



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

Línea de investigación:

TENDENCIAS ACTUALES DEL DERECHO Y LA ECONOMÍA

Tesis Doctoral

**INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS GRADUADOS EN EDUCACIÓN
SUPERIOR DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, ECUADOR: VALIDACIÓN DE
LA TEORÍA DE LA ACCIÓN PLANIFICADA.**

ENTREPRENEURIAL INTENTION OF HIGHER EDUCATION GRADUATES IN
THE CITY OF GUAYAQUIL, ECUADOR: VALIDATION OF THE THEORY OF
PLANNED ACTION.

Director

Juan Antonio Jimber Del Río, PhD.

Ricardo Hernández Rojas, PhD.

Autora

Mgr. Nadia Priscila Villena Izurieta.

Fecha Córdoba, agosto 2024

TITULO: *Intención emprendedora de los graduados en Educación Superior de la ciudad de Guayaquil, Ecuador: Validación de la teoría de la acción planificada*

AUTOR: *Nadia Priscila Villena Izurieta*

© Edita: UCOPress. 2024
Campus de Rabanales
Ctra. Nacional IV, Km. 396 A
14071 Córdoba

<https://www.uco.es/ucopress/index.php/es/ucopress@uco.es>



TÍTULO DE LA TESIS: INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS GRADUADOS EN EDUCACIÓN SUPERIOR DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, ECUADOR: VALIDACIÓN DE LA TEORÍA DE LA ACCIÓN PLANIFICADA.

DOCTORANDO/A: Nadia Priscila Villena Izurieta

INFORME RAZONADO DEL/DE LOS DIRECTOR/ES DE LA TESIS

La tesis doctoral titulada “INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS GRADUADOS EN EDUCACIÓN SUPERIOR DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, ECUADOR: VALIDACIÓN DE LA TEORÍA DE LA ACCIÓN PLANIFICADA”, de la que es autora Nadia Priscila Villena Izurieta, ha sido realizada bajo nuestra dirección y cumple las condiciones exigidas por la legislación vigente para optar al título de Doctor por la Universidad de Córdoba.

El espíritu empresarial nace de la iniciativa de una persona de establecer su idea de negocio en un ámbito legal para generar impacto en el ámbito social y económico. Asimismo, el nivel de educación percibido por la persona es una variable que también puede influir en la intención de iniciar un negocio. El contexto económico de un país es prioritario conocer para decidir emprender; el análisis de indicadores financieros que puedan afectar el escenario monetario de las personas que pretenden emprender es una prioridad para evaluar y proyectar la viabilidad de emprender en Ecuador en el futuro. Varios estudios demuestran que el emprendimiento ecuatoriano se encuentra en un proceso de transición forzado por los factores post pandémicos que afectaron el rumbo de los negocios, así como los cambios legales y normativos establecidos en el país. La presente investigación tiene como objetivo identificar qué factores y actitudes inciden en los graduados en Educación Superior de Guayaquil-Ecuador con respecto a la intención de emprender. A través de la revisión de la literatura explicada por varios autores se profundizó y validó teorías referentes al eje central de la investigación como es el emprendimiento, el desarrollo económico de un país, tasa de empleo y desempleo, la teoría de la acción planificada, entre otros tópicos necesarios de citar para el fortalecimiento de conocimientos del tema estudiado.

Para realizar la investigación se empleó un enfoque exploratorio - descriptivo, puesto que primero se analizarán variables económicas que aportaron a la investigación como el Producto Interno Bruto, Tasa de empleo, entre otras variables. Así también se ha utilizado como instrumento para recopilación de datos el cuestionario de Valores e Intenciones Empresariales (VIE), que incorpora los factores de la Teoría de la Acción Planeada (Ajzen, 1991) y la Teoría de los Valores Personales de Schwartz (Schwartz, 2006), y se complementó con información demográfica necesaria para puntualizar el perfil del encuestado, como la edad, sexo, nivel de educación, entre otras variables. El cuestionario fue aplicado a una

muestra de 439 profesionales con la finalidad de correlacionar las dimensiones que afectan a la intención emprendedora, como son la actitud emprendedora, la norma subjetiva, la autoeficacia emprendedora y los valores; Con la obtención de las respuestas se tabularon los datos para presentarlos con un análisis descriptivo de las variables más relevantes y para su estimación se utilizaron ecuaciones estructurales para validar las variables del modelo de investigación propuesto bajo la revisión de la consistencia compuesta, la legitimidad convergente y discriminante, y sus medidas de Adecuación del Modelo, es decir que se validó las hipótesis identificadas en el modelo para determinar si los constructos influyen directa y significativamente en la intención emprendedora.

Por último, se ha podido evaluar los constructos basados en la teoría de la acción planificada y los valores para ver la incidencia que aporta al momento de pretender emprender y su intención. Los resultados han validado que la autoeficacia, los valores, y la actitud emprendedora son las principales variables de incidencia y más fuertemente relacionadas con la intención de emprender. Asimismo, la validación del modelo propuesto a través de su análisis discriminante nos ha permitido observar qué variables son más predominantes y menos predominantes para el modelo propuesto. Todos estos indicadores cumplieron con los coeficientes críticos propuestos. Las investigaciones futuras deberán dirigirse a los grupos empresariales ya definidos y a los grupos sociales, entre otros, para ampliar la investigación y correlacionar los tipos de grupos utilizando el Modelo de la Teoría de la Acción Planeada. Esta investigación nos permitirá profundizar en las relaciones que predominan en el comportamiento de las personas cuando quieren emprender, haciendo evidente que el espíritu empresarial es el motor de las mejoras en la economía de un país; sin espíritu empresarial, no habría oportunidades de empleo ni crecimiento económico.

De la presente tesis se han derivado varias publicaciones científicas, que demuestran la capacidad del doctorando en el ámbito investigador:

Entrepreneurial Intention of Higher Education Graduates from Guayaquil -Ecuador:
Validation of the Theory of Planned Action

- Índice de impacto del año de publicación en Scopus: technology, education, management, informatics; (miscellaneous): Q3
- Índice SJR 2022: 0.24
- Revista Indexada: TEM JOURNAL - Indexada Clarivate Web of Science, Scopus y alojada en <https://www.temjournal.com/>

Asimismo, se ha desarrollado investigaciones referentes a la temática, en la cual se evidencia en la participación de congresos internacionales:

- Ponencia: “El impacto económico generado por los emprendedores de micropymes en los niveles de ingresos de los hogares de Guayaquil, Ecuador”; ISBN: 978-9942-960-32-0. Congreso: I Congreso Internacional y Multidisciplinar de Investigadores en Formación, Universidad de Córdoba. Fecha de Congreso: 18, 19, 20 y 21 de febrero de 2019.
- Ponencia: Incidencia en las Políticas Económicas en los emprendimientos incubados del Ecuador. ISBN: pendiente de registro en memorias. Congreso: XII CONGRESO CIENTÍFICO DE PERSONAL INVESTIGADOR EN FORMACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA.

Fecha de Congreso: 12 de junio del 2024. Fecha de publicación: proceso de generación de memorias.

De la presente tesis se han derivado varias aportaciones, que son indicio de calidad del presente trabajo:

Por todo ello, se autoriza la presentación de la tesis doctoral.

Córdoba, _12__ de _Agosto_ de _2024_

Firma del/de los director/es

Fdo.: _____ Fdo.: _____

DEDICATORIA

Dedico éste nuevo logro académico a Dios, mi padre celestial y guía espiritual quien me ha acompañado en todo momento de mi vida, y quien me ha permitido ver sus propósitos para mi Familia y para mí. También agradezco a mi Madre del Cielo quien me ha sostenido y ha doblado rodillas junto a mi para no dejarme vencer ante toda turbulencia durante el proceso.

A mis padres Jorge y Dolores (Loly), a mi esposo Carlos quienes me han impulsado a iniciar y culminar este reto

académico, y de alguna forma me han apoyado y acompañado durante todo el proceso.

Y sin olvidar que éste logro académico viene motivado e impulsado por mi motor de arranque y amor incondicional, mi hija VANIA, mi mayor regalo de vida y que este peldaño escalado sea ejemplo y guía para su formación académica y desarrollo profesional.

Presenta todo a Dios en oración y su Paz guardará tú corazón.

(Filipenses 4, 6-7)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y la Virgencita María por acompañarme en **FE** durante todo el proceso académico, y por combatir las turbulencias presentadas durante su ejecución.

A mis tutores los Juan Antonio Jimber del Río, PhD. y, Ricardo Hernández Rojas, PhD por fomentar mi curiosidad y ayudarme a descubrir mi pasión por aprender y desaprender durante todo el proceso de desarrollo de la tesis, por tener mucha paciencia y mostrar con empatía sus conocimientos, por ser guía

clara y sobre todo motivador para no decaer en éste caminar, cada uno desde su frente me ha apoyado profesionalmente.

Y también a esas personas incondicionales llamados “amigos” que he encontrado en mi caminar Docente, y quienes han contribuido con sus opiniones, sugerencias, experiencias y conocimientos para el desarrollo de la investigación. Finalmente agradezco a la Universidad de Córdoba, España por aprobar la admisión al Doctorado y permitir vivir nuevas experiencias académicas y de aprendizaje constante.

RESUMEN

El espíritu empresarial nace de la iniciativa de una persona de establecer su idea de negocio en un ámbito legal para generar impacto en el ámbito social y económico. Asimismo, el nivel de educación percibido por la persona es una variable que también puede influir en la intención de iniciar un negocio. El contexto económico de un país es prioritario conocer para decidir emprender; el análisis de indicadores financieros que puedan afectar el escenario monetario de las personas que pretenden emprender es una prioridad a evaluar para proyectar la viabilidad de emprender en Ecuador en el futuro. Varios estudios demuestran que el emprendimiento ecuatoriano se encuentra en un proceso de transición forzado por los factores post pandémicos que afectaron el rumbo de los negocios, así como los cambios legales y normativos establecidos en el país. La presente investigación tiene como objetivo identificar qué factores y actitudes inciden en los graduados en Educación Superior de Guayaquil-Ecuador con respecto a la intención de emprender. A través de la revisión de la literatura explicada por varios autores se profundizó y validó teorías referentes al eje central de la investigación como es el emprendimiento, el desarrollo económico de un país, tasa de empleo y desempleo, la teoría de la acción planificada, entre otros tópicos necesarios de citar para el fortalecimiento de conocimientos del tema estudiado.

Para realizar la investigación se empleó un enfoque exploratorio - descriptivo, puesto que primero se analizarán variables económicas que aportaron a la investigación como el Producto Interno Bruto, Tasa de empleo, entre otras variables. Así también se ha utilizado como instrumento para recopilación de datos el cuestionario de Valores e Intenciones Empresariales (VIE), que incorpora los factores de la Teoría de la Acción Planeada (Ajzen, 1991) y la Teoría de los Valores Personales de Schwartz (Schwartz, 2006), y se complementó con información demográfica necesaria para puntualizar el perfil del encuestado, como la edad, sexo, nivel de educación, entre otras variables. El cuestionario fue aplicado a una muestra de 439 profesionales con la finalidad de correlacionar las dimensiones que afectan a la intención emprendedora, como son la actitud emprendedora, la norma subjetiva, la autoeficacia emprendedora y los valores; Con la obtención de las respuestas se tabularon los datos para presentarlos con un análisis descriptivo de las variables más relevantes y para su estimación se utilizaron ecuaciones estructurales para validar las variables

del modelo de investigación propuesto bajo la revisión de la consistencia compuesta, la legitimidad convergente y discriminante, y sus medidas de Adecuación del Modelo, es decir que se validó las hipótesis identificadas en el modelo para determinar si los constructos influyen directa y significativamente en la intención emprendedora.

Por último se ha podido evaluar los constructos basados en la teoría de la acción planificada y los valores para ver la incidencia que aporta al momento de pretender emprender y su intención. Los resultados han validado que la autoeficacia, los valores, y la actitud emprendedora son las principales variables de incidencia y más fuertemente relacionadas con la intención de emprender. Asimismo, la validación del modelo propuesto a través de su análisis discriminante nos ha permitido observar qué variables son más predominantes y menos predominantes para el modelo propuesto. Todos estos indicadores cumplieron con los coeficientes críticos propuestos. Las investigaciones futuras deberán dirigirse a los grupos empresariales ya definidos y a los grupos sociales, entre otros, para ampliar la investigación y correlacionar los tipos de grupos utilizando el Modelo de la Teoría de la Acción Planeada. Esta investigación nos permitirá profundizar en las relaciones que predominan en el comportamiento de las personas cuando quieren emprender, haciendo evidente que el espíritu empresarial es el motor de las mejoras en la economía de un país; sin espíritu empresarial, no habría oportunidades de empleo ni crecimiento económico.

Palabras Claves

Intención Emprendedora, Norma subjetiva, Auto eficacia, Actitud Emprendedora, Valores, espíritu empresarial.

ABSTRACT

Entrepreneurship stems from a person's initiative to establish his or her business idea in a legal environment in order to generate impact in the social and economic sphere. Likewise, the level of education perceived by the person is a variable that can also influence the intention to start a business. The economic context of a country is a priority to know in order to decide to start a business; the analysis of financial indicators that may affect the monetary scenario of people who intend to start a business is a priority to evaluate in order to project the viability of starting a business in Ecuador in the future. Several studies show that Ecuadorian entrepreneurship is in a transition process forced by post-pandemic factors that affected the course of business, as well as legal and regulatory changes established in the country. The objective of this research is to identify the factors and attitudes that affect higher education graduates in Guayaquil-Ecuador with respect to the intention of entrepreneurship. Through the review of the literature explained by several authors, we deepened and validated theories related to the central axis of the research such as entrepreneurship, the economic development of a country, employment and unemployment rate, the theory of planned action, among other topics necessary to cite to strengthen the knowledge of the topic studied.

An exploratory-descriptive approach was used to carry out the research, since economic variables that contributed to the research, such as the Gross Domestic Product, employment rate, among other variables, were analyzed first. The Business Values and Intentions (VIE) questionnaire, which incorporates the factors of the Theory of Planned Action (Ajzen, 1991) and Schwartz's Theory of Personal Values (Schwartz, 2006), was also used as an instrument for data collection, and was complemented with demographic information necessary to define the profile of the respondent, such as age, sex, level of education, among other variables. The questionnaire was applied to a sample of 439 professionals in order to correlate the dimensions that affect entrepreneurial intention, such as entrepreneurial attitude, subjective norm, entrepreneurial self-efficacy and values; After obtaining the responses, the data were tabulated to present them with a descriptive analysis of the most relevant variables and for their estimation, structural

equations were used to validate the variables of the proposed research model under the review of the composite consistency, convergent and discriminant legitimacy, and its measures of Model Adequacy, that is, the hypotheses identified in the model were validated to determine whether the constructs directly and significantly influence entrepreneurial intention.

Finally, it has been possible to evaluate the constructs based on the theory of planned action and values to see the incidence that it contributes to the moment of intending to undertake and its intention. The results have validated that self-efficacy, values, and entrepreneurial attitude are the main variables of incidence and most strongly related to entrepreneurial intention. Likewise, the validation of the proposed model through its discriminant analysis has allowed us to observe which variables are more predominant and less predominant for the proposed model. All these indicators met the proposed critical coefficients. Future research should be directed to the already defined business groups and social groups, among others, to expand the research and correlate the types of groups using the Theory of Planned Action Model. This research will allow us to delve deeper into the relationships that predominate in people's behavior when they want to become entrepreneurs, making it evident that entrepreneurship is the engine of improvements in a country's economy; without entrepreneurship, there would be no employment opportunities and no economic growth.

Keywords

Entrepreneurial Intention, Subjective norm, self-efficacy, entrepreneurial attitude, values, entrepreneurial spirit.

INDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	19
1.1 Antecedentes de la Investigación	19
1.2 Planteamiento del Problema	19
1.3 Justificación	20
1.4 Objetivos de la Investigación.....	22
1.5 Estructura de la Tesis	22
2. MARCO TEÓRICO	27
2.1 EMPRENDIMIENTO	27
2.1.1 Conceptos Clásicos y Neoclásicos	27
2.1.2 Definiciones	29
2.2 Tipos de Emprendimiento.....	30
2.3 EDUCACIÓN	31
2.3.1 Educación Empresarial.....	31
2.3.2 Formación Universitaria	32
2.4 INTENCIÓN EMPRENDEDORA	33
2.5 TEORÍAS PARA VALIDAR LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA	35
2.5.1 Teoría de la Acción Razonada	36
2.5.2 Teoría del Comportamiento Planificado o Acción Planificada.....	37
2.5.3 Teoría del Evento Emprendedor.....	41
2.5.4 Modelo del Potencial Emprendedor	42
2.6 MODELO DE VALORES PERSONALES DE SHALOM H. SCHWARTS	43
2.7 NORMATIVA PARA EL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR	45
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	49
3.1.1 Tipo y Enfoque de la Investigación.....	49
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	51
3.2.1 Población.....	51
3.2.2 Muestra	52
3.3 INSTRUMENTO PARA LA RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN	52
3.4 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	61
3.4.1 Análisis Descriptivo de las Variables	61
3.4.2 Modelo de Ecuaciones Estructurales - SEM	61
4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN E INTERPRETACIÓN	67
4.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO	67

4.1.1 VARIABLES DEL GLOBAL ENTREPRENEUR MONITOR (GEM) ECUADOR	67
4.1.2 VARIABLES MACROECONÓMICAS	73
4.1.3 VARIABLES DEL MODELO PROPUESTO	78
4.1.3.1 Análisis de distribución de Frecuencias	78
4.1.3.2 Análisis Estadístico Descriptivo Variables Demográficas	81
4.1.3.3 Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES	86
4.2 ANÁLISIS MULTIVARIANTE DEL MODELO PROPUESTO	97
4.2.1 EVALUACIÓN DEL MODELO DE MEDIDA	97
4.2.1.1 Validez Convergente y Discriminante	98
4.2.1.2 Fiabilidad Compuesta	101
4.2.2 EVALUACIÓN DEL MODELO ESTRUCTURAL	102
4.2.2.1 Bondad de Ajuste del Modelo	102
4.2.2.2 Evaluación de las Hipótesis	103
4.2.3 ANÁLISIS MULTIGRUPO	106
4.2.3.1 Comparación Gráfica de las Relaciones	106
5. CONCLUSIONES	115
Antecedentes	115
Conclusiones	115
Limitaciones de la investigación	118
Aportes a Futuras Investigaciones	119
6. Referencias	123
7. Anexos	131

INDICE DE FIGURAS

<i>Ilustración 1</i> Teoría de la Acción Planificada (Ajzen, 1991)	38
Ilustración 2: Modelo Teórico e Hipótesis Identificadas.	50
Ilustración 3 Evolución del Riesgo País Ecuador	76
Ilustración 4 Modelo Teórico e Hipótesis Identificadas	104
Ilustración 5 Relación entre Actitud emprendedora, creencia en la consecuencia del comportamiento (BEA) y la Actitud Emprendedora (EA)	106
Ilustración 6 Relación entre Actitud emprendedora, evaluación de la consecuencia de llevar a cabo el comportamiento (EEA) y la Actitud Emprendedora (EA)	107
Ilustración 7 Relación entre la Actitud Emprendedora (EA) y la Intención Emprendedora (EI)	108
Ilustración 8 Relación entre la Norma subjetiva, creencias normativas (BSN) y la Norma Subjetiva (SN)	108
Ilustración 9 Relación entre la Norma Subjetiva (SN) y la expectativa normativa de otras personas (MSN)	109
Ilustración 10 Relación entre la Norma Subjetiva (SN) y Intención Emprendedora (EI)	110
Ilustración 11 Relación entre Autoeficacia Empresarial (ESE) y la Intención Emprendedora (EI)	110
Ilustración 12 Relación entre Valores (V) y la Intención Emprendedora (EI)	111

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estudios Previos referente a la Intención Emprendedora.	40
Tabla 2 Constructos de la Investigación	49
Tabla 3 Títulos Registrados en Senescyt.	51
Tabla 4 Sección 1: Información Demográfica	54
Tabla 5 Sección 2: Información de Formación Universitaria y Tipo de Estudiante.	55
Tabla 6 Sección 3 - Dimensión de la Actitud Emprendedora	56
Tabla 7 Sección 3 - Dimensión de la Norma Subjetiva	57
Tabla 8 Sección 3 - Dimensión de la Autoeficacia Emprendedora.	57
Tabla 9 Sección 3 - Dimensión Intención Emprendedora.	58
Tabla 10 Sección 3 - Dimensión Valores categorizados por tipología según Schwartz	59
Tabla 11 Actitudes y percepciones del público	68
Tabla 12 Impacto Empresarial	69
Tabla 13 Motivación para emprender	69
Tabla 14 Cambios recientes en los ingresos de los hogares y su relación al entorno laboral	70
Tabla 15 Actividad Económica, por Género.	71
Tabla 16 Valoración de los Expertos sobre las condiciones del Marco Empresarial	72
Tabla 17 Evolución del Producto Interno Bruto - Ecuador	73
Tabla 18 Inflación del Ecuador	74
Tabla 19 Exportaciones del Ecuador	74
Tabla 20 Importaciones del Ecuador	75
Tabla 21 Mercado Laboral	77
Tabla 22 Análisis Descriptivo Variable SEXO	78
Tabla 23 Análisis Descriptivo Variable EDAD según el GÉNERO	78
Tabla 23 Análisis Descriptivo Variable ESTADO CIVIL	79
Tabla 25 Análisis Descriptivo Variable SITUACIÓN LABORAL	80
Tabla 26 Análisis Descriptivo Variable TIPO DE ESTUDIANTE	80
Tabla 27 Análisis Descriptivo Variable NIVEL DE ESTUDIO	81
Tabla 28 Análisis de tendencia central	81
Tabla 29 Análisis Estadístico Descriptivo variable: ACTITUD EMPRENDEDORA	82
Tabla 30 Análisis Estadístico Descriptivo variable: NORMA SUBJETIVA	83
Tabla 31 Análisis Estadístico Descriptivo variable: AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA	84

Tabla 32	<i>Análisis Estadístico Descriptivo variable: INTENCIÓN EMPRENDEDORA</i>	85
Tabla 33	<i>Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - AUTODIRECCIÓN</i>	86
Tabla 34	<i>Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - BENEVOLENCIA</i>	87
Tabla 35	<i>Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - CONFORMIDAD</i>	88
Tabla 36	<i>Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - ESTIMULACIÓN</i>	89
Tabla 37	<i>Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - HEDONISMO</i>	90
Tabla 38	<i>Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES – LOGRO</i>	91
Tabla 39	<i>Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES – PODER</i>	92
Tabla 40	<i>Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - SEGURIDAD</i>	93
Tabla 41	<i>Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - TRADICIÓN</i>	94
Tabla 42	<i>Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - UNIVERSALISMO</i>	95
Tabla 43	<i>Análisis Cargas Estructurales y Cargas Cruzadas de los Constructos de la Investigación</i>	98
Tabla 44	<i>Fiabilidad compuesta y alfa de Cronbach del modelo estimado</i>	101
Tabla 45	<i>La bondad de ajuste del modelo estimado</i>	102
Tabla 46	<i>Resultados de las pruebas de hipótesis</i>	103

CAPÍTULO 1
INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes de la Investigación

El contexto económico de un país es una prioridad a conocer para decidir emprender; el análisis de indicadores financieros que puedan afectar el escenario monetario de las personas que pretenden emprender es una prioridad a evaluar para proyectar la viabilidad de emprender en Ecuador en el futuro.

Los diversos retos para propulsar la economía de un país, la versatilidad de oferta académica arraigada a la necesidad del entorno real laboral y las nuevas tecnologías e inteligencia artificial ha obligado a la sociedad a re pensar en nuevas propuestas de sostenibilidad de los negocios y empresas a largo plazo; esto implica reestructurar la economía, siendo siempre una incertidumbre expuesta a las externalidades de un país.

La cultura emprendedora impulsará al desarrollo económico de un país, puesto que un emprendedor es quien tiene la idea de negocio, establece la estructura organizacional de la empresa y genera nuevas plazas de empleos a largo plazo.

La adquisición del conocimiento, la generación de nuevos saberes, la generación de nuevas tecnologías y el pensamiento crítico de la persona serán las bases para que se genere una mayor intención de emprender y ser así los dueños de sus propias ideas; el emprendedor con todas las herramientas bases fortalecidas podrá enfrentarse al mercado empresarial y sus tendencias siendo competitivo e innovador.

Por lo antes expuesto, se realizará un investigación exploratoria y descriptiva, donde se aplicará como instrumento el cuestionario de Valores e Intenciones Empresariales (VIE), que incorpora los factores de la Teoría de la Acción Planeada (Ajzen, 1991) y la Teoría de los Valores Personales de Schwartz (Schwartz, 2006) cuyo objetivo será correlacionar las dimensiones que afectan a la intención emprendedora, como son la actitud emprendedora, la norma subjetiva, la autoeficacia emprendedora y los valores; para su estimación se utilizará ecuaciones estructurales para validar las variables del modelo de investigación propuesto y la incidencia de los factores en la intención emprendedora de la muestra determinada de profesionales de la ciudad de Guayaquil.

1.2 Planteamiento del Problema

El contexto económico de un país es una prioridad a conocer para decidir emprender; el análisis de indicadores financieros que puedan afectar el escenario monetario de las

personas que pretenden emprender es una prioridad a evaluar para proyectar la viabilidad de emprender en Ecuador en el futuro. Varios estudios demuestran que el empresariado ecuatoriano se encuentra en un proceso de transición forzado por los factores post pandémicos que afectaron el rumbo de los negocios, así como los cambios legales y normativos establecidos en el país. (kantis Hugo; Angelelli Pablo, 2020)

Los efectos de la pandemia del COVID-19 sobre el empresariado y las pequeñas y medianas empresas han sido contraproducentes para sus ventas y crecimiento, siendo la magnitud de los impactos diferente según el sector económico. Para América Latina y el Caribe, en una encuesta realizada a 2.232 emprendedores de 19 países, se encuentra que el 80% de las empresas indican que están siendo fuertemente golpeadas por el COVID-19, donde sus ingresos se redujeron en poco más de dos tercios, específicamente las de menor trayectoria, es decir, hasta un año de vida (66%), y alrededor del 53% de las que vendían dejaron de hacerlo. (kantis Hugo; Angelelli Pablo, s. f.)

A su vez, para Ecuador, se han producido efectos en la producción y el empleo, donde alrededor del 50% de las empresas tienen liquidez de hasta 37 días, con un impacto más significativo en los sectores de turismo, hotelería y restaurantes, lo que forma parte de una percepción de la compleja economía nacional. (López & Rivera, 2020)

Citando lo mencionado por los autores, se puede destacar que los cambios derivados de Covid-19 impulsaron abruptamente a las startups ecuatorianas al verse obligadas a transformar el modelo de negocio tradicional, lo que implicó invertir en innovación y tecnologías de la comunicación, siendo un nuevo aprendizaje obligado y nuevos retos para transformar el negocio a entornos digitales ofreciendo servicios a distancia; siendo el inicio de nuevos retos para el emprendedor durante y después de la pandemia no solo relacionados con la transformación digital sino también enfrentando cambios significativos en el ámbito legal, social y público. (Hugo Kantis; Pablo Angelelli; Juan Federico; Cristina Fernández, 2020)

1.3 Justificación

Las interrogantes de la presente investigación se centran en la necesidad de identificar qué factores están influenciando en los profesionales de la ciudad de Guayaquil referente a su intención emprendedora, la aplicación de modelos validados permitirá detectar los factores relevantes con la finalidad de comprobar el modelo de investigación

propuesto. Por tanto, se expone los siguientes estudios realizados referente al tema de abordado a continuación:

De forma similar al presente estudio, las investigaciones de (Zambrano Vera Dirk, 2019) donde se investigó los factores que influyen en las intenciones emprendedoras de la población activa de Guayaquil, Ecuador utilizando la Teoría del Comportamiento Planificado, el estudio examinó tres constructos: norma subjetiva, autoeficacia emprendedora y control percibido, para evaluar su impacto en la intención emprendedora a un grupo de profesionales de la ciudad de Guayaquil cuyos resultados confirmaron una influencia positiva de la actitud y la autoeficacia (mediada por el control percibido) en la intención emprendedora, mientras que las normas subjetivas no resultaron significativas.

