



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

Intenciones Emprendedoras: Una Mirada al Comportamiento de los Estudiantes Universitarios de Ecuador



Reporte Nacional GUESSS 2018 - 2019

Jácome Mariella, Jácome Omar

Prefacio

El emprendimiento hace referencia a la creación e implementación de nuevas oportunidades en un entorno donde se encuentran presentes un alto grado de complejidad e incertidumbre. No obstante, el emprendimiento ha sido reconocido como un factor de gran relevancia por muchos académicos e investigadores constituyéndose en un motor clave del crecimiento y la sostenibilidad de una economía, así como en un mecanismo de desarrollo social (Farhangmehr, Gonçalves, & Sarmento, 2016). El hecho de promover una cultura empresarial permite resolver ciertos problemas complejos derivados de un estancamiento económico como son las altas tasas de desempleo.

Bird (1988) refirió que las intenciones emprendedoras se definen como un estado de ánimo que dirige y orienta las acciones de los individuos hacia el desarrollo e implementación de nuevos conceptos empresariales. Las intenciones de llevar a cabo determinadas conductas vienen influenciadas por diferentes factores, tales como necesidades, valores, deseos, hábitos y creencias (Lee & Wong, 2004), un conjunto de variables cognitivas (Ajzen, 1991) y factores situacionales (Liñán & Chen, 2006).

La intención empresarial es un estado mental que describe el hecho que las personas quieran crear una nueva empresa o un nuevo impulsor de valor dentro de las organizaciones existentes. Las investigaciones sobre la intención empresarial han venido analizando las razones que conducen a algunas personas a elegir trabajar por cuenta propia o iniciar sus propios negocios, mientras que otras prefieran los trabajos tradicionales bajo relación de dependencia.

Los investigadores han intentado explicar el fenómeno durante los últimos años desde el punto de vista de la personalidad de los emprendedores, la capacidad de innovación, la explotación de oportunidades y la influencia del entorno que enfrentan los emprendedores con el objetivo de proporcionar un nuevo enfoque de investigación y ofrecer un medio para explicar y predecir mejor el emprendimiento (Wu & Wu, 2008).

Investigaciones hacen referencia que uno de los instrumentos claves para aumentar las actitudes emprendedoras de los emprendedores potenciales y emergentes es la educación emprendedora (Liñán, Rodríguez-Cohard, & Rueda-Cantuche, 2010, Noel, 1998). Por otra parte, la educación empresarial se ha ido extendiendo durante las últimas décadas y se ha introducido en las universidades tanto en los programas de pregrado como de posgrado, escuelas y centros de formación profesional debido a la importancia de los graduados en emprendimiento para contribuir al crecimiento económico y desarrollo de sus países (Hattab, 2014).

El proyecto Encuesta Global del Espíritu Emprendedor de Estudiantes Universitarios, *Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey* (GUESSS), por sus siglas en inglés; está dedicado a investigar las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios alrededor del mundo desde el año 2003. Durante el año 2018, se llevó a cabo la octava edición del proyecto GUESSS que tuvo la participación de investigadores de 54 países y contó con más de tres mil universidades participantes cuyos resultados permitieron obtener más de 208 mil respuestas completas de estudiantes universitarios alrededor del mundo.

En Ecuador, esta es la segunda ocasión que se lleva a cabo la investigación que contó con la participación de la Universidad Católica de Cuenca, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Universidad Ecotec, Universidad Espíritu Santo y Universidad Estatal de Guayaquil. La difusión del presente estudio se realizó en conjunto con la Universidad Católica de Cuenca a través del Sistema de Posgrado – Maestría de Administración de Empresas.

Entre los resultados del proyecto se presenta un informe internacional a cargo del director del proyecto, Philipp Sieger donde se visualiza la percepción de intención empresarial a nivel de cada uno de los países. Así también, se presenta un reporte nacional que proporciona información sobre la elección de carrera de los estudiantes universitarios, sus intenciones de decisión de emprendimiento y sus impulsores subyacentes.

Además, se reporta hallazgos relacionados con la percepción del estudiante universitario sobre su capacidad empresarial, la percepción de apoyo que recibe de su círculo cercano sea este familiar o de amigos, la evaluación que hace de su entorno respecto al emprendimiento, las actividades relacionadas con el proceso de creación de nuevas empresas en las que se encuentran inmersos los estudiantes universitarios, así también, distinguir aquellas actividades que ya estén ejecutando desde su propio negocio.

El objetivo de la presente publicación es contribuir con información que pueda ser significativa para desarrollar estrategias y decisiones a través de la comprensión de los factores que influyen en las intenciones emprendedoras en el contexto ecuatoriano. Estamos convencidos que los presentes hallazgos permitirán dar una mejor perspectiva del emprendimiento en Ecuador desde la óptica de los estudiantes universitarios de forma que los agentes de interés relacionados, tales como universidades, gobiernos y empresas puedan tomar decisiones que contribuyan a dinamizar este aspecto en beneficio de nuestra sociedad.

Ph.D. Mariella Jácome Ortega

Representante Nacional del Proyecto GUESSS en Ecuador

Docente Universidad Católica de Cuenca

mariella.jacome@gussesecuador.com

mariella.jacome@ucacue.edu.ec

Ph.D. Omar Jácome Ortega

Investigador del Proyecto GUESSS en Ecuador

Docente Universidad Católica de Cuenca

omar.jacome@gussesecuador.com

xjacomeo@ucacue.edu.ec

Citación: Jácome, M. & Jácome, O. (2020). Intenciones emprendedoras: Una Mirada al Comportamiento de los Estudiantes Universitarios de Ecuador. Reporte Nacional GUESSS 2018 – 2019. Ecuador: Universidad Católica de Cuenca.

Agradecimientos

El equipo GUESSS de Ecuador agradece a todas las universidades participantes en el presente estudio: Universidad Católica de Cuenca, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Universidad Ecotec, Universidad Espíritu Santo y Universidad Estatal de Guayaquil. De manera especial, se agradece a todos los investigadores quienes participaron en el proceso de recolección de datos en las universidades asociadas de Ecuador: Ph.D. Omar Jácome Ortega (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil), MBA. Maribel Maya Carrillo (Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE), Ph.D. Giovanni Herrera Enríquez (Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE), M.Sc. Solange Zamora Boza (Universidad Ecotec), Ph.D. Christian Rosero Barzola (Universidad Espíritu Santo) y Ph.D. Dayana Lozada Núñez (Universidad Estatal de Guayaquil).

Así también, se reconoce el importante apoyo proporcionado por las autoridades de las universidades participantes: Mgs. Juan Carlos Erazo (Universidad Católica de Cuenca), Ph.D. Nancy Wong (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil), Ph.D. Juan Pablo Ortega (Universidad Espíritu Santo), Ph.D. Alexandra Portalanza Chavarría (Universidad Espíritu Santo) y Ph.D. Rafael Sorhegui Ortega (Universidad Ecotec).

Por otra parte, los investigadores agradecen a las instituciones o grupos que colaboraron para el desarrollo de la segunda edición del GUESSS en Ecuador. Un especial reconocimiento a los miembros de GEMIEC. Seguidamente, se agradece la contribución de Productos Metalúrgicos S.A. PROMESA, empresa ecuatoriana líder en la distribución de productos ferreteros y repuestos automotrices. De igual forma, se agradece la participación de la compañía Ernst and Young (EY) como socio internacional del proyecto.

Se extiende un agradecimiento al Ph.D. Philipp Sieger, director del proyecto GUESSS y al equipo de investigadores de la Universidad de St. Gallen y la Universidad de Bern quienes colaboran en este importante proyecto internacional. De la misma manera se agradece a los investigadores quienes dirigieron la investigación en sus países porque sus ideas y resultados han inspirado el desarrollo del presente reporte nacional.

Finalmente, se agradece a todos los estudiantes que contribuyeron con la información levantada en la encuesta global del espíritu emprendedor de estudiantes universitarios en Ecuador, ya que gracias a dicha participación se pudieron mostrar los principales hallazgos de esta investigación.

Gracias a todos los que hicieron posible desarrollar esta segunda edición del GUESSS en Ecuador.

Tabla de Contenidos

1. Introducción.....	1
1.1 Antecedentes del Estudio.....	1
1.2 Marco Teórico.....	2
1.3 Organización del Proyecto.....	3
2. Participantes y muestra.....	8
2.1 Información demográfica.....	8
2.1.1 <i>Edad</i>	8
2.1.2 <i>Género</i>	9
2.1.3 <i>Nacionalidad</i>	10
2.2 Estudios Universitarios.....	10
2.2.1 <i>Nivel Actual de Estudio</i>	10
2.2.2 <i>Campos de Estudio</i>	11
3. La Intención de Elección de Carrera e Intención Emprendedora.....	12
3.1 Reflexiones Generales.....	12
3.2 Intención Emprendedora.....	14
3.3 . Intención Emprendedora Multi-ítem.....	21
4. Impulsores de las Intenciones Emprendedoras.....	23
4.1 Contexto Universitario.....	23
4.2 Habilidades Emprendedoras (Locus de control, Actitud Emprendedora y Autoeficacia).....	29
4.2.1 <i>Locus de Control</i>	29
4.2.2 <i>Autoeficacia y Habilidades Emprendedoras</i>	32
4.2.3 <i>Actitud Emprendedora</i>	34
4.3 Reacción del Contexto.....	37
4.4 Entorno Familiar.....	38
4.5 Entorno social (La sociedad en que viven).....	39
5. Participación de Emprendedores Nacientes y Activos.....	41
5.1 Emprendedores Nacientes.....	42
5.1.1 <i>Características de Emprendedores Nacientes</i>	42
5.2 Emprendedores Activos.....	48
5.2.1 <i>Características de Emprendedores Activos</i>	48
6. Conclusiones y Recomendaciones.....	52

7. Referencias	56
8. Equipos Nacionales de la Edición 2018	61
9. Patrocinadores y Socios.....	64
10. Acerca de los Autores.....	65

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Marco Conceptual del Proyecto GUESSS (2013 – 2014).....	3
<i>Figura 2.</i> Edad de estudiantes en Ecuador	9
<i>Figura 3.</i> Género de estudiantes en Ecuador.....	9
<i>Figura 4.</i> Nivel de estudio de los encuestados	10
<i>Figura 5.</i> Campos de estudio en Ecuador.....	11
<i>Figura 6.</i> Intención de elección de carrera en Ecuador.....	13
<i>Figura 7.</i> Intención emprendedora de Ecuador al terminar los estudios y 5 años después de terminar la carrera.....	14
<i>Figura 8.</i> Proporción de fundadores intencionales de Ecuador e Internacional.....	17
<i>Figura 9.</i> Intenciones emprendedoras de Ecuador según el campo de estudio.....	17
<i>Figura 10.</i> Fundadores intencionales 5 años después de terminar estudios.....	18
<i>Figura 11.</i> Diferencias de género en intenciones emprendedoras.....	18
<i>Figura 12.</i> Diferencias de género en Ecuador de intenciones emprendedoras según el campo de estudio, inmediatamente después de concluir estudios universitarios	19
<i>Figura 13.</i> Diferencias de género en Ecuador de intenciones emprendedoras según el campo de estudio, cinco años después de concluir estudios universitarios.....	20
<i>Figura 14.</i> Intención Emprendedora	22
<i>Figura 15.</i> Ambiente de emprendimiento de la universidad.....	24
<i>Figura 16.</i> Asistencia a capacitación de emprendimiento.....	26
<i>Figura 17.</i> Proporción de fundadores intencionales (5 años después de terminar estudios) según su formación en emprendimiento	26
<i>Figura 18.</i> Evaluación del aprendizaje de emprendimiento.....	28
<i>Figura 19.</i> Locus de control	30
<i>Figura 20.</i> Locus de control	31
<i>Figura 21.</i> Habilidades emprendedoras.....	33
<i>Figura 22.</i> Habilidades emprendedoras.....	34
<i>Figura 23.</i> Actitud emprendedora	35
<i>Figura 24.</i> Actitud emprendedora	36
<i>Figura 25.</i> Reacción del contexto.....	38
<i>Figura 26.</i> Entorno social (la sociedad en que viven).....	41
<i>Figura 27.</i> Participación de emprendedores nacientes y activos.....	42
<i>Figura 28.</i> Edad de los emprendedores nacientes en Ecuador	42

<i>Figura 29.</i> Plazo para puesta en marcha de la empresa.....	43
<i>Figura 30.</i> Sector industrial planificado para nuevos negocios en Ecuador	44
<i>Figura 31.</i> Actividades de gestación de emprendedores nacientes	46
<i>Figura 32.</i> Porcentaje de participación en el capital de la futura empresa.....	47
<i>Figura 33.</i> Número de cofundadores planificados	47
<i>Figura 34.</i> Edad de los fundadores de las empresas existentes en Ecuador.....	48
<i>Figura 35.</i> Año de fundación de las empresas existentes.....	49
<i>Figura 36.</i> Número de cofundadores de emprendedores activos	49
<i>Figura 37.</i> Número de empleados de empresas activas	50
<i>Figura 38.</i> Porcentaje de participación del capital de las empresas activas.....	50
<i>Figura 39.</i> Sector industrial de empresas activas	51

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Delegados Universitarios del Proyecto GUESSS Ecuador</i>	6
Tabla 2. <i>Universidades y Participación en Respuestas</i>	6
Tabla 3. <i>Universidades y Respuestas por Países</i>	7
Tabla 4. <i>Universidades y Porcentajes de Respuestas por Región</i>	8
Tabla 5. <i>Intención de Elección de Carrera al Terminar los Estudios y 5 Años Después</i>	12
Tabla 6. <i>Intención de Elección de Carrera por Género en Ecuador</i>	15
Tabla 7. <i>Intención Emprendedora, Promedio y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo</i>	21
Tabla 8. <i>Ambiente de Emprendimiento de la Universidad, Promedio Total y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo</i>	23
Tabla 9. <i>Evaluación del Aprendizaje de Emprendimiento, Promedio Total y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo</i>	28
Tabla 10. <i>Locus de Control, Promedio Total y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo</i>	29
Tabla 11. <i>Autoeficacia y Habilidades Emprendedoras, Promedio Total y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo</i>	32
Tabla 12. <i>Actitud Emprendedora, Promedio Total y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo</i>	35
Tabla 13. <i>Reacción del Contexto, Promedio Total y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo</i>	37
Tabla 14. <i>Entorno Familiar</i>	38
Tabla 15. <i>Entorno Social (La Sociedad en que Viven)</i>	40
Tabla 16. <i>Sector Industrial Planificado para Nuevos Negocios por Género</i>	45

1. Introducción

1.1 Antecedentes del Estudio

La encuesta global del espíritu emprendedor de estudiantes universitarios (GUESSSS) es un proyecto de investigación internacional que estudia las intenciones y las actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios empleando una comparación geográfica y temporal. El proyecto GUESSSS está organizado y dirigido por una cooperación de universidades suizas, la Universidad de St. Gallen y la Universidad de Bern. El director del proyecto GUESSSS es el profesor, Ph.D. Philipp Sieger.

La edición 2018-2019 del GUESSSS fue ejecutada a nivel internacional en el período de octubre 2018 a enero 2019 en 54 países, y contó con la participación de más de tres mil universidades. La presente edición no habría sido posible ejecutarla sin el invaluable esfuerzo y el apoyo de los equipos conformados en cada país, socios universitarios, Ernst & Young, como el socio internacional del proyecto y por supuesto, por la contribución de todos los estudiantes que respondieron a la invitación para participar en la encuesta. Este esfuerzo de muchos investigadores fue relevante, ya que se reunieron 208 mil respuestas de los estudiantes que luego fueron analizadas para encontrar notables hallazgos (Sieger, Fueglistaller, Zellweger, & Braun, 2019).

El GUESSSS identifica a los estudiantes que responden a la encuesta en dos vías diferentes de recopilación de datos, lo que permite un análisis longitudinal. A nivel general, el GUESSSS se dirige a varios grupos de interés: estudiantes, investigadores, empresarios, responsables de política pública, universidades y otros. En el caso de Ecuador, esta es la segunda edición que se ejecuta en el país este importante proyecto de investigación.

El principal objetivo del GUESSSS es generar ideas únicas y novedosas sobre el emprendimiento estudiantil. A partir de ello, se investigan en detalle varios tópicos tales como: (a) las intenciones emprendedoras; (b) el emprendimiento naciente; (c) la sucesión en empresas familiares; (d) el crecimiento y desempeño de nuevos

emprendimientos; (e) los factores de influencia de las intenciones emprendedoras en diferentes tópicos tales como motivos, preferencias, identidad social; en lo referente a nivel familiar la estructura familiar y las relaciones familiares; sobre el nivel universitario la educación emprendedora, el clima y aprendizaje y en cuanto al contexto aspectos tales como la cultura y las instituciones.

1.2 Marco Teórico

El marco teórico detrás de GUESSS es la teoría del comportamiento planificado (*theory of planned Behavior, TPB*). La teoría del comportamiento planificado ha surgido como uno de los conceptos más influyentes para el estudio de la actividad humana (Ajzen 1988, 2001). La teoría de Ajzen considera que el comportamiento humano está guiado por la combinación de tres aspectos: la actitud hacia el comportamiento, la norma subjetiva y el control percibido de comportamiento. Este factor conduce a la formación de una intención conductual con alta precisión (Ajzen, 1991, 2002; Fishbein & Ajzen, 1975). La teoría de Ajzen (2006) distinguió entre las intenciones y los comportamientos. Dicha teoría consideró que un ambiente social de apoyo eleva las probabilidades de que un individuo esté dispuesto a comenzar su propio negocio.

El primer factor es la actitud hacia el comportamiento y se refiere al nivel de acuerdo o desacuerdo de una persona en relación con una evaluación favorable o desfavorable de una conducta en cuestión. El segundo predictor es el factor social denominado como norma subjetiva, el cual se refiere a la presión social percibida para realizar o no el comportamiento dado. El tercer antecedente de intención se refiere a la facilidad o dificultad percibida de realizar el comportamiento y se supone que refleja la experiencia.

Este control del comportamiento está explicado por dos aspectos. En primer lugar, el hecho de que el individuo perciba que tiene mayor controlabilidad (locus de control) sobre su entorno favorecerá la probabilidad de iniciar una empresa. En segundo lugar, la autoeficacia que el individuo tiene en función de sus habilidades y conocimientos para administrar su propia empresa generará un efecto positivo en la intención de iniciar una empresa.

Generalmente, cuanto más favorable es la actitud y la norma subjetiva con respecto a un comportamiento, mayor será el control percibido de comportamiento, lo cual conlleva a una intención más fuerte del individuo de realizar el comportamiento contemplado (Ajzen, 1991). El GUESSS se centra en las intenciones generales de elección de una carrera y las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Otros factores que podrían afectar la evolución de la elección de una carrera o las intenciones emprendedoras se investigan a través de los tres elementos principales de la teoría de la conducta planificada. Estos factores son el contexto universitario, el contexto familiar, las motivaciones personales y finalmente el contexto social y cultural (Durst & Sedenka, 2016).

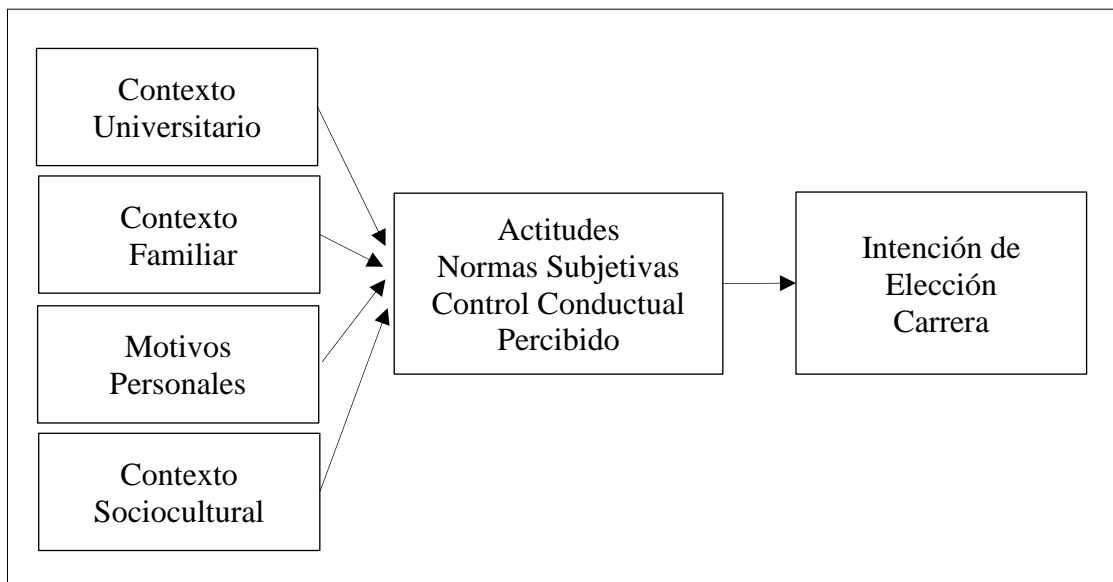


Figura 1. Marco Conceptual del Proyecto GUESSS (2013 – 2014). Adaptado de “*Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look of Intentions and Activities*” por P. Sieger, U. Fueglistaller & T. Zellweger, (2014), p. 7.

1.3 Organización del Proyecto

GUESSS es un proyecto de investigación internacional que estudia las intenciones emprendedoras y las actividades relacionadas con este tema en las universidades en general. El objetivo del proyecto es examinar el comportamiento de emprendimiento y las intenciones de los estudiantes para ilustrar hasta qué punto los estudiantes ya son trabajadores autónomos o si les gustaría convertirse en un emprendedor en el futuro.

GUESSS representa una plataforma de investigación empresarial. Los principales objetivos del proyecto son:

- GUESSS registra sistemáticamente la intención fundacional y la actividad de los estudiantes a largo plazo, y hace posible una comparación temporal y geográfica (estudio de panel).
- GUESSS ofrece una comparación temporal y geográfica que proporciona a las universidades una visión de la organización del emprendimiento. Por ejemplo: la forma de los cursos de emprendimiento, el clima fundacional, la infraestructura, entre otros.
- GUESSS realiza una comparación temporal y geográfica de las características individuales que influyen en la intención fundacional y las actividades de los estudiantes.

Adicionalmente, el proyecto tiene objetivos secundarios que se citan a continuación:

- GUESSS contribuye en la verificación y establecimiento de enfoques explicativos en varios niveles de análisis. Por ejemplo: individual, proceso, eficacia macroeconómica. Estos aspectos son útiles para la investigación de la intención fundacional y la actividad de los estudiantes.
- GUESSS permite a los países participantes reflexionar sobre su espíritu emprendedor con respecto a las condiciones de fundación que impulsan a los estudiantes a convertirse en empresarios.
- GUESSS puede observar los sectores de interés de las nuevas empresas creadas por los estudiantes.
- GUESSS ayuda a identificar las áreas de oportunidad percibidas en el proceso de fundación de los estudiantes. Con base en eso, se pueden generar recomendaciones.
- GUESSS ayuda a generar modelos de investigación y verificar los existentes.

El proyecto GUESSS está organizado y gestionado a través de la cooperación de la universidad de St. Gallen y la universidad de Bern (Suiza). El director del proyecto GUESSS es el profesor, Ph.D. Philipp Sieger, quien cuenta con el apoyo de un consejo compuesto por: Ph.D. Urs Fueglistaller (presidente), Ph.D. Thomas Zellweger, Ph.D. Frank Halter, Ph.D. Norris Krueger, y Tenure Track (asistente) en la universidad de Bern. GUESSS se estableció en el año 2003 en la Universidad de St. Gallen en Suiza. Así, cada dos o tres años, se lleva a cabo un esfuerzo global de recopilación de datos que ha alcanzado a la presente fecha ocho ediciones.

El período de recolección de datos de la octava edición se llevó a cabo de octubre 2018 a enero 2019. Como resultado se obtuvo la participación de 54 países y más de 208 mil respuestas completas de estudiantes de más de tres mil universidades. Para cada país participante, se estructuró un equipo nacional responsable de la coordinación y recopilación de datos en ese país. Específicamente, estos equipos enviaron las invitaciones de la encuesta a sus propios estudiantes y reclutaron a otros socios universitarios en su país. La recopilación de datos se ejecutó en todos los países dentro del plazo establecido.

En Ecuador, se conformó el equipo de GUESSS Ecuador. Este equipo es liderado por la docente de la Universidad Católica de Cuenca, Ph.D. Mariella Jácome Ortega, representante del proyecto GUESSS en Ecuador. El proyecto nacional se desarrolló gracias a la participación de universidades asociadas, responsables de la encuesta a nivel nacional. Sin sus esfuerzos, no hubiera sido posible recabar las opiniones de los estudiantes universitarios que formaron parte de esta importante medición comparativa a nivel internacional permitiendo tener una perspectiva global de los intereses de carrera de los estudiantes universitarios.

A continuación, se describen los investigadores quienes actúan como delegados del proyecto al interior de las universidades participantes, cuyas responsabilidades estuvieron orientadas a realizar la comunicación de los objetivos del proyecto a los estudiantes universitarios así también asegurar que el proceso de recolección de datos se lleve de forma efectiva.

