento, concepto, aspectos, tipos de emprendimiento, análisis de los factores socioeconómicos dando como resultado la influencia en el emprendimiento universitario en la provincia de Tungurahua la misma que se puede observar en el grafico N°2.

3.1 Hilo Conductor

Gráfico 2 Hilo Conductor



Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

3.1.1. Marco teórico

3.1.2 Factores

Son aquellos elementos que pueden estipular un contexto, siendo los promotores del progreso o transformación de los hechos. Un factor es lo que ayuda a que se consigan determinados efectos al caer sobre él, el compromiso de la diversificación o de los cambios (Bembibre, 2012).

Los factores son variables que proceden como determinantes del triunfo o fracaso de una empresa. Las compañías que tienen fortalezas en los elementos de éxito son las que progresan en un mercado. (Sol, 2013)

“Son componentes internos o externos a la sociedad que han ser examinados y reconocidos porque aguantan o amenazan el logro de las metas de la organización incluido su presencia”. (Rubio, 2013)

3.1.2.1 Clasificación de los factores

Según el autor (Vázquez, 2016) y (Beatriz, 2015) señalan que la clasificación de los factores se pueden considerar en los siguientes:

3.1.2.1.1 Factores sociales

Es el fortalecimiento de los conocimientos de progreso de incremento colocados por la perspectiva de lo que es una buena sociedad, centrándose en la indagación de soluciones a las dificultades sociales y las necesidades de la sociedad (Vázquez, 2016).

En los factores sociales la enseñanza forma externalidades positivas para la sociedad. Lo que permite a que los adelantos y las nuevas preparaciones sean conocidos por otras sociedades favoreciendo a su progreso en movimientos comerciales. La educación ayuda a la disminución de las diferencias sociales y a la estabilidad social, creando así un ambiente más ventajoso para el emprendimiento. (Beatriz, 2015)

3.1.2.1.2 Factores económicos

Esencia misma de la convivencia, adecuada a comprenderse entre los individuos, lo que evita las peleas y los rencores al poner un precio a los objetos y a las acciones, se crean normas de convivencia establecidas en el método matemático (Morell, 2015). Un aspecto principal del emprendimiento, es el dominio que posee sobre el progreso económico de un país a nivel mundial. Lo que implica desarrollo financiero, ya que nos referimos a implantar nuevos servicios, por lo que a su vez se creará más capital y se aumentará puestos de trabajo (Torroba, 2014).

Con el tiempo se desarrolló modelos económicos que se aplican de diversa manera en el mundo actual, a través de la historia han evolucionado hasta hoy, en la actualidad la sociedad acata a un gobierno que obtiene su base en la fortuna, medida a través del dinero, cosa específica que tomó su valor a partir del oro, hasta hace ciertos años, la plataforma del sistema bancario internacional, actualmente fue sustituido por el proceder de los mercados de capitales, consecuencias del comercio internacional (Cadena, 2013).

3.1.2.1.3 Factores culturales

Los factores culturales facilitan no sólo conocer los rasgos distintivos que hacen desiguales a grupos de individuos y a sitios poblacionales entre un mismo sitio territorial y social, sino, además, alcanzar, a través de ellos, cómo se ha originado el adelanto histórico, sus preferencias más significativas. Los factores culturales indican esencialidades de las conductas de los seres humanos como son algunos aspectos como la religiosidad, costumbres y tradiciones aportan un conjunto de significados que no se pueden esquivar en los estudios de las comunidades (Reyes, 2014)

Los factores culturales están relacionados claramente con la familia siendo un factor preciso de la creación de compañías (Giménez, 2012). El objetivo de la cultura se radica en el contenido y la distribución de las representaciones intelectuales que las partes de un grupo comparten socialmente. Partiendo del indicio en que la sociedad gestiona sus problemas, es viable alcanzar un método de categorización y comparación de las empresas (Ribeiro & Roig, 2013).

3.1.2.1.4 Factores políticos

Las políticas oportunista y discriminatorias, ejercidas por los países lujosos, imposibilitan que la mayoría de los países participe activamente en los cambios productivos y financieros; es decir, no alcanzan a globalizarse, y si lo hacen es simplemente a través de las transnacionales vecinas en sus economías (García N. , 2012).

El Régimen Emprende Ecuador fue creado por El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad como estrategias de política nacional de emprendimiento. Su creación en la zona se dio mediante la vinculación de la segmento público y privado, revirtiéndole en un instrumento para viabilizar técnicas conducidas con al contexto emprendedor siendo una asociación de mercados (Barriel & Otero, 2014).

Se afirma a través de un contenido público de leyes y prácticas de mercados de empresas y personas que interactúan entre sí para promover. Se relacionan ideas de negocios, destrezas, recursos financieros y no financieros. Tiene áreas, como: sistema de información, sistema de financiamiento, educación emprendedora, sistema de voluntariado, sistema institucional de emprendimientos (Marrero, 2015).

Intervienen en la creación de emprendimientos y compañías, mejora socioeconómica de la región. Sierra centro del Ecuador, lo que causa lucratividad de cada provincia tanto comercial, social y cultural (Padilla, Quispe, Nogueira, & Hernández, 2016).

3.1.2.1.5 Factor religioso

La religiosidad está unido algún acontecimiento que suceda en el ser humano, lo que llega a afirmar que la inclinación a la fe religiosa es el impulso más poderoso y confuso de la imaginación humana, y, con toda posibilidad, es una parte invencible de su entorno La religión es transmitida y enseñada a través de la cultura a las personas, cumple una función socializadora por lo que debe ser enseñada (Valiente & García, 2013).

Las religiones exceden en un número, inclusive mayor que lenguajes conocidos, y son varias que resulta dificultoso determinar en qué radica la religiosidad, concierta tener

presente que a lo extenso de la historia de la humanidad siempre han preexistido cultos, sin credos ni dogmas o ilusión en otra vida futura (Cohen, 2012).

3.1.2.1.6 Factores socioeconómicos

Son las cualidades, atributos o características que poseen o utilizan los estudiantes universitarios (Arévalo, 2014) .Se utilizan para referirse a los logros ocupacionales, educativos y de ingresos de los individuos o grupos, cada una de estas categorías tiene un nivel de prestigio o poder social, a través de las mediciones de esos logros se puede comparar el estado relativo de un individuo o de grupo con otro (Crepeau & Boyt, 2013).

Los factores socioeconómicos desempeñan un papel importante en el nivel de los estudiantes que propicia la agregación de tales factores en el centro, si los estudiantes de entornos más favorecidos escogen mejores centros de estudios educativos o porque dichos estudiantes participan activamente en la creación de empresas, propiciando un ambiente alto de aprendizaje (Martín, 2014).

Se caracterizan por situaciones financieras tanto de la familia como del mismo estudiante que influye en el ingreso y permanencia en la universidad y su sustento durante el periodo académico. Tienen que ver con el área laboral y sus obligaciones económicas (Ariza & Marín, 2013).

La idea de este modelo es resaltar los aspectos positivos que determinan a los estudiantes universitarios a crear empresas tal como es su deseo de superación, la flexibilidad de tiempo al tener su propia empresa y el hecho de estar más tiempo trabajando desde el hogar. Busca enfatizar los factores negativos y transfórmalos en factores positivos del emprendimiento, impulsar a los alumnos a estudiar disciplinas en negocios lo cual hace que tengan mayor conocimiento previo sobre gerencia y sientan más seguras al emprender.

3.1.2.1.6.1 Elementos de los factores socioeconómicos son los siguientes:

a) Nivel de educación

Al transcurso del proceso formativo se otorga al individuo instrumentos teóricos y prácticos, de contenidos para llegar hacer un emprendedor, con fundamento en un direccionamiento importante y un enfoque de sostenibilidad en el largo plazo, en donde este nuevo administrador debe entender que el fin de una empresa es contribuir a la creación de valor importante para los stakeholders “Son grupos que sin el apoyo de ellos la empresa podría dejar de existir, lo que obliga a la compañía a no centralizarse exclusivamente en los asociados o stakeholders” (Navarro, 2012), conservando equilibrio entre el desarrollo económico, social y ambiental.

La educación se ha convertido en una mercadería que, a pesar de ser sobre pagada, no cumple con conferir el beneficio que ofrece. El cargo social de la enseñanza no es ofrecer ciencia, sino crear capacidades a los beneficiarios de la misma, para abastecer apoyo mediante un oficio o trabajo. Cuando esto no sucede las personas tratan de procurarse por sí mismas un empleo (Rovayo, 2012).

b) Clase social

Se define por una serie de rasgos, entre los que destaca el de conciencia de clase. Una clase social de ingresos altos, está dirigida a adquirir éxito en los estudios y por otra parte, si es de clase social baja, tiende más es al fracaso escolar (García T. , 2013)

Estas ideologías se opinan en las prácticas educativas de los padres hacia los hijos. En este campo, se halla hipótesis muy innovadas, pero las que han conseguido más triunfo son las que pertenecen a un padre dictador y una madre comprensiva, el rendimiento escolar pobre, frente a unas aspectos elevados, al triunfo académico (García F. , 2012).

c) Desigualdad social

Tiene su origen en la diferencia étnica. La cultura común sirve para comprobar significados y así despachar a muchos de las personas de las restricciones de su origen

social y de los prejuicios que acarrearán en algunas situaciones. Las familias aparecen internamente diferenciadas en una cadena de status ocupacionales, enfoques de privilegio o de subordinación, niveles financieros, etc. De modo que los sujetos que la componen no se deleitan de una identidad social (Terrén , 2012), en la que se instituye los tipos de las clases sociales y estas se pueden dividir en:

1) Sucesos educativos en las clases sociales.

Estas posibilidades se ha de entender desde el punto de vista social e individual. Desde el plano social se considera que la desigualdad de clases es el origen que forma la disconformidad de oportunidades en la educación. Señalando desde formas desiguales y ayudando a abastecer la calidad de educación, el equipo educativo oportuno tenderá a garantizar la permanencia dentro de los límites de la clase. En el plano individual, podemos descubrir estas diferencias, es decir su pertenencia está dirigida a una determinada clase social lo cual tiene un modo diferente de descubrir e imaginar la educación (García T. , 2013).

2) Psicología de las clases sociales

Ante la falta de eventuales estudios científicos la conducta de cada clase social, en el elemento de educación, se puede exponer algunos caracteres que son frecuentes y se diferencian de la siguiente manera: según el autor (García T. , 2013)

- ✓ En la clase alta se encuentra en un alto orgullo que tiende a infundirse a los hijos, así como ciertos prejuicios hacia diferentes clases.
- ✓ En la clase media se estima un entorno más normalizado. Surgen condiciones positivas tales como el control de la satisfacción de los propios deseos.
- ✓ En la clase humilde se considera el compromiso de la falta de medios para atender a las necesidades esenciales.

d) Entorno familiar

El término familia se entenderá como un grupo de dos o más personas, que viven juntos y con quienes se está relacionado ya sea por nacimiento, matrimonio o adopción. En

muchas culturas hoy en día, los adultos que no son padres también se consideran parte de la familia si juegan un papel importante en desarrollo o la custodia de los hijos de otras personas. (Zavala, Mendoza, & Nájera, 2012)

e) Capital cultural

Es aquel que se relaciona principalmente con la educación y puede ser de tres tipos: incorporado, objetivado e institucionalizado: El primero requiere un proceso de interiorización y consiste en un conjunto de creencias que se van transmitiendo a través de la convivencia familiar. El segundo es transferible materialmente, aunque no se hereda la capacidad para apreciarlo. El tercero consiste en la educación escolar y está confirmado a través de documentos o certificados (Meichsner, 2012).

f) Ambiente político

Por su entorno, propone la indagación y aplicación de técnicas y destrezas para su distribución en un vínculo de disposiciones y trabajos compartidos entre el estado y la colectividad, siendo una característica importante de la acción gubernamental, pero no son el régimen en sí, sino otras instituciones financieras. (Rodríguez & Rodríguez, 2015).

Innova Ecuador, cierra el círculo de los proyectos promovidos por esta administración, y origina la innovación en la organización, el cambio productivo, y la eficacia logística a través del financiamiento de ideas innovadoras creadoras de nuevos productos.

De acuerdo con el informe Ejecutivo del Programa Emprende Ecuador los factores de éxito se encuentran centrados en lo siguiente:

- ✓ **Líneas de crédito para emprendedores.** - Junto a la Corporación Financiera Nacional (CFN) se instituyó una línea de solvencia directa que favorece a los emprendedores que cumplen los siguientes requerimientos: Ser personas naturales o legales cuyos propósitos tengan certificados de haber cumplido con el esquema Emprende Ecuador expresada por el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. Sus mercados deben estar encuadrados intrínsecamente

en los 14 fragmentos productivos prevalecidos por la Central de evolución productiva.

- ✓ **Montos.** - Los valores a invertirse tienen un mínimo de \$20.000 y un máximo de \$100.000.
- ✓ **Financiamiento.** – La inversión otorgada por la Corporación Financiera Nacional de Ecuador, no abarca el valor total del proyecto, es decir el solicitante deberá adquirir un adeudo y, a su vez, conlleve el peligro, por lo cual queda concretado de la siguiente manera:
 - a) **Financiamiento CFN.** – Apoya con el 80% del Plan de Negocios para proyectos de emprendimiento, la misma que descarta gastos no operativos.
 - b) **Garantía.**- Se requerirá un mínimo el 100% de respaldos adecuados y aptos para cautelar los créditos inmediatos que conceda la CFN a través de este programa, siempre que se perciba lo dispuesto en el Art. 72 de la Ley General del Sistema de Instituciones Financieras (Ordoñez, 2016).

g) Inversionistas

Los inversionistas son todas aquellas personas y/o empresas, nacionales o extranjeras, que invierten en instrumentos financieros con la finalidad de obtener una ganancia. Ellos representan a la demanda en el mercado de valores (Valencia, 2014)

3.1.3 Emprendedor

Se denomina emprendedor a aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzarla y más luego llevarla a buen puerto. Generalmente, este término, se aplica para designar a las personas que de la nada, solamente, con el capital de la idea, logran crear o fundar una empresa o ayudan a otro a realizarlo (Maribel Guerrero, 2016)

En el siglo XVII el francés Richard Cantillon, definió al emprendedor como un individuo que compra cierta materia prima y lo transforma en un producto terminado. Posteriormente su coterráneo (Valencia, 2014), alude al emprendedor como líder, que

toma varios riesgos, analiza cada idea nueva y hace uso de los recursos necesarios que posee para poder emprender su idea en diferentes ámbitos.

A lo largo del tiempo el termino emprendedor ha tenido diferentes variantes en todo el mundo uno de los más reconocidos y usados es por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), importante organización a nivel internacional señala que el emprendimiento es el intento de innovar y crear una empresa o negocio generando autoempleo para los mismos individuos o personas que ya tienen establecido un negocio.

Cabe destacar que varios autores como (Delgado , Gómez, Romero Martínez, & Vázquez Inchausti, 2010) piensan que la definición de emprendedor tiene su inicio en Francia y se lo conocía como “Entrepreneurs” a los individuos que realizaban actividades muy importantes para el reino. Sin embargo, (Enciso Congote , 2010) fue la primera persona que relaciono este concepto a las actividades económicas, teniendo como antecedente los agentes económicos que existen.

Además, existen diversos puntos de vista generales que limita el espíritu emprendedor como la solución innovadora a los problemas sociales, económicos, políticos, culturales y ambientales indicando de este modo que el emprendedor es la persona que tiene la capacidad de generar y procesar información convirtiéndola en conocimiento. (Torres Granadillo & Artigas, 2015) propone que el emprendedor es un agente de cambio económico, que encaja innovaciones en los diferentes mercados, lo cual ocasiona inestabilidad temporal en los mismos, y esto a su vez induce a un cambio estructural de las actividades productivas presentes en las economías variantes.

3.1.3.1 Qué es ser emprendedor (Entrepreneur)

Del mismo modo (González & Rodríguez , 2013) menciona que dentro de la filosofía de los negocios el emprendimiento constituye un paradigma nuevo e innovador que se basa generalmente en variantes que se debe asumir tales como el riesgo, los errores, los fracasos y la pasión por una idea, que puede surgir como algo innato o insostenible de lograr, pero que forma la nueva esencia en el estilo en que se está forjando la capacidad emprendedora en diferentes ámbitos.

3.1.3.2 Cómo nace el sentimiento emprendedor

Al mismo tiempo (González & Rodríguez , 2013) indica que la acción emprendedora surge de la insatisfacción del individuo, principalmente cuando desea emprender o poner en marcha una nueva idea. Además, nace el deseo de superarse profesionalmente algo que lo sustente en el futuro, una razón para sentirse importante.

3.1.3.2.1 Características del emprendedor

Para (González & Rodríguez , 2013) las características del emprendedor se basa principalmente en :

- Personalidad creativa
- Les gusta la independencia y además les gusta los riesgos
- Superan cada obstáculo que se presenta y deja a tras todo lo fracasos
- Sus objetivos siempre se encuentran bien definidos
- Temen a los fracasos, pero desconfían de ellos mismo porque saben que pueden tener alguna equivocación
- Son obsesionan porque sus intereses aumenten
- Demuestran lo que son capaces de realizar
- Una de las habilidades que tienen es la concentración
- No dejan que ningún miedo les afecte y continúan con el objetivo fijado
- Saben que no en todo logran el éxito, pero toman el riesgo más vale intentarlo
- Busca ser siempre el primero y busca ser la diferencia
- Son bien responsables con alguna actividad que empiezan

3.1.4 Aspectos del emprendimiento

3.1.4.1 Políticos

La política en el Ecuador se encuentra fomentada al apoyo y creación de lineamientos para que los emprendimientos puedan surgir existiendo como tal las instituciones que ayudan con microcréditos para que puedan emprender, el aspecto político en muchas ocasiones

va de la mano con la económica ya que dependen de muchos factores como son el apoyo social y la inclusión de varios sectores que fomenten para apoyen a los emprendimientos.

1.1.4.2 Públicos

Las pymes se encuentran fomentadas por el apoyo de las instituciones financieras ya que se encuentran concentradas principalmente por bancos públicos y privados instituciones que otorgan créditos para cualquier necesidad o emprendimientos las instituciones reconocidas como principales para brindar el apoyo son el banco nacional del fomento, el banco central del ecuador, banco del estado, instituto ecuatoriano de créditos y becas, el Bies, existiendo de tal modo otras instituciones que brindan el apoyo económico y son las cooperativas de ahorro y crédito. (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2017)

1.1.4.3 Empresarial

Los emprendedores o microempresarios en muchas ocasiones se enfrentan a muchos retos los cuales ayudan o prohíben para que la idea de negocio se pueda poner en marcha, uno de los limitantes es el capital. Pero sin embargo en el país existen empresas que financian emprendimientos hasta con apoyo económico, realizando alianzas estratégicas hasta con el gobierno siendo uno de los principales ayudantes con sus políticas de financiamiento, brindando la ayuda o soporte necesario para que tengan un fácil acceso al crédito. (Padilla, Quispe, Nogueira, & Hernández, 2016)

En la mayoría de los países latinoamericanos el apoyo a los emprendimientos es sorprendente y dentro de ellos el ecuador no se queda fuera ya que es pionero en el apoyo del nacimiento de nuevas Pymes los programas de apoyo que para financiar el emprendimiento son: El Banco Interandino, El Banco Mundial y en el caso de ecuador el CFN impulsa con programas de apoyo en el 2014, para promover aún más el crédito a las pequeñas y medianas empresas del país.