También se puede mencionar la investigación denominada "Educación para el emprendimiento y la intención de emprender", donde explica la importancia atribuida al emprendimiento para el desarrollo económico de los países, siendo éste un motivo de interés para el formulador de políticas socioeconómicas y los investigadores. Entre los hallazgos, se confirma la relación positiva entre la actitud hacia la conducta, el control conductual e, indirectamente, la norma subjetiva sobre la intención emprendedora. Asimismo, se concluye que las capacidades emprendedoras influyen fuertemente en la intención emprendedora a través de la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control conductual. (Bravo et al., 2021),

Los autores (Campos Pérez et al., 2022) en la investigación "Intención emprendedora en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala" pretenden corroborar la intención emprendedora en estudiantes universitarios y si está relacionada con el género, padres emprendedores, educación de los padres, ingresos mensuales de la familia y capacidad percibida de los estudiantes. Los resultados son que muchos estudiantes tienen la intención de emprender un negocio en el futuro a pesar de no tener padres emprendedores y considerar que tienen habilidades emprendedoras.

Estudios similares y las referencias mencionadas anteriormente justifican y validan la teoría del comportamiento planificado y su influencia en la intención emprendedora en diversos grupos. No existen estudios en profundidad en profesionales ecuatorianos de tercer y cuarto nivel donde se aplique el modelo TAP para identificar los factores que influyen en la intención de emprender.

1.4 Objetivos de la Investigación

El presente trabajo de investigación doctoral tiene como objetivo general: “**Analizar los factores que influyen la intención emprendedora de los graduados en Educación Superior de la ciudad de Guayaquil-Ecuador para validar la Teoría de la Acción Planificada**”. Para sistematizar y dar cumplimiento al objetivo general de la presente investigación se establecieron los siguientes objetivos específicos.

- **OE1:** Identificar las características demográficas de los graduados en Educación Superior de la ciudad de Guayaquil.
- **OE2:** Analizar de manera descriptiva el comportamiento de las variables económicas y de emprendimiento de mayor incidencia al crecimiento económico del país.
- **OE3:** Identificar los factores que mayor inciden en la intención emprendedora de los graduados basándose en el modelo de la Teoría de la Acción planificada y Valores.
- **OE4:** Correlacionar los factores del modelo propuesto para determinar su influencia en la intención emprendedora.
- **OE5:** Evaluar los resultados de la correlación que existen entre los factores analizados y la intención de emprender.

1.5 Estructura de la Tesis

La presente investigación será desarrollada bajo la siguiente estructura:

- **Introducción:** donde se explicará los antecedentes referentes al tema de investigación, el problema de la investigación, la justificación y objetivos para su desarrollo.
- **Marco Teórico:** Se conceptualizará y se abordará los referentes teóricos empíricos y científicos relacionados a la investigación y sus constructos, así también el modelo a emplearse y técnicas que abordará la metodología.
- **Metodología de la investigación:** se diseñará el instrumento para la recopilación de la información acorde al modelo propuesto y que se aplicará a la muestra de la investigación, el mismo que permitirá evaluar las variables de análisis de manera

descriptiva a través de la aplicación de un programa estadístico y, comprobará las hipótesis de investigación a través de su estimación con ecuaciones estructurales.

- **Resultados de la Investigación e interpretación:** se mostrará los resultados estadísticos obtenidos de las variables a través de gráficos y tablas; así también el análisis de los resultados encontrados a través de la estimación con ecuaciones estructurales para comprobación de hipótesis.
- **Conclusiones y aportes a futuras investigaciones:** Se analizará las conclusiones identificadas y se propondrá futuras investigaciones referente al tema abordado.

CAPÍTULO 2
MARCO TEÓRICO

2. MARCO TEÓRICO

2.1 EMPRENDIMIENTO

2.1.1 Conceptos Clásicos y Neoclásicos

Los conceptos clásicos y neoclásicos del emprendimiento se refieren a las diferentes perspectivas teóricas y enfoques que han moldeado la comprensión del emprendimiento a lo largo del tiempo, así también sobre el fenómeno emprendedor y el papel del emprendedor en la economía. Por tanto, se explica los conceptos clave de ambas corrientes de pensamiento. Entre los principales conceptos clásicos del emprendimiento se contempla los siguientes autores:

Los economistas clásicos Richard Cantillon y Jean-Baptiste Say, reconocieron al emprendedor como un factor de producción distinto del capital y el trabajo de una manera innovadora, y que tienen un papel como tomador de riesgos. (Terán & Guerrero, 2020)

Para Jean-Baptiste Say, el emprendedor es un individuo con habilidades especiales, que asume riesgos, innova y ejerce liderazgo en el proceso de producción es decir combina los recursos productivos y evalúa los riesgos e intereses involucrados en el proceso.(Ovalles et al., 2018)

Según Cantillon, el emprendedor es un agente que compra los medios de producción a precios ciertos para combinarlos en una empresa nueva, es decir que actúa bajo incertidumbre, comprando a precios conocidos para vender a precios desconocidos en el futuro para iniciar un nuevo negocio. (Terán & Guerrero, 2020)

En la obra literaria "Teoría del desarrollo económico", el autor Schumpeter define al emprendedor como "aquel individuo que lleva a cabo nuevas combinaciones" de recursos, lo que conlleva a innovaciones y, en consecuencia, al desarrollo económico.(Schumpeter, 1967)

Entre los principales conceptos neoclásicos del emprendimiento se contempla los siguientes autores: Los economistas neoclásicos, como Frank Knight y Joseph Schumpeter, se centraron en el papel del emprendedor en el contexto del equilibrio y la eficiencia de mercado. Knight definió al emprendedor como "el receptor de cualquier ingreso residual que quede después de deducir los costos de los factores contratados",

Y expresó que el emprendedor recibe los ingresos restantes después de cubrir los costos de los factores de producción contratados. (Navarro, G. Bayona, J. & Pacheco, 2020)

Schumpeter introdujo la noción del "emprendedor innovador", quien actúa como un agente de cambio en el sistema económico a través de la "destrucción creativa". Según Schumpeter, "la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción mediante la explotación de una invención o, más comúnmente, una nueva oportunidad tecnológica". Schumpeter destacó que los emprendedores actúan como agentes de cambio al introducir innovaciones y nuevas tecnologías que transforman los patrones de producción existentes. (Quevedo, 2019)

Israel Kirzner, otro economista neoclásico, destacó el papel del emprendedor en la identificación y aprovechamiento de oportunidades de mercado y también describió al emprendedor como "un individuo alerta y perspicaz, que percibe las oportunidades y actúa sobre ellas", los emprendedores son personas alertas y perspicaces que identifican y explotan las oportunidades de negocio en el mercado. (Azqueta Díaz de Alda, s. f.)

Más recientemente, Peter Drucker, en su libro "La Innovación y el Empresario Innovador", argumenta que el emprendimiento no se limita únicamente a la creación de nuevas empresas, sino que también puede darse dentro de organizaciones establecidas a través de la innovación y la identificación de nuevas oportunidades.

En la obra literaria "Competencia y Empresarialidad", resalta la función del emprendedor como aquel individuo que identifica y aprovecha las oportunidades de mercado, lo que contribuye a la coordinación y el equilibrio económico así lo cita el autor (Kirzner, 2020).

En resumen, mientras que los conceptos clásicos del emprendimiento se centraban en el individuo y la creación de nuevas empresas con fines económicos, los conceptos neoclásicos adoptan una visión más holística, reconociendo la influencia del contexto, la importancia de la innovación, las motivaciones diversas y la naturaleza colaborativa del emprendimiento.

2.1.2 Definiciones

El emprendimiento es una actividad de exploración, discernimiento y oportunidad que reúne factores para desarrollar procesos productivos a largo plazo, como lo citan los autores (Liñán & Chen, s. f.). El término "emprendimiento" (entrepreneurship en inglés) se deriva del francés "entreprendre", que significa "emprender" o "llevar a cabo".

Según la Real Academia Española (RAE), el emprendimiento es la acción de emprender, de iniciar una obra o un negocio, es decir dar inicio a una actividad con alguna dificultad o peligro.

Uno de los primeros autores que abordó el concepto de emprendimiento fue Richard Cantillon, economista y escritor del siglo XVIII. En su obra "Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general" definió al emprendedor como "un agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener un producto nuevo". (Cantillon, 1950)

Más tarde, en el siglo XIX, el economista Jean-Baptiste Say profundizó en el concepto y definió al emprendedor como "un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de mayor rendimiento".

Una de las citas más conocidas sobre el emprendimiento proviene de Joseph Schumpeter, economista austríaco del siglo XX, quien dijo: "El emprendedor es el reformador racional de los procesos de producción, forzando la entrada de innovaciones y rompiendo así la tendencia conservadora y circular del proceso económico".

Otra definición influyente es la del economista israelí Yozma Viding, quien afirmó: "El emprendimiento es una manera de pensar, razonar y actuar, obsesionada por la oportunidad, holística en su enfoque y liderada por un grupo de personas excepcionales".(Terán & Guerrero, 2020)

En resumen, el emprendimiento se refiere al proceso de identificar oportunidades, asumir riesgos, movilizar recursos y crear algo nuevo con valor, ya sea un producto, servicio o empresa. Los autores clásicos y modernos han resaltado aspectos clave como la innovación, la toma de riesgos, el liderazgo y la creación de valor.

2.2 Tipos de Emprendimiento

El emprendimiento se refiere al proceso de crear una nueva empresa o negocio, asumiendo los riesgos financieros, psíquicos y sociales involucrados, con el fin de obtener ganancias monetarias y lograr crecimiento personal. Existen varios tipos de emprendimiento que han sido estudiados. Estos son algunos de los principales tipos de emprendimiento descritos por diversos autores, quienes han contribuido a la comprensión de este fenómeno y sus diferentes matices.

1. Emprendimiento por oportunidad: Es el tipo de emprendimiento que surge cuando una persona identifica una oportunidad de negocio y decide aprovecharla creando algo innovar en función de la necesidad del mercado. (Fatma & Ezzeddine, 2019)
2. Emprendimiento por necesidad: Este emprendimiento surge cuando la persona por falta de oportunidades laborales o por necesidades económicas apremiantes se ve obligada a crear su propio empleo y generar sus ingresos.

Emprendimiento social: Este emprendimiento enfoca en crear valor social más que riqueza personal, mediante la identificación de problemas sociales y la implementación de soluciones innovadoras para resolverlos; como ejemplo la organización sin fines de lucro Toms Shoes fundada en 2006 empleó el modelo "One for One", donde por cada par de zapatos que venden, donan otro par a un niño necesitado. (Jiménez, 2009)

Emprendimiento tecnológico: Este tipo de emprendimiento se basa en el desarrollo de productos o servicios de base tecnológica, aprovechando los avances científicos y tecnológicos para crear nuevas empresas, como ejemplo la empresa SpaceX, que se dedica al diseño, fabricación y lanzamiento de cohetes espaciales y naves espaciales con el objetivo de revolucionar la tecnología espacial y reducir los costos del transporte espacial.

3. Emprendimiento corporativo o intra emprendimiento: Este tipo de emprendimiento se lleva a cabo dentro de una empresa ya establecida, donde los empleados desarrollan ideas innovadoras y las implementan como nuevos productos, servicios o procesos, como ejemplo Gmail en Google incluyen la creación del navegador Safari en Apple y las impresoras inyección de tinta en Hewlett-Packard

2.3 EDUCACIÓN

2.3.1 Educación Empresarial

La Educación empresarial a partir de la capacitación y conocimiento desarrolla habilidades que facilitan el acceso al entorno empresarial, a identificar los tipos de bienes que demanda los clientes, a reconocer la estructura de organizaciones para el crecimiento económico. (Rauch, Andreas & Hulsink, 2015)

En el artículo "Putting Entrepreneurship Education Where the Intention to Act Lies: An Investigation into the Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior", (Rauch, Andreas & Hulsink, 2015) explica que la Educación Empresarial proporciona habilidades generales basadas en la formación y el conocimiento, facilitando el acceso al mercado laboral, y permite conocer la demanda de los clientes y la organización del negocio.

Es importante mencionar que el nivel educativo en los emprendedores es muy significativo para la sostenibilidad de los negocios a través del fortalecimiento de las habilidades y conocimientos que adquieren durante su formación académica, siendo un complemento en su formación para el desempeño en el mercado laboral, así lo citan los autores (De la Torre Cruz et al., 2016) que el nivel educativo es una de las variables que inciden en el propósito de emprender, en tal técnica que, a mayor nivel académico, mayor tasa de actividad emprendedora.

Por tanto, la educación empresarial es un tema ampliamente estudiado y desarrollado por diversos autores y expertos en el campo de la administración y la gestión empresarial. A continuación, se presentan algunas citas relevantes y los respectivos autores:

1. "La educación empresarial es el proceso de transmisión de conocimientos y habilidades para la práctica del emprendimiento." (Crow et al., 2006)
2. "La educación empresarial implica el desarrollo de ciertas habilidades y actitudes, además de la adquisición de conocimientos." (Zimmerer et al., 2004)
3. "La educación empresarial no solo se trata de aprender a administrar una empresa, sino también de desarrollar una mentalidad emprendedora."

4. "La educación empresarial debe fomentar la creatividad, la innovación y la toma de riesgos calculados." - (Hisrich et al., 2005)
5. "La educación empresarial es un proceso continuo que debe adaptarse a los cambios en el entorno empresarial y las necesidades de los estudiantes (Krueger, Jr. & Brazeal, 2018)
6. "La educación empresarial debe enfocarse no solo en el conocimiento teórico, sino también en el desarrollo de habilidades prácticas y experiencias empresariales reales." (Lackéus Chalmers, 2015)

Estas citas resaltan la importancia de la educación empresarial en el desarrollo de habilidades, actitudes y conocimientos necesarios para el emprendimiento, así como la necesidad de adaptar los programas educativos a las necesidades del entorno empresarial cambiante.

2.3.2 Formación Universitaria

La formación universitaria para el emprendimiento es un tema de gran relevancia en la actualidad, ya que fomenta el desarrollo de habilidades y competencias necesarias para crear y gestionar nuevos negocios o empresas. A continuación, se presentan algunas definiciones y citas de autores reconocidos en el campo del emprendimiento:

En cuanto a la formación universitaria en emprendimiento (Neck et al., 2014) señalan: "La educación en emprendimiento debe enfocarse en desarrollar habilidades y comportamientos emprendedores, más que en la simple transmisión de conocimientos."

La formación universitaria es un proceso crucial en el desarrollo académico y profesional de individuos en la sociedad contemporánea. A lo largo de los años, diversos autores han abordado este tema desde perspectivas únicas y enriquecedoras, proporcionando ideas valiosas que han contribuido a la comprensión y mejora de la educación superior. En este ensayo exploratorio, se analizarán algunas de estas visiones y se ofrecerán reflexiones sobre la importancia y el impacto de la formación universitaria en el ámbito profesional.

El autor John Dewey, reconocido filósofo y educador, planteó la idea de que la educación no solo se limita a la adquisición de conocimientos teóricos, sino que debe

estar orientada hacia la acción y la experiencia práctica. En su obra "La Educación y la Vida", Dewey sostiene que la formación universitaria debe centrarse en promover la capacidad de pensar de forma crítica y creativa, habilidades fundamentales para afrontar los desafíos del mundo laboral actual.

Por otro lado, Paulo Freire, pedagogo brasileño, revolucionó el enfoque educativo con su obra "Pedagogía del Oprimido". Freire abogaba por una formación universitaria que no solo transmitiera conocimientos, sino que también fomentara la conciencia crítica y la acción transformadora en los estudiantes. Según él, la educación es un proceso liberador que debe empoderar a las personas para cuestionar las estructuras de poder y contribuir al cambio social.

En un contexto más contemporáneo, Ken Robinson, experto en creatividad y educación, ha cuestionado el paradigma educativo tradicional en su libro "El Elemento" donde defiende la importancia de cultivar la diversidad de talentos y habilidades de cada individuo a través de una formación universitaria que promueva la creatividad, la innovación y la pasión por el aprendizaje. Según él, el sistema educativo debe adaptarse a las necesidades y potencialidades de cada estudiante para impulsar su desarrollo integral. (Robinson, Ken; Aronica, 2008)

Adicional, la formación universitaria va más allá de la adquisición de un título académico; es un proceso vital que moldea el pensamiento, la identidad y las habilidades de los individuos para enfrentar los desafíos profesionales y personales. A través de las visiones de Dewey, Freire y Robinson, se vislumbra la importancia de una educación superior que promueva la reflexión crítica, la conciencia social y la creatividad como pilares fundamentales para el éxito en el mundo laboral actual. En resumen, la formación universitaria en emprendimiento busca desarrollar competencias y habilidades prácticas para identificar oportunidades, asumir riesgos, innovar y crear valor a través de la creación de nuevos negocios o empresas.

2.4 INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Es un estado mental que las personas poseen en favor de optar por la creación de una nueva empresa o la creación de valor al interior de organizaciones existentes. Es el compromiso para desempeñar el comportamiento necesario para llevar a cabo una iniciativa emprendedora (Krueger, 1993)

Es el estado mental conscientes que precede a la acción que dirige la atención hacia un objetivo, como comenzar un nuevo negocio. La decisión de convertirse en emprendedor es una decisión premeditada y consciente. Es decir, es el estado mental consciente que precede a la acción que dirige la atención hacia un objetivo, como por ejemplo comenzar un nuevo negocio, (Krueger, Jr. & Brazeal, 2018)

En el artículo de la revista FORBES "Entrepreneurship: a megatrend worldwide" (Rodríguez Gonzalez, 2014) afirma que el espíritu empresarial es un proceso global presente en todos los países, que se ha desarrollado desde la existencia del hombre, que ha explorado y trabajado de forma constante para proporcionar un medio de vida. Esta iniciativa económica es vista como una opción a la incertidumbre laboral y a la necesidad de generar riqueza". Citando lo que indica el autor, el espíritu empresarial impulsa el empleo y la riqueza en un país. Nace de la iniciativa de una persona de establecer su idea de negocio en un ámbito legal para generar impacto en el ámbito social y económico. Cabe señalar que toda iniciativa empresarial nace de una necesidad o de una innovación.

Asimismo, los autores (González et al., 2020) en su informe "Emprendimiento en tiempos de pandemia en Ecuador, refieren que el Emprendimiento en Ecuador se caracteriza por tener una de las tasas más altas de América Latina en cuanto a intencionalidad de emprender; está por encima de Colombia y Brasil, y solo Chile lo supera, esto según el estudio publicado en el GEM cuyos autores (Tarnawa, 2020) explican que el estudio muestra una intención de emprender en tres años o menos en 53% de la población encuestada, mientras que 36% .2% logró iniciar un negocio. Aun así, no superó los tres meses de funcionamiento. Según explican las cifras y los datos recogidos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el emprendimiento en Ecuador está creciendo a pesar de las situaciones presentadas durante la pandemia. Las empresas han buscado los medios para sobrevivir en el mercado.

En el artículo "The Impact of Entrepreneurial Prior Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability", su autor (Krueger, 1993) explica que la intención emprendedora es un estado mental que poseen las personas a favor de la creación de una nueva empresa o de la creación de valor dentro de las organizaciones existentes. Es el compromiso de realizar el comportamiento necesario para una iniciativa emprendedora. Citando lo que indica el autor, la intención de emprender es una iniciativa del ser humano para consolidar sus conocimientos o iniciar una actividad económica por necesidad y subsistencia.

La intención emprendedora es un concepto fundamental en el mundo empresarial, que se ha convertido en un foco de interés creciente en los últimos años. La capacidad de validar esta intención no solo es crucial para el éxito de un emprendimiento, sino que también puede servir como un predictor confiable de futuros logros.

2.5 TEORÍAS PARA VALIDAR LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Durante los años se ha percibido una transformación en los modelos que pretenden comprender el espíritu emprendedor de las personas siendo esto un propulsor para convertirse en empleado dependiente u opta por crear su propia empresa. A través de La revisión empírica de la literatura a través de la perspectiva pedagógica analizará que factores incluyen en la intención de emprender de las personas. Para validar la intención de emprender, existen varias teorías que pueden ayudar a explicar y comprender mejor este proceso. A continuación, se presentan algunas de las teorías más relevantes:

- Teoría de la Acción Razonada (Theory of Reasoned Action - TRA) explica que la intención de realizar un comportamiento está determinada por dos factores principales: la actitud hacia el comportamiento y la norma subjetiva. En el contexto del emprendimiento, la actitud hacia la creación de una empresa y la percepción de las normas sociales influyen en la intención de emprender. (Fishbein & Ajzen, 2011)
- Teoría del Comportamiento Planificado (Theory of Planned Behavior - TPB), Esta teoría es una extensión de la TRA y agrega un tercer factor: el control conductual percibido. Sugiere que la intención de emprender también está influenciada por la percepción del individuo sobre su capacidad para llevar a cabo el comportamiento de emprender. (Ajzen, 1991)
- Teoría del Evento Emprendedor (Entrepreneurial Event Theory) de Shapero y Sokol (1982): Esta teoría propone que la intención de emprender surge de la interacción de tres elementos: la percepción de deseabilidad (atractivo de emprender), la percepción de factibilidad (capacidad percibida para emprender) y la propensión a actuar ante oportunidades. (Terán & Guerrero, 2020)
- Modelo del Potencial Emprendedor (Entrepreneurial Potential Model) de Krueger y Brazeal (1994): Este modelo sugiere que la intención de emprender es el resultado de la interacción entre factores individuales (como la necesidad de logro, el locus de control y la propensión al riesgo) y factores contextuales (como las normas

culturales, las condiciones económicas y las políticas gubernamentales (Gutiérrez Huby et al., 2012)

Estas teorías ofrecen diferentes perspectivas y enfoques para comprender y explicar la intención de emprender, destacando factores como las actitudes, las normas sociales, el control conductual percibido, la percepción de deseabilidad y factibilidad, la propensión a actuar y las influencias individuales y contextuales.

2.5.1 Teoría de la Acción Razonada

Esta teoría conceptualiza la intención de llevar a cabo un comportamiento como el determinante inmediato de la acción, aun cuando esto no significa que siempre haya una relación directa entre la intención y la conducta. Generalmente, las personas actúan de acuerdo con sus intenciones. Al formar intenciones, las personas tienen en cuenta dos tipos de consideraciones básicas: una de naturaleza personal y otra de naturaleza social. En el enfoque de la Acción Razonada, las variables externas no se relacionan directamente con la conducta, ya que en el comportamiento bajo control voluntario del individuo sólo se identifica un pequeño conjunto de conceptos para justificar tales relaciones, o bien la ausencia de estas por lo que una variable externa tendrá un efecto sobre la conducta sólo en la medida en que ésta influya en los determinantes de dicha conducta (Fishbein & Ajzen, 2011)

La validez de esta teoría ha sido cuestionada por diversos autores, y entre estas críticas destacan dos que están muy relacionadas con el campo del emprendimiento. Primero, debido al papel central que juega el control absoluto de la voluntad en los individuos, su aplicación es cuestionable para comportamientos involuntarios o aquellos en los que la incertidumbre juega un papel importante. Segundo, en la vida real la conducta depende tanto de la motivación como de recursos, incluso variables como la estructura social, que asigna recursos y oportunidades, tienen una influencia directa como variables externas y son aún más importantes que las motivaciones (Tarapuez & Botero, 2007)

La Teoría de la Acción Razonada (TRA) ha sido ampliamente discutida y analizada por diversos autores en el contexto de la intención de comportamiento y la toma de decisiones. A continuación, se presentan algunas citas y opiniones de autores relevantes sobre esta teoría:

- "La Teoría de la Acción Razonada ofrece un modelo atractivo para estudiar las intenciones emprendedoras, ya que integra aspectos personales y sociales en un modelo parsimonioso, lógicamente sólido y ampliamente investigado", así también ha demostrado ser una de las teorías más influyentes y ampliamente utilizadas para predecir y comprender el comportamiento en diversos contextos". (Bandura, 2006)
- "Si bien la Teoría de la Acción Razonada ha sido influyente, también ha sido objeto de críticas. Es probable que se necesite una teoría más amplia que incorpore factores adicionales para explicar de manera más completa la intención y el comportamiento".
- "La norma subjetiva, que refleja la presión social percibida para realizar o no realizar un comportamiento, es un componente clave de la Teoría de la Acción Razonada y ha demostrado ser un predictor significativo de la intención en muchos dominios".
- (Ajzen, 1991) uno de los autores originales de la TRA, reconoce sus limitaciones y propone la Teoría del Comportamiento Planificado como una extensión: "La Teoría de la Acción Razonada ha sido criticada por no tener en cuenta factores como el control conductual percibido. La Teoría del Comportamiento Planificado se desarrolló para abordar esta limitación". (Bandura, 2006)

En resumen, mientras que la Teoría de la Acción Razonada ha sido ampliamente reconocida y utilizada en diversos campos, también ha sido objeto de críticas y sugerencias de mejora por parte de varios autores. Algunos destacan su utilidad en la predicción de intenciones y comportamientos, mientras que otros señalan la necesidad de complementarla con factores adicionales para una comprensión más completa.

2.5.2 Teoría del Comportamiento Planificado o Acción Planificada

La teoría del comportamiento planificado (TCP) es un modelo teórico que explica cómo las intenciones y la percepción del control conductual influyen en el comportamiento de las personas. A continuación, se presenta una paráfrasis y citas de algunos autores que han estudiado y explicado esta teoría:

La TCP postula que la intención de una persona para realizar un comportamiento es el principal determinante de dicho comportamiento. La intención, a su vez, está influenciada por tres factores:

1. Actitud hacia el comportamiento: "la evaluación positiva o negativa que hace el individuo del comportamiento en cuestión".
2. Norma subjetiva: "la presión social percibida para realizar o no realizar el comportamiento"..
3. Control conductual percibido: "la facilidad o dificultad percibida para realizar el comportamiento".