Tabla 1. *Delegados Universitarios del Proyecto GUESSS Ecuador*

Universidad Participante	Delegados Universitarios
Universidad Católica de Cuenca	Ph.D. Mariella Jácome Ortega Ph.D. Omar Jácome Ortega
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	Ph.D. Omar Jácome Ortega
Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE	MBA. Maribel Maya Carrillo Ph.D. Giovanni Herrera Enríquez
Universidad Ecotec	M.Sc. Solange Zamora Boza
Universidad Espíritu Santo	Ph.D. Christian Rosero Barzola
Universidad Estatal de Guayaquil	Ph.D. Dayana Lozada Núñez

La encuesta contó con respuestas a nivel nacional de 3.702 estudiantes procedentes de seis universidades ubicadas en Ecuador. El proceso de recopilación de datos se realizó a través de una encuesta centralizada en línea que incluye instrumentos de medición validados y actualizados. El cuestionario original estuvo redactado en inglés y posteriormente fue traducido al español por las universidades hispanoparlantes. El cuestionario fue alojado en el sitio web proporcionado por el equipo internacional del GUESSS. La distribución de los encuestados por universidades se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. *Universidades y Participación en Respuestas*

Universidades	Respuestas	% Respuestas
Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE	1.559	42,11%
Universidad Espíritu Santo	521	14,07%
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	439	11,86%
Universidad Católica de Cuenca	416	11,24%
Universidad Tecnológica Ecotec	368	9,94%
Universidad Estatal de Guayaquil	182	4,92%
Otras	217	5,86%
Total	3.702	100,00%

En la tabla 3 se muestran las respuestas generales por país de la encuesta global GUESSS 2018. De África se obtuvo un 2,31% del total de encuestados, en América se obtuvo un 32,59% del total de las respuestas, en Asia se obtuvo un 18,52% de respuestas, en Europa un 45,62% de respuestas del total de datos. Por último, Oceanía representó un total de 0,96% de las respuestas. En el caso de América, la distribución de respuestas por región es la siguiente: 75,29% de las respuestas corresponden a estudiantes sudamericanos, 17,01% corresponden a estudiantes centroamericanos y 7,70% a estudiantes norteamericanos.

Tabla 3. *Universidades y Respuestas por Países*

Región	Código	País	Respuestas	Respuestas General	Respuestas por Región	Ranking Respuestas
África	DZA	Algeria	979	0,47%	20,29%	32
África	SLE	Sierra Leona	332	0,16%	6,88%	46
África	ZAF	Sudáfrica	3.515	1,68%	72,83%	18
América	ARG	Argentina	2.691	1,29%	3,96%	21
América	BRA	Brasil	20.623	9,88%	30,33%	2
América	CHL	Chile	7.704	3,69%	11,33%	8
América	COL	Colombia	15.851	7,60%	23,31%	4
América	CRI	Costa Rica	7.359	3,53%	10,82%	9
América	ECU	Ecuador	3.702	1,77%	5,44%	16
América	SLV	El Salvador	641	0,31%	0,94%	38
América	MEX	Mexico	5.173	2,48%	7,61%	11
América	PAN	Panamá	3.564	1,71%	5,24%	17
América	PER	Perú	121	0,06%	0,18%	50
América	URY	Uruguay	509	0,24%	0,75%	41
América	USA	USA	64	0,03%	0,09%	52
Asia	CHN	China	18.685	8,96%	48,37%	3
Asia	IDN	Indonesia	1.279	0,61%	3,31%	28
Asia	JPN	Japón	4.150	1,99%	10,74%	15
Asia	JOR	Jordán	4.564	2,19%	11,81%	13
Asia	KAZ	Kazajstán	3.425	1,64%	8,87%	19
Asia	KOR	Korea	832	0,40%	2,15%	34
Asia	LBN	Líbano	40	0,02%	0,10%	54
Asia	PAK	Pakistán	2.389	1,15%	6,18%	22
Asia	SAU	Arabia Saudita	1.641	0,79%	4,25%	25
Asia	TUR	Turquía	693	0,33%	1,79%	36
Asia	ARE	Emiratos Árabes Unidos	931	0,45%	2,41%	33
Europa	ALB	Albania	518	0,25%	0,54%	40
Europa	AUT	Austria	1.999	0,96%	2,10%	23
Europa	BLR	Bielorrusia	504	0,24%	0,53%	42
Europa	CZE	Chequia	1.254	0,60%	1,32%	29
Europa	ENG	Inglaterra	465	0,22%	0,49%	43
Europa	EST	Estonia	1.303	0,62%	1,37%	27
Europa	FIN	Finlandia	181	0,09%	0,19%	49
Europa	FRA	Francia	230	0,11%	0,24%	48
Europa	DEU	Alemania	10.082	4,83%	10,59%	5
Europa	GRC	Grecia	1.157	0,55%	1,22%	30
Europa	HUN	Hungría	9.667	4,63%	10,16%	7
Europa	IRL	Irlanda	1.408	0,67%	1,48%	26
Europa	ITA	Italia	7.299	3,50%	7,67%	10
Europa	KOS	Kosovo	683	0,33%	0,72%	37
Europa	LIE	Liechtenstein	338	0,16%	0,36%	45
Europa	LTU	Lithuania	1.059	0,51%	1,11%	31
Europa	NOR	Noruega	56	0,03%	0,06%	53
Europa	POL	Polonia	332	0,16%	0,35%	47
Europa	PRT	Portugal	4.178	2,00%	4,39%	14
Europa	MKD	República Macedonia Norte	398	0,19%	0,42%	44
Europa	RUS	Federación Rusa	2.851	1,37%	3,00%	20
Europa	SVK	Eslovaquia	4.868	2,33%	5,11%	12
Europa	SVN	Eslovenia	564	0,27%	0,59%	39
Europa	ESP	España	33.278	15,95%	34,96%	1
Europa	CHE	Suiza	9.784	4,69%	10,28%	6
Europa	UKR	Ucrania	722	0,35%	0,76%	35
Oceanía	AUS	Australia	77	0,04%	3,85%	51
Oceanía	NZL	Nueva Zelanda	1.924	0,92%	96,15%	24

Entre los países que participaron en Sudamérica están Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay. Cabe destacar que el porcentaje de participación por región se basa en el número total de respuestas obtenidas de las opiniones de los estudiantes matriculados en las universidades participantes en el proyecto de investigación GUESSS 2018-2019.

Tabla 4. *Universidades y Porcentajes de Respuestas por Región*

Rspuestas por Región	Respuestas	% Respuestas
Respuestas Globales	208.636	100,00%
Respuestas de Europa	95.178	45,62%
Respuestas de América	68.002	32,59%
Respuestas de Asia	38.629	18,52%
Respuesta de Africa	4.826	2,31%
Respuestas de Oceanía	2.001	0,96%

2. Participantes y muestra

2.1 Información demográfica

2.1.1 Edad

Algunos factores que influyen en la realización de las intenciones emprendedoras son los elementos demográficos como la edad y el género. Storey (1994) evidenció algunas investigaciones que demuestran que la mayoría de las personas deciden establecer sus propias empresas entre las edades de 25 a 45 años (Amos & Alex, 2014).

La siguiente figura muestra la distribución de las respuestas según la edad que los estudiantes tuvieron cuando fueron invitados a contestar el cuestionario del proyecto de investigación GUESSS, octava edición. La mayoría de los estudiantes que participaron en la encuesta (68,31%) tenían edades que oscilaban entre 18 y 24 años, seguido por el grupo de edad de 25 a 30 años (18,85%) y finalmente, el rango de más de 31 años quienes representaron el 12,83% del total de los encuestados.

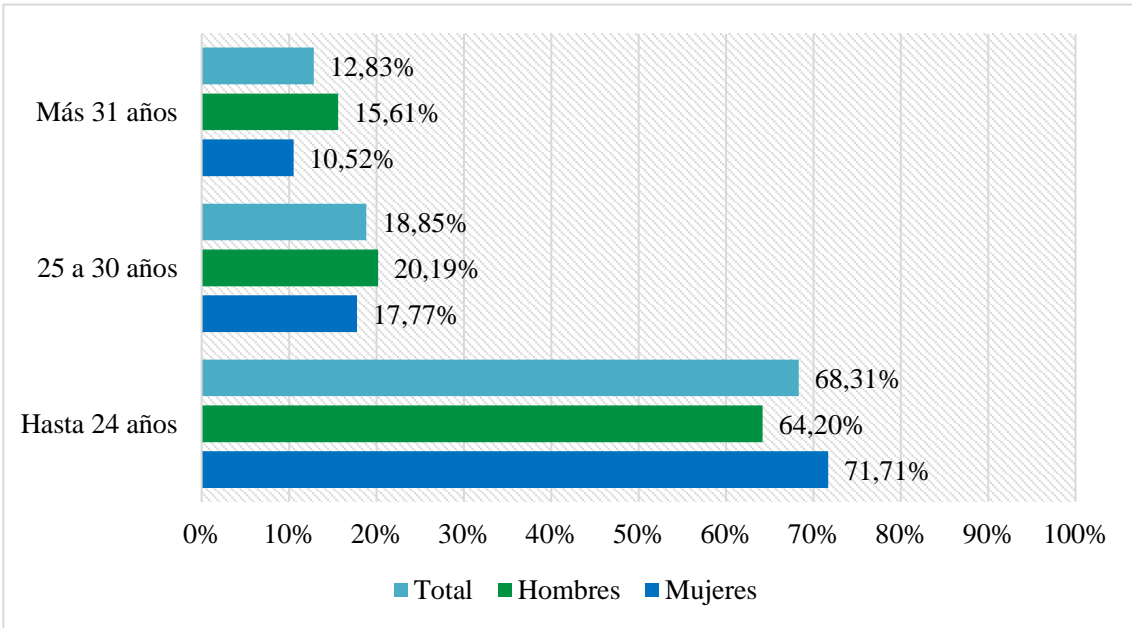


Figura 2. Edad de estudiantes en Ecuador

2.1.2 Género

La muestra ecuatoriana estuvo conformada de más mujeres (55,46%) que hombres (43,98%), cuya evidencia va en línea con lo que se reporta en los hallazgos de los datos internacionales publicados en el reporte GUESSSS.

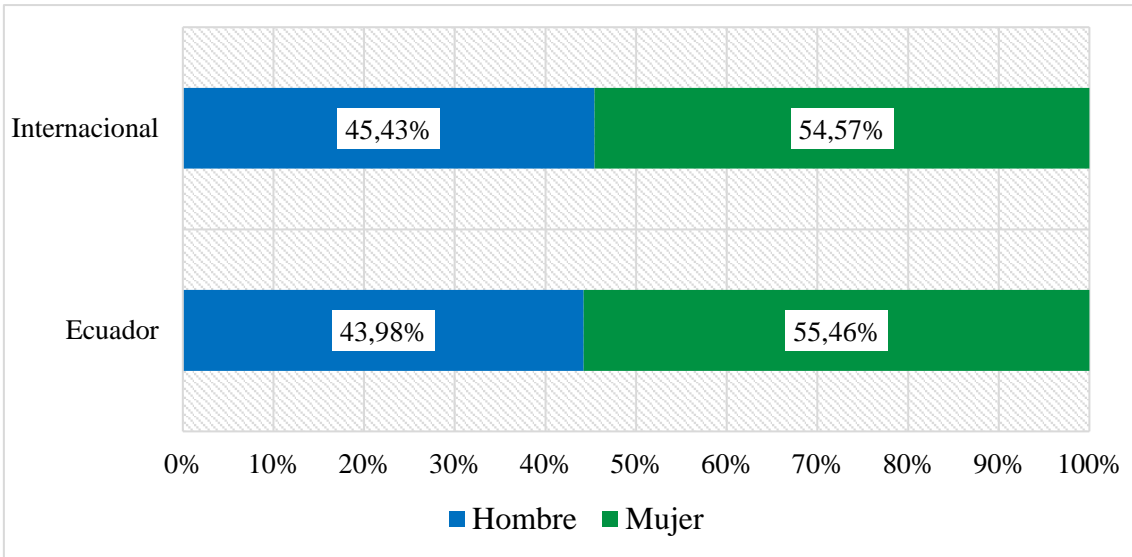


Figura 3. Género de estudiantes en Ecuador

2.1.3 Nacionalidad

La mayoría de los individuos (98,54%) que participaron en la encuesta fueron ecuatorianos. Otras nacionalidades fueron: estadounidenses (0,22%) y latinoamericanos (0,63%).

2.2 Estudios Universitarios

2.2.1 Nivel Actual de Estudio

La mayoría de las participantes son estudiantes de pregrado (75,72%). Seguidamente, 23,72% son estudiantes que estuvieron cursando un posgrado o un programa de MBA. Finalmente, se evidenció que 0,41% tienen un doctorado o están cursándolo. Por su parte, los resultados del informe internacional reportan que un 79,07% de estudiantes internacionales se encontraban cursando pregrado, seguido de un 17,92% de estudiantes internacionales quienes se encontraban en un programa de maestría o MBA y el 2,94% de estudiantes quienes cursaban un programa doctoral o tienen dicho nivel de educación.

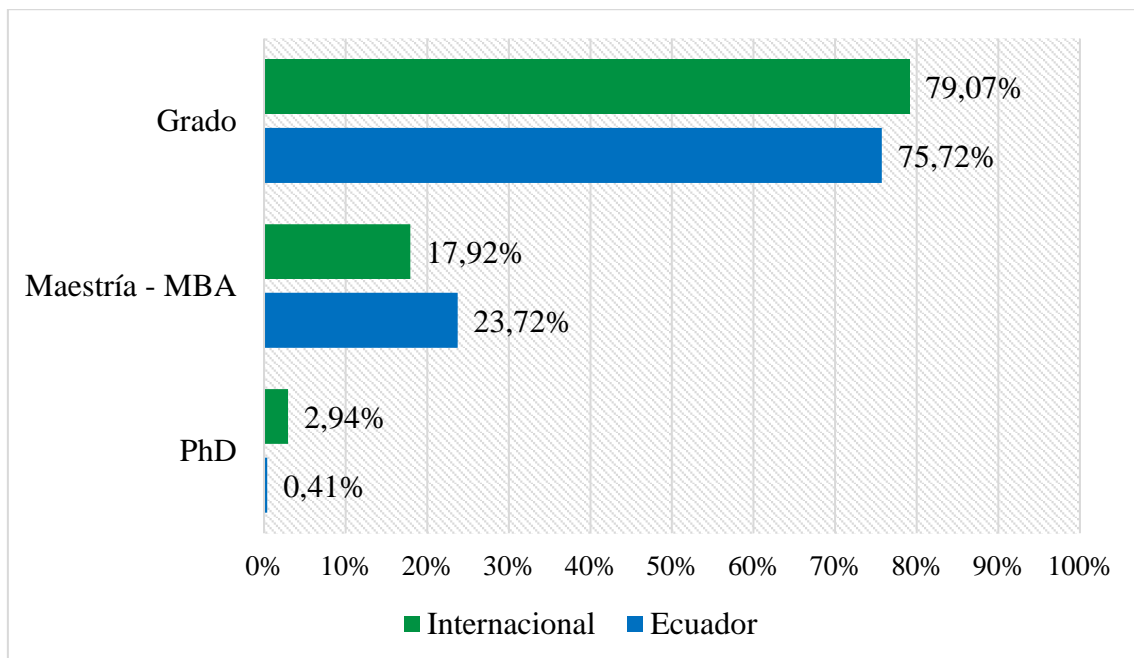


Figura 4. Nivel de estudio de los encuestados

2.2.2 Campos de Estudio

A continuación, se describe el campo de estudio de los participantes de Ecuador durante el período de investigación: administración de empresas (52,13%), ingeniería que incluye la carrera de arquitectura (10,70%), economía (8,08%), medicina humana y ciencias de la salud (7,64%), ciencias de la computación (4,38%), ciencias sociales que incluye carreras como psicología, ciencias políticas, ciencias de la educación (3,92%), artes y humanidades que incluye carreras como lingüística, estudios culturales, religión, filosofía, historia (1,30%), ciencias del arte que incluye carreras como arte, diseño, teatro, música (0,38%), matemáticas (0,14%), ciencias naturales (2,78%) y otros campos (6,54%).

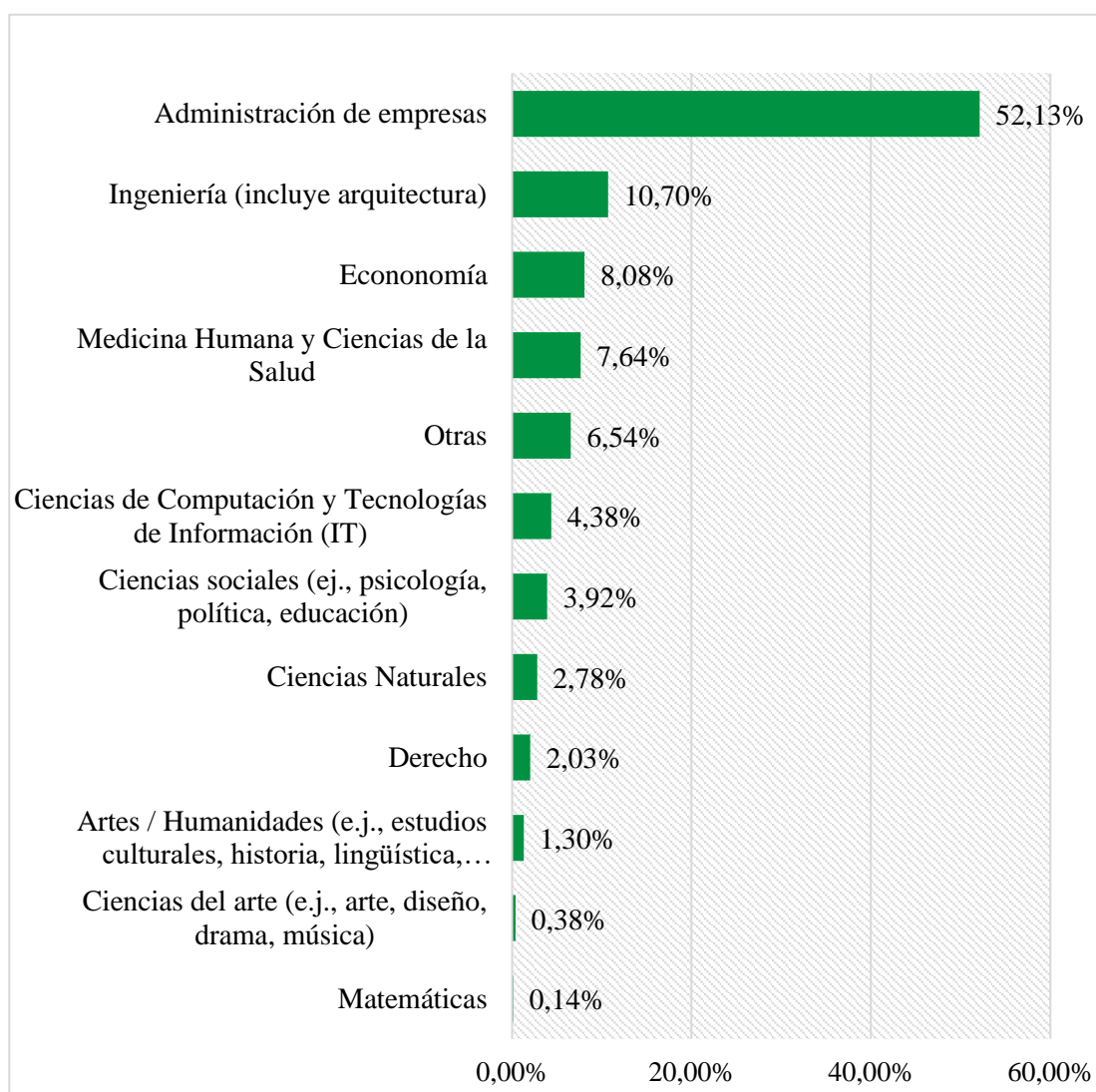


Figura 5. Campos de estudio en Ecuador

3. La Intención de Elección de Carrera e Intención Emprendedora

3.1 Reflexiones Generales

Uno de los temas que se consultó en la encuesta fue: ¿qué carrera piensa seguir justo después de terminar sus estudios, y qué carrera piensa seguir después de cinco años de terminar su carrera? Según las respuestas que se observan, las intenciones de elección de carrera de los estudiantes que querrían ser fundadores después de la graduación representaron el 19,18%. Mientras que, la proporción de estudiantes que pretenderían trabajar en empresas fue de 69,61% como se muestra en la Tabla 5. Por otro lado, comparando las opiniones de los estudiantes sobre las intenciones de carrera después de cinco años de haberse graduado, el porcentaje de estudiantes que desearían trabajar en su propia empresa aumentó a 60,78%. Mientras tanto, la proporción de estudiantes que aspirarían en cinco años ser un empleado disminuyó de 69,61% a 25,39%.

Tabla 5. *Intención de Elección de Carrera al Terminar los Estudios y 5 Años Después*

		Ecuador		Internacional	
		Al terminar estudios	5 años después de completar estudios	Al terminar estudios	5 años después de completar estudios
Empleado	un empleado de una gran empresa (250 o más empleados)	25,85%	7,67%	22,62%	16,61%
	un empleado de una mediana empresa (50-249 empleados)	13,64%	2,11%	18,39%	6,72%
	un empleado en una organización sin fines de lucro (ONG)	1,86%	2,00%	3,12%	3,11%
	un empleado de una pequeña empresa (1-49 empleados)	8,48%	1,84%	14,05%	3,78%
	un empleado en academia (seguir una carrera académica)	8,97%	6,05%	9,25%	8,96%
	un empleado en el servicio público	10,80%	5,73%	11,53%	11,34%
Fundador	un fundador (emprendedor) trabajando en mi propia empresa	19,18%	60,78%	9,05%	34,66%
Sucesor	un sucesor en una empresa actualmente no controlada por mi familia	0,95%	2,97%	0,71%	2,16%
	un sucesor en la empresa de mis padres o de mi familia	5,73%	5,16%	1,81%	2,09%
Otro	otro / no lo sé todavía	4,54%	5,70%	9,48%	10,56%

La figura 6 ofrece información en la encuesta sobre la elección de las carreras profesionales como empleado en el sector privado, en el sector público o en una organización sin fines de lucro. En el caso de la elección de carrera de empleado se identifica a las empresas por su tamaño en función de lo cual se las clasifica como pequeñas, medianas o grandes empresas. Es posible contrastar el período de intención según el período en que los estudiantes preveen continuar su carrera, después de terminar sus estudios (barra azul) y 5 años después de sus estudios (barra verde).

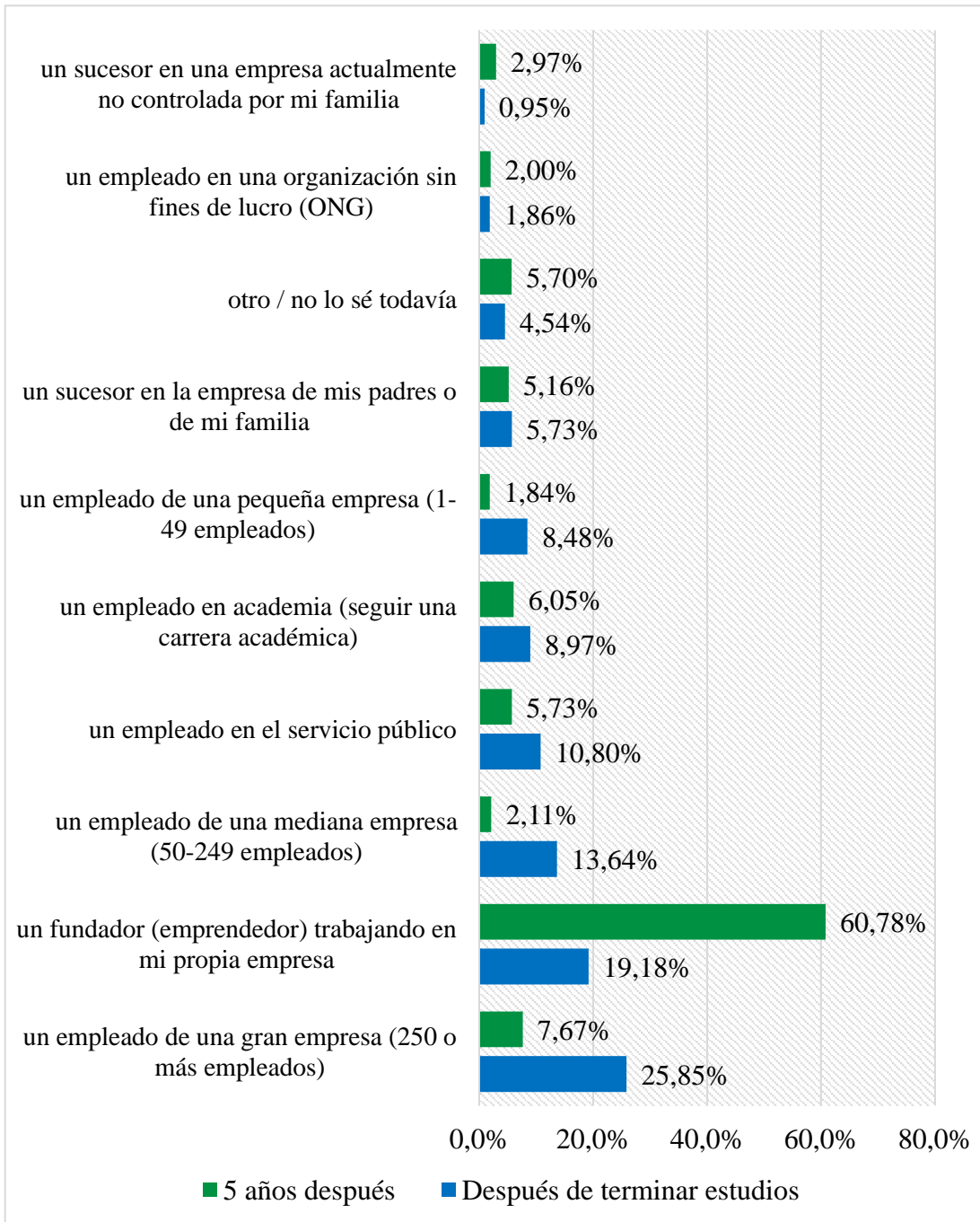


Figura 6. Intención de elección de carrera en Ecuador

Se observa que, al momento de evaluar la intención de elegir una carrera como empleado o trabajador bajo relación dependencia la opción más preferida es pertenecer a una empresa conformada por 250 o más empleados, cuya afirmación vino representada por un 25,85% de estudiantes universitarios quienes afirmaron inclinarse por dicha elección profesional. Mientras tanto, el atractivo de esta opción disminuye significativamente (7,67%) cinco años después de la finalización de sus estudios. Con relación al hecho de convertirse en académico, 6,05% de los estudiantes informó que quieren continuar esta carrera cinco años después de la finalización de sus estudios y el 2,00% informó que quiere ser empleado en una organización sin fines de lucro en el mismo período.