3.1.5 Tipos de Emprendimiento

3.1.5.1 Emprendimiento Económico

La acción emprendedora con fines de lucro, es identificado como emprendimiento económico y determinado por (Acosta , Julio ; Arturo , Rodrigo; Ibarra , Alberto, 2014) como la mezcla de componentes productivos para el desarrollo de un proceso que innovará determinados bienes y servicios en nuevos, con el fin de obtener una utilidad que ayude a tener un buen progreso en el emprendimiento, los cuales esta arraigados a una serie de riesgos que se encuentran en el entorno económico por sus políticas gubernamentales.

De tal manera (Jabłonski, 2016) menciona que el emprendimiento económico consiste en la habilidad de mantener un desempeño mayor en el modelo de negocio que se va a establecer es así como (Mathaisel, 2015) indica que las empresas son capaces de asumir cualquier riesgo sin perder sus clientes, o disminuir la calidad del servicio o bien a desarrollar, Sin embargo (Nielsen, 2015) menciona que la verificación del modelo de negocio que establezca deberá ofrecer el potencial adecuado para poder forjar el crecimiento económico dentro de la empresa o microempresa dependiendo de su tamaño analizando así la flexibilidad del sistema de estructuración, ,innovación y emprendimiento.

(Torres Granadillo & Artigas, 2015) señala que Estudiar y analizar el emprendimiento, desde el punto de vista económico, implica investigar cuales son las iniciativas que un individuo posee para poder generar ideas innovadoras que le permitan desarrollar su iniciativa como emprendimiento. Citando a (Amorós, Leguina, & Gutiérrez, 2013) enfatizan que las empresas cuando estudian el concepto de emprendimiento económico, descubren varios elementos a tener en cuenta: confianza, reciprocidad y asociatividad, creando relaciones sólidas que permitan que su emprendimiento naciente pueda tener ganancia, cumpliendo con su objetivo principal el cual es incrementar fuentes de empleo para la sociedad.

El emprendimiento reside en la estructura de una red social, la cual se concentra en aprovechar las condiciones que lo rodean hacia la conformación de sistemas de

racionalidad cooperativa que se conviertan en unidades empresariales factibles y viables; es decir, se hace uso de los contactos socioeconómicos acumulados en el capital social de la red y de esta forma se proporcionan los mecanismos de identificación de oportunidades y el acceso a los recursos o simplemente apoyo emocional para el emprendimiento económico ya que se encuentra correlacionado con otros tipos .

3.1.5.2 Emprendimiento social

El emprendimiento social consiste en utilizar un modelo de negocio con las características de una empresa del sistema capitalista cuyo principal objetivo sea satisfacer las necesidades de la sociedad. Es decir, el emprendedor social, a través del emprendimiento social de una empresa, pretende utilizar las estrategias del mercado y generar beneficios para alcanzar un fin social (Paunero, 2014).

El emprendimiento social surge en el siglo XXI que se orienta fundamentalmente en resolver problemas sociales de una manera sostenible, además dichos emprendimientos tienden a comunicar su visión en diferentes términos relacionados con el deseo de la justicia social más que por el dinero.

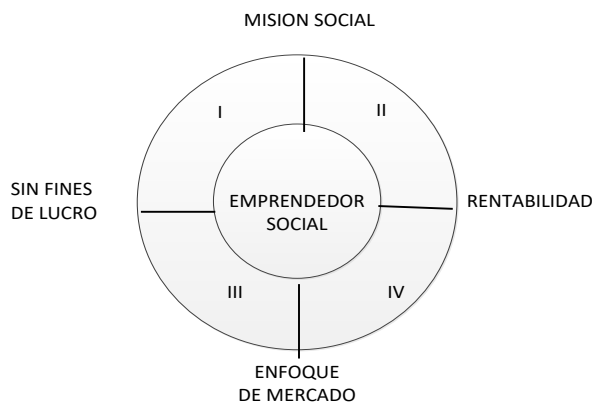
El emprendedor social siempre se ha encontrado inmiscuido con el resto de los emprendedores estos individuos son aquellos que combinan la creatividad con las habilidades y destrezas creando nuevas ideas y llevándolas a la realidad, sin embargo, estas personas son conocidas comúnmente como activistas comunitarios que ayudan al cambio social.

El emprendimiento social se ha convertido en una oportunidad de poder reconocer el valor social, sin embargo, el emprendimiento social se basa en los procesos más que en una acción, la búsqueda de una oportunidad para emprender creando alianzas para la organización sin fines de lucro. (Fischel, 2013)

Es importante reiterar que el emprendimiento social no es lo mismo que la generosidad o la benevolencia, Los emprendedores sociales interactúan a través de empresas sociales, las cuales, según (Palacios Núñez, 2010) alude que los emprendimientos sociales se

definen por utilizar los recursos públicos y privados de manera eficiente, dichos emprendimientos tienen significativamente una estructura, estrategias, normas y valores las cuales deben acatar correctamente como se puede observar en el gráfico N°3.

Gráfico 3 Matriz del emprendimiento social



Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

El emprendimiento social en los últimos años ha tenido un crecimiento impresionante a nivel global buscando soluciones a los problemas sociales, así identificando las oportunidades que se le presentan a sí mismas. De acuerdo con (Guzman & Trujillo, 2010) los emprendedores sociales buscan las soluciones de los problemas en diferentes ámbitos relacionados con el emprendimiento como ejemplo: la drogadicción, la contaminación ambiental, y el analfabetismo resaltado como importante que el emprendimiento social no se lo hace con fines de lucro al contrario se hace por ayuda a la sociedad.

Empleando la definición de (Duarte & Ruiz, 2011) alude que el emprendimiento social tiene una característica clave que puede diferenciarse del emprendimiento económico, como lo es las obras que realizan en beneficio de la sociedad actuando como agentes de un cambio constante generando un valor social sostenible y que fundamente el emprendimiento siendo fuertemente influenciado por prestar servicios a los demás.

Para otros autores (Apetrei, Domingo, Salvador, & Tur, 2013) “El emprendimiento social se ha convertido radicalmente en la búsqueda de oportunidades, en la construcción, desarrollo y evaluación de ideas para el bien común obteniendo como resultado emprendimiento social realizado por individuos visionarios”. para Definición permite

resaltar otros aspectos relacionados directamente con el emprendimiento social y las claves para generar un emprendimiento social:

- Como primero sería identificar las oportunidades sociales que aún no se han descubierto, generando de tal manera nuevas ideas que se puedan poner en marcha atendiendo así los problemas sociales que se les pueda presentar en el transcurso del emprendimiento.
- En segunda instancia sería identificar las características propias que tienen los emprendedores en la actualidad.

El emprendimiento social destaca que el incremento del impacto del propósito social que se encuentra orientado analizar la magnitud de las necesidades existentes en los individuos como un problema social. mientras que (André & Pache, 2016) ratifica que el modelo de emprendimiento social maximiza su impacto dando acceso a sus productos y servicios como base principal a sus beneficiarios, es así como (Duarte & Ruiz, 2011) da a conocer que “ Emprendimiento social se enfatiza en la creación de proyectos de contenido social relacionado con áreas como: comunicación, capacitación, medicina”.

3.1.5.3 Emprendimiento turístico

(Ariza & Marín, 2013) En el Ecuador el emprendimiento turístico ha ido surgiendo día a día ya que se ha convertido en una de las fuentes de ingresos para las familias como factor principal y para el país como fuente de ingreso importante generando de tal manera hasta campañas de publicidad de los lugares más turísticos de cada rincón del país, es por ello que el ministerio de turismo ha realizado alianzas estratégicas para que este ingreso sea más alto y ayude al presupuesto general de cada año del país, además el plan nacional del buen vivir.

El turismo comunitario se han considerados como ejes transversales de la economía popular y solidaria es así como dentro de cada proyecto desarrollado el emprendimiento turístico se apoya en los diferentes ámbitos contribuyendo con capacitaciones constantes de como poder énfasis en los planes estratégicos de marketing para que dichos emprendimientos puedan tener un buen desenlace en el momento de poner en marcha ,

dentro de ello también se puede incluir que el turismo comunitario va de la mano directa e indirectamente con el emprendimiento turístico ya que es interpretado como un sector más de la actividad turística y por lo mismo con políticas y acciones propias. (Aguilar Tipantuña, 2017)

El ministerio de turismo pone énfasis en que los programas de apoyo que pone para que los ciudadanos sean capacitados en el tema de turismo tenga una alta aceptabilidad por parte de los mismos individuos para que participen activamente en conjunto con las diferentes entidades que brindan el apoyo necesario.

3.1.5.4 Emprendimiento universitario

Los emprendedores nacen o se hacen es una de las interrogantes que muchos de los estudiantes se hacen pero los mismos llegan a la conclusión que un emprendimiento surge de la necesidad de crear algo nuevo e innovador o en otra instancia es la falta de fuentes de trabajo que hacen que una persona busque la forma de ganarse la vida y es emprender, una de las promotoras de los emprendimientos son la instituciones educativas de educación superior fomentando en las mallas curriculares módulos del tema tratado de tal manera formar personas críticas con ideas innovadoras creando sus propias empresas las universidades son las encargadas de impartir charlas de emprendimiento y hasta realizar encuentro con empresarios que han sido fundadores de grandes empresas.

(Gurrero, Urbano, & Ramos, 2016). Menciona que la educación emprendedora debe ser el eje de la política educativa de todo país que se interese más sobre el emprendimiento. Este tema debe ser abordado en todos los ámbitos sean los políticos, económicos, sociales y hasta culturales ya que todos se encuentran inmiscuidos el generar emprendimientos con resultados positivos de éxito de tal forma poder ayudar a la crisis económica que el país se encuentra viviendo ya que la misma ha provocado otra era económica que debemos saberla enfrentar con cautela y con astucia es decir generando fuentes de empleo con nuevos emprendimientos es por ello que los estudiantes son capacitados constantemente para que crean la necesidad de ser sus propios negocios ayudando al desarrollo del país emprendedora. Así lo define el autor (Rae ,2010)

Una de las características principales del emprendimiento universitario son las habilidades emprendedoras que son fijas de cada persona, además se ha puesto como punto principal que el rendimiento general de la educación está interrelacionado en ser un emprendedor positivo y que la formación empresarial es efectiva en el rendimiento de las personas que comienzan su propia empresa. Los diferentes programas de educación emprendedora, o en su totalidad tienen como primordial objetivo educar a los estudiantes a poner la teoría en práctica y comprender qué es el emprendimiento. Ganando así autoconfianza y motivación, llegando de tal forma a ser proactivos, creativos y aprenden cómo trabajar en equipo. (Sánchez & Hernández, 2016)

La intención emprendedora es el auto reconocimiento de crear un negocio y planificar conscientemente el futuro, dentro de ellos se toma muy en cuenta los valores con los que cada individuo ha sido formado tomando como fuente principal el entorno familiar, educativo, económico, cultural y el auto-reconocimiento de autoeficacia de conseguir algo ventajoso. (Barreto, Zuniga, & Ruiz, 2015)

En la actualidad el sistema educativo con el gobierno se encuentra promoviendo la cultura emprendedora tomando la empresariedad como una estrategia de relevancia prioritaria para conseguir una mayor claridad sobre la importancia de la promoción del perfil del emprendedor y del espíritu empresarial, la formación de empresarios y la creación de empresas. (Camacho, 2010) señala que “La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera, debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.”

3.1.5.4.1 El rol de la universidad en el emprendimiento

Hoy en día el rol de la universidad en los emprendimientos han tienen un impacto positivo desde los ámbitos científicos y tecnológicos hasta aspectos como la consolidación de valores en la sociedad. Asimismo, entre sus múltiples roles de la universidad es formar profesionales emprendedores capaces de enfrentar los retos que se le presente es la

principal fuente es el capital humano especializado. Sin embargo, en palabras de (Soto Sánchez, 2012), la universidad, además de crear individuos que ocuparán funciones establecidos, debe formar a quienes buscan indagar, renovar, crear e iniciar sus propios proyectos para transformarlos en nuevas fuentes de empleo, transformando procesos, productos o servicios que resuelven problemas de la sociedad.

A nivel mundial en las diferentes universidades se han formado grandes empresarios emprendedores que han logrado que su idea de negocio llegue a ser la más grande y lucrativa como tales tenemos los emprendimientos; FedEx, Dell, Google, Facebook y Snapchat (Zhang, Wang, & Owen, 2015). Adicionalmente, existe evidencia del impacto de las universidades en el emprendimiento gracias a indicadores como la proliferación de oficinas de transferencia de tecnología, incremento de patentes y licencias, así como cambios en la misión, criterios de permanencia y promoción de las universidades (Goldstein, 2010). Sin embargo, todavía falta mucho por hacer, desde la mejora de programas que permitan desarrollar el espíritu emprendedor del estudiante, hasta investigaciones que permitan conocer con mayor profundidad el fenómeno emprendedor.

3.1.5.4.1 Factores relacionados con la motivación por emprender en el estudiante universitario.

De acuerdo con (Marulanda , 2014), los gobiernos y diferentes entidades ofrecen fomentar el emprendimiento en las universidades como tema global ya que se han observado que con la creación de programas como emprende Ecuador como principal los emprendedores han logrado tener éxito en su emprendimiento, además la creación de empresas se encuentra determinada por la percepción del individuo de lograr sus objetivos con resultados positivos.

4. METODOLOGÍA

4.1 Paradigma de la investigación

El diseño positivismo demuestra que ciertamente será verdadero aquello que ha sido comprobado, permitirá indagar y establecer los hechos reales de la influencia de los

factores socioeconómicos en los estudiantes al realizar emprendimientos universitarios para explicar, anunciar, examinar los fenómenos y confirmar teorías validando únicamente los conocimientos que son precedentes de las culturas empíricas (Romo, 2017).

4.2 Enfoque de la investigación

4.2.1 Enfoque Cualitativo

Pretende captar el significado de las cosas, procesos, comportamientos. El papel de la teoría es crucial, tanto en la perspectiva cuantitativa como cualitativa ya que una investigación sin un marco teórico o un marco de referencia pertinente sería una investigación aislada que puede conducir a la especulación o al establecimiento de juicios de valor, situación originada en múltiples falencias en la construcción o síntesis teórica como parte del proceso de investigación (Ruíz, 2012).

Se aplicará a los estudiantes de las Universidades de la Provincia de Tungurahua Universidad Técnica de Ambato (UTA), Universidad Regional Autónoma de Los Andes (UNIANDES), Universidad Tecnológica Indoamérica (UTI), Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCESA), para obtener datos o información, que permitió conocer, detallar y entender la problemática de los factores socioeconómicos en los estudiantes universitarios.

4.3 Modalidades de la investigación

4.3.1 Investigación de campo

Radica en la recolección de datos directamente con los individuos investigados, o de la realidad donde ocurren hechos, los datos son examinados como una totalidad y no como fragmentos apartados (Di Virgilio, Cecilia, Carolina, Alejandra, Carolina, & Gabriela, 2014).

Caracterización de los emprendimientos

La caracterización es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo. Para cualificar ese algo previamente se deben identificar y organizar los datos; y a partir de ellos, describir de una forma estructurada; y posteriormente (Cano, Pulido, & Giraldo, 2015).

Cuando surgen ideas de negocios muchas veces se busca emprenderlas y otras simplemente se quedan como una idea. Un emprendedor es una persona que no solo se queda en la idea, sino que se prepara, busca realizarla y después de haberla realizado la mantiene con éxito, los emprendedores están entre grandes personalidades de la sociedad y la cultura, por lo tanto son personas que contribuyeron al crecimiento económico e innovaron con sus empresas (Crespo, 2012).

Cabe resaltar que estas características se basaron en un estudio investigativo, sin embargo, vale la pena mencionarlas, ya que generalmente tendemos a pensar que hay una regla o que un emprendedor sólo es una persona alejada a nuestra realidad y no es así. Es por eso que este proyecto ayudará a conocer un poco de todas esas cosas que no se dicen a grandes rasgos de un emprendedor y que proveen trasfondos socioeconómicos, de acuerdo con las características de los emprendedores, propician el éxito o fracasos de los emprendimientos universitarios.

La investigación se maneja de acuerdo a la modalidad de campo con la intención de implicarse con la realidad, que existe en los emprendimientos universitarios fue través del contacto directo de los investigadores con los estudiantes universitarios para recolectar y registrar la información primaria, relativo al problema de estudio.

4.3.2. Investigación bibliográfica- Documental

Es un estudio detallado, selectivo que constituye la información esencial en una perspectiva unitaria y de conjunto. Se entiende como un estudio en sí mismo, en el cual el examinador tiene una interrogante, recoge datos en la forma de artículos previos, los examina y extrae una solución (Silamani & Guíra, 2015).

Conocer la información relacionada con el tema planteado, y así enriquecer la fundamentación teórica, a través de publicaciones de artículos científicos de (Latindex, Doaj, Redalyc, Scielo, Pubindex, Ebsco, Dialnet, Lilac, Scopus, Embase, Medline, Wos, SCI, Web of Science, revistas tales como: Economicas CUC, Pensamiento y Gestión, Latinoamericana de Administración, Economía Mundial, Revista Intercontinental de Psicología y Educación, libros de diferentes autores, tesis, datos brindados por las Universidades y páginas web, lo que contribuirá a mejorar la interpretación de los resultados que arrojaran las encuestas, enriqueciendo la fundamentación de la investigación.

4.2.3 Tipos de investigación

4.2.3.1 Investigación descriptiva

Su especialidad primordial es la de mostrar una interpretación correcta, se establece en averiguar ciertos tipos de vinculaciones semejantes de fenómenos, a través de razones metódicas que consientan situar claramente su organización o conducta. De este modo se pueden lograr los momentos que identifican al contexto estudiado (Bianney, 2013).

Se lo utiliza para describir y detallar toda la información acerca de la problemática que existe en los factores socioeconómicos influyentes en el estudiante al realizar emprendimientos universitarios obteniendo resultados mediante las encuestas a realizarse, que servirán como guía para la investigación.

4.2.3.2 Investigación correlacional

Se estudia el factor de semejanza entre dos variables que no se encuentran relacionadas entre sí (Bustamante & Mendoza, 2013).

Investigación que permite analizar y evaluar las diferentes variaciones del comportamiento de una variable con la otra, permitiendo de tal manera medir el grado de relación entre ambas variables.

4.2.3.2.1 Señalamiento de variables

En la investigación realizada se determinó dos tipos de variables tales como: variable dependiente: Emprendimiento universitarios, variable independiente: Factores socioeconómicos la misma que se puede observar en la tabla 1

Tabla 1 Señalamiento de variables

VARIABLE DEPENDIENTE	ELEMENTOS
Emprendimiento universitarios	Económicos
	Sociales
	Turísticos
	Universitarios
VARIABLE INDEPENDIENTE	FACTORES
Factores socioeconómicos	Factores Sociales
	Factores Económicos
	Factores Culturales
	Factores Políticos
	Factores Religiosos

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

4.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

4.4.1 Población

La población es el conjunto de elementos que serán vistos en la elaboración de un proyecto de indagación. Cada componente que forma la población se lo llama individuo (Vargas, 2013).

Para continuar con el proyecto de investigación ha sido necesario prever de la población total de los estudiantes de las universidades de Tungurahua, con la cual se trabajará para el desarrollo del trabajo de campo estudiantes que serán considerados directamente como población del presente trabajo investigativo como se indica en la tabla 2.