La investigación sugiere que las intenciones empresariales están impulsadas por una compleja interacción de características personales (valores, motivaciones, personalidad), influencias sociales (apoyo, normas) y oportunidades y recursos percibidos. La Teoría de la Acción Planificada se basa en la anterior Teoría de la Acción Razonada e incorpora un factor adicional: el control percibido por el individuo sobre el resultado deseado, lo que afina aún más la predicción de las intenciones emprendedoras. En los mismos conceptos, se supone que el propósito es el precursor próximo del comportamiento ya que, al lograr el control absoluto sobre el comportamiento, se estima que los ciudadanos harán sus objetivos cuando la perspectiva se desarrolle:

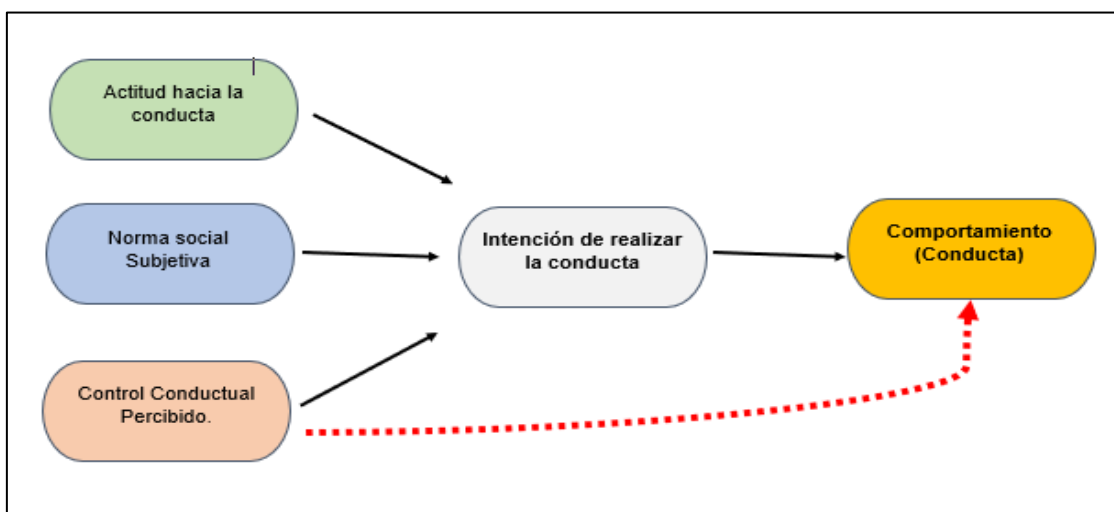


Ilustración 1 Elaboración Propia basado en la Teoría de la Acción Planificada (Ajzen, 1991)

La Ilustración 1 detalla los componentes de la TAP (Ajzen, 1991) y que se detallan a continuación:

- **La actitud Emprendedora** explica que es una conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla
- **La norma subjetiva** se refiere a la influencia que tiene el entorno, entiéndase familiares, amigos, personas allegadas y referentes, en el comportamiento de consumo hacia este tipo de productos
- **El control conductual percibido / Autoeficacia Emprendedora:** Se define como la capacidad o convicción personal que tiene el sujeto de poder ejecutar exitosamente la conducta requerida para actuar o producir un resultado racionalmente deseable, en una situación, actividad o dominio determinado.
- **La autoeficacia** tiene como elemento central las percepciones que tiene el individuo de su capacidad de actuar y de controlar estas acciones. Desde la perspectiva de la teoría social cognitiva, la percepción de autoeficacia es uno de los factores personales que determinan la motivación y la ejecución. (Bandura A, 2006)
- **La intención emprendedora** es un estado mental que las personas poseen en favor de optar por la creación de una nueva empresa o la creación de valor al interior de organizaciones existentes. Es el compromiso para desempeñar el comportamiento necesario para llevar a cabo una iniciativa emprendedora Es el estado mental conscientes que precede a la acción que dirige la atención hacia un objetivo, como comenzar un nuevo negocio. (Krueger, Jr. & Brazeal, 2018)

La Teoría de la Acción Planificada (Theory of Planned Behavior, TPB) ha sido ampliamente analizada y discutida por diversos autores en diferentes contextos. A continuación, se presentan algunas citas y opiniones de autores relevantes sobre esta teoría:

- La TPB en el campo del emprendimiento: "La Teoría de la Acción Planificada ha demostrado ser un modelo sólido y confiable para comprender y predecir las intenciones emprendedoras". (Krueger, 1993)

- La Teoría de la Acción Planificada ha sido una de las teorías más influyentes y exitosas en la predicción del comportamiento humano en una amplia variedad de contextos.
- "El impulso motivacional que sustenta una conducta específica se ve reflejado con mayor precisión por la intención manifiesta de llevarla a cabo, la cual integra factores actitudinales, normativos y de control percibido." (Ajzen, 1991)
- "Según este modelo teórico, las intenciones conductuales pueden predecirse con gran exactitud a partir de las actitudes hacia el comportamiento, las normas sociales percibidas y la percepción de control sobre la acción. Estas intenciones, aunadas al control conductual percibido, explican en buena medida la variación en la conducta real observada." (Fishbein & Ajzen, 2011)
- "El concepto de control conductual percibido alude a la facilidad o dificultad anticipada para realizar un comportamiento determinado, reflejando la experiencia previa y los obstáculos potenciales previstos." (Ajzen, 1991)

A continuación, se citan estudios realizados sobre la intención emprendedora en contexto universitario y aplicación de metodologías:

Tabla 1: Estudios Previos referente a la Intención Emprendedora.

Autor	Título	Metodología
(Krauss et al., 2018)	Intención emprendedora en estudiantes de ciencias de la salud de la Universidad Católica del Uruguay	1.088 estudiantes Análisis cuantitativo Asociaciones estadísticas (pruebas chi-cuadrado) y diferencia de medias significativas
(Laguía et al., 2017)	Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia.	316 estudiantes, Análisis cuantitativo, Regresión logística

(Soria-Barreto et al., 2016)	Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio	62 estudiantes. Análisis cuantitativo ANOVA
(Osorio & Roldán, 2015)	Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición	643 estudiantes Análisis cuantitativo Ecuaciones estructurales.
(Galleguillos-Cortés et al., 2019)	Predictores de la Intención Emprendedora en Alumnos de Pregrado: Un Modelo Basado en Ecuaciones Estructurales	1.339 alumnos de las facultades de ingeniería, salud, humanidades, jurídicas y tecnológica, en una universidad pública y acreditada en Chile. Ecuaciones estructurales
(Ayala Rilquélme, Evadil Llanos Ortiz et al., 2016)	Estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios: caso práctico Ingeniería Civil Industrial, Universidad Arturo Prat. Ciencia Amazónica (Iquitos), 6(1), 48-62.	La carrera de Ingeniería Civil Industrial de la Universidad Arturo Prat, cuenta con 55 alumnos matriculados en primer año y 35 alumnos con matrícula perteneciente al último año académico.

Fuente: Elaboración Propia

2.5.3 Teoría del Evento Emprendedor

La Teoría del Evento Emprendedor (Entrepreneurial Event Theory) propuesta por Shapero y Sokol en 1982 ha sido en el contexto del emprendimiento y la intención empresarial, la autora (Querejazu Vidovic, 2020) en su artículo aproximación teórica a las causas del emprendimiento explica que:

1. El autor Krueger resaltó la importancia de la Teoría del Evento Emprendedor en la comprensión de las intenciones emprendedoras: "La Teoría del Evento Emprendedor y que ha sido una de las teorías más influyentes en el estudio de las intenciones emprendedoras, ya que introduce el concepto de 'propensión a actuar' como un factor clave".

2. Así también menciona a los autores (Peterman & Kennedy, 2003) quienes destacan la contribución de esta teoría al campo del emprendimiento: "La Teoría del Evento Emprendedor ha sido una de las teorías más importantes en el campo del emprendimiento, ya que proporciona una explicación integral de los factores que influyen en la intención empresarial"; citado en la obra literaria "Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship".
3. Los autores Segal et al. (2005) analizan la importancia de la percepción de deseabilidad y factibilidad: "La Teoría del Evento Emprendedor destaca la relevancia de la percepción de deseabilidad y factibilidad en la formación de intenciones emprendedoras, lo cual ha sido respaldado por numerosos estudios empíricos". (Querejazu Vidovic, 2020)
4. Adicional los autores Gelderen et al. (2008) sugieren considerar factores adicionales: "Si bien la Teoría del Evento Emprendedor ha sido ampliamente utilizada, sería beneficioso incorporar factores adicionales, como las características personales y los recursos disponibles, para mejorar su poder explicativo". (Querejazu Vidovic, 2020)
5. Y Finalmente que Fayolle y Liñán (2014) reconocen la influencia de esta teoría: "La Teoría del Evento Emprendedor de Shapero y Sokol ha sido una de las contribuciones más influyentes en la comprensión de las intenciones emprendedoras y ha inspirado numerosos estudios empíricos". (Querejazu Vidovic, 2020)

En resumen, la Teoría del Evento Emprendedor ha sido reconocida por su importancia y contribución al campo del emprendimiento, especialmente en la comprensión de los factores que influyen en la intención empresarial. Sin embargo, varios autores sugieren complementarla con otras teorías y enfoques, así como considerar factores adicionales para obtener una visión más completa del proceso emprendedor.

2.5.4 Modelo del Potencial Emprendedor

En el artículo el potencial emprendedor menciona que Krueger y Brazeal plantean que la intención es el primer paso para crear un nuevo negocio, su modelo busca explicar cómo se forma dicha intención. Proponen que las intenciones emprendedoras se basan en las percepciones individuales de deseabilidad (qué tan atractivo es emprender) y factibilidad (qué tan factible es emprender). (Gutiérrez Huby et al., 2012)

Mientras que Fayolle y Liñán señalan que el Modelo del Potencial Emprendedor de Krueger y Brazeal es muy relevante en el ámbito del emprendimiento, ya que ofrece un marco teórico robusto para comprender cómo se desarrolla la intención de emprender a partir de las percepciones individuales sobre lo deseable y factible que resulta iniciar un negocio. (Gutiérrez Huby et al., 2012)

Así también se menciona a los autores Schlaegel y Koenig (2014) los mismos que resaltan que una de las principales fortalezas del Modelo del Potencial Emprendedor radica en su habilidad para combinar factores cognitivos, como las percepciones individuales, con factores contextuales o ambientales que también impactan en la intención de emprender. (Gutiérrez Huby et al., 2012)

Los autores explican que la deseabilidad percibida se basa en las creencias y valores del individuo, así como en eventos o situaciones que actúan como desencadenantes. Por otro lado, la factibilidad percibida depende de la percepción individual sobre si se cuentan con los recursos necesarios para emprender.

En resumen, el modelo propone que la intención emprendedora surge de la interacción entre la deseabilidad y factibilidad percibidas, las cuales a su vez están influenciadas por factores individuales y contextuales.

2.6 MODELO DE VALORES PERSONALES DE SHALOM H. SCHWARTS

En el artículo bases teórica de los valores desde la perspectiva de Schwartz se menciona al Kluckhohn quien define un valor como una concepción distintiva, ya sea explícita o implícita, de un individuo o grupo sobre lo que se considera deseable, influyendo en la elección de formas, medios y fines de acción. (Alberca, 2012)

Así también indica que de acuerdo con Schwartz, los valores personales guían el comportamiento humano siguiendo tres principios fundamentales: 1) Influyen la manera en que se perciben e interpretan las situaciones; 2) Si se activan, ejercen una influencia directa sobre la conducta; 3) Poseen un poder atractivo sobre las acciones, motivando la planificación del comportamiento, de modo que mientras más prioritario sea un valor, mejor se planificará la conducta relacionada.

En el año 1987 los autores Schwartz y Bilsky describen los valores como conceptos o creencias que trascienden situaciones específicas, orientan la selección o evaluación de comportamientos y eventos, y se jerarquizan por su importancia relativa. Esta definición resalta la naturaleza motivacional de los valores como principios rectores en la vida.

Los autores (Lezcano Barbero et al., 2012) propone que los valores se estructuran en un sistema coherente que se organiza en torno a dos dimensiones bipolares principales: "apertura al cambio versus conservación" y "autoengrandecimiento versus autotranscendencia", estas dimensiones forman un continuo circular motivacional.

Según (Schwartz, 2006) los valores se agrupan en diez tipos motivacionales distintos: autodirección, estimulación, hedonismo, logro, poder, seguridad, conformidad, tradición, benevolencia y universalismo. Estos valores se distribuyen en el círculo motivacional de tal manera que los valores adyacentes son compatibles, mientras que los opuestos entran en conflicto. Estos grupos se explican a continuación:

1. Autodirección: Pensamiento independiente y libertad de acción.
2. Estimulación: Novedad y desafío en la vida.
3. Hedonismo: Placer y gratificación sensual.
4. Logro: Éxito personal a través de la demostración de competencia.
5. Poder: Estatus social y prestigio, control sobre personas y recursos.
6. Seguridad: Seguridad, armonía y estabilidad social y personal.
7. Conformidad: Restricción de acciones e impulsos que puedan molestar a otros o violar normas sociales.
8. Tradición: Respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que la cultura o la religión imponen.
9. Benevolencia: Preservación y mejora del bienestar de las personas cercanas.
10. Universalismo: Comprensión, aprecio, tolerancia y protección del bienestar de todas las personas y de la naturaleza.

Como afirman Schwartz y Bardi (2001), este modelo ha sido validado en más de 60 países, lo que demuestra su aplicabilidad transcultural, aunque con diferencias en las prioridades y énfasis de los valores entre culturas. En resumen, el Modelo de Valores Personales de Schwartz ha sido ampliamente validado y utilizado en diversos campos de investigación, siendo considerado uno de los modelos más sólidos y completos en el estudio de los valores humanos. (Maluk & Maluk, 2019)

2.7 NORMATIVA PARA EL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR

La normativa relacionada con el emprendimiento en Ecuador puede abarcar una serie de aspectos legales y regulatorios. Algunas leyes y regulaciones importantes que los emprendedores en Ecuador deben tener en cuenta incluyen:

1. **Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación:** Esta ley, aprobada en 2019, tiene como objetivo promover el emprendimiento, la innovación y la creación de empresas en Ecuador. Proporciona beneficios fiscales, apoyo financiero y otros incentivos para los emprendedores.
2. **Regulaciones para la Creación de Empresas:** En Ecuador, existen regulaciones específicas para la creación y registro de empresas. Esto incluye requisitos relacionados con la estructura legal de la empresa, el registro mercantil y los impuestos.
3. **Normativas Laborales:** Los emprendedores también deben cumplir con las leyes laborales ecuatorianas al contratar empleados, lo que incluye disposiciones sobre contratos de trabajo, seguridad social y condiciones laborales.
4. **Regulaciones Tributarias:** Las empresas en Ecuador están sujetas a regulaciones fiscales, que incluyen impuestos sobre la renta, impuestos a las ventas y otros gravámenes.
5. **Regulaciones Ambientales:** Dependiendo del tipo de negocio, los emprendedores pueden estar sujetos a regulaciones ambientales que dictan cómo deben operar para minimizar su impacto en el medio ambiente.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1.1 Tipo y Enfoque de la Investigación.

La presente investigación adoptó un enfoque cuantitativo para validar la Teoría de la Acción Planificada en el contexto de la intención emprendedora de los graduados en educación superior de la ciudad de Guayaquil, Ecuador y descriptivo porque analizará variables económicas a nivel PAIS como el Producto Interno Bruto, la tasa de Actividad Empresarial, Evolución de los ingresos de hogares, tasa de empleo entre otras variables.

El tipo de investigación tendrá un diseño transversal y correlacional porque recopilará información de los profesionales del Ecuador a través de la aplicación de un cuestionario estructurado y validado en estudios previos cuyos resultados serán evaluados con técnicas estadísticas donde se validarán la relación entre variables, es decir se determinará el grado de incidencia que tienen las variables de la teoría de la acción planificada sobre la intención emprendedora; Siendo así que la investigación considerará los siguientes constructos: Actitud Emprendedora, Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora y Valores.

Por lo antes expuesto se detalla a continuación los constructos de la investigación y las hipótesis que se pretenden validar:

Tabla 2 Constructos de la Investigación

Acrónimo	Constructo	Acrónimo	Constructo	Acrónimo	Constructo
EI	Intención Empresarial	EA	Actitud Emprendedora	BEA	Actitud emprendedora, creencia en la consecuencia del comportamiento.
				EEA	Actitud emprendedora, evaluación de la consecuencia de llevar a cabo el comportamiento.
		SN	Norma Subjetiva	BSN	Norma subjetiva, creencias normativas.
				MSN	Norma subjetiva, motivación para adaptarse a otras personas significativas
		ESE	Autoeficacia Empresarial		
		V	Valores		

Elaboración propia.

A continuación, se expresa gráficamente las hipótesis de investigación propuestas para su validación considerando el comportamiento de los constructos y su posible grado de incidencia a la intención emprendedora.

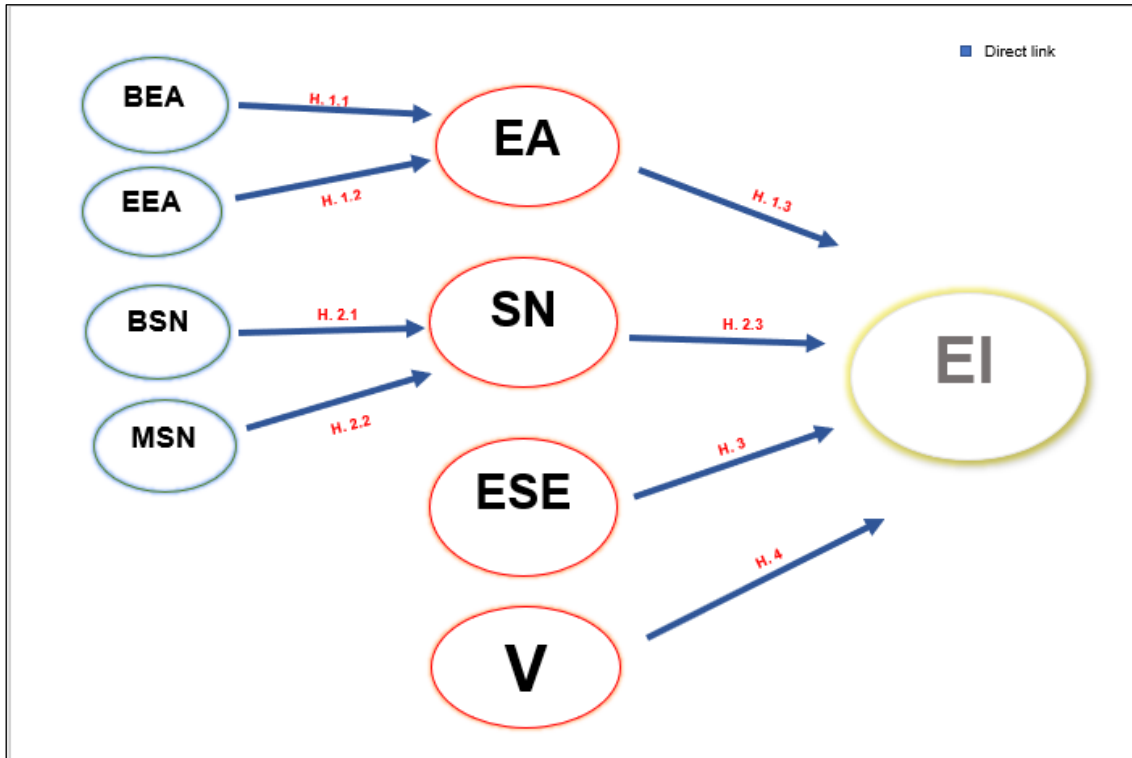


Ilustración 2: Modelo Teórico e Hipótesis Identificadas.

Elaboración propia.

- **Hipótesis 1 (H 1.1):** La creencia de la consecuencia de la conducta influye de manera directa y significativa a la actitud emprendedora
- **Hipótesis 2 (H 1.2):** La evaluación de la consecuencia de realizar la conducta influye de manera directa y significativa a la actitud emprendedora
- **Hipótesis 3 (H 1.3):** Actitud emprendedora influye de manera directa y significativa a la intención emprendedora.
- **Hipótesis 4 (H 2.1):** Las creencias normativas influye de manera directa y significativa a la Norma Subjetiva
- **Hipótesis 5 (H 2.2):** La motivación para acomodarse a los otros significativos influye de manera directa y significativa a la Norma Subjetiva.
- **Hipótesis 6 (H 2.3):** La norma subjetiva influye de manera directa y significativa a la Intención Emprendedora.
- **Hipótesis 7 (H.3):** La autoeficacia emprendedora influye de manera directa y significativa a la Intención Emprendedora.

- **Hipótesis 8 (H.4):** Los valores influye de manera directa y significativa a la Intención Emprendedora.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Población

Para identificar la población objeto de la presente investigación se ha considerado la información del Portal de Estadísticas e Indicadores de Educación Superior manejada por La Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), siendo la entidad que tiene a su cargo el reconocimiento de títulos obtenidos en el extranjero y nivel nacional. Por ello, a continuación, se podrá visualizar la información de títulos registrados hasta febrero del 2023, presentados según el nivel de formación; siendo la población de profesionales de tercer y cuarto nivel reconocidos oficialmente por la entidad que regula los títulos y habilita su ejercicio profesional, y que se describe a continuación:

Tabla 3 Títulos Registrados en Senescyt.

NIVEL DE FORMACIÓN	2023	%
Total general	153,935	
TOTAL EXTRANJERO	10,521	100%
Cuarto Nivel	8538	5.95%
Tercer Nivel	1916	1.34%
Tercer Nivel técnico Superior	67	0.05%
Tercer Nivel tecnológico Superior	0	0.00%
TOTAL NACIONAL	143,414	100%
Cuarto Nivel	30461	21.24%
Tercer Nivel	76243	53.16%
Tercer Nivel técnico Superior	7137	4.98%
Tercer Nivel tecnológico Superior	29055	20.26%
Tercer Nivel tecnológico Superior Universitario	518	0.36%

Fuente: **Elaboración propia basado en** Portal de Estadísticas e Indicadores de Educación Superior - Senescyt

3.2.2 Muestra

Para determinar la muestra de la investigación se ha considerado la fórmula de cálculo de población finita que se aplicará a los graduados en tercer y cuarto nivel del año 2023; siendo el año representativo de la presente investigación y que se detalla a continuación:

Datos:

Margen de error:	e =5%
Valor Z (Nivel de confianza deseado)	Z: 95% Según la tabla de puntuación Z= 1.96
Proporción Esperada (P)	P: 0.50
Q = 1 - P	1-0.50
Población:	N=153935 títulos de tercer y cuarto nivel registrados en Senescyt.
Tamaño de la muestra	n

Elaboración propia.

Desarrollo:

$$n = \frac{Z^2 (p * q)}{e^2 + \frac{Z^2 (p * q)}{N}}$$
$$n = \frac{1.96^2 (0.50 * 0.50)}{0.05^2 + \frac{1.96^2 (0.50 * 0.50)}{153935}}$$
$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$
$$n = 384.16$$

3.3 INSTRUMENTO PARA LA RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

En la presente investigación utilizará como instrumento el cuestionario de Valores e Intenciones Empresariales (VIE) que incorpora los factores de la Teoría de la Acción Planificada de (Ajzen, 1991) y de la Teoría de los valores personales (Schwartz, 2006); las preguntas del cuestionario serán respondidas en una escala Likert de 1 a 7 (siendo 1 nada de acuerdo y 7 totalmente de acuerdo) con la finalidad de correlacionar las dimensiones que indican en la intención emprendedora tales como la actitud emprendedora, norma subjetiva, auto eficacia emprendedora y valores en los graduados de tercer y cuarto nivel que tienen sus títulos reconocidos en el SENESCYT.

Para la recopilación de la información el cuestionario fue aplicado a la muestra calculada para la investigación de 384 graduados universitarios; sin embargo, para ampliar los resultados de la investigación se pudo aplicar a una muestra igual a 439 graduados universitarios.

El instrumento de recolección de datos comprende tres (3) secciones; la sección 1 y 2 que son variables de aspecto demográfico y de formación académica se han elaborado en función del requerimiento de la investigación y la sección 3 fue elaborado a partir de instrumentos validados y utilizados en otras investigaciones el mismo ha sido adaptado a la presente investigación y a los constructos objeto de análisis. A continuación, se menciona las secciones:

Sección 1: En esta sección se extraerá información referente a los aspectos sociodemográficos de la muestra objeto de estudio; tales como el estado civil, la edad, el sexo, situación laboral; así también se complementará con el análisis de variables económicas que contribuirán a la profundización de la investigación como el Producto Interno Bruto, Análisis del GEM Ecuador, entre otras variables relevantes de información.

Sección 2; En esta sección se extraerá información referente al nivel de formación universitaria si tienen título de tercer y cuarto nivel y tipo de estudiante universitario si son estudiantes de formación 100% en una sola institución u homologaron asignaturas para concluir en otra institución distinta a la de su inicio de estudios.

Sección 3: En ésta sección se extraerá información referente a la aplicación del Cuestionario de Valores e Intenciones Empresariales (VIE) (Rueda et al., 2015) con la finalidad de validar el modelo de la Teoría de la Acción Planificada de Ajzen (1991), y de la Teoría de los valores personales de Schwartz (1996).; el mismo que está compuesto en 5 dimensiones como la actitud emprendedora, norma subjetiva, auto eficacia emprendedora y valores; en ésta sección se abordan cuestiones sobre el valor percibido de la actividad emprendedora en su núcleo familiar, grupo de amigos y comunidad, así también los valores de formación percibida y que han sido respondidas en una escala Likert de 1 a 7 (siendo 1 nada de acuerdo y 7 totalmente de acuerdo). A continuación se describe el contenido del instrumento que se aplicará a la muestra de la investigación:

Tabla 4 Sección 1: Información Demográfica

Variable	Opciones de Respuesta
(EC01) Estado Civil:	1. Soltero(a)
	2. Casado (a)
	3. Unión Libre
	4. Divorciado(a)
	5. Separado(a)
	6. Viudo(a)
(SEX01) Sexo:	1. Hombre
	2. Mujer
(ED01) Edad:	1. Entre 18 y 25 años
	2. Entre 26 y 30 años
	3. Entre 30 y 39 años.
	4. Entre 40 y 49 años.
	5. Entre 50 y 59 años.
	6. Más de 60 años
(SILA01) ¿Cuál es su Situación Laboral?	1. Empleado público
	2. Empleado privado
	3. Profesional Independiente
	4. Empleado(a) Doméstico(a)
	5. Desempleado
	6. Jubilado

Elaborado propia.

En la **tabla N° 4** describe la información demográfica de los profesionales muestra de la investigación; la sección uno (1) incluye 4 variables de análisis, la primera es una variable nominal denominada **Estado Civil (EC01)** con los siguientes parámetros de respuesta siendo: **1. Soltero(a) 2. Casado (a) 3. Unión Libre 4. Divorciado(a) 5. Separado(a) 6. Viudo(a)**; esto permite identificar la situación civil de la muestra objeto de investigación, dichos parámetros referenciales se alinean a los aplicados en el Censo Poblacional realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador.

La siguiente variable nominal denominada **Sexo (SEX01)** con los siguientes parámetros de respuesta siendo: **1. Hombre 2. Mujer**; esto permitirá analizar diferencias significativas, factores, o influencias que tienen los profesionales desde la perspectiva

de género sean hombres o mujeres y si esto afecta a la variable principal que es la intención de emprender.

La siguiente variable de intervalos denominada **Edad (ED01)** se ha agrupado por edades; considerando que la muestra está conformada por profesionales cuya formación primaria y secundaria se debió cumplir hasta los 17 años según lo dispuesto por el Ministerio de Educación, por tanto, al graduarse deberían tener entre 17 y 18 años, y así podrían acceder a una formación de Educación Superior; considerando lo mencionado se ha agrupado las edades por intervalos desde los 18 años así: **1.** Entre 18 y 25 años **2.** Entre 26 y 30 años **3.** Entre 30 y 39 años **4.** Entre 40 y 49 años **5.** Entre 50 y 59 años **6.** Más de 60 años; la finalidad es identificar el rango de edades relevantes de los profesionales a encuestar y así determinar el rango promedio de edades.

Luego explica otra variable nominal denominada **¿Cuál es su Situación Laboral? (SILA01)**, con los siguientes parámetros de respuesta siendo: **1.** Empleado público **2.** Empleado privado **3.** Profesional Independiente **4.** Empleado(a) Doméstico(a) **5.** Desempleado **6.** Jubilado; esto permitirá establecer los parámetros de su situación económica, si su fuente de ingresos proviene por encontrarse en relación de dependencia o genera sus recursos económicos de manera independiente, o recibe un valor de jubilación, o simplemente no tiene ingresos por estar desempleado.

Tabla 5 Sección 2: Información de Formación Universitaria y Tipo de Estudiante.

Variable	Opciones de Respuesta
TIPE01 ¿Qué tipo de estudiante era durante sus estudios universitarios?	1. Estudiante Regular
	2. Estudiante Homologante
NES01 ¿Cuál es su nivel de estudio superior obtenido?	1. Estudios Superiores de Tercer Nivel (grado)
	2. Estudios Superiores de Cuarto Nivel (posgrado)

Elaborado propia.

En la **tabla N° 5** describe la información referente a la formación Universitaria y el tipo de estudiante al momento de ingresar a su Educación Superior; la sección dos (2) incluye las siguientes variables nominales: **¿Qué tipo de estudiante era durante sus estudios universitarios? (TIPE01)**, con los siguientes parámetros de respuesta siendo **1.** Estudiante Regular **2.** Estudiante Homologante; esto explicará si el profesional al

momento de ingresar a estudiar su carrera de tercer nivel recibió el total de las asignaturas en la misma Institución hasta su graduación, mientras que si es un estudiante Homologante recibió su educación en 2 o más instituciones.