La figura 7 indica que la mayoría de las personas tienen la intención de asumir el rol de ser un empleado (69,61%) inmediatamente después de sus estudios. En contraste, la mayoría de las personas reporta intenciones de asumir el papel de empresario (60,78%) cinco años después de su graduación, en oposición a la intención de ser un empleado reportado por la mayoría de los estudiantes después de terminar sus estudios.

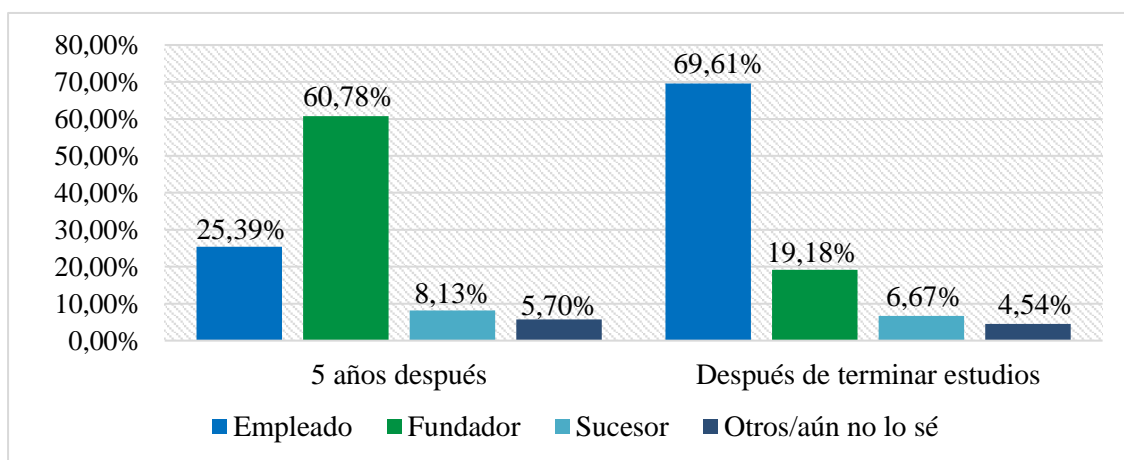


Figura 7. Intención emprendedora de Ecuador al terminar los estudios y 5 años después de terminar la carrera

3.2 Intención Emprendedora

La intención emprendedora puede definirse como la conciencia y la convicción por parte de un individuo de que tiene la intención de crear un nuevo negocio y planea hacerlo en el futuro. La intención ha sido considerada como el predictor más poderoso del comportamiento emprendedor (Liñán, Nabi, & Krueger, 2013). La tabla 6 muestra

la comparación entre las opciones futuras de carrera de los estudiantes distinguiendo las respuestas de hombres y mujeres, directamente después de su graduación y cinco años después de la misma. Como podemos ver no hay diferencias profundas entre ambos géneros sobre sus preferencias para ser fundadores. La mayoría de los estudiantes quieren ser un empleado después de la graduación: hombre (67,81%) y mujer (71,02%) respectivamente. Mientras que, los estudiantes que quieren ser fundadores son hombres (20,76%) y mujeres (17,92%) directamente después de concluir sus estudios.

Tabla 6. *Intención de Elección de Carrera por Género en Ecuador*

		Ecuador			
		Al terminar los estudios		5 años después de completar los estudios	
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Empleado	un empleado de una pequeña empresa (1-49 empleados)	24,32%	27,23%	7,56%	7,74%
	un empleado de una mediana empresa (50-249 empleados)	14,25%	13,10%	1,97%	2,14%
	un empleado de una gran empresa (250 o más empleados)	1,04%	2,48%	2,09%	1,95%
	un empleado en una organización sin fines de lucro (ONG)	9,34%	7,84%	2,21%	1,56%
	un empleado en academia (seguir una carrera académica)	8,72%	9,06%	7,00%	5,21%
	un empleado en el servicio público	10,14%	11,30%	5,77%	5,65%
Fundador	un fundador (emprendedor) trabajando en mi propia empresa	20,76%	17,92%	59,34%	62,10%
Sucesor	un sucesor en la empresa de mis padres o de mi familia	1,11%	0,83%	2,70%	3,21%
	un sucesor en una empresa actualmente no controlada por mi familia	5,96%	5,60%	6,33%	4,19%
Otro	Otro / no lo sé todavía	4,36%	4,63%	5,04%	6,23%

Comparando con los datos internacionales, se evidenció que no existen mayores diferencias en la proporción de estudiantes internacionales que tienen la intención de ser empleados inmediatamente después de concluir sus estudios (hombres 77,73% y mujeres 80,01%) en comparación con la proporción de estudiantes nacionales (hombres 67,81% y mujeres 71,02%). Así también, el porcentaje de estudiantes internacionales que quieren ser empresarios después de terminar sus estudios (hombres 11,20% y

mujeres 7,26%) es menor que la proporción de estudiantes de universidades ecuatorianas quienes reportaron tener la intención de ser empresarios (hombres 20,76% y mujeres 17,92%).

Por otra parte, en Ecuador la preferencia de una carrera como sucesor en la empresa familiar o de propiedad de los padres es de 7,06% en los hombres y de 6,43% en las mujeres. Mientras tanto, la proporción de estudiantes que quieren ser empleados después de cinco años de culminar sus estudios es de 24,26% en el caso de las mujeres y 26,60% en el caso de los hombres. La tasa de individuos que quieren ser fundadores por género aumentó considerando un mayor horizonte de tiempo para tomar la decisión. En virtud de ello, las mujeres pasaron de un 17,92% de intención de ser fundadoras de su propio negocio inmediatamente después de terminar sus estudios a 62,10% de mujeres con intención de ser empresarias cinco años después de concluir sus estudios.

En el caso de los hombres la proporción de estudiantes quienes aspiran ser empresarios considerando un mayor horizonte de tiempo crece dado que pasa del 20,76% de estudiantes con intención de ser empresarios inmediatamente después de terminar los estudios a 59,34% de estudiantes que desean ser empresarios cinco años después de concluir los estudios. Evaluando dicha proporción de fundadores intencionales se observa que la proporción de mujeres es mayor en comparación con los hombres (62,10% mujeres frente al 59,34% hombres). En contraste, la preferencia de una carrera como sucesor es mayor en hombres (9,03% intención de ser sucesor después de cinco años de concluir los estudios universitarios) que en mujeres (7,40% intención de ser sucesoras después de cinco años de concluir los estudios universitarios).

La Figura 8 muestra una notable diferencia entre la tasa que expresa la intención de carrera de los estudiantes internacionales en relación con los estudiantes nacionales. Los resultados muestran que la intención de emprender de los estudiantes de universidades ecuatorianas es mayor que la intención reportada por estudiantes en universidades de otros países. Se observa que el 60,78% de los estudiantes nacionales informó que quería ser emprendedor cinco años después de terminar sus estudios, así como el 19,18% de los estudiantes nacionales informó que quieren ser fundadores de su propia empresa inmediatamente después de la graduación.

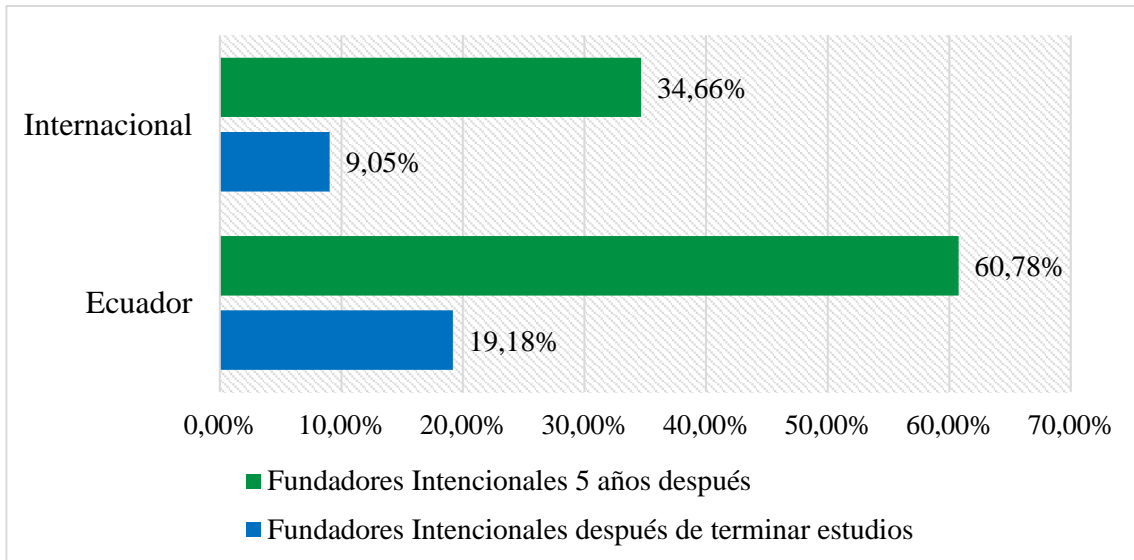


Figura 8. Proporción de fundadores intencionales de Ecuador e Internacional

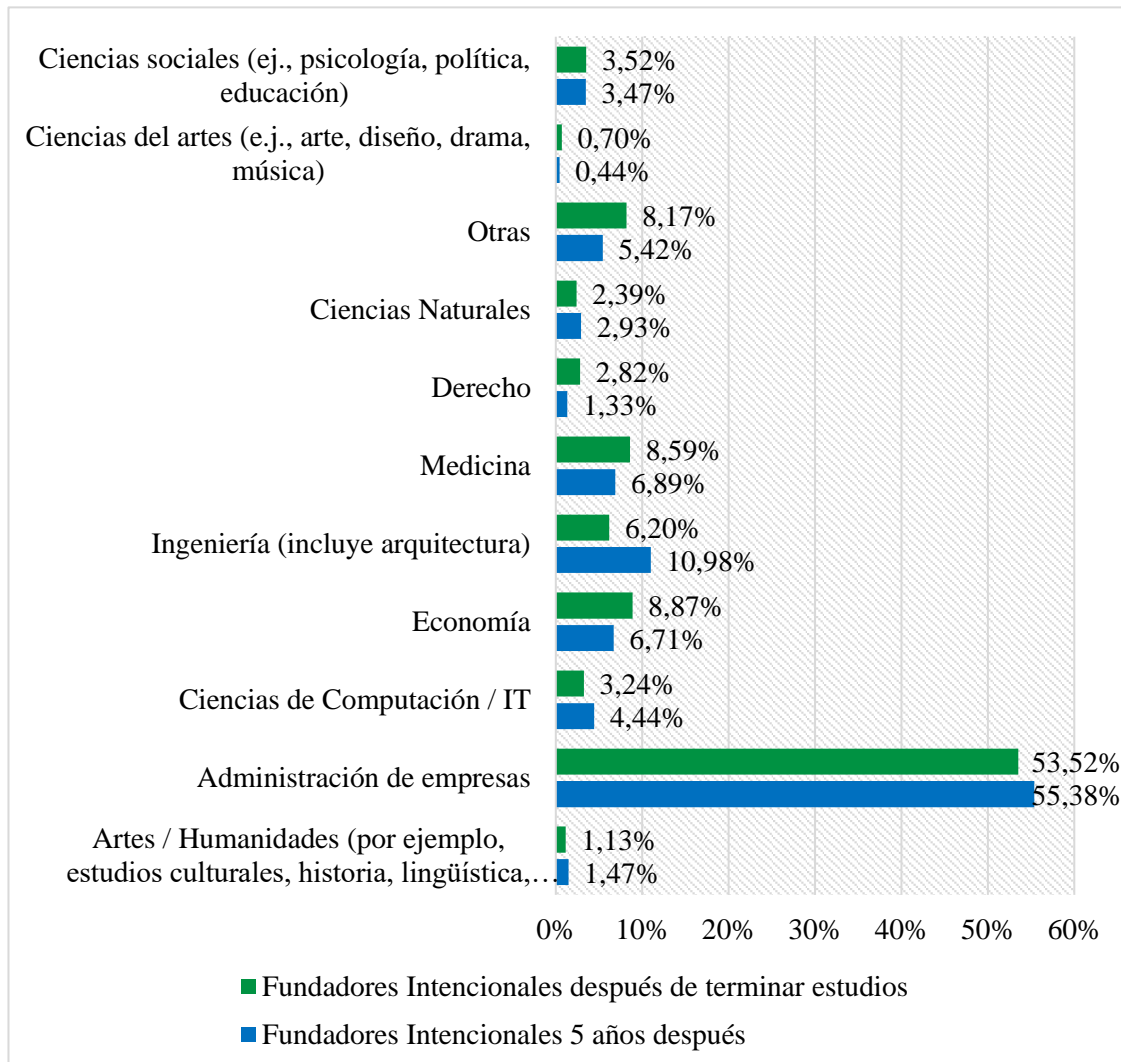


Figura 9. Intenciones emprendedoras de Ecuador según el campo de estudio

La figura 9 amplía los datos sobre los estudiantes que quieren ser fundadores de su propio negocio cinco años de concluir sus estudios en relación con su carrera: administración de empresas (55,38%), ingeniería (10,98%), medicina (6,89%), economía (6,71%). Seguidamente, la proporción de estudiantes con intención de ser empresarios de carreras relacionadas con las ciencias sociales como psicología y política es de 3,47% y en el caso de los estudiantes de derecho se trata de un 1,33% de estudiantes.

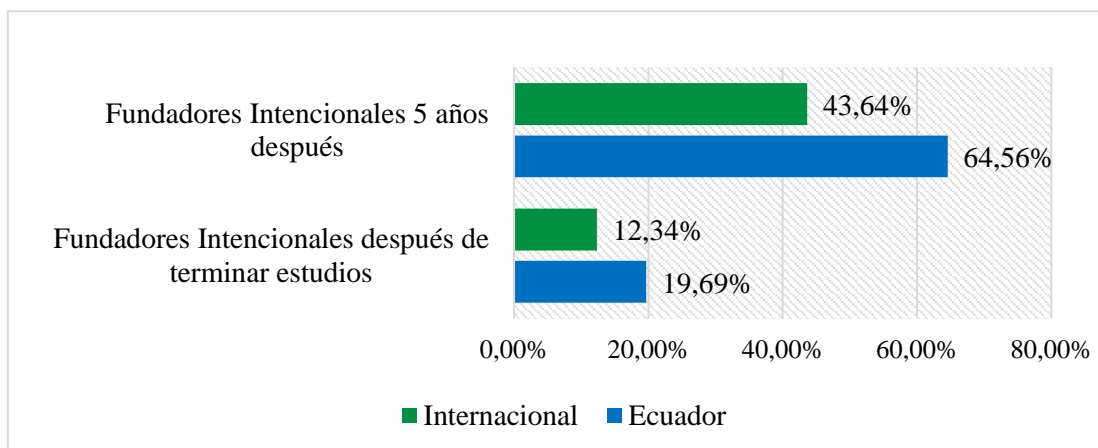


Figura 10. Fundadores intencionales 5 años después de terminar estudios

Seguidamente, la figura 10 muestra el caso de los estudiantes que están cursando carreras como negocios, leyes y economía quienes tienen la intención de ser fundadores de su propio negocio. Se identificó que la proporción de estudiantes de universidades ecuatorianas (64,56%) es mayor que la proporción de estudiantes internacionales quienes afirmaron tener la intención de ser empresarios cinco años después de concluir sus estudios (43,64%).

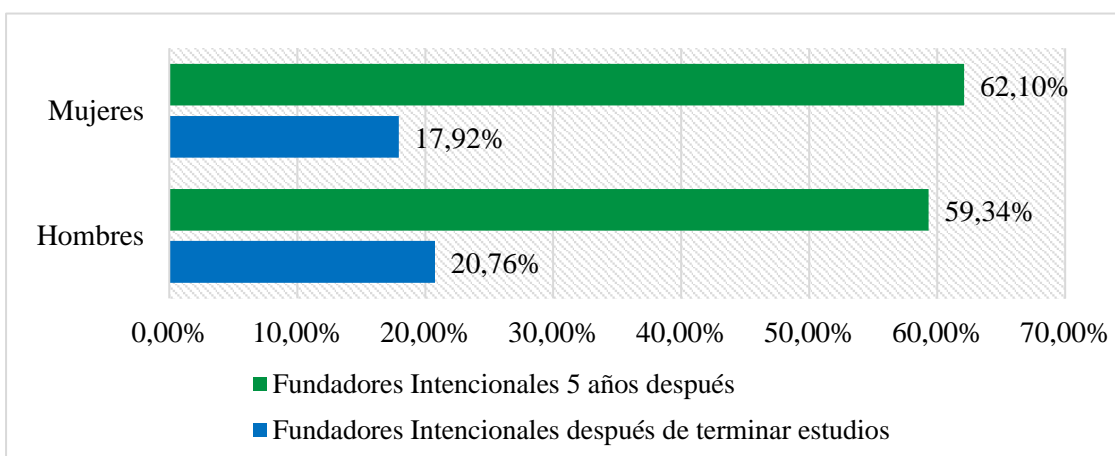


Figura 11. Diferencias de género en intenciones emprendedoras

La Figura 11 indica que las mujeres encuestadas (62,10%) son más emprendedoras que los hombres (59,34%) cuando se les preguntó por su intención de ser fundadoras intencionales cinco años después de su graduación. En contraste, los hombres encuestados (20,76%) son más emprendedores que las mujeres encuestadas (17,92%) si se evalúa la intención inmediatamente después de concluir sus estudios universitarios. En la figura 12 se analiza las diferencias de intenciones emprendedoras en función del género a partir de la perspectiva campo de estudio y horizonte temporal.

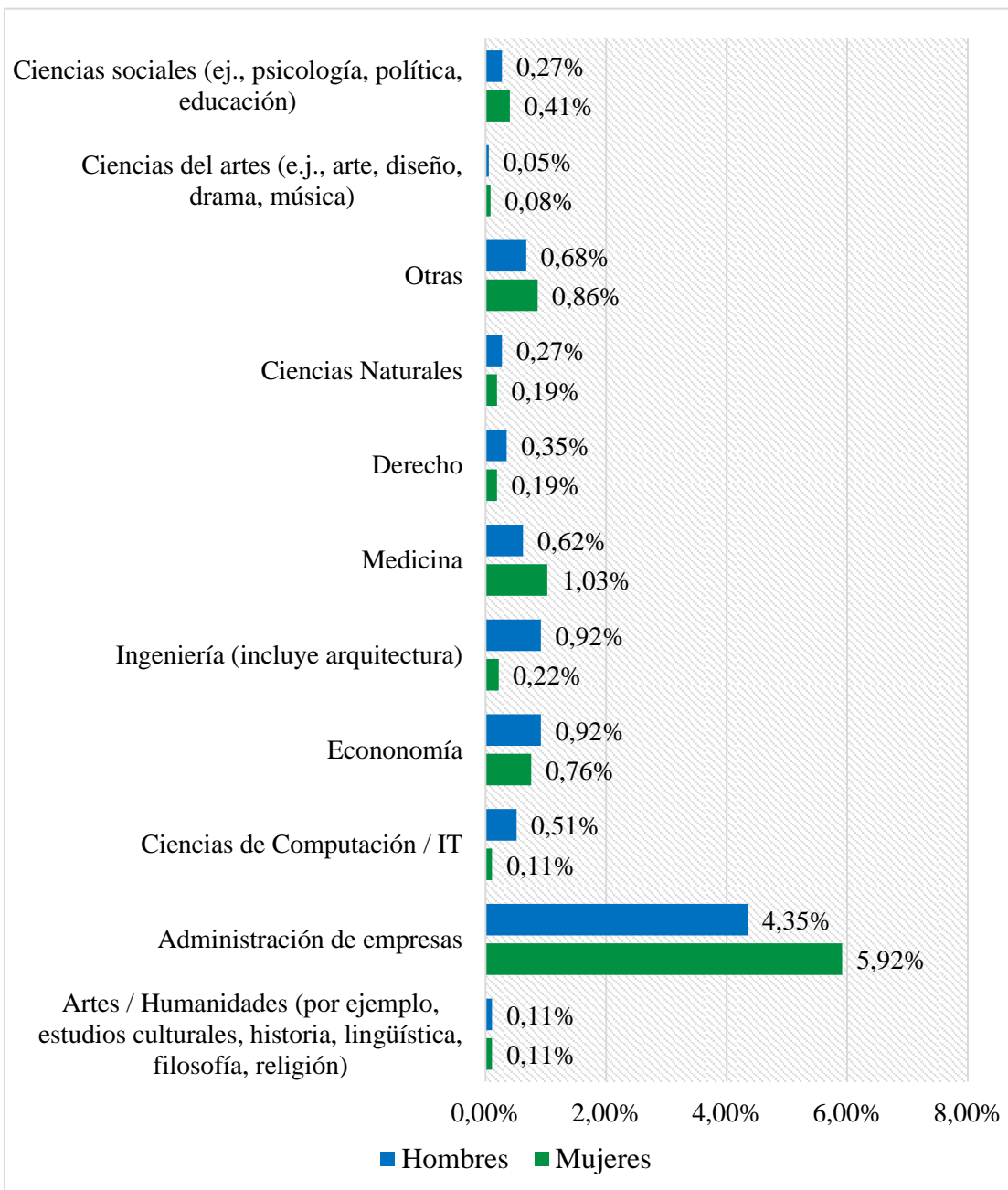


Figura 12. Diferencias de género en Ecuador de intenciones emprendedoras según el campo de estudio, inmediatamente después de concluir estudios universitarios

La figura 13 evidencia que la proporción de fundadores intencionales cinco años después es mayor en las mujeres quienes estudian la carrera de administración de empresas (20,96%) en comparación con los hombres (12,67%).

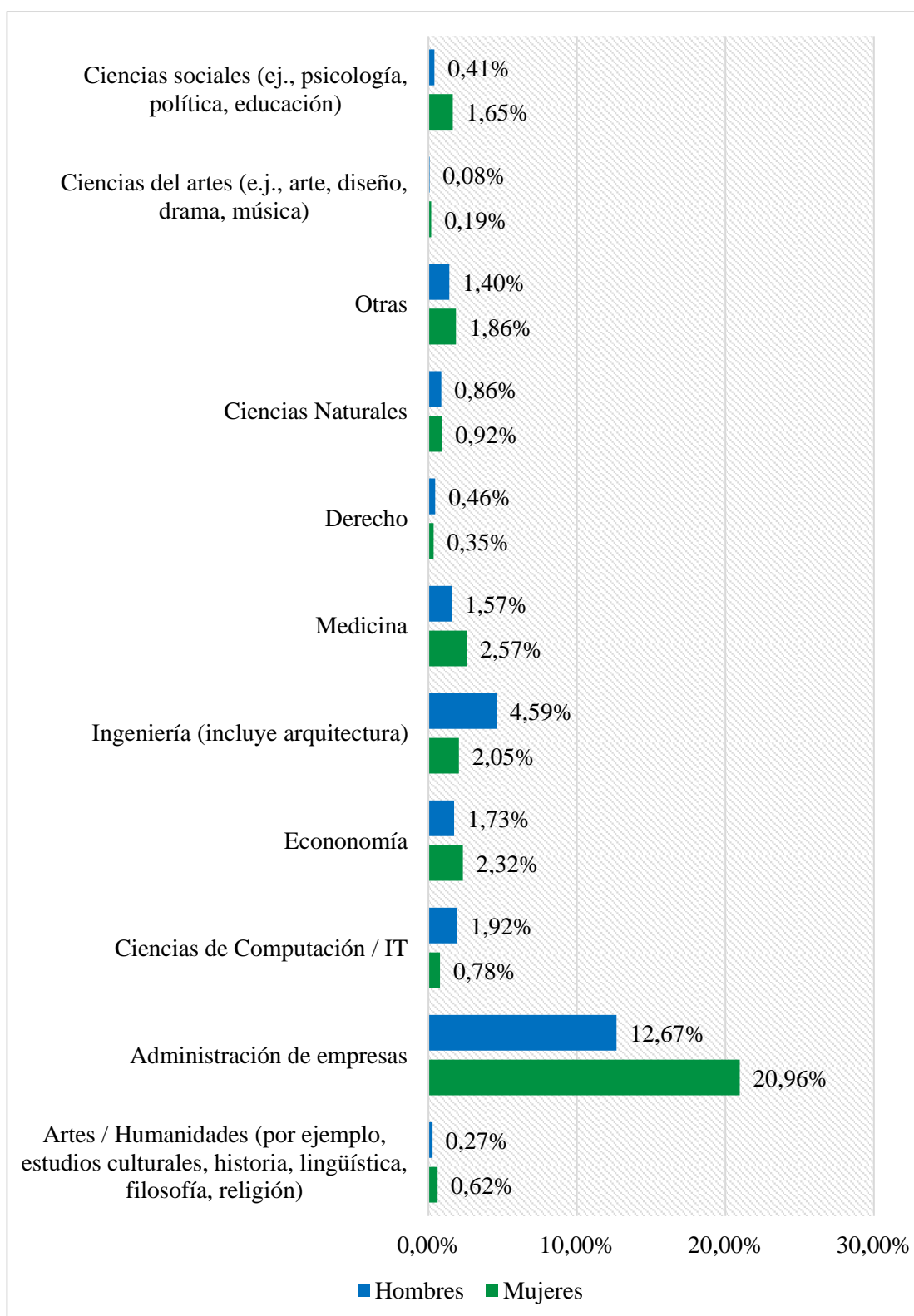


Figura 13. Diferencias de género en Ecuador de intenciones emprendedoras según el campo de estudio, cinco años después de concluir estudios universitarios

3.3. Intención Emprendedora Multi-ítem

Una de las ideas principales de la teoría de Ajzen es la diferencia entre las intenciones y los comportamientos. Si hay una intención emprendedora seria, no significa necesariamente que se traduzca en una actividad emprendedora y que conlleve a la conformación de una empresa. Las intenciones dependen de las actitudes hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido de comportamiento. No se pueden esperar actividades reales perseguidas sin intenciones serias (Liñán & Chen, 2009).