Tabla 2 Universidades de Tungurahua

UNIVERSIDADES	FACULTADES QUE REALIZAN EMPRENDIMIENTOS	# DE ESTUDIANTES	%
	Ciencias Administrativas	89	38,7

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO	Ingeniería en alimentos e ingeniería en bioquímica	36	15,65
	Diseño, Arquitectura y Artes	33	14,35
	Contabilidad y Auditoria	27	11,74
	Ingeniería en Sistemas, Electrónica e Industrial	19	8,26
	Jurisprudencia y Ciencias Sociales	26	11,3
		230	100
UNIVERSIDAD REGIONAL AUTONOMA DE LOS ANDES	Sistemas mercantiles	14	24,14
	Dirección de empresas	20	34,48
	Jurisprudencia	12	20,69
	Derecho	12	20,69
	TOTAL	58	100
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA (UTI):	Facultades de Arquitectura y Artes Aplicadas	6	11,54
	Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas	16	30,77
	Facultad de Ingeniería en Sistemas	12	23,08
	Facultad de Jurisprudencia	10	19,23
	Facultad de Ciencia Humanas, de la Educación y Desarrollo Social	8	15,38
	TOTAL	52	100
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE AMBATO	Arquitectura	9	23,68
	Licenciatura en gestión hotelera	8	21,05
	Licenciatura de Administración de Empresas	13	34,21
	Licenciatura en Diseño de Productos	8	21,05
	TOTAL	38	100

Fuente: Universidades de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

Como detalla la tabla anterior, las universidades de la provincia de Tungurahua tienen un total de 23.317 estudiantes matriculados en las diferentes carreras que ofertan cada universidad; siendo así que en la UTA se encuestarán a 230 estudiantes, en la UNIANDES 58, mientras que en la UTI serán 52 y la PUCESA son 38 completando el total de la muestra que es 378 estudiantes a encuestar.

4.4.1.1 Población finita

Agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades. (Bustamante G. , 2011).

Para determinar el tamaño de la muestra se considerará lo siguiente: se trabajará con una población finita es decir el total de la población para determinar la razonabilidad de los mismos.

4.4.2 Muestra

Es el fragmento de la población que se elige para ejecutar el análisis, las operaciones de muestreo estadístico se enfocan en seleccionar un pequeño grupo característico de la población (Levine, Berenson, & Krehbiel, 2014).

4.4.2.1 Formula estadística

Para realizar la muestra se basa en la siguiente formula indicada en la tabla 3:

Tabla 3 Fórmula estadística

e= (error de muestreo)	0,05
N= (población)	23.317,00
σ = (probabilidad de ocurrencia y/o no ocurrencia)	0,5
Confianza=	95%
Z= (nivel de confiabilidad)	1,96
n= Tamaño de la muestra	X

Fuente: Estadística aplicada I

Elaborado por: Lisette de la Cruz, Katherine Moya

La tabla indica el **error de muestreo que es del 0,05** se utiliza para la desviación estándar de la población de valores de una estadística muestral en su estimación, **N** es la población total en este caso los estudiantes universitarios de Tungurahua, **la probabilidad de ocurrencia y/ o no ocurrencia es de 0.5** , se valora sin considerar los controles existentes para administrar los riesgos, para la valoración inicial y final del impacto y de la probabilidad de ocurrencia ,los investigadores utilizan metodologías que permitan demostrar el error que puede ocurrir, **el porcentaje de confianza es del 95%**, con un nivel de confiabilidad del 1.96 esto significa que los resultados de una acción probablemente cubrirán las expectativas el 95% del 100% de las veces que ocurra y **n** que significa la muestra a la que se encuesta.

Fórmula ecuación 1

$$n = \frac{NZ^2\sigma^2}{(N - 1)e^2 + z^2\sigma^2}$$

$$n = \frac{23.317,00 * 1,96^2 * 0,05}{(23,317,00 - 1)0,05^2 + 1,96^2 * 0,05^2}$$

$$n = 378$$

Con el número total de los estudiantes y la aplicación de la respectiva formula se ha obtenido una muestra de 378 personas encuestar facilitando así el desarrollo óptimo del proceso investigativo y así obtener plena confianza de los resultados con la aplicación del instrumento correspondiente.

4.4.2.2 Cálculo proporcional de la muestra para cada una de las universidades y sus carreras

El total de la población universitaria en la provincia de Tungurahua se detalla en la siguiente tabla siendo como principales la Universidad Técnica de Ambato (UTA), Universidad Regional Autónoma de Los Andes (UNIANDES), Universidad Tecnológica Indoamérica (UTI), Pontifica Universidad Católica del Ecuador (PUCESA), como se observa en la tabla 4.

Tabla 4 Total estudiantes en porcentaje

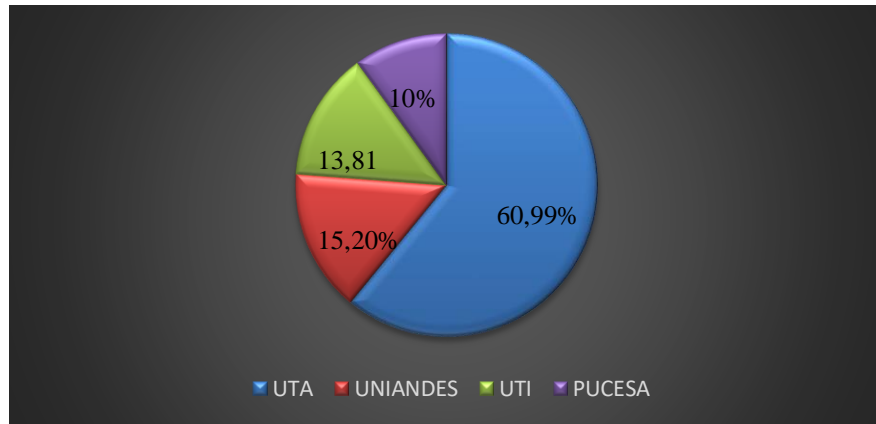
UNIVERSIDADES	# DE ESTUDIANTES	PORCENTAJE	# DE ENCUESTAS
UTA	14.222,00	60,99%	230
UNIANDES	3544,00	15,20%	58
UTI	3.220,00	13,81%	52
PUCESA	2.331,00	10,00%	38
TOTAL	23.317,00	100	378

Fuente: Universidades de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

De este total se ha podido establecer mediante el cálculo porcentual el número de encuestas a realizarse en cada universidad cumpliendo así el 100% de la muestra en su totalidad como se detalla en el gráfico

Gráfico 4 Muestra por universidad



Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

Una vez realizado los cálculos correspondientes se puede observar en la tabla anterior la distribución del número de encuestas que se deben aplicar a cada universidad de la provincia de Tungurahua. Realizando de tal manera el 100% de las encuestas que se encuentran distribuidas siendo la UTA la más alta con un porcentaje del 60.99%, UNIANDES 15.20%, UTI 13.81% y por último la PUCESA 10% cumpliendo en su totalidad el porcentaje de muestreo total.

4.5 Recolección de información

- Plan para la recolección de información

4.5.1 Plan para la recolección de información

Es un proceso sistemático de la investigación en un artículo, extrae información correspondida con el problema a investigar y posteriormente a su observación permite direccionar y conducir a las posibles soluciones y opciones para conseguir los objetivos diseñados al inicio de la investigación.

En presente estudio se procedió a manejar varios métodos e instrumentos de investigación para conseguir que la búsqueda de información sea lo más exacta y acoplada al contexto. Para ello fue necesario la participación de los estudiantes universitarios de la Provincia de Tungurahua como se referencia en la tabla 5.

Tabla 5 Plan recolección de la información

TIPO DE INFORMACIÓN	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN	HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
	Entrevista	Cuestionario
	Encuesta	Cuestionario
INFORMACIÓN SECUNDARIA	Lectura científica	Artículo científicos de emprendimientos, perfil del emprendimiento, características de un emprendedor.
		Libros de emprendimiento
		Tesis
		Revistas especializadas

Fuente: Universidades de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

4.5.2 Plan para la recolección de información

Para la recolección de la información se tomó en cuenta algunos aspectos: hacer énfasis en la recolección de la información del negocio, debemos recolectar la información de las herramientas que vamos a emplear para el desarrollo del proyecto, debemos tener en cuenta la metodología que vamos a emplear para el desarrollo de la aplicación (Coria, Roman, & Torres, 2013) .

Para realizar ciertamente un plan de recolección de información, es preciso responder a ciertas preguntas básicas, mismas que se muestran en la siguiente tabla 6

Tabla 6 Plan de recolección de información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Con el fin de recolectar información y responder a los objetivos planteados en el proyecto de investigación.
2. ¿De qué personas?	La investigación se realizara a los estudiantes de las universidades UTA, UTI, UNIANDES, PUCESA
3. ¿Sobre qué aspectos?	Factores socioeconómicos en los emprendimientos
4. ¿Quién lo realiza?	Las investigadoras: Lissette De La Cruz, Katerine Moya

5. ¿Cuándo se lo realiza?	Marzo-Septiembre 2017
6. ¿Dónde?	Provincia de Tungurahua
7. ¿Cuántas veces?	Se realiza una vez a los estudiantes de las universidades
8. ¿Qué técnica de recolección?	Encuesta
9. ¿Con qué instrumentos?	Cuestionario
10. ¿En qué situación?	Se realizara en las diferentes jornadas de clases de los estudiantes

Fuente: Universidades de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

4.5.3 Técnicas e instrumentos

Para realizar el proyecto de investigación se utilizó las siguientes técnicas e instrumentos

4.5.3.1 Encuesta

Es una de las técnicas de recolección de investigación más aplicada, está basada en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con la intención de conseguir información de las personas (Toapanta, 2015).

4.5.3.2 Cuestionario

Es una lista de preguntas que se propone al encuestado con el fin de llegar al objetivo previsto (Quispe & Sánchez, 2011). Este cuestionario está basado en preguntas cerradas ya que se proporcionarán al encuestado varias opciones de respuestas de las cuales solo se podrá elegir una y serán de elección múltiple en la escala de Likert, midiendo diferentes variables relacionadas entre sí, en las medidas aplicados a los factores socioeconómicos tales como:

- ✓ **Medidas ordinales:** se utilizará escalas ordinales las que permitirán calificar las características de los factores
- ✓ **Escalas nominales:** que serán sustituidas por diferentes palabras las que pueden ser A veces, Siempre, Casi nunca, nunca, entre otras.

5. RESULTADOS

5.1. Validación del instrumento

5.1.1. Validación por expertos

Para elaborar la encuesta se ha desarrollado primero un cuestionario tomada como base principal otros instrumentos que han sido previamente validados y aplicados en investigaciones pasadas adaptando de tal manera la información necesaria para que el cuestionario ayude con el cumplimiento de los objetivos planteados. Posteriormente fue necesario la ayuda de cinco expertos quienes serían los encargados de analizar el cuestionario planteado y de dar el visto bueno para la aplicación de la encuesta, para la validación se contó con docentes investigadores en el área de investigación y estadística, una vez analizado el cuestionario cada docente emitió sus correcciones y criterios personales y sugirieron se realicen los cambios pertinentes y así aplicar correctamente la encuesta y recaen en los siguientes gráficos.

5.1.2 Resultados de la encuesta

1) ¿En qué Institución educativa usted estudia?

Gráfico 5 Pregunta 1

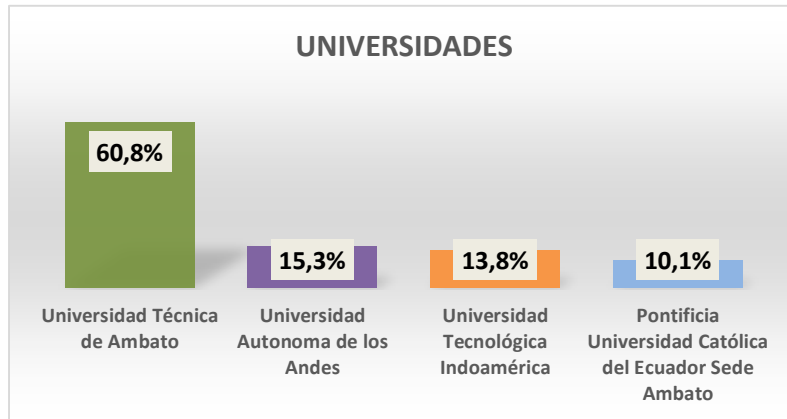


Gráfico N° 5

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

De las 378 de las personas encuestadas, el 60.8% son estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato, el 15.3% de la Universidad Autónoma de los Andes, el 13.8% de la Universidad Tecnológica Indoamérica y el 10.1% de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, de acuerdo a la encuesta realizada se observa que la mayoría de estudiantes encuestados son de la Universidad Técnica de Ambato, sabiendo que el porcentaje de estudiantes es más alto y la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato tiene una minoría de estudiantes.

2) ¿A qué etnia pertenece?

Gráfico 6 Pregunta 2

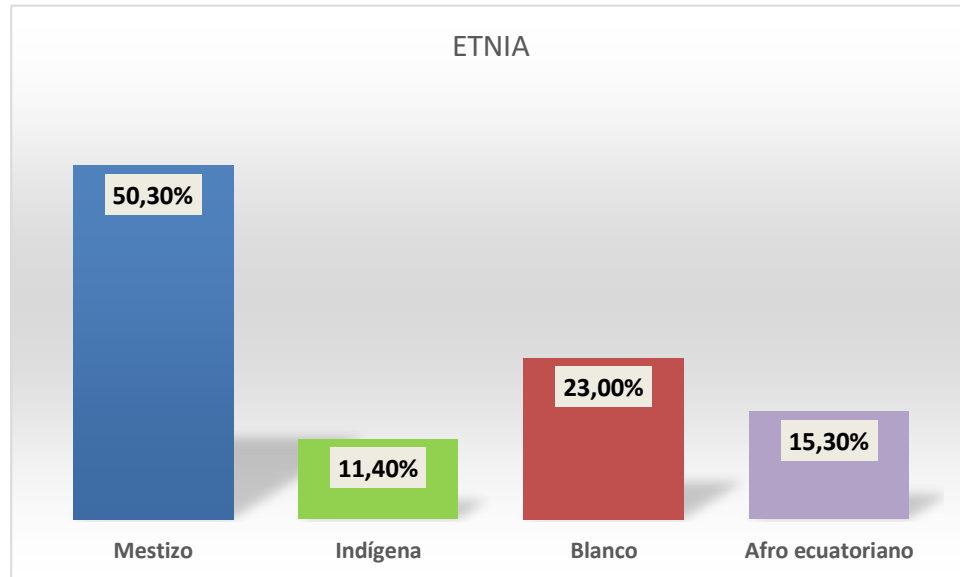


Gráfico N° 6

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

De un total de 378 personas encuestadas, el 50.3% de los estudiantes son de etnia Mestiza, el 23% son Blancos y el 15.3% de etnia Afro-ecuatoriana, el 11.4% etnia Indígena, considerando de tal manera que en las universidades de la provincia de Tungurahua la étnica mestiza sobresale en las demás debido a la mezcla de razas, color de piel, contextura y rasgos faciales.

3) ¿Cree que pertenecer a una etnia afectaría al iniciar un emprendimiento?

Gráfico 7 Pregunta 3

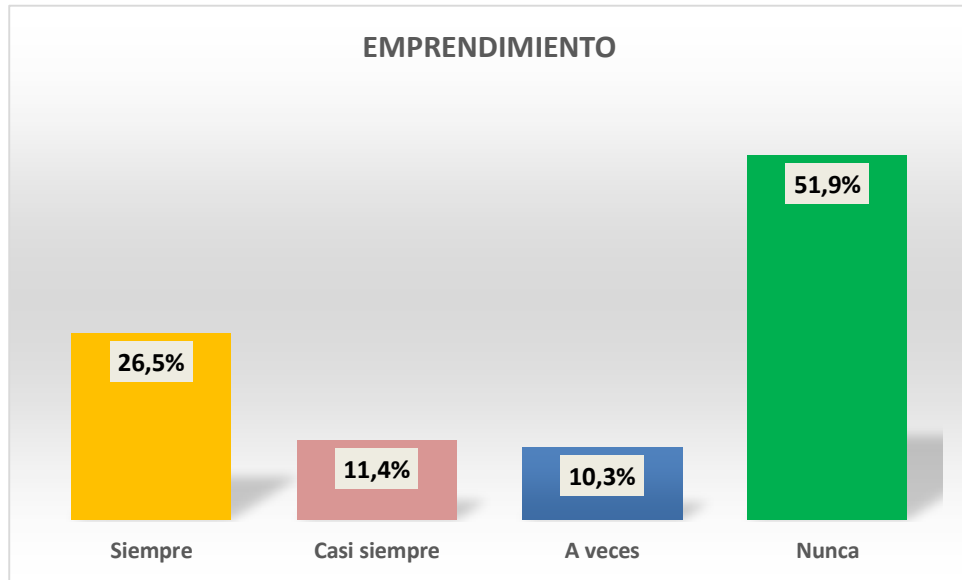


Gráfico N°7

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

Del total de los estudiantes encuestados de las diferentes universidades de Tungurahua, el 51.9% dice que nunca influye la etnia, el 26,5% siempre afecta la etnia, el 11.4% aluden que casi siempre, el 10.3% a veces influye en el momento de realizar un emprendimiento. En gran porcentaje coinciden que para iniciar con un emprendimiento la etnia no es considerada como un limitante ya que señala que un emprendedor es una persona creativa capaz de relacionarse con diferentes personas existentes a su alrededor, sin importar su aspecto físico o etnia a la que pertenezca

4) ¿En su universidad realizan capacitaciones de emprendimiento?

Gráfico 8 Pregunta 4

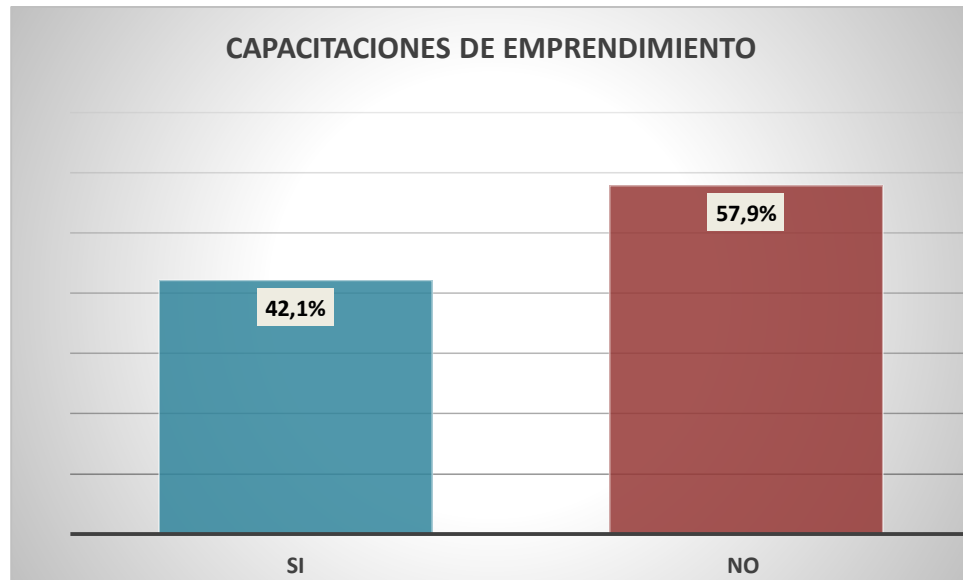


Gráfico N° 9

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

Del total de estudiantes encuestados, el 57.9% consideran que no se realizan las capacitaciones de emprendimiento correspondiente, el 42.1% consideran que en su universidad si se realizan las capacitaciones correspondientes demostrando que un índice de instituciones de educación superior necesita cubrir con este requerimiento tan importante para los estudiantes universitarios en la actualidad, los estudiantes necesitan ser capacitados con temas relacionados al emprendimiento. A continuación con la siguiente pregunta como lo hace en relación al tiempo.

a) ¿Cómo lo hace?