Luego explica otra variable nominal denominada: **¿Cuál es su nivel de estudio superior obtenido? (NES01)** con los siguientes parámetros de respuesta; **1.** Estudios Superiores de Tercer Nivel (grado) **2.** Estudios Superiores de Cuarto Nivel (posgrado); con esta variable se segmentará a la muestra de investigación y validar el nivel de educación adquirido.

En la sección tres (3) describe las variables del cuestionario de Valores e Intenciones Empresariales (VIE) (Rueda et al., 2015); el mismo que está compuesto en 5 dimensiones como la actitud emprendedora, norma subjetiva, auto eficacia emprendedora y valores; el instrumento será aplicado a la muestra de la investigación para validar la teoría de la acción planificada y ver como éstos aspectos inciden o no en la intención de emprender del ecuatoriano, las interrogantes del cuestionario serán respondidas en una escala Likert de 1 a 7 (siendo 1 nada de acuerdo y 7 totalmente de acuerdo).

Tabla 6 Sección 3 - Dimensión de la Actitud Emprendedora

DIMENSIONES	INDICADORES	REFERENCIAS
ACTITUD EMPRENDEDORA EN GENERAL(EA)	EA1. Enfrentarme a nuevos desafíos	Es una conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla (Quintero, 2007). Las actitudes son los enunciados o juicios evaluadores de personas, objetos o eventos. Posee tres componentes: cognitivo -segmento de opinión o creencia-, afectivo-segmento emocional o sentimental- y comportamental-intención de conducta de cierto modo hacia alguien o algo (Said Diez Farha, 2016)
	EA2. Altos ingresos económicos	
	EA3. Ser independiente (tu propio jefe)	
CREENCIA DE LA CONSECUENCIA DE LA CONDUCTA (BEA)	BEA1. Crear empleo para otras personas	
	BEA2. Ser creativo e innovar	
	BEA3. Tener altos ingresos económicos	
	BEA4. Asumir riesgos calculados	
EVALUACIÓN DE LA CONSECUENCIA DE REALIZAR LA CONDUCTA (EEA)	BEA5. Ser mi propio jefe	
	EEA1. Enfrentarse a nuevos retos	
	EEA2. La creación de empleos para otras personas	
	EEA3. La creatividad e innovación	
	EEA4. Asumir riesgos calculados	

Elaborado propia.

En la **tabla N° 6** se describe la dimensión Actividad Emprendedora, la misma que muestra que el análisis estará direccionado a los aspectos generales de la intención emprendedora. Así también a las creencias que una persona tiene sobre las posibles

consecuencias o resultados de realizar un comportamiento específico; ejemplo si una persona cree que si deja intoxicarse le irá bien en su salud esto es un aspecto positivo, o también pensar que dejar de intoxicarse le dará ansiedad esto es un aspecto negativo; y así también evalúan sus decisiones y las consecuencias o resultados que generan.

Tabla 7 Sección 3 - Dimensión de la Norma Subjetiva

DIMENSIONES	INDICADORES	REFERENCIAS
NORMA SUBJETIVA EN GENERAL (SN)	SN1. Tener ideas nuevas y ser creativo es importante para él/ella. Le gusta hacer las cosas de manera propia y original	La norma subjetiva se refiere a la influencia que tiene el entorno, entendiéndose familiares, amigos, personas allegadas y referentes, en el comportamiento de consumo hacia este tipo de productos (Liza Ríos, 2018)
	SN2. Es importante para él/ella comportarse siempre correctamente.	
	SN3. Es importante para él/ella atender a las necesidades de los demás. Trata de apoyar a quienes conoce	
	SN4. Ser emprendedor es importante para él/ella. Le gusta arriesgarse y pone en marcha sus propios proyectos e ideas	
CREENCIAS NORMATIVAS (BSN)	BSN1. Mi familia directa (padres y hermanos)	
	BSN2. Mis amigos íntimos	
	BSN3. Mis compañeros o colegas	
MOTIVACIÓN PARA ACOMODARSE A LOS OTROS SIGNIFICATIVOS (MSN)	MSN1. La de mi familia directa (padres y hermanos)	
	MSN2. La de mis amigos íntimos	
	MSN3. la de mis compañeros o colegas	

Elaborado propia.

En la **Tabla N° 7** se describe la dimensión normas subjetivas representa la presión social o influencia de personas importantes para el encuestado; la misma desagrega 2 elementos, la creencia normativa, que son las percepciones que tiene el individuo sobre lo que las personas importantes para él/ella piensan que debería o no hacer con respecto a un comportamiento específico; y la motivación para cumplir, es el causal que tiene el individuo para actuar de acuerdo con las opiniones de esas personas importantes.

Tabla 8 Sección 3 - Dimensión de la Autoeficacia Emprendedora.

DIMENSIONES	INDICADORES	REFERENCIAS
AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA (ESE)	ESE1. Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	La autoeficacia se define como la capacidad o convicción personal que tiene el sujeto de poder ejecutar exitosamente la conducta requerida para actuar o producir un resultado racionalmente deseable, en una situación, actividad o
	ESE2. Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	
	ESE3. Negociar y mantener las relaciones favorables con potenciales inversores y bancos	

	ESE4. Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios	dominio determinado. (Bandura, 2006) La autoeficacia tiene como elemento central las percepciones que tiene el individuo de su capacidad de actuar y de controlar estas acciones. Desde la perspectiva de la teoría social cognitiva, la percepción de autoeficacia es uno de los factores personales que determinan la motivación y la ejecución. (Bandura, 2006)
	ESE5. Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa	
	ESE6. Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa	

Elaborado propia.

En la **tabla N° 8** se describe la dimensión Autoeficacia emprendedora, la misma se refiere a la creencia en las propias capacidades para iniciar y llevar a cabo con éxito las tareas y roles involucrados en el emprendimiento; esto permitirá observar el perfil del profesional desde su iniciativa y motivación para emprender.

Tabla 9 Sección 3 - Dimensión Intención Emprendedora.

DIMENSIONES	INDICADORES	REFERENCIAS
INTENCIÓN EMPRENDEDORA (EI)	EI1. Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día	Es un estado mental que las personas poseen en favor de optar por la creación de una nueva empresa o la creación de valor al interior de organizaciones existentes. Es el compromiso para desempeñar el comportamiento necesario para llevar a cabo una iniciativa emprendedora
	EI2. Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario	
	EI3. Tengo serias dudas sobre si algún día llegare a crear una empresa	
	EI4. Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	Es el estado mental conscientes que precede a la acción que dirige la atención hacia un objetivo, como comenzar un nuevo negocio. (Krueger, Jr. & Brazeal, 2018)
	EI5. Mi objetivo profesional es ser empresario	

Elaborado propia.

En la **tabla N° 9** se describe la dimensión Intención Emprendedora, la misma que puntualiza en la convicción que tiene la persona para iniciar un negocio y ser su propio jefe, con un rol de empresario para generar empleo.

Tabla 10 Sección 3 - Dimensión Valores categorizados por tipología según Schwartz

Dimensión	Referencia
V- Valores	<p>“Un valor es una concepción, explícita o implícita distintiva de un individuo o característica de un grupo, sobre lo deseable, que influye en la selección de las formas, medios y fines existentes de acción”. (Castro & Nader, 2006)</p> <p>Según Schwartz los valores asociados con la autonomía, el éxito, la innovación y la asunción de riesgos (autodirección, logro, estimulación, hedonismo) tienden a facilitar la intención emprendedora, mientras que los valores enfocados en la seguridad, la tradición y el mantenimiento del statu quo (seguridad, tradición, conformidad) pueden obstaculizarla.</p> <p>(Liñán & Chen, s. f.) sugieren que los valores personales influyen en la intención emprendedora a través de su impacto en las actitudes hacia el emprendimiento. Valores como la autodirección, el logro y la estimulación conducen a actitudes más positivas hacia comportamientos emprendedores.</p>

Indicador	Tipología de valores por Shalom Schwartz
V10. Es importante para él/ella tomar sus propias decisiones acerca de lo que hace.	Autodirección
V20. Cree que es importante interesarse en las cosas. Le gusta ser curioso y trata de entender toda clase de cosas	Autodirección
V31. Es importante para él/ella ser independiente. Le gusta arreglárselas solo	Autodirección
V11. Es muy importante para él/ella ayudar a la gente que lo rodea. Se preocupa por su bienestar	Benevolencia
V16. Es importante para él/ella ser leal a sus amigos. Se entrega totalmente a las personas cercanas a él/ella	Benevolencia
V33. Le es importante ser siempre amable con todo el mundo. Trata de no molestar o irritar nunca a los demás	Benevolencia
V6. Cree que las personas deben hacer lo que se les dice.	Conformidad
V8. Él/ella piensa que es importante no pedir más de lo que se tiene.	Conformidad
V19. Le importa que las cosas estén en orden y limpias. No le gusta para nada que las cosas estén hechas un lío	Conformidad
V35. Para él/ella es importante ser humilde y modesto. Trata de no llamar la atención	Conformidad
V5. Él/ella piensa que es importante hacer muchas cosas diferentes en la vida.	Estimulación
V14. Le gusta arriesgarse. Anda siempre en busca de aventuras	Estimulación
V27. Le gustan las sorpresas. Tener una vida llena de emociones es importante para él/ella	Estimulación
V9. Busca cualquier oportunidad para divertirse. Para él/ella es importante hacer cosas que le resulten placenteras	Hedonismo
V24. Disfrutar de los placeres de la vida es importante para él/ella. Le agrada “consentirse” a sí mismo	Hedonismo

V34. Él/ella realmente desea disfrutar de la vida. Pasárselo bien es muy importante para él/ella	Hedonismo
V3. Para él/ella es muy importante mostrar sus habilidades. Quiere que la gente lo admire por lo que hace	Logro
V12. Para él/ella es importante ser una persona muy exitosa. Le gusta impresionar a la gente	Logro
V22. Piensa que es importante ser ambicioso. Desea mostrar lo capaz que es	Logro
V29. Progresar en la vida es importante para él/ella. Se esfuerza en ser mejor que otros	Logro
V1. Para él/ella es importante ser rico. Quiere tener mucho dinero y cosas caras	Poder
V15. Para él/ella es importante mandar y decir a los demás lo que tienen que hacer.	Poder
V36. Siempre quiere ser el que toma las decisiones. Le gusta ser el líder	Poder
V4. Le importa vivir en lugares seguros. Evita cualquier cosa que pudiera poner en peligro su seguridad	Seguridad
V13. Es muy importante para él/ella la seguridad de su país.	Seguridad
V28. Tiene mucho cuidado de no enfermarse. Para él/ella es muy importante mantenerse sano	Seguridad
V32. Es importante para él/ella que haya un gobierno estable. Le preocupa que se mantenga el orden social	Seguridad
V18. Las creencias religiosas son importantes para él/ella. Trata firmemente de hacer lo que su religión le manda	Tradición
V23. Cree que es mejor hacer las cosas de forma tradicional.	Tradición
V25. Cree que debe respetar siempre a sus padres y a las personas mayores. Para él/ella es importante ser obediente	Tradición
V2.- Piensa que es importante que a todos los individuos del mundo se les trate con igualdad.	Universalismo
V7. Le parece importante escuchar a las personas que son distintas a él/ella.	Universalismo
V17. Cree firmemente que las personas deben proteger la Naturaleza. Le es importante cuidar el medio ambiente	Universalismo
V21. Cree que todos los habitantes de la Tierra deberían vivir en armonía.	Universalismo
V26. Desea que todos sean tratados con justicia, incluso las personas a las que no conoce.	Universalismo
V30. Para él/ella es importante perdonar a la gente que le ha hecho daño.	Universalismo
V37. Le es importante adaptarse a la naturaleza e integrarse en ella. Cree que la gente no debería alterar la naturaleza	Universalismo

Elaborado propia.

En la **tabla N° 10** se describe la dimensión de los valores, y estos representan las creencias y principios fundamentales que guían las decisiones y acciones de un individuo; es decir se pretende recopilar información de los encuestados y caracterizar sus decisiones a través de los valores que resaltan en su personalidad; los valores que

resumen el cuestionario se resaltan los valores de realización es decir lo que representan sus logro personal y desarrollo; así también se refleja los valores sociales haciendo referencia a su intención de ayudar a la sociedad, así también muestra valores de autonomía donde refleja libertad e independencia en sus decisiones, es decir la teoría de Schwartz proporcionará una fuente teórica sólida la misma que permitirá comprender la estructura, el contenido y las relaciones entre los valores humanos básicos, así como sus antecedentes motivacionales universales y sus consecuencias actitudinales y conductuales de las personas a encuestarse.

3.4 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

A partir de la información recopilada de las variables macroeconómicas, así también de la información recopilada a través de la aplicación del instrumento donde se ha identificado las hipótesis a validar y que ha surgido a través de la revisión de la literatura para identificar la teoría propuesta de la investigación; por lo cual se presenta la propuesta a comprobarse en cuánto a la veracidad de todas las afirmaciones realizada, el mismo que tendrá la siguiente presentación utilizando estadística descriptiva y correlacional que se detallan a continuación:

3.4.1 Análisis Descriptivo de las Variables

Para el análisis descriptivo de la información demográfica se utilizará el software estadístico JASP 0.18.3, donde se calcularán medidas de tendencia central (media, mediana) y de dispersión (desviación estándar), así como distribuciones de frecuencia, porcentajes y gráficos (histogramas, diagramas de barras, etc.) que permitan describir las características de la muestra de profesionales encuestados.

Así también se complementará el análisis con la interpretación del comportamiento de variables económicas expresadas en el Reporte Global de Monitoreo de la Actividad Emprendedora (Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en el Boletín del Banco Central del Ecuador, y estadística reportada en el portal de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación del Ecuador (SENESCYT)

3.4.2 Modelo de Ecuaciones Estructurales - SEM

Los modelos de ecuaciones estructurales (Structural Equation Modeling, SEM) son una rama de los modelos estadísticos multivariantes y permiten estimar las relaciones entre múltiples variables (Ruiz et al., 2010).

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

El modelo SEM ayuda a examinar simultáneamente una serie de relaciones de dependencia y los efectos de unas variables sobre otras, como su relación e incidencia. El objetivo de estos modelos es integrar y analizar múltiples ecuaciones lineales, identificando variables dependientes e independientes dentro del sistema. De manera general, los SEM permiten inicialmente crear modelos del error de medida. Posteriormente, incorporan constructos inobservables (variables latentes y variables teóricas no observadas). Además, confronta el conocimiento a priori e hipótesis con datos empíricos, por lo que estos modelos son más confirmatorios que exploratorios (Idrovo Poveda et al., 2020)

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

El principal aporte que realiza SEM es que ayuda al investigador a evaluar modelos teóricos, siendo una de las herramientas más potentes para el estudio de relaciones causales. Estos modelos contribuyen a seleccionar hipótesis causales relevantes, eliminando aquellas no sustentadas por la evidencia empírica (Teresa et al., 2016)

El modelo teórico de la presente investigación utilizará ecuaciones estructurales con el método de mínimos cuadrados fraccionarios (PLS-SEM) (Teresa et al., 2016); donde se realizará un contraste de las hipótesis identificadas en el modelo para determinar si los constructos influyen directa y significativamente en la intención emprendedora.

El modelo diseñado será validado bajo la revisión de la consistencia compuesta, la legitimidad convergente y discriminante, y sus medidas de Adecuación del Modelo. El software utilizado en la presente investigación es Warp-PLS 8.0 (ScriptWarp Systems, P.O. Box 452428, Laredo, Texas, 78045 USA); www.scriptwarp.com

CAPÍTULO 4
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN E
INTERPRETACIÓN

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN E INTERPRETACIÓN

4.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO

En años recientes, el desempeño económico de Ecuador se ha visto perjudicado por diversos factores adversos, como los elevados índices delictivos y la extendida inseguridad ciudadana. Luego de experimentar un crecimiento del 3% en 2022, el Producto Interno Bruto ecuatoriano registró una contracción en el primer trimestre de 2023. Si bien la dolarización de su economía la resguarda en gran medida de los vaivenes inflacionarios, los empresarios de ese país continúan enfrentando un aumento en sus costos operativos. Además, se calcula que más de la mitad del empleo total se ubica en el sector informal o economía sumergida.

Buscando incentivar la formalización de las actividades empresariales al facilitar los trámites de constitución y promover su incorporación a la economía formal, en 2020 el gobierno ecuatoriano promulgó la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación y la Ley de Sociedades por Acciones Simplificadas. Desde entonces, se han establecido más de 6.000 sociedades por acciones simplificadas en el país. Por lo antes expuesto se presenta el siguiente análisis descriptivo de las variables macroeconómicas que fundamentan la presente investigación y se explican a continuación:

4.1.1 VARIABLES DEL GLOBAL ENTREPRENEUR MONITOR (GEM) ECUADOR

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (Schwartz, 2006) es un estudio de alcance internacional que se encarga de medir anualmente los niveles de actividad emprendedora en distintos países, analizando los factores que estimulan o limitan la creación de nuevas empresas.

El Reporte del GEM recopila información relevante de los emprendedores como son sus actitudes, actividades y expectativas sobre los emprendimientos, siendo un instrumento para aportar a futuras investigaciones y permita diseñar políticas públicas y programas que fomenten el espíritu empresarial en las naciones participantes. A continuación, se profundizará los resultados relevantes de la investigación realizada en el GEM y cómo estos resultados pueden influenciar en el presente estudio de investigación, y se detallan a continuación:

Tabla 11 Actitudes y percepciones del público

	% Adultos
Conocer alguien que ha creado un negocio en los últimos dos años	65.60%
Hay buenas oportunidades para crear una empresa en la zona donde vivo	54.30%
En mi país es fácil empezar un negocio	46.50%
Disponer de los conocimientos habilidades y experiencia para un negocio	75.10%
Miedo al Fracaso (Oportunidad)	31.70%
Intención de Emprender	57.40%

Fuente Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2023/2024.

Elaboración Propia

En la **tabla 11** referente a la actitud y percepción del público se puede resumir que la percepción de “**Conocer a alguien que ha creado un negocio en los últimos dos años**” el 65.6% de las personas conocen a alguien que ha iniciado un negocio recientemente. Estos resultados motivan a otros usuarios a iniciar una actividad emprendedora. Así también el indicador “**Hay buenas oportunidades para crear una empresa en la zona donde vivo**” explica que un 54.3% de los encuestados perciben que existen buenas oportunidades para emprender un negocio en su área de residencia; esto puede ser un factor clave y positivo para impulsar la actividad emprendedora.

Además, el 46.5% de las personas consideran que “**En mi país es fácil empezar un negocio**”, sin embargo, el inicio de un negocio se presentan desafíos y barreras, pero siempre tener un pensamiento positivo para iniciar la actividad emprendedora. El 75.1% de los encuestados indican que “**Disponen de los conocimientos, habilidades y experiencia necesaria para iniciar un negocio**”. Esto demuestra el dominio de los conocimientos y la confianza que tiene la persona en tomar el riesgo de emprender ante toda adversidad.

El 31.7% manifiesta tener “**Miedo al fracaso**”, lo que podría frenar sus intenciones de emprender, esto se presenta por la situación económica del país, barreras en financiamiento, riesgos naturales entre otros factores. A pesar de tener miedo al fracaso un 57.4% de las personas encuestadas tienen “**Intención de emprender**” esto demuestra su disposición de asumir el riesgo y tener motivación para emprender.

Tabla 12 Impacto Empresarial

	% Adultos
Expectativas de empleo (espera emplear a seis o más personas dentro de cinco años)	1.90%
	% TEA
Internacional (más del 25% de ingresos)	1.00%
Considerar siempre impacto social	65.10%
Considerar siempre impacto medioambiental	67.60%
Industria (% TEA en servicios a empresas)	3.70%

Fuente Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2023/2024.

Elaboración Propia

En la **Tabla 12** referente al impacto empresarial expresa que las expectativas de los emprendedores para generar nuevos empleos es tan solo el 1.9% teniendo un estándar de contratar de seis o más personas en los próximos cinco años, esto explica que a largo plazo los negocios son empresas pequeñas o microempresas con poco potencial de generar un gran número de empleos. Además, solo el 1% de los emprendimientos tienen una orientación internacional con más del 25% de sus ingresos provenientes de mercados extranjeros. Esto indica que la gran mayoría de los nuevos negocios se enfocan en el mercado doméstico y no tienen un impacto significativo en términos de exportaciones o internacionalización.

Así también los emprendedores muestran conciencia y consideración hacia los impactos sociales y ambientales de sus actividades. El 65.1% de los emprendedores considera siempre el impacto social de sus negocios, mientras que el 67.6% toma en cuenta el impacto ambiental, esto puede tener un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente a través de prácticas empresariales sostenibles y conscientes. Finalmente, cabe mencionar que solo el 3.7% de los nuevos emprendimientos se encuentran en el sector de servicios a empresas, lo que indica que la mayoría de las actividades empresariales se concentran en otros sectores económicos, como el comercio, la manufactura o los servicios al consumidor.

Tabla 13 Motivación para emprender

	% TEA
Marcar la diferencia en el mundo	42.70%
Crear una gran riqueza o unos ingresos muy elevados	40.20%
Continuar una tradición familiar	41.00%
Para ganarse la vida porque escasean los empleos	90.80%

Fuente Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2023/2024.

Elaboración Propia

En la **Tabla 13** referente a la motivación de emprender es notable observar que el 42.7% del grupo de encuestados están dispuestos a "marcar la diferencia en el mundo" siendo una proporción similar al 40.2% que busca "crear una gran riqueza o unos ingresos muy elevados". Esto refleja que, si bien hay quienes persiguen un impacto positivo en la sociedad, también hay un fuerte incentivo económico detrás de la decisión de emprender.

Además, un 41% de los emprendedores están motivados por "continuar una tradición familiar", lo que sugiere que el espíritu empresarial se transmite de generación en generación en muchos casos. Esto puede ser un factor cultural importante que fomenta el emprendimiento, sin embargo, hay que evaluar la viabilidad de las empresas familiar y su crecimiento económico.

Sin embargo, se puede observar que otra motivación para emprender nace de la necesidad por la falta de empleos estables denominado "ganarse la vida porque escasean los empleos", donde el 90.8% de los emprendedores impulsados por esta razón.

Tabla 14 Cambios recientes en los ingresos de los hogares y su relación al entorno laboral

	% Adultos
La renta de los hogares ha disminuido en 2023	51.50%

	% TEA
Crear una empresa es más difícil que hace un año	67.90%
Utilizar más la tecnología digital para vender productos o servicios	56.50%
Buscar nuevas oportunidades debido a la pandemia	36.50%

Fuente Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2023/2024.

Elaboración Propia

En la **Tabla 14** se observa que más de la mitad de los hogares el 51.5% han experimentado una disminución en sus ingresos durante el año 2023. Este dato es preocupante, ya que sugiere que muchas familias están enfrentando dificultades económicas y una reducción en su poder adquisitivo.

Esta situación parece estar relacionada con un entorno laboral desafiante, ya que el 67.9% de los encuestados considera que crear una empresa es más difícil que hace un año. Esto implica que las condiciones para el emprendimiento se han vuelto más complicadas, lo que puede ser un factor que contribuye a la disminución de los ingresos familiares.

Sin embargo, ante este panorama adverso, se observa una tendencia hacia la adopción de nuevas estrategias empresariales. El 56.5% de los encuestados afirma que están utilizando más la tecnología digital para vender productos o servicios. Esta digitalización podría ser una respuesta para adaptarse a los cambios en el mercado y buscar nuevas formas de generar ingresos.

Tabla 15 Actividad Económica, por Género.

	TEA (Actividad empresarial inicial total)	EBO (Propiedad de empresas establecidas)
% Adultos	32.70%	24.00%
% Masculino	33.40%	21.10%
% Femenino	31.90%	26.80%

Fuente Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2023/2024.

Elaboración Propia

En la **Tabla 15** se muestra las tasas de Actividad Empresarial Inicial Total (TEA) y Propiedad de Empresas Establecidas (EBO) desagregadas por género. En cuanto al TEA, representa a los adultos involucrados en emprendimientos nacientes o nuevos negocios, observamos que el 32.7% del total de adultos se encuentra en esta etapa, y que los hombres representan el 33.4% y las mujeres el 31.9%. Esto sugiere que, si bien las mujeres también muestran una alta participación en el emprendimiento inicial, los hombres tienen una leve ventaja en este indicador.

Por otro lado, en cuanto a la Propiedad de Empresas Establecidas (EBO), que representa a los adultos propietarios de negocios consolidados y con más de 3.5 años de operación explica que el 24% del total de adultos se encuentra en esta categoría, pero las mujeres muestran una tasa más alta de participación con el 26.8% en comparación con los hombres que representa el 21.1%; siendo así que los hombres tienden a involucrarse más en los emprendimientos iniciales, y las mujeres tienen una mayor capacidad para consolidar y sostener sus negocios a largo plazo. El análisis de ambas tasas refleja una cultura emprendedora sólida y una participación activa de ambos géneros en la actividad empresarial.

Tabla 16 Valoración de los Expertos sobre las condiciones del Marco Empresarial

	%
A1. Financiación empresarial	2.90%
A2. Facilidad de acceso a la financiación empresarial	3.50%
B1. Política gubernamental - Apoyo y relevancia	3.10%
B2. Política gubernamental - Impuestos y burocracia	4.00%
C. Programas empresariales del gobierno	3.20%
D1. Educación empresarial en la escuela	3.00%
D2. Educación empresarial postescolar	4.80%
E. Transferencias de investigación y desarrollo	2.60%
F. Infraestructura comercial y profesional	4.40%
G1. Facilidad de entrada - Dinámica del mercado	4.40%
G2. Facilidad de entrada - Cargas y normativas	3.80%
H. Infraestructura física	6.30%
I. Normas sociales y culturales	5.10%

Fuente Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2023/2024.

Elaboración Propia

En la **Tabla 16** según la valoración de los expertos sobre las políticas públicas en el marco empresarial se observa que la mayoría de los factores evaluados obtienen puntuaciones moderadas o bajas, donde se identifican importantes áreas de mejora en el entorno empresarial.

Uno de los aspectos mejor valorados es la Infraestructura física con el 6.3%, lo que indica que se considera adecuada para apoyar las actividades empresariales. Esto es una fortaleza importante, ya que contar con una buena infraestructura facilita el desarrollo de los negocios. Otro factor que destaca positivamente son las Normas sociales y culturales con el 5.1%, lo que sugiere que existe un ambiente social y cultural propicio para el emprendimiento, donde se valora y apoya la actividad empresarial.

Sin embargo, los aspectos relacionados con el financiamiento empresarial reciben puntuaciones muy bajas, tanto la Financiación empresarial con un 2.9% como la Facilidad de acceso a la financiación empresarial con un 3.5% son valoradas de manera negativa por los expertos. Esto indica que el acceso al capital y la disponibilidad de financiamiento son desafíos importantes que enfrentan los emprendedores.

Además, otros factores que obtienen calificaciones bajas son la Política gubernamental - Apoyo y relevancia con 3.1%, los Programas empresariales del gobierno 3.2% y la Educación empresarial en la escuela con 3%. Esto sugiere que los expertos consideran que el gobierno no está brindando el apoyo y los programas adecuados para fomentar el emprendimiento, y que la educación empresarial desde los niveles escolares es insuficiente y a nivel superior, aún hay mucho por mejorar en los niveles educativos más tempranos.