Para dar cuenta de las intenciones emprendedoras, se preguntó a los estudiantes que indicaran su nivel de acuerdo con varias declaraciones que capturan su intención general de convertirse en empresario en el futuro (Liñán & Chen, 2009). Se pidió a los estudiantes que indicaran su nivel de acuerdo con seis afirmaciones según una escala de Likert que mide el nivel de acuerdo en función de una escala que iba desde uno (muy en desacuerdo) a siete (muy de acuerdo). Se generó una medida agregada de intención emprendedora calculando la media de las seis respuestas que iban de uno (muy en desacuerdo) a siete (muy de acuerdo) (Sieger, Fueglistaller, & Zellweger, 2014; 2016).

Tabla 7. *Intención Emprendedora, Promedio y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo*

Afirmación	Promedio		Diferencias Acuerdo/Desacuerdo	
	Ecuador	Internacional	Ecuador	Internacional
Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor.	5,40	3,85	33,3%	-2,7%
Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor.	5,40	3,85	33,3%	29,8%
Haré todo lo posible para crear y gestionar mi propio negocio.	5,89	4,02	43,4%	33,9%
Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.	5,91	4,02	43,9%	37,3%
He pensado muy seriamente en iniciar un negocio.	5,69	3,92	37,2%	35,8%
Tengo la firme intención de crear un negocio algún día.	5,95	4,08	44,2%	36,3%

La figura 14 muestra el nivel de conformidad de cada enunciado que varía según la intensidad del nivel de acuerdo. Una barra que es más azul muestra un mayor nivel de acuerdo en contraste con la parte que muestra el efecto contrario.

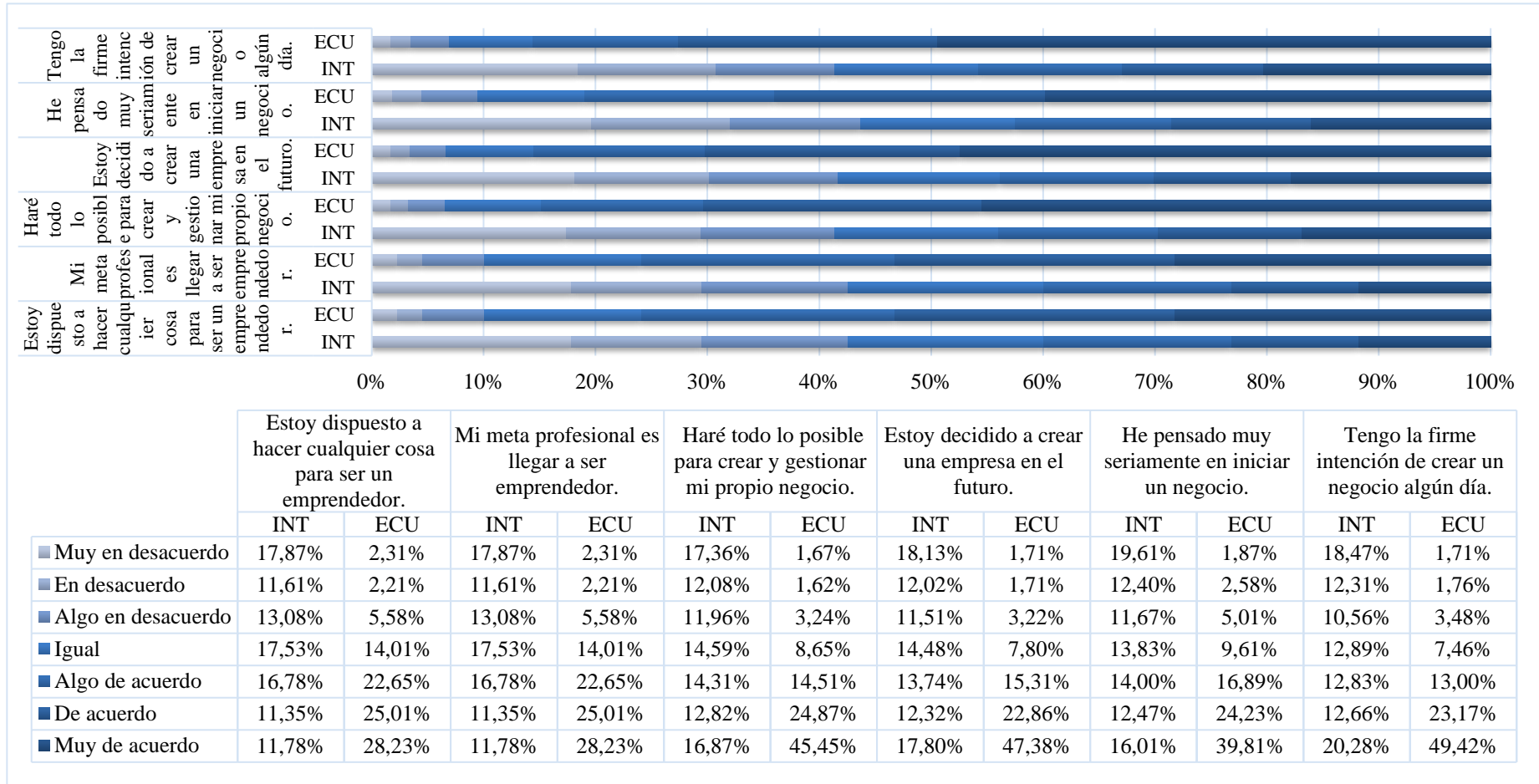


Figura 14. Intención Emprendedora

4. Impulsores de las Intenciones Emprendedoras

4.1 Contexto Universitario

Debackere y Veugelers (2005) mencionaron que las universidades pueden desempeñar un papel importante en la identificación y desarrollo de rasgos e inclinaciones emprendedoras entre los estudiantes con el fin de hacerlos capaces de iniciar su propio emprendimiento, contribuyendo así efectivamente a la prosperidad económica y a la creación de empleo.

Kraaijebrink, Groen y Bos (2010) sugirieron que, aunque las universidades pueden apoyar el emprendimiento a través de muchas maneras para entender el efecto de tales medidas era crucial medir el impacto que puede tener en los estudiantes. Por ello, Saeed, Yousafzai, Yani-De-Soriano y Muffat (2015) propusieron medir las percepciones de los estudiantes sobre el apoyo que reciben de la Universidad.

Tabla 8. *Ambiente de Emprendimiento de la Universidad, Promedio Total y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo*

Afirmación	Promedio		Diferencias Acuerdo / Desacuerdo	
	Ecuador	Internacional	Ecuador	Internacional
El entorno de mi Universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios.	4,98	4,36	49,62%	19,43%
En mi universidad, existe un clima favorable para convertirme en emprendedor.	4,96	4,41	48,14%	20,47%
En mi universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras.	5,01	4,53	46,37%	24,40%

Investigaciones previas han sugerido que ciertas políticas y prácticas de apoyo a las universidades pueden ayudar a desarrollar intenciones emprendedoras tales como: oficinas de transferencia tecnológica y asesores en facultades, incubadoras universitarias, recursos físicos y los fondos universitarios de riesgo (Lerner, 2005; Mian, 1996, 1997; Saeed et al., 2015).

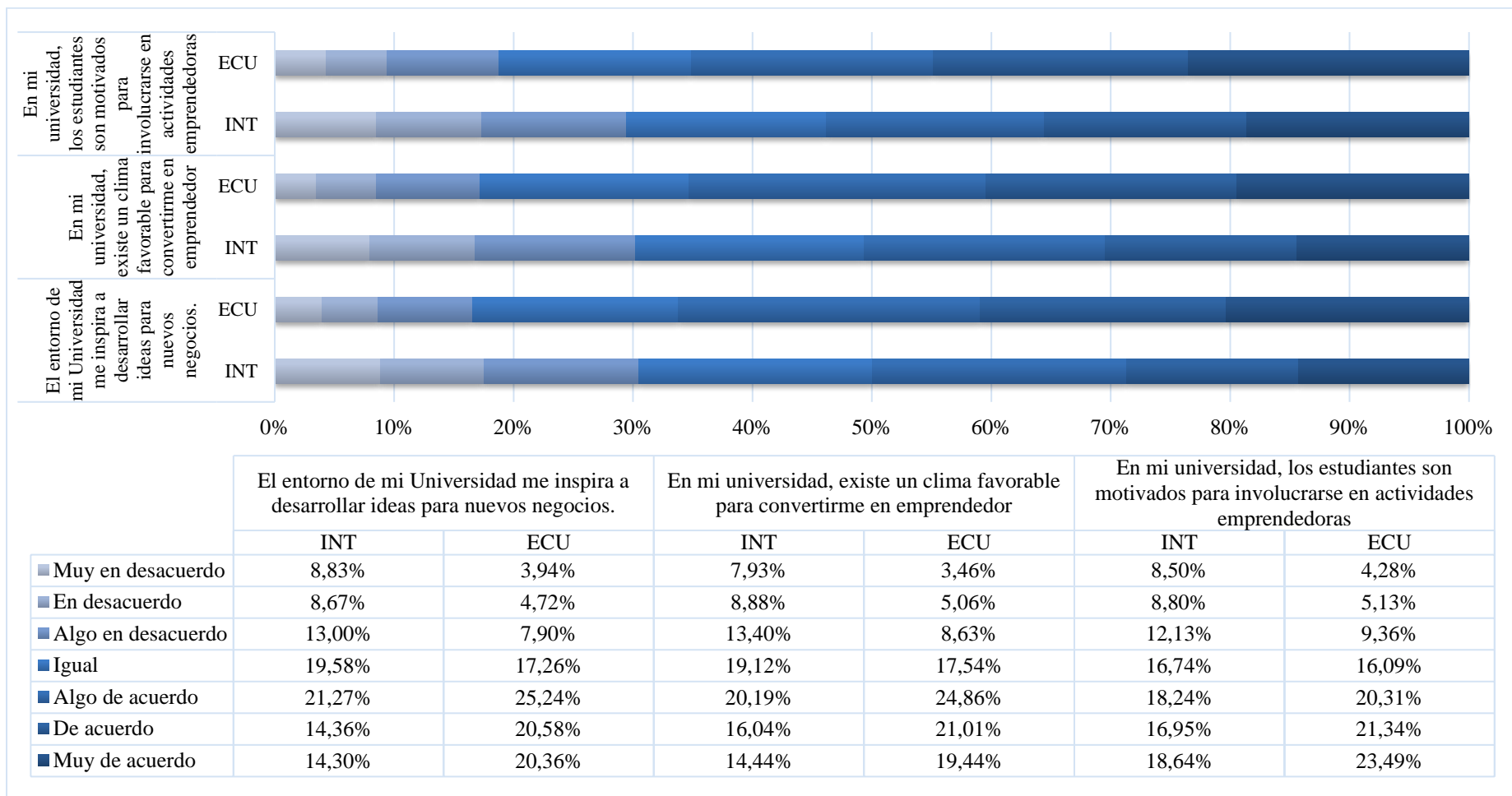


Figura 15. Ambiente de emprendimiento de la universidad

De esta manera, para examinar el clima emprendedor que existe en las diferentes universidades, se pidió a los estudiantes que indicaran en qué medida están de acuerdo con las afirmaciones de la tabla 8 (Luethje & Franke, 2004). Las respuestas oscilaron entre uno (nada) y siete (mucho). El promedio de las respuestas fue de 4,98, lo que significa que los estudiantes están de acuerdo. De la misma manera, se observa en la tabla 8 los saldos netos de los promedios totales en las columnas denominadas acuerdo / desacuerdo.

Souitaris, Zerbinati y Al-Laham (2007) mencionaron que la educación en emprendimiento es un concepto más amplio que un curso, puesto que está conformado de cuatro componentes: (a) un componente enseñado, con uno o más módulos; (b) un componente de planificación empresarial, que puede incluir concursos de planes de negocios y asesoramiento para desarrollar una idea de negocio específica; (c) una interacción con un componente de práctica, que incluye conversaciones de practicantes y eventos de networking; (d) un componente de apoyo a las universidades, que puede incluir recursos de investigación de mercado, espacio para reuniones, incluso financiación semilla para equipos de estudiantes y un conjunto de tecnología con potencial comercial (p. 568).

Según Lima, Lopes, Nassif y Silva (2014), los estudiantes tendrán más probabilidades de convertirse en empresarios si estudian en universidades que ofrecen educación emprendedora. Ellos resaltaron que es importante que las universidades promuevan la educación de emprendimiento y se comprometan a desarrollar el potencial emprendedor. Se analizó el clima emprendedor que existe en las diferentes universidades.

La figura 16 ayuda a identificar a aquellos estudiantes ecuatorianos quienes han optado o cursado programas relacionados con emprendimiento o al menos seguido un curso optativo. Así, el 71,07% de los estudiantes han estudiado un programa de emprendimiento o asistido al menos a un curso optativo u obligatorio relacionado con emprendimiento. Es importante destacar que, el 27,74% de los estudiantes universitarios que participaron de la medición en Ecuador reportaron que eligieron la universidad en la que se encontraban estudiando por su sólida reputación profesional.

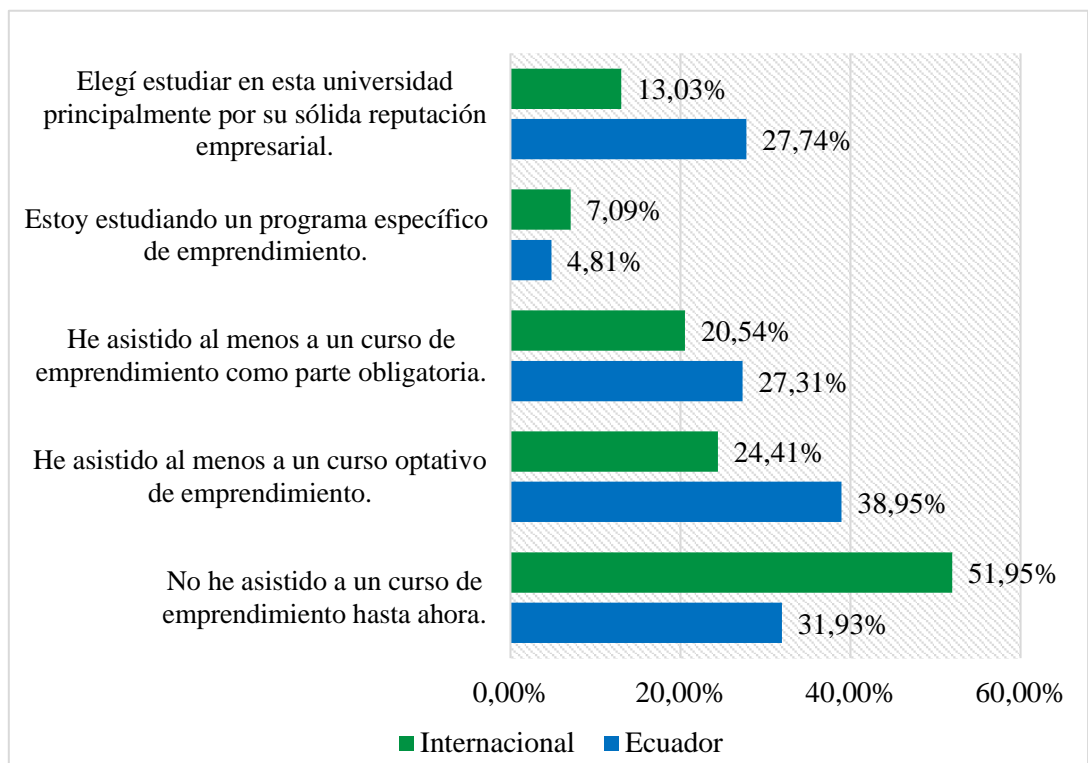


Figura 16. Asistencia a capacitación de emprendimiento

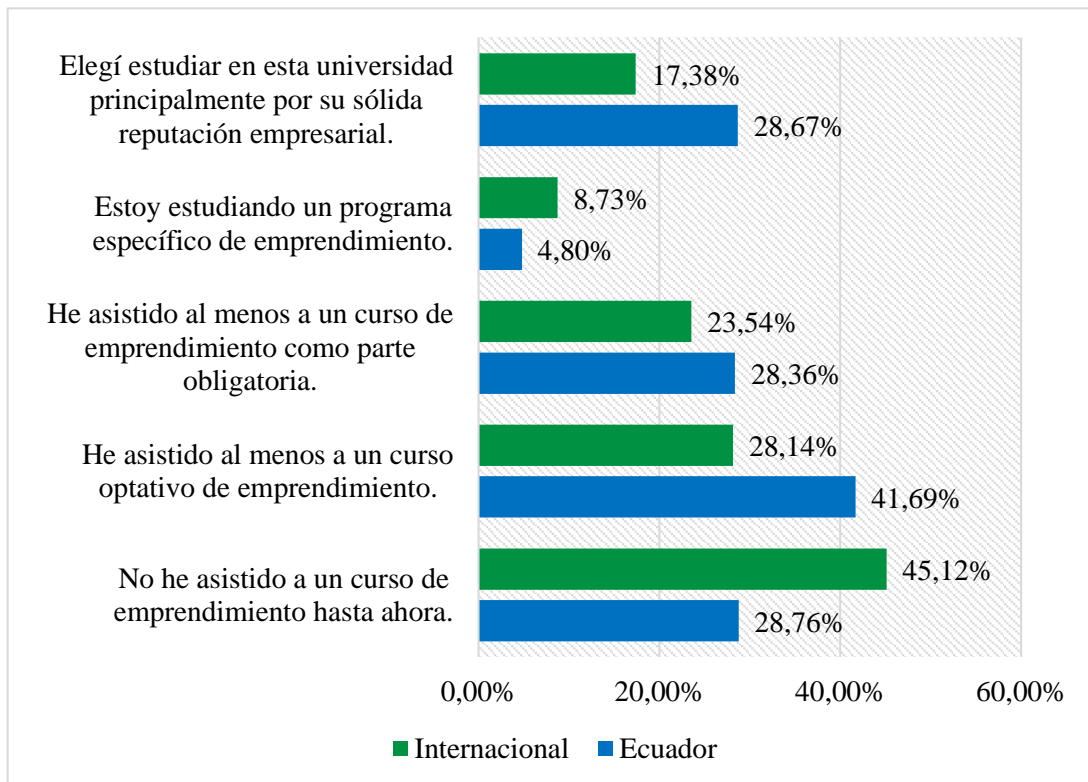


Figura 17. Proporción de fundadores intencionales (5 años después de terminar estudios) según su formación en emprendimiento

De igual forma, se examinó la proporción de estudiantes quienes tienen la intención de ser empresarios cinco años después de concluir sus estudios y que han seguido cursos o programas relacionados con el emprendimiento. Los hallazgos evidenciaron que el 74,85% de los estudiantes de universidades ecuatorianas han seguido cursos o programas relacionados con el emprendimiento y a su vez quieren ser empresarios cinco años después de concluir sus estudios siendo una mayor proporción que la reportada por estudiantes internacionales (60,41%).

La educación en emprendimiento es un factor esencial y relevante que contribuye a favorecer la creación de una nueva empresa a través de un conjunto de enseñanzas formalizadas que informan, entrenan y educan a cualquier persona interesada en la creación de negocios. Jones y English (2004) mencionaron que hoy en día se ha propuesto una mezcla de enseñanza orientada a la acción que fomenta el aprendizaje experiencial, la resolución de problemas, el aprendizaje basado en proyectos, la creatividad y apoya la evaluación por pares. El objetivo de este enfoque es proporcionar las habilidades y el comportamiento emprendedor (Küttim, Kallaste, Venesaar, & Kiis, 2014).

Como parte de la medición global que mide el espíritu emprendedor en los estudiantes universitarios se pidió a los estudiantes que indicaran su nivel de acuerdo con los elementos especificados con relación a la evaluación del aprendizaje relacionado con el emprendimiento. Así, la medición se generó a través de una escala de siete puntos que varía desde uno que significa nada en absoluto a siete que significa muy de acuerdo. El nivel de conformidad se midió con cinco declaraciones sobre el progreso del aprendizaje durante los estudios de los estudiantes universitarios.

La tabla 9 muestra el promedio global del nivel de acuerdo sobre las evaluaciones del aprendizaje empresarial. Según los resultados el promedio es de 5,10 y la distribución de los diferentes niveles de acuerdo se ve bastante similar, como sucedió con la pregunta del clima de emprendimiento.

Tabla 9. *Evaluación del Aprendizaje de Emprendimiento, Promedio Total y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo*

Afirmación	Promedio		Diferencias Acuerdo/Desacuerdo	
	Ecuador	Internacional	Ecuador	Internacional
...aumentaron mi entendimiento de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores	5,23	4,49	44,57%	25,45%
...aumentaron mi entendimiento de las acciones que una persona tiene que llevar a cabo para iniciar un negocio	5,16	4,22	37,10%	35,40%
...aumentaron mis habilidades prácticas administrativas para poder iniciar un negocio	5,09	4,16	33,18%	32,70%
...aumentaron mi habilidad para desarrollar redes	4,97	4,46	36,47%	38,03%
...aumentaron mi habilidad para identificar una oportunidad	5,13	4,49	41,87%	36,92%

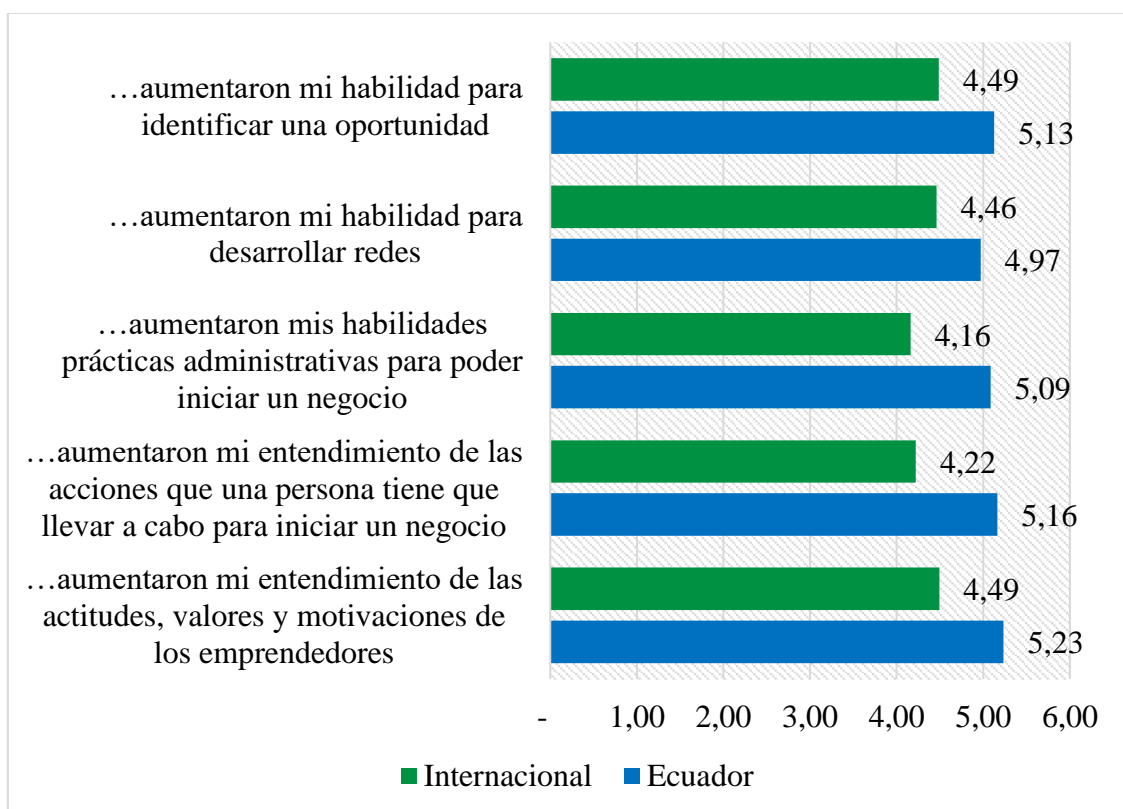


Figura 18. *Evaluación del aprendizaje de emprendimiento*

En la figura 18 se evidencian las percepciones de los estudiantes respecto a sus conocimientos relacionados con el emprendimiento. El promedio más alto se observa en la declaración que afirma que los estudiantes de las universidades ecuatorianas reconocieron que el aprendizaje de emprendimiento les contribuyó a mejorar su entendimiento de las acciones que una persona tiene que llevar a cabo para iniciar un negocio (5,16). Así también, otra declaración que fue reconocida por los estudiantes es que el aprendizaje respecto a emprendimiento que se brinda en las universidades aumentó su entendimiento de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores (5,23).