Gráfico 9 Pregunta 4

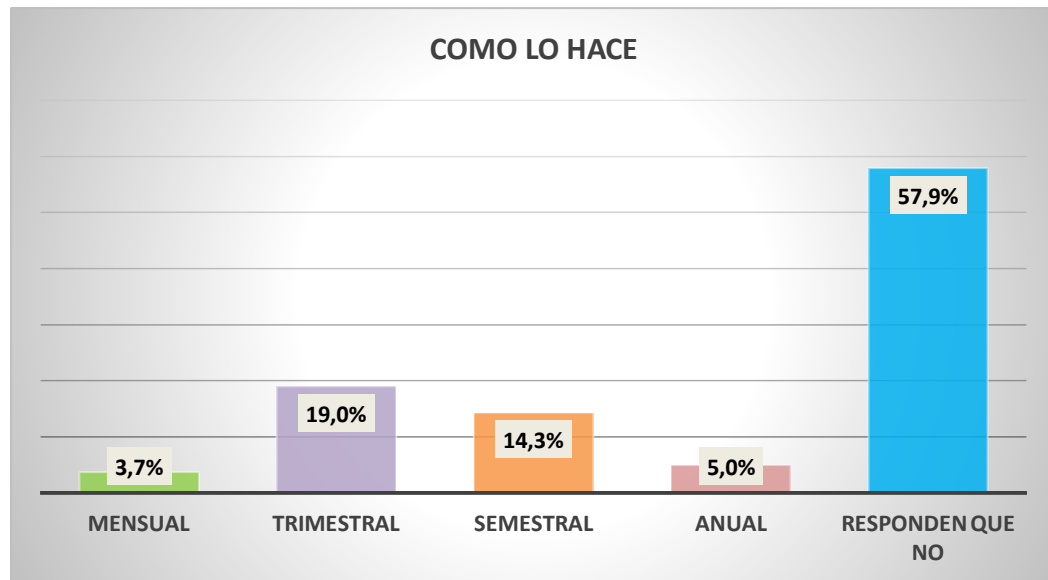


Gráfico N° 9

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

De la totalidad de la población encuestada el 57.9% responde que en la universidad que estudian no se realizan las capacitaciones correspondientes, el 19% lo hace trimestral, el 14.3% lo hacen semestral, el 5% anual y el 3.7% señala que lo hace mensualmente. Considerando que un porcentaje alto contestaron que no se puede deducir que es necesario realizar capacitaciones de emprendimiento siendo un tema de gran importancia que debería abordarse constantemente en cada universidad para que los estudiantes universitarios pongan más énfasis en poder generar una idea emprendedora.

5) ¿Considera usted que el emprendimiento universitario es importante?

Gráfico 10 Pregunta 5

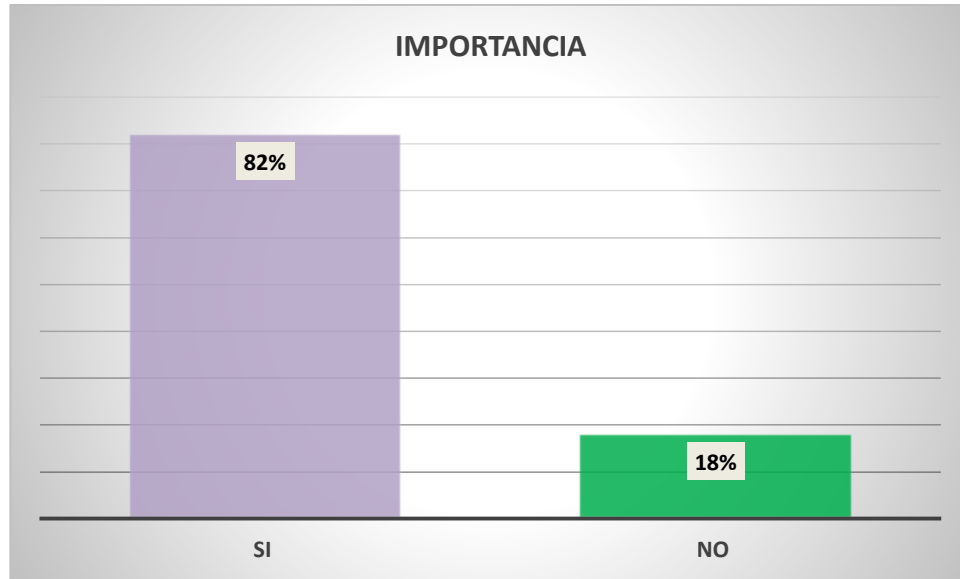


Gráfico N° 10

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

De los 378 estudiantes encuestados, el 82% de las personas señalan que el emprendimiento si es importante, el 18% que no lo es. Lo que significa que el emprendimiento se está tomando como un factor importante en cada universidad enfocándose a formar futuros emprendedores capaces de generar ideas innovadoras y así crear nuevas fuentes de empleo.

6) Señale el nivel de importancia del emprendimiento universitario en los siguientes ámbitos

Gráfico 11 Pregunta 6

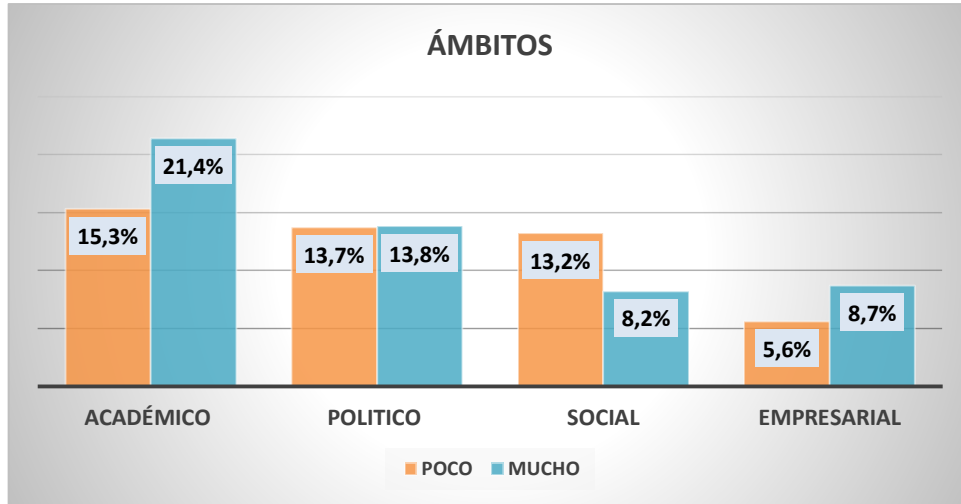


Grafico N° 11

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

Del total de las personas encuestada el 15.3% enseña que la educación influye poco al emprender un negocio, al contrario del 21.4% expone que el ámbito académico influye de manera positiva al momento de emprender un negocio, el 13.7% que el ámbito político no tiene mucha importancia, el 13.8% demuestra que si es importante al momento de realizar un emprendimiento, el 13.2% considera que el ámbito social tiene poco impacto sobre los emprendimientos, el 8.2% tiene mayor relevancia, el 5.6% considera que tiene poca importancia en el ámbito empresarial, el 8.7% alude que el ámbito influye de manera positiva a los emprendimientos universitarios. Los resultados analizados demuestran que los impactos de mayor importancia sobre los emprendimientos recaen en el ámbito académico como de mayor importancia mientras que el ámbito empresarial lo considera como poco importante en relación con los otros ámbitos puestos en estudio, fundamentando que el ámbito académico se encuentra realizando capacitaciones semestrales que ayudan a que los emprendimientos surjan de manera positiva.

7) Con respecto a la posibilidad de emprender, cuál cree que son los factores socioeconómicos que ayudan a llegar al éxito a los emprendimientos universitarios.

Gráfico 12 Pregunta 7

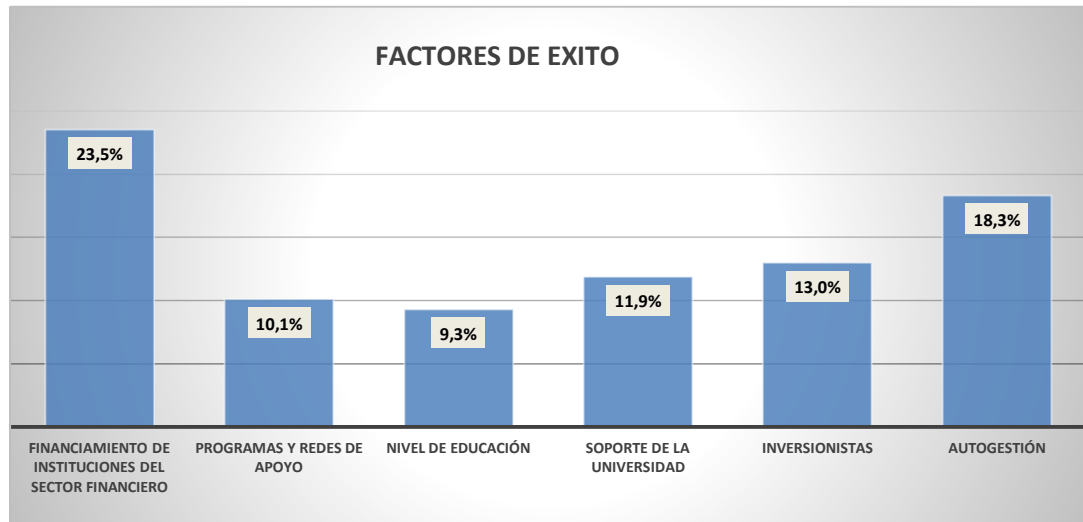


Gráfico N° 12

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

Del total de los estudiantes encuestados, el 23.5% que es el financiamiento de instituciones financieras, el 18.3% que es la autogestión, 13% señala que los inversionistas es uno de los aspectos interesantes que conllevan al éxito de los emprendimientos, el 11.9% indica que es el soporte de la universidad, el 10.1% que son los programas y redes de apoyo, el 9.3% la experiencia de docentes emprendedores. Considerando como base fundamental cada una de las respuestas se puede deducir que los aspectos con más relevancia es el financiamiento de las instituciones financieras las cuáles son instituciones pública o privadas se interesan por idea innovadora tales como: CFN, BanEcuador, MIPRO, Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de octubre, Cooperativa de Ahorro y Crédito Cámara de Comercio de Ambato, Siembra Futuro, y la autogestión porque la mayoría de los estudiantes pueden financiarse sus emprendimientos.

8) ¿Considera usted que Las Instituciones financieras apoyan a los emprendimientos en la Provincia de Tungurahua?

Gráfico 13 Pregunta 8

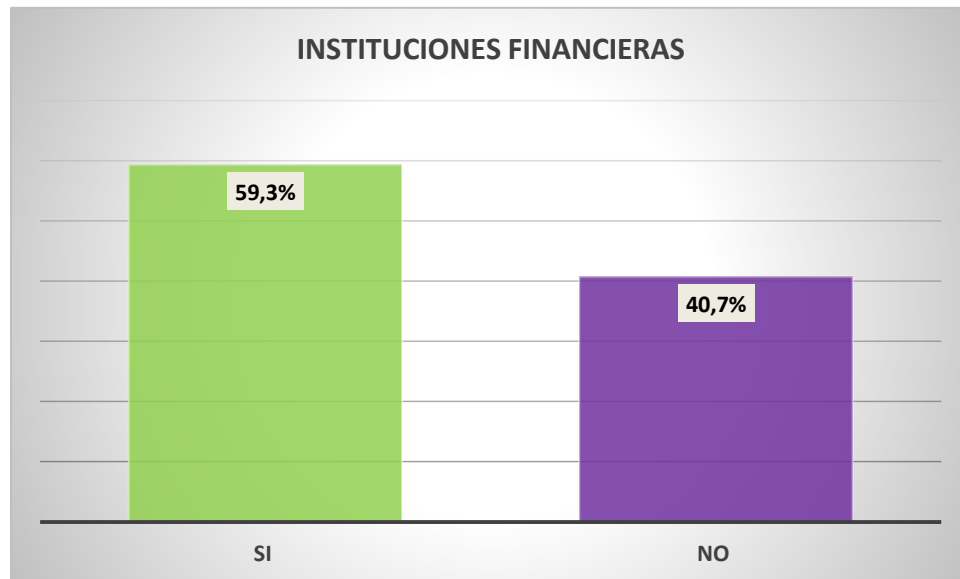


Gráfico N° 13

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

Del total de la población encuestada el 59.3 % considera que las instituciones financieras en la provincia de Tungurahua apoyan a los emprendimientos, el 40.7 % considera que no apoyan. En la ciudad existen diferentes instituciones financieras tales como: Bancos o cooperativas de ahorro y crédito que apoyan a los emprendimientos de cualquier tipo como se detalla a continuación en la siguiente pregunta.

a) ¿De qué tipo?

Gráfico 14 Pregunta 8

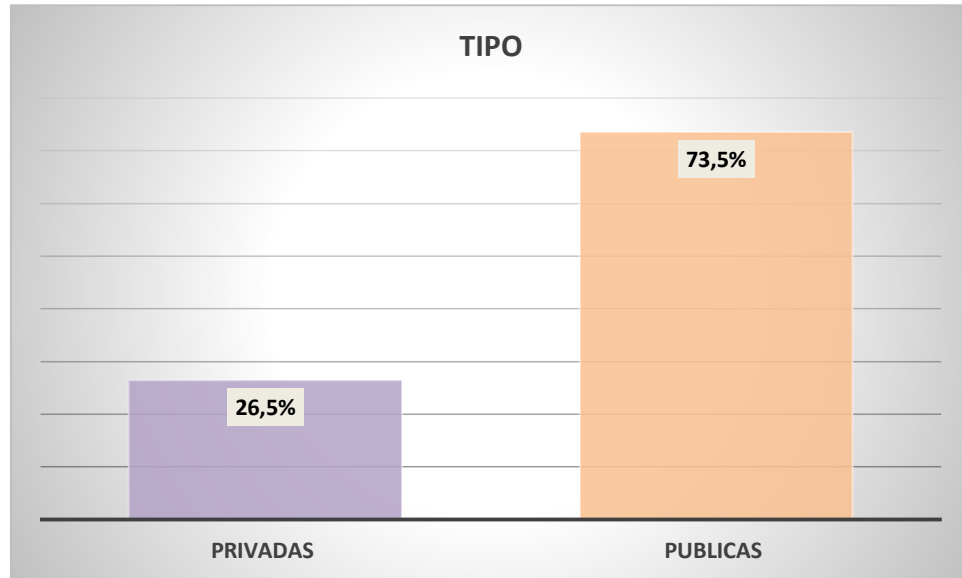


Gráfico N° 13

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

Del total de la población encuestada que es de 378 personas el 73,5% son instituciones financieras privadas, el 26,5% son entidades públicas. Lo que significa que las instituciones privadas ponen más énfasis en apoyar a los emprendimientos nacientes con capital para su idea innovadora, siempre y cuando dicho proyecto vaya tenga su respectivo diagnóstico.

9) Califique los factores que influyen al estudiante en el emprendimiento universitario.

Gráfico 15 Pregunta 9

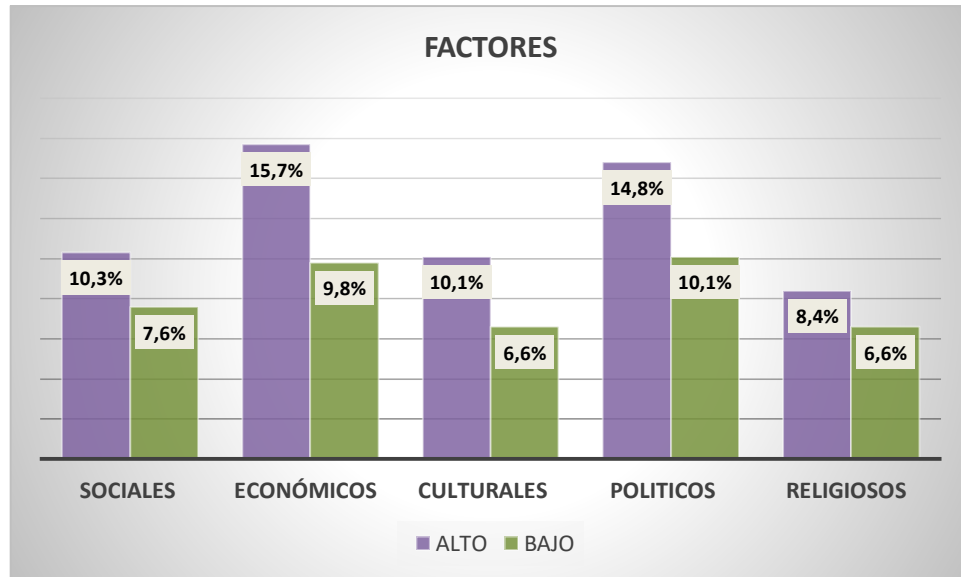


Gráfico N° 15

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

Del total de las personas encuestas el 15.7% expone que los factores económicos influyen mucho en los estudiantes universitario, el 9.8% menciona que existe un índice de bajo de apoyo económico para los emprendimientos, el 14.8% indica que el factor político tiene mucha importancia al momento de emprender, y el 10,1% considera que tiene poca influencia, el 10.3% indica que el factor social tiene un índice alto de afectación a los emprendimientos, el 7.6% no influye mucho, el 10.1% considera que el factor cultural tiene un alta influencia mientras que el 6.6% recae en un bajo porcentaje para que el estudiante emprenda, el 8.4% alude que el factor religioso tiene un alto índice y el 6.6% considera que no interviene en los emprendimientos universitarios. De tal manera que los resultados expuestos arrojan que los factores que mayor influencia tiene sobre los emprendimientos son económico, político, social.

10) ¿Considera usted que los factores socioeconómicos limitan al estudiante universitario para iniciar con un emprendimiento?

Gráfico 16 Pregunta 10

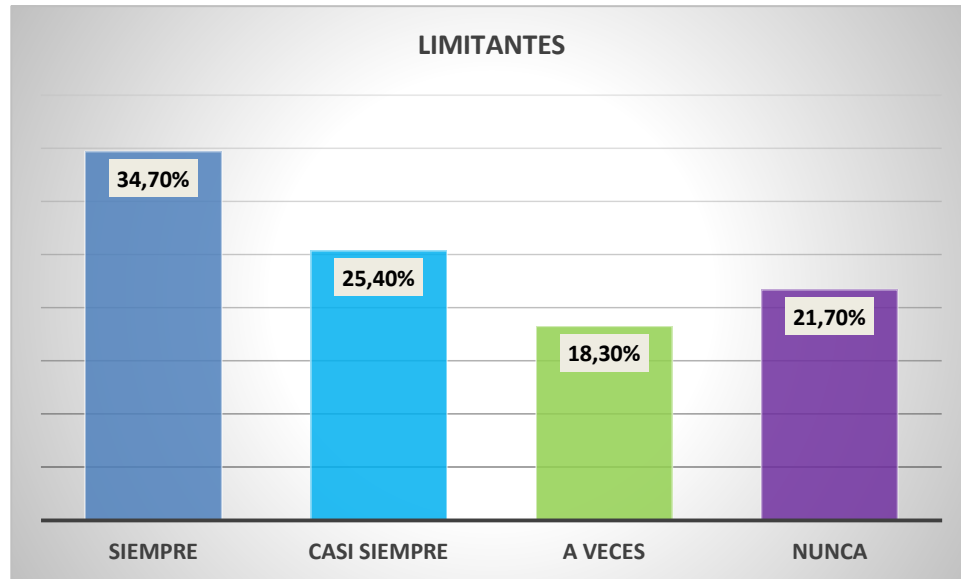


Gráfico N° 16

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

El 34.7% de las personas encuestadas consideran que los factores socioeconómicos siempre limitan al estudiante universitario al realizar un emprendimiento, el 25.4% indica que casi siempre afecta, el 21.7% señalan que nunca limitara al estudiante al momento de empezar su emprendimiento, el 18.3% consideran que a veces limita al estudiante. Los factores limitantes detallados anteriormente son causantes para que un emprendimiento tenga éxito o fracaso cada uno de ellos influye directa o indirectamente sobre el emprendimiento limitando así que los estudiantes universitarios tengan temor de iniciar su propio negocio temiendo así el fracaso.