4.1.2 VARIABLES MACROECONÓMICAS

Las variables macroeconómicas son fundamentales para comprender el panorama económico general, identificar tendencias, formular políticas y tomar decisiones a nivel gubernamental, empresarial y personal. Algunas de las variables macroeconómicas clave son el Producto Interno Bruto (PIB), que mide el valor total de los bienes y servicios producidos en un país durante un período determinado; la inflación, que representa el aumento generalizado de los precios de bienes y servicios; las tasas de empleo y desempleo, que reflejan la situación del mercado laboral; y los indicadores de comercio exterior, como las exportaciones e importaciones. En alcance a la presente investigación se analizar las variables mencionados con la finalidad de profundizar la influencia que tienen sobre los emprendimientos en el Ecuador y cómo esto podría afectar.

Tabla 17 Evolución del Producto Interno Bruto - Ecuador

Año	Producto Interno Bruto Millones de USD (*) (2018=100)	Tasa de Variación Anual
2020	\$ 97,703,767	-9.20%
2021	\$ 107,296,731	9.80%
2022	\$ 113,934,256	6.20%
2023	\$ 116,617,656	2.40%

Fuente Banco Central del Ecuador.

Elaboración Propia

En la **Tabla 17** muestra el Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador para los años 2020 a 2023; siendo así que, en el año 2020, se registró una caída significativa del 9.20% en el PIB con respecto al año base 2018, lo que sugiere un impacto económico negativo, posiblemente relacionado con la pandemia de COVID-19, Mientras que, en el año 2021, se observó una recuperación importante del 9.80% siendo un indicador positivo para la economía del País. Durante el año 2022 se observa crecimiento moderado alrededor del 6.20%, siendo un indicador de recuperación económica positiva, pero en el año 2023 se aprecia un crecimiento más lento del 2.40% en el PIB, lo que podría indicar una

desaceleración en el ritmo de la expansión económica debido a la situación actual de inseguridad, falta de empleo y económica general que tiene el país.

Tabla 18 Inflación del Ecuador

Año	Inflación Variación % Anual
2020	-0.30%
2021	0.10%
2022	3.50%
2023	2.20%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración Propia

En la **tabla 18** muestra las tasas de inflación anuales del Ecuador durante el período de 2020 a 2023, esto hace relación al índice de precios del consumidor y su incidencia en la economía de las familias. Se puede observar que, en el año 2020, la tasa de inflación fue negativa en -0.30%, lo que indica una deflación o disminución general de los precios. Esto pudo haber sido causado por una disminución en la demanda debido a factores como la pandemia de COVID-19; mientras que, en el año 2021, la tasa de inflación fue positiva en 0.10%, lo que podría indicar que existió una estabilidad de precios. En 2022, la tasa de inflación aumentó considerablemente a 3.50%, lo que implica un incremento significativo en el nivel general de precios. Esta aceleración de la inflación pudo deberse a diversos factores, como presiones de costos, disrupciones en la cadena de suministro o un aumento en la demanda.

En 2023, la tasa de inflación disminuyó a 2.20%, pero se mantuvo en un nivel relativamente alto. Esto indica que, aunque la inflación se moderó en comparación con el año anterior, los precios continuaron aumentando a un ritmo considerable. En resumen, el comportamiento de la variación anual de la inflación debe ser un indicador de análisis para establecer políticas económicas que permitan controlar la base de los precios para el consumo y así no afectar fuertemente la economía de los hogares del Ecuador.

Tabla 19 Exportaciones del Ecuador

Año/	Exportaciones Millones de USD (*) (2018=100)	Tasa de Variación Anual
2020	\$ 25,515,044	-3.90%
2021	\$ 27,916,104	9.40%
2022	\$ 29,950,821	7.30%
2023	\$ 30,648,512	2.30%

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Elaboración Propia

A partir de los datos proporcionados en la **tabla 19** sobre las exportaciones realizadas por el Ecuador durante el período 2020-2023, se pueden observar el impacto de la pandemia en el año 2020 donde las exportaciones ecuatorianas registraron una caída del 3.90% con respecto al año base 2018; dicha disminución probablemente se debió al impacto económico global de la pandemia de COVID-19, que afectó la demanda internacional y las cadenas de suministro. En el año siguiente se puede observar que las exportaciones mostraron una sólida recuperación con un crecimiento del 9.40%.

Esto sugiere una mejora en la actividad económica mundial y un mayor dinamismo en los mercados de exportación. Así en el año 2022 las exportaciones presentaron un crecimiento moderado más lento del 7.30%; esto podría reflejar una desaceleración en la demanda global o la persistencia de algunos desafíos logísticos y de cadena de suministro. Para el año 2023, las exportaciones tan solo incrementaron en un 2.30%, lo que representa una desaceleración significativa en comparación con los años anteriores. Esta tendencia podría estar influenciada por factores como la incertidumbre económica global, tensiones geopolíticas o una menor demanda de los principales socios comerciales de Ecuador.

Es así que el Gobierno debería evaluar la necesidad de implementar medidas de política económica y comercial para impulsar y diversificar las exportaciones, así como fortalecer la competitividad de los productos ecuatorianos en los mercados internacionales, recordar que es un factor clave para determinar el indicador del Producto Interno Bruto.

Tabla 20 Importaciones del Ecuador

Año	Importaciones Millones de USD (*) (2018=100)	Tasa de Variación Anual
2020	\$ 21,712,112	-18.30%
2021	\$ 26,381,910	21.50%
2022	\$ 29,140,430	10.50%
2023	\$ 28,877,099	-90.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Elaboración Propia

En la **tabla 20** se muestra el comportamiento de las importaciones que mantuvo el Ecuador durante el período 2020-2023; siendo así que durante el año 2020 se observa una caída de las importaciones del 18.30% en relación con el año base 2018; esta disminución es un causal ocasionado por la pandemia de COVID-19, que provocó disrupciones en las cadenas de suministro globales, restricciones de movimiento y una

menor demanda interna. Durante el año 2021, las importaciones mostraron un crecimiento del 21.50%, siendo un factor clave la reactivación económica y el aumento de la demanda interna tras el levantamiento gradual de las medidas de confinamiento.

Durante el año 2022, el crecimiento de las importaciones se mantuvo positivo, aunque a un ritmo más moderado del 10.50%. Con respecto al año 2023, los datos muestran que el valor de las importaciones alcanzó los \$28,877,099 millones de dólares, registrando una tasa de variación anual de -0.90% en comparación con el año anterior.

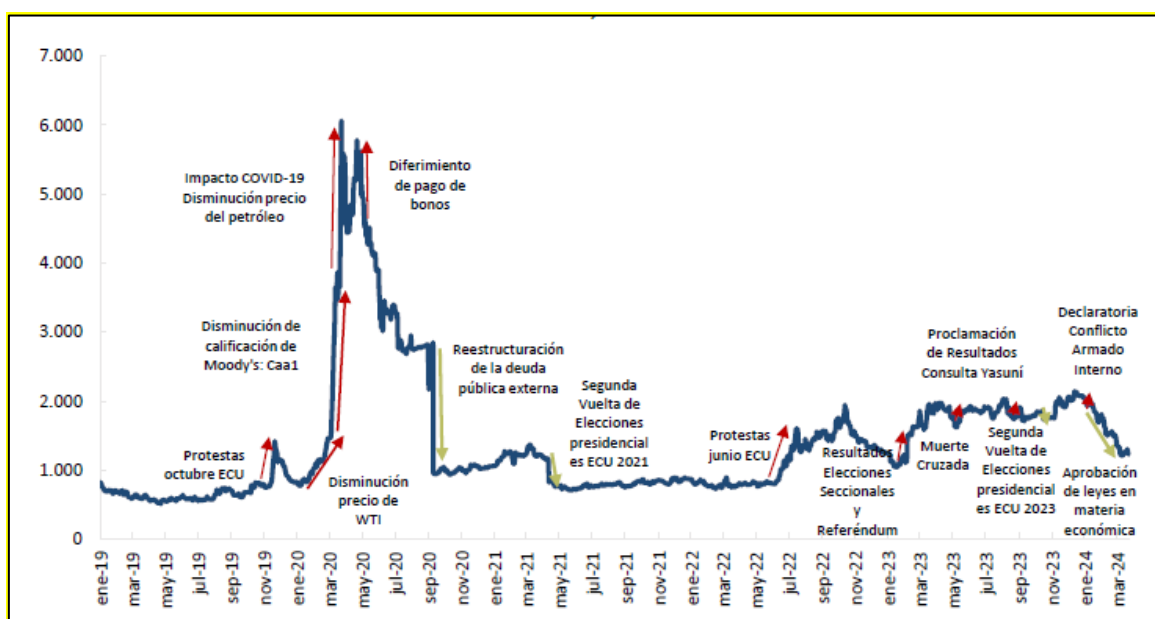


Ilustración 3 Evolución del Riesgo País Ecuador
Fuente: Banco Central del Ecuador

En la **Ilustración 3** se observa el riesgo país del Ecuador; como lo indican varios autores el riesgo país es la medida de la probabilidad de que un país deudor no pueda hacer frente a sus obligaciones de pago de deuda externa; con esta conceptualización se puede explicar el comportamiento que ha tenido el riesgo país del Ecuador haciendo resalte a la línea de tiempo y los acontecimientos presentados que han incidido en el incremento o disminución del riesgo país, tales como el impacto de COVID-19 en la economía ecuatoriana, disminución en la calificación crediticia de las evaluadores de riesgo externo como Moody's y S&P, el refinanciamiento de la deuda externa, eventos políticos, sociales siendo también de impacto sobre la percepción del riesgo país.

Tabla 21 Mercado Laboral

Año	Tasa de Variación Anual			
	2020	2021	2022	2023
Tasa de Participación Global	67.30%	66.00%	65.90%	64.70%
Tasa de Desempleo	4.20%	5.20%	4.40%	3.80%
Tasa de Empleo	95.80%	94.80%	95.60%	96.20%
Tasa de Empleo Adecuado	38.30%	32.50%	34.40%	36.30%
Tasa de Subempleo	18.20%	23.20%	22.20%	19.60%
Tasa de otro empleo no pleno	27.40%	27.20%	28.80%	30.20%
Tasa de empleo no remunerado	11.50%	11.10%	9.90%	9.90%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaboración Propia

A continuación, se observa en la **Tabla 21**, se observa el comportamiento del mercado laboral en el Ecuador donde se han considerado indicadores como la Población en Edad de Trabajar (PET) y la Población Económicamente Activa (PEA) para el cálculo de la tasa de participación global; resumiendo que la tasa de Participación Global (TPG) se situó en 64,7%, para el año 2023 y que es inferior en 1,2 puntos porcentuales a la registrada en 2022, en análisis de los años anteriores la más baja esto explica que a pesar que existan personas ya en edad para trabajar compréndase mayores de edad tan solo un porcentaje está generando ingresos para sus hogares.

En consecuencia, de esto, se puede apreciar la línea de tendencia de la tasa de empleo se ha sostenido en el tiempo desde el 2020 al 2023, a pesar de haber existido una recesión económica por la situación mundial en el 2019, esto explica que el margen de personas empleadas con un contrato estable es del 96.2%, mientras que tan solo el 3.80% no han logrado obtener un empleo; cabe indicar que el tener empleo no necesariamente está acorde a su formación profesional, habilidades y cualificaciones; siendo así que la tasa de empleo adecuado solo se muestra en el 36,30% para el año 2023; como también existe el subempleo donde las personas trabajan menos horas o es un empleo que no valora sus cualificaciones y subutilizan su potencial laboral y que representa el 19,60% de la población, así también otro tipo de empleo no idóneos para la economía del hogar, y también el porcentaje de amas de casa que representa el 9,90%

4.1.3 VARIABLES DEL MODELO PROPUESTO

4.1.3.1 Análisis de distribución de Frecuencias

En esta sección, se presentará un análisis descriptivo detallado de las principales variables demográficas consideradas en el estudio. Estas variables incluyen aspectos como género, edad, nivel educativo, estado civil, situación laboral, entre otras. El objetivo es proporcionar una caracterización precisa de la muestra, lo cual facilitará una mejor interpretación de los resultados posteriores. Las variables demográficas brindan información valiosa sobre la composición de la población analizada y permiten contextualizar adecuadamente los hallazgos obtenidos; a continuación, se analiza las variables objeto de la investigación:

Tabla 22 Análisis Descriptivo Variable SEXO

Categoría			
Variable	Opciones de Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SEX01 Sexo:	1. Hombre	323	73.58%
	2. Mujer	116	26.42%

Elaboración Propia

La **Tabla 24** muestra los resultados de la variable SEXO con dos opciones de respuesta: "1. Hombre" y "2. Mujer". De un total de 439 encuestados, 323 respondieron ser hombres, lo que representa el 73.58% del total. Por otro lado, 116 encuestados respondieron ser mujeres, equivalente al 26.42% restante. En resumen, los resultados muestran una presencia mayoritaria del género masculino en el grupo estudiado.

Tabla 23 Análisis Descriptivo Variable EDAD según el GÉNERO

Categoría				Hombre		Mujer	
Variable	Opciones de Respuesta	Frecuencia	% Grupo	Frecuencia	%	Frecuencia	%
ED01 Edad:	1. Entre 18 y 25 años	-	-	-	-	-	-
	2. Entre 26 y 30 años	42	9.57%	32	9.91%	10	8.62%
	3. Entre 30 y 39 años.	78	17.77%	59	18.27%	19	16.38%
	4. Entre 40 y 49 años.	233	53.08%	176	54.49%	57	49.14%
	5. Entre 50 y 59 años.	86	19.59%	56	17.34%	30	25.86%
	6. Más de 60 años	-	-	-	-	-	-

Elaboración Propia

En la **Tabla 22** presentada se enfoca en la variable demográfica EDAD de la muestra objeto de la investigación. La distribución de frecuencias revela que el grupo etario predominante se encuentra entre los 40 y 49 años, representando el 53.08% de la muestra. Le siguen los rangos de 30 a 39 años con un 17.77%, y de 50 a 59 años con un 19.59%. El grupo de 26 a 30 años constituye el 9.57% restante. No se observan encuestados que tengan una edad promedio menor a 26 años ni mayores de 60 años. Esta caracterización indica que la muestra de estudio comprende a un grupo de adultos en edad y que pueden ser usuario con economía activa. Así también en el análisis se puede complementar la relación por género 1. hombres y 2. mujeres, el rango de edad "Entre 40 y 49 años" es el más frecuente. El rango "Entre 50 y 59 años" tiene un porcentaje más alto entre las mujeres (25.86%) que entre los hombres (17.34%).

Tabla 24 Análisis Descriptivo Variable ESTADO CIVIL

	Categoría		
Variable	Opciones de Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
EC01 Estado Civil:	1. Soltero(a)	21	4.78%
	2. Casado (a)	94	21.41%
	3. Unión Libre	10	2.28%
	4. Divorciado(a)	110	25.06%
	5. Separado(a)	204	46.47%
	6. Viudo(a)	0	0.00%

Elaboración Propia

En la **Tabla 23** se enfoca en la variable ESTADO CIVIL, donde explica que la mayoría de los encuestados, 204 personas que representan el 46.47%, respondieron que su estado civil es "Separado(a)". La segunda opción más seleccionada fue "Divorciado(a)" con 110 respuestas, equivalente al 25.06% de los encuestados. Sumando los porcentajes de "Separado(a)" y "Divorciado(a)", se obtiene que el 71.53% de los encuestados se encuentran en una situación de ruptura matrimonial. Por otro lado, 94 personas (21.41%) indicaron estar "Casado(a)", mientras que solo 21 personas (4.78%) se identificaron como "Soltero(a)". Esto muestra que un grupo pequeño de los encuestados se encuentra en una relación matrimonial actualmente o nunca han contraído matrimonio. Además, 10 personas (2.28%) seleccionaron la opción "Unión Libre", que representa una minoría en comparación con las otras opciones. En general, los datos muestran una alta prevalencia de personas separadas o divorciadas en comparación con las personas casadas, solteras o en unión libre dentro del grupo encuestado.

Tabla 25 Análisis Descriptivo Variable SITUACIÓN LABORAL

Variable	Categoría		
	Opciones de Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SILA01 ¿Cuál es su Situación Laboral?	1. Empleado público	6	1.37%
	2. Empleado privado	146	33.26%
	3. Profesional Independiente	285	64.92%
	4. Empleado(a) Doméstico(a)	1	0.23%
	5. Desempleado	1	0.23%
	6. Jubilado	-	-

Elaboración Propia

La **Tabla 25** analiza la situación laboral de un grupo de personas encuestadas de los cuales el 64.92%, reportaron ser profesionales independientes mientras que un porcentaje significativo, el 33.26%, indicó ser empleado del sector privado. Por otro lado, las cifras muestran una baja representación de empleados públicos (1.37%), empleados domésticos (0.23%) y personas desempleadas (0.23%) dentro del grupo estudiado. Cabe destacar que no se reportan datos para la categoría de jubilados.

En resumen, los resultados reflejan una clara tendencia hacia el trabajo independiente y el empleo en empresas privadas, dejando entrever que la mayoría de los encuestados pertenece a estas dos categorías laborales. Las demás situaciones, como empleo público, doméstico o desempleo, tienen una presencia minoritaria según los números obtenidos.

Tabla 26 Análisis Descriptivo Variable TIPO DE ESTUDIANTE

Variable	Categoría		
	Opciones de Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
TIPE01 ¿Qué tipo de estudiante era durante sus estudios universitarios?	1. Estudiante Regular	423	96.36%
	2. Estudiante Homologante	16	3.64%

Elaboración Propia

La **Tabla 26** muestra los resultados a la pregunta: tipo de estudiante que eran los encuestados durante sus estudios universitarios con dos opciones de respuesta: "1. Estudiante Regular" y " 2. Estudiante Homologante". Se puede observar que, 423 personas que representan el 96.36% de los encuestados, respondieron que eran "Estudiantes Regulares" durante su formación universitaria. Esta categoría hace referencia a aquellos estudiantes que cursaron sus estudios de manera convencional, avanzando de un año académico al siguiente de forma consecutiva.

Por otro lado, solo 16 personas, equivalentes al 3.64% restante, indicaron ser "Estudiantes Homologantes". Este término se refiere a aquellos estudiantes que

realizaron un proceso de homologación o convalidación de estudios previos para ingresar o avanzar en su carrera universitaria. En conclusión, los datos revelan una marcada predominancia de los "**Estudiantes Regulares**" en comparación con una pequeña minoría de "**Estudiantes Homologantes**" dentro del grupo encuestado. Esto sugiere que la gran mayoría de los participantes siguieron un recorrido académico universitario tradicional, sin necesidad de homologar o convalidar estudios anteriores.

Tabla 27 Análisis Descriptivo Variable NIVEL DE ESTUDIO

Variable	Categoría		Frecuencia	Porcentaje
	Opciones de Respuesta			
NES01 ¿Cuál es su nivel de estudio superior obtenido?	1. Estudios Superiores de Tercer Nivel (grado)		425	96.81%
	2. Estudios Superiores de Cuarto Nivel (posgrado)		14	3.19%

Elaboración Propia

La **Tabla 27** analiza el nivel de estudios superiores obtenido por los encuestados, presentando dos opciones de respuesta: "1. Estudios Superiores de Tercer Nivel (grado)" y "2. Estudios Superiores de Cuarto Nivel (posgrado)". De la aplicación del cuestionario 425 personas que representan el 96.81%, indicaron haber alcanzado el nivel de "Estudios Superiores de Tercer Nivel (grado)". Esta categoría se refiere típicamente a los estudios universitarios de pregrado o licenciatura.

Por otro lado, solo 14 personas, equivalentes al 3.19% restante, respondieron haber obtenido "Estudios Superiores de Cuarto Nivel (posgrado)". Esta opción comprende los estudios de posgrado, como maestrías, especializaciones o doctorados. En resumen, la mayoría de los encuestados han obtenido un título de pregrado o licenciatura como su máximo nivel de estudios superiores.

4.1.3.2 Análisis Estadístico Descriptivo Variables Demográficas

Tabla 28 Análisis de tendencia central

	Moda
EC01 Estado Civil	5.000 ^a
SEX01 Sexo	1.000 ^a
ED01 Edad	4.000 ^a
TIPE01 Tipo de Estudiante	1.000 ^a
NES01 Nivel de Estudio superior	1.000 ^a
SILA01 Situación Laboral	3.000 ^a

Elaboración Propia

En la **tabla 28** muestra el análisis de tendencia central de la variable "Estado Civil", donde la moda muestra el valor de mayor repetición que es 5; Esto explica que la mayoría de los individuos en el estudio se encuentran en una categoría específica de estado civil, en este caso "Separado".

Así también refleja que el género predominante de la muestra de la investigación es "Hombre"; el rango de edad más común se encuentra "Entre 40 y 49 años" y que la mayoría de los encuestados indican que eran "Estudiantes Regulares" durante sus estudios universitarios, es decir iniciaron y terminaron su carrera en una única institución, y la mayoría de los encuestados indican que han ostentando el nivel de estudios superior de Tercer Nivel (grado)". Referente a su situación laboral predomina la más común "Profesional Independiente".

Tabla 29 Análisis Estadístico Descriptivo variable: ACTITUD EMPRENDEDORA

	Media	Desviación Típica	Varianza
EA1 Enfrentarme a nuevos desafíos:	6.590	0.570	0.325
EA2 Altos ingresos económicos:	6.453	0.610	0.372
EA3 Ser independiente (tu propio jefe):	6.551	0.602	0.362

Elaboración Propia

En la **tabla 29** se muestra el análisis de medidas de dispersión y tendencia central de la variable ACTITUD EMPRENDEDORA, donde La variable EA1 tiene una media relativamente alta (6.590), lo que sugiere que las personas encuestadas valoran bastante enfrentarse a nuevos desafíos. Sin embargo, tiene la desviación típica y varianza más bajas (0.570 y 0.325 respectivamente), lo que indica que hay menos dispersión en las respuestas y las personas valoran más estas características de la actitud emprendedora.

La variable EA2 tiene la media más baja (6.453), lo que indica que los altos ingresos económicos son ligeramente menos valorados en comparación con los otros factores. Pero tiene la desviación típica y varianza más altas (0.610 y 0.372), lo que indica que hay mayor dispersión y diversidad de opiniones sobre la importancia de los altos ingresos.

La variable EA3 tiene una media de 6.551, indicando que ser independiente es bastante valorado. Su desviación típica y varianza (0.602 y 0.362) también son intermedias, lo que explica que es importante para el encuestado buscar su independencia y vías para emprender.

Tabla 30 Análisis Estadístico Descriptivo variable: NORMA SUBJETIVA

	Media	Desviación Típica	Varianza
SN1 Tener ideas nuevas y ser creativo	6.380	0.739	0.547
SN2 Comportarse siempre correctamente	6.342	0.766	0.586
SN3 Atender las necesidades de los demás	6.303	0.694	0.481
SN4 Ser emprendedor y arriesgarse	6.524	0.701	0.492

Elaboración Propia

En la **tabla 30** se muestra el análisis de medidas de dispersión y tendencia central de la variable NORMA SUBJETIVA, donde la su primera opción de respuesta SN1 representa una media alta (6.380), lo que indica que las personas encuestadas valoran mucho tener ideas nuevas y ser creativo. Sin embargo, tiene la segunda desviación típica más alta (0.739) y la varianza más alta (0.547), lo que sugiere una mayor dispersión en las respuestas. La otra opción SN2 tiene una media similar a SN1 (6.342), lo que muestra que este factor es valorado y presenta la desviación típica más alta (0.766) y la varianza más alta (0.586), indicando la mayor dispersión y diversidad de opiniones entre todos los factores.

La opción SN3 tiene la media más baja (6.303), aunque las diferencias con los otros factores son pequeñas. Sin embargo, tiene la desviación típica más baja (0.694) y la segunda varianza más baja (0.481), lo que sugiere una menor dispersión y mayor acuerdo en valorar este factor. Mientras que la SN4 tiene la media más alta (6.524), lo que indica que este factor es el más valorado por los encuestados y su desviación típica (0.701) y varianza (0.492) son intermedias.

En resumen, los datos muestran que "Ser emprendedor y arriesgarse" (SN4) es el factor más valorado, seguido por "Tener ideas nuevas y ser creativo" (SN1). "Comportarse siempre correctamente" (SN2) y "Atender las necesidades de los demás" (SN3) también son valorados, aunque en menor medida. La mayor dispersión en SN1 y SN2 sugiere una mayor diversidad de opiniones sobre la importancia de la creatividad y el comportamiento correcto, en comparación con los otros factores. En general, estos datos indican que los encuestados tienden a valorar más el emprendimiento, la creatividad y la innovación, aunque también hay una apreciación por el comportamiento ético y la atención a los demás.

Tabla 31 Análisis Estadístico Descriptivo variable: AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA

	Media	Desviación Típica	Varianza
ESE1 Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa	6.478	0.576	0.332
ESE2 Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa	6.189	0.543	0.295
ESE3 Negociar y mantener las relaciones favorables con potenciales inversores y bancos	6.462	0.618	0.382
ESE4 Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios	6.540	0.599	0.359
ESE5 Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa	6.526	0.588	0.346
ESE6 Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa	6.449	0.620	0.385

Elaboración Propia

En la **tabla 31** se muestra el análisis de medidas de dispersión y tendencia central de la variable AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA, donde muestra que las medias más altas son ESE4 (6.540) y ESE5 (6.526), indicando que reconocer oportunidades de mercado y relacionarse con personas clave para obtener capital son muy valorados, mientras que la opción ESE2 (6.189) tiene la media más baja, indicando que mantener control del proceso de creación de empresa es menos valorado.

En cuanto a dispersión, ESE3 (0.618) y ESE6 (0.620) tienen las desviaciones típicas más altas, implicando mayor diversidad de opiniones sobre negociar con inversores/bancos y crear/poner en marcha la nueva empresa. Por otro lado,

ESE2 (0.543) tiene la desviación típica más baja, señalando mayor consenso en las respuestas sobre el control del proceso de creación. En general, los datos muestran una alta valoración por identificar oportunidades, establecer relaciones clave y definir la idea/estrategia de negocio, con algo menos de énfasis en los procesos de control y negociación con inversores.

Tabla 32 Análisis Estadístico Descriptivo variable: INTENCIÓN EMPRENDEDORA

	Media	Desviación Típica	Varianza
EI1 Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día	6.260	0.601	0.362
EI2 Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario	6.383	0.844	0.712
EI3 Tengo serias dudas sobre si algún día llegare a crear una empresa	6.490	0.672	0.451
EI4 Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	6.526	0.654	0.428
EI5 Mi objetivo profesional es ser empresario	6.380	0.739	0.547

Elaboración Propia

En la **tabla 32** se muestra el análisis de medidas de dispersión y tendencia central de la variable INTENCIÓN EMPRENDEDORA, donde explica que las medias más altas son EI4 (6.526) y EI3 (6.490), lo que indica que los encuestados están muy decididos y tienen pocas dudas sobre crear una empresa en el futuro. Por otro lado, EI1 (6.260) tiene la media más baja, sugiriendo un poco menos de convicción sobre la probabilidad de realmente llegar a crear una empresa algún día.

En cuanto a la dispersión, EI2 (0.844) tiene con mucho la desviación típica y varianza (0.712) más altas, señalando una gran diversidad de opiniones sobre el esfuerzo que se está dispuesto a hacer para ser empresario mientras que la opción EI4 (0.654) y EI3 (0.672) muestran las desviaciones típicas más bajas, indicando mayor consenso en la decisión y menor duda sobre crear una empresa en el futuro.

En resumen, los datos reflejan una fuerte determinación general para ser empresario y crear una empresa, con pocas dudas al respecto. Sin embargo, hay una mayor incertidumbre sobre la probabilidad real de lograrlo y una gran

divergencia en cuanto al esfuerzo que se está dispuesto a invertir en ello. La decisión de emprender parece estar más consolidada que la convicción sobre las propias capacidades para tener éxito.