4.2 Habilidades Emprendedoras (Locus de control, Actitud Emprendedora y Autoeficacia)

4.2.1 Locus de Control

El concepto de control percibido de comportamiento tiene dos componentes: autoeficacia y controlabilidad percibida medida por la variable locus de control. La literatura ha evidenciado que las expectativas de autoeficacia no corresponden necesariamente a las creencias sobre los factores de control interno y las expectativas de controlabilidad no tienen base necesaria en el funcionamiento percibido de factores externos. Sin embargo, ambas variables reflejan creencias acerca de la presencia tanto de factores internos como externos (Ajzen, 2002).

Tabla 10. *Locus de Control, Promedio Total y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo*

Afirmación	Promedio		Diferencias Acuerdo / Desacuerdo	
	Ecuador	Internacional	Ecuador	Internacional
Suelo perseguir y defender mis propios intereses.	5,83	5,36	83,87%	66,57%
Cuando hago planes, casi siempre estoy seguro de que los voy a cumplir.	5,81	5,29	85,50%	64,18%
Tengo muy claro cómo va a ser mi vida.	5,47	4,72	70,25%	36,80%

El locus de control es una construcción generalizada que se refiere a la creencia general de los individuos en el poder de sus propias acciones a través de una variedad de situaciones. Mientras que, la autoeficacia se refiere a la percepción de un individuo de tener la capacidad para ejecutar tareas específicas y manejar ciertas situaciones (Boyd & Vozikis, 1994). A partir de ello, el cuestionario preguntó a los estudiantes sobre el nivel de acuerdo o desacuerdo utilizando declaraciones que se miden en una escala de uno (muy en desacuerdo) a siete (muy de acuerdo).

El locus de control se calculó como un promedio de tres afirmaciones. En la figura 19 se observa que el nivel reportado de locus de control de los estudiantes de las universidades ecuatorianas es mayor que el nivel reportado por los estudiantes internacionales. A partir de los resultados se pudo evidenciar que los estudiantes consideraron sentirse seguros respecto al hecho de que cuando realizan planes están convencidos de que los van a cumplir (5,81). De igual forma, consideraron que se sienten seguros respecto al hecho de perseguir y defender sus propios intereses (5,83).

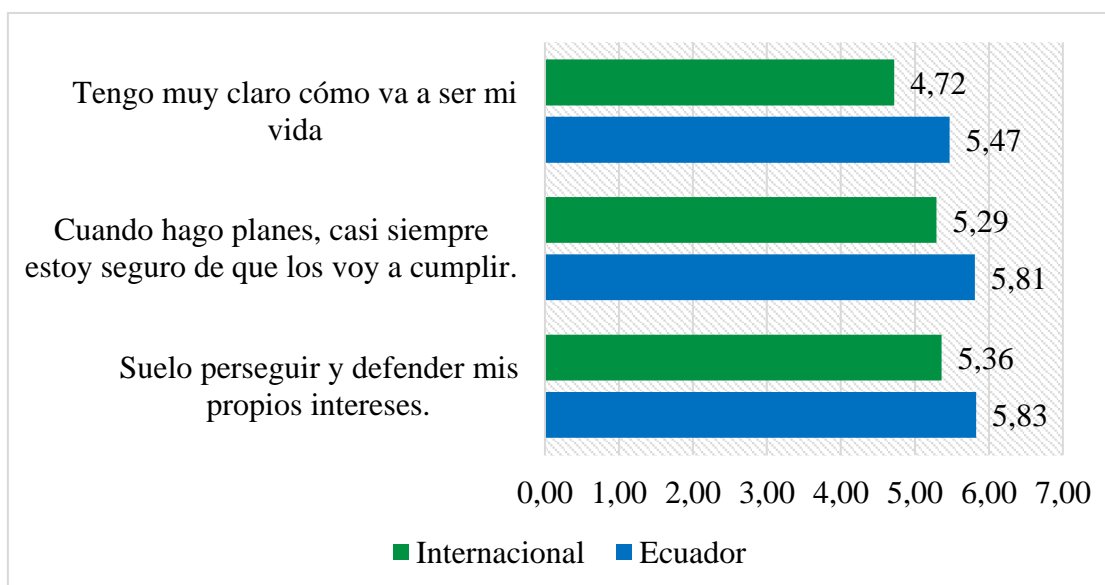


Figura 19. Locus de control

Seguidamente, la figura 20 permite evidenciar el nivel de acuerdo con las aseveraciones descritas con relación al locus de control donde un color más azul demuestra un mayor nivel de acuerdo con las afirmaciones propuestas.

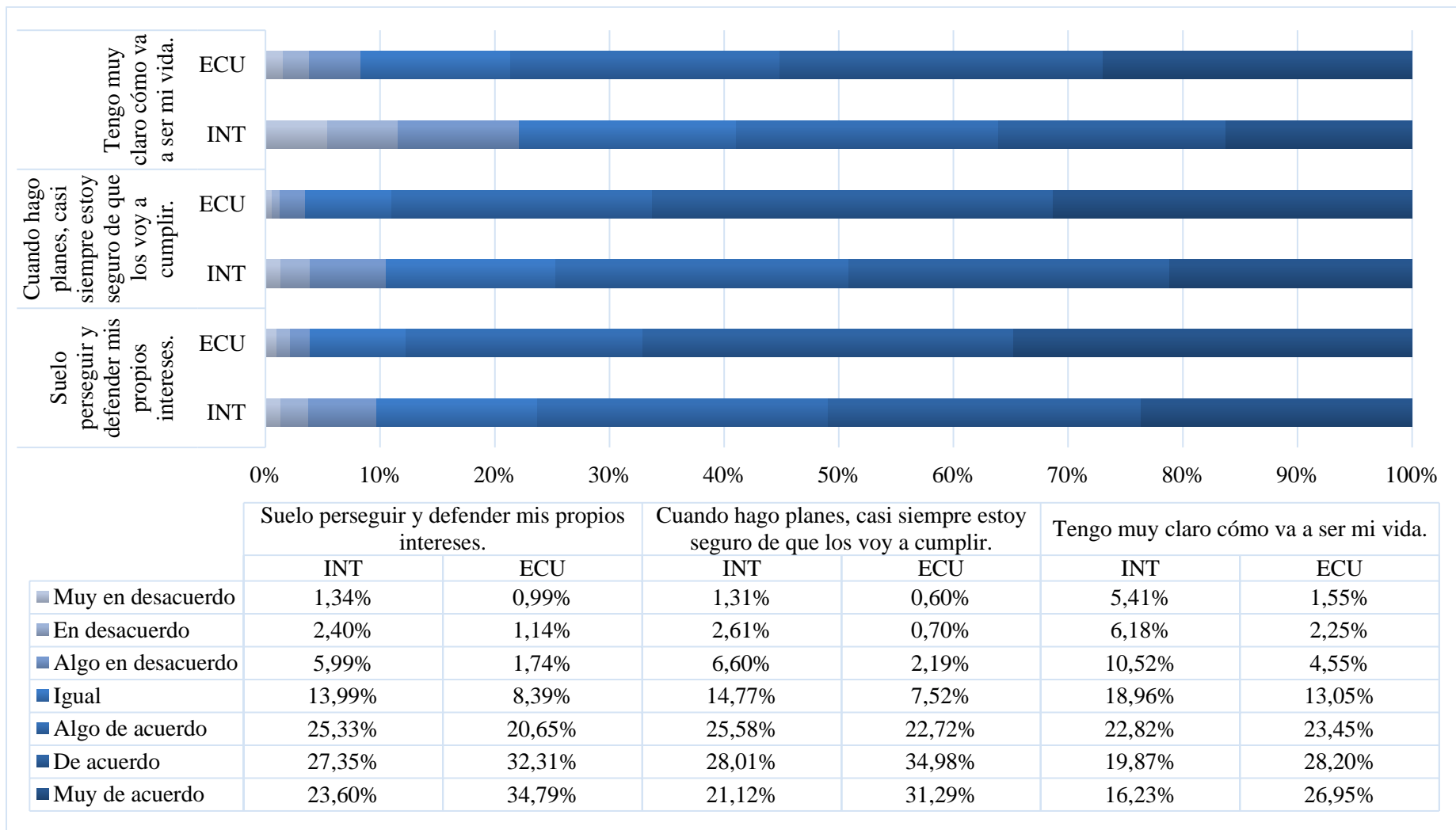


Figura 20. Locus de control

4.2.2 Autoeficacia y Habilidades Emprendedoras

La autoeficacia se define como la convicción que tiene un individuo de poder ejecutar con éxito el comportamiento deseado. También se ha descrito como el juicio de la gente con respecto a su capacidad de realizar una actividad dada (Bandura, 1977, 1982, 1986). Bandura (1997, 1999) mencionó que la autoeficacia hace referencia a las creencias del individuo acerca de sus competencias las cuales son utilizadas en el cumplimiento de una determinada tarea (Oyeku, Oduyoye, Kabouh, Elemo, Karimu, & Akindoju, 2014).

Por tanto, se pidió a los estudiantes que indicaran su nivel de competencia en la realización de ciertas tareas relacionadas con el emprendimiento, otorgando una puntuación que va desde uno lo cual significa una competencia muy baja, hasta siete lo que hace referencia a una competencia muy alta. En Ecuador, los estudiantes reportaron percibirse como líderes y comunicadores (5,67), capaces de administrar exitosamente un negocio (5,65). Las afirmaciones con menor puntuación se relacionaron con el hecho de crear nuevos productos y servicios (5,24) y crear una red de profesionales (5,34).

Tabla 11. *Autoeficacia y Habilidades Emprendedoras, Promedio Total y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo*

Afirmación	Promedio		Diferencias Acuerdo / Desacuerdo	
	Ecuador	Internacional	Ecuador	Internacional
Identificar nuevas oportunidades de negocios	5,36	4,26	69,72%	15,86%
Crear nuevos productos y servicios	5,24	4,23	63,00%	13,86%
Gestionar la innovación dentro de un negocio	5,43	4,39	70,68%	22,36%
Ser un líder y comunicador	5,67	4,95	76,39%	45,23%
Crear una red de contactos profesionales	5,34	4,51	67,45%	26,88%
Comercializar una nueva idea o desarrollarla	5,47	4,45	71,42%	24,17%
Administrar exitosamente un negocio	5,65	4,55	75,41%	27,76%

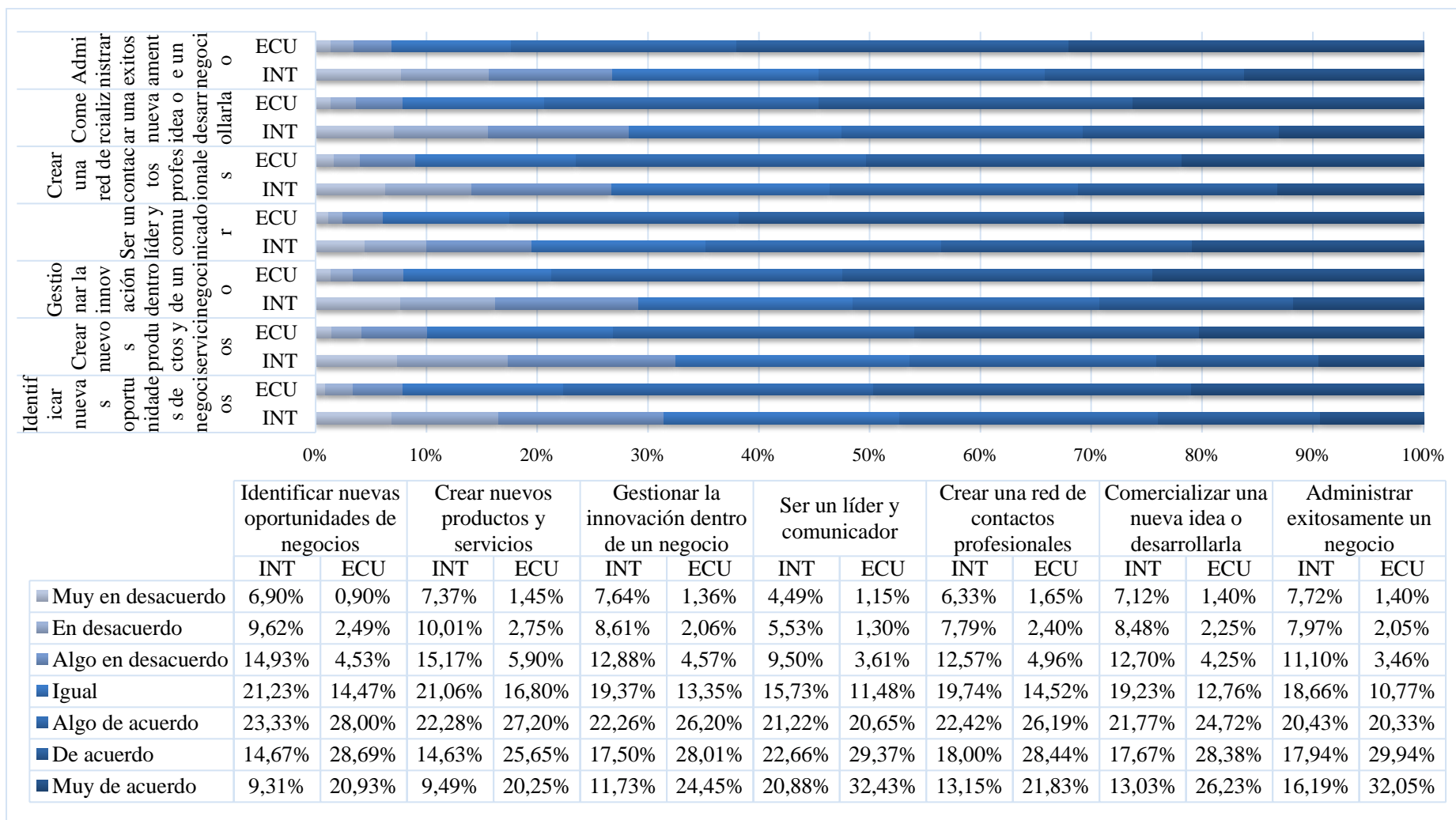


Figura 21. Habilidades emprendedoras

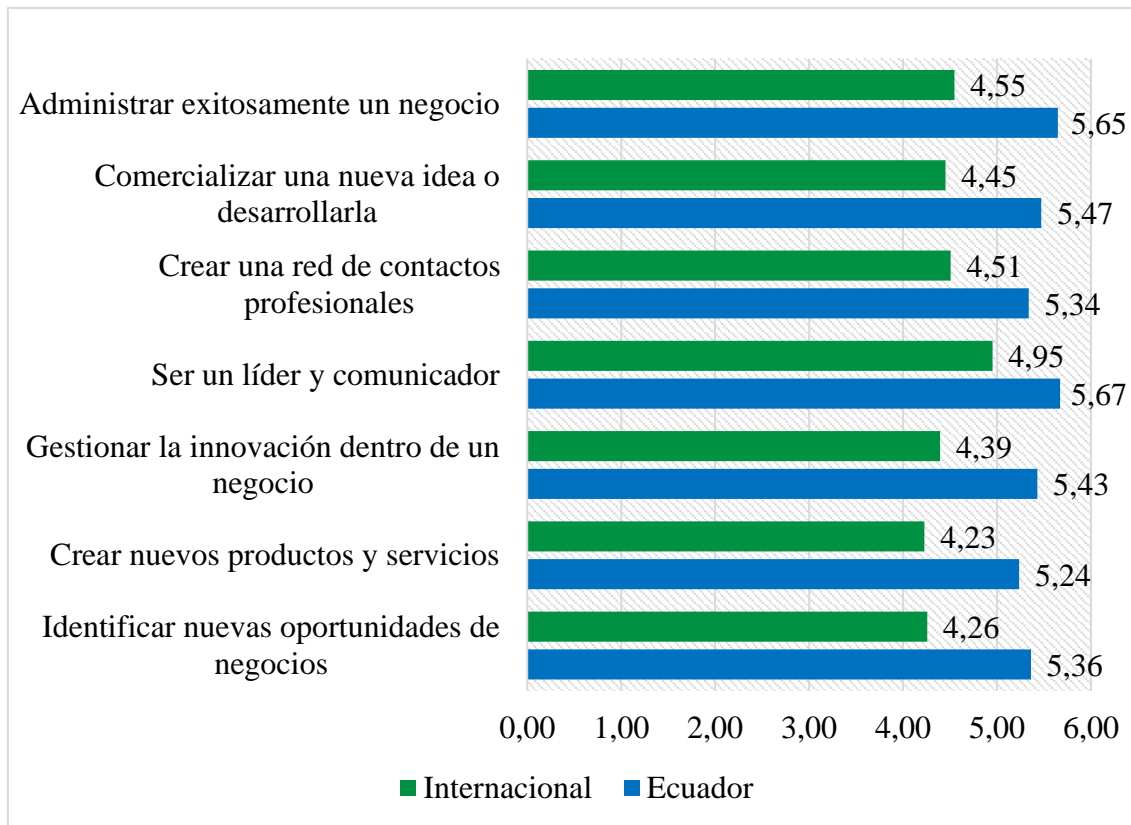


Figura 22. Habilidades emprendedoras

4.2.3 Actitud Emprendedora

La teoría del comportamiento planificado ha surgido como uno de los marcos conceptuales más influyentes y populares para el estudio de la acción humana. Según la teoría, el comportamiento humano está guiado por tres tipos de consideraciones: la actitud hacia el comportamiento, la norma subjetiva y el resultado de las creencias de control que dan lugar al control percibido de comportamiento. En combinación, estos factores conducen a la formación de una intención conductual (Ajzen, 2002).

La variable relacionada con la actitud hacia una nueva empresa mide la intensidad de acuerdo con la cual los individuos sostienen una valoración personal positiva o negativa sobre ser un emprendedor. Considera no sólo razones positivas, sino también desventajas de esta decisión para una trayectoria profesional (Ajzen, 2001; Autio, Keeley, Klofsten, Parker, & Hay, 2001; Kolvereid, 1996; Liñán & Chen, 2009). En función de los hallazgos del estudio se pudo conocer que los estudiantes universitarios ecuatorianos muestran una actitud positiva respecto al emprendimiento

considerando que si tuvieran recursos serían emprendedores (5,96). Así también, respecto a las afirmaciones que muestran un mayor nivel de acuerdo se pudo evidenciar el hecho que los estudiantes valoran el hecho de ser emprendedores dado que implica grandes satisfacciones para ellos (5,91).

Tabla 12. *Actitud Emprendedora, Promedio Total y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo*

Afirmación	Promedio		Diferencias Acuerdo / Desacuerdo	
	Ecuador	Internacional	Ecuador	Internacional
Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.	5,58	4,39	72,05%	18,53%
Una carrera profesional como emprendedor me resulta atractiva.	5,52	4,42	70,41%	21,26%
Si tuviera la oportunidad y recursos, sería emprendedor.	5,96	4,90	81,98%	39,15%
Ser emprendedor implicaría grandes satisfacciones para mí	5,91	4,62	80,32%	28,03%
Entre varias opciones, preferiría ser emprendedor.	5,59	4,14	71,79%	7,74%

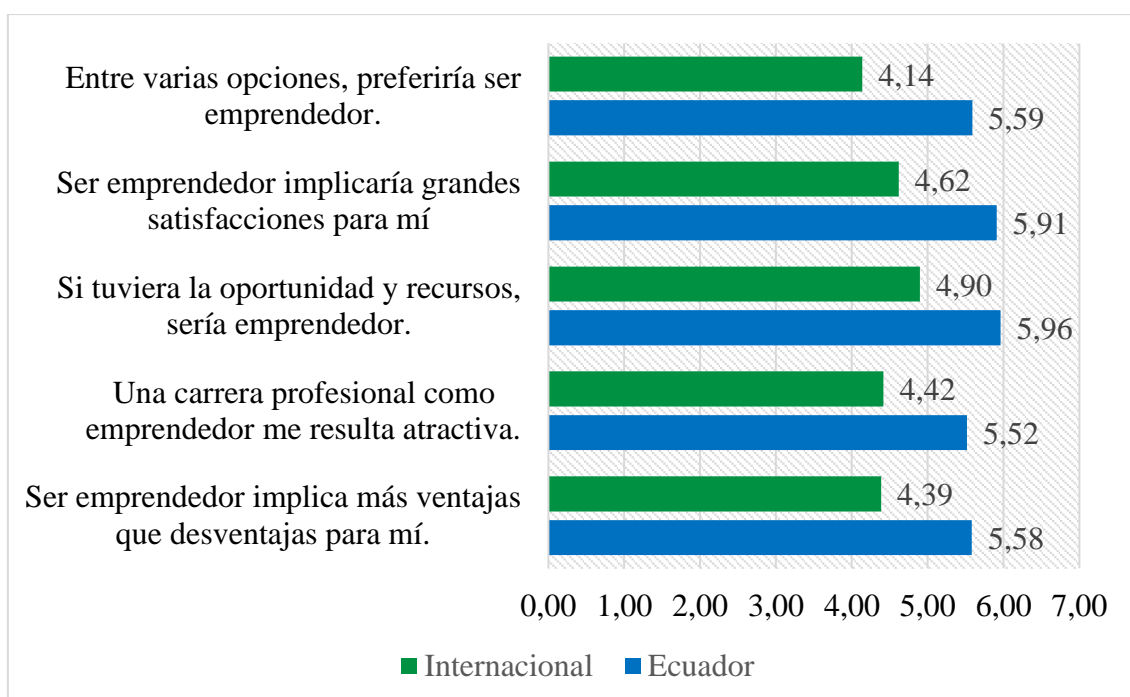


Figura 23. Actitud emprendedora

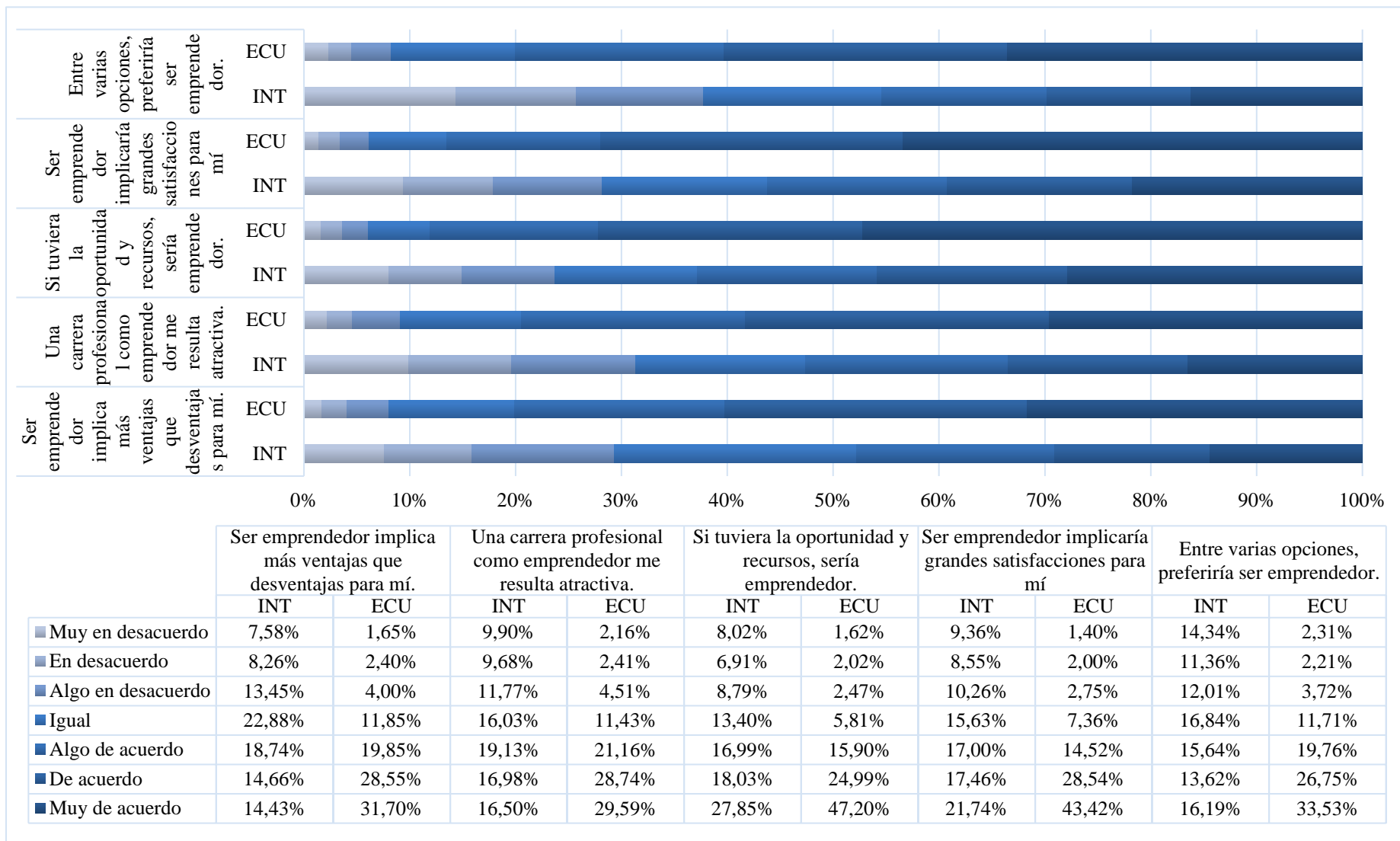


Figura 24. Actitud emprendedora

4.3 Reacción del Contexto

El apoyo social es la percepción o experiencia de que uno es amado, cuidado por otros, valorado y es parte de una red social que se apoya mutuamente (Taylor, 2011). La investigación sugiere que el apoyo social proporcionado por los miembros de la familia es fundamental para la puesta en marcha de los empresarios. Por ejemplo, los padres ayudan a la generación joven de emprendedores de la familia mediante el uso de sus propias conexiones (Edelman, Manolova, Shirokova, & Tsukanova, 2016).