11) ¿Califica cómo influye el estrato socioeconómico en los emprendimientos universitarios?

Gráfico 17 Pregunta 11

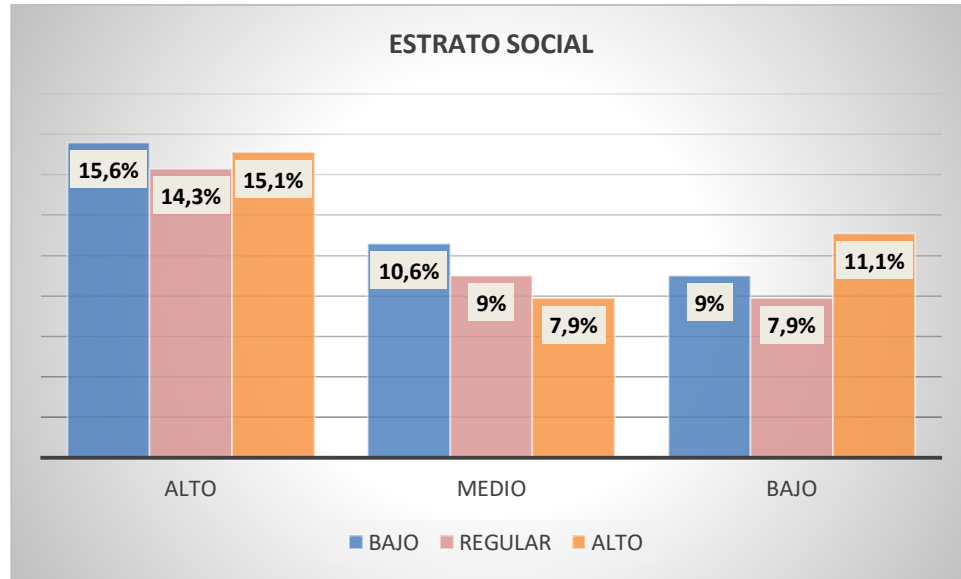


Gráfico N°17

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

La población encuestada menciona que la influencia del estrato socioeconómico en los emprendimientos universitarios estrato alto es bajo con un 15.6%, el 14,3% es regular y el 15.1% resalta en que la influencia en los emprendimientos es alto y ayudan a emprender, en el estrato social medio el 10.6% alude que es bajo, el 9% regular y el 7.9% coinciden que este estrato social si influye al momento de emprender, en el estrato social bajo el 9% dice que es bajo la influencia en los emprendimientos dicha clase, el 7.9% es regular mientras que el 11.1% dice que es alto dicha influencia. En consideración a los porcentajes arrojados se demuestra que los diferentes niveles de estrato socioeconómicos si influyen al momento de iniciar un emprendimiento universitario debido a la economía en que se encuentran.

12) Con respecto a la posibilidad de emprender, cuál cree que son los factores socioeconómicos que llevan al fracaso de los emprendimientos universitarios

Gráfico 18 Pregunta 12

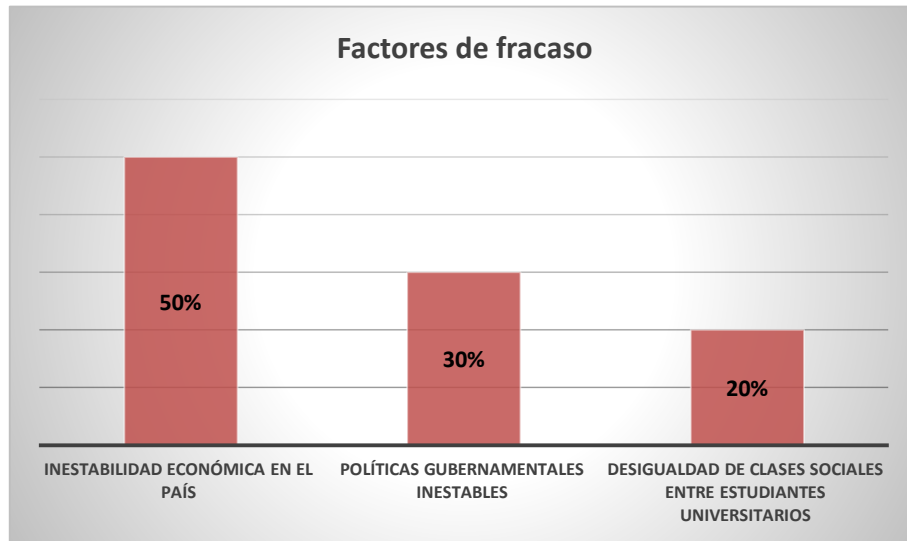


Gráfico N° 18

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya.

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas el 50% indica que la inestabilidad económica limita poco al estudiante para iniciar un emprendimiento, el 30 % considera que son las políticas gubernamentales inestables que afectan influyen poco en el emprendimiento el 20% señala que es muy baja la influencia de las desigualdad de las clases sociales entre estudiantes universitarios que influyan en el emprendimiento Con respecto a los datos analizados se considera que los limitantes que tiene los estudiantes de la provincia de Tungurahua para iniciar con su emprendimiento se enfocan primordialmente en que la inestabilidad económica en el país que existe en la actualidad ya que son los causantes para que el estudiante pueda iniciar con su emprendimiento ya que temen a tener fracaso y no llegar al éxito cual ha sido su objetivo principal.

5.1.3 Diagnóstico de los factores socioeconómicos que influyen al estudiante en los emprendimientos universitarios.

5.1.3.1 Validación por métodos estadísticos

Para la validación de las encuestas se utilizó el software llamado SPSS, está orientado a la elaboración de análisis estadísticos empleados en las ciencias sociales. El Programa Spss sirve para validar de datos lo que admite a la realización de investigaciones razonables de la información, Reconoce la utilización de diferentes lenguajes de programación, uno de los métodos es el coeficiente del Alfa de Cron Bach que es utilizado para obtener la fiabilidad de los datos arrojados de las encuestas.

El coeficiente Alfa de Cron Bach es un modelo de consistencia interna, relacionado en la correlación entre las variables (García-Bellido & González Such, 2013). La medida de fiabilidad mediante el alfa de Cron Bach indica que las preguntas medidas en las encuestas se basan en la escala de Likert ya que miden una misma variable es decir se encuentran altamente correlacionados, se utilizó variables cualitativas, tales como: factores socioeconómicos y emprendimiento.

En la tabla 7 se puede observar el resumen del procesamiento de datos, que está dado por el número de encuestas realizadas de la muestra que se tomó de 378 estudiantes encuestados, con un porcentaje del 96.4% también, arroja datos excluidos del sistema que son 14 con un porcentaje del 3.6% es decir es una regresión simple basada en imputaciones sobre los valores ausentes.

Tabla 7 Procesamiento de los datos

Resumen del procesamiento de los casos		
	N	%
Válidos	378	96,4
Casos Excluidos	14	3,6
Total	392	100,0

Fuente: Programa spss

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

En la tabla N° 8 se puede observar que los resultados alcanzados con las encuestas aplicadas demuestran que tiene un alto grado de confiabilidad, con Alfa de Cron Bach de .819 validando su uso para recolección de datos, es decir mientras más cerca sea el valor del alfa a 1, mayor es la estabilidad interna de los ítems estudiados. La fiabilidad de la escala debe lograrse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra concreta de la investigación

Tabla 8 Estadísticos de fiabilidad

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,819	14

Fuente: Programa spss

Elaborado por: Lisette de la Cruz, Katerine Moya

Los datos estadísticos de fiabilidad demuestran, en la tabla 9 la columna 1 indica el número de pregunta, la columna 2 indica el total de las personas encuestadas que son 378, la columna 3 es la representación de la media la cual señala que tenemos una media total de 63.27, la desviación típica o estándar mide el grado de dispersión que es de 22.82 y su varianza 521.065.

Tabla 9 Estadísticos de Fiabilidad

	N	Media	Desv. típ.	Varianza
¿ En qué Institución educativa usted estudia?	378	1,73	1,038	1,078
¿ A qué etnia pertenece?	378	2,03	1,161	1,349
¿ Cree que pertenecer a una etnia afectaría al iniciar un emprendimiento ?	378	2,88	1,296	1,679
¿ En su universidad realizan capacitaciones de emprendimiento?	378	1,58	,494	,244
¿ Como lo hace ?	378	3,94	1,349	1,819
¿ Considera usted que el emprendimiento universitario es importante?	378	1,18	,385	,148
Con respecto a la posibilidad de emprender, cuál cree que son los factores socioeconómicos que ayudan a llegar al éxito a los emprendimientos universitarios.	378	4,46	2,042	4,169

¿Considera usted que las instituciones financieras apoyan a los emprendimientos en la provincia de Tungurahua ?	378	1,41	,492	,242
¿ De qué tipo ?	378	1,74	,442	,195
¿ Considera usted que los factores socioeconómicos limitan al estudiante universitario para iniciar un emprendimiento?	378	2,27	1,152	1,328
Señale el nivel de importancia del emprendimiento universitario en los siguientes ámbitos	378	9,78	4,869	23,712
Califique los factores que influyen al estudiante en el emprendimiento universitario.	378	12,89	7,812	61,029
Califica cómo influye el estrato socioeconómico en los emprendimientos universitarios	378	4,48	2,678	7,173
Con respecto a la posibilidad de emprender, cuál cree que son los factores socioeconómicos que llevan al fracaso de los emprendimientos universitarios	378	12,91	7,785	60,602
Suma	378	63,2751	22,82684	521,065
N válido (según lista)	378			

Fuente: Programa Spss

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

En la tabla 9 se identifica cuáles son las preguntas que ayudan a responder la problemática ya antes planteada tomando en cuenta las siguientes preguntas.

Fundamentar teóricamente y científicamente los factores socioeconómicos que influyen en el éxito o fracaso en los emprendimientos universitarios.

- a) **Con respecto a la posibilidad de emprender, cuál cree que son los factores socioeconómicos que ayudan a llegar al éxito a los emprendimientos universitarios.**

En la tabla 10 se describe los factores socioeconómicos que ayudan a llegar al éxito a los emprendimientos universitarios, el financiamiento con 23.5%, Autogestión 18.3%, Inversionistas 13.0%, Soporte de la universidad 11.9%, Programa y redes de apoyo el 10.1%, Nivel de educación 9.3%.

Tabla 10 Factores que influyen en el éxito

Factores que llevan al éxito a un emprendimiento universitario	
Financiamiento de instituciones del sector financiero	23,5%
Programas y redes de apoyo	10,1%
Nivel de educación	9,3%
Soporte de la universidad	11,9%
Inversionistas	13,0%
Autogestión	18,3%

Gráfico 19 Factores de éxito

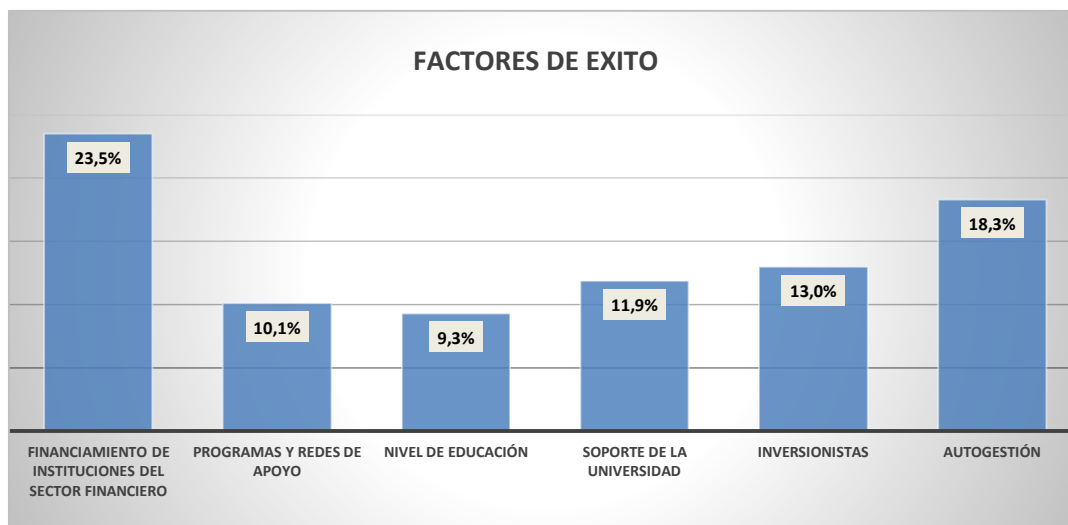


Gráfico N° 19

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

Las instituciones que ayudan con financiación de dinero son las siguientes La CFN, Ban Ecuador, MIPRO, Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de octubre, Cooperativa de Ahorro y Crédito Cámara de Comercio de Ambato, Siembra Futuro, apoyan a mejorar los escenarios y contenidos de las micro, pequeñas y medianas empresas de forma asociada o individual.

Otro de los factores influyentes es el factor es la intervención de programas de redes y apoyo 10.1% ayudando al éxito Innova Ecuador, cierra el círculo de los proyectos promovidos por esta administración, y origina la innovación en la organización, el cambio productivo, y la eficacia logística a través del financiamiento de ideas innovadoras creadoras de nuevos productos (Ordoñez, 2016).

b) Con respecto a la posibilidad de emprender, cuál cree que son los factores socioeconómicos que llevan al fracaso de los emprendimientos universitarios

En la tabla 11 se habla acerca de los factores socioeconómicos que llevan al fracaso a los emprendimientos universitarios, Inestabilidad económica 50%, Políticas gubernamentales inestables 30% y Desigualdad de clases sociales con el 20%.

Tabla 11 Factores de fracaso del emprendimiento

Factores de fracaso	
Inestabilidad económica en el país	50%
Políticas gubernamentales inestables	30%
Desigualdad de clases sociales entre estudiantes universitarios	20%

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

Gráfico 20 Factores de fracaso

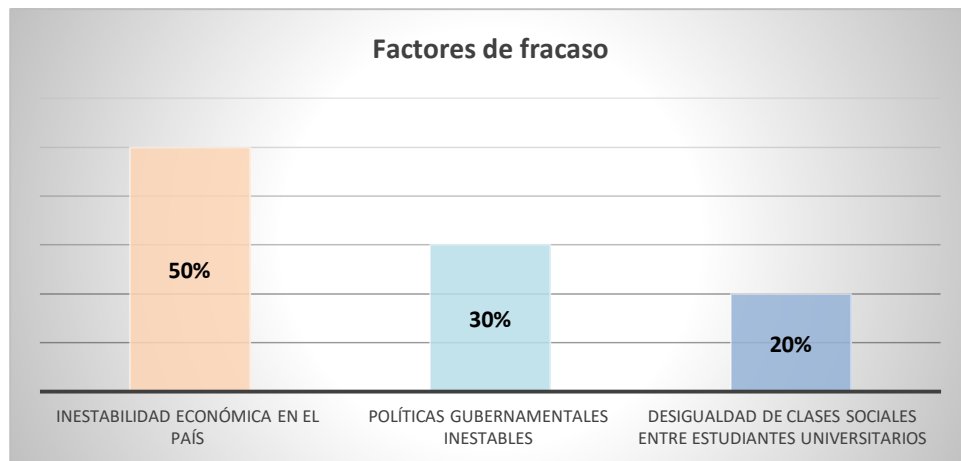


Gráfico N° 20

Fuente: Encuesta Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

De las personas encuestadas el 50% indica que la inestabilidad económica limita poco al estudiante para iniciar un emprendimiento, el 30 % considera que son las políticas gubernamentales inestables que afectan influyen poco en el emprendimiento el 20% señala que es muy baja la influencia de las desigualdad de las clases sociales entre estudiantes universitarios que influyan en el emprendimiento Con respecto a los datos analizados se considera que los limitantes que tiene los estudiantes de la provincia de Tungurahua para iniciar con su emprendimiento se enfocan primordialmente en que la inestabilidad económica en el país que existe en la actualidad ya que son los causantes para que el estudiante pueda iniciar con su emprendimiento ya que temen a tener fracaso y no llegar al éxito cual ha sido su objetivo principal.

Es decir, cuando existen ambientes políticos provocados, derivados de conflictos de intereses entre los distintos gobiernos, se genera un ambiente negativo para hacer negocios y se frena la inversión nacional. Se estanca la generación de nuevos puestos de trabajo sustentable y sostenible, con lo cual se va a ver muy afectada la población más pobre (Barriel & Otero, 2014). Otro factor que lleva al fracaso es la inestabilidad económica del país es decir cuando el crecimiento de la economía es bajo, existan menos personas involucradas en una actividad emprendedora pues hay menos oportunidades de negocio.

c) Califique los factores que influyen al estudiante en el emprendimiento universitario.

En la tabla 12 señala que los factores que influyen en el emprendimiento son los factores económicos con un 15,7%, políticos que tienen un 14,8%, económicos con un 10,3%, los culturales 10,1% y religiosos tienen un porcentaje de 8,4%.

Tabla 12 Factores

FACTORES SOCIOECONOMICOS	ALTO
Económicos	15,7%
Políticos	14,8%
Sociales	10,3%
Culturales	10,1%
Religiosos	8,4%

Fuente: Programa Spss

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

d) Señale el nivel de importancia del emprendimiento universitario en los siguientes ámbitos

En la tabla 13 se indica el nivel de importancia del emprendimiento universitario en los siguientes ámbitos, el nivel académico es de mayor relevancia ya que su porcentaje es de 21.4% seguido del ámbito político que es 13.8%. el ámbito empresarial con el 8.7% y lo social con un 8.2%.

Tabla 13 importancia de los factores

	MUCHO
Académico	21,4%
Político	13,8%
Social	8,2%
Empresarial	8,7%

Fuente: Programa Spss

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

En la tabla 13 se indica que los factores que influyen en un emprendimiento universitario, surgieron a través de la presente investigación y sin indicar que sean los únicos, pero si los más frecuentes que están considerados por los estudiantes universitarios de la Provincia de Tungurahua y por el marco teórico realizado.

Caracterizar la situación actual de los emprendimientos en las universidades a través de una investigación de campo.

La situación actual de los emprendimientos se basa principalmente en los factores determinantes para la creación y sostenibilidad de los emprendimientos universitarios en la provincia de Tungurahua en cada uno de los emprendimientos, los mismos que se enfrentan a diferentes etapas que pueden ayudar a identificar si los emprendimientos han alcanzado a desarrollarse adecuadamente logrando obtener éxito y si fuese lo contrario el fracaso.