4.1.3.3 Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES

Previo al análisis estadístico descriptivo de la variable VALORES es relevante profundizar la teoría de los valores de Shalom Schwartz donde explica que existen diez tipos de valores básicos que son reconocidos por todas las culturas, y la presente investigación ha categorizado las respuestas de los encuestados según la tipología del autor mencionado bajo su enfoque así:

- **Autodirección:** Pensamiento independiente y libertad de acción.
- **Benevolencia:** Preservación y mejora del bienestar de las personas cercanas.
- **Conformidad:** Restricción de acciones e impulsos que puedan molestar a otros o violar normas sociales.
- **Estimulación:** Novedad y desafío en la vida.
- **Hedonismo:** Placer y gratificación sensual para uno mismo.
- **Logro:** Éxito personal a través de la demostración de competencia.
- **Poder:** Estatus social y prestigio, control sobre personas y recursos.
- **Seguridad:** Seguridad, armonía y estabilidad social y personal.
- **Tradicición:** Respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que la cultura o la religión imponen.
- **Universalismo:** Comprensión, aprecio, tolerancia y protección del bienestar de todas las personas y de la naturaleza.

A continuación, se muestra la interpretación de los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario en cuánto a los valores tipificados según Shalom Schwartz:

Tabla 33 Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - AUTODIRECCIÓN

	Media	Desviación Típica	Varianza
V10	6.333	0.736	0.542
V20	6.276	0.770	0.593
V31	6.330	0.739	0.546

Elaboración Propia

En la **tabla 33** se muestra el comportamiento de los valores según Tipología de valores por Shalom Schwartz denominado **AUTODIRECCIÓN** que explica el pensamiento independiente y libertad para accionar, por tanto, se ha determinado 3 factores del cuestionario que caracterizan la tipología mencionada y se citan a continuación:

V10. Es importante para él/ella tomar sus propias decisiones acerca de lo que hace,

V20. Cree que es importante interesarse en las cosas. Le gusta ser curioso y trata de entender toda clase de cosas,

V31. Es importante para él/ella ser independiente. Le gusta arreglárselas solo.

Según los resultados obtenidos se identifica que el valor (V10) tiene una media relativamente alta de 6.333, lo que permite interpretar que en general las personas encuestadas valoran mucho la toma de decisiones autónoma e independiente en sus vidas, mientras que el valor V20 tiene la media más baja (6.276). lo que denota el interés en la curiosidad y aprender a comprender diferentes temas.

Adicionalmente, las desviaciones típicas de la variable (V20) tiene mayor desviación típica (0.770), denotando mayor dispersión en las respuestas mientras que las variables (V10) y (V31) tienen desviaciones típicas ligeramente menores que oscilan entre 0.736 y 0.739 respectivamente, indicando respuestas algo más concentradas, menor la dispersión.

Mientras que las varianzas son relativamente bajas e indican que las respuestas de los encuestados no se dispersan demasiado de estas tendencias centrales, lo que significa que estas características son comunes y compartidas por la mayoría de los participantes. En general, se aprecia la importancia de la autonomía, curiosidad e independencia personal para los encuestados.

Tabla 34 Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - BENEVOLENCIA

	Media	Desviación Típica	Varianza
V11	6.257	0.830	0.689
V16	6.335	0.761	0.579
V33	6.314	0.774	0.600

Elaboración Propia

En la **tabla 34** se muestra el comportamiento de los valores según Tipología de valores por Shalom Schwartz denominado **BENEVOLENCIA**, que explica la preservación y mejora del bienestar de las personas cercanas, lo cuál se ha determinado 3 factores del cuestionario que caracterizan la tipología mencionada y se citan a continuación:

- V11.** Es muy importante para él/ella ayudar a la gente que lo rodea. Se preocupa por su bienestar
- V16.** Es importante para él/ella ser leal a sus amigos. Se entrega totalmente a las personas cercanas a él/ella
- V33.** Le es importante ser siempre amable con todo el mundo. Trata de no molestar o irritar nunca a los demás

Según los resultados obtenidos se identifica que las tres variables tienen medias superiores a 6.2, esto indica que, en promedio, los encuestados valoran enormemente la benevolencia y sus componentes. Mientras que las desviaciones típicas se encuentran entre 0.761 y 0.830, valores relativamente bajos y cercanos a cero; así también las varianzas oscilan entre 0.579 y 0.689, siendo aún bajas dentro del estándar. Estos valores de dispersión muestran que las respuestas de los encuestados reflejan que existe importancia sobre la benevolencia.

Tabla 35 Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - CONFORMIDAD

	Media	Desviación Típica	Varianza
V6	6.221	0.909	0.825
V8	6.210	0.925	0.856
V19	6.339	0.756	0.572
V35	6.269	0.728	0.530

Elaboración Propia

En la **tabla 35** se muestra el comportamiento de los valores según Tipología de valores por Shalom Schwartz denominados **CONFORMIDAD**, que explica la restricción de acciones e impulsos que puedan molestar a otros o violar normas sociales, lo cuál se ha determinado 4 factores del cuestionario que caracterizan la tipología mencionada y se citan a continuación:

- V6.** Cree que las personas deben hacer lo que se les dice.
- V8.** Él/ella piensa que es importante no pedir más de lo que se tiene.
- V19** Le importa que las cosas estén en orden y limpias. No le gusta para nada que las cosas estén hechas un lío
- V35.** Para él/ella es importante ser humilde y modesto. Trata de no llamar la atención

Según los resultados obtenidos las variables V6, V8, V19 y V35 relacionadas con la conformidad, observamos medias altas que oscilan entre 6.21 y 6.34, lo que permite interpretar que los encuestados tienden a valorar en gran medida este aspecto. Sin embargo, las desviaciones típicas de V6 (0.909) y V8 (0.925) son relativamente más altas en comparación con V19 (0.756) y V35 (0.728), indicando una mayor dispersión en las respuestas para las dos primeras variables. Esto podría implicar que, si bien en general se aprecia la conformidad, existe una variabilidad considerable en ciertas facetas de este valor, posiblemente reflejando diferencias individuales o contextuales en cuanto al grado de aceptación o rechazo de ciertas normas sociales o figuras de autoridad. Los resultados muestran que el valor por conformidad es importante para los encuestados sin embargo es complejo, con matices en su interpretación y aplicación práctica, por las diversas personalidades y situaciones que se presenten.

Tabla 36 Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - ESTIMULACIÓN

	Media	Desviación Típica	Varianza
V5	6.296	0.752	0.565
V14	6.280	0.765	0.586
V27	6.308	0.770	0.592

Elaboración Propia

En la **tabla 36** se muestra el comportamiento de los valores según Tipología de valores por Shalom Schwartz denominado **ESTIMULACIÓN**, que explica novedad y desafío en la vida, lo cuál se ha determinado 3 factores del cuestionario que caracterizan la tipología mencionada y se citan a continuación:

- V5.** Cree que las personas deben hacer lo que se les dice.
- V14.** Él/ella piensa que es importante no pedir más de lo que se tiene.
- V27.** Le importa que las cosas estén en orden y limpias. No le gusta para nada que las cosas están hechas un lío

Según los resultados estadísticos obtenidos de las variables V5, V14 y V27 relacionadas con este valor, se puede observar lo siguiente:

Las medias de estas tres variables se encuentran alrededor de 6.3, lo que permite analizar que en promedio los encuestados valoran altamente la estimulación y el anhelo de experiencias nuevas y emocionantes. Además, las desviaciones típicas oscilan entre 0.752 y 0.770, valores relativamente bajos y cercanos a cero, lo que explica una baja dispersión en las respuestas, esto es que para los encuestados es importante tener desafíos en la vida, y así estimular sus esfuerzos ya que satisface el deseo de explorar, aprender y experimentar cosas nuevas.

Este valor puede ser relevante en sociedades modernas y dinámicas, donde la innovación, la creatividad y la apertura al cambio son aspectos valorados. No obstante, también es importante equilibrar la búsqueda de estimulación con otros valores como la seguridad, la tradición o la conformidad, ya que un exceso de novedad y cambios constantes podría generar inestabilidad o conflictos con normas sociales establecidas.

Tabla 37 Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - HEDONISMO

	Media	Desviación Típica	Varianza
V9	6.303	0.754	0.568
V24	6.276	0.724	0.524
V34	6.351	0.749	0.562

Elaboración Propia

En la **tabla 37** se muestra el comportamiento de los valores según Tipología de valores por Shalom Schwartz denominados **HEDONISMO**, que explica el placer y gratificación sensual para uno mismo, lo cuál se ha determinado 3 factores del cuestionario que caracterizan la tipología mencionada y se citan a continuación:

V9. Cree que las personas deben hacer lo que se les dice.

V24. Él/ella piensa que es importante no pedir más de lo que se tiene.

V34 Le importa que las cosas estén en orden y limpias. No le gusta para nada que las cosas estén hechas un lío

Según los resultados estadísticos de las variables V9, V24 y V34 relacionadas con este valor, podemos observar lo siguiente:

Las medias de estas tres variables se encuentran alrededor de 6.3 lo que explica que en promedio los encuestados valoran significativamente el hedonismo, así también se aprecia que las desviaciones típicas son bajas cercanos a cero, oscilando entre 0.724 y 0.754, lo que explica que las respuestas no son muy dispersas es decir los encuestados en su mayoría le dan importancia al Hedonismo, si bien como valor puede asociarse con una visión más individualista y centrada en el disfrute personal, también es importante reconocer su relevancia dentro de un equilibrio saludable en la vida de las personas. La búsqueda de experiencias placenteras y gratificantes puede contribuir al bienestar emocional, mental y físico de los individuos, siempre y cuando se mantenga dentro de límites razonables y no entre en conflicto con otros valores fundamentales como la responsabilidad, la ética o el respeto por los demás.

Tabla 38 Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES – LOGRO

	Media	Desviación Típica	Varianza
V3	6.303	0.719	0.518
V12	6.232	0.762	0.581
V22	6.267	0.794	0.630
V29	6.337	0.728	0.530

Elaboración Propia

En la **tabla 38** se muestra el comportamiento de los valores según Tipología de valores por Shalom Schwartz denominado **LOGRO** que explica el éxito personal a través de la demostración de competencia, lo cuál se ha determinado 4 factores del cuestionario que caracterizan la tipología mencionada y se citan a continuación:

- V3.** Para él/ella es muy importante mostrar sus habilidades. Quiere que la gente lo admire por lo que hace
- V12.** Para él/ella es importante ser una persona muy exitosa. Le gusta impresionar a la gente
- V22.** Piensa que es importante ser ambicioso. Desea mostrar lo capaz que es.
- V29** Progresar en la vida es importante para él/ella. Se esfuerza en ser mejor que otros

El valor de logro, reflejado en los resultados estadísticos de las variables V3, V12, V22 y V29, muestras medias muy altas (entre 6.232 y 6.337) y desviaciones típicas relativamente bajas (0.719 a 0.794), lo que permite concluir que los encuestados valoran en gran medida el éxito personal obtenido a través de la demostración de competencia siendo un valor vinculado a factores culturales o sociales que enfatizan la autorrealización, la ambición y el alcanzar metas mediante las propias habilidades y esfuerzos. Sin embargo, es crucial mantener un equilibrio entre el logro y otros valores fundamentales para evitar posibles conflictos o una visión excesivamente individualista.

Tabla 39 Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES – PODER

	Media	Desviación Típica	Varianza
V1	6.128	0.775	0.600
V15	6.280	0.837	0.700
V36	6.317	0.763	0.582

Elaboración Propia

En la **tabla 39** se muestra el comportamiento de los valores según Tipología de valores por Shalom Schwartz denominados **PODER** que explica el estatus social y prestigio, control sobre personas y recursos, lo cuál se ha determinado 3 factores del cuestionario que caracterizan la tipología mencionada y se citan a continuación:

- V1.** Para él/ella es importante ser rico. Quiere tener mucho dinero y cosas caras
- V15.** Para él/ella es importante mandar y decir a los demás lo que tienen que hacer.
- V36** Siempre quiere ser el que toma las decisiones. Le gusta ser el líder

Al analizar las variables V1, V15 y V36 asociadas a este valor, se puede observar medias que oscilan entre 6.128 y 6.317, lo cual indica que los encuestados otorgan una importancia moderadamente alta al poder. Sin embargo, se observa una desviación típica ligeramente más elevada en la variable V15 (0.837) en comparación con V1 (0.775) y V36 (0.763), denotando una mayor dispersión en las respuestas relacionadas con esa faceta específica del poder.

Esto puede concluir que, si bien el poder es valorado por los encuestados, no se ubica entre los valores más prioritarios. Esto podría reflejar una sociedad que, aunque aprecia el estatus y la autoridad, no los considera como los aspectos más trascendentales de la vida. Es importante destacar que el poder, al igual que otros valores, debe mantenerse en equilibrio con principios como la benevolencia, la conformidad y la universalidad para evitar conductas excesivamente dominantes o egoístas que puedan afectar negativamente a los demás o al bienestar colectivo.

Tabla 40 Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - SEGURIDAD

	Media	Desviación Típica	Varianza
V4	6.237	0.794	0.630
V13	6.296	0.736	0.542
V28	6.312	0.734	0.539
V32	6.317	0.760	0.578

Elaboración Propia

En la **tabla 40** se muestra el comportamiento de los valores según Tipología de valores por Shalom Schwartz denominado **SEGURIDAD** que hace referencia sobre la seguridad, armonía y estabilidad social y personal. lo cuál se ha determinado 4 factores del cuestionario que caracterizan la tipología mencionada y se citan a continuación:

- V4.** Le importa vivir en lugares seguros. Evita cualquier cosa que pudiera poner en peligro su seguridad
- V13.** Es muy importante para él/ella la seguridad de su país.
- V28.** Tiene mucho cuidado de no enfermarse. Para él/ella es muy importante mantenerse sano

V32 Es importante para él/ella que haya un gobierno estable. Le preocupa que se mantenga el orden social

Al analizar los datos estadísticos de las variables V4, V13, V28 y V32 relacionadas con el valor de seguridad muestran medias que oscilan entre 6.237 y 6.317 lo que explican que en promedio los encuestados otorgan una importancia significativa a la seguridad, entendida como la armonía, estabilidad de la sociedad, del entorno y de uno mismo.

Adicionalmente, las desviaciones típicas se encuentran en un rango relativamente bajo, variando entre 0.734 y 0.794 cercano a cero, esto muestra una dispersión moderada de las respuestas alrededor de las medias, validando la importancia de sentir seguridad al momento de realizar una actividad, o situación de vivencia en el país.

Estos hallazgos podrían reflejar una población que prioriza aspectos como el orden social, la seguridad nacional, la estabilidad familiar y personal, posiblemente como resultado de factores culturales, sociales o experiencias previas que han resaltado la importancia de la seguridad en sus vidas. No obstante, es crucial mantener un equilibrio saludable entre la seguridad y otros valores fundamentales, como la estimulación, la autodirección o la universalidad, para evitar un apego excesivo a la estabilidad que pueda limitar el crecimiento personal o el progreso social.

Tabla 41 Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - TRADICIÓN

	Media	Desviación Típica	Varianza
V18	6.326	0.738	0.544
V23	6.235	0.892	0.796
V25	6.333	0.755	0.570

Elaboración Propia

En la **tabla 40** se muestra el comportamiento de los valores según tipología de valores por Shalom Schwartz denominado **TRADICIÓN** que hace referencia al respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que la cultura o la religión imponen, lo cuál se ha determinado 3 factores del cuestionario que caracterizan la tipología mencionada y se citan a continuación:

V18. Las creencias religiosas son importantes para él/ella. Trata firmemente de hacer lo que su religión le manda

V23. Cree que es mejor hacer las cosas de forma tradicional.

V25. Cree que debe respetar siempre a sus padres y a las personas mayores.
Para él/ella es importante ser obediente

Con los resultados del análisis estadístico descriptivo obtenidos se puede concluir que el valor "Tradición" fue medido a través de tres variables (V18, V23 y V25). Los resultados muestran que las puntuaciones medias de estas variables se encuentran en un rango de 6.23 a 6.33 denotando la importancia que le dan a la tradición. Las desviaciones típicas oscilan entre 0.74 y 0.89, lo cual sugiere una dispersión relativamente baja de las puntuaciones individuales alrededor de la media, es decir, existe un punto en común en las respuestas obtenidas. Las varianzas se encuentran entre 0.54 y 0.80, reforzando la idea de los encuestados, que valoran las tradiciones, creencias entre otros factores de costumbres

Tabla 42 Análisis Estadístico Descriptivo variable: VALORES - UNIVERSALISMO

	Media	Desviación Típica	Varianza
V2	6.410	0.734	0.539
V7	6.280	0.744	0.554
V17	6.285	0.721	0.519
V21	6.296	0.714	0.510
V26	6.344	0.736	0.541
V30	6.305	0.736	0.541
V37	6.330	0.751	0.564

Elaboración Propia

En la **tabla 40** se muestra el comportamiento de los valores según Tipología de valores por Shalom Schwartz denominado **UNIVERSALISMO** que hace referencia a la comprensión, aprecio, tolerancia y protección del bienestar de todas las personas y de la naturaleza., lo cuál se ha determinado 7 factores del cuestionario que caracterizan la tipología mencionada y se citan a continuación:

- V2.** Piensa que es importante que a todos los individuos del mundo se les trate con igualdad.
- V7.** Le parece importante escuchar a las personas que son distintas a él/ella.
- V17.** Cree firmemente que las personas deben proteger la Naturaleza. Le es importante cuidar el medio ambiente
- V21.** Cree que todos los habitantes de la Tierra deberían vivir en armonía.
- V26** Desea que todos sean tratados con justicia, incluso las personas a las que no conoce.
- V30** Para él/ella es importante perdonar a la gente que le ha hecho daño.
- V37** Le es importante adaptarse a la naturaleza e integrarse en ella. Cree que la gente no debería alterar la naturaleza

De acuerdo con el análisis estadístico descriptivo, se aprecia que los participantes del estudio otorgan una valoración sustancial a los principios de universalismo. Este hallazgo podría estar relacionado con el contexto y las características de la población encuestada. Las puntuaciones de la media oscilan entre 6.28 y 6.41 con lo cual permite concluir que los encuestados proceden de un entorno que fomenta el aprecio por valores como la justicia social, la igualdad, la protección del medio ambiente y la tolerancia. Estos aspectos son fundamentales dentro de la dimensión de universalismo.

Además, la baja dispersión de las respuestas, reflejada en las desviaciones típicas y varianzas reducidas, indica que los participantes comparten una visión relativamente homogénea con respecto a la importancia del universalismo. Esto podría ser un reflejo de un grupo poblacional con características sociodemográficas similares, como un nivel educativo o un estrato socioeconómico específico, donde estos valores están arraigados y son promovidos de manera consistente. Es importante destacar que el universalismo engloba principios éticos que trascienden las fronteras culturales y promueven el bienestar de toda la humanidad y la naturaleza.

4.2 ANÁLISIS MULTIVARIANTE DEL MODELO PROPUESTO

El análisis multivariante es una herramienta significativa en la investigación, puesto que permite examinar de manera simultánea las relaciones entre múltiples variables y un resultado de interés. El modelo teórico de la presente investigación fue predecible utilizando ecuaciones estructurales con el método de mínimos cuadrados fraccionarios (PLS-SEM) [19]; se realizó un contraste de las hipótesis identificadas en el modelo para determinar si los constructos influyen directa y significativamente en la intención emprendedora. El modelo diseñado fue validado bajo la revisión de la consistencia compuesta, la legitimidad convergente y discriminante, y sus medidas de Adecuación del Modelo y así obtener conclusiones más sólidas sobre las relaciones subyacentes en los datos recopilados. A continuación, se presentan los resultados de la investigación:

4.2.1 EVALUACIÓN DEL MODELO DE MEDIDA

En esta fase se evaluará la validez de las escalas que se escogieron, teniendo en cuenta el modelo y los datos obtenidos. Para ello hay dos tipos de validaciones: convergente y discriminante. Para la confiabilidad se utiliza el alfa de Cronbach y la confiabilidad compuesta con un criterio de adecuación de 0.70 para ambos índices, como se explica en el artículo Aplicación de la Técnica PLS-SEM en la gestión del conocimiento un enfoque técnico-práctico. (Martínez, Minerva; Fierro, 2018)

La primera comprobación que resulta interesante hacer con respecto al modelo, es conocer hasta qué punto los ítems seleccionados para explicar cada constructo, son realmente representativos. Cabe destacar que la selección en esta fase de los ítems que componen el modelo no es necesariamente la definitiva; es posible que, para alcanzar mejores niveles de ajuste del modelo, en sucesivas fases se puedan eliminar algunos ítems más.

Según (Zeller & Carmines, 1979) estos coeficientes deben tener un valor superior a 0,7 para verificar la validez convergente y discriminante. Por otro lado, las cargas de los ítems con otros constructos que se muestran en la tabla 5 se puede apreciar que el cruce de los constructos en algunas variables muestra mayor

significancia, se presenta toda la tabla de resultados para mostrar los ítems más relevantes.

4.2.1.1 Validez Convergente y Discriminante

Se observa en la **tabla 43** las cargas estructurales y las cargas cruzadas de cada constructo de la investigación la misma que permite realizar la validez convergente y discriminante del modelo propuesto; la misma que se validará a través del análisis de la varianza media extraída (AVE).

Tabla 43 Análisis Cargas Estructurales y Cargas Cruzadas de los Constructos de la Investigación

	BEA	EEA	BSN	MSN	V	ESE	SN	EA	EI
BEA1	0.704	0.440	0.139	0.106	0.322	0.523	0.299	0.436	0.468
BEA2	0.809	0.406	0.305	0.188	0.319	0.452	0.265	0.458	0.410
BEA3	0.820	0.336	0.314	0.182	0.304	0.457	0.240	0.514	0.380
BEA4	0.862	0.443	0.260	0.193	0.283	0.525	0.257	0.559	0.511
BEA5	0.853	0.426	0.174	0.112	0.262	0.475	0.245	0.552	0.381
EEA1	0.261	0.713	0.050	-0.015	0.140	0.374	0.197	0.475	0.234
EEA2	0.379	0.784	0.081	-0.016	0.289	0.468	0.258	0.547	0.421
EEA3	0.395	0.834	0.218	0.115	0.252	0.407	0.222	0.669	0.400
EEA4	0.512	0.740	0.254	0.158	0.297	0.455	0.259	0.759	0.377
BSN1	0.249	0.165	0.962	0.580	0.177	0.237	0.159	0.228	0.153
BSN2	0.320	0.216	0.962	0.574	0.218	0.269	0.156	0.273	0.217
MSN1	0.159	0.050	0.600	0.974	0.115	0.122	0.092	0.121	0.059
MSN2	0.218	0.106	0.569	0.974	0.148	0.136	0.094	0.169	0.111
V10	0.233	0.237	0.121	0.081	0.753	0.310	0.638	0.257	0.254
V16	0.302	0.244	0.193	0.121	0.747	0.328	0.634	0.299	0.272
V20	0.306	0.231	0.138	0.072	0.767	0.312	0.643	0.248	0.272
V23	0.394	0.316	0.221	0.136	0.737	0.371	0.627	0.323	0.424
V24	0.281	0.241	0.133	0.091	0.767	0.280	0.669	0.256	0.288
V26	0.254	0.206	0.081	0.059	0.769	0.274	0.677	0.216	0.242

V28	0.230	0.216	0.158	0.138	0.730	0.261	0.654	0.199	0.197
V29	0.259	0.188	0.128	0.070	0.781	0.307	0.650	0.245	0.294
V31	0.268	0.251	0.156	0.115	0.747	0.297	0.663	0.268	0.252
V32	0.296	0.273	0.193	0.125	0.778	0.346	0.678	0.269	0.286
V33	0.218	0.232	0.178	0.139	0.781	0.274	0.658	0.234	0.237
V34	0.286	0.259	0.184	0.133	0.758	0.311	0.628	0.278	0.276
V36	0.288	0.249	0.188	0.102	0.795	0.309	0.731	0.227	0.313
V37	0.292	0.276	0.127	0.067	0.784	0.356	0.689	0.293	0.312
ESE1	0.329	0.438	0.172	0.085	0.320	0.690	0.401	0.405	0.342
ESE2	0.401	0.326	0.236	0.109	0.256	0.718	0.250	0.335	0.400
ESE3	0.475	0.357	0.258	0.108	0.332	0.705	0.264	0.437	0.489
ESE4	0.488	0.389	0.184	0.133	0.306	0.750	0.263	0.457	0.486
ESE5	0.491	0.427	0.168	0.083	0.261	0.733	0.234	0.471	0.532
ESE6	0.268	0.375	0.050	0.013	0.199	0.543	0.262	0.255	0.487
SN1	0.141	0.251	0.065	0.012	0.598	0.338	0.733	0.165	0.257
SN2	0.274	0.220	0.180	0.091	0.702	0.347	0.795	0.262	0.282
SN3	0.292	0.241	0.083	0.074	0.659	0.288	0.804	0.271	0.261
SN4	0.279	0.236	0.179	0.116	0.726	0.273	0.777	0.239	0.257
EA1	0.477	0.471	0.098	0.092	0.263	0.554	0.346	0.504	0.367
EA2	0.489	0.672	0.225	0.121	0.279	0.434	0.205	0.884	0.361
EA3	0.523	0.702	0.256	0.133	0.267	0.433	0.221	0.889	0.367
EI1	0.329	0.335	0.146	0.090	0.236	0.457	0.246	0.308	0.759
EI2	0.374	0.329	0.219	0.120	0.198	0.375	0.146	0.385	0.564
EI3	0.438	0.336	0.130	0.056	0.257	0.515	0.193	0.330	0.832
EI4	0.470	0.396	0.120	0.027	0.257	0.576	0.230	0.375	0.867
EI5	0.141	0.251	0.065	0.012	0.598	0.338	0.733	0.165	0.257

Fuente: Resultados PLS-SEM
Elaboración Propia

Para la validez Convergente se han observado los constructos concluyendo que:

- **BEA:** Las cargas estructurales de BEA1 a BEA5 son altas (>0.7), lo que indica una buena validez convergente para este constructo.
- **EEA:** Las cargas estructurales de EEA1 a EEA4 también son altas (>0.7), respaldando la validez convergente de EEA.
- **BSN:** Las cargas estructurales de BSN1 y BSN2 son muy altas (0.962), lo que sugiere una excelente validez convergente.
- **MSN:** Las cargas estructurales de MSN1 y MSN2 son muy altas (0.974), indicando una fuerte validez convergente.
- **V:** Todas las cargas estructurales de V10 a V37 son altas (>0.7), lo que demuestra una buena validez convergente para este constructo.
- **ESE:** Las cargas estructurales de ESE1 a ESE6 son moderadamente altas (>0.5), pero algunas son inferiores a 0.7, lo que podría demostrar una validez convergente ligeramente débil.
- **SN:** Las cargas estructurales de SN1 a SN4 son altas (>0.7), respaldando la validez convergente de SN.
- **EA:** Las cargas estructurales de EA1 a EA3 son muy altas (>0.8), lo que indica una excelente validez convergente.
- **EI:** Las cargas estructurales de EI1 a EI5 son altas (>0.7), demostrando una buena validez convergente para EI.

Así también para la validez Discriminante se concluye que la mayoría de los indicadores tienen cargas cruzadas inferiores a sus respectivas cargas estructurales, lo que sugiere una adecuada validez discriminante. Sin embargo, hay algunas excepciones:

- **EEA3** tiene una carga cruzada de 0.669 en EA, que es ligeramente mayor que su carga estructural de 0.834 en EEA.
- **EEA4** tiene una carga cruzada de 0.759 en EA, que también es ligeramente mayor que su carga estructural de 0.740 en EEA.
- **ESE6** tiene una carga cruzada de 0.487 en EI, que es ligeramente menor que su carga estructural de 0.543 en ESE.

Estas excepciones podrían indicar problemas menores de validez discriminante entre los constructos EEA, EA, ESE y EI. En general, el modelo parece tener una buena validez convergente y una validez discriminante adecuada, excepto por algunas áreas potencialmente problemáticas mencionadas anteriormente. Sin embargo, se recomienda realizar un análisis más profundo de estas excepciones y considerar posibles modificaciones o re especificaciones del modelo si es necesario.