GUESSS investiga la presión social que ejerce el entorno inmediato de los individuos basándose en el concepto de la norma subjetiva de la teoría del comportamiento planificado propuesto por Ajzen (1991), cuya teoría capta la reacción que los individuos esperan de su círculo cercano en torno a si un cierto comportamiento es ejecutado. Dicho círculo está conformado por su familia, amigos y compañeros de estudio. La teoría postula que cuanto más positiva sea la reacción esperada, más probable es que se formen las intenciones reales de realizar el comportamiento considerado (Sieger et al., 2014, 2016).

En el cuestionario GUESSS se preguntó a los estudiantes cómo reaccionarían las diferentes personas en su entorno si perseguían una carrera como emprendedor. Las respuestas iban desde uno (muy negativamente) a siete (muy positivamente) (Liñán & Chen, 2009). Los resultados en la Tabla 13 muestran que los estudiantes perciben que cuentan con mayor apoyo respecto a la idea de ser emprendedores de su familia cercana (6,11), seguido del apoyo que reciben de sus amigos (5,85).

Tabla 13. *Reacción del Contexto, Promedio Total y Diferencias entre Acuerdo y Desacuerdo*

Afirmación	Promedio		Diferencias Acuerdo / Desacuerdo	
	Ecuador	Internacional	Ecuador	Internacional
Reacción: Tu familia cercana	6,11	5,62	83,49%	67,82%
Reacción: Tus amigos	5,85	5,67	80,68%	74,07%
Reacción: Tus compañeros de estudios	5,65	5,40	73,91%	64,16%

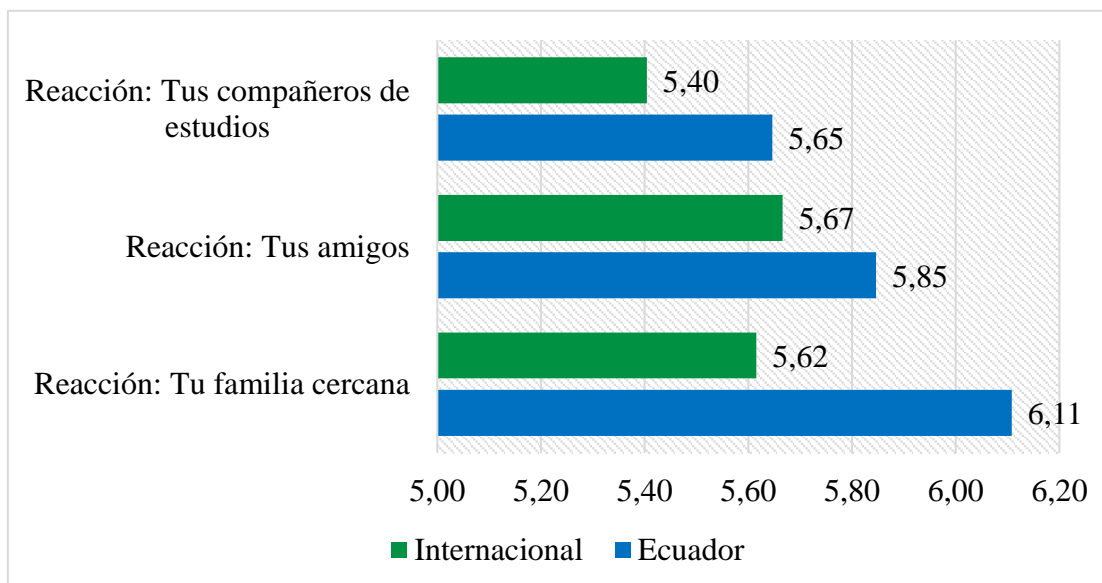


Figura 25. Reacción del contexto

4.4 Entorno Familiar

Bae, Qian, Miao y Fiet (2014) mencionaron que los antecedentes familiares de emprendimiento hacen referencia a los individuos cuyos padres o miembros de la familia están involucrados en trabajos por cuenta propia. La literatura reporta que la experiencia de los padres puede influir en las intenciones y el comportamiento empresarial de sus hijos, por lo que los padres les dan una ventaja en términos de influir positivamente en las intenciones de ser empresarios de sus hijos en contraste con otros estudiantes que también muestran deseo de convertirse en emprendedores, pero no tienen recursos derivados de tener un fondo de negocios de la familia (Shirokova, Osiyevskyy, & Bogatyreva, 2016).

Tabla 14. *Entorno Familiar*

Entorno Familiar	Padres actualmente trabajadores por cuenta propia/autoempleados		Padres accionistas mayoritarios de alguna empresa	
	Ecuador	Internacional	Ecuador	Internacional
No	33,77%	62,61%	69,34%	76,30%
Sí, ambos	35,63%	12,31%	12,97%	6,10%
Sí, solo padre	19,53%	18,68%	11,97%	13,92%
Sí, solo madre	11,08%	6,40%	5,73%	3,68%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Respecto a la muestra evaluada en el caso de Ecuador, el 35,63% de estudiantes reportaron que ambos padres actualmente trabajan en su propio negocio. Mientras que, el 19,53% de estudiantes reportaron que sus padres tienen un emprendimiento y el 11,08% que solo su madre tiene negocio propio.

4.5 Entorno social (La sociedad en que viven)

Stephan (2008) mencionó que la cultura influyó en el emprendimiento de dos formas principales. La primera manera sugiere que, si un país tiene más individuos con valores y rasgos de emprendimiento, más individuos se convertirán en emprendedores, una visión que sugiere que los valores se agregan. La segunda manera sugiere que un nivel más alto de emprendimiento moral dentro de una cultura está reflejado en las prácticas de esa sociedad (Krueger, Nabi, & Liñán, 2014).

La cultura puede definirse como un conjunto de creencias, valores y expectativas compartidas (Hayton, George, & Zahra, 2002). Dorfman, Javidan, Hanges, Dastmalchian y House (2012) describieron que la cultura nacional influye indirectamente en los comportamientos de liderazgo a través de las expectativas de liderazgo de las sociedades. En virtud de ello, los ejecutivos tienden a liderar de una manera más o menos consistente con los prototipos de liderazgo respaldados dentro de su cultura particular.

El proyecto de eficacia del comportamiento organizacional y liderazgo global (GLOBE) ha investigado la compleja relación entre la cultura social y el comportamiento organizacional desde sus inicios a principios de la década de 1990. Reconociendo la importancia que genera el hecho de comprender la cultura nacional para identificar qué tipo de liderazgo se producirá en cada sociedad. En virtud de ello, GUESSS evaluó ciertas aseveraciones provenientes de la medición de escalas GLOBE cuyo objetivo es interpretar los rasgos de personalidad de los miembros de la sociedad (Dorfman et al., 2012).

Por lo tanto, se otorgó a los estudiantes para cada pregunta dos repuestas opuestas que en ningún caso consideraba una respuesta correcta sino mas bien su intención fue evidenciar con qué opinión los estudiantes universitarios mostraban mayor

nivel de acuerdo. Para ello, existió una escala que iba de uno a siete donde en cada extremo se encontraba la aseveración opuesta. A partir de ello, se consultó como se percibe que se produce la influencia de una persona en la sociedad evaluando si la misma viene dada por la habilidad y contribución que la persona puede ejercer en la sociedad o mas bien viene dada por la autoridad de la propia posición. Seguido, se evaluó si en la sociedad se espera que los ciudadanos o seguidores cuestionen a los líderes cuando están en desacuerdo u obedezcan a los líderes sin cuestionar. Finalmente, se evaluó si los estudiantes perciben que el poder es compartido en toda la sociedad o está concentrado en la cima.

A partir de los hallazgos, se pudo conocer que los estudiantes universitarios perciben que en la sociedad ecuatoriana la influencia de una persona se basa principalmente en la autoridad de la propia posición (4,12). Seguidamente, los estudiantes nacionales consideran que el poder está concentrado en la cima (4,77). Mientras que, al momento de evaluar si en la sociedad ecuatoriana se espera que los seguidores o ciudadanos obedezcan a sus líderes sin cuestionar los estudiantes se mostraron en una posición intermedia entre el hecho de cuestionar a los líderes cuando están en desacuerdo y obedecer a los líderes sin cuestionar (3,88).

Tabla 15. *Entorno Social (La Sociedad en que Viven)*

Afirmación	Promedio		Diferencias Acuerdo / Desacuerdo	
	Ecuador	Internacional	Ecuador	Internacional
En mi sociedad, la influencia de una persona se basa principalmente en: - Habilidad y contribución a la sociedad: Autoridad de la propia posición	4,12	4,22	8,62%	12,55%
En mi sociedad, se espera que los seguidores: - Cuestionen a los líderes cuando estén en desacuerdo: Obedezcan a los líderes sin cuestionar	3,88	3,96	-2,04%	0,29%
En mi sociedad, el poder es: - Compartido en toda la sociedad: Concentrado en la cima	4,77	4,88	34,08%	38,49%

En la figura 26, se puede visualizar los resultados descritos de la tabla 15 los cuales indican que los estudiantes nacionales piensan que el poder está concentrado en la cima (4,77). Así también, se visualiza que los estudiantes consideraron que en la sociedad ecuatoriana la influencia de una persona se basa en la autoridad de la propia posición (4,12).

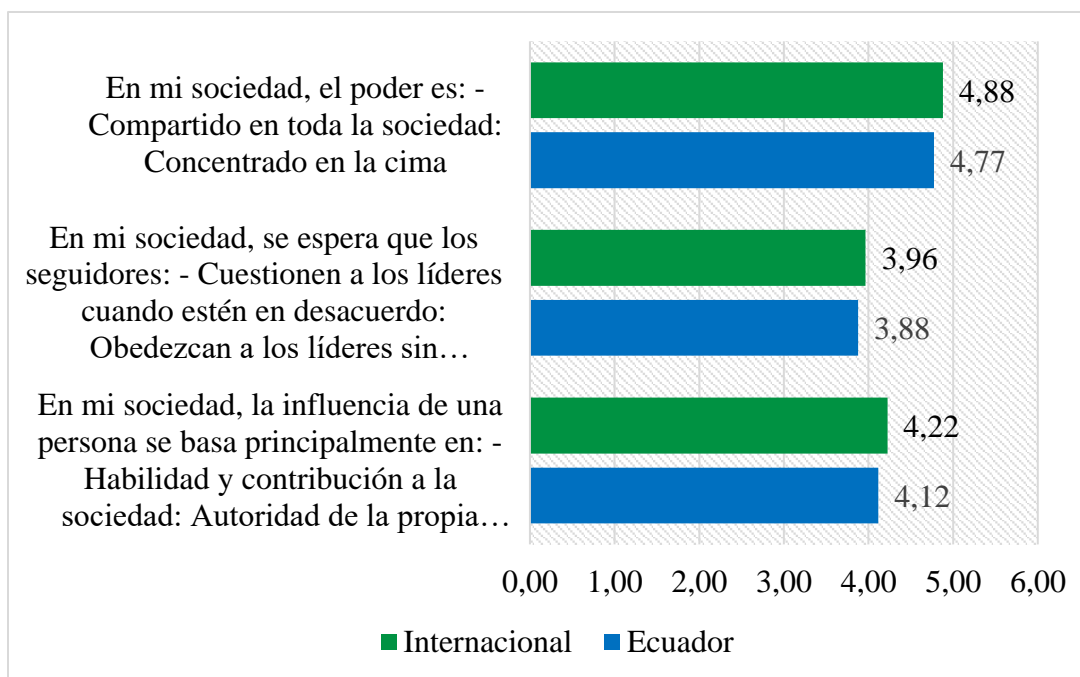


Figura 26. Entorno social (la sociedad en que viven)

5. Participación de Emprendedores Nacientes y Activos

La investigación distingue las definiciones de emprendedores nacientes de emprendedores activos. Los emprendedores nacientes son aquellos estudiantes que están en el proceso de crear un negocio mientras que los emprendedores activos son aquellos que ya tienen su propio negocio. La figura 27 muestra que en Ecuador los emprendedores nacientes ascienden a 1.564 estudiantes que representan el 42,25% del total de estudiantes, quienes respondieron de forma afirmativa a la consulta de si actualmente están intentando iniciar su propio negocio o convertirse en independientes.

A nivel mundial, los emprendedores nacientes representan el 30,71% del total de estudiantes que conforman la muestra del estudio. Seguidamente, se pudo identificar a los emprendedores activos a través de la pregunta que se generó a los estudiantes respecto a si actualmente ya tienen su propio negocio o si en la actualidad ya son

independientes. Se pudo conocer que, en Ecuador el 17,86% de los estudiantes ya son emprendedores (661 estudiantes), mientras que globalmente representan el 11,22%.

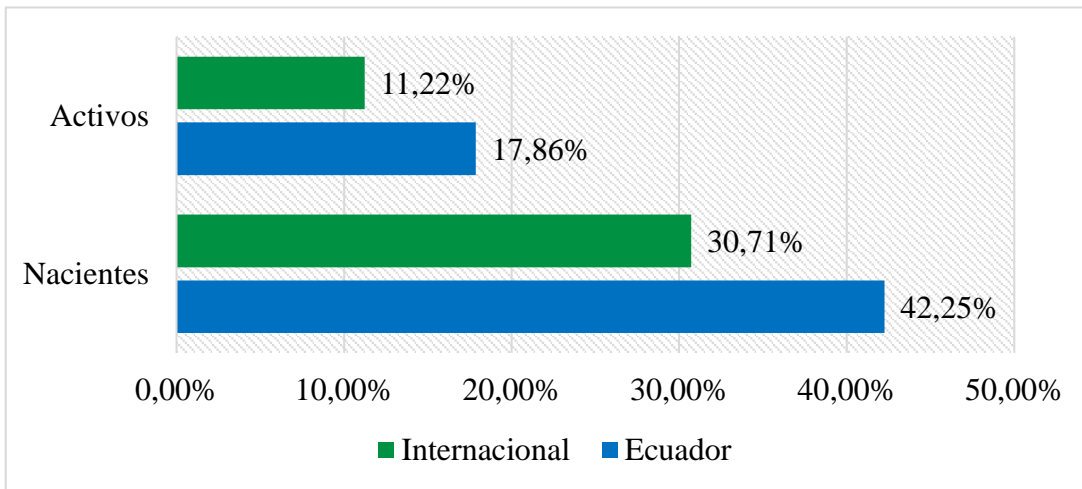


Figura 27. Participación de emprendedores nacientes y activos

5.1 Emprendedores Nacientes

5.1.1 Características de Emprendedores Nacientes

Los emprendedores nacientes son aquellos estudiantes quienes actualmente se encuentran intentando crear su propio negocio o convertirse en independientes. El 42,25% de la muestra de estudiantes participantes de Ecuador constituyen los emprendedores nacientes quienes en su mayoría tienen una edad promedio hasta 24 años (62,08%) y son mujeres (50,51%).

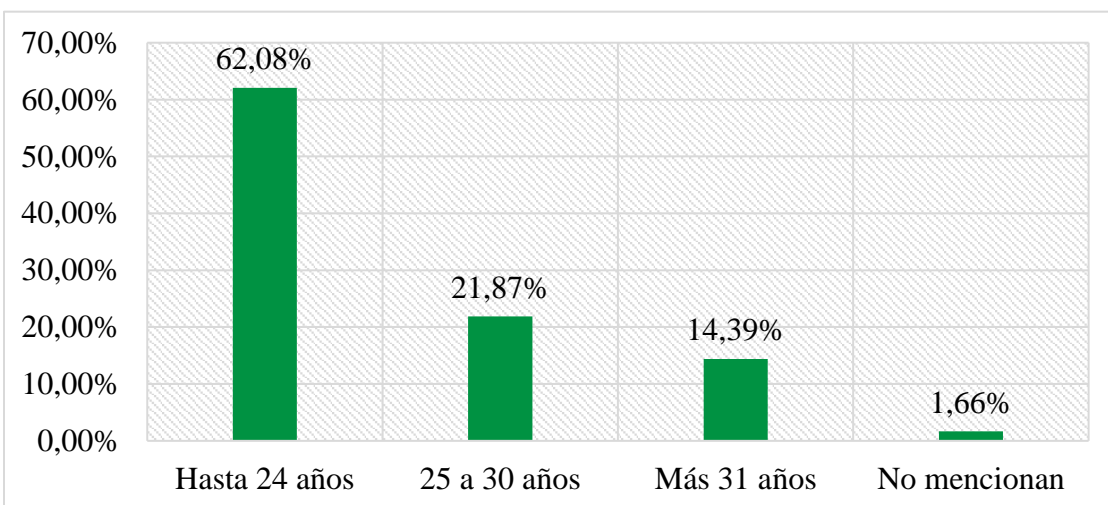


Figura 28. Edad de los emprendedores nacientes en Ecuador

Consecutivamente, a los encuestados se les preguntó en cuántos meses planeaban fundar su negocio. Los resultados reportaron que el 37,34% de los emprendedores nacientes quisieran poner en marcha su negocio dentro de diecinueve meses a dos años, siendo este resultado el de mayor representación tanto en el Ecuador como en la muestra internacional. A nivel internacional la mayoría representó el 42,49% de los estudiantes que desean establecer su negocio en un plazo de 19 a 24 meses o más.

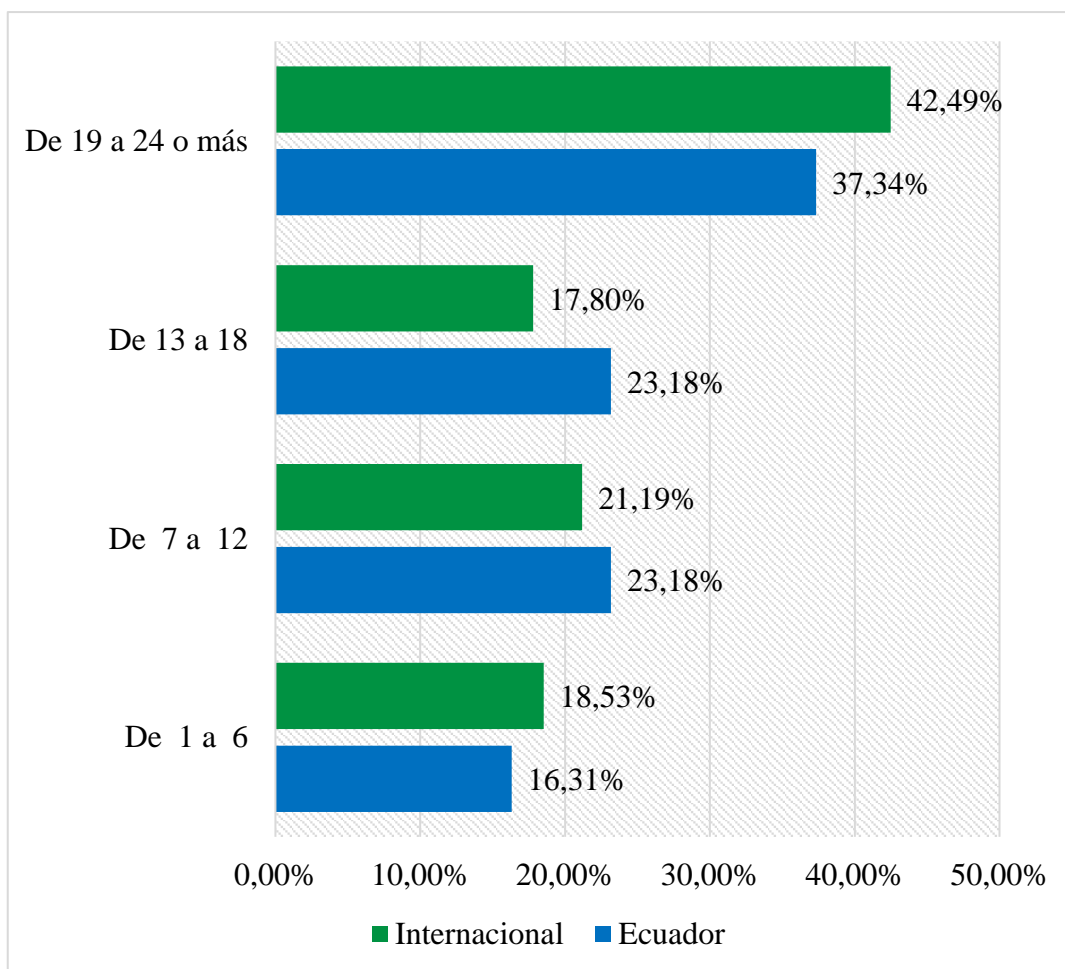


Figura 29. Plazo para puesta en marcha de la empresa

También se les preguntó a los emprendedores nacientes sobre el sector en el que su empresa estaría activa. Los sectores industriales más preferidos de los fundadores nacientes para su puesta en marcha están relacionados con el comercio al por mayor y al por menor (18,18%), seguido de la consultoría en temas relacionados con recursos humanos, leyes, negocios e impuestos (9,09%). Los sectores industriales menos preferidos son la construcción con 2,60% cuyos resultados se pueden visualizar en la figura 30.

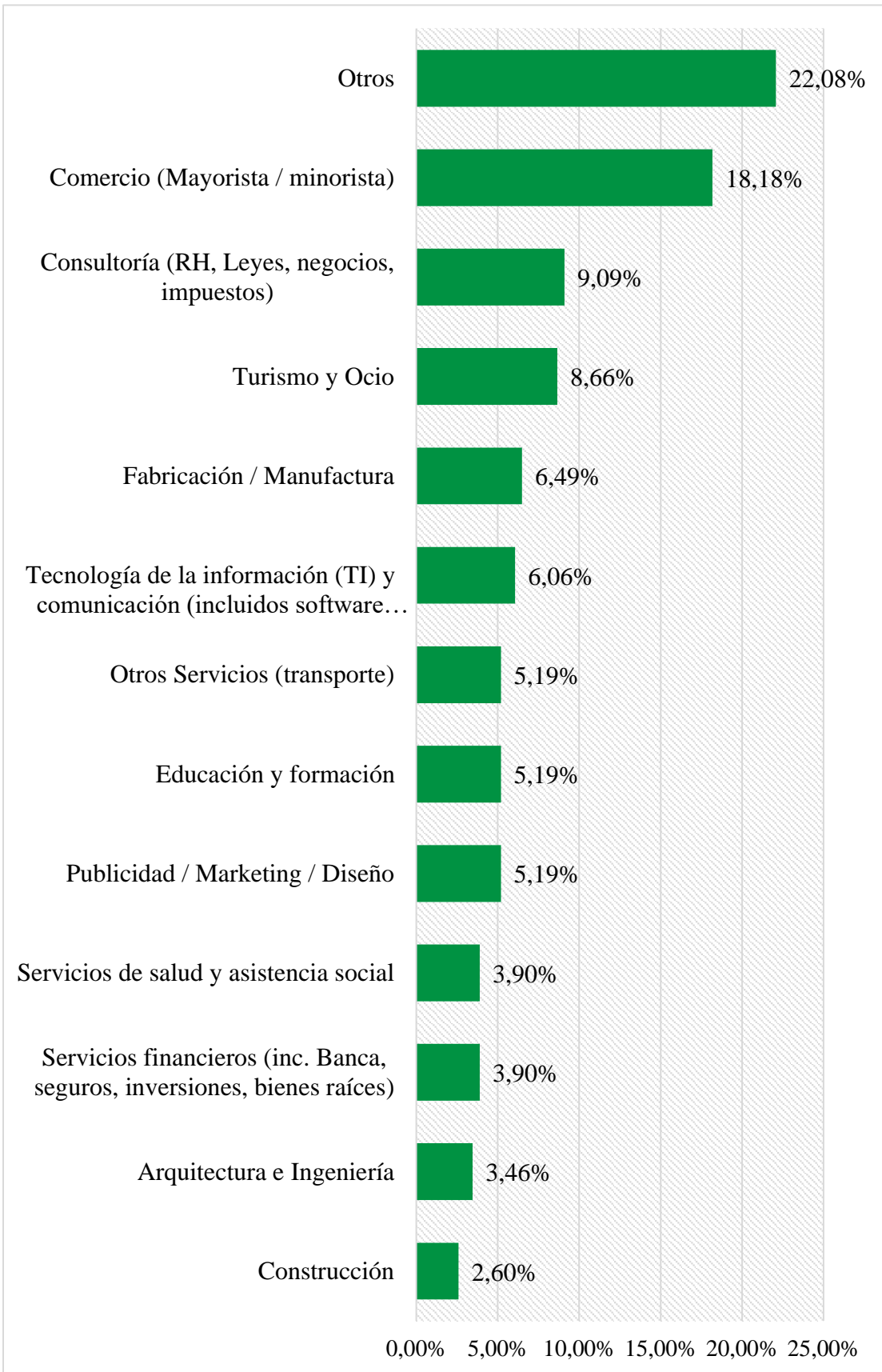


Figura 30. Sector industrial planificado para nuevos negocios en Ecuador

En la tabla 16, se puede distinguir a los emprendedores nacientes según el género. De esta manera se pudo observar que los sectores industriales más preferidos para ser fundadores de su empresa en función del género están relacionados con el comercio al por mayor y al detalle (16,33% hombres y 19,70% mujeres). Se puede destacar también que en el caso de los hombres mostraron mayores preferencias con negocios relacionados con consultoría (14,29%), arquitectura e ingeniería (7,14%), así como otros servicios como el caso de la logística (7,14%). Mientras que, en el caso de las mujeres evidenciaron mayores preferencias con sectores relacionados con el turismo (11,36%), fabricación o manufactura (7,58%) y publicidad, marketing o diseño (6,82%).