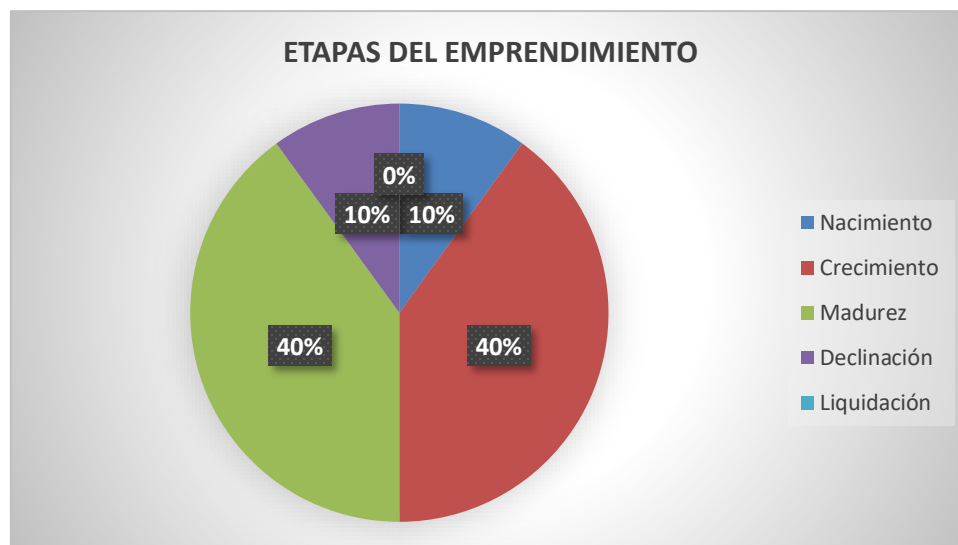
1.- ¿En qué etapa se encuentra su emprendimiento?

Tabla 14 Etapas del emprendimiento

ETAPAS	# DE EMPRENDIMIENTO
Nacimiento	1
Crecimiento	4
Madurez	4
Declinación	1
Liquidación	0
TOTAL	10

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

Gráfico 21 Etapas del emprendimiento



Fuente: investigación propia

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

De la entrevista realizada a los emprendedores de la universidad técnica de Ambato el 1% menciona que su emprendimiento se encuentra en etapa de nacimiento, el 4% en etapa de crecimiento, el 4% etapa de madurez y el 1% en etapa de declinación. Cada uno de los emprendimientos han identificado en qué etapa se encuentra su negocio siendo de gran apoyo para poder identificar si los emprendimientos tienen éxito o fracaso dentro de los cuales además se analiza conjuntamente con el grupo de investigación cuales son las características que los emprendimientos deben poseer para ser competitivos y alcanzar de tal modo el éxito o fracaso.

¿Características que deben Reunir los Emprendimientos para ser Competitivos?

Tabla 15 Características de los emprendimientos

Válidos		GENERO					
		Masculino			Femenino		
		Frecuencia	%	% Total	Frecuencia	%	% Total
Precios competitivos	Muy malo	3	2,5%	47,5%	4	3,3%	52,5%
	Malo	0	0,0%		5	4,2%	
	Regular	6	5,0%		3	2,5%	
	Bueno	25	20,8%		28	23,3%	
	Muy bueno	23	19,2%		23	19,2%	
	Total	57				63	
Atención al cliente	Muy malo	1	0,8%	42,5%	3	2,5%	57,5%
	Malo	3	2,5%		4	3,3%	
	Regular	2	1,7%		4	3,3%	
	Bueno	21	17,5%		18	15,0%	
	Muy bueno	30	25,0%		34	28,3%	
	Total	57				63	
Innovación productos servicios	Muy malo	2	1,7%	47,5%	4	3,3%	52,5%
	Malo	0	0,0%		4	3,3%	
	Regular	1	0,8%		3	2,5%	
	Bueno	22	18,3%		16	13,3%	
	Muy bueno	32	26,7%		36	30,0%	
	Total	57				63	
Ubicación geográfica	Muy malo	0	0,0%	47,5%	3	2,5%	52,5%
	Malo	2	1,7%		3	2,5%	
	Regular	6	5,0%		6	5,0%	
	Bueno	24	20,0%		24	20,0%	
	Muy bueno	25	20,8%		27	22,5%	
	Total	57				63	
Tecnología	Muy malo	1	0,8%	47,5%	5	4,2%	52,5%
	Malo	2	1,7%		2	1,7%	
	Regular	4	3,3%		5	4,2%	
	Bueno	23	19,2%		23	19,2%	
	Muy bueno	27	22,5%		28	23,3%	
	Total	57				63	

Fuente: Encuesta Estudiantes graduados de las IES de la Zona 3 (Facultad de Ciencias Administrativas)

Elaborado por: Grupo de investigación

Representación gráfica

Gráfico 22 atención al Cliente

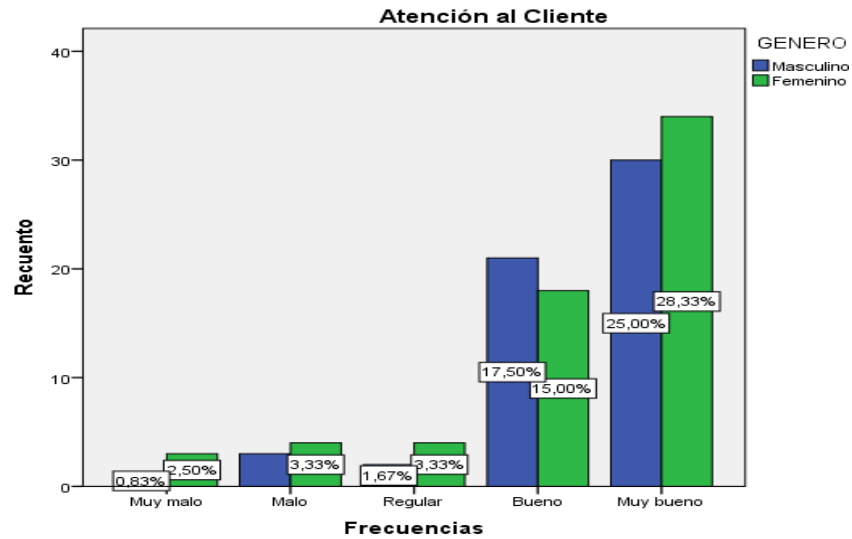


Gráfico 22. Características que reúnen los Emprendimientos para ser Competitivos- Atención al Cliente

Fuente: Encuesta Estudiantes graduados de las IES de la Zona 3 (Facultad de Ciencias Administrativas)

Elaborado por: Grupo de investigación

Gráfico 23 Productos y servicios

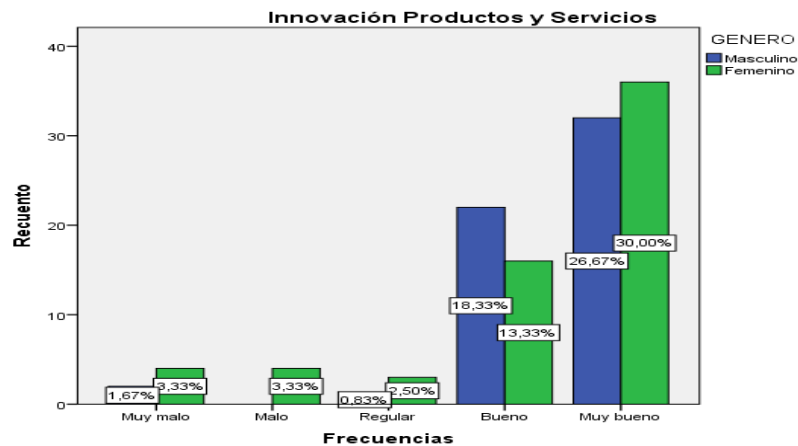


Gráfico 23. Características que reúnen los Emprendimientos para ser Competitivos- Innovación Producto

Fuente: Encuesta Estudiantes graduados de las IES de la Zona 3 (Facultad de Ciencias Administrativas)

Elaborado por: Grupo de investigación

Gráfico 24 Ubicación geográfica

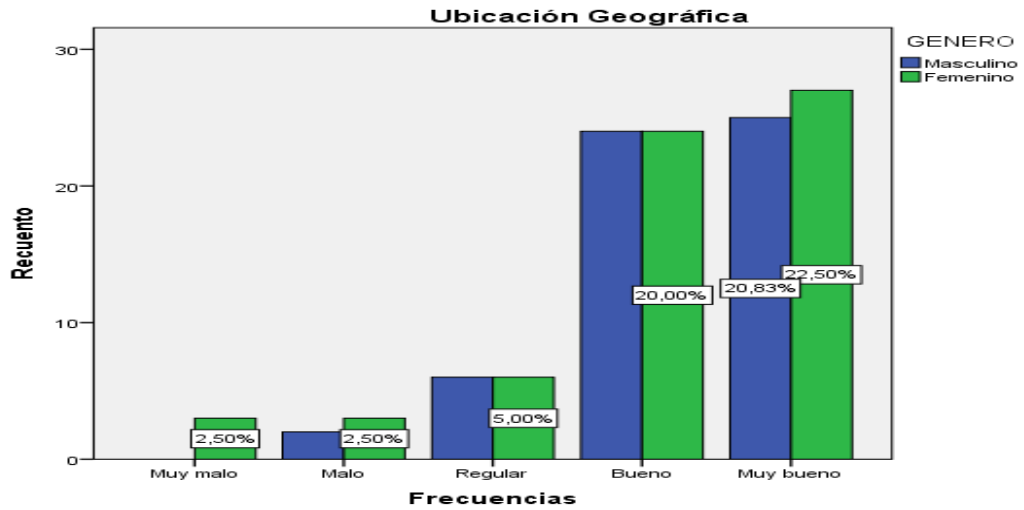


Gráfico24. Características que reúnen los Emprendimientos para ser Competitivos- Ubicación Geográfica

Fuente: Encuesta Estudiantes graduados de las IES de la Zona 3 (Facultad de Ciencias Administrativas)

Elaborado por: Grupo de Investigación

Gráfico 25 Tecnología

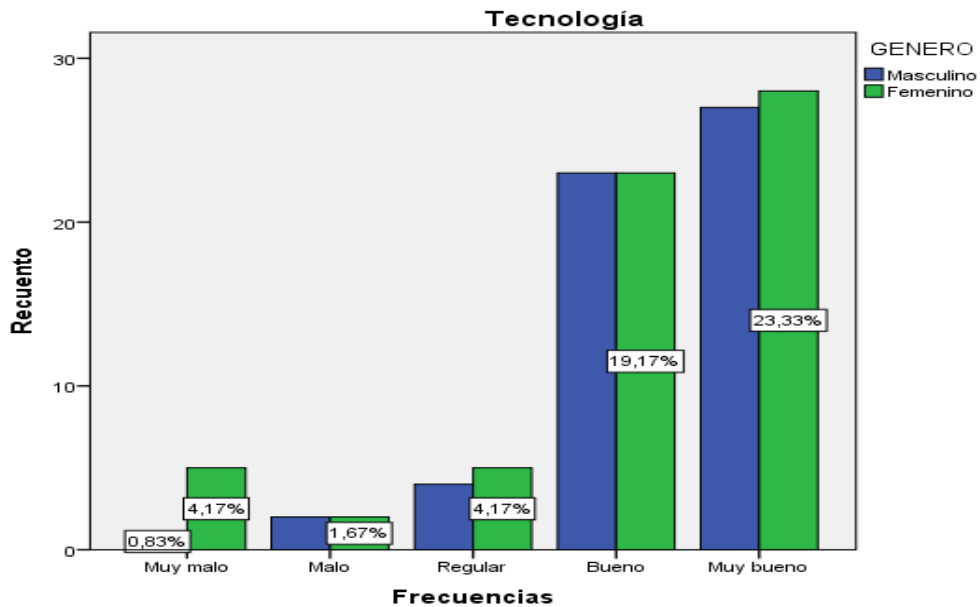


Gráfico 25 Características que reúnen los Emprendimientos para ser Competitivos- Tecnología

Fuente: Encuesta Estudiantes graduados de las IES de la Zona 3 (Facultad de Ciencias Administrativas)

Elaborado por: Grupo de investigación

Descripción de los factores socioeconómicos

Tabla 16 Descripción de los factores socioeconómicos

SOCIALES	ECONÓMICOS
<p>El factor social influye con el 10,3% este comprende los siguientes factores: La enseñanza forma características positivas para los estudiantes, tomando en cuenta que nivel de educación ayuda a que se eliminen las diferencias sociales observando que al ámbito académico tiene un 11.2%. siendo muy alto su porcentaje lo que ayudara de una manera positiva al emprender un negocio. (Martín, 2014).</p> <p>El estrato social de nivel medio afecta de manera positiva en los estudiantes, ya que ellos poseen mayor conocimiento que podrían ayudar a las personas que carecen de conocimientos científicos. (Crepeau & Boyt, 2013).</p>	<p>De acuerdo al análisis realizado el 15,7% de las personas indica que si ayuda la economía en los emprendimientos universitarios, Financiamiento: Es de suma importancia ya que se puede definir y escalar los emprendimientos universitarios, tomando en cuenta que no es un limitante en el emprendimiento universitario (Amorós, Leguina, & Gutiérrez, 2013) También, sirve para ampliar los planes y convertirlos en realidad en este caso los estudiantes universitarios se ven en la necesidad de fundar nuevos lazos que les contribuyen con información, que permitirán el camino a potenciales consumidores y mercados, en este aspecto el financiamiento afecta a los estudiantes universitarios de una forma positiva ya que la mayoría contesto que si existen instituciones financieras tanto públicas como privadas que apoyan a las personas con montos de dinero altos para poder emprender sus negocios. (Garcia T. , 2013).</p> <p>Autogestión: este aspecto al igual que el financiamiento tiene una relevancia alta ya que algunos estudiantes respondieron que ellos tienen sus recursos propios para poder crear su empresa, alguno de ellos viene de una clase socioeconómica alta, la misma que les permite crear sus negocios sin ayuda de ninguna institución financiera. (Rovayo, 2012).</p>

POLÍTICOS	CULTURALES
<p>Desde la perspectiva de los estudiantes encuestados la política y las leyes planteadas en el Ecuador la política influye de manera positiva y negativa con el 14.8% a que se pueda realizar emprendimientos, más bien los favorece con el fin de generar empleo. (Navarro, 2012)</p> <p>Existen instituciones tanto públicas como privadas que ayudan a fomentar el emprendimiento.</p> <p>Innova Ecuador es una de las políticas planteadas por el gobierno ya que otorga líneas de créditos juntamente con la CFN, BanEcuador, MIPRO, Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de octubre, Cooperativa de Ahorro y crédito Cámara de Comercio de Ambato, Siembra Futuro, entre otras, las mismas que apoyan a mejorar los escenarios y contenidos de las micro, pequeñas y medianas empresas de forma asociada o individual. (Ordoñez, 2016).</p>	<p>En los factores culturales el porcentaje es de 10.1% teniendo un mínimo de afectación en el emprendimiento se puede decir que en este factor influye la religión con un 8.4% por lo que a través del análisis se concluye que la etnia no siempre influye negativamente al momento de realizar un emprendimiento, de acuerdo a la recolección de datos se obtuvo que las personas de etnias mestiza 50.3%, indígena 11.4%, blanca 23% y afro ecuatoriana 15.3% pueden crear empresas sin que eso afecta a ninguna persona. (Terrén , 2012)</p> <p>Otro factor que se recalca es la religión ya que se transmite a través de la cultura, en la presente investigación los estudiantes mencionan que la religión 8.4% influye de manera positiva y negativa ya que todos no comparten la misma ideología. Lo que puede causar problemas al momento de realizar emprendimientos universitarios. (Meichsner, 2012)</p>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Lissette de la Cruz, Katerine Moya

6. CONCLUSIONES

1. Una vez realizado el proceso investigativo en el proyecto titulado “Modelos de Gestión de Emprendimiento Universitario” mediante la resolución: 0910-CU-P2016, con el tema Factores socioeconómicos que influyen al estudiante en el emprendimiento universitario en la provincia de Tungurahua, se utilizó la investigación bibliográfica con el criterio de diferentes autores lo que permitió elaborar la fundamentación teórica del proyecto culminado, cumpliendo de tal forma con el primer objetivo planteado que es fundamentar teóricamente y científicamente los factores socioeconómicos que influyen en el éxito o fracaso de los emprendimientos universitarios para ello se realizó el hilo conductor como un modelo teórico el mismo que permitió la coherencia de un texto de las partes más fundamentales del problema.
2. Para caracterizar la situación actual de los emprendimientos en las universidades se realizó a través del análisis de los factores socioeconómicos de los emprendimientos universitarios en la provincia de Tungurahua aplicando un enfoque cualitativo, describiendo las cualidades de las dos variables que se analizaron, también se basó en la modalidad de investigación de campo en la cual se aplicó la encuesta y se procedió al análisis e interpretación de resultado, realizado además una entrevista que ayudo de manera positiva para conocer cuál es la etapa en la que se encuentra los emprendimientos arrojando como tal que en un gran porcentaje se encuentra en crecimiento, y madurez.
3. De la descripción de los factores socioeconómicos el 15.7% expone que los factores económicos influyen mucho en los estudiantes universitario, el 9.8% menciona que existe un índice de bajo de apoyo económico para los emprendimientos, el 14.8% indica que el factor político tiene mucha importancia al momento de emprender, y el 10,1% considera que tiene poca influencia, el 10.3% indica que el factor social tiene un índice alto de afectación a los

emprendimientos, el 7.6% no influye mucho, el 10.1% considera que el factor cultural tiene un alta influencia mientras que el 6.6% recae en un bajo porcentaje para que el estudiante emprenda, el 8.4% alude que el factor religioso tiene un alto índice y el 6.6% considera que no interviene en los emprendimientos universitarios. De tal manera que los resultados expuestos arrojan que los factores que mayor influencia tiene sobre los emprendimientos son económico, político, social.

7. BIBLIOGRAFIA

- Acosta , J., Zárate , R., & Ibarra, A. (25 de Mayo de 2014). Caracterización del emprendedor Latinoamericano a partir del Modelo Global Entrepreneurship Monitor - GEM,. *Revista "Economicas CUC"*, 135-155.
- Cevallos Loayza, K. P. (2014). *Diagnóstico socioeconómico y mapeo del emprendimiento en las provincias: Pichincha, Napo y Orellana*. Quito.
- Enciso Congote , J. D. (abril de 2010). El emprendimiento y el bien común ¿competencias complementarias o excluyentes? *13(1)*, 63–76.
- González, J., & Rodríguez , M. (2013). Diagnóstico y valoración del nivel de desarrollo del espíritu empresarial (Entrepreneurship) de los estudiantes de la Facultad seccional Sogamoso de la UPTC. *Pensamiento y Gestión(24)*, 225-255.
- Julián, É., González, H., & Gálvez, C. (2013). Modelo de Emprendimiento en Red -MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales. *Revista Latinoamericana de Administración(40)*, 13-31.
- Ríos , X., & Urbina, M. (2013). Reporte de Economía y Desarrollo. (CAF, Ed.) *Emprendimientos en America Latina (Desde la Subsistencia hacia la Transformacion Productiva)*.