4.2.1.2 Fiabilidad Compuesta

Para determinar la validez convergente se mide la varianza media extraída (AVE) observando que los valores superiores a 0.50 demuestran convergencia, es decir que estos indicadores explican más de la mitad de la variabilidad de los constructos visualizados en la tabla 44.

En la tabla 44 muestra los índices de confiabilidad compuesta y el coeficiente alfa de Cronbach para cada una de las variables latentes, se puede observar que los valores son iguales o superiores a 0,7 esto aplica la validez y confiabilidad de las variables de la investigación.

Tabla 44 Fiabilidad compuesta y alfa de Cronbach del modelo estimado

Variables	Fiabilidad Compuesta	Cronbach's alpha	Varianza Extraída Media (AVE)
BEA	0.906	0.869	0.659
EEA	0.852	0.768	0.592
BSN	0.961	0.918	0.925
MSN	0.974	0.946	0.949
V	0.952	0.945	0.584
ESE	0.846	0.781	0.48
SN	0.860	0.782	0.605
EA	0.815	0.655	0.609
EI	0.806	0.693	0.481

Elaboración propia.

4.2.2 EVALUACIÓN DEL MODELO ESTRUCTURAL

4.2.2.1 Bondad de Ajuste del Modelo

Para determinar la Bondad de Ajuste del Modelo estimado se interpretó los siguientes resultados.

Tabla 45 La bondad de ajuste del modelo estimado

Coeficiente	Valor	Criterio
Coeficiente de trayectoria media (APC)	0.258	P<0.001
Promedio de R-cuadrado (ARS)	0.425	
Promedio ajustado R-cuadrado (AARS)	0.421	
VIF promedio (AVIF)	1.596	acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3
VIF de colinealidad completa promedio (AFVIF)	2.676	
Tenenhaus Gof (GoF)	0.527	small $\geq 0,1$, medium $\geq 0,25$, large $\geq 0,36$
Relación de paradojas de Sympson (SPR)	0.875	acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1
Relación de contribución R-cuadrado (RSCR)	0.997	acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1
Ratio de supresión estadística (SSR)	1	acceptable if ≥ 0.7
Relación de dirección de causalidad bivariada no lineal (NLBCDR)	0.938	acceptable if ≥ 0.7
Residual cuadrático medio de raíz estandarizado (SRMR)	0.101	acceptable if ≤ 0.1
Residual absoluto medio estandarizado (SMAR)	0.068	acceptable if ≤ 0.1
Chi-cuadrado estandarizado con 1080 grados de libertad (SChS)	38.603	P<0.001
Relación de recuento de diferencias de umbral estandarizada (STDCR)	0.956	acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1
Relación de suma de diferencia de umbral estandarizada (STDSR)	0.788	acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1

Elaboración Propia

La **Tabla 45** presenta varios coeficientes que permiten evaluar la bondad de ajuste del modelo propuesto, los mismo que permiten determinar si el modelo estimado representa adecuadamente los datos y las relaciones entre las variables. En general, los valores obtenidos sugieren un ajuste aceptable del modelo. Por ejemplo, el coeficiente de trayectoria media (APC) de 0.258 y el promedio de R-cuadrado (ARS) de 0.425 son significativos. Además, el GoF de 0.527 indica un buen ajuste general del modelo. Otros índices como el SPR, RSCR, SSR, NLBCDR y STDCR también cumplen con los criterios establecidos, lo que respalda la validez del modelo. Sin embargo, algunos indicadores como el SRMR y el SChS no cumplen completamente con los criterios deseados, lo que podría sugerir áreas de mejora potencial en el ajuste del modelo.

En resumen, aunque el modelo estimado muestra un ajuste general del modelo en cuanto a los valores referenciales y resultados obtenidos de la aplicación.

4.2.2.2 Evaluación de las Hipótesis

Toda vez que se ha verificado y validado el modelo propuesto de la investigación y constructos definidos se puede afirmar que los resultados obtenidos son adecuados y se justifican para su validez y aplicabilidad. En su efecto se validará las hipótesis establecidas para la presente investigación y que se explican a continuación:

Tabla 46 Resultados de las pruebas de hipótesis

	Hipótesis	Path Coefficients	Values P	Supported (YES/NO)
H 1.1	BEA - EA	0.267	< 0.001	YES
H 1.2	EEA - EA	0.636	< 0.001	YES
H 1.3	EA - EI	0.096	0.021	YES
H 2.1	BSN - SN	0.313	< 0.001	YES
H 2.2	MSN - SN	-0.032	0.249	NO
H 2.3	SN - EI	0.014	0.385	NO
H 4	ESE - EI	0.567	< 0.001	YES
H 5	V - EI	0.134	0.002	YES

Elaboración Propia

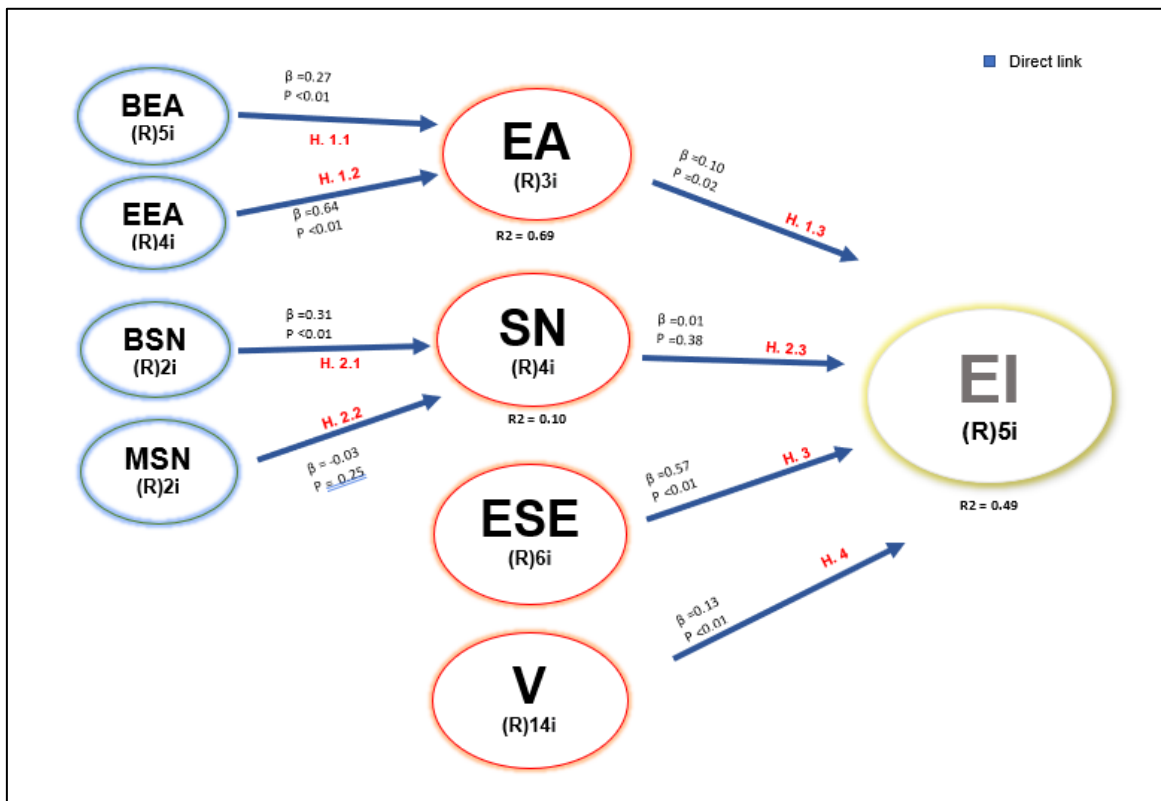


Ilustración 4 Modelo Teórico e Hipótesis Identificadas
Elaboración Propia

- **Hipótesis 1 (H 1.1):** La creencia de la consecuencia de la conducta influye de manera directa y significativa a la actitud emprendedora
- **Hipótesis 2 (H 1.2):** La evaluación de la consecuencia de realizar la conducta influye de manera directa y significativa a la actitud emprendedora
- **Hipótesis 3 (H 1.3):** Actitud emprendedora influye de manera directa y significativa a la intención emprendedora.
- **Hipótesis 4 (H 2.1):** Las creencias normativas influye de manera directa y significativa a la Norma Subjetiva
- **Hipótesis 5 (H 2.2):** La motivación para acomodarse a los otros significativos influye de manera directa y significativa a la Norma Subjetiva.
- **Hipótesis 6 (H 2.3):** La norma subjetiva influye de manera directa y significativa a la Intención Emprendedora.
- **Hipótesis 7 (H.3):** La autoeficacia emprendedora influye de manera directa y significativa a la Intención Emprendedora.
- **Hipótesis 8 (H.4):** Los valores influye de manera directa y significativa a la Intención Emprendedora.

Para la evaluación de las hipótesis se ha considerado el Path analysis (Análisis de Senderos, en adelante PA); es un método que permite evaluar el ajuste de modelos teóricos en los que se proponen un conjunto de relaciones de dependencia entre variables. Cabe aclarar que este método no prueba la causalidad, sino que sólo ayuda a seleccionar o inferir entre hipótesis causales (Quero Virla, 2010)

En la **Tabla 46** se exponen el contraste con la probabilidad límite de cada relación de las hipótesis propuestas, estos coeficientes explican la dirección e intensidad de dicha relación causal que han sido consideradas en el modelo teórico propuesto. El coeficiente Path permite identificar la contribución directa e indirecta que realizan un conjunto de variables independientes para explicar la variabilidad de las variables dependientes siendo así que las variables que no tienen mucha relación es la relación de la Norma Subjetiva con la Intención Emprendedora y la Relación del comportamiento con otros a la norma subjetiva.

De acuerdo con los coeficientes de trayectoria (Path Coefficients) y los valores p presentados, se pueden evaluar las siguientes relaciones e hipótesis:

- **Hipótesis 1:** BEA -> EA (0.267, $p < 0.001$): Muestra una relación significativa, lo que valida su relación.
- **Hipótesis 2:** EEA -> EA (0.636, $p < 0.001$): Esta relación también es altamente significativa, respaldando la validez de la hipótesis correspondiente.
- **Hipótesis 3:** EA - EI (0.096, $p = 0.021$): Aunque el coeficiente de trayectoria es relativamente bajo, el valor p indica que la relación es significativa. Por lo tanto, la hipótesis para esta relación se considera válida.
- **Hipótesis 4:** BSN - SN (0.313, $p < 0.001$): Esta relación es significativa, lo que apoya la validez de la hipótesis planteada.
- **Hipótesis 5:** MSN - SN (-0.032, $p = 0.249$): En este caso, el coeficiente de trayectoria es negativo y el valor p es mayor que 0.05, lo que indica que la relación no es estadísticamente significativa. Por lo tanto, la hipótesis para esta relación no es válida.

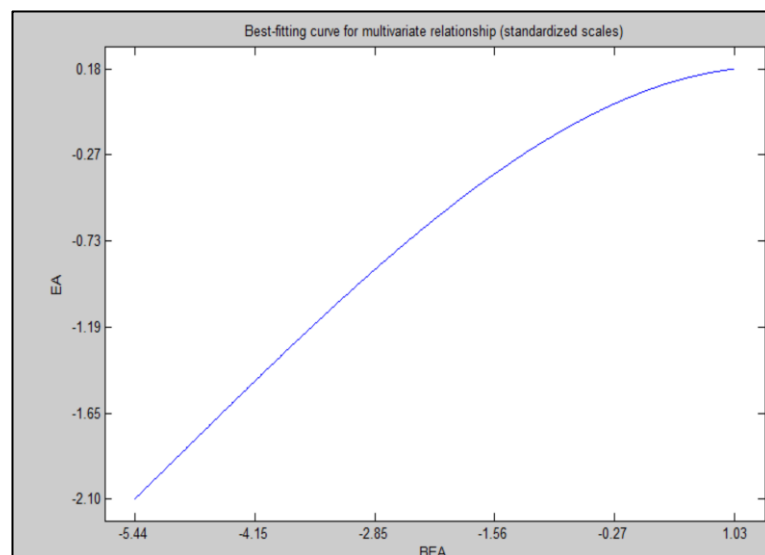
- **Hipótesis 6:** SN - EI (0.014, $p = 0.385$): El valor p es superior a 0.05, lo que significa que la relación no es significativa. En consecuencia, la hipótesis para esta relación no es válida.
- **Hipótesis 7):** ESE - EI (0.567, $p < 0.001$): Esta relación es altamente significativa, respaldando la validez de la hipótesis correspondiente.
- **Hipótesis 8:** V - EI (0.134, $p = 0.002$): El coeficiente de trayectoria es relativamente bajo, pero el valor p indica que la relación es significativa. Por lo tanto, la hipótesis para esta relación se considera válida.

En resumen, las hipótesis relacionadas con BEA - EA, EEA - EA, EA - EI, BSN - SN, ESE - EI y V -> EI son válidas según los resultados obtenidos. Sin embargo, las hipótesis para MSN -> SN y SN -> EI no son válidas debido a la falta de significancia estadística en estas relaciones.

4.2.3 ANÁLISIS MULTIGRUPO

4.2.3.1 Comparación Gráfica de las Relaciones

A continuación, se expone gráficamente la tendencia del comportamiento de los constructos y sus relaciones para la validez de las hipótesis propuestas.

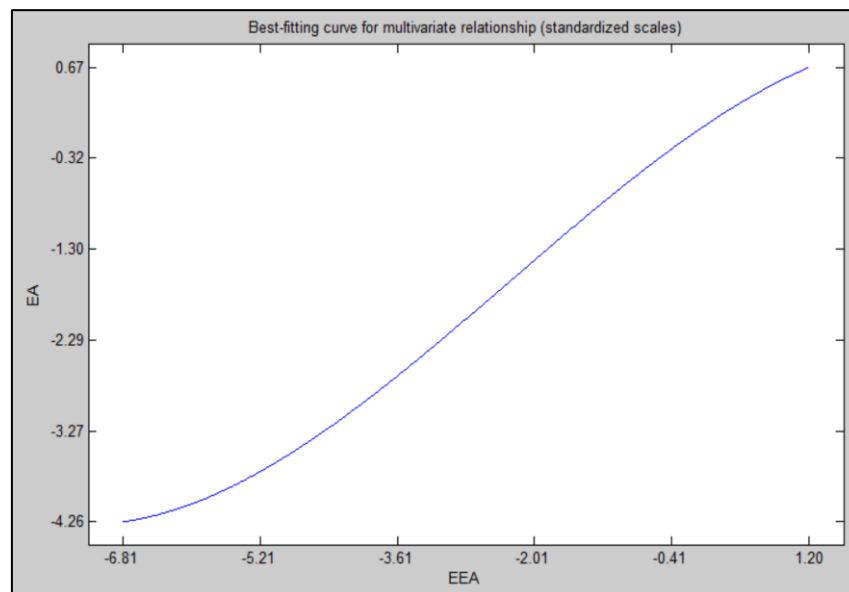


Hipótesis 1

Ilustración 5 Relación entre Actitud emprendedora, creencia en la consecuencia del comportamiento (BEA) y la Actitud Emprendedora (EA)

Fuente: Resultados Obtenidos SEM

En la **Ilustración 5** se observa la relación entre Actitud emprendedora (creencia en la consecuencia del comportamiento, BEA) y la Actitud Emprendedora (EA), el gráfico muestra una curva que tiene una pendiente positiva, lo que indica que a medida que aumentan los valores de "BEA", también aumentan los valores de "EA", es decir que mientras más las personas tienen una percepción individual sobre los resultados o consecuencias que tendría realizar un determinado comportamiento influye de manera positiva en la actitud de emprender.

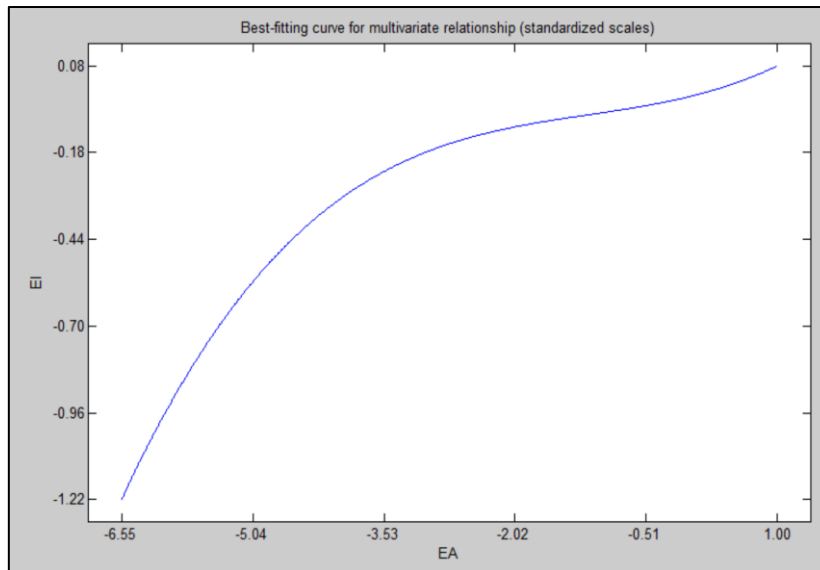


Hipótesis 2

Ilustración 6 Relación entre Actitud emprendedora, evaluación de la consecuencia de llevar a cabo el comportamiento (EEA) y la Actitud Emprendedora (EA)

Fuente: Resultados Obtenidos SEM

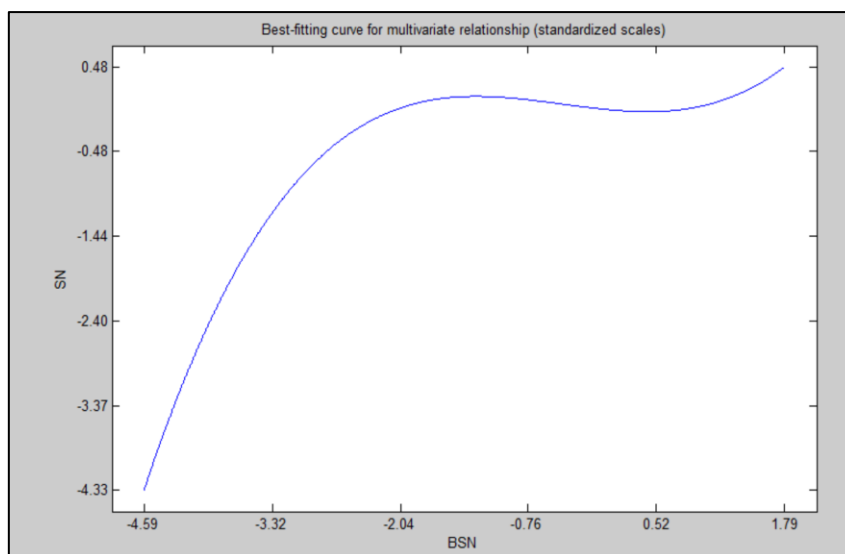
En la **Ilustración 6** se observa la relación entre actitud emprendedora (evaluación de la consecuencia de llevar a cabo el comportamiento, EEA) y la Actitud Emprendedora (EA); éste gráfico revela una relación positiva, aproximadamente lineal y fuerte entre las variables EEA y EA. A medida que aumentan los niveles de EEA, lo que implica una evaluación más favorable de los eventos o acciones relacionadas con el emprendimiento, también aumentan significativamente los niveles de EA, o actitud emprendedora



Hipótesis 3

Ilustración 7 Relación entre la Actitud Emprendedora (EA) y la Intención Emprendedora (EI)
Fuente: Resultados Obtenidos SEM

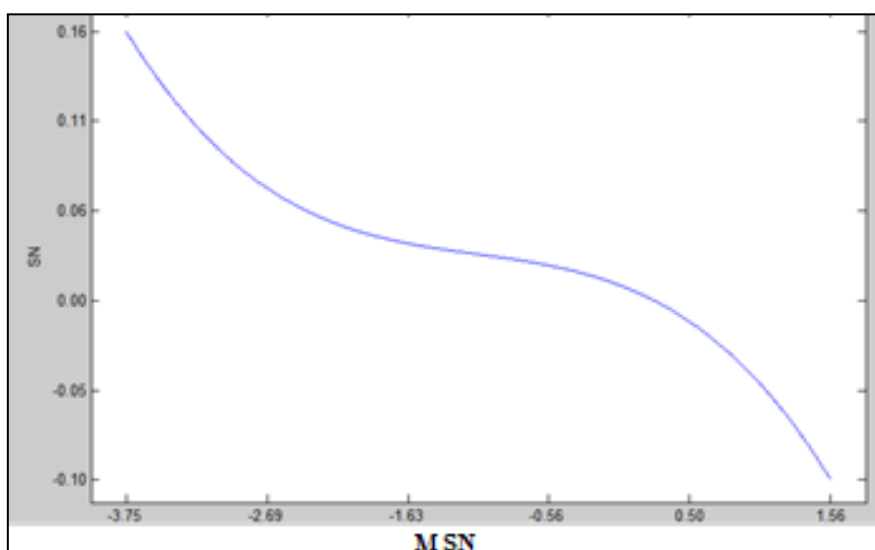
En la **Ilustración 7** se observa la relación entre la Actitud Emprendedora (EA) y la Intención Emprendedora (EI), el gráfico muestra una relación positiva pero no lineal entre EA y EI, con una curvatura inicial pronunciada que disminuye en niveles más altos de EA. Esto implica que la Actitud Emprendedora tiene un impacto significativo en la Intención Emprendedora, especialmente en niveles bajos de EA, pero que este impacto disminuye gradualmente a medida que EA alcanza niveles más altos, es decir llegará a un punto máximo.



Hipótesis 4

Ilustración 8 Relación entre la Norma subjetiva, creencias normativas (BSN) y la Norma Subjetiva (SN)
Fuente: Resultados Obtenidos SEM

En la **Ilustración 8** se observa la relación entre la norma subjetiva (creencias normativas BSN) y la norma subjetiva (SN), observando el gráfico muestra una relación positiva pero no lineal entre BSN y SN, con una curvatura que disminuye gradualmente en niveles más altos de BSN, es decir muestran un impacto significativo en los niveles de SN, el gráfico ilustra cómo las creencias normativas de un individuo sobre las expectativas de los demás pueden moldear su percepción subjetiva de las presiones sociales o normas con respecto a un comportamiento o decisión particular.

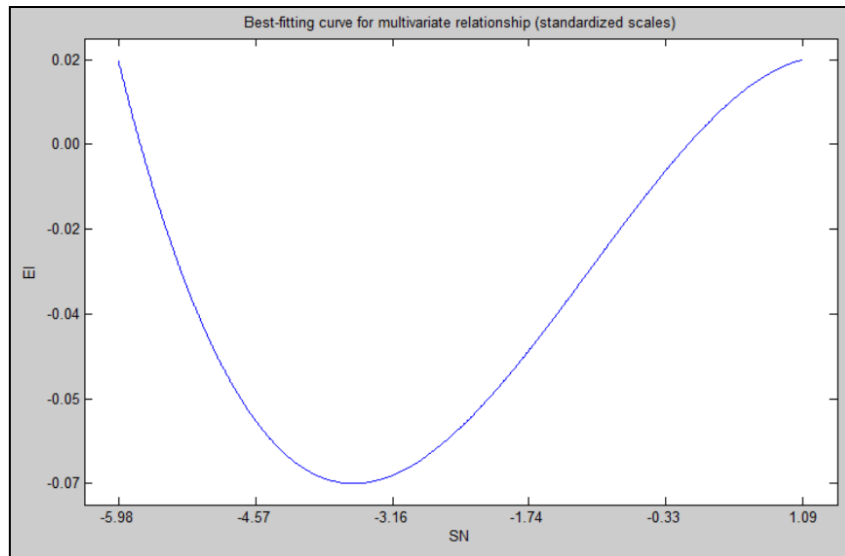


Hipótesis 5

Ilustración 9 Relación entre la Norma Subjetiva (SN) y la expectativa normativa de otras personas (MSN)

Fuente: Resultados Obtenidos SEM

En la **Ilustración 9** se observa la relación entre la variable Norma Subjetiva (SN) con las expectativas normativas de otras personas (MSN), es decir de lo que los grupos sociales a los que pertenece el sujeto esperan de él; donde se puede observar que entre más importancia el individuo le entrega hacia terceros la creencia de sus bases va disminuyendo, es decir que influye positivamente la opinión de terceros para la toma de decisiones y esto influye la intención de emprender.

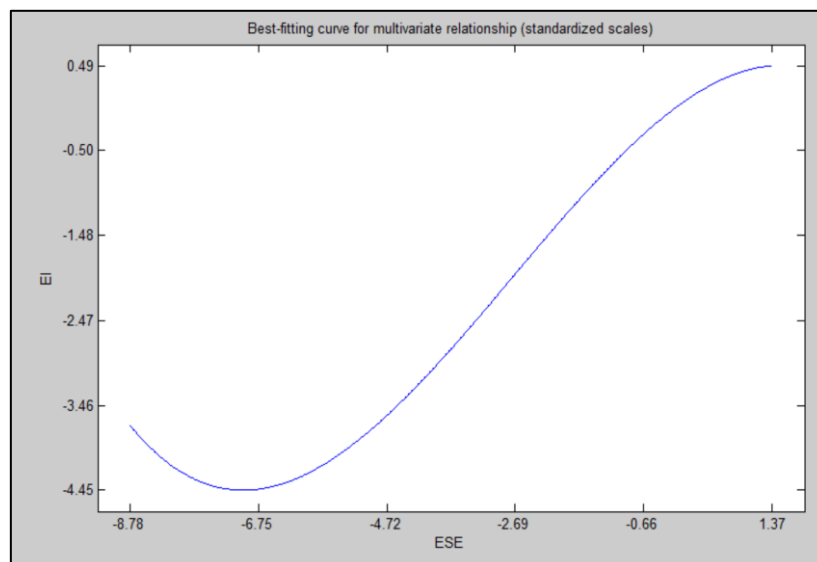


Hipótesis 6

Ilustración 10 Relación entre la Norma Subjetiva (SN) y Intención Emprendedora (EI)

Fuente: Resultados Obtenidos SEM

En la **Ilustración 10** se observa la relación entre la intención emprendedora y la norma subjetiva (creencia normativa); esto explica que a pesar que las personas tienen influencia de su entorno familiar, grupo de amigos entre otros la línea de tendencia muestra que hay una variación en su comportamiento al momento de tener la intención de emprender, siendo significativo para la relación es importante prevalecer que las opiniones si influyen en la decisión final.

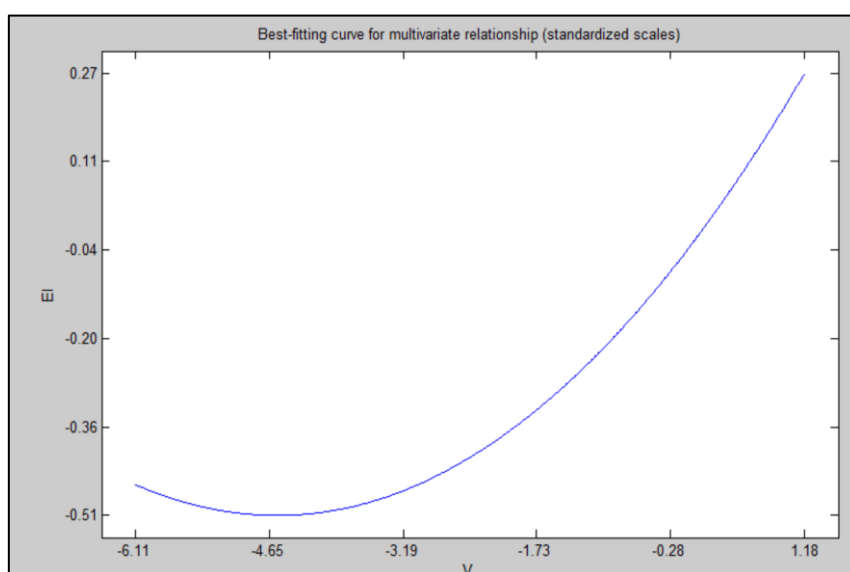


Hipótesis 7

Ilustración 11 Relación entre Autoeficacia Empresarial (ESE) y la Intención Emprendedora (EI)

Fuente: Resultados Obtenidos SEM

En la **Ilustración 11** se observa la relación entre Autoeficacia Empresarial (ESE) y la Intención Emprendedora (EI), mostrando una relación no lineal entre las variables, es decir a medida que aumenta la autoeficacia empresarial la intención emprendedora inicialmente disminuye ligeramente, luego alcanza un punto de inflexión y comienza a aumentar de manera más pronunciada. Esto puede indicar que una autoeficacia empresarial moderada puede inicialmente desalentar la intención emprendedora, pero una vez que se alcanza un nivel suficientemente alto de confianza en las habilidades y capacidades empresariales, se produce un efecto positivo y acelerado en la intención de iniciar una nueva empresa.