Tabla 16. *Sector Industrial Planificado para Nuevos Negocios por Género*

Sectores Industriales	Internacional			Ecuador		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Publicidad / Marketing / Diseño	10,60%	12,60%	11,51%	3,06%	6,82%	5,22%
Arquitectura e Ingeniería	10,34%	4,42%	7,64%	7,14%	0,76%	3,48%
Construcción	2,87%	0,98%	2,01%	6,12%	0,00%	2,61%
Consultoría (RH, Leyes, negocios, impuestos)	6,36%	6,65%	6,49%	14,29%	5,30%	9,13%
Educación y formación	6,68%	10,91%	8,61%	4,08%	6,06%	5,22%
Servicios financieros (inc. Banca, seguros, inversiones, bienes raíces)	4,69%	3,61%	4,20%	3,06%	4,55%	3,91%
Servicios de salud y asistencia social	4,34%	8,13%	6,06%	2,04%	5,30%	3,91%
Tecnología de la información (TI) y comunicación (incluidos software y servicios de TI)	16,48%	4,60%	11,08%	11,22%	2,27%	6,09%
Fabricación / Manufactura	4,23%	4,03%	4,14%	5,10%	7,58%	6,52%
Otros	15,15%	22,75%	18,61%	15,31%	26,52%	21,74%
Otros Servicios (transporte)	3,66%	2,93%	3,32%	7,14%	3,79%	5,22%
Turismo y Ocio	4,59%	6,60%	5,50%	5,10%	11,36%	8,70%
Comercio (Mayorista / minorista)	10,00%	11,82%	10,83%	16,33%	19,70%	18,26%

En este sentido, a los estudiantes que se han caracterizado como emprendedores nacientes se les pidió que indicaran qué actividades de gestación ya habían realizado entre las cuales destacan haber reunido información sobre mercados o competidores (5,75%), discutido ideas de productos o negocios con clientes potenciales (5,69%) y escrito un plan de negocios (3,77%).

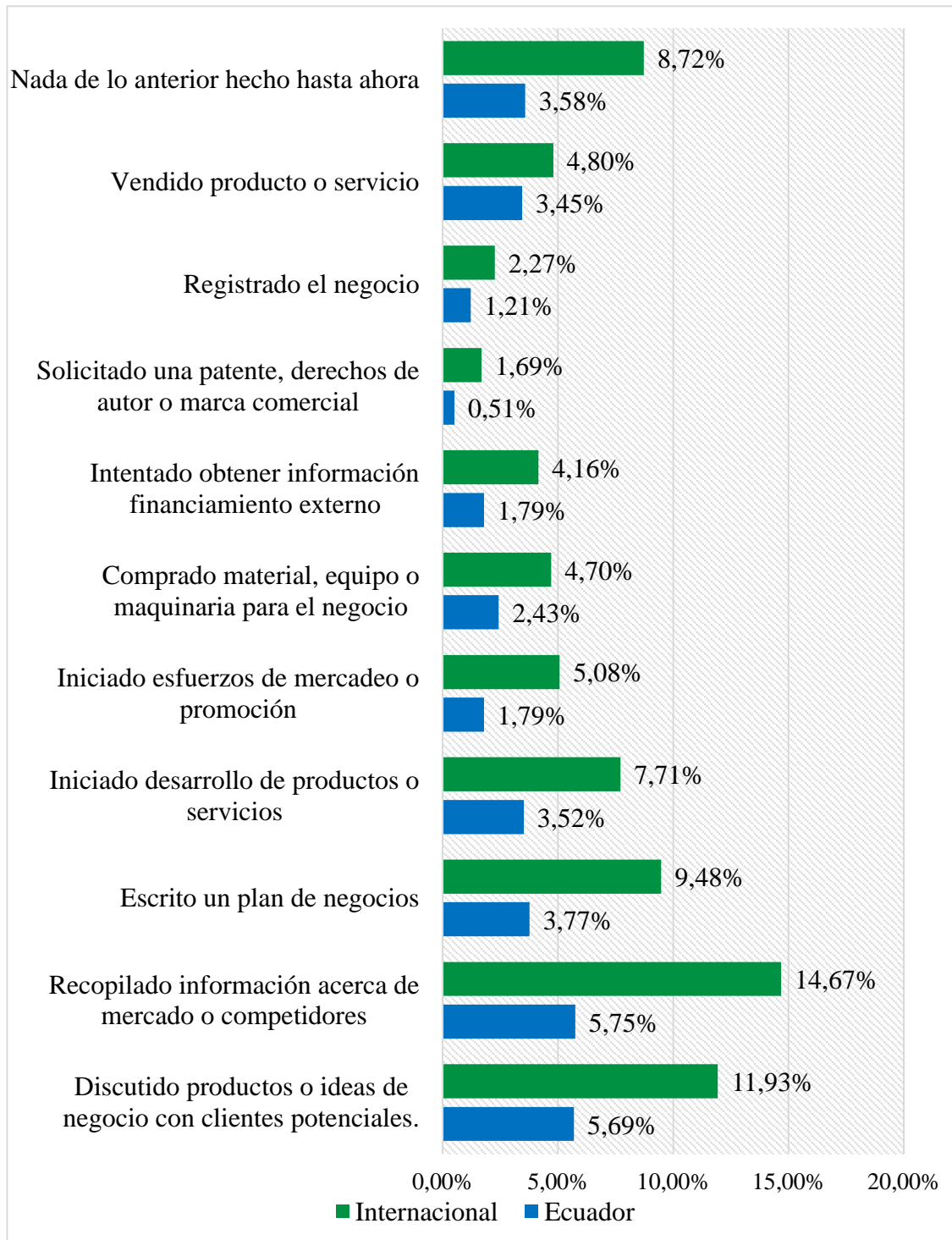


Figura 31. Actividades de gestación de emprendedores nacientes

Además, se preguntó a los emprendedores nacientes acerca del porcentaje de participación que esperan tener en el capital de su nuevo negocio, quienes en su mayoría reportaron desean tener el 100% de propiedad de su negocio (32,34%), seguido de un 26,81% de estudiantes quienes reportaron aspiran tener entre el 51% y 99% del capital de su futura empresa.

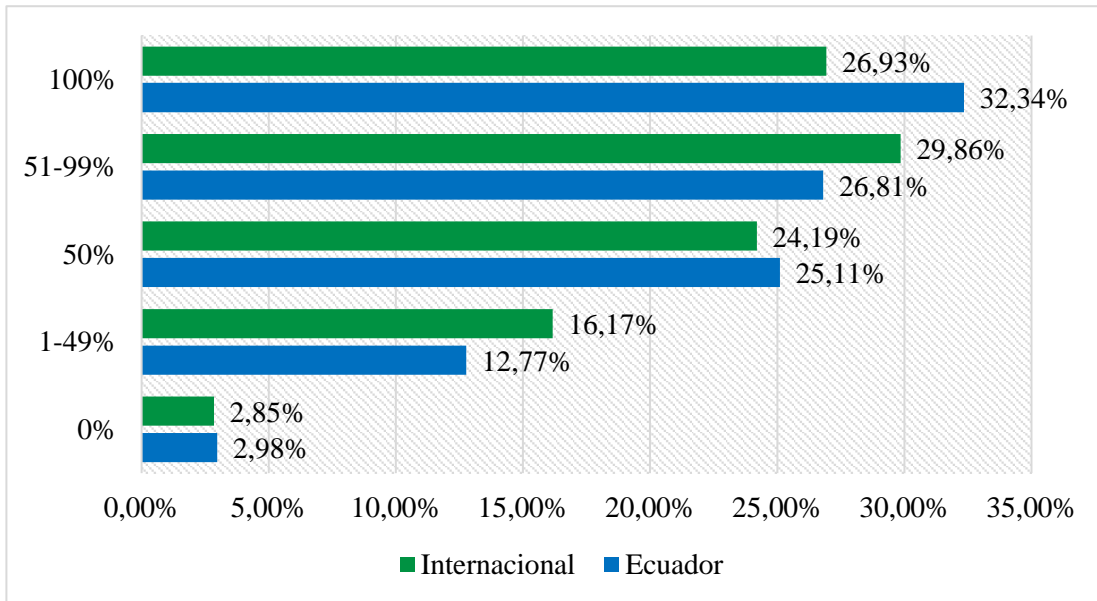


Figura 32. Porcentaje de participación en el capital de la futura empresa

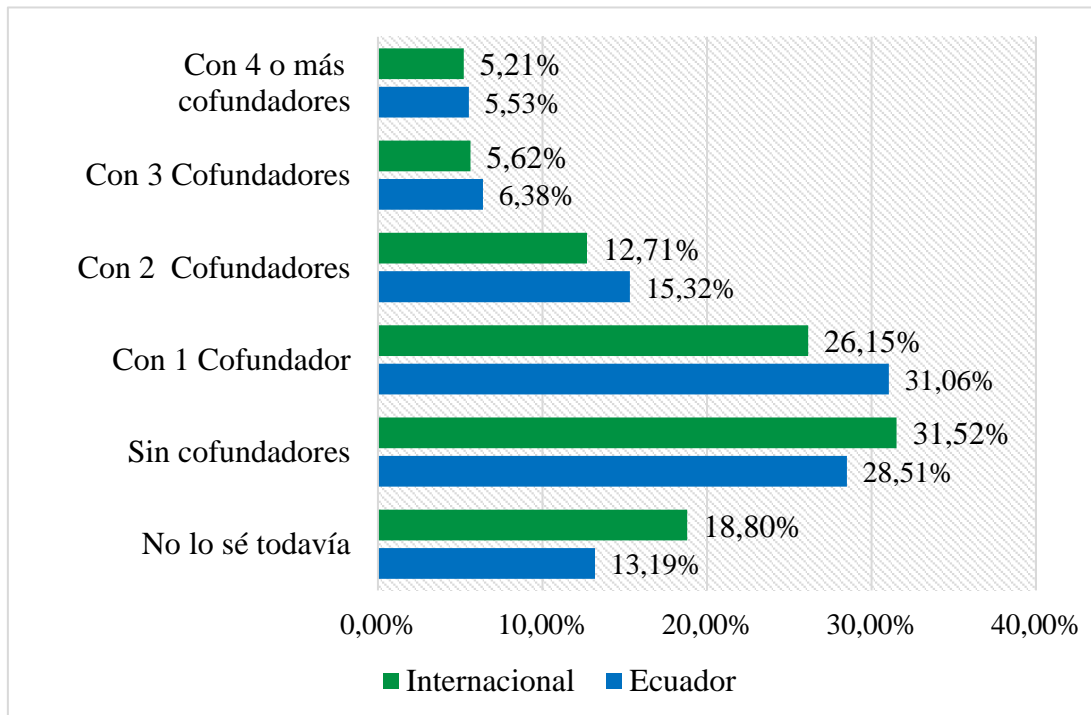


Figura 33. Número de cofundadores planificados

En la figura 33 se puede observar que a la mayoría de los estudiantes les gustaría fundar su empresa con un cofundador (31,06%). Aunque también se pudo conocer que existe un 28,51% de estudiantes quienes reportaron preferir establecer su emprendimiento sin cofundadores. Mientras que, es importante destacar que existe un 13,19% de estudiantes quienes respondieron que no tienen claridad aún en la decisión de participar con un cofundador para establecer su propio negocio.

5.2 Emprendedores Activos

5.2.1 Características de Emprendedores Activos

Como fue descrito anteriormente, los emprendedores activos son aquellos estudiantes universitarios quienes ya cuentan con su negocio propio o son independientes quienes representan el 17,86% de la muestra evaluada. La mayoría de los emprendedores activos son hombres (59,15%). Los emprendedores activos tienen en su mayoría hasta 24 años en promedio (51,44%). Seguidamente, se pudo conocer que existe un 26,48% de emprendedores activos quienes tienen una edad entre los 25 y 30 años.

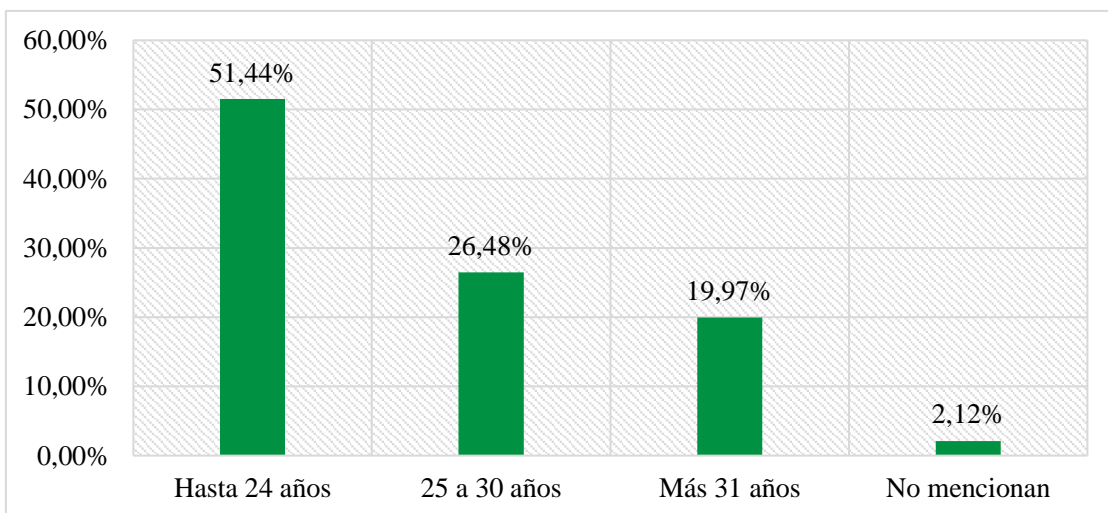


Figura 34. Edad de los fundadores de las empresas existentes en Ecuador

Como se muestra a continuación, la mayoría de las empresas de la muestra ecuatoriana han sido creadas en los últimos años. Así, el 23,08 % de los negocios de los estudiantes universitarios que participaron del estudio en Ecuador han sido establecidos durante el año 2017 y el 27,09% de negocios de propiedad de estudiantes han sido

establecidos durante el año 2018. Con relación a los datos internacionales, la mayoría de las empresas se han creado en el año 2018 (34,59%), hecho que guarda relación con la proporción de estudiantes denominados emprendedores activos procedentes de universidades en Ecuador.

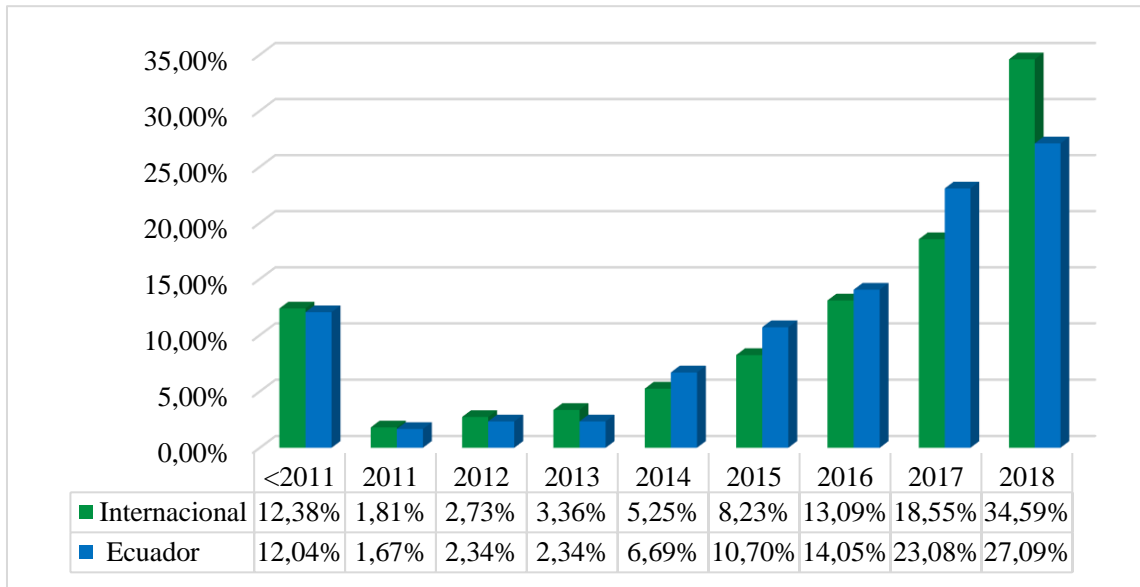


Figura 35. Año de fundación de las empresas existentes

Respecto a tener sociedad con terceros en el emprendimiento, el 43,18% de los emprendedores activos indicaron que han establecido su negocio sin cofundadores. En cuanto que, el 34,19% de los emprendedores activos han creado la empresa con dos o más cofundadores. Los resultados internacionales muestran que el 35,24% de los emprendedores activos han creado su empresa sin cofundadores.

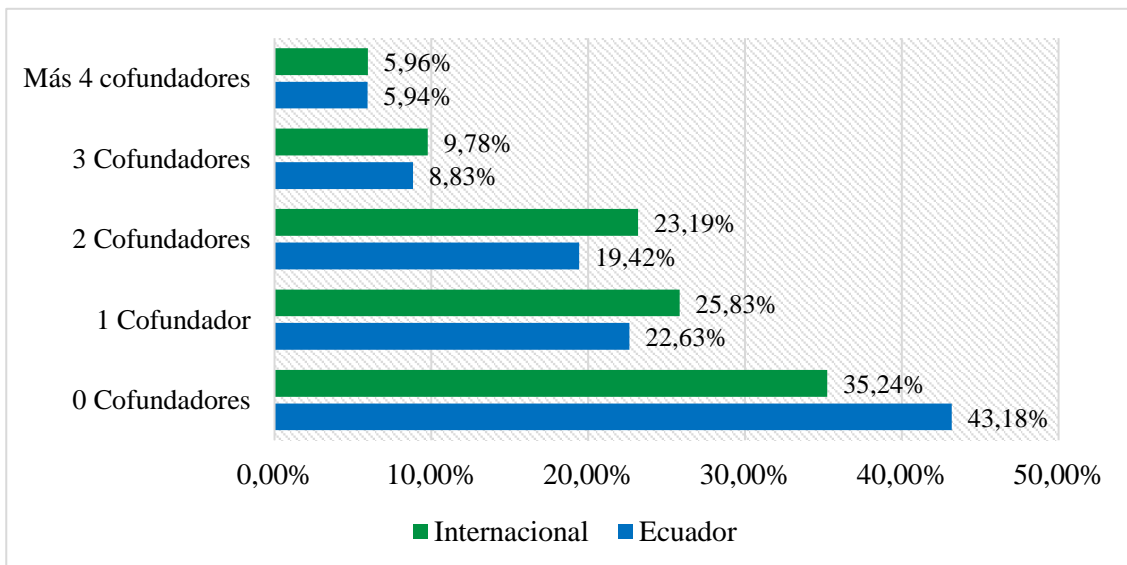


Figura 36. Número de cofundadores de emprendedores activos

Los emprendedores activos respondieron que el número de empleados con los que cuentan es de cinco o menos empleados (86,93%). En el caso de los estudiantes internacionales al igual que en el caso de los estudiantes universitarios ecuatorianos los emprendimientos en su mayoría tienen 5 o menos colaboradores (70,35%).

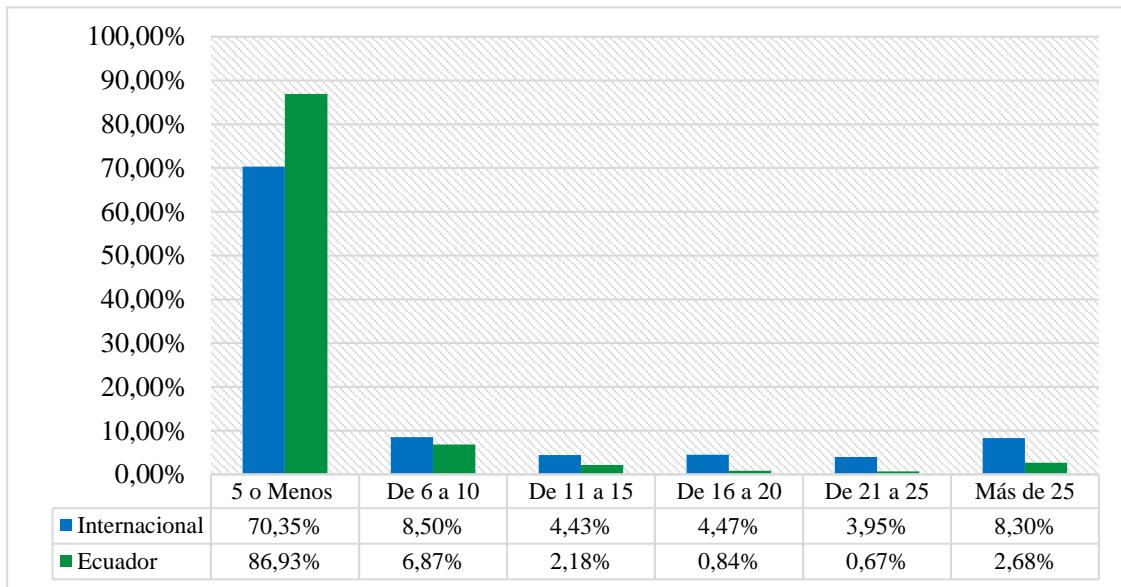


Figura 37. Número de empleados de empresas activas

A los emprendedores activos se les preguntó acerca del porcentaje de participación en el capital de su negocio. En función de los resultados se pudo evidenciar que la mayoría afirman poseer el 100% de participación en la propiedad de la empresa (35,70%).

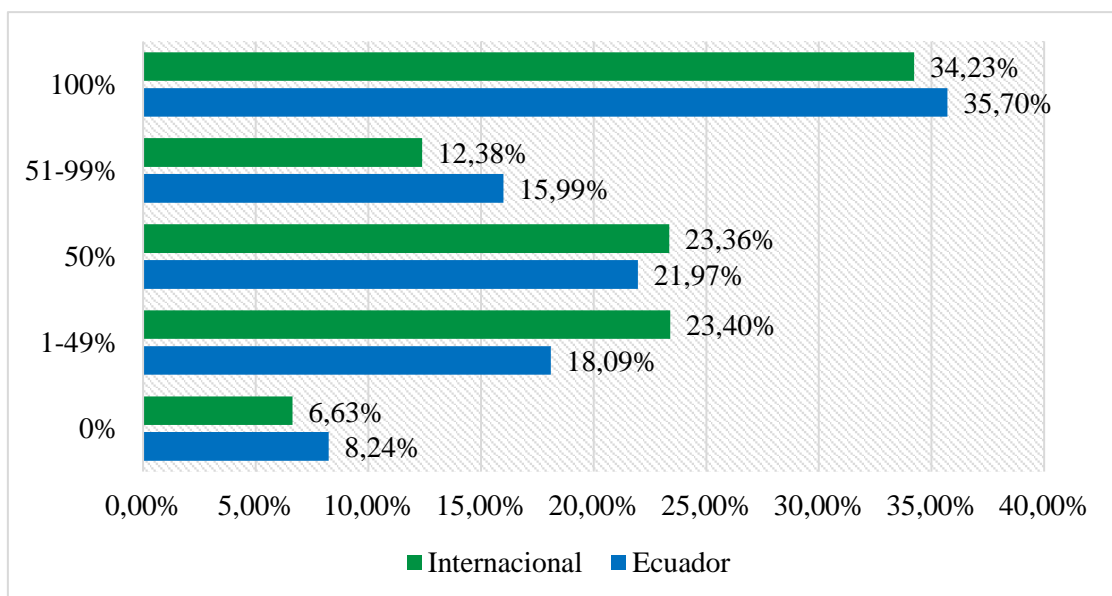


Figura 38. Porcentaje de participación del capital de las empresas activas

A los emprendedores activos también se les preguntó sobre el sector industrial en el que su empresa está principalmente activa. En Ecuador, las actividades relacionadas con el comercio están en primera posición (25,52%).

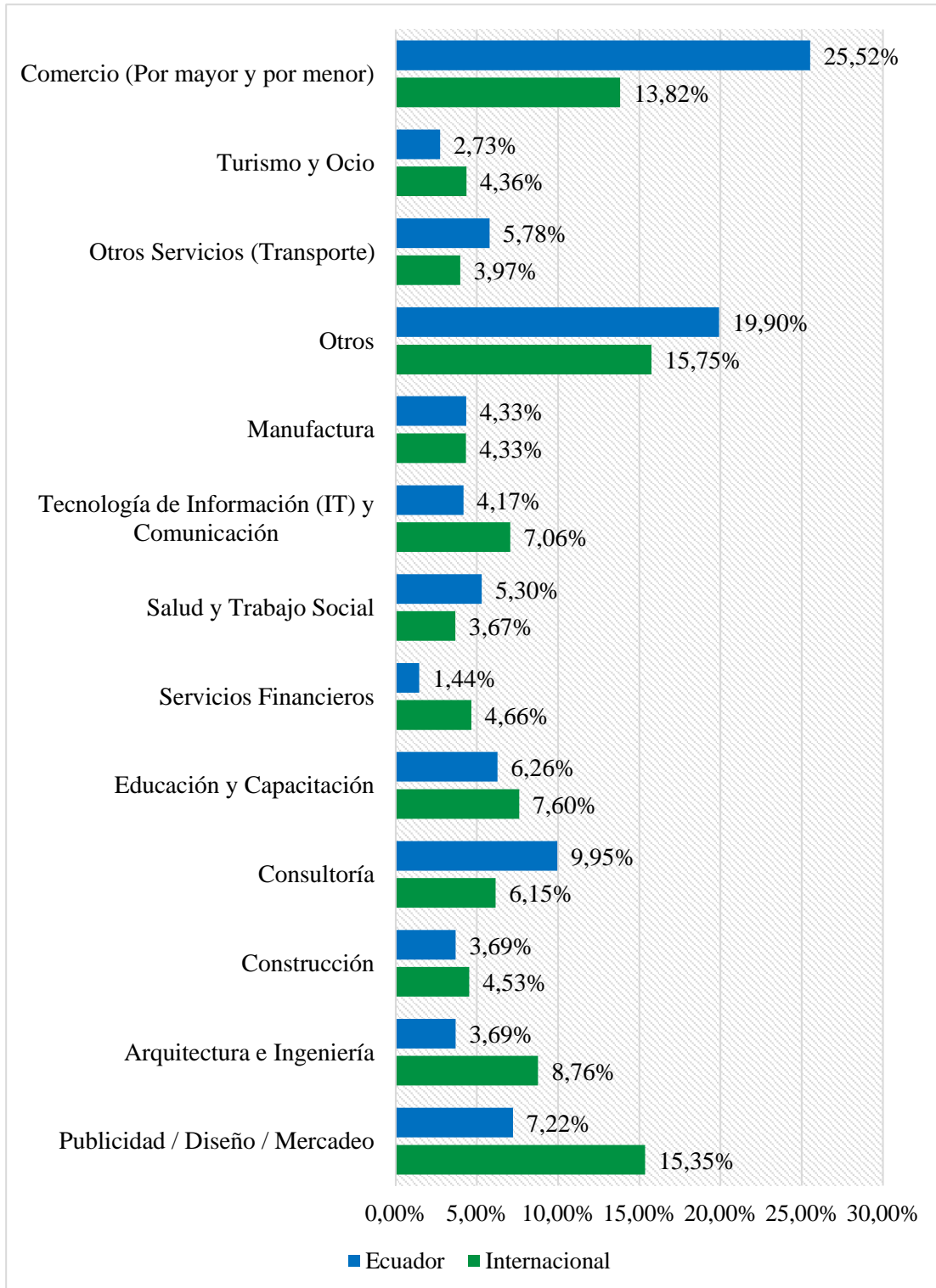


Figura 39. Sector industrial de empresas activas

6. Conclusiones y Recomendaciones

La encuesta global del espíritu emprendedor de estudiantes universitarios (GUESSS) es un proyecto de investigación internacional cuyo objetivo principal es evaluar la intención emprendedora y la actividad de los estudiantes. El proyecto comenzó en 2003 y la recopilación de datos se realiza cada dos a tres años. La octava recopilación de datos se llevó a cabo en el período comprendido entre octubre 2018 y enero 2019. El estudio fue realizado en 54 países, en más de tres mil universidades y generó más de 208 mil respuestas completas.

Las principales conclusiones del informe nacional de Ecuador en su segunda edición son las siguientes:

- Los estudiantes ecuatorianos que participaron fueron 3.702 estudiantes, de los cuales el 75,72% son estudiantes de pregrado. Mientras que, el 24,12% están cursando un programa de cuarto nivel (maestría, doctorado y otros).
- Se pudo identificar que el 19,18% de los estudiantes dijeron que querían ser fundadores de su propia empresa inmediatamente después de terminar sus estudios. Respecto al mismo período, el 69,61% de la muestra de estudiantes identificaron que querían ser empleados. La mayoría de ellos afirmaron querer pertenecer a una gran empresa integrada por 250 empleados o más (25,85%).
- A mediano plazo, es decir, cinco años después de finalizar una carrera estudiantil, las intenciones de ser emprendedor representan el 60,78%. En cuanto al hecho de ser empleados el 25,39% de estudiantes universitarios se inclinaron por esta elección profesional. Por lo tanto, se puede concluir que la gran mayoría de estudiantes mostró intenciones de ser emprendedores después de cinco años de terminar su carrera, habiendo adquirido mayor experiencia que se presume adquieren cuando trabajan como empleados en empresas de terceros.
- Por otro lado, en lo que respecta a la brecha de género, no hay profundas diferencias al evaluar la intención de ser empresarios. Así, los resultados del estudio evidencian que 17,92% de mujeres muestran la intención de ser empresarias inmediatamente después de terminar sus estudios. En contraste, el 20,76% de hombres se inclinaron con el hecho de ser empresarios inmediatamente después de concluir sus estudios universitarios. Dicha proporción incrementa cuando se evalúa la intención de ser fundadores de su

propio negocio luego de cinco años de concluir sus estudios universitarios (mujeres 62,10% y hombres 59,34%).

- En Ecuador, el 27,74% de las personas que se matriculan en las universidades lo hicieron principalmente por su sólida reputación profesional. Mientras que, el 71,07% de estudiantes respondió haber participado de cursos relacionados con el emprendimiento o al menos haber asistido a un curso optativo de emprendimiento. En el caso de los estudiantes nacionales que se proponen realizar un emprendimiento después de cinco años de terminar sus estudios, se observó que el 74,85% de ellos han seguido cursos o programas relacionados con el emprendimiento siendo dicha proporción mayor que la reportada por estudiantes internacionales (60,41%).
- En cuanto a la percepción de habilidades declaradas por los estudiantes universitarios de Ecuador, se observó que los estudiantes tienen confianza en sí mismos en torno a las actividades relacionadas con la creación de empresas mostrándose conformes con las habilidades y conocimientos que poseen. Entre las principales competencias percibidas se destacan: ser líderes y comunicadores, capaces de administrar un negocio exitoso, gestionar la innovación dentro de un negocio y comercializar una nueva idea o desarrollarla.
- Respecto a la autoconfianza o locus de control, los estudiantes universitarios ecuatorianos consideran que suelen perseguir y defender sus propios intereses así también perciben que cuando hacen planes casi siempre están seguros que los van a cumplir. Los estudiantes universitarios en Ecuador consideran que el hecho de ser emprendedores generaría una opinión positiva principalmente de los miembros de su familia cercana.
- El estudio identificó que existen dos categorías de emprendedores: emprendedores nacientes y emprendedores activos. Los emprendedores nacientes son aquellos que están actualmente en el proceso de creación de empresas y los emprendedores activos son los que actualmente están ejecutando su propia empresa o forman parte de una empresa familiar. En Ecuador, el 42,45% de estudiantes son emprendedores nacientes quienes en su mayoría tienen entre 18 y 24 años (62,08%). Mientras que, los emprendedores activos representan el 17,96%, cuya proporción supera la proporción global de estudiantes internacionales (11,22%). La mayoría de los emprendedores activos

tienen un rango de edad que oscila entre 18 y 24 años (51,44%), seguido de 26,48% de emprendedores quienes reportaron tener entre 25 a 30 años.

- Los estudiantes universitarios consideraron que entre los sectores más atractivos para emprender en Ecuador se encuentran los negocios relacionados con el comercio al por mayor de productos o las ventas a través del comercio minorista.

Finalmente, los estudiantes universitarios en Ecuador reportaron tener un alto nivel de satisfacción con el hecho de ser emprendedores, lo cual deja una oportunidad para que el campo de investigación genere espacios de publicación que analicen cada uno de los factores que promueven el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. El presente informe propone futuras líneas de investigación relacionadas con el tema central, como son el análisis y la comprensión de las características del perfil del emprendedor universitario ecuatoriano, el rol del contexto social en el emprendimiento, las comparaciones entre regiones para encontrar factores similares que conlleven a promover la intención emprendedora de los estudiantes.

También es importante destacar que el contexto universitario ejerce un rol importante en la generación de este espíritu emprendedor en los estudiantes. Por ende, se recomienda a todos los agentes de interés relacionados con el ámbito educativo a que fomenten la creación de programas de capacitación, seminarios, mesas de negocios, talleres relacionados con las guías prácticas que permitan comprender a los estudiantes cómo se puede llevar a cabo la materialización de los emprendimientos bajo una perspectiva didáctica y práctica.

Así también, se recomienda la identificación de modelos de referencia en la sociedad y la creación de proyectos de incubadoras de empresas que promuevan el espíritu empresarial en los estudiantes. Dichas iniciativas podrían ayudar a que los estudiantes adquieran mayor confianza y seguridad respecto al hecho de ser empresarios en un período más corto y no que sea una decisión que evalúen postergar buscando adquirir mayor experiencia a través de la elección de ser empleados.

De igual forma, se recomienda evaluar la contribución de los estudios relacionados con el espíritu empresarial y su influencia en una mayor creación de

empresas. Al respecto algunos estudios postulan que los estudiantes que asistieron a cursos en los que el espíritu empresarial formaba parte del plan de estudios evidenciaron una mayor propensión y motivación para emprender actividades empresariales (Farhangmehr et al., 2016; Fenton & Barry, 2014; Iglesias-Sánchez, Jambrino-Maldonado, Velasco, & Kokash, 2016; Lee, Chang, & Lim, 2005; Peterman & Kennedy, 2003; Souitaris et al., 2007; Zhang, Duyesters, & Cloudt, 2013). No obstante, otras investigaciones relacionadas no pudieron encontrar que dicha evidencia haya contribuido a una mayor creación empresarial (Krueger & Brazeal, 1994; Heuer & Kolvereid, 2014; Pittaway & Cope, 2007).

Olokundun, Moses, Iyiola, Ibidunni, Ogbari, Peter y Borishade, (2018) describieron que los métodos tradicionales de enseñanza del espíritu empresarial en las universidades que implican enfoques más teóricos resultan ser menos efectivos a la hora de motivar a los estudiantes para que sean creadores de sus emprendimientos. Esta situación se produce dado que las técnicas impartidas hacen que los estudiantes muestren una actitud más latente que una participación en torno al emprendimiento. Dichos investigadores destacan que podría resultar más efectivo el desarrollo de actividades prácticas y una participación más activa con miras a promover el desarrollo del interés emprendedor en los estudiantes que se constituyen potenciales creadores de empresas.

Por lo tanto, dado que la revisión de literatura hasta la presente fecha no proporciona un apoyo empírico para la opinión de que la educación empresarial aumenta la motivación empresarial (Cox, Mueller, & Moss, 2002; Farhangmehr et al., 2016) resulta relevante investigar este efecto con miras a revisar si resultaría más adecuado incorporar aprendizajes que contengan mayor nivel de praxis y experimentación de forma que los estudiantes universitarios perciban que cuentan con mayor control respecto al hecho de establecer su propio emprendimiento y así se puedan animar a crear su propio negocio en un corto o mediano plazo.

7. Referencias

- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Chicago, IL: Dorsey.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52, 27–58.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, Self-Efficacy, locus of control, and the theory of planned Behavior1. *Journal of applied social psychology*, 32(4), 665-683.
- Ajzen, I. (2006). Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire - Brief Description of the Theory of Planned Behavior.
<http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- Amos, A., & Alex, K. (2014). Theory of planned behaviour, contextual elements, demographic factors and entrepreneurial intentions of students in Kenya. *European journal of Business and Management*, 6(15), 167-175.
- Autio, E., Keeley, R., Klofsten, M., Parker, G., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160.
- Bae, T., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: a meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 38(2), 217e254.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American psychologist*, 37(2), 122.
- Bandura, A. (1986). The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal of social and clinical psychology*, 4(3), 359-373.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. New York: Freeman
- Bandura, A. (1999). Social cognitive theory of personality. *Handbook of personality: Theory and research*, 154-196.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.

- Boyd, N., & Vozikis, G. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 18, 63-63.
- Cox, L., Mueller, S., & Moss, S. (2002). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial self-efficacy. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), 229-245.
- Debackere, K., & Veugelers, R. (2005). The Role of Academic Technology Transfer Organizations in Improving Industry Science Links, *Research Policy*, 34(3), 321–342.
- Dorfman, P., Javidan, M., Hanges, P., Dastmalchian, A., & House, R. (2012). GLOBE: A twenty-year journey into the intriguing world of culture and leadership. *Journal of World Business*, 47(4), 504-518.
- Durst, S., & Sedenka, J. (2016). Entrepreneurial Intentions and Behaviour of Students attending Swedish Universities. Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey 2016. *National Report Sweden. Skövde: University of Skövde*.
- Edelman, L., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 428-448.
- Farhangmehr, M., Gonçalves, P., & Sarmiento, M. (2016). Predicting entrepreneurial motivation among university students: The role of entrepreneurship education. *Education + Training*, 58(7/8).
- Fenton, M., & Barry, A. (2014). Breathing space-graduate entrepreneurs perspectives of entrepreneurship education in higher education. *Education+Training*, 56(8/9), 733-744.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior. An introduction to theory and research*. New York: Addison-Wesley.
- Hattab, H. (2014). Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of university students in Egypt. *The Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1-18.
- Hayton, J., George, G., & Zahra, S. A. (2002). National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. *Entrepreneurship theory and practice*, 26(4), 33.

- Heuer, A., & Kolvereid, L. (2014). Education in entrepreneurship and the theory of planned behaviour. *European Journal of Training and Development*, 38(6), 506-523.
- Iglesias-Sánchez, P., Jambrino-Maldonado, J., Velasco, A., & Kokash, H. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students. *Education+Training*, 58(2), 209-228.
- Jones, C. & English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education and Training*, 46(8-9), 416-423.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-57.
- Kraaijenbrink, J., Groen, A., & Bos, G. (2010). What Do Students Think of the Entrepreneurial Support Given by Their Universities? *Internacional Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(1), 110-125.
- Krueger, N., & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- Krueger, N., Nabi, G., & Liñán, F. (2014). British and Spanish entrepreneurial intentions: a comparative study. *Revista de Economía Mundial*, 33, 73-103.
- Küttim, M., Kallaste, M., Venesaar, U., & Kiis, A. (2014). Entrepreneurship education at university level and students' entrepreneurial intentions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 658-668.
- Lee, S., Chang, D., & Lim, S. (2005). Impact of entrepreneurship education: a comparative study of the US and Korea. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(1), 27-43
- Lee, S., & Wong, P. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 7-28.
- Lerner, J. (2005). The University and the Startup: Lessons from the Past Two Decades, *Journal of Technology Transfer*, 30(1-2), 49-56.
- Lima, E., Lopes, R., Nassif, V., & Silva, D. (2014). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, forthcoming.
- Liñán, F., & Chen, Y. (2006). *Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample*. Document de Treball d'economia dell'empresa, num. 06/7. Universitat Autònoma de Barcelona.

- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish Entrepreneurial Intentions: A Comparative Study. *Revista de Economía Mundial*, 33.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J., & Rueda-Cantuche, J. (2010). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195–218.
- Luethje, C., & Franke, N. (2004). Entrepreneurial intentions of business students: A benchmarking study. *Internacional Journal of Innovation and Technology*, 1(3), 269- 288.
- Mian, S. (1996). Assessing Value-Added Contributions of University Technology Business Incubators to Tenant Firms, *Research Policy*, 25(3), 325–335.
- Mian, S. (1997). Assessing and Managing the University Technology Business Incubator: An Integrative Framework, *Journal of Business Venturing*, 12(4), 251–285.
- Noel, T. (1998). Effects of entrepreneurial education on intent to open a business: An exploratory study. *Journal of Entrepreneurship Education*, 5(1), 3–13
- Olokundun, M., Moses, C. L., Iyiola, O., Ibiidunni, S., Ogbari, M., Peter, F., & Borishade, T. (2018). The effect of nontraditional teaching methods in entrepreneurship education on students' entrepreneurial interest and business startups: A data article. *Data in brief*, 19, 16-20.
- Oyeku, O., Oduyoye, O., Kabouh, M., Elemo, G., Karimu, F., & Akindoju, A. (2014). On Entrepreneurial Self Efficacy and Entrepreneurial Success: A Conceptual and Theoretical Framework. *European Journal of Business and Management*, 6(26), 95-102.
- Peterman, N., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(4), 129-144
- Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Entrepreneurship education: a systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479-510.
- Saeed, S., Yousafzai, S., Yani-De-Soriano, M., & Muffatto, M. (2015). The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1127-1145.

- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386-399.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). *Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities*. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG).
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2016). Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries. *St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU*.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., & Braun, I. (2019). Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries. *St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU*.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 22(4), 566-591.
- Storey, D.J. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. London: Routledge
- Taylor, S.E. (2011). Social Support: A Review. In: Friedman, M.S. (Ed.), *The Handbook of Health Psychology* (pp. 189-214). New York, USA: Oxford University Press.
- Wu, S. & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752-774.
- Zhang, Y., Duyesters, G., & Clodt, M. (2013). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship Management Journal*, 9(1), 1-19.

8. Equipos Nacionales de la Edición 2018 - 2019

No.	País	Líder de Equipo	Universidad
1	Albania (ALB)	Prof. Ermira Qosja	European University of Tirana
2	Alemania (GER)	Prof. Dr. Heiko Bergmann	University of St. Gallen (SUI)
		Prof. Stephan Golla	Fulda University
3	Algeria (ALG)	Dr. Mohammed Kerbouche	University Mustapha Istambouli Mascara
4	Arabia Saudita (KSA)	Dr. Dalal Alrubaishi	Princess Nourah bint Abdulrahman University
5	Argentina (ARG)	Prof. Silvia Carbonell	Universidad Austral - JAE Business School
6	Australia (AUS)	Prof. Paull Weber	Curtin University
		Dr. Louis Geneste	
7	Austria (AUT)	Prof. Norbert Kailer	Johannes Kepler University Linz
		Prof. Alfred Gutschelhofer	University of Graz
8	Belarus (BLR)	Dr. Radzivon Marozau	Belarusian Economic Research and Outreach Center (BEROC)
9	Brasil (BRA)	Prof. Edmilson Lima	UNINOVE - Universidade Nove de Julho
10	Chile (CHI)	Prof. Gianni Romaní	Universidad Católica del Norte
11	China (CHN)	Su Jing	Shangai Lixin University of Accounting and Finance
12	Colombia (COL)	Prof. Claudia Alvarez	Universidad EAFIT
13	Costa Rica (CRC)	Dr. Juan Carlos Leiva	Technology Institute of Costa Rica
14	Ecuador (ECU)	Prof. Dr. Mariella Jácome Ortega	Universidad Católica de Cuenca (UCACUE)
15	El Salvador (ESA)	Prof. Manuel Sifontes	Universidad Dr. Jose Matias Delgado
16	Emiratos Árabes Unidos (UAE)	Prof. Rodrigo Basco	American University of Sharjah
17	Eslovaquia (SVK)	Dr. Marian Holienka	Comenius University in Bratislava
18	Eslovenia (SLO)	Predrag Ljubotina/ Dr. Valerij Dermol	International School for Social and Business Studies
19	España (ESP)	Prof. Antonio Ramos-Rodríguez	Universidad de Cádiz
		Prof. José Ruiz-Navarro	
20	Estonia (EST)	Prof. Urve Venesaar	Tallinn University of Technology

8. Equipos Nacionales de la Edición 2018 - 2019 ... (Continuación)

No.	País	Líder de Equipo	Universidad
21	Finlandia (FIN)	Prof. Timo Pihkala	Lappeenranta University of Technology
22	Francia (FRA)	Prof. Alain Fayolle	EM Lyon Business School
23	Grecia (GRE)	Prof. Katerina Sarri	University of Macedonia
24	Hungría (HUN)	Dr. Szilveszter Farkas	Budapest Business School
		Dr. Andrea Gubik	University of Mikolc
25	Indonesia (IND)	Dr. Eko Suhartanto	Universitas Prasetiya Mulya
26	Inglaterra (ENG)	Prof. Robert Blackburn	Kingston University
27	Irlanda (IRL)	Dr. Eric Clinton	Dublin City University
28	Italia (ITA)	Prof. Tommaso Minola	University of Bergamo
		Dr. Davide Hahn	
29	Japón (JAP)	Prof. Tomoyo Kazumi	Senshu University
30	Jordania (JOR)	Dr. Omar Shubailat	German Jordanian University
31	Kazakhstan (KAZ)	Prof. Dr. Olga Sudibor	Turan University
32	Kosovo (KOS)	Dr. Ermal Lubishtani	University for Business and Technology
33	Líbano (LBN)	Dr. Georges Samara	American University of Beirut
34	Liechtenstein (LIE)	Prof. Marco Furtner	University of Liechtenstein
		Prof. Dr. Urs Baldegger	
35	Lithuania (LTU)	Virginija Kargyte	Vytautas Magnus University
36	México (MEX)	Prof. José Ernesto Amorós	EGADE Business School
37	Noruega (NOR)	Prof. Marina Solesvik	Western Norway University of Applied Sciences
38	Nueva Zelanda (NZL)	Prof. Rod McNaughton	University of Auchland
39	Pakistán (PAK)	Dr. Altaf Hussain Samo	Sukkur IBA University
40	Panamá (PAN)	Dr. Maria do les Angeles Frende Vega	Universidad de Panama
41	Perú (PER)	Prof. Jaime Serida	Universidad ESAN
42	Polonia (POL)	Prof. Adrianna Lewandowska	Family Business Institute Poland
43	Portugal (POR)	Prof. Rui Quaresma	University of Evora

8. Equipos Nacionales de la Edición 2018 – 2019 ... (Continuación)

No.	País	Líder de Equipo	Universidad
44	República Checa (CZE)	Prof. Klara Antlova	Technical University of Liberec
45	República de Korea (KOR)	Jaelin Lee	Korea Entrepreneurship Foundation
46	República de Macedonia (MAC)	Dr. Makedonka Dimitrova	University American College Skopje
		Prof. Marjan Bojadjev	
47	Rusia (RUS)	Prof. Galina Shirokova	St. Petersburg University - GSOM
48	Sierra Leona (SLE)	Alfred Mbeteh	University of Sierra Leone
		William Conteh	
49	Sudáfrica (RSA)	Prof. Kobus Visser	Universiy of Western Cape
50	Suiza (SUI)	Prof. Philipp Sieger	Universities of Bern and Gallen
		Prof. Rico Baldegger	HEG Fribourg
51	Turquía (TUR)	Prof. Gonca Gunay	Intanbul Bilgi University
52	Ucrania (UKR)	Prof. Marina Solesvik	Western Norway University of Applied Sciences
53	Uruguay (URY)	Prof. Magdalena Giuria	Universidad Católica del Uruguay
54	USA	Prof. Isabel Botero	Stetson University

9. Patrocinadores y Socios

Los investigadores agradecen a la universidad anfitriona, grupos y empresas que colaboraron con la realización de este importante proyecto en Ecuador.

	Ernst & Young, EY
	Sistema de Posgrado Universidad Católica de Cuenca Maestría de Administración de Empresas
	Grupo de Investigación de Emprendimiento y Empresas Familiares en el Ecuador, GEMIEC
	Productos Metalúrgicos S.A. PROMESA.

10. Acerca de los Autores

Mariella Jácome Ortega es Doctora en Administración Estratégica de Empresas de la Pontificia Universidad Católica del Perú con distinción Magna Cum Laude, Máster en Marketing Estratégico de la Universidad Internacional de la Rioja, Magister en Administración de Empresas e ingeniera comercial de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Es directora y fundadora de GEMIEC, un grupo responsable de la investigación sobre emprendimiento y temas relacionados con la administración de empresas. Actualmente, es docente de la Universidad Católica de Cuenca y se desarrolla en el campo privado empresarial en las áreas de mercadeo e inteligencia de negocios. Los campos de interés de investigación son el emprendimiento y el comportamiento del consumidor.

Omar Jácome Ortega es Doctor en Ciencias Empresariales y Máster en Creación y Dirección de Empresas de la Universidad Nebrija (España). Así también, es ingeniero comercial de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Es cofundador de GEMIEC y director del comité editorial del mismo. Actualmente, es docente de la Universidad Católica de Cuenca y de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y se desarrolla en el campo privado empresarial en el área de finanzas. Los campos de interés de investigación son las finanzas corporativas, valoración de empresas y las intenciones emprendedoras.

Ambos supervisan el proceso de investigación sobre las intenciones emprendedoras en Ecuador en colaboración con la organización internacional GUESSSS de Suiza. GUESSSS es un proyecto de investigación dirigido por el profesor Ph.D. Philipp Sieger.

Para más detalles, no dude en ponerse en contacto con nosotros:

Ph.D. Mariella Jácome Ortega

mariella.jacome@gemiec.com

Ph.D. Omar Jácome Ortega

omar.jacome@gemiec.com