- Sánchez, J. C., & Hernández, B. (4 de Diciembre de 2016). Influencia del Programa Emprendedor Universitario (PREU) para la mejora de la actitud emprendedora. 55–75.
- Superintendencia de Bancos y Seguros.* (2017). Obtenido de http://www.sbs.gob.ec:7778/practg/sbs_index?vp_art_id=13682&vp_tip=1
- Acosta , Julio ; Arturo , Rodrigo; Ibarra , Alberto. (18 de junio de 2014). CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDEDOR LATINOAMERICANO, A PARTIR DEL MODELO GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM1. *Económicas CUC* 35, 1, 135-155.
- Aguilar Tipantuña, D. Y. (Abril de 2017). “Factores determinantes del emprendimiento y la creación de nuevas empresas. Ambato.
- Álvarez, A., & Valencia, P. (2012). Un análisis de los factores sociodemográficos determinantes en la creación de empresas en el marco de la interculturalidad. *Revista de Economía Mundial*, 341-353.
- Álvarez, I. (2015). *Emprendedores sociales: historias de 26 personas que fundaron empresas*. Bogota.
- Amorós, J., Leguina, A., & Gutiérrez, I. (Noviembre de 2013). Análisis de la Actividad Emprendedora en Sectores de Comercio en América Latina: Una aproximación desde el Global Entrepreneurship Monitor. *Fundes*.
- André, K., & Pache, A. C. (2016). “From caring entrepreneur to caring enterprise: Addressing the ethical challenges of scaling up social enterprises. *Journal of Business Ethics*, 133(4), 659-675.
- Apetrei, A., Domingo, R., Salvador, R., & Tur, A. (2013). El emprendedor social – una explicación intercultural. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 37-52.

- Arévalo, M. (2014). *Relacion Entre Algunos Factores Socio-economicos*. Ecuador.
- Ariza, S., & Marín, D. (2013). Factores intervinientes en la deserción escolar de la Facultad de Psicología, Fundación Universitaria Los Libertadores. *Tesis Psicológica*, 72-85.
- Arroba Rodríguez, H. C. (2017). “*El emprendimiento de las pequeñas y medianas empresas comercializadoras y el desarrollo económico del cantón Puyo provincia de Pastaza*”. Ambato.
- Bahmani, A., Galindo, M., & Méndez, M. (2012). Non Profit Organizations, Entrepreneurship, Social Capital and Economic Growth”. 271-281.
- Barrado, B., & Molina, J. (2015). FACTORES MACROECONÓMICOS QUE ESTIMULAN EL EMPRENDIMIENTO. UN ANÁLISIS PARA LOS PAÍSES DESARROLLADOS Y NO DESARROLLADOS. 51.
- Barreto, K., Zuniga, S., & Ruiz, S. (23 de Julio de 2015). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. *Formación Universitaria*.
- Barriel, G., & Otero, A. (2014). Diagnóstico para valorar la introducción de un nuevo servicio. . *Diagnóstico para valorar la introducción de un nuevo servicio*. , 85-93.
- Beatriz, J. (2015). Factores macroeconómicos que estimulan el emprendimiento. 51.
- Becerra, M., Cortés , M., Malacara, A., & García, N. (2014). Factores Detonadores del Emprendimiento Social, Base para el Análisis de Casos de Éxito. *International Review of Business Research Papers*, 134-156.
- Bembibre, C. (2012). *Definición de factores*. ABC.
- Bianney, G. (2013). *Metodología de la Investigacion*.

- Bustamante, G. (2011). Aproximación al muestreo estadístico en investigaciones científicas. *Revista de Actualización Clínica Investiga*.
- Bustamante, G., & Mendoza, C. (2013). Estudios de Correlacion. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, 1690-1694.
- Cadena, J. (2013). *Factor económico*. Colombia.
- Calero , L., Chediak, F., Barbotó, C., Salazar, M., & Lassio, V. (24 de Mayo de 2015). Ecuador tiene el reto de mejorar la calidad de los nuevos negocios. *Lideres*.
- Camacho, D. (enero-junio de 2010). Hacia un modelo de emprendimiento universitario. *Revista Apuntes del CENES*, 275-292.
- Cano, L., Pulido, A., & Giraldo, J. (2015). Una mirada a la caracterización de la primera infancia. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales*, 279-293.
- Cavazos, J. (2017). Emprendimiento comercial y social. *Cuadernos Cimbage*, 27-41.
- Cavazos, J., & Giuliani, A. C. (13 de septiembre de 2017). ESCALABILIDAD: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y RETOS DESDE EL EMPRENDIMIENTO COMERCIAL Y SOCIAL. *Cuadernos del CIBBAGE*(19), 27-41.
- Ceron, T. G. (2012). *Hilos Conductores*.
- Cohen, H. (2012). *Religión*. Salamanca.
- Cordero Juan, A. S. (28 de Noviembre de 2011). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Maskana*, 2(2).
- Coria, A., Roman, I., & Torres, Z. (2013). Propuesta de metodología para elaborar una investigación científica en el área de Administración de. *Pensamiento & Gestión*, 1-24.

- Crepeau, E., & Boyt, B. (2013). *Terapia ocupacional*. Caracas.
- Crespo, L. (2012). Emprendimiento y sus características. *Servicio Nacional de aprendizaje*, 60.
- Delgado , M. I., Gómez, L., Romero Martínez, A. M., & Vázquez Inchausti, E. (2010). Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. *Cuadernos de Gestión*, 11-24.
- Di Virgilio, M., Cecilia, F., Carolina, N., Alejandra, N., Carolina, P., & Gabriela, P. (2014). Competencias para el trabajo de campo cualitativo: formando investigadores en Ciencias Sociales. *Revista Argentina de Sociología*, 90-110.
- Duarte, T., & Ruiz, M. (Diciembre de 2011). El Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, V(44), 326-331 .
- Eurydice. (2016). *La educación para el emprendimiento en los centros educativos en Europa*. España.
- Fernández, S., Cordero, J., & Córdoba , A. (2014). *Estadística descriptiva*. Madrid: Esic.
- Fischel, A. (2013). Factores empresariales. *Red Latinoamericana de Universidades por el emprendedurismo social* .
- Garbanzo, M. (2013). Factores asociados al rendimiento académico en estudiantes universitarios desde el nivel socioeconómico. *Educare*, 57-87.
- García, A. (2007). Diferencias culturales y comportamiento emprendedor. *Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa*, 47-68.
- García, F. (2012). Las desigualdades sociales y su influencia en la problemática escolar actual. *evista Digital de Creación Literaria y Humanidades.*, 8-10.
- García, F. (2013). Cultura, subcultura, contraultura, Movida y Cambio Social. 9.
- García, J. (2012). Factores considerados a solucionar en la universidad. *RMIE*, 287-305.

- Garcia, N. (2012). Globalización: aspectos políticos, económicos. *Revista de Ciencias Sociales*, 721-726.
- Garcia, T. (2013). *Estratificación social y educación*. España.
- García-Bellido, R., & González Such, J. y. (2013). *SPSS: Analisis de Fiabilidad* .
- Giménez, D. (2012). Factores del emprendimiento femenino. *REVISTA VENEZOLANA DE ESTUDIOS DE LA MUJER*, 137-142.
- Goldstein, H. (2010). The 'entrepreneurial turn' and regional economic development mission of universities. *Annals of Regional Science*, 83-109.
- Gonzalez, E. (2015). Factores de contexto socioeconomico y eduactivos en estudiantes de nivel superior. *Interamerican Journal of Psychology*, 412.
- González, J. (2013). Estudio sobre factores contexto en estudiantes universitarios para conocer por qué unos tienen éxito mientras otros fracasan. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 135-154.
- Granda, C., & Feijoó, E. (Diciembre de 2016). Reporte de Economía Laboral.
- Gregoz, D. (2016). La Fuerza de la Innovación y el Emprendimiento. *SOPLA*, 274.
- Guerreo, M., Urbano, D., Ruíz, J., Neira, I., & Fernández, A. (2016). Perfil emprendedor del estudiante universitario. *CISE*, 116.
- Gunter. (17 de Agosto de 2012). A Simple Model of Entrepreneurship for Principles of Economics Courses. The Journal of Economic Education. *Journal of Economic Education*, 43, 386–396.
- Gurrero, M., Urbano, D., & Ramos, A. (2016). Perfil Emprendedor del Estudiante Universitario. *RedEmprendia*.
- Guzman, A., & Trujillo, M. A. (19 de noviembre de 2010). Emprendimiento Social "Revision de Literatura". *Estudios Gerenciales*, 24(109).

- Hernández, S. (2003). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-HILL.
- J, G. (2012). Factores considerados a solucionar en la universidad. *RMIE*, 287-305.
- Jablonski, A. (23 de Febrero de 2016). "Scalability of Sustainable Business Models in Hybrid Organizations". (G. Ioppolo, Ed.) *Sustainability*.
- Kirberg, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión*. Bogota.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Izquierdo, E. (2015). Gem Ecuador. *Global Entrepreneurship*.
- Lasio, Virginia; Caicedo, Guido; Ordeñana, Xavier; Samaniego, Andrea. (2016). Graduate School of Management. *ESPAE (Global Entrepreneurship Monitor - GEM)*.
- Levine, D., Berenson, M., & Krehbiel, T. (2014). *Estadística para administración*. Monterrey.
- López, B. (2013). La búsqueda bibliográfica: componente clave del proceso de investigación. *Diaeta*, 31-37.
- Maribel Guerrero, D. U.-N.-L. (2016). Perfil Emprendedor del Estudiante Universitario. *RedEmprendia*.
- Marrero, R. (2015). Modelo de diagnóstico de procesos aplicado en la comercializadora de artículos ópticos. *Ingeniería Industrial*, 29-38.
- Martín, A. (2014). *Aprender para el mundo del mañana*. España.
- Marulanda , F. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento & Gestión*, 36, 204-236.
- Mason, C., & Charles, H. (2013). Entrepreneurship: Contexts, opportunities and processes. *Business History*. 55(1), 1-8.

- Mathaisel, D. (2015). "Is scalability necessary for economic sustainability? *Journal of Sustainable Development*, 4(2), 275-282.
- Meichsner, S. (2012). El campo político en la perspectiva teórica de Bourdieu. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 1-22.
- Mendez, N., & Jaramillo, J. (2016). Factores explicativos de la disposición a pagar por atributos culturales en nuez de Castilla. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 39-57.
- Messina, M., & Hochsztain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento. *Tec Empresarial*, 31-40.
- Morell, J. (2015). *Zen Business: Los beneficios de aplicar la armonía en la empresa*. España.
- Navarro, F. (2012). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*. Madrid: Segunda Edición.
- Nielsen, C. L. (2015). The concept of business model scalability. Denmark: Aalborg University.
- Oliver, A., Galiana, L., & Gutiérrez - Benet, M. (Enero de 2016). Diagnóstico y políticas de promoción del emprendimiento en estudiantes. *Anales de Psicología*, 32(1), 183,189.
- Omelas, C., Contreras, C., Silva, L., & Liquidano, M. (2015). El Espíritu Emprendedor y un Factor que Influencia su Desarrollo Temprano. *Conciencia Tecnológica*, 46-51.
- Ordoñez, D. (2016). Políticas del Estado ecuatoriano y su relacion con el desarrollo del Emprendimiento. *Revista Enfoque Administrativo*, 94.

- Padilla, M., Quispe, A., Nogueira, D., & Hernández, A. (2016). Diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo. *Ingeniería Industrial*, 91-103.
- Paunero, J. (2014). Aspectos Sociales del emprendedor. España.
- Quispe Otacoma, A. L., Martínez, P., Patricio, M., Telot González, J., Rivera, N., & Dianelys. (enero-abril, de 2017). Tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial de pymes. *Ingeniería Industria*, XXXVIII(1), 81-92.
- Quispe, D., & Sánchez, M. (2011). Encuestas y entrevistas en investigación científica. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, 490-494.
- Ramirez, F., & Villegas, A. (2012). Metodología de la investigación:más que una receta. *AD-minister*, 91-111.
- Reyes, M. (2014). *Factores culturales y desarrollo cultural comunitario*. Madrid.
- Ribeiro, A., & Roig, A. (2013). El emprendedor social – una explicación intercultural. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 37-52.
- Rodríguez, M., & Rodríguez, E. (2015). Política económica y política social, como una política pública para combatir la pobreza. *Espacios públicos*.
- Rojas , I. (2013). Definiciones y procedimientos en la investigación científica. *Tiempo de Educar*, 277-297.
- Romo, M. (2017). *Medición del beneficio económico generado en la gastronomía del destino turístico Baños de Agua Santa*. Ambato.
- Rovayo, G. (2012). *El emprendimiento y la educación no siempre van de la mano*. Ecuador.
- Rubio, D. (2013). *Factores Clave de Éxito Asociados al Emprendimiento de Base Tecnológica en la Ciudad de Manizales*. Colombia.
- Ruíz, J. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao.

- Salazar, A. (2017). *“Factores de crecimiento económico del emprendimiento en el Ecuador, período 1960 – 2014.”*. Ambato.
- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión*. Bogotá.
- SENESCYT. (02 de Julio de 2014). Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación. *Banco de Ideas para los innovadores del Ecuador* .
- SENESCYT-IESALC . (2016). (Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación Instituto Internacional de la Unesco para la Educación Superior en América Latina y el Caribe). En *Universidad urgente para una sociedad emancipada*. Quito.
- SENPLADES . (2013). (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. En *Plan Nacional para el Buen Vivi*.
- SENPLADES. (10 de marzo de 2014). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013. 2011*. Recuperado el 2017 de julio de 7, de Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013. 2011
- Silamani, J., & Guíra, A. (2015). Utilidad y tipos de revisión de literatura. *SciElo*, 292.
- Sol, J. (2013). *La guerra de las pymes*. Buenos Aires: Editorial del Nuevo Extremo S.A.
- Sols Rodríguez-Candela, A., Fernández Fernández, I., & Romero Yacobi, J. (2013). *Gestión integral de proyectos*. España.
- Soto Sánchez, R. (julio-diciembre de 2012). Desarrollo de la capacidad emprendedora en la oferta educativa a nivel superior. *Gestión y estrategia: Gobernanza y pequeñas organizaciones en México*(42).
- Sung, S., & Duarte, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Redalyc*, 291-314.

- Terrén , E. (2012). *El contacto intercultural en la escuela*.
- Toapanta, T. (2015). “*Diagnostico de la Gestión Administrativa de las Juntas de Agua Potable y Saneamiento del Cantón Ambato*. Ambato.
- Torres Granadillo , F., & Artigas, W. (3 de julio-septiembre de 2015). Emprendimiento económico: Elementos teóricos desde las perspectivas de sistemas y redes. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXI, 429-441 .
- Torroba, L. (2014). *Factores claves en el emprendimiento*. Madrid.
- Universo. (9 de Diciembre de 2016). Retos y claves para emprendedores. *Economía*.
- Valencia, M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. (Spanish). *Pensamiento & Gestión*, 36, 204-236.
- Valiente, C., & García, E. (2013). La religiosidad como factor promotor de salud y bienestar para un modelo multidisciplinar de atención psicogeriatrica. *Psicogereatría*, 153-165.
- Vargas, A. (2013). *Estadística descriptiva e inferencial*. Murcia.
- Vázquez, A. (2016). *El Emprendimiento Empresarial. La Importancia de ser Emprendedor*:. Segunda Edición.
- Wompner, F. (2012). El emprendimikento como factor de movilización social. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 36.
- Yupa , L. (2016). *La creacion de un centro de capacitacion para la formacion de microempresas en la ciudad de Ambato*. Ambato.
- Zavala, A., Mendoza, E., & Nájera, P. (2012). El entorno familiar y su influencia en el plan de vida de los jóvenes en una universidad Privada de Monterrey. *Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*.

Zhang, P., Wang, D., & Owen, C. L. (2015). A Study of Entrepreneurial Intention of University Students. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(1), 61-82.

Zuluaga, J. (5 de Febrero de 2014). Emprendimiento e Historia Empresarial. Apuntes para un diálogo interdisciplinario.

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS
ENCUESTA



OBJETIVO:

Diagnosticar los factores socioeconómicos que influyen al estudiante en el emprendimiento universitario en la provincia de Tungurahua.

Dirigido a: Estudiantes Universitarios

INDICACIONES:

- Lea detenidamente las preguntas y marque con una X la respuesta.
- Se garantiza absoluta confidencialidad por la información proporcionada, se utilizará única y exclusivamente con fines académicos.
- Sus respuestas son muy importantes para alcanzar los objetivos propuestos

1. ¿En qué Institución educativa usted estudia?

- Universidad técnica de Ambato
- Universidad autónoma de los Andes
- Universidad tecnológica Indoamérica
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato

2. ¿A qué etnia pertenece?

- Mestizo
- Indígena
- Blanco
- Afro ecuatoriano

e) ¿Cree que pertenecer a una etnia afectaría al iniciar un emprendimiento?

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Nunca

f) ¿En su universidad se realizan capacitaciones de emprendimiento?

- SI
- No

¿Cómo lo hace?

- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

g) ¿Considera usted que el emprendimiento universitario es importante?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

h) Señale el nivel de importancia del emprendimiento universitario en los siguientes ámbitos

ÁMBITO \ NIVEL DE IMPORTANCIA	Nada (1)	Poco (2)	Regular (3)	Bastante (4)	Mucho (5)
	Social				
Empresarial					
Político					
Académico					

i) Con respecto a la posibilidad de emprender, cuál cree que son los factores socioeconómicos que ayudan a llegar al éxito a los emprendimientos universitarios.

Financiamiento de instituciones del sector financiero	<input type="checkbox"/>
Programas y redes de apoyo	<input type="checkbox"/>
Nivel de educación	<input type="checkbox"/>
Soporte de la universidad	<input type="checkbox"/>
Inversionistas	<input type="checkbox"/>
Autogestión	<input type="checkbox"/>

j) ¿Considera usted que las instituciones financieras apoyan a los emprendimientos en la provincia de Tungurahua?, ¿De qué tipo?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
Publicas	<input type="checkbox"/>
Privadas	<input type="checkbox"/>

k) Califique los factores que influyen al estudiante en el emprendimiento universitario

FACTORES \ CALIFICACIÓN	Muy bajo (1)	Bajo (2)	Regular (3)	Alto (4)	Muy Alto (5)
	Sociales				
Económicos					
Culturales					
Políticos					
Religiosos					

10) **¿Considera usted que los factores socioeconómicos limitan al estudiante universitario para iniciar un emprendimiento?**

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

11) **¿Califique cómo influye el estrato socioeconómico en los emprendimientos universitarios?**

ESTRATO SOCIECONOMICO \ CALIFICACIÓN	Muy bajo (1)	Bajo (2)	Regular (3)	Alto(4)	Muy alto (5)
	Nivel alto				
Nivel medio					
Nivel bajo					

12) **Con respecto a la posibilidad de emprender, cuál cree que son los factores socioeconómicos que llevan al fracaso de los emprendimientos universitarios**

Inestabilidad económica en el país	<input type="checkbox"/>
Políticas gubernamentales inestables	<input type="checkbox"/>
Desigualdad de clases sociales entre los estudiantes universitarios	<input type="checkbox"/>

Anexo 2 Validación de la encuesta

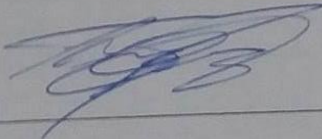
INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DEL CUESTIONARIO

Cuestionario dirigido a docentes expertos en proyectos de titulación, modalidad investigación

APRECIACION CUALITATIVA

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento		X		
Claridad de la redacción de los ítems		X		
Pertinencia de la variable con los indicadores			X	
Relevancia del contenido		X		
Factibilidad de la aplicación		X		

OBSEVACIONES: *Clarifique el concepto de Emprendimiento Universitario. Profundise en ^{descubrir} ~~en~~ las clases sociales.*

Validado por:	<i>Andrés López</i>
Profesión:	<i>Ing. Comercial</i>
Lugar de trabajo:	<i>U.T.A.</i>
Cargo que desempeña:	<i>Docente investigador</i>
Lugar y fecha de validación:	<i>Ambato 18-09-2017</i>
Firma:	

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DEL CUESTIONARIO

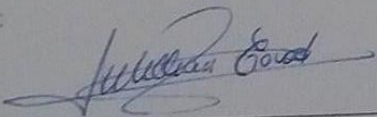
Cuestionario dirigido a docentes expertos en proyectos de titulación, modalidad investigación

APRECIACION CUALITATIVA

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	✓			
Claridad de la redacción de los items	✓			
Pertinencia de la variable con los indicadores	✓			
Relevancia del contenido	✓			
Factibilidad de la aplicación	✓			

OBSEVACIONES:

Verificar con el Cronbach.

Validado por:	William Tenorio
Profesión:	Ingeniero.
Lugar de trabajo:	FCADM.
Cargo que desempeña:	Docente-Investigador
Lugar y fecha de validación:	Ambato, 20 Septiembre 2017
Firma:	

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DEL CUESTIONARIO

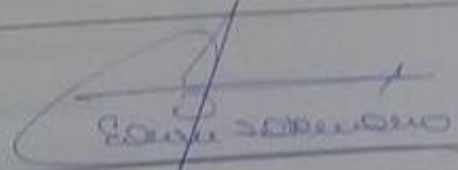
Cuestionario dirigido a docentes expertos en proyectos de titulación, modalidad investigación

APRECIACION CUALITATIVA

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento		x		
Claridad de la redacción de los ítems			x	
Pertinencia de la variable con los indicadores	x			
Relevancia del contenido	x			
Facilidad de la aplicación	x			

OBSEVACIONES:

Corregir las preguntas señaladas en el adjunto

Validado por:	Jug. Edwin Santacruz
Profesión:	Ingeniero
Lugar de trabajo:	FCADN - UTA
Cargo que desempeña:	Docente - Investigador
Lugar y fecha de validación:	Ayacucho 13/sept/2017
Firma:	 Edwin Santacruz

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DEL CUESTIONARIO

Cuestionario dirigido a docentes expertos en proyectos de titulación, modalidad investigación

APRECIACION CUALITATIVA

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	/			
Claridad de la redacción de los ítems		/		
Pertinencia de la variable con los indicadores	/			
Relevancia del contenido		/		
Factibilidad de la aplicación		/		

OBSEVACIONES: *CORREGIR LOS FACTORES DELO EL DUDOS*

Validado por:	<i>Eco. Luis Lascara</i>
Profesión:	<i>Economista</i>
Lugar de trabajo:	<i>T.C.A.D.M</i>
Cargo que desempeña:	<i>DOCENTE</i>
Lugar y fecha de validación:	<i>23 / 07 / 2017</i>
Firma:	<i>[Firma manuscrita]</i>

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACION DEL CUESTIONARIO


Questionario dirigido a docentes expertos en proyectos de innovación, modalidad investigación

APRECIACION CUALITATIVA


CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento		/		
Claridad de la redacción de los ítems		/		
Pertinencia de la variable con los indicadores		/		
Relevancia del contenido		/		
Factibilidad de la aplicación		/		

OBSEVACIONES:

Mejorar el Instrumento con las Observaciones sugeridas

Validado por:	Fernando Miranda López
Profesión:	Ingeniero De Empresas MBA.
Lugar de trabajo:	UTA - FEADH.
Cargo que desempeña:	Especialista en Investigación y Desarrollo
Lugar y fecha de validación:	Ambato 15/ Sep / 2017
Firma:	

Anexo 3 Resolución del proyecto generar

**Universidad Técnica de Ambato**
Consejo Universitario
Av. Colombia 02-11 y Chile (Cda. Ingahurco) - Teléfono: 593 (03) 2521-081 / 2822960 - Fax: 2521-084
Ambato - Ecuador

RESOLUCIÓN: 0910-CU-P-2016

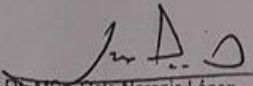
El Honorable Consejo Universitario de la Universidad Técnica de Ambato, en sesión ordinaria efectuada el martes 17 de mayo de 2016, vista y analizada la Resolución CONIN-P-056-2016, del 04 de mayo de 2016, suscrita por la Doctora Adriana Reinoso, Presidenta de Consejo de Investigación, por medio del cual remite el Proyecto de Investigación "MODELO DE GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS", elaborado por un Docente Investigador de la Facultad de Ciencias Administrativas; en base a los Artículos 1, 3 y demás pertinentes del Reglamento de la Dirección de Investigación y Desarrollo de la Universidad Técnica de Ambato; el literal b) del Artículo 59 del Estatuto Universitario, y demás normativa legal aplicable para el efecto; y, en uso de sus atribuciones contempladas en el literal m) del Artículo 21 ibídem:


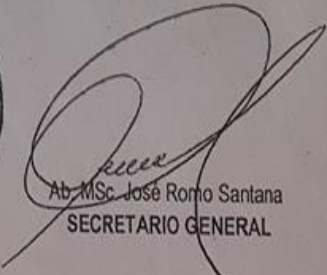
RESUELVE:

1. Aprobar el Proyecto de Investigación "MODELO DE GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS", elaborado por un Docente Investigador de la Facultad de Ciencias Administrativas, de acuerdo al siguiente detalle y documento adjunto:

Coordinadora:	Ing. Mario Padilla
Coordinador Subrogante:	Ing. Luis Lascano
Investigación	Aplicada
Duración:	Dieciséis (16) meses
Monto solicitado DIDE:	\$ 19.550,00 (DIDE)
2. Autorizar lo siguiente para el mencionado Proyecto de Investigación:
 - La elaboración y suscripción del contrato correspondiente a la ejecución del mismo.
 - La elaboración y suscripción del contrato respectivo con la Ing. Mario Padilla responsable del proyecto.
 - La asignación total de USD 19.550,00, para la ejecución del Proyecto.
 - Que el presente Proyecto de Investigación sea ejecutado con Fondos de Investigación del 2016.

Ambato mayo 17, 2016


Dr. MSc. Galo Naranjo López
PRESIDENTE DEL H. CONSEJO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



Ab. MSc. José Romo Santana
SECRETARIO GENERAL



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

CONSEJO DE INVESTIGACIÓN

Av. Colombia y Chile (Ciudadela Ingahurco) * Telefax (593) 3 2521021 ext. 229 * Casilla 18-01-334
 www.uta.edu.ec * E-mail: areinoso@uta.edu.ec

Ambato - Ecuador

Ambato, mayo 4 2016
 CONIN-P-056-2016-Res.

Doctor
 Galo Naranjo López
RECTOR
 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
 Presente

De mi consideración:

Consejo de Investigación en sesión ordinaria efectuada el miércoles 4 de mayo del 2016, resolvió: **REMITIR** para resolución de Consejo Universitario el Proyecto de Investigación que se detalla a continuación, elaborado por un Docente Investigador de la Facultad de Ciencias Administrativas:

1. **"MODELO DE GESTIÓN DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS"**.

Coordinadora:	Ing. Mario Padilla
Coordinador Subrogante:	Ing. Luis Lascano
Investigación	Aplicada
Duración:	Dieciséis (16) meses
Monto solicitado DIDE:	\$ 19.550,00 (DIDE)

2. **SOLICITAR** a Consejo Universitario autorice lo siguiente para este Proyecto de Investigación:

- ✓ La elaboración y suscripción del contrato correspondiente a la ejecución del mismo.
- ✓ La elaboración y suscripción del contrato respectivo con el Ing. Mario Padilla responsable del proyecto.
- ✓ La asignación total de **USD 19.550,00** para la ejecución del Proyecto.
- ✓ Que el presente Proyecto de Investigación sea ejecutado con **Fondos de Investigación del 2016**.

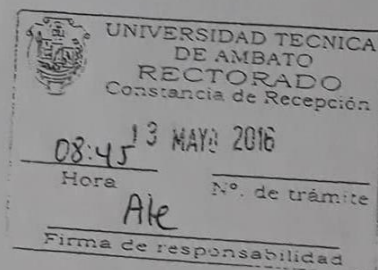
Atentamente,

Dra. Adriana Reinoso Núñez
 Presidenta

referencia: oficio DIDE-D-0872-2016 (25-04-16)
 proyecto indicado en veintidós hojas

anexo: documentos de la referencia en veinticinco hojas

cc: DOCTOR CARLOS RODRÍGUEZ - DIRECTOR DIDE
 DECANO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 COORDINADOR UNIDAD OPERATIVA ICAD
 ING. MARIO PADILLA - RESPONSABLE DEL PROYECTO
 CARPETA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CARPETA PROYECTOS APROBADOS



Anexo 4 Listado de estudiantes que realizan emprendimientos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
DIRECCIÓN ACADÉMICA

Memorando Nro. UTA-DAC-2017-0608-M

Ambato, 29 de agosto de 2017

PARA: Dr. Galo Naranjo López, Ph.D
Rector

ASUNTO: Información acerca de los estudiantes graduados en las diferentes carreras.

De mi consideración:

En atención al oficio sin número de fecha 16 de junio de 2017, suscrito por el Dr. Mario Padilla Martínez, Ph.D, y reasignado a esta dependencia por medio del Sistema de Gestión Documental Quipux. Se entrega la información acerca de los estudiantes graduados bajo la modalidad de emprendimiento en las diferentes carreras en los últimos cinco años.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Dra. Mayra Liliana Paredes Escobar
DIRECTORA ACADÉMICA, SUBROGANTE



Referencias:

- UTA-B-2017-2913-E

Anejos:

- información de estudiantes titulados.pdf

Copia:

Mario Patricio Padilla Martínez
Docente de la Facultad de Ciencias Administrativas

cc

Ambato, 28 de agosto de 2017
FCA-SC-G-38-2017

Doctor
Jairo Antonio Portal
DIRECTOR ACADÉMICO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
Presente.

DAC - UTA
Recibido por: *Gyothia C.*
28 AGO 2017
Hora: 14:30
Firma:

De mi consideración:

En respuesta al Memorando Nro. UTA-DAC-2017-0574-M de fecha 04 de Agosto de 2017, suscrita por su autoridad, en el que se solicita: "información acerca de los estudiantes graduados en las diferentes carreras de los últimos cinco años, con el objetivo de conocer cuáles se han titulado con emprendimiento", cabe mencionar que a partir del año 2015, en base a la Resolución: 1060-CU-P-2015 de fecha 9 de junio de 2015, donde a su vez se pide la reforma a la Resolución: 0337-CU-P-2015 en la cual consta la modalidad de Emprendimiento, razón por la cual no se han encontrado datos con fechas anteriores al 2015.

AÑO 2016					
N.-	NOMBRE	FECHA ACTA DE GRADO	N.- ACTA DE GRADO	CARRERA	MODALIDAD
1	CEVALLOS YILLAVICENCIO CRISTINA JOHANA	23/05/2016	4190	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPREDIMIENTO
2	RUIZ MORALES ANDREA PAULINA	08/06/2016	4211	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPREDIMIENTO
3	CISNEROS BARRIONUEVO TATIANA ESTEFANIA	08/06/2016	4212	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPREDIMIENTO
4	MIRANDA MIRANDA CHRISTIAN PATRICIO	30/06/2016	4214	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPREDIMIENTO
5	GUAMAN CORTES DARIO JAVIER	30/06/2016	4215	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPREDIMIENTO
6	MASABANDA GERMAN MELIDA MARGTH	27/07/2016	4218	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPREDIMIENTO
7	CHAVEZ SOLIS ANDREA FERNANDA	27/07/2016	4219	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPREDIMIENTO
8	CAGUANA AGUAYZA MARIA AUGUSTA	11/08/2016	4220	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPREDIMIENTO
9	ACURIO ACURIO MARTHA SUSANA	28/09/2016	4226	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPREDIMIENTO
10	YUPA PILATUÑA LUIS ALBERTO	26/10/2016	4234	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPREDIMIENTO
11	VILLALBA MARIN DENNIS ALEXANDRA	26/10/2016	4235	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPREDIMIENTO

				NEGOCIOS	
12	SANCHEZ SANCHEZ MAYRA ALEXANDRA	10/01/2017	4250	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
13	JURADO CHANGO VERONICA DE LOURDES	17/01/2017	4251	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
14	QUINTANA OYOS MARIA JOSE	17/01/2017	4257	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
15	ESPINOZA LLERENA GABRIELA ARACELY	17/01/2017	4258	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
16	FLORES LOPEZ RICARDO SEBASTIAN	24/01/2017	4259	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
17	CHILIQUINGA YUGCHA EDWIN GEOVANNY	24/01/2017	4261	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
18	CHANGO TENELEMA MARITZA JESSICA	05/10/2016	4231	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
19	YUPA PILATUÑA LUIS ALBERTO	26/10/2016	4234	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
20	VILLALBA MARIN DENNIS ALEXANDRA	26/10/2016	4235	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
21	ALMEIDA LEMA TANIA NATALI	09/12/2016	4239	INGENIERA DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO

AÑO 2017					
N.-	NOMBRE	FECHA ACTA DE GRADO	N.- ACTA DE GRADO	CARRERA	MODALIDAD
1	NICOLAUDE VACA ALEX RICARDO	10/01/2017	4242	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
2	CAIZA CURIPALLO ALEXANDRA ELIZABETH	10/01/2017	4244	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
3	SANCHEZ SANCHEZ MAYRA ALEXANDRA	10/01/2017	4250	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
4	JURADO CHANGO VERONICA DE LOURDES	17/01/2017	4251	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
5	MEDINA LOPEZ GLADYS YAJAIRA	17/01/2017	4256	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	INVESTIGACIÓN
6	QUINTANA OYOS MARIA JOSE	17/01/2017	4257	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
7	ESPINOZA LLERENA GABRIELA ARACELY	17/01/2017	4258	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
8	FLORES LOPEZ RICARDO SEBASTIAN	24/01/2017	4259	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
9	CHILIQUINGA YUGCHA EDWIN GEOVANNY	24/01/2017	4261	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
10	CANDO VARGAS NORA TATIANA	09/02/2017	4263	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO

11	ULLOA GRANDA PATRICIA LUCIA	09/02/2017	4266	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
12	ILLESAS MUELA MARIA GABRIELA	09/02/2017	4267	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
13	GUERRERO VELASTEGUI ALEX SEBASTIAN	01/03/2017	4269	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
14	SOLIS SOLIS WILSON GIOVANNY	01/03/2017	4270	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
15	VILLACIS LOPEZ EDISSON NAPOLEON	01/03/2017	4271	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
16	VELVA SAQUINGA HUGO FERNANDO	01/03/2017	4272	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
17	VELA ROBALINO STEPHANY BELEN	01/03/2017	4273	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
18	ALTAMIRANO NAJERA CAROLINA DEL ROCIO	01/03/2017	4274	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
19	BALAREZO TORO FAUSTO VINICIO	01/03/2017	4276	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
20	ALTAMIRANO NAJERA MARIA ELENA	01/03/2017	4277	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
21	TUPIÑO MURILLO BRENDA CAROLINA	01/03/2017	4280	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
22	PEÑAFIEL YALLA LUIS ALBERTO	23/03/2017	4281	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
23	GAROFALO VEGA CARLOS ALBERTO	23/03/2017	4282	INGENIERA DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
24	TORILEMA QUISIMALIN LENIN MAURICIO	23/03/2017	4285	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
25	VILLACIS NARANJO JORGE LUIS	23/03/2017	4286	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
26	ROSERO DELGADO JUAN CARLOS	06/04/2017	4292	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
27	DOMINGUEZ SOLIS CARLOS ALEJANDRO	06/04/2017	4297	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
28	MINIGUANO DUQUE PABLO DAVID	06/04/2017	4301	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
29	MIRANDA AMAN HENRY FERNANDO	06/04/2017	4303	INGENIERA DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
30	RUIZ POAQUIZA CRISTINA ALEJANDRA	27/04/2017	4316	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
37	ÁVILA ZURITA MARIO FERNANDO	26/04/2017	4306	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
32	ARIAS PROAÑO PAOLA VANESSA	26/04/2017	4307	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
33	CONSTANTE YILLALBA EDISON JIFFRE	26/04/2017	4309	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO

				NEGOCIOS	
34	CRILLO MORETA LUIS ORLANDO	26/04/2017	4310	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
35	ESPINOZA PICO JANETH MARICELA	26/04/2017	4314	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
36	BONILLA AMANCHA DIEGO MAURICIO	26/04/2017	4315	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
37	VILLACÍS GUAMÁN MARÍA JOAQUINA	26/04/2017	4316	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
38	HIDALGO OÑATE EDITH GRACIELA	26/04/2017	4317	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
39	YAMBAY VIZUETA WILLIAN ROBERTO	15/05/2017	4334	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
40	CORDONEZ CHICAIZA WALTER EFRAIN	15/05/2017	4335	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
41	PÉREZ LÓPEZ KAROL LIZBETH	16/05/2017	4351	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
42	AIMARA QUISPE FREDDY DAVID	30/05/2017	4352	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
43	PAREDES TAMAYO JORGE DAVID	30/05/2017	4353	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
44	SISA MAZABANDA SEGUNDO MARIANO	30/05/2017	4354	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
45	ARCOS PÉREZ MAYRA ALEJANDRA	30/05/2017	4357	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
46	NANCY CARINA QUIROZ VERA	30/05/2017	4361	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
47	PÁEZ ORTÍZ MARÍA FERNANDA	30/05/2017	4362	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
48	NARANJO ESPINOSA JAIBO ADRIÁN	30/05/2017	4365	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
49	MURILLO CARRASCO KATHERINE ALEJANDRA	30/05/2017	4368	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
50	ESMERALDAS ZAMBRANO LEONEL ENRIQUE	20/06/2017	4374	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
51	MORENO CASAÑAS LAURA GISELL	20/06/2017	4375	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
52	IZA GARNICA JUAN DAVID	20/06/2017	4381	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
53	PARRA ORTIZ EVELYN	20/06/2017	4383	ORGANIZACIÓN DE	EMPRENDIMIENTO

	YESSENA			EMPRESAS	
54	BONITO NAVARRETE ALEXANDRA GABRIELA	21/06/2017	4391	INGENIERA DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
55	CONTRERAS ALQUI NANCY MARIBEL	04/07/2017	4392	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
56	NARVAÉZ ORTEGA MARÍA JOSÉ	04/07/2017	4393	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
57	SÁNCHEZ GARCÉS BELLA ESPERANZA	04/07/2017	4396	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
58	GONZÁLEZ DÍAZ TAMARA LEONOR	05/07/2017	4397	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
59	PINEDA PEREZ EDGAR MARCELO	04/07/2017	4398	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
60	PAREDES TORRES DIANA PATRICIA	18/07/2017	4407	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO
61	SANCHEZ SOLIS ALEX ISRAEL	19/07/2017	4417	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
62	UNAUCHO GUALA DEYSI JAZMINA	08/08/2017	4421	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
63	ALDAS PEREZ SUSANA ALEJANDRA	08/08/2017	4423	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
64	SANDOVAL TORRES EDISON OMAR	08/08/2017	4424	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
65	GAIBOR GUSTAY GEOCONDA ELIZABETH	08/08/2017	4425	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
66	MONTESDEOCA GUAYASAMÍN CHRISTIAN GERARDO	09/08/2017	4434	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
67	FIALLOS CORDOVA CARLOS GUSTAVO	09/08/2017	4435	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
68	BELTRAN MURILLO EDISON PATRICIO	09/08/2017	4436	MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS	EMPRENDIMIENTO
69	QUINATOVA TOROSHINA ALCIDES	08/08/2017	4441	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	EMPRENDIMIENTO

Sin otro particular, me es grato suscribir.

Atentamente



Abg. Daniel Frías
SECRETARIO GENERAL