Hipótesis 8

Ilustración 12 Relación entre Valores (V) y la Intención Emprendedora (EI)

Fuente: Resultados Obtenidos SEM

En la **Ilustración 12** se observa la relación entre Valores (V) y la Intención Emprendedora (EI), donde muestra una curva inicialmente creciente y casi lineal entre los valores y la intención emprendedora, es decir que a medida que aumentan los valores la intención emprendedora también aumenta de manera constante. Sin embargo, a partir de un cierto nivel de valores, la curva se vuelve más pronunciada, lo que indica una relación cada vez más positiva y acelerada entre las variables. Esta tendencia muestra como los valores, las creencias, actitudes y principios individuales, tienen un impacto positivo en la intención de emprender un negocio.

CAPÍTULO 5
CONCLUSIONES.

5. CONCLUSIONES

Antecedentes

Este apartado describe las conclusiones de cada uno de los objetivos de la investigación, y muestra las limitaciones presentadas durante el desarrollo de la investigación. Además, identifica puntos de acción que contribuirán al desarrollo de futuras investigaciones. Los resultados se ven reflejados en el desarrollo de la tesis doctoral

Discusión y conclusiones

La presente investigación tuvo como objetivo general “**Analizar los factores que influyen la intención emprendedora de los graduados en Educación Superior de la ciudad de Guayaquil-Ecuador para validar la Teoría de la Acción Planificada**”; para su efecto se correlacionó los constructos identificados en el instrumento utilizado para recopilar la información “Cuestionario de Valores e Intenciones Empresariales (VIE)” el mismo que fue alineado que ha sido validado en investigaciones previas, el cuestionario abordó las variables: Valores, Actitud Emprendedora, Autoeficacia Emprendedora, Norma Subjetiva e Intención Emprendedora, así también se incorporó aspectos demográficos de relevancia para el investigador.

Cabe indicar que varios estudios muestran que el emprendimiento ecuatoriano se encuentra en un proceso de transición obligada por los factores post pandemia que afectaron el giro del negocio, así como los cambios y regulaciones legales que se establecieron en el país (kantis Hugo; Angelelli Pablo, 2020).

Estudios previos justifican y validan la teoría propuesta, sin embargo; no se han profundizado estudios en graduados ecuatorianos de tercer y cuarto nivel de Educación Superior, y que se haya aplicado el modelo de TAP para identificar qué factores inciden en la intención de emprender. A partir de los resultados obtenidos en la investigación a continuación se detallan las conclusiones identificadas en relación a los objetivos de la investigación:

En relación al primer objetivo específico establecido para la investigación y con la finalidad de determinar el grupo de mayor incidencia en la toma de decisiones emprendedoras, se identificó que el género predominante de la muestra son hombres, y que la edad promedio del grupo oscila entre 40 y 49 años, mientras que el estado civil que prevalece es la condición de separado(a), así también muestra que la situación laboral representa a ser un profesional independiente y tan solo el 96,81% han obtenido un título de tercer nivel; con éste análisis se logró identificar las características básicas y esenciales para el análisis de la información.

El segundo objetivo específico abordó un análisis descriptivo de variables económicas relacionadas al empleo, y economía del país, siendo esto concluyente que a partir de la pandemia muchos indicadores tuvieron afectaciones en su comportamiento sin embargo, postpandemia lograron recuperarse y mejorar la economía del país, así, siendo así que mejoró el Producto Interno Bruto y la tasa de empleabilidad; así también las variables identificadas del emprendimiento mostraron un comportamiento creciente puesto que muchos negocios, empresas cambiaron el enfoque de su sistema de ventas utilizando el comercio electrónico generando confianza en el consumidor final.

En relación al tercer objetivo específico se concluye que la actitud emprendedora desde la creencia y evaluación del comportamiento incide de manera positiva a la actitud de emprender de los graduados y la intención empresarial; mientras que la norma subjetiva se ve incidida por la creencia normativa pero no por la motivación de terceros en la intención de emprender. Siendo concluyente que del grupo encuestado su comportamiento tiende más al estilo de emprender por su percepción del entorno y no por la influencia de terceros en sus decisiones; preservando las características de su personalidad en relación a los valores, donde todos los aspectos son relevantes para la toma de decisiones.

En relación al cuarto objetivo específico las variables fueron evaluadas a través del indicador Path en relación al coeficiente de incidencia, concluyendo que la variable creencia de la consecuencia de la conducta influye de manera directa y significativa a la actitud emprendedora esto explica la importancia de la

percepción en la persona, así también se percibe que la evaluación de la consecuencia de realizar la conducta influye de manera directa y significativa a la actitud emprendedora; es decir que cuando una persona considera emprender un negocio, evalúa las posibles consecuencias o resultados de esa acción. Estas consecuencias pueden ser positivas (como la independencia financiera, la realización personal o negativas como el riesgo, el estrés, entre otros factores.

Así también se concluye que la norma subjetiva, a su vez, tiene un efecto directo y significativo en la intención emprendedora. Esto significa que la percepción de aprobación o desaprobación de los grupos de referencia cercanos, como familiares y amigos, puede influir en la decisión de emprender un negocio. Además, la autoeficacia emprendedora, es decir, la confianza en las propias capacidades para llevar a cabo el emprendimiento, impacta directa y significativamente en la intención emprendedora. Y Finalmente Esta hipótesis sugiere que los valores personales, como la independencia, el logro y la autorrealización, pueden moldear la intención de emprender un negocio de manera directa y significativa. En conjunto, estas hipótesis resaltan la importancia de factores actitudinales, normativos, de autoeficacia y de valores en la formación de la intención emprendedora, según la Teoría de la Acción Planificada y su extensión a otros constructos relevantes.

En conclusión, al quinto objetivo específico los resultados muestran una correlación significativa entre los factores actitudinales, normativos, de autoeficacia y de valores personales con la intención emprendedora; como lo explica la actitud emprendedora que es impulsada por la evaluación positiva de las consecuencias de esta conducta, la misma que se correlaciona fuertemente con una mayor intención de iniciar un negocio. Esto explica como las percepciones y valoraciones positivas sobre los beneficios potenciales del emprendimiento, como la independencia, el logro y la realización personal, juegan un papel crucial en la formación de la intención emprendedora.

Además, los resultados resaltan la influencia de las normas subjetivas, es decir, la percepción de aprobación o desaprobación de los grupos de referencia cercanos, como la familia y los amigos. Cuando los individuos perciben un

respaldo social y una presión normativa positiva hacia el emprendimiento, su intención de emprender tiende a ser mayor.

Por otro lado, la autoeficacia emprendedora, que refleja la confianza en las propias capacidades para iniciar y gestionar un negocio con éxito, también mostró una correlación significativa con la intención emprendedora. Aquellos individuos que se perciben a sí mismos como capaces y competentes para afrontar los desafíos del emprendimiento, tienden a tener una mayor intención de emprender.

Finalmente, los valores personales, como la independencia, el logro y la autorrealización, también demostraron tener una correlación relevante con la intención emprendedora. Cuando los individuos priorizan estos valores, es más probable que consideren el emprendimiento como una vía para alcanzarlos, lo que impulsa su intención de iniciar un negocio propio.

En conjunto, estos hallazgos resaltan la importancia de abordar estos factores de manera integral en las estrategias y programas diseñados para fomentar el emprendimiento. Al comprender y abordar las actitudes, normas sociales, autoeficacia y valores relacionados con el emprendimiento, se puede influir de manera más efectiva en la intención emprendedora de los individuos.

Limitaciones de la investigación

A pesar de los hallazgos significativos encontrados en la presente investigación es importante detallar las limitaciones presentadas en su desarrollo y se detallan a continuación:

En primer lugar, el estudio fue realizado a un grupo específico de graduados de Educación Superior localizado en la ciudad de Guayaquil, esto puede ser una limitante en escenarios geográficos o culturales, como la segmentación de un grupo de una ciudad capital, y no de varios sectores como en la costa, sierra u oriente.

Además, la recolección de datos a través de encuestas validadas y aplicadas en otros países que contiene muchos ítems de preguntas y algo redundantes puede generar sesgos en el aspecto social o interpretación subjetiva de las respuestas, sería importante generar un instrumento más preciso acorde a la cultura, y aspecto social y económico del país. Finalmente, la investigación podría desarrollarse en diversas zonas del país, y también incorporar los sectores de alta vulnerabilidad económica.

Aportes a Futuras Investigaciones

La presente investigación propulsa el interés de actores públicos, privados y de la academia cuyo rol es la de fomentar el emprendimiento e innovación como base del desarrollo productivo del Ecuador.

En futuras investigaciones se recomienda que sea dirigida a grupos empresariales ya definidos por sector productivo, grupos sociales entre otros, con la finalidad de ampliar investigaciones y correlacionar tipo de grupos empleando el Modelo de la Teoría de la Acción Planificada, éste tipo de investigaciones permitirá profundizar las relaciones que predominen en la conducta de las personas al momento de querer emprender, dejando en evidencia que el emprendimiento es el propulsor de mejoras en la economía de un país, sin emprendimiento no existiría oportunidad de laboral y crecimiento económico; así también buscar la conexión de redes de emprendimiento con la academia para el desarrollo de más investigaciones con aporte social y de desarrollo.

Así también a nivel país las redes de emprendimiento puedan crear un modelo para validar al emprendedor ajustado a la cultura ecuatoriana con la finalidad de realizar un estudio comparativo entre países con similares características de territorio o economía.

REFERENCIAS

6. Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alberca, M. (2012). *Bases Teóricas de los Valores desde la Perspectiva de Schwartz*.
- Ayala Rilquelme, Evadil Llanos Ortiz, M., Flores Álvarez, M., & Muñoz Baro, C. (2016). Estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios: Caso Ingeniería Civil Industrial Universidad Arturo Prat. *Ciencia Amazónica: (Iquitos)*, ISSN 2221-5948, ISSN-e 2222-7431, Vol. 6, Nº. 1, 2016, págs. 48-62, 6(1), 48-62. <https://dialnet-unirioja-es.bibezproxy.uca.es/servlet/articulo?codigo=5608579>
- Azqueta Díaz de Alda, A. U. (s. f.). El concepto de Emprendedor: Origen, Evolución e Interpretación. *Siempre* 17, 21-39.
- Bandura, A. (2006). Self-Efficacy Beliefs of Adolescents,. *Journal de pharmacie de Belgique*, 63(3), 307-337.
- Bravo, I., Bravo, M., Preciado, J., & Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*, 0(33 SE-Artículos), 139-155.
- Campos Pérez, B., Ordoñez Romero, K., & Vásquez Campuzano, John. (2022). Intención emprendedora en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala. *Revista científica Sociedad & Tecnología*, 5, 274-290.
- Cantillon, R. (1950). Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general. En *Liberty Fund* (Vol. 1). <https://www.elcato.org/sites/default/files/naturaleza-del-comercio-electronico.pdf>
- Castro, A., & Nader, M. (2006). La Evaluación de los Valores Humanos con el Portrait Values Questionnaire de Schwartz. *Interdisciplinaria*, 23(2), 155-174.
- Crow, M. M., Hrabowski, F. A., Sharpe, S., & Armstrong, L. (2006). The university of the future. En *Issues in Science and Technology* (Vol. 22, Número 2, pp. 5-9). <https://doi.org/10.2307/j.ctv125jp6b.19>
- De la Torre Cruz, T., Ruiz Palomo, E., Escolar Llamazares, M. C., Baños Martínez, V., Gañán Ibáñez, A., Corbí Santamaría, M., González Santos, J., & Sánchez, A. I. (2016). Impacto De La Educación En La Cultura Del Emprendimiento: Estudio Cualitativo. *International Journal of Developmental and Educational Psychology. Revista INFAD de Psicología.*, 2(1), 117. <https://doi.org/10.17060/ijodaep.2015.n1.v2.99>
- Fatma, E. Ben, & Ezzeddine, B. M. (2019). Behavioral entrepreneurship theory: A survey and future directions. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25(4), 1-22.

- Fishbein, M. A., & Ajzen, I. (2011). Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research. *Reading, Addison-Wesley, May 1975*.
- Galleguillos-Cortés, C., Escobar-Burgos, B., & Hurtado-Cailly, R. (2019). Predictors of entrepreneurial intention in undergraduate students: A model based on structural equations. *Formacion Universitaria, 12(1)*, 83-94. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062019000100083>
- González, J., Márquez, A., & Vélez, Y. (2020). El emprendimiento en tiempos de pandemia en Ecuador. En *Emprendimiento.Ec*. <https://emprendimiento.ec/emprende/el-emprendimiento-en-tiempos-de-pandemia-en-ecuador/>
- Gutiérrez Huby, A. M., Amador Murguía, M. E., & López Reyes, L. J. (2012). El Potencial Emprendedor En Los Estudiantes De La Carrera De Contabilidad De Las Universidades San Marcos De Perú Y Guadalajara De México – Centro Universitario De Los Altos – Un Análisis Comparativo. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales, 19(36)*, 63. <https://doi.org/10.15381/quipu.v19i36.6497>
- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2005). *Emprendedores* (Número January 2005). <https://bit.ly/3sPDMDf>
- Hugo Kantis; Pablo Angelelli; Juan Federico; Cristina Fernández. (2020). Startups y empresas jóvenes ante el COVID-19: impactos y respuestas desde el ecosistema. En *Puntos sobre la i. Un blog del BID para conversar sobre Innovación en América Latina y el Caribe*. <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/startups-y-empresas-jovenes-ante-covid-19-impactos-y-respuestas-ecosistema/>
- Idrovo Poveda, F. K., Verdesoto Velástegui, O. S., Valencia Nuñez, E. R., & Córdova, V. H. (2020). Modelo de ecuaciones estructurales para determinar la intención de emprendimiento de estudiantes de posgrado. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa, 30(30)*, 346-357. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3715>
- Jiménez, A. E. R. (2009). Emprendimiento Una opción para el Desarrollo. *Scientia Et Technica, 43*, 326-331. <https://doi.org/10.2307/j.ctvj7wpps.10>
- kantis Hugo; Angelelli Pablo. (s. f.). *Los ecosistemas de emprendimiento de América Latina y el Caribe frente al COVID-19*.
- kantis Hugo; Angelelli Pablo. (2020). Emprendimiento de base científico tecnológica en América Latina. *Banco Interamericano de Desarrollo*. www.iadb.org
- Kirzner, I. M. (2020). *Competencia y Empresarialidad* (U. Editorial, Ed.; Tercera Ed).
- Krauss, C., Franco, J. P., Bonomo, A., & Platas, A. L. (2018). Intención Emprendedora en Estudiantes de Ciencias de la Salud de la Universidad Católica del Uruguay. *Enfermería Cuidados Humanizados, 7(1)*, 102-114.

- Krueger, Jr., N. F., & Brazeal, D. V. (2018). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 7(2), 201-226.
<https://doi.org/10.14211/regepe.v7i2.1071>
- Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
<https://doi.org/10.1177/104225879301800101>
- Lackéus Chalmers, M. (2015). *Entrepreneurship in Education*.
- Laguía, A., Moriano, J. A., Gámez, J. A., & Molero, F. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1).
<https://doi.org/10.11144/javeriana.upsy16-1.vcie>
- Lezcano Barbero, F., Abella García, V., & Casado Muñoz, R. (2012). Implicaciones de la teoría de valores humanos de Schwartz en la actividad educativa con adolescentes. *Revista Iberoamericana de Educación*, 60(1), 7. <https://doi.org/10.35362/rie6011337>
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (s. f.). *INTENTION MODEL ON A TWO-COUNTRY SAMPLE*. <http://selene.uab.es/dep-economia-empresa/>
- Liza Ríos, I. P. (2018). *Relación entre Intención Emprendedora, Norma Subjetiva, Autoeficacia Emprendedora y Personalidad Proactiva en un grupo de estudiantes de una universidad privada de Lima*.
<http://hdl.handle.net/10757/625076>
- López, G., & Rivera, J. (2020). De la Teoría a la práctica: El emprendimiento en Ecuador en época de COVID-19. *Revista Investigación y Desarrollo*, 12(Julio-Diciembre 2020), 75-84.
- Maluk, O. A. 1, & Maluk, S. A. (2019). *Validación de la escala de valores de Schwartz para los graduados de economía y negocios Schwartz scale validation for economics and business graduates Contenido*. 40(Nº 23), 1-19.
- Martínez, Minerva; Fierro, E. (2018). Aplicación de la técnica PLS-SEM en la gestión del conocimiento : un enfoque técnico práctico Application of the PLS-SEM technique in Knowledge. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 1-20.
- Navarro, G. Bayona, J. & Pacheco, C. (2020). Competencias emprendedoras y formación para el emprendimiento en instituciones de educación media. *Espacios*, 41(11), 1-13.
<http://www.1.revistaespacios.com/a20v41n11/a20v41n11p03.pdf>
- Neck, H. M., Greene, P. G., & Brush, C. G. (2014). Teaching entrepreneurship: A practice-based approach. En *Teaching Entrepreneurship: A Practice-Based Approach* (pp. 1-341). <https://doi.org/10.4337/9781782540564>

- Osorio, F. F., & Roldán, J. C. L. (2015). Intenção empreendedora de estudantes de educação média: Estendendo a teoria de comportamento planejado mediante o efeito exposição. *Cuadernos de Administracion*, 28(51), 103-131. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieee>
- Ovalles, L., Moreno, Z., Olivares, M., & Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23, 217-234. <https://www.redalyc.org/journal/290/29055767013/html/>
- Peterman, N., & Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144. <https://doi.org/10.1046/j.1540-6520.2003.00035.x>
- Querejazu Vidovic, C. V. (2020). Aproximación Teórica a las causas del emprendimiento. *Economía Teoría y Práctica*, 52, 69-98.
- Quero Virla, M. (2010). Confiabilidad y Coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 12(2), 248-252. <https://doi.org/10.1109/igarss.2004.1370608>
- Quevedo, L. F. (2019). Aproximación crítica a la teoría económica propuesta por Schumpeter. *Investigación y Negocios*, 12(20), 55-60. http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20_a06.pdf
- Rauch, Andreas & Hulsink, W. . (2015). (2015). Putting Entrepreneurship Education Where the Intention to Act Lies: An Investigation Into the Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior. *Academy of Management Learning and Education*, 14, 187-204. <http://web.a.ebscohost.com.ezproxy.library.strathmore.edu/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=5886eb42-76de-49bd-b9c8-633b3788e027%40sessionmgr4003&vid=26&hid=4106>
- Robinson, Ken; Aronica, L. (2008). *El elemento descubrir tu pasión lo cambia todo* (B. Booket, Ed.).
- Rodríguez Gonzalez, A. (2014). Emprendimiento: una megatendencia a nivel mundial. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/emprendimiento-una-megatendencia-nivel-mundial/>
- Ruiz, M. A., Pardo, A., & San Martín, R. (2010). Modelos de Ecuaciones Estructurales. *Panorama de sector de servicios*, 31(1), 34-45. <http://www.cop.es/papeles>
- Said Diez Farha. (2016). La Actitud Conductual En Las Intenciones Emprendedoras. *Revista Empresarial ICE-FEE-UCSG*, 10(2), 42-48.
- Schumpeter, J. A. (1967). Teoría del Desarrollo Económico; La corriente circular de la vida económica en tanto que condicionada por circunstancias dadas. *Teoría Del Desarrollo Económico. Fce Capítulo*, 1-24.

- Schwartz, S. H. (2006). A Theory of Cultural Value Orientations: Explication and Applications. *Comparative Sociology*, 5, 136-182.
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., & Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formación Universitaria*, 9(1), 25-34. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>
- Tarapuez, E., & Botero, J. (2007). Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor. *Cuadernos de Administración*, 20(34), 39-63. [file:///C:/Users/PRINCIPAL/Downloads/4041-Texto del artículo-14423-1-10-20121211.pdf](file:///C:/Users/PRINCIPAL/Downloads/4041-Texto%20del%20art%C3%ADculo-14423-1-10-20121211.pdf)
- Tarnawa, A. I.-S. & A. (2020). Diagnosing COVID-19 Impacts on Entrepreneurship Exploring policy remedies for recovery. En *Global Entrepreneurship Monitor*. <https://www.gemconsortium.org/reports/covid-impact-report>
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*, 41(7), 1-16. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Teresa, M., Portillo, E., Andrés, J., Gómez, H., Ortega, V. E., & Moreno, G. M. (2016). *Modelos de Ecuaciones Estructurales : Características , Fases , Construcción , Aplicación y Resultados*. 16-22.
- Zambrano Vera Dirk. (2019). *Caracterización De La Intención Emprendedora En Profesionales De La Ciudad De Guayaquil*.
- Zeller, R. A. ;, & Carmines, E. G. (1979). *Reliability and Validity Assessment* (Sage Publications, Ed.). <https://doi.org/10.4135/9781608712434.n1341>
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., Wilson, D., Kwary, D. A., & Fitriasaki, D. (2004). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. [http://pure.au.dk/portal/da/publications/essentials-of-entrepreneurship-and-small-business-management\(c0b83760-37a6-11dd-8851-000ea68e967b\).html](http://pure.au.dk/portal/da/publications/essentials-of-entrepreneurship-and-small-business-management(c0b83760-37a6-11dd-8851-000ea68e967b).html)

ANEXOS

7. Anexos

7.1 Instrumento de Recolección de Datos Aplicado.

La Universidad de Córdoba está realizando una investigación para conocer la intención emprendedora de los graduados universitarios en nivel de grado y posgrado del Ecuador con la finalidad de identificar las características y actitudes emprendedoras. La encuesta es anónima con fines investigadores y académicos.

El objetivo de la investigación es determinar si dentro del proceso de formación superior se puede determinar aspectos importantes de la intención emprendedora de los graduados universitarios en nivel de grado y posgrado del Ecuador mediante la aplicación de un cuestionario para su validación, como el Cuestionario de Valores e Intenciones Empresariales (VIE) compuesta por seis dimensiones: Valores, Actitudes, Autoeficacia Emprendedora, Norma Subjetiva, Intención Emprendedora y Tipo de Emprendedor (Rueda et al., 2015) para validar la teoría de la acción planificada.

ASPECTOS DEMOGRÁFICOS.

1. (EC01) Estado Civil:

1. Soltero(a)	
2. Casado (a)	
3. Unión Libre	
4. Divorciado(a)	
5. Separado(a)	
6. Viudo(a)	

2. (SEX01) Sexo:

1. Hombre	
2. Mujer	

3. (ED01) Edad:

1. Entre 18 y 25 años	
2. Entre 26 y 30 años	
3. Entre 30 y 39 años.	
4. Entre 40 y 49 años.	
5. Entre 50 y 59 años.	
6. Más de 60 años	

4. (TIPE01) ¿Qué tipo de estudiante era durante sus estudios universitarios?

1. Estudiante Regular	
2. Estudiante Homologante	

5. (NES01) ¿Cuál es su nivel de estudio superior obtenido?

1. Estudios Superiores de Tercer Nivel (grado)	
2. Estudios Superiores de Cuarto Nivel (posgrado)	

6. ((SILA01) ¿Cuál es su situación laboral?

1. Empleado público	
2. Empleado privado	
3. Profesional Independiente	
4. Empleado(a) Doméstico(a)	
5. Desempleado	
6. Jubilado	

Cuestionario De Intenciones y Valores Empresariales

Por favor, califique en escala de Likert de 1 a 7 (siendo 1 nada de acuerdo y 7 totalmente de acuerdo) cada uno de los siguientes aspectos relacionados con:

FACTORES	1	2	3	4	5	6	7
EA- Actitud emprendedora EN GENERAL							
EA1. Enfrentarme a nuevos desafíos							
EA2. Altos ingresos económicos							
EA3. Ser independiente (tu propio jefe)							
BEA- Actitud emprendedora, creencia de la consecuencia de la conducta							
BEA1. Crear empleo para otras personas							
BEA2. Ser creativo e innovar							
BEA3. Tener altos ingresos económicos							
BEA4. Asumir riesgos calculados							
BEA5. Ser mi propio jefe							
EEA- Actitud emprendedora, evaluación de la consecuencia de realizar la conducta							
EEA1. Enfrentarse a nuevos retos							
EEA2. La creación de empleos para otras personas							
EEA3. La creatividad e innovación							
EEA4. Asumir riesgos calculados							
SN- Norma Subjetiva, EN GENERAL							
SN1. Tener ideas nuevas y ser creativo es importante para él/ella. Le gusta hacer las cosas de manera propia y original							
SN2. Es importante para él/ella comportarse siempre correctamente.							
SN3. Es importante para él/ella atender a las necesidades de los demás. Trata de apoyar a quienes conoce							
SN4. Ser emprendedor es importante para él/ella. Le gusta arriesgarse y pone en marcha sus propios proyectos e ideas							
BSN- Norma Subjetiva, creencias normativas							
BSN1. Mi familia directa (padres y hermanos)							
BSN2. Mis amigos íntimos							
BSN3. Mis compañeros o colegas							
MSN- Norma Subjetiva, motivación para acomodarse a los otros significativos							
MSN1. La de mi familia directa (padres y hermanos)							
MSN2. La de mis amigos íntimos							
MSN3. la de mis compañeros o colegas							
ESE- Autoeficacia Emprendedora							

V18. Las creencias religiosas son importantes para él/ella. Trata firmemente de hacer lo que su religión le manda									
V19. Le importa que las cosas estén en orden y limpias. No le gusta para nada que las cosas estén hechas un lío									
V20. Cree que es importante interesarse en las cosas. Le gusta ser curioso y trata de entender toda clase de cosas									
V21. Cree que todos los habitantes de la Tierra deberían vivir en armonía.									
V22. Piensa que es importante ser ambicioso. Desea mostrar lo capaz que es									
V23. Cree que es mejor hacer las cosas de forma tradicional.									
V24. Disfrutar de los placeres de la vida es importante para él/ella. Le agrada "consentirse" a sí mismo									
V25. Cree que debe respetar siempre a sus padres y a las personas mayores. Para él/ella es importante ser obediente									
V26. Desea que todos sean tratados con justicia, incluso las personas a las que no conoce.									
V27. Le gustan las sorpresas. Tener una vida llena de emociones es importante para él/ella									
V28. Tiene mucho cuidado de no enfermarse. Para él/ella es muy importante mantenerse sano									
V29. Progresar en la vida es importante para él/ella. Se esfuerza en ser mejor que otros									
V30. Para él/ella es importante perdonar a la gente que le ha hecho daño.									
V31. Es importante para él/ella ser independiente. Le gusta arreglárselas solo									
V32. Es importante para él/ella que haya un gobierno estable. Le preocupa que se mantenga el orden social									
V33. Le es importante ser siempre amable con todo el mundo. Trata de no molestar o irritar nunca a los demás									
V34. Él/ella realmente desea disfrutar de la vida. Pasárselo bien es muy importante para él/ella									
V35. Para él/ella es importante ser humilde y modesto. Trata de no llamar la atención									
V36. Siempre quiere ser el que toma las decisiones. Le gusta ser el líder									
V37. Le es importante adaptarse a la naturaleza e integrarse en ella. Cree que la gente no debería alterar la naturaleza									

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN