



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas

**Cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración
de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, periodo abril –
septiembre 2022**

Trabajo de Titulación previo a la obtención
del título de Ingeniera en Administración de
Empresas.

AUTORA

Erica Daniela Celi Camacho

DIRECTOR

Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza

Loja – Ecuador

2023

Loja, 30 de noviembre de 2022

Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza

DIRECTOR DE TESIS – TRABAJO TITULACIÓN

CERTIFICO:

Que se ha revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **Cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, periodo abril – septiembre 2022**, de autoría de la estudiante **Erica Daniela Celi Camacho**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración de Empresas**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para la respectiva sustentación y defensa.

Ing. Edison Oswaldo Toapanta Mendoza.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACION

Autoría

Yo, **Erica Daniela Celi Camacho**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cedula: 1950021970

Fecha: 30 de marzo de 2023

E-mail: erica.celi@unl.edu.ec

Celular: 0997184908

Carta de autorización por parte de la autora, para la consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación

Yo, **Erica Daniela Celi Camacho**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación denominado: **Cultura emprendedora de los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la universidad nacional de Loja, periodo abril – septiembre 2022**, como requisito para optar por el título de **Ingeniera En Administración de Empresas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 30 días del mes de marzo del dos mil veintitrés.

Firma:

Autora: Erica Daniela Celi Camacho

Cedula: 1950021970

Dirección: La Argelia, Pedro Vicente Maldonado y Av. Reinaldo Espinoza.

E-mail: erica.celi@unl.edu.ec

Celular: 0997184908

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del trabajo de

titulación: Ing. Edison Oswaldo Toapanta

Tribunal de Grado: Ing. Vanessa Burneo

Ing. Paola Flores

Ing. Max Boada

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios por darme la oportunidad de formarme profesionalmente, la fuerza, la sabiduría y salud necesaria para no desistir ante los obstáculos que representa esta etapa.

A mis padres, Emilio Celi y Zoila Camacho, quienes han sido mi mayor apoyo e inspiración, y que con su ejemplo me han inculcado valores y llenado de amor, me han guiado por el buen camino y con su valentía y constante trabajo han formado y sacado adelante a siete hijos de bien.

A mis hermanos mayores que han sido mi ejemplo para trabajar por lo que quiero y han estado presentes en cada uno de mis logros alentándome a seguir.

A mis amigos y docentes con los que he compartido este proceso pues hicieron de este duro camino un poco más llevadero y con su sabiduría y consejos me han apoyado continuamente.

Erica Daniela Celi Camacho

Agradecimiento

Agradezco infinitamente a mis padres quienes desde la distancia siempre estuvieron pendientes que nada me faltara para que mis estudios no se paralizaran, pues sin su apoyo no hubiera alcanzado este logro.

A todos los docentes que formaron parte de estos cinco años pues cada uno me brindo de sus conocimientos y sabiduría para formarme profesionalmente.

A mi director de tesis, por su infinita paciencia y sabiduría ofrecida durante esta etapa.

A mis amigos y demás familiares que nunca me negaron su apoyo moral y consejos alentadores.

Erica Daniela Celi Camacho

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras	xi
Índice de Anexos	xii
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	7
4.1. Qué es una empresa.....	7
4.2. Emprender	7
4.3. Emprendedor	7
4.4. Emprendimiento	7
4.5. Características del Emprendedor.....	8
4.6. Ventajas y desventajas de ser emprendedor	9
4.6.1. <i>Ventajas.</i>	9
4.6.2. <i>Desventajas.</i>	10
4.7. Tipos de emprendedores.....	10
4.8. Cómo emprender con éxito.	11
4.9. De dónde surgen las oportunidades.....	12

4.10.	Fuentes donde obtener buenos negocios.....	12
4.11.	Creación de riqueza y trabajo como desarrollo económico.	14
4.12.	La pérdida del espíritu emprendedor.....	14
4.13.	Cómo interviene la academia	16
4.14.	Factores sociodemográficos de los emprendedores	16
4.15.	Cultura Emprendedora	17
4.16.	Perfil emprendedor	18
4.17.	Test emprendedor	18
4.18.	Habilidades y capacidades emprendedoras	18
4.19.	Competencias emprendedoras.....	19
4.20.	Intención emprendedora.....	20
4.21.	Entorno emprendedor.....	20
4.22.	Motivos de salida de negocios	20
4.23.	Percepciones individuales hacia el emprendimiento.....	21
4.24.	Motivación para emprender	21
4.25.	TEA (Actividad Emprendedora Temprana).....	23
	4.25.1. Fuentes financiamiento de emprendedores (TEA) según su etapa de negocio	23
	4.25.2. Innovación de productos y procedimientos de los emprendedores en la TEA (Actividad Emprendedora Temprana)	24
4.26.	Cultura emprendedora en estudiantes universitarios.....	24
5.	Metodología	26
5.1.	Tipo de Investigación	26
5.2.	Diseño de investigación	26
	5.2.1. Mixto	26
	5.2.2. Exploratorio.....	26
5.3.	Fuentes de investigación	26
5.4.	Técnicas de recolección y análisis de información	27

5.4.1.	<i>Observación Directa</i>	27
5.4.2.	<i>Investigación bibliográfica</i>	27
5.4.3.	<i>Encuesta</i>	27
5.4.4.	<i>Programa de análisis de datos Excel</i>	28
5.5.	Población y muestra	28
5.5.1.	<i>Población meta</i>	28
5.5.2.	<i>Marco muestral.</i>	28
5.5.3.	<i>Muestra poblacional</i>	28
5.5.4.	<i>Tamaño de la muestra</i>	28
5.5.	Procedimiento	29
6.	Resultados	31
7.	Discusión	60
7.1.	Propuesta	65
8.	Conclusiones	66
9.	Recomendaciones	67
10.	Bibliografía	68
11.	Anexos	71

Índice de Tablas

Tabla 1	<i>Aplicación de encuesta</i>	29
Tabla 2	<i>Ciclo y género de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas</i>	31
Tabla 3	<i>Edad estudiantes CAE (Carrera de Administración de Empresas)</i>	32
Tabla 4	<i>País y sector de procedencia</i>	33
Tabla 5	<i>Ingresos mensuales y modalidad de estudios</i>	33
Tabla 6	<i>Análisis de resultados del test emprendedor</i>	34
Tabla 7	<i>Test emprendedor aplicado</i>	35
Tabla 8	<i>Análisis de resultado del test de habilidades emprendedoras</i>	36
Tabla 9	<i>Test de habilidades emprendedoras aplicado</i>	36

Tabla 10 <i>Habilidades emprendedoras</i>	37
Tabla 11 <i>Observando su círculo cercano, selecciona a quienes tengan un emprendimiento o negocio</i>	39
Tabla 12 <i>¿Cuenta con oportunidades de formar redes o vínculos motivacionales dentro de sus actividades diarias que te permitan fomentar la iniciativa emprendedora?</i>	40
Tabla 13 <i>Al culminar los estudios todos nos esforzamos por cumplir un sueño, en su caso, ¿Cuál sería?</i>	40
Tabla 14 <i>Intención emprendedora respecto al total de estudiantes según la modalidad de estudios</i>	42
Tabla 15 <i>Indique sus motivaciones personales para estudiar la Carrera de Administración de Empresas</i>	43
Tabla 16 <i>En el caso de que decida emprender una vez culminados sus estudios. ¿Indica las razones que le motivarían a realizarlo?</i>	44
Tabla 17 <i>En el caso que decida emprender una vez culminados sus estudios. ¿En cuál o cuáles de estos tipos de negocios le gustaría emprender?</i>	46
Tabla 18 <i>De los siguientes aspectos, ¿cuál cree que es el factor motivacional más importante para convertirse en emprendedor?</i>	47
Tabla 19 <i>¿Cuáles considera que serían tus obstáculos al momento de emprender?</i>	48
Tabla 20 <i>Cuando requiere de información, asesoramiento, o averiguar sobre algún tema de emprendimiento, ¿Cuáles son las razones por la que no busca el apoyo de sus docentes?</i>	49
Tabla 21 <i>¿Con qué frecuencia recibe incentivo de sus docentes para desarrollar habilidades de liderazgo?</i>	51
Tabla 22 <i>¿Si las universidades desarrollasen programas en los cuales se creen nexos con el mundo laboral, cree que desarrollaría un espíritu emprendedor?</i>	52
Tabla 23 <i>¿Cree que el poder trabajar o participar en cursos en donde se interactúe con estudiantes de distintas carreras, permitirá generar habilidades que logren aumentar las posibilidades de ser un emprendedor?</i>	52
Tabla 24 <i>Califica la importancia de las siguientes alternativas y el aporte al fortalecimiento de la cultura emprendedora</i>	53
Tabla 25 <i>Como estudiante define la importancia que tienen las siguientes alternativas para que la carrera mejore la cultura emprendedora en los estudiantes.</i>	54
Tabla 26 <i>Como estudiante define la importancia que tienen las siguientes alternativas para que la carrera mejore la cultura emprendedora en los estudiantes.</i>	56

Tabla 27 <i>Evaluación docente/ ¿Qué tan importante es para ti?</i>	58
Tabla 28 <i>Características sociodemográficas</i>	¡Error! Marcador no definido. 5
Tabla 29 <i>Comparación test emprendedor estudiantes CAE y emprendimientos lojanos.</i>	62

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Razones para cerrar un negocio</i>	20
Figura 2 <i>Indicadores de percepción individual</i>	21
Figura 3 <i>Motivaciones para emprender</i>	22
Figura 4 <i>Fuentes de financiamiento de emprendedores TEA según su etapa de negocio</i>	23
Figura 5 <i>Innovación de productos y procedimientos de emprendedores en la TEA</i>	24
Figura 6 <i>Ciclo y género de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas</i>	31
Figura 7 <i>Edad estudiantes CAE</i>	32
Figura 8 <i>Test emprendedor</i>	35
Figura 9 <i>Habilidades emprendedoras</i>	38
Figura 10 <i>Observando su círculo cercano, selecciona a quienes tengan un emprendimiento o negocio</i>	39
Figura 11 <i>Al culminar los estudios todos nos esforzamos por cumplir un sueño, en su caso, ¿cuál sería?</i>	41
Figura 12 <i>Intención emprendedora respecto al total de estudiantes según la modalidad de estudios</i>	42
Figura 13 <i>Indique sus motivaciones personales para estudiar la Carrera de Administración de Empresas</i>	43
Figura 14 <i>Indique las razones que le motivarían a emprender</i>	45
Figura 15 <i>¿En cuál o cuáles de estos tipos de negocios le gustaría emprender?</i>	46
Figura 16 <i>Factor motivacional más importante para convertirse en emprendedor</i>	47
Figura 17 <i>¿Cuáles considera que serían sus obstáculos al momento de emprender?..</i> 48	
Figura 18 <i>¿Cuáles son las razones por la que no busca el apoyo de sus docentes?.....</i> 50	
Figura 19 <i>¿Con qué frecuencia recibe incentivo de sus docentes para desarrollar habilidades de liderazgo?</i>	51

Figura 20 <i>Califica la importancia de las siguientes alternativas y el aporte al fortalecimiento de la cultura emprendedora</i>	53
Figura 21 <i>Como estudiante define la importancia que tienen las siguientes alternativas para que la carrera mejore la cultura emprendedora en los estudiantes.</i>	55
Figura 22 <i>Como estudiante define la importancia que tienen las siguientes alternativas para que la carrera mejore la cultura emprendedora en los estudiantes.</i>	56
Figura 23 <i>Evaluación docente</i>	58
Figura 24 <i>Cultura emprendedora en los estudiantes CAE</i>	81

Índice de Anexos

Anexo 1 <i>Encuesta aplicada.....</i>	71
Anexo 2 <i>Base de datos Excel</i>	77
Anexo 3 <i>Cerificado traducción de resumen</i>	81

1. Título.

Cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, período abril - septiembre 2022.

2. Resumen

La cultura emprendedora en los estudiantes está estrechamente ligada al pensamiento, el entorno y la intención que tienen de emprender, la presente investigación tiene como propósito analizar la cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja. Mediante una investigación rigurosa de carácter descriptiva, explicativa y cuantitativa se puntualiza y describe el fenómeno objeto de estudio; con un diseño mixto - exploratorio se investigó a los 564 estudiantes que conforman la totalidad de estudiantes de la carrera, por medio de un cuestionario con preguntas evaluadas mediante escalas de Likert que permitieron medir cuantitativa y cualitativamente la cultura emprendedora de los estudiantes y obtener información que permitió comprender mejor el tema e identificar las variables más importantes. Dando como resultado un perfil emprendedor mayoritariamente positivo, semejante al de un futuro emprendedor, además con un entorno favorable que motiva al emprendimiento, se identifican algunas habilidades características del emprendedor; sin embargo, con una intención emprendedora baja. Como propuesta, se sugiere fortificar los temas en cuanto a formas de financiamiento y manejo de recursos para emprender; establecer acuerdos con empresas locales que permitan a los estudiantes reforzar conocimientos empresariales; ejecutar cursos de interacción para compartir ideas de negocio con el fin de crear vínculos y redes de contacto; reforzar la orientación hacia el emprendimiento desde los primeros ciclos y ejercer más práctica como apoyo a la teoría. En conclusión, la cultura emprendedora es una forma de pensamiento que fomenta la innovación y el emprendimiento; el perfil y las habilidades que disponen los estudiantes les ayuda a comprender como funciona el mundo de los negocios; además la mayoría de los estudiantes se han desarrollado dentro de un círculo emprendedor. Se recomienda buscar alternativas de integración de los estudiantes a un entorno emprendedor; implementación de programas de becas y mentorías para emprendimiento y promover el intercambio de idea entre estudiantes de distintas carreras y emprendedores.

Palabras clave: perfil emprendedor, habilidades emprendedoras, entorno emprendedor, intención emprendedora, emprendimiento.

2.1. Abstract

The entrepreneurial culture in students is closely linked to thinking, the environment and the intention they have to undertake, the purpose of this research is to analyze the entrepreneurial culture of the students of the Business Administration Career of Universidad Nacional de Loja. Through a rigorous investigation of a descriptive, explanatory and quantitative nature, the phenomenon under study is specified and described; with a mixed - exploratory design, 564 students who make up all the students of the department were investigated, through a questionnaire with questions evaluated through Likert scales which allowed quantitative and qualitative measurement of the entrepreneurial culture of the students and obtaining information that allowed a better understanding of the topic and identify the most important variables. Resulting in a mostly positive entrepreneurial profile, similar to that of a future entrepreneur, in addition to a favorable environment that motivates entrepreneurship, some characteristic entrepreneurial skills are identified; however, with a low entrepreneurial intention. As a proposal, it is suggested to fortify the issues regarding forms of financing and management of resources to undertake; establish agreements with local companies that allow students to reinforce business knowledge; run interaction courses to share business ideas in order to create links and contact networks; reinforce orientation towards entrepreneurship from the first cycle and exercise more practice to support theory. In conclusion, the entrepreneurial culture is a way of thinking that encourages innovation and entrepreneurship; the profile and skills that students have help them understand how the business world works; In addition, most of the students have developed within an entrepreneurial environment. It is recommended to look for alternatives to integrate students into an entrepreneurial environment; implementation of scholarship and mentoring programs for entrepreneurship and promote the exchange of ideas between students of different careers and entrepreneurs.

Keywords: entrepreneurial profile, entrepreneurial skills, entrepreneurial environment, entrepreneurial intention, entrepreneurship.

3. Introducción

Según Rodríguez y Chávez, (2015) la cultura emprendedora es “una forma de pensar, razonar y actuar, vinculada a la búsqueda de una oportunidad de negocio”

La cultura emprendedora en los estudiantes es el conjunto de habilidades, capacidades y rasgos personales adquiridos o fortalecidos durante su formación académica, orientados a la intención de emprender y a la búsqueda de recursos necesarios para ser autosuficientes.

Los constantes cambios en la economía cada vez exigen personas más preparadas, pues la poca garantía que existe de un empleo digno en la sociedad hace notable la necesidad de inculcar el emprendimiento desde las aulas de secundaria y pregrado.

Es importante destacar que Ecuador es un país con un alto grado de emprendimientos y aparentemente con una débil cultura emprendedora, evidenciada en los estudiantes universitarios que no desarrollan sus talentos, habilidades, inteligencia y voluntad para aportar a la sociedad como emprendedores y gestores del cambio en su entorno socioeconómico.

El conocer las limitaciones que conforman la cultura emprendedora servirá de cierta manera para tomar medidas que aporten a su posterior fortalecimiento y por ende brindar a la sociedad profesionales con un nivel académico y conocimientos suficiente para crear empresa.

De acuerdo con Hernández y Arano, (2015) “Inculcar en los alumnos una visión que tienda al desarrollo de negocios propios, ayuda no sólo a la reactivación económica sino también a la creación de fuentes de trabajo”

Un artículo denominado Cultura Emprendedora en los Estudiantes Universitarios desarrollado por Juárez, (2019) menciona que “la cultura emprendedora en los estudiantes universitarios debe fomentar competencias que ayuden a la solución de problemas y a la toma de decisiones de forma responsable.” Concluyendo que se debe implementar en los programas educativos actividades que desarrollen habilidades y actitudes de emprendimiento en los estudiantes como parte del proceso de enseñanza aprendizaje, que contribuyan en la formación integral de los alumnos universitarios, para el desarrollo de competencias profesionales al momento de su egreso.

A pesar de los pocos estudios relacionados a cultura emprendedora ecuatoriana, en Ecuador Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se destaca como el principal estudio sobre el emprendimiento, en el que describe algunos indicadores característicos de la cultura emprendedora como las motivaciones, limitaciones y los obstáculos para emprender.

La presente investigación se la desarrollo para conocer el estado en el que se encuentra la cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la

Universidad Nacional de Loja, pues requiere conocer el nivel en el que actualmente los estudiantes podrían hacer crecer una empresa y la intención que tienen de hacerlo, se analizó los factores que afectan su desarrollo y se determinó medidas que se pueden apoyar a la solución del problema detectado.

La cultura emprendedora se consigue con la adopción de nuevas actitudes y el desarrollo de habilidades enfocadas en la innovación, es importante porque brinda la flexibilidad e iniciativa necesaria para afrontar a los constantes cambios tecnológicos, siendo la base a partir de la cual una empresa crece y se vuelve competitiva.

El desarrollar la creatividad, la autonomía, la confianza y el pensamiento positivo son los beneficios de impulsar una cultura emprendedora dentro de las aulas universitarias, por otro lado, también se mejora la capacidad para resolver conflictos y tomar decisiones.

Comparando el perfil emprendedor de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas con el estudio desarrollado por Toapanta et al., (2022) aplicado a los emprendedores lojanos, se puede observar que poseen perfiles semejantes.

Es por esto, que esta investigación se desarrolla para identificar los siguientes objetivos:

1. Identificar de las características sociodemográficas de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas.

2. Determinar los factores asociados al desarrollo de la cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas como su perfil y habilidades emprendedoras.

3. Analizar los factores que inciden de manera directa en el desarrollo del emprendimiento en el estudiante como su entorno emprendedor e intención emprendedora.

4. Proponer estrategias que aporten significativamente a la mejora de la cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

Resultando en los estudiantes un perfil y habilidades emprendedoras en su mayoría positivas, y un entorno emprendedor presente en casi todos los estudiantes, pero con una intención emprendedora frágil.

Se aplicaron herramientas de investigación para determinar la información pertinente para desarrollar el análisis correspondiente. Como limitación se determinó los repetitivos intentos de encuestar a los estudiantes faltantes en las aulas universitarias.

4. Marco Teórico

4.1. Qué es una empresa

Una empresa es una iniciativa que tiene como objetivo ofrecer productos y servicios para atender las necesidades de personas o mercados, y con ello obtener una utilidad. Para lograr ganancias y atender el compromiso con su prosperidad, el emprendedor necesita adquirir recursos, estructurar un sistema de operaciones y asumir un compromiso con la satisfacción del cliente. (Amaru, 2008, p. 08).

4.2. Emprender

Alcaraz (2011) menciona que, para el académico, emprender es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos. Y en esto coincide Ronstadt (1985). (p. 02)

Steve Blank y Bob Dorf (2013) en su libro El manual del emprendedor explican el vocablo emprender como crear un nuevo negocio, y reconocen a los emprendedores como artistas fundadores de un negocio. (p. 22)

4.3. Emprendedor

Alcaraz (2011) dice que el emprendedor es una persona que posee un alto grado de confianza en sí mismo y una serie de características que le permiten detectar oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, la innovación o el mejor empleo de los recursos para alcanzar objetivos. En este contexto, asume el riesgo inherente a su toma de decisiones y persevera en la puesta en marcha de su proyecto. (p. 08)

4.4. Emprendimiento

Fayolle (2005) define que el emprendimiento es un proceso dinámico de creación de valor incremental. Este valor es creado por individuos que asumen riesgos en términos de equidad, tiempo y/o entrega profesional para proveerle valor a un producto (o proceso) o servicio. El producto o servicio por sí mismo puede o no ser nuevo ni único, pero el emprendedor debe buscar la manera de añadirle valor, al conjuntar los recursos y conocimientos necesarios para lograrlo.

Por otro lado, para Jeffrey A. Timmons (1989) “El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la

carencia de estos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados”.

4.5. Características del Emprendedor

Según Alcaraz (2011) menciona que muchos estudiosos del tema coinciden en que los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen del resto de las personas.

De acuerdo con John Kao (1989), el emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de problemas.
- Realismo.
- Autoconfianza.
- Altos niveles de energía.
- Busca de realimentación.
- Control interno alto.
- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de estatus y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.

Por otro lado, Amaru (2008) considera al emprendedor según la perspectiva conductual. Exponiendo las siguientes características.

- Creatividad y capacidad de implantación

El emprendedor, en esencia, es una persona que tiene la capacidad de idear y realizar cosas nuevas.

- Disposición para asumir riesgos

Iniciar un negocio significa tener la certeza sobre los gastos: la inversión inicial en las instalaciones, las rentas, los salarios y los impuestos. A pesar de esto, no hay certeza alguna con respecto a los ingresos. Una persona que inicia un negocio está corriendo riesgos. Arriesgar significa tener el valor de enfrentar la posibilidad de un fracaso o pérdida. Las

recompensas son inciertas y sólo las dificultades son visibles, pero el emprendedor está dispuesto a superarlas. La tendencia a asumir y dominar los riesgos es una característica básica del comportamiento de quienes se dedican a la actividad empresarial.

- Perseverancia y optimismo

El emprendedor tiene un compromiso con su prosperidad. Sabe que la supervivencia depende de la persistencia de su esfuerzo para enfrentar riesgos y dificultades. Algunos testimonios de emprendedores exitosos siempre hacen hincapié en la necesidad del trabajo arduo y continuo para hacer que una empresa funcione. Eso, en ocasiones, significa hacer sacrificios personales y esfuerzos extra, colaborar con los subordinados y hasta asumir el lugar de ellos para terminar las tareas. Los emprendedores también son optimistas y tienen la visión del éxito, en vez de imaginar y temer los posibles fracasos. Al enfrentar obstáculos, lo hacen con decisión, con miras a resolver los problemas y lograr resultados positivos. Cuando consiguen la prosperidad, las personas emprendedoras están recibiendo la recompensa por su esfuerzo.

- Sentido de independencia

Los emprendedores son personas que prefieren depender de su capacidad de enfrentar la incertidumbre que trabajar para otros. Les gusta ser autónomos y mantienen sus puntos de vista aun frente a la oposición o resultados desalentadores; asimismo, expresan confianza en su capacidad de completar tareas difíciles y enfrentar desafíos.

4.6. Ventajas y desventajas de ser emprendedor

Existen innumerables ventajas concretas en la creación y operación de un negocio propio. El empresario no tiene un jefe y depende de sus decisiones personales. Puede innovar o experimentar nuevas ideas en su negocio, estimulado por su creatividad o por la competencia. Tiene perspectivas de ganancias financieras considerables si alcanza el éxito, lo que le hará obtener el reconocimiento de la comunidad. No obstante, existen aspectos desfavorables que conviene considerar, tales como convivir con la inestabilidad de los posibles cambios en el ambiente externo. (Amaru, 2008).

4.6.1. Ventajas.

Para Amaru (2008) algunas ventajas del espíritu emprendedor son tener la libertad de enfrentar una situación difícil y poner a prueba las competencias personales, esperando una recompensa que no depende de los demás.

- Autonomía

Quizá la independencia y la libertad para tomar decisiones sean las mayores ventajas del emprendedor. La satisfacción de ser su propio jefe es la mejor sensación que algunas personas pueden experimentar.

- **Desafío**

Para muchos emprendedores, el desafío de iniciar un negocio es una fuente de entusiasmo. La oportunidad de desarrollar una idea en un negocio gratificador produce un gran sentimiento de realización. Además, el emprendedor sabe que el éxito depende de su iniciativa, sobre todo, y que el triunfo o el fracaso son, en gran parte, fruto de su esfuerzo.

- **Control financiero**

El control que se tiene sobre el negocio y, como consecuencia, sobre sus rendimientos, constituye otra ventaja importante del emprendedor, que no corre el riesgo de que lo despidan de un día a otro ni de ver su situación financiera desestructurada.

4.6.2. Desventajas.

Si el autoempleo parece fácil, el autodespido puede serlo todavía más. De hecho, la empresarial es una de las carreras más difíciles que alguien puede elegir. (Amaru, 2008).

- **Sacrificio personal**

Al inicio del proceso de creación de una empresa un emprendedor trabaja largas jornadas y, con frecuencia, siete días a la semana. El emprendedor debe preguntarse cuánto está dispuesto a sacrificar para convertir aquello que ha emprendido en un éxito.

- **Sobrecarga de responsabilidades**

El emprendedor tiene una carga de trabajo y responsabilidades distintas a las de los empleados asalariados.

- **Margen de error pequeño**

Muchas de las decisiones que toman los emprendedores resultan ser incorrectas y no lucrativas, lo cual perjudica los resultados del negocio. Sin embargo, las grandes empresas sobreviven porque cuentan con recursos financieros que pueden compensar las pérdidas. En los negocios pequeños o emergentes, una decisión equivocada puede llevar a la quiebra.

4.7. Tipos de emprendedores.

Schollhammer (1980) citado por Alcaraz (2011) divide a los emprendedores en cinco tipos de personalidades:

- El emprendedor administrativo. Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- El emprendedor oportunista. Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- El emprendedor adquisitivo. Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.
- El emprendedor incubador. En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.
- El emprendedor imitador. Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos.

Existen otras formas de clasificar a los emprendedores:

- Según la razón por la que emprenden:
 - Por aprovechar una oportunidad, es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido, o porque tienen una buena idea y desean desarrollarla por el gusto de verla hecha realidad.
 - Por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable, es el caso si está desempleado, ya sea porque acaba de ser despedido o porque ha decidido independizarse y requiere procurarse algún ingreso económico. (Alcaraz, 2011).
- Según el tipo de empresa que desarrollan:
 - El emprendedor social busca, a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir un cambio social en beneficio de un sector de la población, en general lo hace sin tener fines de lucro.
 - El emprendedor que busca destacar en cierta área y ser modelo para otros.
 - Si el individuo emprende dentro de una empresa que no es la suya se le llama emprendedor interno (intrapreneur) y si lo hace en su propio negocio con fines de lucro es un emprendedor externo (entrepreneur), puede comenzar desde cero, adquirir una empresa ya existente o comprar una franquicia, fabricar productos, ofrecer servicios o sólo comercializar de forma diferente a la tradicional un producto que ya existe. (Alcaraz, 2011).

4.8. Cómo emprender con éxito.

Así mismo Alcaraz expone un listado de pasos a seguir para emprender con éxito.

1. Responda a las siguientes preguntas para identificar sus gustos y preferencias, está demostrado que tendrá éxito si trabaja en algo que le agrada:

- ¿Qué me gusta hacer?
- ¿Qué estudios o capacitación tengo?
- ¿Qué sé hacer?
- ¿Qué habilidades poseo?
- ¿Qué experiencia tengo?
- ¿Qué planes tengo para el futuro?

2. Identifique con claridad lo que quiere hacer y las metas que desea alcanzar.

3. Elimine los mitos y las barreras para emprender:

- Obstáculos económicos, por ejemplo: pensar que, si no tiene dinero, lo más probable es que fracase.
- Barreras psicológicas, por ejemplo: tenerle miedo al fracaso.
- Obstáculos culturales, por ejemplo: los relacionados con la edad y el género o los patrones familiares esperados (“padre carpintero, hijo carpintero”).

4. Desarrolle un buen plan de negocios. No basta con querer emprender o tener una buena idea. Es necesario realizar un proceso de planeación que permita establecer el camino hacia el cumplimiento de los objetivos esperados.

5. Por último, debe hacer todo lo que requiera para realizar con éxito la idea seleccionada; es decir, hay que pasar del dicho al hecho. (Alcaraz, 2011).

4.9. De dónde surgen las oportunidades

Amaru (2008) menciona que las ideas de nuevos negocios nacen de muchas formas. Todas las fuentes de ideas pertenecen a dos categorías principales:

- 1) la creatividad del emprendedor y
- 2) el mercado que, en su sentido más amplio, es el ambiente general de la sociedad.

4.10. Fuentes donde obtener buenos negocios.

Amaru (2008) nos dice:

- Un nuevo negocio con base en un nuevo concepto

El emprendedor tradicional construye un negocio a partir de un producto o idea. Esa línea se basa en la competencia técnica y en una gran creatividad, así como en la destreza de

prever patrones y tendencias antes que la mayoría de las personas. El concepto del negocio es tan nuevo y revolucionario que da lugar a un nuevo mercado y, como ya se dijo, transforma a la sociedad.

- Nuevo negocio con base en el concepto existente

También existen personas que emprenden algo nuevo con base en antiguos conceptos. Por ejemplo, si alguien abre una panadería, la idea no es nueva y el emprendedor no creó algo novedoso; aunque el negocio representa un riesgo financiero para su propietario que, además de todo, está desarrollando algo donde no existía nada. Ese individuo es un legítimo emprendedor, aun cuando el nuevo negocio no haya sido producto de la creatividad o de la innovación.

- Necesidades de los consumidores

El emprendedor potencial puede identificar carencias e intereses de las personas al observar sus demandas, hábitos y características culturales, entre otros y, enseguida, interpretar esos comportamientos para desarrollar productos o servicios. Muchos productos importantes fueron desarrollados con ayuda del consumidor, o por él mismo.

- Perfeccionamiento del negocio

El mejoramiento de un negocio ya existente también puede originarse a partir de la observación de las necesidades y la insatisfacción de los consumidores, así como de la evaluación continua del negocio actual. Como una de las bases de la planeación estratégica, la identificación de oportunidades de perfeccionamiento permite que el emprendedor adecue sus productos y servicios a nuevos formatos y patrones de calidad, y reduzca el precio o mejore la forma de distribución.

- Exploración de pasatiempos

Un pasatiempo (hobby) del emprendedor potencial puede transformarse en una oportunidad de negocio, a partir del momento en el que identifica sus posibilidades comerciales en algún sector de la sociedad.

- Derivación de la actividad

Algunos emprendedores inician un negocio basado en su actividad. Al analizar su ocupación y su grado de éxito o fracaso, el emprendedor podrá desarrollar productos y servicios en los que aproveche su experiencia y conocimientos.

- Observación de tendencias

Las comunidades y la sociedad cambian en forma constante. Como resultado, los mercados y los consumidores se renuevan. La observación de la realidad permite descubrir nuevos mercados.

Todas las ideas y las oportunidades están condicionadas por las competencias del emprendedor y las posibilidades del mercado. El proceso básico de planeación estratégica de una actividad emprendedora consiste en hacer compatibles dos situaciones: por un lado, el entendimiento del emprendedor con respecto a sus conocimientos, habilidades y limitaciones; por el otro, la comprensión de los intereses, deseos y limitaciones del mercado. (Amaru, 2008).

4.11. Creación de riqueza y trabajo como desarrollo económico.

Herruzo et al., (2019) expresa que hablar de emprendimiento significa, entre otras consideraciones, tener en cuenta las aportaciones que hace a la comunidad como un factor determinante para el desarrollo económico, el cambio social y estructural, pero también es visto como una fuerza impulsora que estimula la adquisición de conocimiento, el cambio tecnológico, la competitividad y la innovación.

Freire (2017) citado por Herruzo et al., (2019) redacta que el emprendimiento otorga un papel importante al impacto del desarrollo económico que debe ir de la mano con las políticas gubernamentales brindando una estructura coyuntural para lograr cambios significativos.

Los estudios sobre el emprendedor y la capacidad empresarial tienen dos corrientes principales de autores. En primer lugar, están los economistas, que asocian al emprendedor con la innovación y el desarrollo económico. En segundo lugar, están los expertos del comportamiento, que hacen énfasis en las actitudes como creatividad, intuición y disposición para correr riesgos. (Amaru,2008)

4.12. La pérdida del espíritu emprendedor.

(Borrayo et al., 2019) en su artículo Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México, expresan que, si los profesionistas son emprendedores por naturaleza, ¿por qué muchos pierden este espíritu emprendedor al salir o egresar de la universidad? ¿Por qué muchos buscan un empleo o no inician con un negocio al egresar de la institución? ¿Qué hace la institución escolar para “castrar” el espíritu emprendedor de sus estudiantes? A continuación, se presentan algunas respuestas a estas interrogantes formuladas a manera de hipótesis. (p. 78)

- La escuela no prepara suficientemente ni motiva al alumno para el emprendimiento: De hecho, la misión de la universidad generalmente es formar profesionistas, no necesariamente empresarios. Al egresar, muchos de los profesionistas buscan una ubicación en el mercado laboral como empleados y pocos realmente optan por la creación de algún negocio. (p. 78).
- La escuela genera una zona de confort, acostumbrando al alumno a lo seguro y no lo prepara para saber enfrentar con éxito la incertidumbre y el riesgo: De esta forma, el egresado prefiere la seguridad del salario, aunque sea poco, que la incertidumbre de la inversión. (p. 78).
- Al egresar el alumno no tiene los recursos económicos suficientes para iniciar un negocio y también desconoce las alternativas de financiamiento existentes, por lo que considera que su única opción es la búsqueda de un empleo que le permita sobrevivir. Además, el costo económico para el emprendimiento formal generalmente es alto, tanto las tasas impositivas y fiscales existentes, así como el pago de salarios y prestaciones de empleados, la infraestructura, el equipo y el mobiliario que se requiere para iniciar un negocio, resultan sumamente gravosas para un recién egresado de la universidad. De esta forma, sin recursos para invertir y sin opciones de financiamiento o con limitantes para ser beneficiario de algún crédito, el egresado mejor opta por buscar trabajo. (p. 78).
- El ecosistema emprendedor es inexistente o muy endeble, por lo que el egresado no ve opciones reales en el emprendimiento y, por lo tanto, prefiere la búsqueda del empleo, que el enfrentarse solo al “vendaval del emprendimiento”. (p. 78).
- Muchos de los egresados tampoco cuentan con la experiencia y el apoyo de su familia para iniciar un emprendimiento, puesto que también han sido empleados y desconocen el mundo de la creación y desarrollo de los negocios. (p. 78).

Finalmente, si no hay una escuela que prepare y motive a los alumnos para el emprendimiento, ni tampoco existe una experiencia familiar en esta materia, que le sirva de apoyo económico y sustento experiencial al emprendedor, ni existe un ecosistema emprendedor que facilite el tránsito de la escuela a la empresa, entonces el resultado que se puede esperar es muy pobre en materia de emprendimiento. (p. 78).

4.13. Cómo interviene la academia

No se puede excluir el importante papel que desempeña la academia y desde ésta, el apoyo que brinda al Estado para promover la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES. (Falquez et al., Guayaquil)

La crisis económica que han vivido nuestras economías se evidencia en la falta de fuentes de trabajo, a la vez que, por el avance vertiginoso del conocimiento y la globalización, el mercado demanda de profesionales cada vez más eficientes, competitivos y multidisciplinarios. En este sentido, los actuales y futuros profesionales no cuentan con absoluta certeza acerca de su posibilidad de empleo, por ende, se hace mayor la necesidad de estar preparados para poder formar sus propias empresas. (Mantis y Masahiko, 2002).

De ahí la importancia de formar emprendedores que serán capaces de identificar oportunidades, analizar recursos y evaluar ideas para implementar proyectos que se concreten en nuevos negocios; e innovar o reinventar negocios existentes que se encuentren en etapa de estabilización por lo que estará preparado para trabajar en sus propias empresas jurídicas y en áreas gerenciales de cualquier ámbito. (Mantis y Masahiko, 2002).

Hernández & Arano (2015) mencionan que uno de los grandes problemas a los que se enfrenta los jóvenes que egresan de la Universidades es la carencia de oportunidades para emplearse, provocando una serie de problemáticas tanto sociales, económicas y de otra índole.

Por lo anteriormente mencionado es importante desarrollar la cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios con la intención de despertar en ello una visión empresarial que les brinde herramientas para la toma de decisión ante el deseo de abrir una empresa y que no esté destinada a cerrar como ocurre en la mayoría de los negocios que no alcanzan a estar en el mercado más de un año.

4.14. Factores sociodemográficos de los emprendedores

Considerando los aspectos que relacionan la cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja con los factores sociales y demográficos, se encuentra variables como género, edad, ingreso económico mensual, provincia y sector de procedencia, mismos que ayudaran a caracterizar a la población objeto de estudio.

4.15. Cultura Emprendedora

Para (Borrayo, Valdez y Delgado, 2019) “La cultura emprendedora es conjunto de símbolos, actitudes, habilidades, significados, formas de comunicación y organización social, orientados a crear y desarrollar ideas que se transforman en proyectos relevantes que crean valor y generan beneficios”. (p. 75)

Por otra parte, Hernández y Arano (2015) nos dicen que la cultura emprendedora ha existido desde tiempos remotos, se tenían las necesidades de innovar para poder sobrevivir y tener una mejor forma de vida, pero a pesar de esto no se veía como una cultura emprendedora, más que eso lo veían como nuevos inventos que permitían que la sociedad satisficiera ciertas necesidades, para esos tiempos se experimentaba y a emprendían en algo nuevo e innovador.

Con el paso de los años la cultura emprendedora fue teniendo un gran realce, ya que en muchos países les empezaron a dar una prioridad muy importante ya que les interesa crear mayores fuentes de empleo y mayor índice de desarrollo para las personas.

La falta de una cultura emprendedora es, no obstante, en opinión de los expertos, uno de los principales obstáculos para la creación de iniciativas emprendedoras e innovadoras en un país. Parece, por tanto, necesario implementar medidas para promover la creación de nuevas empresas, con el fin de desarrollar las nuevas oportunidades que ofrecen los cambios tecnológicos, de mercado y socioeconómicos y así tener éxito en reemplazar las empresas que dejan de ser eficientes y productivas. (Herruzo et al, 2019).

Por estas razones es importante estudiar el proceso emprendedor para contribuir al desarrollo de una cultura emprendedora que permita desarrollar aquellas habilidades y capacidades que puedan ser importantes para contrarrestar la turbulencia que caracteriza a nuestra sociedad. (Herruzo et al, 2019)

Hellriegel et al., (2017) citado por Gonzales et al., (2018) en su artículo denominado El engagement (compromiso) como factor de formación y desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios mencionan “el patrón único de los supuestos, valores y normas compartidas que dan forma a la socialización, los símbolos, el lenguaje, los relatos y las prácticas de un grupo de personas”. En tanto que la *cultura emprendedora* es aquella adecuada para la fase de arranque o inicio de una nueva empresa. Y también concurre para atender las demandas que se afrontan al desarrollar nuevos productos o servicios. Esta cultura, además, debe reaccionar con rapidez a los cambios del entorno, para lo cual se

requiere de diversos factores, entre los que destacan: iniciativa individual, flexibilidad y libertad, creando un ambiente que fomente el dinamismo y la creatividad de las personas.

4.16. Perfil emprendedor

El emprendedor según la perspectiva conductual. Se han realizado diversos estudios sobre su comportamiento, los cuales muestran características de comportamiento que se manifiestan y se combinan de diferentes formas y grados de intensidad. Tales características integran las competencias que todo emprendedor debe desarrollar. (Amaru, 2009)

4.17. Test emprendedor

Hay ciertos rasgos de la personalidad que son más interesantes o que se adecúan más a la actividad emprendedora. Por eso, se ha desarrollado el test de emprendedor. Este test está diseñado para representar el grado en el que se adapta la persona emprendedora al perfil ideal de emprendedor.

Al igual que cualquier test, se trata de un sistema de evaluación cuyos resultados son orientativos. El contenido del cuestionario incluye situaciones y conflictos con los que se puede encontrar una persona emprendedora en el desarrollo de su actividad diaria.

El resultado del test, es una forma objetiva de comprobar en qué punto se encuentra la persona emprendedora en relación a unos estándares. Se trata de comprobar cuáles son los puntos fuertes y débiles, para potenciar los fuertes y mejorar los débiles. Una vez realizado el test y obtenidos los resultados, se deben fijar unas áreas de mejora y unos objetivos para cumplir.

4.18. Habilidades y capacidades emprendedoras

De acuerdo con Sánchez Almagro (2003), las características del emprendedor son:

1. Factores motivacionales

Necesidad de logro; Necesidad de reconocimiento; Necesidad de desarrollo personal; Percepción del beneficio económico; Baja necesidad de poder y estatus; Necesidad de independencia; Necesidad de afiliación o ayuda a los demás; Necesidad de escape, refugio o subsistencia.

2. Características personales

Iniciativa personal; Capacidad de decisión; Aceptación de riesgos moderados; Orientación hacia la oportunidad; Estabilidad emocional/autocontrol; Orientación hacia metas específicas; Locus de control interno (atribuye a él mismo sus éxitos o fracasos); Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre; Es receptivo en sus relaciones

sociales; Posee sentido de urgencia/tiempo valioso; Honestidad/integridad y confianza; Perseverancia/constancia; Responsabilidad personal; Es individualista; Es optimista

3. Características físicas

Energía; y Trabaja con ahínco

4. Características intelectuales

Versatilidad/flexibilidad; Creatividad/imaginación/innovación; Búsqueda de la verdad e información; Planificación y seguimiento sistemático de resultados; Capacidad para analizar el ambiente (reflexión); Visión comprensiva de los problemas; Capacidad para solucionar problemas; Planificación con límites de tiempo

5. Competencias generales

Liderazgo; Orientación al cliente; Capacidad para conseguir recursos; Gerente/administrador de recursos; Patrón de factores de producción; Exige eficiencia y calidad; Dirección y gestión de la empresa; Red de contacto; Comunicación.

4.19. Competencias emprendedoras

El Proyecto Tuning (2003) citado por Olmos, Sanchez y Vera (2009) clasifica las competencias en 3 grandes grupos:

a) Instrumentales, que son las herramientas para el aprendizaje y la formación tales como: comunicación verbal, tipos de pensamiento, manejo de idiomas, entre otras.

b) Interpersonales, que son las que permiten mantener una buena relación social con los demás tales como: trabajo en equipo, sentido ético, adaptación al entorno diversidad y multiculturalidad, entre otros.

c) Sistémicas, relacionadas con la visión de conjunto y la capacidad de gestionar adecuadamente la totalidad de la actuación, tales como creatividad, capacidad innovadora, gestión de proyectos, orientación al logro, espíritu emprendedor, entre otras.

Asimismo, la Comisión Europea en el texto Competencias Clave para un Aprendizaje a lo largo de la vida (2004) define las competencias clave como aquellas que son necesarias para el desarrollo personal a lo largo de la vida, siendo éstas multifuncionales y transferibles, lo que quiere decir que son aplicables en muchos contextos y situaciones, así como también sirven para resolver diferentes problemas o para llevar a cabo diferentes tareas. (Olmos, Sánchez y Vera, 2009, p. 35)

4.20. Intención emprendedora

(Krueger, 1993) citado por (Osorio y Londoño, 2015) menciona que 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.

En 2019 Ecuador presenta un 53% de intención de emprender, la más alta en los últimos tres años. (GEM, 2020).

4.21. Entorno emprendedor

El entorno o el medio en el que se desempeña un emprendedor es uno de los factores también importantes, en el sentido de que es ahí donde se desarrolla el emprendedor. En muchos lugares un emprendedor es promovido como un líder y como una fuerza positiva en la sociedad, no obstante, existen lugares donde el emprendedor enfrenta un horizonte totalmente diferente donde es más bien coartado. El tiempo y el esfuerzo que establezcan los emprendedores lograrán conseguir cambiar la percepción de la sociedad con relación al valor que involucra la actividad emprendedora. (Rodríguez y Chávez, 2015)

4.22. Motivos de salida de negocios

Las principales razones de salida en el 2019 fueron: problemas personales (32.7%), la falta de rentabilidad (25.2%) y la falta de financiamiento (16.6%). La falta de rentabilidad y los problemas de financiamiento son motivos que se mantienen que los últimos años; los problemas personales han ganado importancia tanto en Ecuador, como en Colombia y Chile en el 2019. (Zambrano y Ordeñana, 2020).

Figura 1

Razones para cerrar un negocio

	Ecuador	Colombia	Chile
Oportunidad de vender	3.7	7.7	1.1
Falta de rentabilidad	25.2	37.4	29.6
Problemas de financiamiento	16.6	14	12.2
Otra oportunidad de negocio	7.9	7.7	11.2
Cierre planificado	3.1	1.2	2.1
Retiro	1.2	0	0.2
Razones familiares / personales	32.7	25.3	37.0
Incidente	3.6	1.1	3.8
Gobierno / impuestos / burocracia	6.1	5.6	2.9

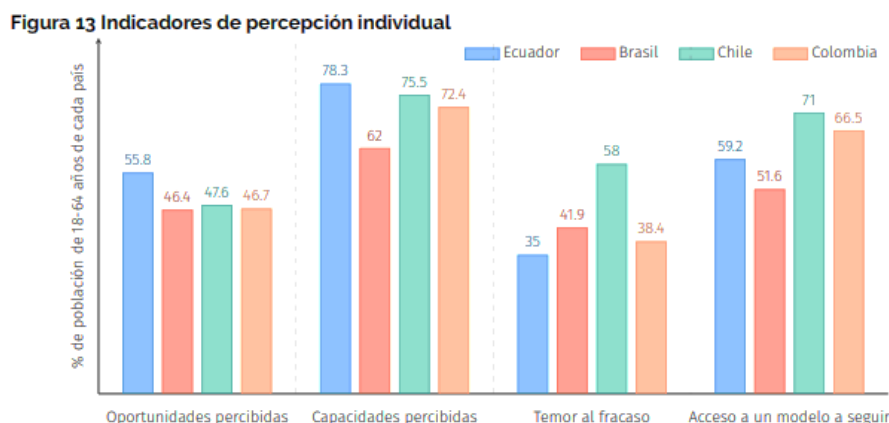
Fuente: Elaborado por autores usando datos de la Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019.

Fuentes: Zambrano y Ordeñana, (2020)

4.23. Percepciones individuales hacia el emprendimiento

Al respecto, el GEM específicamente analiza los siguientes aspectos: el 1. el conocimiento de emprendedores. 2. existencia de buenas oportunidades en el entorno para iniciar un negocio. 3. facilidad para iniciar un negocio. 4. percepción de capacidades, y 5. miedo al fracaso como barrera para emprender.

Figura 2
Indicadores de percepción individual



Fuentes: Zambrano y Ordeñana, (2020).

En el 2019 el 55,8% de la población adulta percibe oportunidades para iniciar un negocio en el área de su residencia, en los próximos 6 meses. El 59,2% conoce a por lo menos un emprendedor; y el 55,3% percibió facilidad para iniciar un negocio.

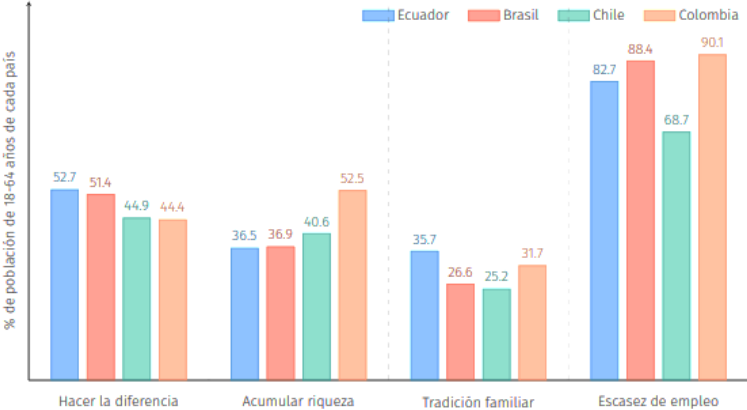
Así mismo, el 78,3% de la población adulta confía en que posee los conocimientos y habilidades necesarias para emprender, destacando entre los países de la región; siendo Chile el país que muestra un promedio mayor al de Ecuador. El 35,8% de la población manifestó que el miedo al fracaso de cierta forma les impediría iniciar un negocio, proporción superior a la obtenida en 2017, cuando fue del 31,7% (Zambrano y Ordeñana, 2020).

4.24. Motivación para emprender

En términos generales, una persona puede tener varios motivos para iniciar un negocio. En los reportes de años anteriores, la metodología GEM solo distinguía dos motivos para emprender, mutuamente excluyentes: por necesidad y por oportunidad. A partir de 2019, GEM amplía las opciones de motivación para reflejar de mejor manera los diferentes matices que hay detrás de los emprendedores. Así, se identifican ahora los siguientes motivos para emprender (a) marcar una diferencia en el mundo; (b) acumular gran riqueza o incrementar los ingresos personales; (c) continuar una tradición familiar; y (d) ganarse la vida porque el

empleo es escaso. Es importante destacar que las categorías no son excluyentes; debido a esto, una persona puede responder a varias motivaciones. (Zambrano y Ordeñana, 2020).

Figura 3
Motivaciones para emprender



Fuentes: Zambrano y Ordeñana, (2020).

Tan solo el 52.65% de los emprendedores ecuatorianos están motivados por marcar una diferencia en el mundo, proporción mayor que la de Chile (44.93%) y Colombia (44.38%), y menor que países como Guatemala (80.18%) y Panamá (76.84%). Entre los países de América Latina, Ecuador presenta las tasas más bajas de emprender por acumular gran riqueza u obtener altos ingresos (36.53%), sucede lo contrario en Panamá donde el 64.31% de los emprendedores responden a esta motivación.

En Ecuador se está emprendiendo para continuar una tradición familiar (35.72%), razón que es muy importante en Guatemala (53.17%). Finalmente, la escasez de un empleo es la motivación principal para los países latinoamericanos como es el caso de Ecuador con 82.71% y Colombia con el 90.10%. En comparación con otros países de ingresos medios, Ecuador está cercano a la media de este grupo, excepto en cuanto a la motivación de acumular riqueza, cuyo promedio para este grupo de países es 57.2%.

Los resultados indican que 24.8% de los emprendedores manifestó que su única motivación para emprender era ganarse la vida debido a la escasez del empleo. Un 57.8% reportó al menos una motivación adicional a la de ganarse la vida porque el empleo es escaso. Las otras opciones tuvieron poco protagonismo como motivación única: 3.2% quiere hacer la diferencia en el mundo; 1.6% anhela incrementar sus ingresos personales; y 1.9% busca continuar con una tradición familiar. (Zambrano y Ordeñana, 2020).

4.25. TEA (Actividad Emprendedora Temprana)

Uno de los principales indicadores del GEM es la tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), que incluye a todas las personas adultas que están en el proceso de iniciar un negocio o han iniciado uno que no ha sobrepasado del umbral de 42 meses. Específicamente, la TEA se compone de dos tipos de emprendedores: emprendedores nacientes y nuevos. Los nacientes son las personas entre 18 y 64 años que están tomando acciones para la puesta en marcha de un negocio, o han empezado uno, pero aún no han pagado sueldos o salarios por más de tres meses. Los emprendedores nuevos son personas, también entre 18 y 64 años, que han pagado sueldos o salarios por más de tres meses, pero menos de 42. (Zambrano y Ordeñana, 2020).

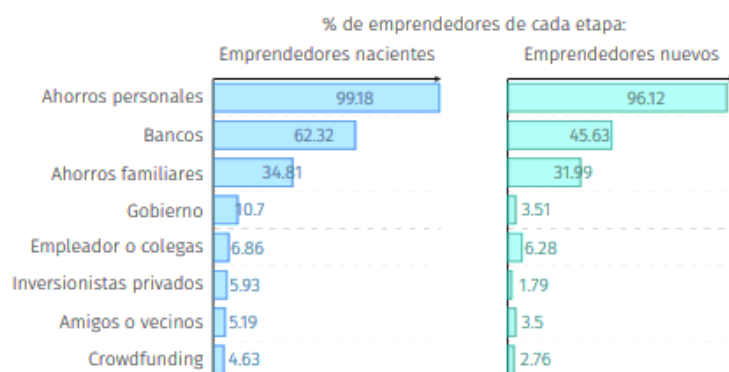
4.25.1. Fuentes de financiamiento de emprendedores (TEA) según su etapa de negocio

Para financiar sus proyectos, los emprendedores recurren a varias fuentes. Casi todos usan sus propios ahorros para cubrir por lo menos parcialmente los requerimientos de inversión inicial; más aún, para un 18% de los emprendedores nacientes y un 30% de los nuevos, esta opción de financiamiento es la única. La segunda fuente más usada son los préstamos a instituciones financieras; esta opción fue seleccionada por 62.3% (5.2% exclusivamente y 57.1% en conjunto con otras fuentes) de los emprendedores nacientes, y por 45.6% (17.3% exclusivamente y 28.3% en conjunto con otras fuentes) de los emprendedores nuevos.

Se puede apreciar que, durante la transición de naciente a nuevo, una menor proporción de emprendedores recurre a fuentes formales, como los bancos, inversionistas y el crowdfunding lo cual es consecuencia de los diferentes filtros a los que son sometidos los emprendedores al aplicar por este tipo de fondos. (Zambrano y Ordeñana, 2020).

Figura 4

Fuentes de financiamiento de emprendedores TEA según su etapa de negocio



Fuentes: Zambrano y Ordeñana, (2020).

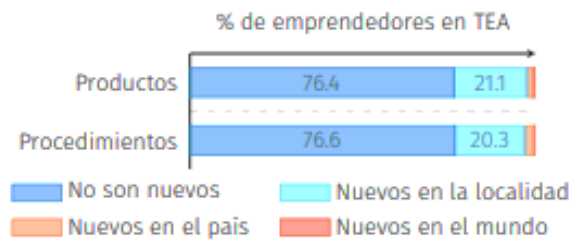
4.25.2. Innovación de productos y procedimientos de los emprendedores en la TEA (Actividad Emprendedora Temprana)

En Ecuador, a pesar de ser uno de los países de mayor TEA, la innovación proviene de un puñado de emprendedores. Se da que 3 de cada 4 emprendedores ofertan productos y servicios que no son nuevos ni siquiera en el mercado local; mientras que 1 de cada 5 ofrecen productos que no existían en su mercado local, pero sí en otros lugares. Estos resultados se repiten para la innovación en procesos. No obstante, esta tendencia coincide con la de otros países de la región, a excepción de Chile, cuya TEA es bastante similar a la de Ecuador, pero donde aproximadamente 1 de cada 3 emprendedores ofrece productos que son nuevos por lo menos en el mercado local.

Los niveles de innovación local, tanto en productos como servicios, son mayores para emprendedores con educación superior, de sectores tecnológicos, y motivados por hacer la diferencia o acumular riqueza y no por necesidad. (Zambrano y Ordeñana, 2020).

Figura 5

Innovación de productos y procedimientos de emprendedores en la TEA



Fuentes: Zambrano y Ordeñana, (2020).

4.26. Cultura emprendedora en estudiantes universitarios.

(Juárez, 2019) en su artículo Cultura Emprendedora en los Estudiantes Universitarios menciona que “Hoy en día, el emprendimiento es importante para las Instituciones de Educación Superior (IES), estas deben desarrollar en los estudiantes competencias de emprendimiento como parte fundamental de la formación integral” (p. 28)

Así mismo (Juárez, 2019) expresa que “Ante la problemática de la falta de empleo es importante desarrollar en los estudiantes universitarios cultura emprendedora que les permita desarrollar cualidades, conocimientos y habilidades necesarias para desarrollar proyectos empresariales como una alternativa de empleo al momento de egresar de la universidad”. (p. 28)

Menciona así mismo que la cultura emprendedora en los estudiantes universitarios debe fomentar competencias que ayuden a la solución de problemas y a la toma de decisiones de forma responsable.

En esta investigación se aplicaron 200 encuestas a la Universidad Tecnológica Del Sureste Veracruz (UTSV) y 200 más a estudiantes de la facultad de contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana, mediante la cual se concluye que el 11% de estudiantes siempre cuentan con recursos financieros para emprendimiento, 13% siempre participan en actividades de emprendimiento, 38% poseen creatividad, 25% consideran que tienen liderazgo, 34% no tienen problema al trabajar en equipo y, un 38% poseen iniciativa para emprender algún proyecto.

Finalmente, en esta investigación se concluye que, el emprendimiento es importante para las Instituciones de Educación Superior Públicas y debe ser fundamental implementar en los programas educativos actividades que desarrollen habilidades y actitudes de emprendimiento en los estudiantes como parte del proceso de enseñanza aprendizaje, que contribuyan en la formación integral de los alumnos universitarios, para el desarrollo de competencias profesionales al momento de su egreso. (p. 31)

Vinces (2018) menciona que todas las universidades deben tener un programa de formación sobre la educación empresarial para que los estudiantes tengan una actitud emprendedora y un espíritu empresarial que influya fuertemente en la intención de iniciar un negocio, fomentando de esta manera la cultura empresarial en todo nuestro entorno. (p. 05)

Y con esto concuerda (Briones, 2016) expresando que la educación es un derecho fundamental de la humanidad, en ella se centra el poder de cambiar las condiciones de vida de la sociedad, combatir la pobreza y generar empleos. Los jóvenes universitarios son un elemento clave en este ámbito y por ello es imprescindible desarrollar iniciativas que tengan la capacidad de fomentar y estimular en ellos el espíritu empresarial que los conduzca al emprendimiento, ya que la educación es un aspecto clave para mejorar la cultura empresarial, ya que de la mano de los docentes estos crearan su perfil empresarial. (p. 02)

5. Metodología

5.1. Tipo de Investigación

5.1.1. Descriptiva

Esta investigación fue de carácter descriptiva, ya que caracterizó y puntualizó las variables que conforman la cultura emprendedora, busca estudiar a los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas y el estado en el que se encuentra la cultura emprendedora de los mismos.

5.1.2. Explicativa

La investigación de la misma forma fue de carácter explicativa, ya que mediante la recolección de información se concluyó a través de los resultados el estado de la cultura emprendedora en los estudiantes.

5.1.3. Cuantitativa

Cuantitativa ya que se realizó un análisis estadístico y numérico de la información colectada en la aplicación de la encuesta y test del perfil y habilidades emprendedoras a los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

5.2. Diseño de investigación

5.2.1. Mixto

El enfoque de la investigación fue mixto ya que se realizó un análisis cuantitativo mediante la aplicación de la encuesta y cualitativo debido a la observación directa a los estudiantes.

5.2.2. Exploratorio

Exploratorio debido a la necesidad de estudiar un tema singular que no ha sido explorado completamente con anterioridad, el objetivo es obtener información que permita comprender mejor el tema e identificar las variables más importantes, ofreciendo pistas idóneas para trabajos posteriores.

5.3. Fuentes de investigación

Para desarrollar la investigación se recabo información de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas, se adquirió fuentes primarias a través de colecta de datos, para ello se aplicó una encuesta de 26 preguntas organizadas para la identificación de las características sociodemográficas de los estudiantes, el perfil emprendedor, las habilidades

emprendedoras, el entorno emprendedor y la intención emprendedora, mismos que permitieron profundizar y estudiar factores que caracterizan a la cultura emprendedora.

Seguidamente, se buscaron fuentes secundarias de tipo bibliográfico que aporten con investigaciones realizadas con anterioridad referente al tema de estudio, se utilizaron libros, textos de autor, artículos, revistas científicas y otros.

5.4. Técnicas de recolección y análisis de información

Las técnicas que se utilizaron en la presente investigación para el cumplimiento de sus objetivos fueron determinadas de acuerdo a la naturaleza de la investigación y a la información recolectada para su análisis e interpretación.

5.4.1. Observación Directa

Se aplicó esta técnica para determinar la forma más efectiva para la recolección de datos que nos permita su mejor organización y clasificación de acuerdo a los estudiantes de la carrera, considerando su nivel y régimen de estudio.

5.4.2. Investigación bibliográfica

Para la compilación de información secundaria necesaria para sustentar teóricamente esta investigación se buscó artículos, libros y trabajos de investigación realizados con anterioridad que estudian la cultura emprendedora de poblaciones estudiantiles similares a la investigación realizada, representando un aporte para su sustentación teórica.

5.4.3. Encuesta

La encuesta tuvo como propósito conocer el estado de la cultura emprendedora en los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas, mediante un cuestionario acoplado a los requerimientos de la investigación y al tipo de población, mismo que permitió tener un acercamiento y contacto directo con los encuestados para transmitir el objetivo de la investigación y evitar los datos sesgados que puedan influir negativamente en los resultados.

La encuesta fue estructurada de la siguiente manera:

- **Apartado 1:** Preguntas relacionadas a obtener información sobre las características sociodemográficas de los estudiantes.
- **Apartado 2:** Preguntas relacionadas a obtener información sobre los factores asociados al desarrollo de la cultura emprendedora como el perfil y habilidades emprendedoras.

- **Apartado 3:** Preguntas relacionadas a obtener información sobre los factores que inciden de manera directa en el desarrollo del emprendimiento en el estudiante como su entorno emprendedor y por ende su intención emprendedora.
- **Apartado 4:** Preguntas relacionadas a obtener sugerencias para fortalecer la cultura emprendedora.

5.4.4. Programa de análisis de datos Excel

Se utilizó Excel como herramienta estadística de análisis de información, pues permitió la organización cuantitativa de una base de datos y la representación de la información mediante los gráficos o figuras más convenientes para cada tipo de tabla, además del cruce de datos entre tablas para un análisis e interpretación más específico de los resultados.

5.5. Población y muestra

5.5.1. Población meta

La población objeto de estudio está determinada por los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, mismos que cuentan con conocimientos básicos de estrategias administrativas para la formación y creación de emprendimiento e innovación empresarial.

5.5.2. Marco muestral.

Todos los estudiantes que conforman la Carrera de Administración de Empresas como una población total, tomándolos en cuenta desde primero a decimo ciclo, en el periodo académico abril – septiembre 2022.

5.5.3. Muestra poblacional

Se utilizó el muestreo poblacional no probabilístico por conveniencia debido a que los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas poseen las características específicas que se necesitan para desarrollar esta investigación.

5.5.4. Tamaño de la muestra

Actualmente la Carrera de Administración de Empresas cuenta con 564 estudiantes, población que permitió aplicar las herramientas a la totalidad de actores involucrados.

Tabla 1*Aplicación de encuesta*

Ciclo	Frecuencia	Porcentaje
1	61	10,82%
2	60	10,64%
3	58	10,28%
4	60	10,64%
5	83	14,72%
6	71	12,59%
7	67	11,88%
8	45	7,98%
9	2	0,35%
10	57	10,11%
	564	100,00%

Fuente: Secretaría CAE

Dentro del nivel básico de la carrera se encuentra un total de 179 estudiantes correspondiente a los alumnos de primero a tercer ciclo y en el nivel profesionalizante de la carrera 385 estudiantes que equivalen a los alumnos de cuarto a decimo ciclo, es importante destacar esta segmentación ya que puede justificar las opiniones desiguales entre estos grupos.

5.5. Procedimiento.

Para la recolección y posterior análisis de los datos, se requirió de una exhaustiva revisión bibliográfica utilizando como libros base “Emprendedor de Éxito” de Alcaraz y “Administración para Emprendedores” de Amaru, así mismo revistas y artículos científicos como Scielo, Redalyc, Polo del conocimiento y buscadores como Google académico, los que brindaron la información suficiente y necesaria para la recolección de información que apoyó al análisis de los factores que dan forma a la cultura emprendedora en los estudiantes universitarios, así mismo se aplicó un cuestionario de 26 preguntas agrupadas, formulado para la recolección de datos necesarios para el desarrollo de la investigación, se tomó como referencia el “Test emprendedor” de la Fundación 360 validado por el gobierno de España y cuestionarios de autores.

Anterior a la aplicación del cuestionario como herramientas para la recolección de información se motivó al estudiante exponiendo la importancia de tener respuestas honestas y los cambios que se podrían proponer mediante esta investigación.

Se aplicó un total de 564 encuestas, tomando en cuenta a cada uno los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, usando

medios virtuales como los correos institucionales para los estudiantes de los ciclos de primero a tercero que se encontraban en modalidad virtual y cuestionarios físicos en las aulas universitarias a los estudiantes de cuarto a decimo ciclo que se encuentran en modalidad presencial, todos con un mismo esquema de recolección de información.

Usando Excel como programa de análisis de información se procedió a formar una base de datos con toda la información obtenida de la encuesta, creando tablas y combinándolas para su análisis e interpretación y formando gráficos que permitieron un mejor estudio de la información.

Una vez realizado el análisis e interpretación de la información se determinó el estado de la cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja y se propuso estrategias que aporten a la mejora de la cultura emprendedora como generar más práctica como apoyo a la teoría para fortalecer la malla curricular y contar con más docentes con experiencia en áreas de emprendimiento e innovación para acercar a los estudiantes a la generación de empresa.

6. Resultados

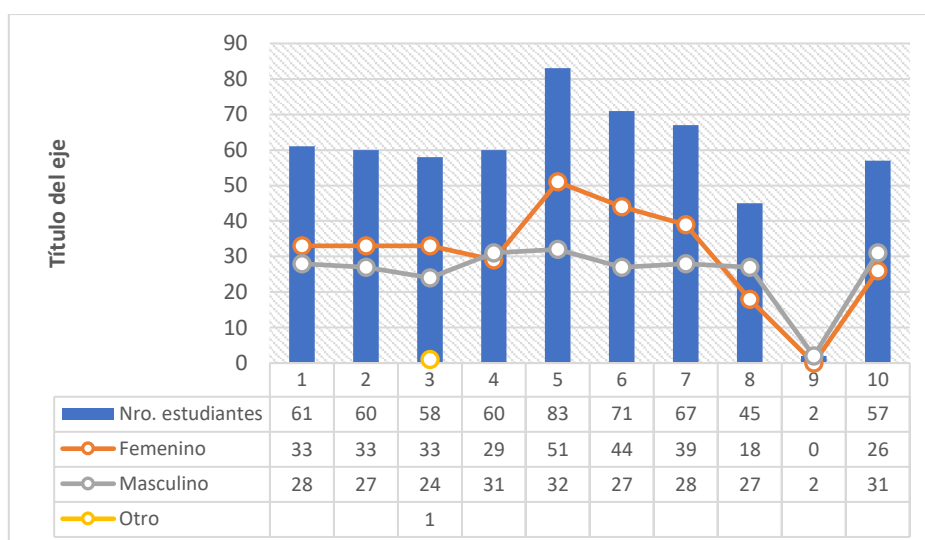
Una vez aplicadas las encuestas a los 564 estudiantes que conforman la población estudiantil de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja se pueden evidenciar los siguientes resultados relacionados con el perfil emprendedor, las habilidades emprendedoras, el entorno emprendedor y su intención emprendedora.

Tabla 2
Ciclo y género de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas

Ciclo	Estudiantes		Femenino		Masculino		Otro	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
1	61	10,82%	33	5,85%	28	4,96%		
2	60	10,64%	33	5,85%	27	4,79%		
3	58	10,28%	33	5,85%	24	4,26%	1	0,17%
4	60	10,64%	29	5,14%	31	5,50%		
5	83	14,72%	51	9,04%	32	5,67%		
6	71	12,59%	44	7,80%	27	4,79%		
7	67	11,88%	39	6,91%	28	4,96%		
8	45	7,98%	18	3,19%	27	4,79%		
9	2	0,35%			2	0,35%		
10	57	10,11%	26	4,61%	31	5,50%		
	564	100%	306	54,25%	257	45,58%	1	0,17%

Fuente: Investigación de campo

Figura 6
Ciclo y género de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas



Fuente: Investigación de campo

Al copilar información sociodemográfica de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas se identifica que hay un total de 564 estudiantes, de los cuales 306 se identifican con género femenino, 257 con género masculino y 1 con otro.

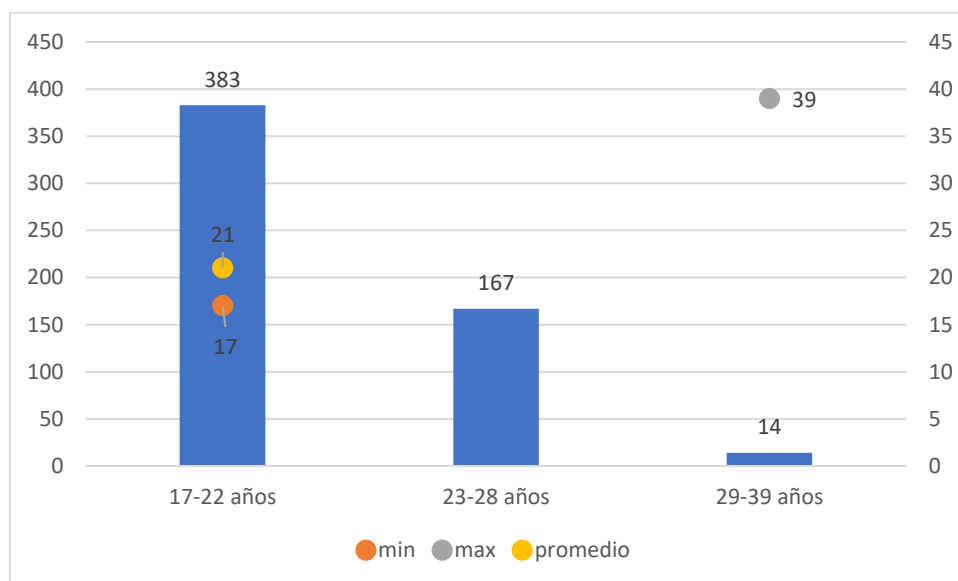
De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que las mujeres sobrepasan levemente en porcentaje a los hombres, por cuanto se identifica un mayor interés por parte del sector femenino para estudiar la Carrera de Administración de Empresas.

Tabla 3
Edad estudiantes CAE (Carrera de Administración de Empresas)

Rango	Frecuencia	Porcentaje
17-22 años	383	67,91%
23-28 años	167	29,61%
29-39 años	14	2,48%
	564	100,00%
Min	17 años	
Max	39 años	
Promedio	21 años	

Fuente: Investigación de campo

Figura 7
Edad estudiantes CAE



Fuente: Investigación de campo

Al caracterizar las edades de los estudiantes, la mayoría de ellos, un 54,61% de los estudiantes se encuentran en el rango de edad de entre 17 a 21 años, dando como resultados estadísticos un mínimo de edad de 17 años, un máximo de 39 años, así mismo se identificó que la edad promedio de un estudiante de esta carrera es de 21 años.

El rango de edades más comunes que se identifican en los estudiantes universitarios en general es de 17 a 22 años pues tienen relación directa con los años de estudio necesarios, así

mismo se observa que un cierto grado de estudiantes que se encuentra entre los 23 y 39 años muestran interés por estudiar pese a que no lo hicieron inmediatamente al haber culminado los estudios secundarios, se considera esto se debe a que concluyeron que es necesario aumentar sus conocimientos, su red de contactos, ampliar sus posibilidades laborales y poder estar mejor preparados para enfrentar el mundo laboral o emprender.

Tabla 4
País y sector de procedencia

País	Frecuencia	Porcentaje	Urbano	Porcentaje	Rural	Porcentaje
Ecuador	554	98,23%	447	79,25%	107	18,97%
España	9	1,60%	9	1,60%		
Perú	1	0,18%	1	0,18%		
Total	564	100,00%	457	81,03%	107	18,97%

Fuente: Investigación de campo

Dentro de la Carrera de Administración de Empresa podemos encontrar estudiantes provenientes de tres países encabezados por Ecuador acaparando el 98,23%, seguido por España con 1,60% y Perú con 0,18%, todos estos con diversidad cultural, y con esto distintos pensamientos, se asume que esto podría afectar de cierta manera la cultura emprendedora de los mismos.

La presencia de estudiantes de diferentes países podría deberse a factores como al retorno de inmigrantes, el deseo de conocer otras culturas y aprender de ellas, adquirir habilidades nuevas y desarrollar competencias, esto no descarta la idea de que Loja es una ciudad intercultural y por este echo puede ser atrayente para muchos extranjeros.

Tabla 5
Ingresos mensuales y modalidad de estudios

Variable	Estudiantes		Matutino		Vespertino	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
No trabaja	327	57,98%	218	38,65%	109	19,33%
Inferiores a un salario básico (\$425,00)	171	30,32%	118	20,92%	53	9,40%
Superiores a un salario básico	60	10,64%	42	7,45%	18	3,19%
Superiores a dos salarios básicos	6	1,06%	4	0,71%	2	0,35%
Total	564	100 %	382	67,73%	182	32,27%

Fuente: Investigación de campo

Según la información recopilada se puede evidenciar que el 57,98% de los estudiantes no trabajan, mientras que el restante 42,02% de estudiantes ya perciben algún tipo de ingresos.

En cuanto a los estudiantes que perciben ingresos inferiores a un salario básico se considera que trabajan en jornadas de medio tiempo o por horas debido al nivel de sus ingresos, los estudiantes que perciben ingresos superiores a un salario básico posiblemente ya poseen un trabajo estable, mientras que los estudiantes que perciben ingresos superiores a dos salarios básicos es muy probable que actualmente posean su propio negocio.

Test emprendedor

El test emprendedor de la Fundación 360 validado por el gobierno de España está diseñado para identificar el grado en el que se adapta la persona al perfil ideal del emprendedor, mismo que será evaluado bajo estándares previamente establecidos como se muestran en la tabla 6 y sirvió para evaluar los resultados enunciados en la tabla 7.

Tabla 6

Análisis de resultados del test emprendedor

Nro.	Calificación	Resultado
3	60 o más puntos	Sin duda se dispone de un gran potencial y el perfil se asemeja bastante al del emprendedor. Sin embargo, esto no quiere decir que ya se tenga asegurado el éxito, pero sin duda se posee de una buena base.
2	De 30 a 59 puntos	Se reúne bastantes de las características adecuadas para ser un buen emprendedor. No obstante, hay ciertos puntos en los que dista de serlo. Se debería analizar los puntos débiles y marcar una serie de acciones concretas para mejorarlos en un plazo determinado de tiempo.
1	Menos de 30 puntos	Aunque en el perfil hay algunos de los caracteres de un emprendedor, en la mayoría de aspectos asalta la duda, es necesario analizar las razones y procurar adquirir hábitos emprendedores.

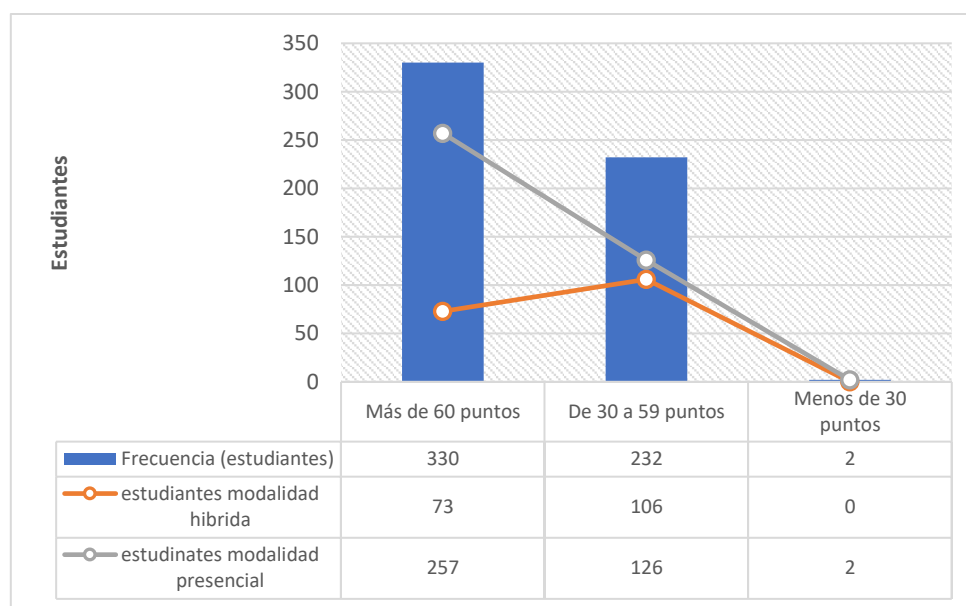
Fuente: Test emprendedor fundación 360

Tabla 7
Test emprendedor aplicado

Nr o.	Calificación	Estudiantes		Modalidad de estudios virtual		Modalidad de estudios presencial	
		Frecuencia (estudiantes)	Porcent aje	Frecuenci a	Porcent aje	Frecuencia	Porcent aje
3	Más de 60 puntos	330	58,51%	73	12,94%	257	45,58%
2	De 30 a 59 puntos	232	41,13%	106	18,79%	126	22,34%
1	Menos de 30 puntos	2	0,35%	0	0,00%	2	0,35%
TOTAL		564	100%	179	31,73%	385	68,27%

Fuente: Investigación de campo

Figura 8
Test emprendedor



Fuente: Investigación de campo

Analizando los resultados obtenidos mediante la aplicación del test emprendedor a los estudiantes de la carrera, señala que el 58,51% disponen de un gran potencial emprendedor, 41,13% reúnen características de un emprendedor que necesitan mejorarse, mientras que el 0,35% de estudiantes necesitan netamente adquirir estas características.

Es necesario recalcar que al momento de aplicar el estudio existían dos modalidades tanto presencial como virtual, los estudiantes de cuarto a decimo ciclo de la modalidad presencial reflejan un gran potencial y su perfil se asemeja al de un emprendedor, lo que

difiere de los estudiantes de primero a tercer ciclo que se están formando de manera virtual pues obtuvieron una puntuación inferior, situación que podría deberse a la modalidad de estudio, al tiempo que llevan de formación, los conocimientos básicos sobre la carrera y a no disponer de una visión definida de futuro.

Tabla 8

Análisis de resultado del test de habilidades emprendedoras

Nro.	Calificación	Resultado
5	65 puntos o más	Habilidades fuertemente establecidas, ideales de un buen emprendedor o futuro emprendedor
4	De 49 a 64 puntos	Posee algunas habilidades características de un emprendedor. Sin embargo, aún tiene que trabajar para fortalecerlas.
3	De 33 a 48 puntos	Las habilidades que posee son típicas de una persona indecisa que aún no toma decisiones con firmeza.
2	De 17 a 32 puntos	Dichas habilidades apenas están asomando para formar un espíritu emprendedor. Hay que trabajar fuertemente en ellas.
1	Menos de 17 puntos	Casi no posee habilidades, característico de personas que no tienen intención de emprender.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9

Test de habilidades emprendedoras aplicado

Nro	Calificación	Estudiantes		Modalidad de estudios virtual		Modalidad de estudios presencial	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
5	65 o más puntos	177	31,38%	26	4,61%	151	26,77%
4	de 49 a 64 puntos	327	57,98%	116	20,57%	211	37,41%
3	de 33 a 48 puntos	58	10,28%	37	6,56%	21	3,73%
2	de 17 a 32 puntos	2	0,35%	0	0 %	2	0,35%
1	menos de 17 puntos	0	0,00%	0	0 %	0	0 %
TOTAL		564	100,00%	179	31,74%	385	68,26%

Fuente: Investigación de campo

El 31,38% posee habilidades fuertemente establecidas, ideales de un buen emprendedor, el 57,98% de los estudiantes poseen algunas habilidades características de un emprendedor, sin embargo, aún tienen que trabajar para fortalecerlas, el 10,28% se encuentran en una situación de duda pues sus habilidades reflejan indecisión, y el 0,35% de estudiantes apenas reflejan habilidades de emprendedor.

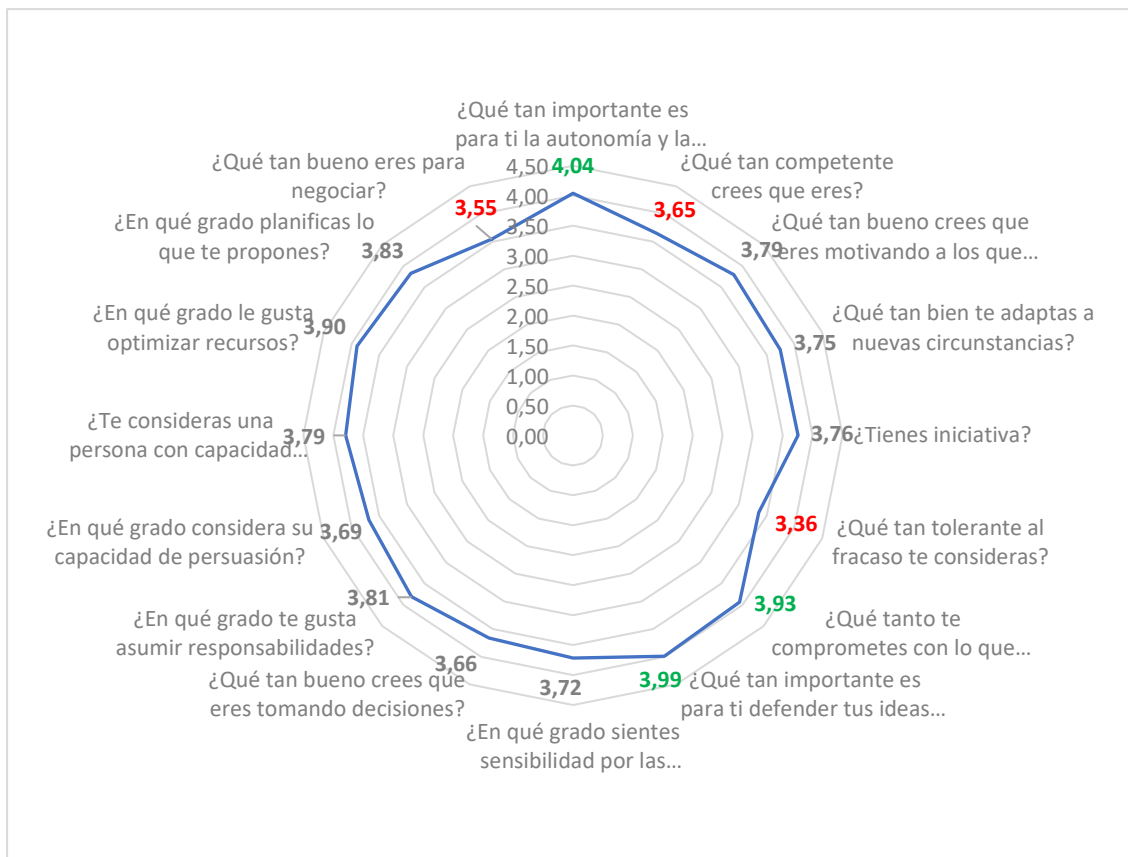
Los estudiantes de la modalidad presencial reflejan habilidades emprendedoras más notables situación que podría deberse a que ya están en el nivel profesionalizante de la carrera y tienen una orientación más clara en comparación a los estudiantes de modalidad virtual que se encuentran en el nivel básico de la carrera

Tabla 10
Habilidades emprendedoras

	1. Nada	2. Poco	3. Neutro	4. Mucho	5. Demasiado	
	Habilidades emprendedoras					Promedio
Habilidades sociales	¿Qué tan importante es para ti la autonomía y la independencia?					4,04
	¿Qué tan competente crees que eres?					3,65
	¿Qué tan bueno crees que eres motivando a los que te rodean?					3,79
	¿Qué tan bien te adaptas a nuevas circunstancias?					3,75
	¿Tienes iniciativa?					3,76
	¿Qué tan tolerante al fracaso te consideras?					3,36
	¿Qué tanto te comprometes con lo que te propones?					3,93
	¿Qué tan importante es para ti defender tus ideas ante los demás?					3,99
	¿En qué grado sientes sensibilidad por las necesidades del resto?					3,72
Habilidades de dirección	¿Qué tan bueno crees que eres tomando decisiones?					3,66
	¿En qué grado te gusta asumir responsabilidades?					3,81
	¿En qué grado considera su capacidad de persuasión?					3,69
	¿Te consideras una persona con capacidad de organización?					3,79
	¿En qué grado le gusta optimizar recursos?					3,90
	¿En qué grado planificas lo que te propones?					3,83
	¿Qué tan bueno eres para negociar?					3,55

Fuente: Investigación de campo

Figura 9
Habilidades emprendedoras



Fuente: Investigación de campo

Entre las habilidades más destacadas que se encontraron en los estudiantes son la autonomía e independencia con una puntuación promedio de 4,04, defender los ideales con 3,99 puntos y el compromiso 3,93 puntos, así mismo se puntualiza las habilidades con puntuación más baja como la baja tolerancia al fracaso o resiliencia con 3,36 puntos, el bajo nivel de negociación con 3,55 puntos y la poca competitividad con la que se consideran los estudiantes con 3,65 puntos.

En general se reflejan habilidades establecidas que son recomendables fortalecer en cierto grado, tomando en cuenta las habilidades con puntuación inferior se podría estimar que se refleja mínimo nivel de inseguridad, probablemente por desarrollarse en entornos que no los motivan y preparan continuamente, por otro lado se evidencian las habilidades más fuertes que reflejan un significativo grado de confianza y compromiso, comparando estos dos puntos de vista se considera apropiado trabajar constantemente para fortalecer la seguridad de los estudiantes y mantener el compromiso que muestran.

Tabla 11

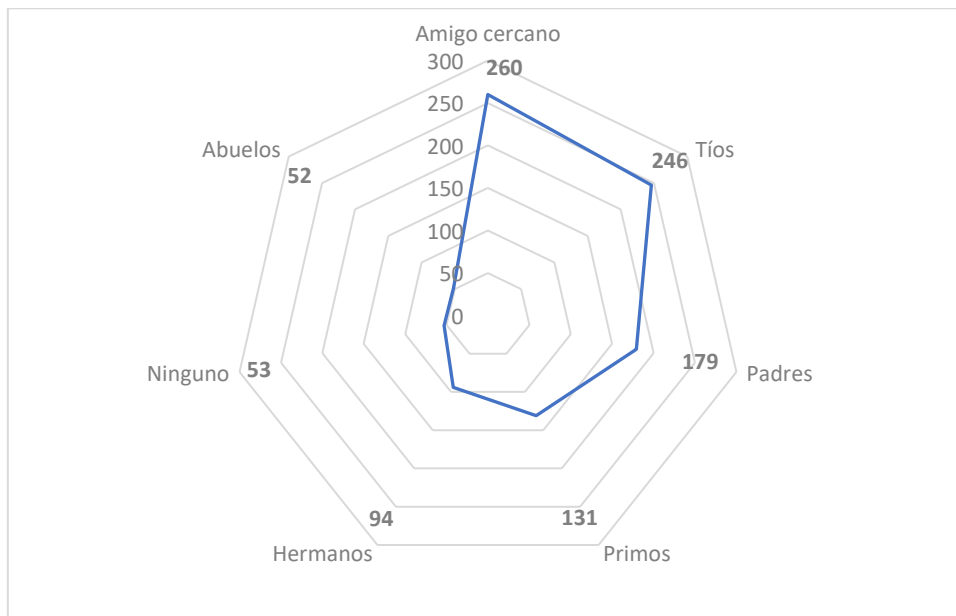
Observando su círculo cercano, selecciona a quienes tengan un emprendimiento o negocio

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Amigo cercano con negocio	260	25,62%
Tíos con negocio	246	24,24%
Padres con negocio	179	17,64%
Primos con negocio	131	12,91%
Hermanos con negocio	94	9,26%
Ninguno (no tengo conocidos con negocio)	53	5,22%
Abuelos con negocio	52	5,12%
Total	1015	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Figura 10

Observando tu círculo cercano, selecciona a quienes tengan un emprendimiento o negocio



Fuente: Investigación de campo

Según los datos recopilados se puede evidenciar que el 25,62% poseen un amigo cercano con emprendimiento; 24,25% tíos con negocio; 17,64% padres con negocio; 12,91% primos con negocio; 9,26% hermanos con negocio; 5,12% abuelos con negocios y 5,22% mencionan que no poseen a ningún conocido o familiar con negocio propio o emprendimiento.

Muchos de los estudiantes tienen a alguien cercano el cual posee algún emprendimiento o negocio, mismos que nos dan una perspectiva de que de cierta manera se puede inculcar o motivar hacia el emprendimiento por medio de la familia o el entorno.

Tabla 12

¿Cuenta con oportunidades de formar redes o vínculos motivacionales dentro de sus actividades diarias que te permitan fomentar la iniciativa emprendedora?

Etiquetas de fila	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	25	4,43%
Rara vez	84	14,89%
A veces	237	42,02%
Casi siempre	176	31,21%
Siempre	42	7,45%
Total	564	100,00%

Fuente: Investigación de campo

En cuanto a las oportunidades que se les presentan a los estudiantes para formar redes que les permitan fomentar la actitud emprendedora el 42,02% manifiestan que solamente a veces cuentan con dichas oportunidades, mientras que el 31,21% expresa que casi siempre se le presentan estas oportunidades, sin embargo, a pesar de que un gran porcentaje de estudiantes cuenta con al menos unas cuantas oportunidades que les permiten fortalecer la iniciativa emprendedora, hay un 19,32% a los cuales casi nunca o nunca se les presentan estas oportunidades o no logran identificarlas y aprovecharlas.

Generalmente en el entorno en el que nos desarrollamos se encuentran algunas oportunidades para adquirir vínculos, conocimientos y/o experiencias de emprendimiento, pero posiblemente entre los estudiantes no está arraigada la cultura de aprovechar estas oportunidades o por lo menos identificarlas.

Tabla 13

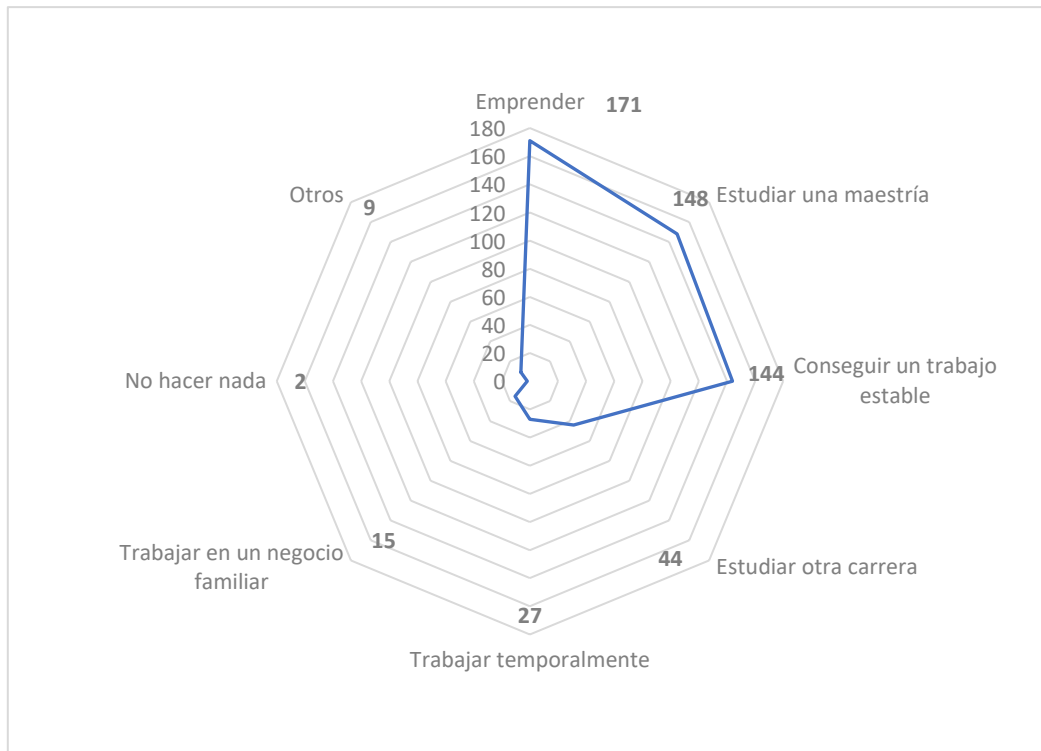
Al culminar los estudios todos nos esforzamos por cumplir un sueño, en su caso, ¿Cuál sería?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Emprender	171	30,32%
Estudiar una maestría	148	26,24%
Conseguir un trabajo estable	144	25,53%
Estudiar otra carrera	44	7,80%
Trabajar temporalmente	27	4,79%
Trabajar en un negocio familiar	15	2,66%
No hacer nada	2	0,35%
Otros	13	2,30%
Total	564	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Figura 11

Al culminar los estudios todos nos esforzamos por cumplir un sueño, en su caso, ¿cuál sería?



Fuente: Investigación de campo

Al culminar los estudios universitarios solamente el 30,32% de los estudiantes tienen la intención de emprender y formar una empresa o negocio; 26,24% desean estudiar una maestría; 25,53% prefieren conseguir un trabajo que les brinde estabilidad; 7,80% muestran deseo por estudiar otra carrera ajena a la actual; 4,79% optan por trabajar temporalmente; 2,66% trabajar en un negocio familiar; y el 0,35% de los estudiantes no desean hacer nada posterior a graduarse.

Se identifican criterios divididos entre los estudiantes que quieren emprender, los que quieren continuar sus estudios mediante una maestría y los estudiantes que desean conseguir un trabajo estable, estos criterios divididos posiblemente se deben a la situación económica actual del país, aspiraciones y decisiones propias, intenciones a futuro, entre otras motivaciones.

Tabla 14

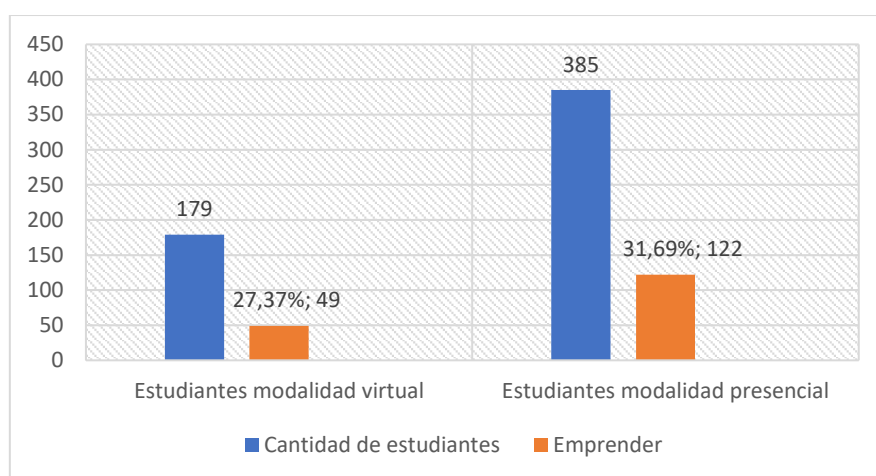
Intención emprendedora respecto al total de estudiantes según la modalidad de estudios

Variable	Cantidad de estudiantes	Emprender	Porcentaje relativo
Estudiantes modalidad virtual	179	49	27,37%
Estudiantes modalidad presencial	385	122	31,69%
Total	564	171	

Fuente: Investigación de campo

Figura 12

Intención emprendedora respecto al total de estudiantes según la modalidad de estudios



Fuente: Investigación de campo

Tomando como referencia los datos e información de la tabla 19 y figura 17 encontramos que de los 171 estudiantes que tienen la intención de emprender una vez culminados sus estudios, 122 pertenecen a la modalidad de estudios presencial y 49 a la modalidad de estudios virtual, en términos porcentuales de los 385 estudiantes que actualmente se están formando de manera presencial el 31,69% tienen la intención de emprender, y de los 179 estudiantes que se forman de manera virtual el 27,37% poseen la intención de emprender.

En términos porcentuales tanto estudiantes de modalidad presencial (cuarto a decimo ciclo) como virtual (primero a tercer ciclo) muestran cantidades semejantes, habiendo una leve proporción mayoritaria en los estudiantes de modalidad presencial que se direccionan por la línea de emprendimiento, evidenciándose así un bajo grado en cuanto a intención emprendedora en los estudiantes.

Tabla 15

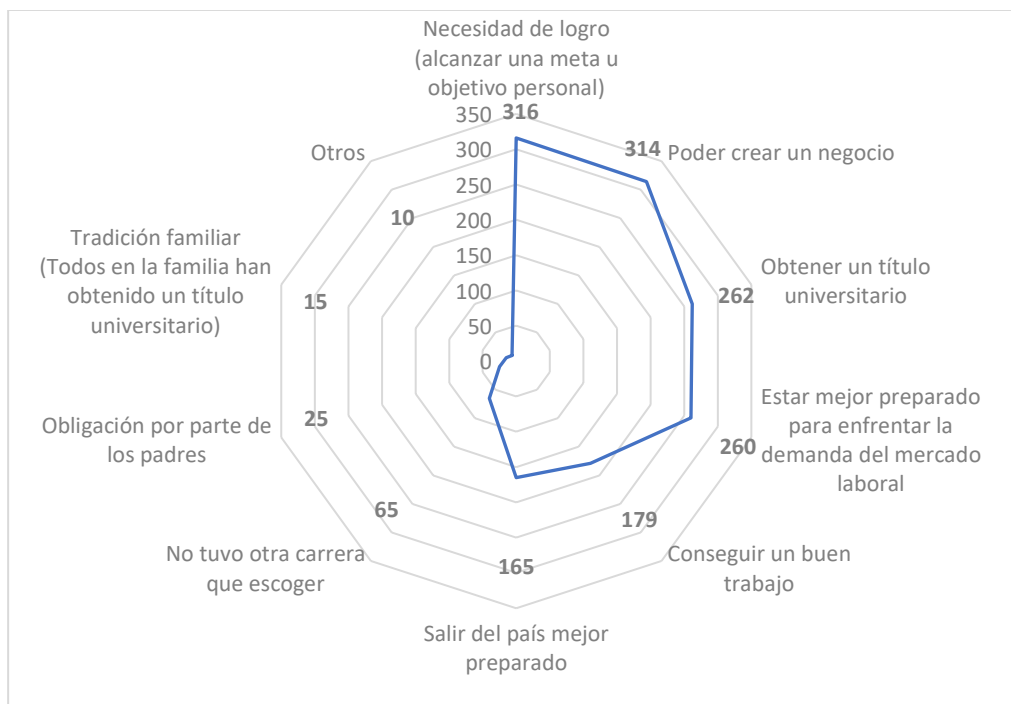
Indique sus motivaciones personales para estudiar la Carrera de Administración de Empresas.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Necesidad de logro (alcanzar una meta u objetivo personal)	316	19,62%
Poder crear un negocio	314	19,49%
Obtener un título universitario	262	16,26%
Estar mejor preparado para enfrentar la demanda del mercado laboral	260	16,14%
Conseguir un buen trabajo	179	11,11%
Salir del país mejor preparado	165	10,24%
No tuvo otra carrera que escoger	65	4,03%
Obligación por parte de los padres	25	1,55%
Tradición familiar (Todos en la familia han obtenido un título universitario)	15	0,93%
Otros	10	0,62%
Total	1611	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Figura 13

Indique sus motivaciones personales para estudiar la Carrera de Administración de Empresas.



Fuente: Investigación de campo

El 19,62% de respuestas mencionan la necesidad de logro como su principal motivación por la que decidieron estudiar la Carrera de Administración de Empresas el 19,49% para poder crear un negocio; 16,26% por obtener un título universitario; 16,14% estar

mejor preparados para enfrentar la demanda del mercado laboral; 11,11% conseguir un buen trabajo; 10,24% salir del país mejor preparado; 4,03% mencionan que no tuvieron otra carrera que escoger; 1,55% por obligación de los padres; 0,93% por seguir con una tradición familiar y 0,62% por otras respuestas como mejorar el estatus de la familia, obtener conocimientos en la rama de la administración, mejorar las posibilidades de ingresos, etc.

Se puede identificar que entre las principales motivaciones de los estudiantes para estudiar la carrera de Administración de Empresas esta poder crear un negocio, sin embargo, una gran mayoría de ellos lo hacen por razones ajenas a las relacionadas con emprender.

Tabla 16

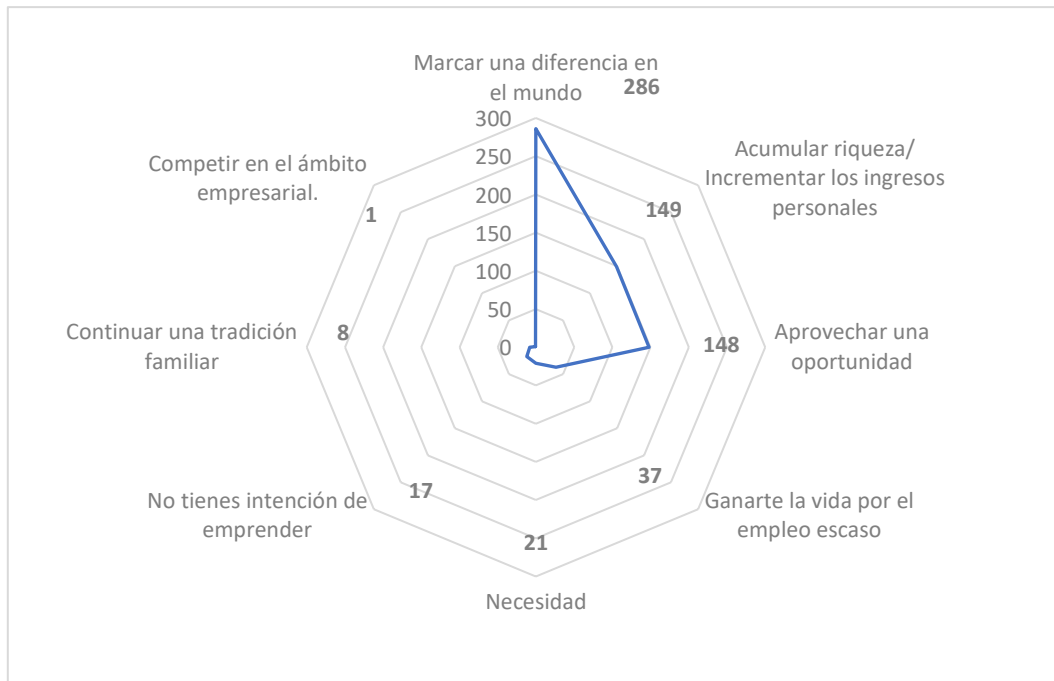
En el caso de que decida emprender una vez culminados sus estudios. ¿Indica las razones que te motivarían a realizarlo?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Marcar una diferencia en el mundo	286	42,88%
Acumular riqueza/ Incrementar los ingresos personales	149	22,34%
Aprovechar una oportunidad	148	22,19%
Ganarte la vida por el empleo escaso	37	5,55%
Necesidad	21	3,15%
No tienes intención de emprender	17	2,55%
Continuar una tradición familiar	8	1,20%
Competir en el ámbito empresarial.	1	0,15%
Total	667	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Figura 14

Indica las razones que le motivarían a emprender



Fuente: Investigación de campo

Las razones por las cuales los estudiantes emprenderían en caso de que así los decidieran, mayoritariamente es por marcar una diferencia en el mundo, el 22,34% por acumular riqueza e incrementar los ingresos personales; el 22,19% por aprovechar una oportunidad; el 5,55% por ganarse la vida por el empleo escaso; el 3,15% estarían dispuestos a hacerlo por necesidad; el 1,20% por continuar una tradición familiar; el 0,15% por competir en el ámbito empresarial y 2,55% no tiene intenciones de emprender.

Estos datos nos dan una base clara para medir la intención emprendedora de los estudiantes y las razones que tendrían para hacerlo. En este apartado no se puede corroborar por lo expuesto por Zambrano y Ordeñana, (2020) donde menciona que la principal razón para emprender es la escasez de empleo, pues en este estudio dicho apartado alcanza un 82,7%, mientras que en el presente estudio solamente acapara el 5,55% pues para los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la UNL la principal motivación que tendrían para emprender es hacer la diferencia en el mundo, esta disparidad se puede deber a que los estudiantes están en proceso de formación y aún no han experimentado el salir titulados al mundo laboral, pues el estudio realizado por Zambrano y Ordeñana, (2020) es a emprendedores ya establecidos.

Tabla 17

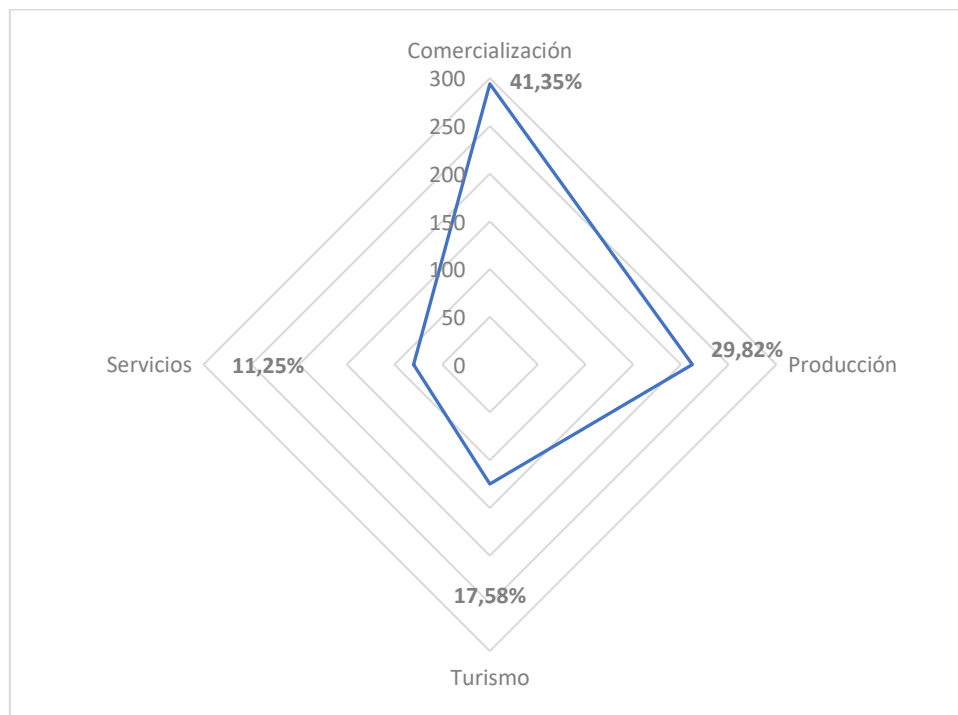
En el caso que decida emprender una vez culminados tus estudios. ¿En cuál o cuáles de estos tipos de negocios le gustaría emprender?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Comercialización (vestimenta, víveres, productos agrícolas, venta de artículos, etc.)	294	41,35%
Producción (alimentos, construcción, etc.)	212	29,82%
Turismo (agencias de viajes, hoteles, restaurantes, cafetería, etc.)	125	17,58%
Servicios (limpieza, asesorías, etc.)	80	11,25%
Total	711	100%

Fuente: Investigación de campo

Figura 15

¿En cuál o cuáles de estos tipos de negocios le gustaría emprender?



Fuente: Investigación de campo

Los estudiantes como tal aún no saben con certeza a que línea de negocio direccionarse es por esta razón que la respuesta de muchos de ellos varía entre más de una variable, dando como resultado que el 41,35% se direccionan por la línea de la comercialización, 29,82% por la producción, 17,58% por turismo y 11,25% por servicios.

Actualmente Loja es considerada una ciudad de consumo con poco desarrollo industrial, por esta razón es que la mayor parte de los profesionales de la carrera de Administración de Empresas se inclinan por la línea de la comercialización, situación que debería transformarse mediante la formación de profesionales emprendedores que se

direccionen a la producción de bienes o servicios y al aprovechamiento de los recursos naturales y turísticos, pues se está desaprovechando estos tres factores importantes como polos de desarrollo para la provincia

Tabla 18

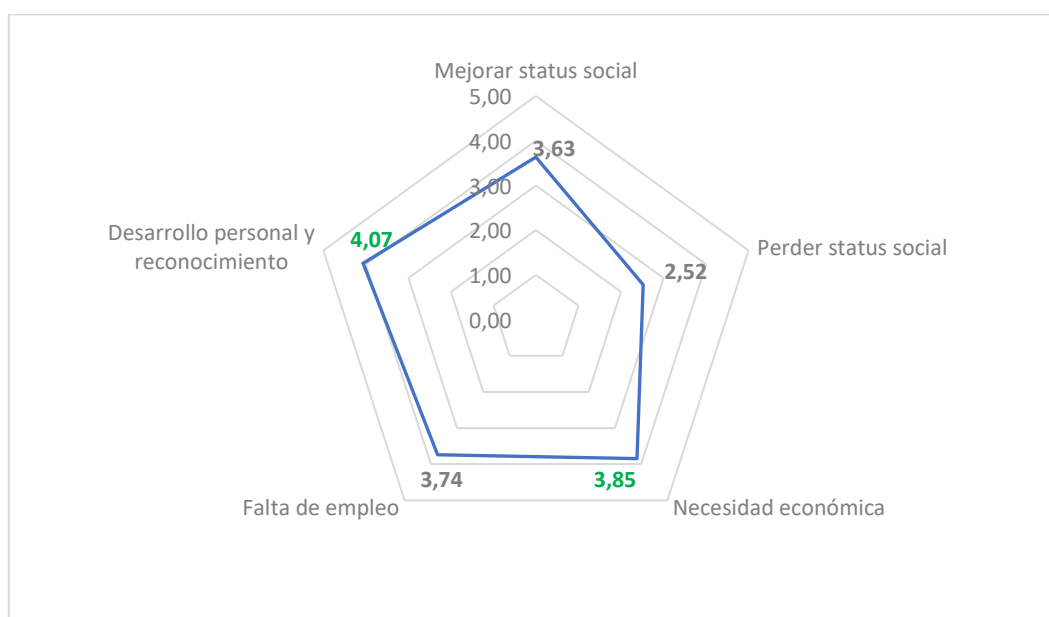
De los siguientes aspectos, ¿cuál cree que es el factor motivacional más importante para convertirte en emprendedor?

Ponderación →		1	2	3	4	5	
Variable		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Promedio
Mejorar status social	status	31	45	140	232	116	3,63
Perder status social	status	126	152	193	52	41	2,52
Necesidad económica		29	23	94	278	140	3,85
Falta de empleo		33	51	94	238	148	3,74
Desarrollo personal y el reconocimiento		25	22	74	213	230	4,07

Fuente: Investigación de campo

Figura 16

Factor motivacional más importante para convertirse en emprendedor



Fuente: Investigación de campo

Al observar los datos plasmados tanto en la tabla como en la figura se observa que, las principales motivaciones que los estudiantes consideran para emprender son el desarrollo personal y reconocimiento, la necesidad económica y la falta de empleo.

Esto se relaciona con lo expuesto por Zambrano y Ordeñana, (2020) que señalan que entre los valores percibidos por la sociedad ante el emprendimiento esta recibir un alto nivel reconocimiento, sin embargo, luego de la pandemia el comportamiento en general de los emprendedores cambio, es por este motivo que hoy en día se considera lo hacen principalmente por necesidad y escasez de empleo.

Tabla 19

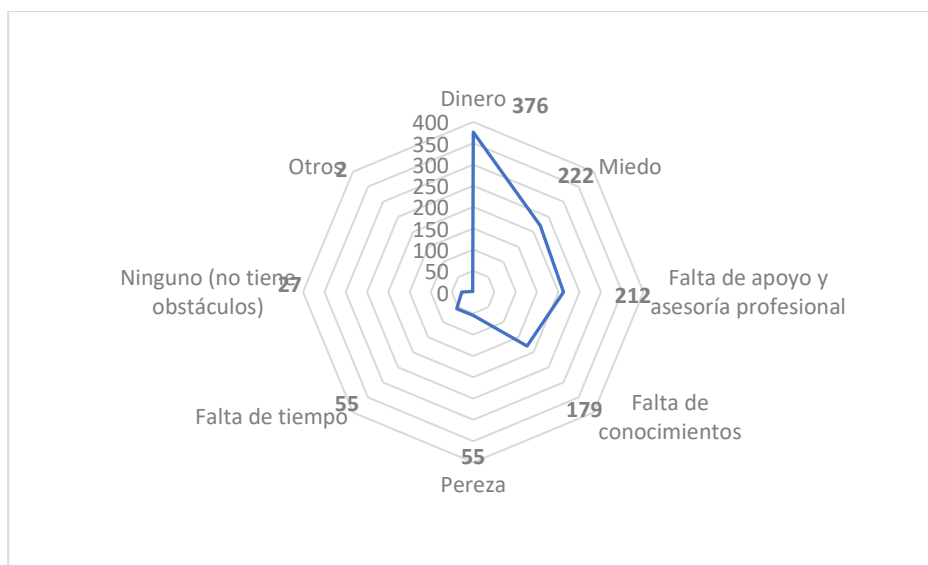
¿Cuáles considera que serían sus obstáculos al momento de emprender?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Dinero	376	33,33%
Miedo	222	19,68%
Falta de apoyo y asesoría profesional	212	18,79%
Falta de conocimientos	179	15,87%
Pereza	55	4,88%
Falta de tiempo	55	4,88%
Ninguno (no tiene obstáculos)	27	2,39%
Otros	2	0,18%
Total	1128	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Figura 17

¿Cuáles considera que serían sus obstáculos al momento de emprender?



Fuente: Investigación de campo

Al identificar los obstáculos que los estudiantes consideran propios al momento de emprender existen un 33,33% que identifican el dinero como un obstáculo para emprender, el 19,68% consideran el miedo como un obstáculo; el 18,79% se dirigen por la falta de apoyo y asesoría profesional; el 15,87% por falta de conocimientos, posteriormente el 4,88% se identifican la pereza como obstáculo; el 4,88% más con falta de tiempo; el 2,38% expresan que no tienen obstáculos y el 0,18% con otro tipo de obstáculos como las decisiones arriesgadas por tomar.

La falta de dinero y de financiación se ha convertido en el gran obstáculo de nuestra sociedad, cuanto más para los emprendedores, razones como la crisis mundial, el endeudamiento durante la pandemia, la falta de fuentes de trabajo para estudiantes universitarios y el proceder de familias que no poseen el capital propio suficiente para emprender hacen que cada vez los estudiantes consideren como obstáculo establecer nuevos emprendimientos.

Tabla 20

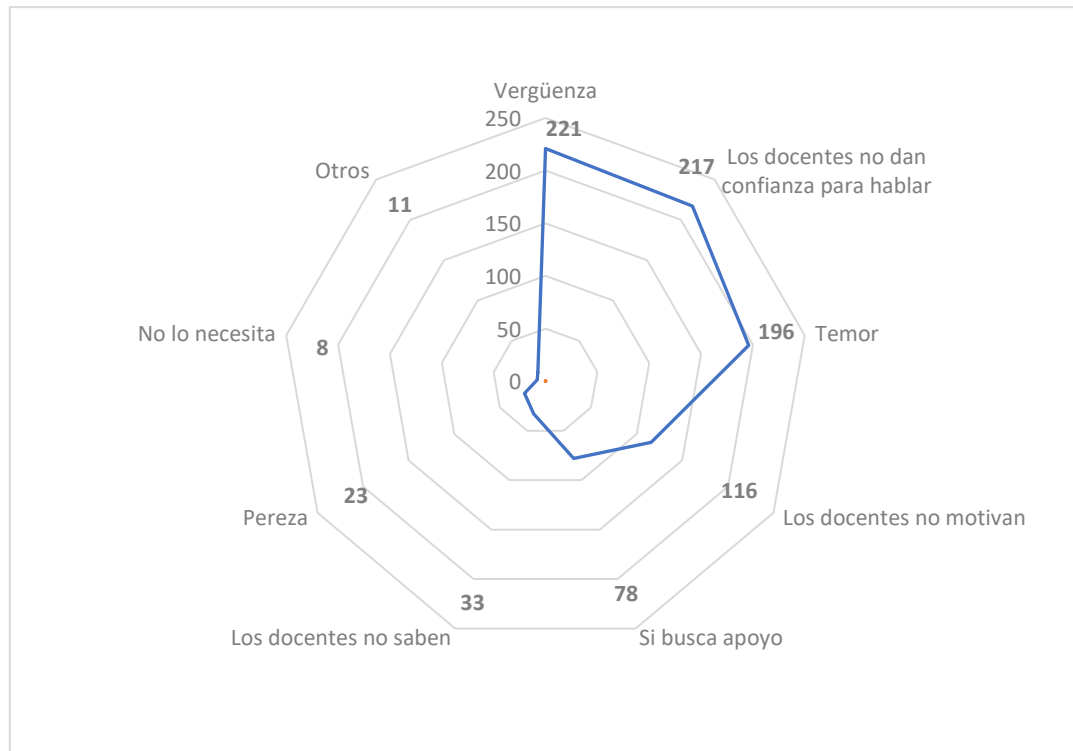
Cuando requiere de información, asesoramiento, o averiguar sobre algún tema de emprendimiento, ¿Cuáles son las razones por la que no busca el apoyo de sus docentes?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Vergüenza	221	24,47%
Los docentes no dan confianza para hablar	217	24,03%
Temor	196	21,71%
Los docentes no motivan	116	12,85%
Si busca apoyo	78	8,64%
Los docentes no saben	33	3,65%
Pereza	23	2,55%
No lo necesita	8	0,89%
Otros	11	1,22%
Total	903	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Figura 18

¿Cuáles son las razones por la que no busca el apoyo de sus docentes?



Fuente: Investigación de campo

Existe un 83,06% de estudiantes que no buscan el apoyo de los docentes para asesorarse sobre temas o dudas que tienen respecto al emprendimiento por razones como vergüenza, falta de confianza, temor y falta de motivación, esto lleva a afirmar que no se ha desarrollado el vínculo de confianza que debe existir entre alumno-docente.

El vínculo entre docente y estudiante es clave para favorecer el desarrollo del aprendizaje de cada uno de los alumnos, es el principal soporte sobre el que se sustenta el conocimiento académico y además como tal ayudará al desarrollo integral de los estudiantes, tanto en el ámbito social y personal como en el profesional, por lo que se sugiere que el docente debería ser paciente y empático para sugerir y encaminar al alumno a emprender, pues un gran número de personas buscan apoyo en el profesional como fortalecimiento del conocimiento.

Tabla 21

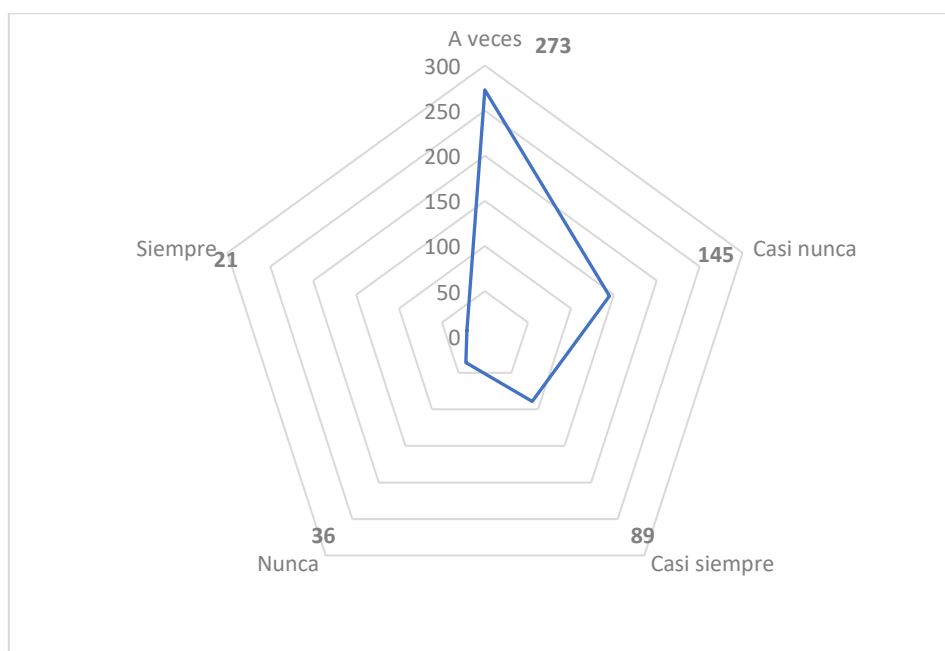
¿Con qué frecuencia recibe incentivo de sus docentes para desarrollar habilidades de liderazgo?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
A veces	273	48,40%
Casi nunca	145	25,71%
Casi siempre	89	15,78%
Nunca	36	6,38%
Siempre	21	3,72%
Total	564	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Figura 19

¿Con qué frecuencia recibe incentivo de sus docentes para desarrollar habilidades de liderazgo?



Fuente: Investigación de campo

El 48,40% de los estudiantes de la carrera mencionan que simplemente a veces reciben incentivos para desarrollar habilidades de liderazgo, el 25,71% expresan que casi nunca reciben estos incentivos por parte de los docentes, estas cifras son muy considerables tomando en cuenta que simplemente el 3,72% exponen que siempre reciben este tipo de iniciativas.

Actualmente, el desarrollo personal no solo se gestiona a través del aprendizaje, sino también, a través de algunas competencias sociales como el liderazgo que permitan desarrollarse física e intelectualmente, fortaleciéndolo mediante la autodisciplina, el aprendizaje constante y con una perspectiva positiva de las cosas, para llevar a cabo acciones en conjunto.

Tabla 22

¿Si las universidades desarrollasen programas en los cuales se creen nexos con el mundo laboral, crees que desarrollarías un espíritu emprendedor?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No	42	7,45%
Si	522	92,55%
Total	564	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Si la universidad desarrollase programas en los cuales se creen nexos con el mundo laboral el 92,55% de los estudiantes consideran que si desarrollaría en ellos un espíritu emprendedor, mientras que el 7,45% de los estudiantes no están de acuerdo con este enunciado.

Los resultados muestran la necesidad de vincular a los estudiantes con un mundo laboral donde generen una red de contactos y adquieran experiencias que los lleve a integrarse a la sociedad especialmente a un mundo emprendedor que fortalezca su espíritu, su intención y cultura emprendedora, mediante el desarrollo de practicas preprofesionales en entidades empresariales que les permitan conocer y adquirir experiencias.

Tabla 23

¿Cree que el poder trabajar o participar en cursos en donde se interactúe con estudiantes de distintas carreras, permitirá generar habilidades que logren aumentar las posibilidades de ser un emprendedor?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No	27	4,79%
Si	537	95,21%
Total	564	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Se observa que el 95,21% de los estudiantes están de acuerdo que participar en cursos en donde se interactúe con estudiantes de otras carreras generaría en ellos habilidades y lazos que aumentarían las posibilidades de emprender

El interactuar con estudiantes de distintas carreras definitivamente puede crear una perspectiva más amplia sobre el emprendimiento pues la complementación de conocimientos entre los mismo puede resultar como el surgimiento de grandes ideas de negocio.

Tabla 24

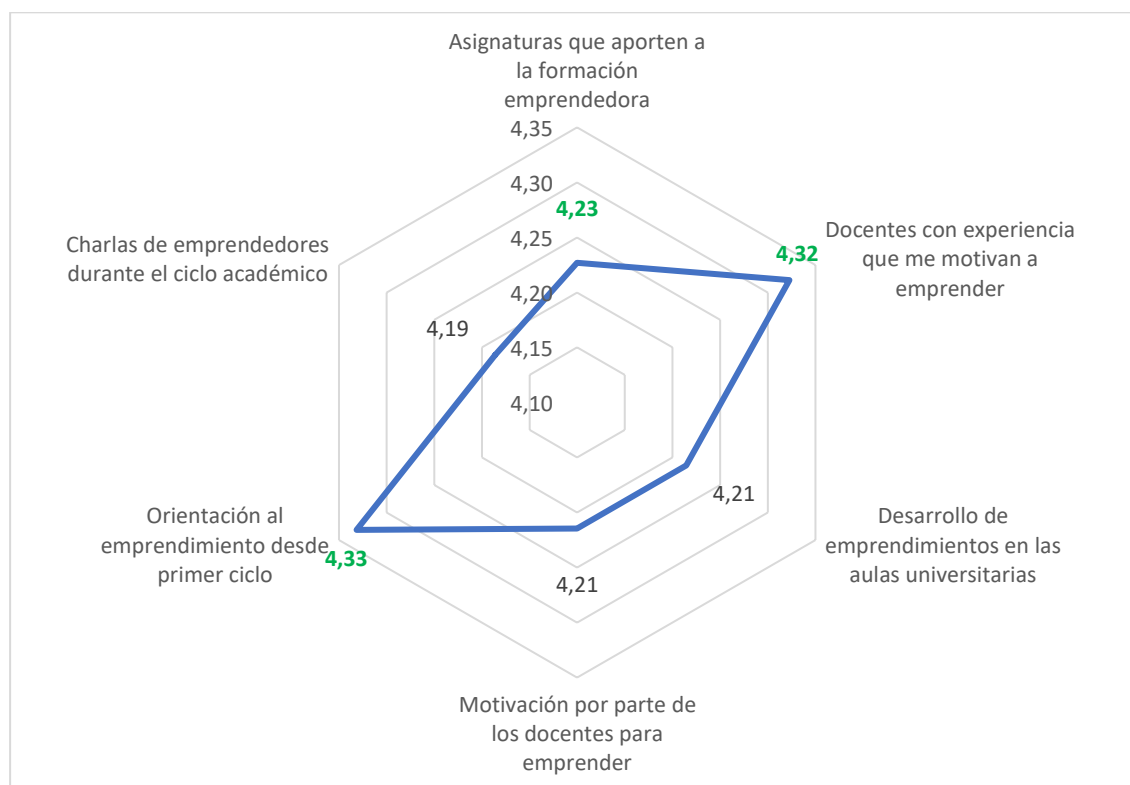
Califica la importancia de las siguientes alternativas y el aporte al fortalecimiento de la cultura emprendedora

Ponderación →	1	2	3	4	5	Tot al	Prom edio
Variable	No es importante	Poco importante	Neutr o	Impor tante	Muy import ante		
Asignaturas que aporten a la formación emprendedora	15	17	71	183	278	564	4,23
Docentes con experiencia que me motivan a emprender	16	12	65	152	319	564	4,32
Desarrollo de emprendimientos en las aulas universitarias	16	20	65	189	274	564	4,21
Motivación por parte de los docentes para emprender	28	20	53	165	298	564	4,21
Orientación al emprendimiento desde primer ciclo	18	22	47	145	332	564	4,33
Charlas de emprendedores durante el ciclo académico	12	28	61	205	258	564	4,19

Fuente: Investigación de campo

Figura 20

Califica la importancia de las siguientes alternativas y el aporte al fortalecimiento de la cultura emprendedora



Fuente: Investigación de campo

Entre los aspectos que los estudiantes consideran de gran importancia para el fortalecimiento de la cultura emprendedora están la orientación al emprendimiento desde primer ciclo con un promedio de 4,33 puntos, docentes con experiencia que motiven a emprender con 4,32 puntos y asignaturas que aporten a la formación emprendedora con 4,23 puntos promedio.

Los resultados muestran los ejes más importantes que consideran los estudiantes para el fortalecimiento de la cultura emprendedora dentro de la carrera, mismos que se engloban en la pretensión de los estudiantes por profundizar en las asignaturas de emprendimiento y más docentes que al ingresar a la carrera posean una cultura de innovación y tecnología, fomentando la actitud emprendedora desde los primeros ciclos para ir formando una mentalidad de emprendimiento con bases sólidas a partir de los estudiantes del nivel básico de la carrera.

Tabla 25

Como estudiante define la importancia que tienen las siguientes alternativas para que la carrera mejore la cultura emprendedora en los estudiantes.

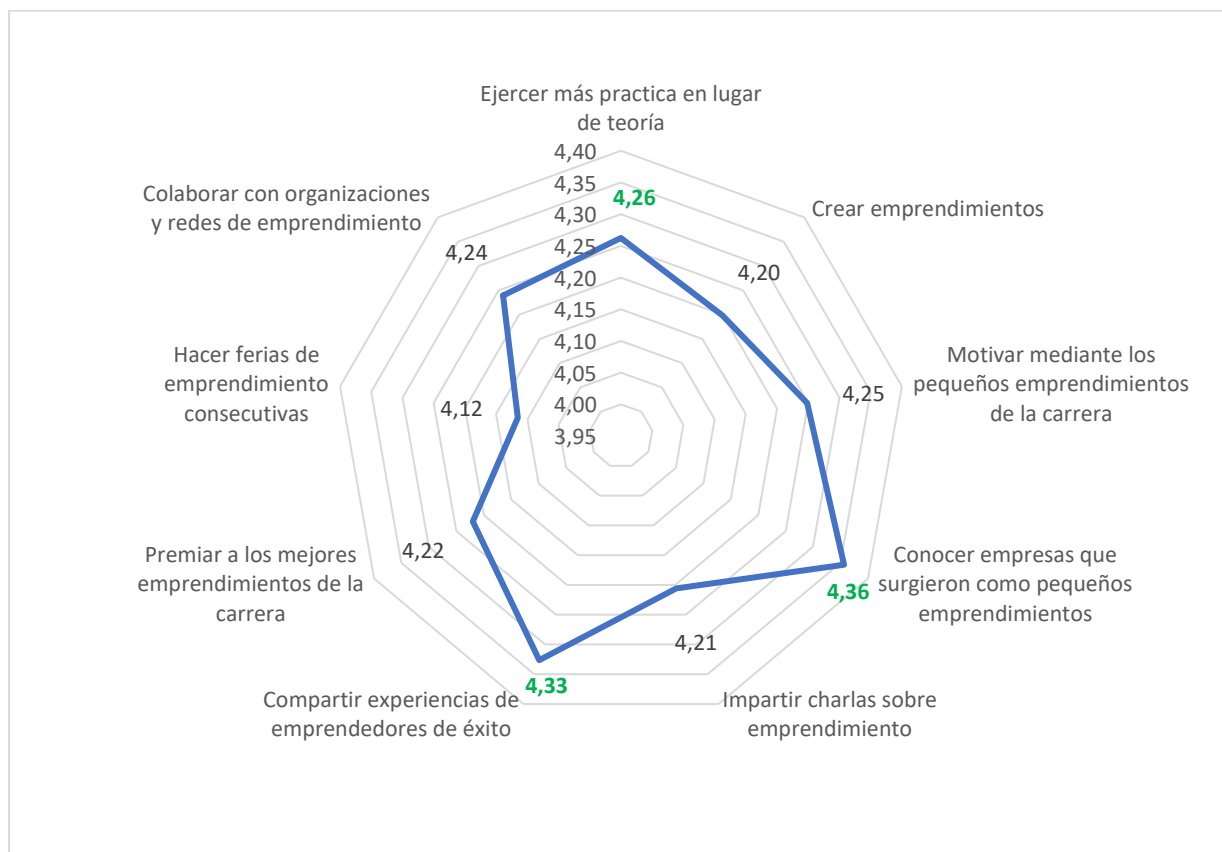
Ponderación →	1	2	3	4	5	Total	Promedio
Variable	Nada imp	Poco imp	Neutro	Importante	Muy imp		
Ejercer más practica en lugar de teoría	14	15	56	203	276	564	4,26
Crear emprendimientos	14	15	65	221	249	564	4,20
Motivar mediante los pequeños emprendimientos de la carrera	12	22	53	204	273	564	4,25
Conocer empresas que surgieron como pequeños emprendimientos	17	13	45	166	323	564	4,36
Impartir charlas sobre emprendimiento	17	25	40	225	257	564	4,21
Compartir experiencias de emprendedores de éxito	10	19	63	157	315	564	4,33
Premiar a los mejores emprendimientos de la carrera	15	19	71	181	278	564	4,22
Hacer ferias de emprendimiento consecutivas	25	18	70	205	246	564	4,12

Colaborar con organizaciones y redes de emprendimiento	16	12	55	219	262	564	4,24
--	----	----	----	-----	-----	------------	------

Fuente: Investigación de campo

Figura 21

Como estudiante define la importancia que tienen las siguientes alternativas para que la carrera mejore la cultura emprendedora en los estudiantes.



Fuente: Investigación de campo

Las alternativas más importantes consideradas por los estudiantes para mejorar la cultura emprendedora encontramos conocer empresas que surgieron como pequeños emprendimientos con un promedio de 4,36 puntos, compartir experiencias de emprendedores de éxito con una puntuación de 4,33 y ejercer más practica en lugar de teoría con 4,26 puntos.

El inculcar a los estudiantes al emprendimiento tomando acciones como conocer las historias de empresas y empresarios que surgieron con pequeños emprendimientos puede tener ventajas como el deseo de los estudiantes de tener independencia laboral, libertad de horario, varias fuentes de ingresos, entre otros, estas acciones contribuyen al incremento de la intención emprendedora de los estudiantes pues se los estaría inculcando al emprendimiento mediante la práctica.

Tabla 26

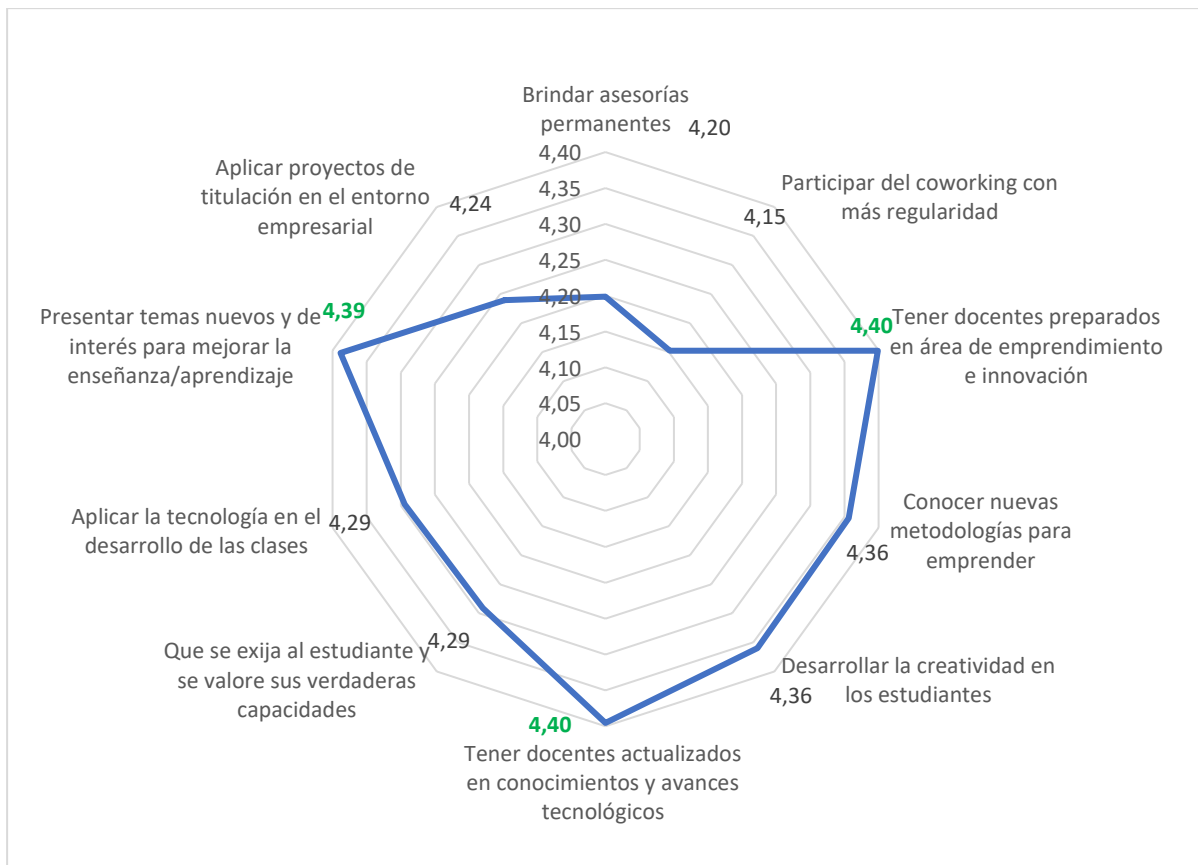
Como estudiante define la importancia que tienen las siguientes alternativas para que la carrera mejore la cultura emprendedora en los estudiantes.

Ponderación →	1	2	3	4	5		
Variable	Nada imp	Poco imp	Neut ro	Import ante	Muy imp	Tota l	Prom edio
Brindar asesorías permanentes	18	14	58	222	252	564	4,20
Participar del coworking con más regularidad	15	16	71	228	234	564	4,15
Tener docentes preparados en área de emprendimiento e innovación	11	17	47	150	339	564	4,40
Conocer nuevas metodologías para emprender	11	13	54	172	314	564	4,36
Desarrollar la creatividad en los estudiantes	23	8	36	173	324	564	4,36
Tener docentes actualizados en conocimientos y avances tecnológicos	12	15	43	162	332	564	4,40
Que se exija al estudiante y se valore sus verdaderas capacidades	15	17	61	167	304	564	4,29
Aplicar la tecnología en el desarrollo de las clases	17	18	48	180	301	564	4,29
Presentar temas nuevos y de interés para mejorar la enseñanza/aprendizaje	14	16	33	175	326	564	4,39
Aplicar proyectos de titulación en el entorno empresarial	20	17	47	204	276	564	4,24

Fuente: Investigación de campo

Figura 22

Como estudiante define la importancia que tienen las siguientes alternativas para que la carrera mejore la cultura emprendedora en los estudiantes.



Fuente: Investigación de campo

Entre las alternativas más importantes que se evidencian encontramos tener más docentes preparados en áreas de emprendimiento e innovación con una puntuación promedio de 4,40, tener más docentes preparados en conocimientos y avances tecnológicos con 4,40 puntos y presentar temas nuevos y de interés para mejorar la enseñanza aprendizaje con 4,39 puntos.

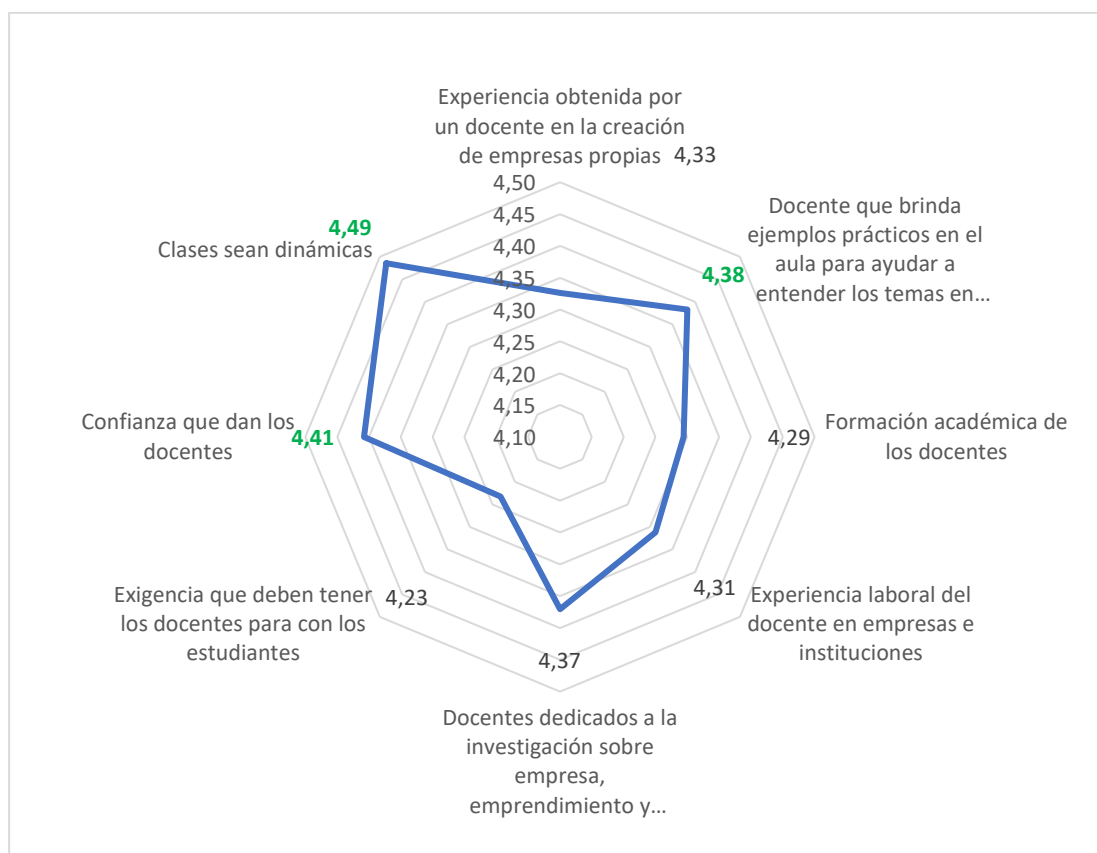
El rol de la enseñanza no solo implica guiar a los alumnos en sus procesos de aprendizaje, sino que también contribuir al fortalecimiento de las aptitudes personales pues se evidencia la necesidad de los estudiantes de tener docentes con los conocimientos actualizados en emprendimiento e innovación que los ayuden, inspiren y motiven a emprender mediante el ejemplo.

Tabla 27
Evaluación docente/ ¿Qué tan importante es para ti?

Ponderación →	1	2	3	4	5	Tota	Prome
Variable	No es imp	Poc imp	Neu tro	Impor tante	Muy imp	l	dio
Experiencia obtenida por un docente en la creación de empresas propias	15	16	43	186	304	564	4,33
Docente que brinda ejemplos prácticos en el aula para ayudar a entender los temas	13	17	32	181	321	564	4,38
Formación académica de los docentes	15	17	58	171	303	564	4,29
Experiencia laboral del docente en empresas e instituciones	19	14	48	174	309	564	4,31
Docentes dedicados a la investigación sobre empresa, emprendimiento y mercado	11	17	38	184	314	564	4,37
Exigencia que deben tener los docentes para con los estudiantes	16	18	51	213	266	564	4,23
La confianza que dan los docentes	11	13	49	153	338	564	4,41
Las clases sean dinámicas	12	9	33	149	361	564	4,49

Fuente: Investigación de campo

Figura 23
Evaluación docente



Fuente: Investigación de campo

Se observa que los estudiantes optan por tener docentes que hagan las clases dinámicas con una puntuación de 4,49 puntos; les den confianza con un promedio de 4,41 puntos y que brinde ejemplos prácticos en el aula para ayudar a entender los temas en análisis con 4,38 puntos.

Los estudiantes requieren clases más dinámicas, pues es la experiencia que perciben en torno a la acción educativa, pues un buen proceso de enseñanza aprendizaje se sustenta en las estrategias usadas para crear un vínculo de confianza estable y la manera en cómo los docentes pueden influenciar en sus alumnos de manera positiva mediante el ejemplo de los temas en análisis.

7. Discusión

El trabajo de investigación ha permitido corroborar lo expuesto por Hernández y Arano, (2015) cuando mencionan que es importante desarrollar la cultura emprendedora en los estudiantes universitarios con la intención de despertar en ellos una visión empresarial que les brinde herramientas para la toma de decisión ante el deseo de abrir una empresa que no esté destinada a cerrar dentro del primer año, esto nos da una perspectiva de la necesidad de la sociedad de tener personas preparadas para crear negocios firmes y estables que en pocas palabras dinamicen la economía dentro del país.

La cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresa está medida por sus características sociodemográficas, por los factores asociados al desarrollo de la cultura emprendedora como su perfil emprendedor y sus habilidades emprendedoras, y por los factores que inciden de manera directa en el desarrollo del emprendimiento como su entorno emprendedor y su intención emprendedora.

Objetivo 1: Identificar las características sociodemográficas de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas:

Tabla 28

Características sociodemográficas de los estudiantes CAE

Ciclo	Variable	Frecuencia	Porcentaje
	1	61	10,82%
	2	60	10,64%
	3	58	10,28%
	4	60	10,64%
	5	83	14,72%
	6	71	12,59%
	7	67	11,88%
	8	45	7,98%
	9	2	0,35%
	10	57	10,11%
		564	100,00%
Género	Femenino	306	54,26%
	Masculino	257	45,57%
	Otro	1	0,18%
Edad	Rango	Frecuencia	Porcentaje
	17-21 años	308	54,61%
	22-26 años	229	40,60%
	27-31 años	23	4,08%
	32-36 años	3	0,53%
	37-39 años	1	0,18%

		564	100,00%
	Min	17	
	Max	39	
	Promedio	21	
Nacionalidad			
	Ecuador	554	98,23%
	España	9	1,60%
	Perú	1	0,18%
Sector			
	Urbano	457	81,03%
	Rural	107	18,97%
Ingresos			
	Inferiores a un salario básico (\$425,00)	171	30,32%
	Superiores a un salario básico	60	10,64%
	Superiores a dos salarios básicos	6	1,06%
	No trabaja	327	57,98%
Total		564	100%

Fuentes: Investigación de campo

Dentro de la Carrera de Administración de Empresas hay un total de 564 estudiantes, de los cuales el 54,26% se identifican con el género femenino, 45,57% con género masculino y un 0,18% con otro; además con edades que varían entre los 17 y 39 años, con un mínimo de edad de 17 años, un máximo de 39 años y un promedio de edad de 21 años; con estudiantes provenientes de tres países, encabezados por Ecuador con el 98,23% de sus estudiantes, España con 1,60% y Perú con 0,18%; de estos el 81,03% del total de estudiantes provienen del sector urbano y 18,97% del sector rural; y con un nivel de ingresos en su mayoría escasos.

***Objetivo 2:** Determinar los factores asociados al desarrollo de la cultura emprendedora como el perfil y habilidades emprendedoras:*

De acuerdo a lo que establece el test del emprendedor y el test de habilidades emprendedoras, los estudiantes en su mayoría sin duda disponen de un gran potencial y perfil emprendedor (Tabla 6 - 7), así mismo poseen algunas habilidades características de un emprendedor (Tabla 8 - 9), lo que se constata con lo expuesto en la investigación de las habilidades emprendedoras en la ciudad de Loja, realizado por Toapanta et al., (2022) y representado en la tabla 29 donde la mayoría de los emprendedores encuestados reflejan gran potencial y el perfil que disponen se asemeja bastante al del emprendedor, proponiendo la búsqueda constante de información y auto capacitación a nuevos emprendedores en temas motivacionales, personales, intelectuales y generales; y el compromiso a largo plazo entre entes gubernamentales, sector privado, universidades, colegios y la ciudadanía para el

desarrollo productivo y la formación personal, la capacidad y actitud para identificar y explotar oportunidades de negocio.

Tabla 29
Comparación test emprendedor estudiantes CAE y emprendimientos lojanos.

Nro	Calificación	Estudiantes CAE		Emprendimientos de la ciudad de Loja	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
3	Más de 60 puntos	330	58,51%	228	64,37%
2	De 30 a 59 puntos	232	41,13%	81	22,87%
1	Menos de 30 puntos	2	0,35%	45	12,75%
TOTAL		564	100%	354	100%

Fuente: Evaluación de habilidades emprendedoras y su aporte al desarrollo económico en la ciudad de Loja

En base a la calificación de la tabla 6 y comparando los resultados de los estudiantes CAE y de los emprendedores lojanos se puede observar que en ambos casos en su mayoría tienden a tener una puntuación superior a los 60 puntos, dando como resultado un buen perfil emprendedor, apoyando la idea de (Zambrano y Ordeñana, 2020) donde Ecuador solo se encuentra por debajo de Chile en la región en cuanto a tasa de emprendimientos, esto justifica por qué en ambos casos se observa que poseen un buen perfil emprendedor.

Objetivo 3: *Analizar de los factores que inciden de manera directa en el desarrollo del emprendimiento como el entorno y la intención emprendedora:*

El emprendimiento se encuentra en el círculo cercano de la mayoría de los estudiantes, pues casi todos poseen un familiar o un amigo cercano con emprendimientos (Tabla 11), mismos que pueden alentar a los estudiantes a emprender en un futuro, como menciona (Rodríguez y Chávez, 2015) “En muchos lugares un emprendedor es promovido como un líder y como una fuerza positiva debido a la sociedad”, es por eso que entre las principales objetivo de los estudiantes a futuro encontramos emprender (Tabla 13).

Sin embargo, a pesar de que uno de los principales objetivos de los estudiantes al culminar sus estudios es emprender, en base al total de estudiantes que hay dentro de la carrera este porcentaje es minoritario, lo nos da una visión de la baja intención emprendedora de los mismos.

En caso de que los estudiantes opten por emprender, expresan que la principal motivación que tendrían para hacerlo es marcar una diferencia en el mundo (Tabla 16), lo que refuta del estudio GEM (2020), que menciona que la principal motivación que tuvieron los

emprendedores ecuatorianos para emprender es la escasez de empleo, dicha disparidad entre estos estudios se puede deber a que los estudiantes están en proceso de formación y aún no han experimentado el salir titulados al mundo laboral.

La línea de negocio más aceptada por los estudiantes para emprender es la comercialización (Tabla 17), pues requiere menos esfuerzo de inversión, relacionando esto con el dinero como principal obstáculo que consideran los estudiantes para emprender (Tabla 19), es aquí donde la carrera debe centrar sus esfuerzos en informar y enseñar a los estudiantes formas de financiamiento y manejo de recursos, pues como afirma (Tabares, 2016) existen programas de apoyo al emprendimiento por parte del Estado, que son regulados y controlados por el gobierno, donde se destina recursos financieros a una baja tasa de interés.

Así mismo se determinó que para los estudiantes la principal motivación para emprender se engloba en el desarrollo personal y reconocimiento (Tabla 18), lo que se confirma con lo mencionado por Zambrano y Ordeñana, (2020) que señalan que la sociedad les da a los emprendedores un alto nivel de estatus y reconocimiento, sin embargo, luego de la pandemia el comportamiento en general de los emprendedores cambio, es por este motivo que hoy en día se asume lo hacen principalmente por necesidad y escasez de empleo.

Objetivo 4: *Proponer estrategias que aporten significativamente a la mejora de la cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja:*

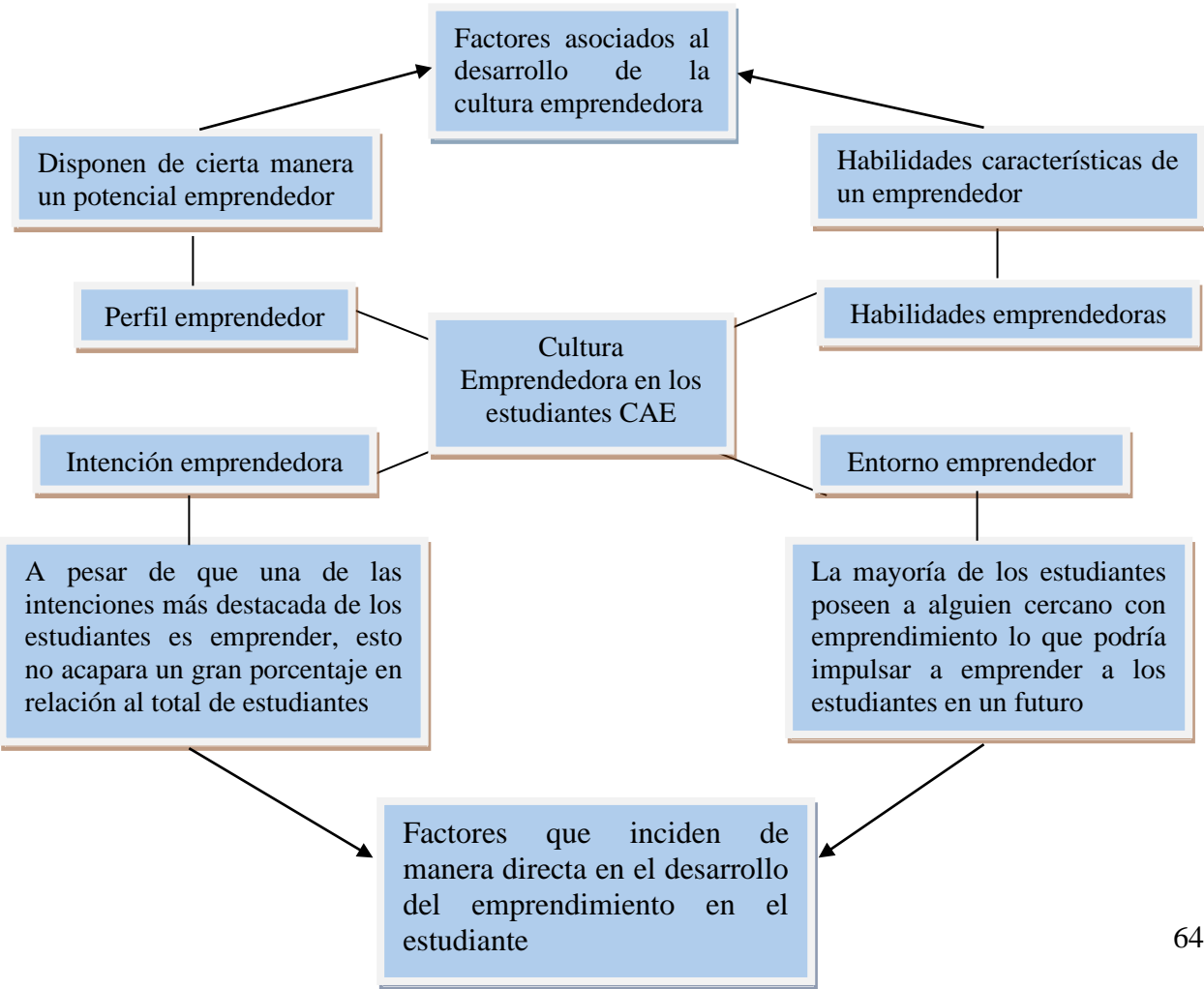
Dentro de la carrera no se han construido tejidos sólidos de confianza que permitan procesos de aprendizaje íntegros (Tabla 20), pues para construir escenarios pedagógicos dinámicos según (Mejía y Urrea, 2015) es necesario “desarrollar actividades que favorezcan la convivencia, potenciando dinámicas en torno al respeto y el reconocimiento”, pues se debe desarrollar la creatividad y la confianza propia, impulsar la innovación, condiciones de liderazgo y el éxito constante.

Se muestra la necesidad de vincular a los estudiantes con un mundo laboral donde adquieran experiencias que los lleve a integrarse al mundo emprendedor (Tabla 22), pues Borrayo et al., (2019) expresa que si no hay una escuela que prepare y motive a los alumnos para el emprendimiento, ni tampoco existe una experiencia familiar en esta materia, que le sirva de apoyo económico y sustento experiencial al emprendedor, ni existe un ecosistema emprendedor que facilite el tránsito de la escuela a la empresa, entonces el resultado que se puede esperar es muy pobre en materia de emprendimiento.

El interactuar con estudiantes de distintas carreras es necesario para el cruce y complementación de ideas que podrían convertirse en ideas de negocio rentables (Tabla 23), pues como menciona (González, 2018) “crear espacios colaborativos donde interactúen trabajadores individuales, emprendedores, profesionales autónomos y estudiantes ayuda a aumentar la oferta de productos y servicios destacados por su valor agregado enfatizando en sus bajos costos, flexibilidad de tiempos, comodidad, y sobre todo cooperación”

Inculcar a los estudiantes al emprendimiento desde la práctica puede desencadenar en el aumento de su intención emprendedora (Tabla 25), Camacho, (2007) menciona que es importante que la academia esté conectada tanto con las empresas como con el entorno regional. En ese sentido y, dadas las condiciones actuales de la globalización, se debe promover en los estudiantes el aprendizaje y la práctica del emprendimiento como una actitud que les permita generar una capacidad creativa sobre el entorno, actuando, así como empresarios innovadores, capaces de asumir riesgos, dar solución a problemas, ser productores de empleo y de riqueza.

Figura 24
Cultura emprendedora en los estudiantes CAE



7.1. Propuesta

En base a los puntos débiles que se identificaron mediante la recolección y análisis de la información se propone a la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, las siguientes estrategias:

La Carrera de Administración de Empresas debe trabajar en programas que permitan mejorar las habilidades emprendedoras de los estudiantes como: la baja tolerancia al fracaso, la negociación y la poca competitividad, además fortalecer el vínculo de confianza que debe existir entre alumno-docente.

Integrar temas que ayuden a educar a los estudiantes en cuanto a formas de financiamiento y manejo de recursos para emprender.

Mediante compromisos y acuerdos con empresas locales desarrollar programas en los cuales se creen nexos con el mundo laboral emprendedor.

Ejecutar cursos de interacción con estudiantes de distintas carreras con el fin de crear vínculos que podrían llevar a la formación de emprendimientos mediante la complementación de conocimientos.

Orientar a los estudiantes al emprendimiento desde los primeros ciclos mediante la experiencia de los docentes y el análisis y estudio de las asignaturas que aportan a la formación emprendedora.

Ejercer la practica como apoyo a la teoría dentro de la malla curricular, permitiendo a los estudiantes conocer más empresas que han surgido como pequeños emprendimientos donde se comparta las experiencias de emprendedores de éxito para su motivación y formación como futuros emprendedores.

Contar con más docentes preparados en áreas de emprendimiento e innovación, que estén actualizados en conocimientos y avances tecnológicos, y que presenten temas de manera dinámica generando el interés en los estudiantes, donde se brinde ejemplos prácticos y se ofrezca la confianza de poder resolver sus dudas.

Proponemos la implementación de programas de becas de emprendimiento para ayudar a los estudiantes a convertir sus ideas en empresas reales, donde se ofrezca un acompañamiento integral de asesoría en cada una de las etapas del desarrollo de las ideas de negocio y puesta en marcha, y mediante la ejecución de eventos para promover el intercambio de ideas y colaboración entre los estudiantes y los líderes emprendedores.

8. Conclusiones

En base al análisis e interpretación de los resultados que se mostraron anteriormente se puede concluir:

La cultura emprendedora es una forma de pensamiento que fomenta la innovación y el emprendimiento. Esta cultura emprendedora ha tomado un papel cada vez más importante en los últimos años, especialmente entre los estudiantes universitarios.

Los estudiantes universitarios poseen un buen perfil y habilidades emprendedoras mismas que les ayudan a comprender cómo funciona el mundo de los negocios, identificar oportunidades de negocio, desarrollar planes, gestionar recursos financieros, de marketing y evaluar riesgos.

La mayoría de los estudiantes se han desarrollado dentro de un círculo emprendedor, pues casi todos poseen uno o varios familiares o amigos en su entorno que tiene su emprendimiento propio, esto nos lleva a concluir que de cierta manera se podría inculcar en ellos un interés por emprender.

El nivel de intención emprendedora de los estudiantes es bajo pues los estudiantes que poseen la intención de emprender una vez culminados sus estudios universitarios son relativamente bajos en comparación con el total de estudiantes de la carrera.

Los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas poseen una cultura emprendedora establecida pero no fuerte, pues poseen un perfil emprendedor y habilidades características de un emprendedor que son necesarias fortalecer.

La cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios es una tendencia creciente. Los estudiantes deben tener la oportunidad de desarrollar habilidades emprendedoras a través de programas de aprendizaje, programas de becas y eventos sobre emprendimiento. Estas oportunidades les ayudan a convertirse en emprendedores exitosos.

9. Recomendaciones

En relación a los resultados y conclusiones de la presente investigación, se recomienda:

Buscar constantes alternativas de integración de los estudiantes a un entorno emprendedor laboral mediante compromisos y acuerdos con empresas locales en los que se desarrolle programas en los cuales se creen nexos con el mundo emprendedor, como espacios adecuados de prácticas preprofesionales que les permita adquirir conocimientos puntuales y sembrar en ellos una cultura de emprendimiento sólida.

Ofrecer programas de becas de emprendimiento: Muchas universidades ofrecen programas de becas de emprendimiento para ayudar a los estudiantes a desarrollar sus ideas emprendedoras y convertirlas en empresas reales. Estos programas proporcionan recursos, apoyo y consejos a los estudiantes para que puedan lanzar sus empresas con éxito.

Establecer un programa de mentoría: Los estudiantes universitarios necesitan orientación para alcanzar sus objetivos emprendedores. Establecer un programa de mentoría es una excelente forma de proporcionarles consejos y apoyo para que puedan desarrollar sus ideas emprendedoras.

Promover el intercambio de ideas: La innovación y el emprendimiento son procesos creativos. Organizar eventos y conferencias dinámicas sobre emprendimiento es una excelente forma de promover el intercambio de ideas entre los estudiantes y los líderes emprendedores.

Ofrecer cursos de emprendimiento: Los cursos de emprendimiento ayudan a los estudiantes a desarrollar habilidades emprendedoras como la identificación de oportunidades de negocio, el desarrollo de un plan de negocios, la gestión de recursos financieros, el marketing y la evaluación de riesgos. Estas habilidades les ayudan a comprender cómo funciona el mundo de los negocios.

Se espera que esta investigación sirva de referente para futuras investigaciones respecto a temas similares y como apoyo para la Carrera de Administración de Empresas para tomar medidas que ayuden a fortalecer la cultura emprendedora de sus estudiantes.

10. Bibliografía

- Alcaraz, R. (2011). *Emprendedor de Éxito*. Monterey. Mexico. MacGraw Hill.
- Amaru, A. (2008). *Administración para emprendedores*. Juárez. México. Pearson Educación.
- Borrayo, C. Valdez, A. Delgado, B. (2019). *Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara*, México. Redalyc. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/280/28060161005/28060161005.pdf>
- Briones, J. (2016). Cultura empresarial en estudiantes universitarios. *Recuperado de: https://www. researchgate.net/publication/311949011_CULTURA_EMPRESARIAL_EN_ESTUDIANTES_UNIVERSITARIOS*.
- Camacho Corredor, D. Y. (2007). Hacia un modelo de Emprendimiento Universitario. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 275 - 292.
- Dorf, B. Blank S. (2012). El Manual del Emprendedor. Recuperado de: https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/ebooks/El%20manual%20del%20emprendedor%20La%20guia%20paso%20a%20paso%20para%20crear%20una%20gran%20empresa.pdf
- Fayolle, Alain, *Entrepreneurship research in Europe, outcomes and perspectives*, Estados Unidos, Edward Publishing, Inc., 2005.
- González, J., Briones, S., & Barzola, J. (2018). nuevos emprendedores. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (marzo).
- González-García, G., Becerril Carbajal, M. L., & Fonseca Munguía, A. (2018). El engagement como factor de formación y desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 9(17), 103-118.
- Hernandez, C. Arano, R. (2015). *El desarrollo de la cultura emprendedora en los estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la vision emprendedora. Ciencia Administrativa*. Recuperado de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/10/04CA201501.pdf>
- Herruzo, E. Hernandez, B. Cardella, G. Sanches, J. (2019). *Emprendimiento e innovación: oportunidades para todos*. Madrid. España. DYKINSO. S. L.

- Hidalgo, L. (2015). *La cultura del emprendimiento y su formación Estudios del Desarrollo Social*. Redalyc. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/5523/552357189003.pdf>
- Juárez, Y. (2019). *Cultura Emprendedora en Estudiantes Universitarios*. Revista Teoría Educativa. Recuperado de: [https://www.ecorfan.org/republicofperu/research_journals/Revista_de_Teoria Educativa/vol3num8/Revista_de_Teor%C3%ADa_Educativa_V3_N8_4.pdf](https://www.ecorfan.org/republicofperu/research_journals/Revista_de_Teoria_Educativa/vol3num8/Revista_de_Teor%C3%ADa_Educativa_V3_N8_4.pdf)
- Mantis, H. & Masahiko, I. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. BID.
- Mejía Bustamante, C., & Urrea Henao, A. L. (2015). La confianza en el aula como eje transformador del mundo escolar. *Sophia*, 11(2), 223-236.
- Olmos, R. E., Sánchez, R. F. G., & Vera, E. A. (2012). Desarrollo de competencias emprendedoras: Un análisis explicativo con estudiantes universitarios. *Cuadernos de estudios empresariales*, 22, 29.
- Osorio, F. F., & Roldan, J. C. L. (2015). Entrepreneurial intention in middle and high school students: Using the exposure effect to extend the theory of planned behaviour/INTENCION EMPRENDEDORA DE ESTUDIANTES DE EDUCACION MEDIA: EXTENDIENDO LA TEORIA DE COMPORTAMIENTO PLANIFICADO MEDIANTE EL EFECTO EXPOSICION/Intencao empreendedora de estudantes de educacao media: estendendo a teoria de comportamento planejado mediante o efeito exposicao. *Revista Cuadernos de Administración*, 28(51), 103-132.
- Rodríguez, C. H., & Chávez, R. M. A. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Ciencia Administrativa*, (1), 28-37.
- Timmons, Jeffrey (1989) es autor de “The Entrepreneurial Mind”; y profesor de enfoque empresarial de Babson College y de la Escuela de Negocios de Harvard.
- Toapanta-Mendoza, E. O., González-Carrión, E. L., Cueva-Cueva, D. F., & González-Aguilera, D. A. (2022). Evaluación de habilidades emprendedoras y su aporte al desarrollo económico en la ciudad de Loja. *Polo del Conocimiento*, 7(6), 981-1001.
- Valls, J. Cruz, C. Torruella, A. Juanes, E. Hormiga E. (2012). *Causa de Fracasos en los Emprendimientos*. España. Netbiblo. S. L.

Vinces, A. (2018). Cultura empresarial en estudiantes universitarios. *Recuperado de:*
*[https://www. researchgate. net/publication/338988245_ARTICULO_CULTURA
_EMPRESARIAL_EN_ESTUDIANTES_UNIVERSITARIOS](https://www.researchgate.net/publication/338988245_ARTICULO_CULTURA_EMPRESARIAL_EN_ESTUDIANTES_UNIVERSITARIOS)*.

Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). Global Entrepreneurship Monitor. *ESPAE Escuela
de Negocios de la ESPOL Ecuador*.

11. Anexos

Anexo 1

Encuesta aplicada

**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PROYECTO DE TITULACIÓN**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

Con la finalidad obtener información que nos permita conocer la cultura emprendedora en los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, identificando las capacidades, habilidades y más características que definen a un buen emprendedor. Le solicito su colaboración para llenar la siguiente encuesta, la misma que requiere de su compromiso en la entrega de información veraz y objetiva. Gracias

Consideraciones antes de completar el cuestionario

- Lea detenidamente cada pregunta
- Sea lo más sincero posible

Ciclo: Paralelo: Edad:
 Provincia de nacimiento: Ciudad de nacimiento:
 Nombres y Apellidos:
 Correo electrónico:

Genero:

- Masculino
- Femenino
- Otro

Ingresos Mensuales:

- Inferiores a un salario básico (\$425,00)
- Superior a un salario básico
- Superior a dos salarios básicos
- No trabaja

Variable: Factores Motivacionales

TEST EMPRENDEDOR				
Responder mediante las siguientes categorías:				
1. No	2. Alguna vez	3. A menudo	4. En total de acuerdo	
Deberá contestar con la mayor sinceridad para que los resultados correspondan a su realidad y pueda obtener conclusiones válidas. Escoga una sola respuesta por pregunta.				
Interrogante	1	2	3	4
1. ¿Te consideras una persona adaptable a los cambios?				
2. ¿Tienes confianza en tus posibilidades y capacidades?				
3. ¿Es importante para ti disponer de autonomía en el trabajo?				
4. ¿Tienes facilidad de comunicación?				
5. ¿Te consideras creativo?				
6. ¿Afrontas los problemas con optimismo?				
7. ¿Tomas la iniciativa ante situaciones complejas nuevas?				
8. ¿Tienes predisposición para asumir riesgos?				
9. ¿Tomas notas escritas sobre tus proyectos?				
10. ¿Arriesgarías recursos propios si pusieras en marcha un proyecto empresarial?				
11. ¿Te resultaría fácil asignar tareas a los demás?				
12. ¿Sabes trabajar en equipo?				
13. ¿Sabes administrar tus recursos económicos?				
14. ¿Tienes facilidad para negociar con éxito?				
15. ¿Planificas de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto?				
16. ¿Te planteas los temas con visión de futuro?				
17. ¿Cumples los plazos que te fijas para realizar un trabajo?				
18. ¿Sientes motivación por conseguir objetivos?				

Habilidades emprendedoras					
Coloque una equis en cada una de las peticiones.					
1. Nada	2. Poco	3. Neutro	4. Mucho	5. Demasiado	
Deberá contestar con la mayor sinceridad para que los resultados correspondan a su realidad y pueda obtener conclusiones válidas.					
HABILIDADES SOCIALES					
Interrogante	1	2	3	4	5
1. ¿Qué tan importante es para ti la autonomía y la independencia?					
2. ¿Qué tan competente crees que eres?					
3. ¿Qué tan bueno crees que eres motivando a los que te rodean?					
4. ¿Qué tan bien te adaptas a nuevas circunstancias?					
5. ¿Tienes iniciativa?					
6. ¿Qué tan fuerte al fracaso te consideras?					
7. ¿Qué tanto te comprometes con lo que se propone?					
8. ¿Qué tan importante es para ti defender tus ideas ante los demás?					
9. ¿En qué grado sientes sensibilidad por las necesidades del resto?					
HABILIDADES DE DIRECCIÓN					
1. ¿Qué tan bueno crees que eres tomando decisiones?					
2. ¿En qué grado te gusta asumir responsabilidades?					
3. ¿En qué grado considera su capacidad de persuasión?					
4. ¿Te consideras una persona con capacidad de organización?					
5. ¿En qué grado le gusta optimizar recursos?					
6. ¿En qué grado planificas lo que te propones?					
7. ¿Qué tan bueno eres para negociar?					

¿Cuenta usted con oportunidades de formar redes o vínculos motivacionales dentro de sus actividades diarias que le permitan fomentar la iniciativa emprendedora?

5. Siempre	4. Casi Siempre	3. A Veces	2. Rara vez	1. Nunca
------------	-----------------	------------	-------------	----------

¿Cree usted que emprender representa obtener un beneficio económico?

5. Totalmente de acuerdo	4. De acuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2. En desacuerdo	1. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	-----------------------------------	------------------	-----------------------------

¿Cree usted que el recibir estímulos o recompensas ayudan a mejorar la motivación para asumir una actitud emprendedora?

5. Siempre	4. Casi Siempre	3. A Veces	2. Rara vez	1. Nunca
------------	-----------------	------------	-------------	----------

¿De los siguientes aspectos, cuál cree usted que es el factor motivacional más importante para convertirse en emprendedor? Califique el grado de importancia.

Aspectos	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
Mejorar status social					
Perder status social					
Necesidad económica					
Falta de empleo					
Desarrollo personal y el reconocimiento					

INTENCIÓN EMPRENDEDORA

En el caso que decidas emprender una vez culminados tus estudios. ¿En cuál o cuáles de estos tipos de negocios te gustaría emprender?

- Empresas de Comercialización (vestimenta, víveres, productos agrícolas, venta de artículos, etc.)
- Empresas de Servicios (limpieza, asesorías, etc.)
- Empresas de Producción (alimentos, construcción, etc.)
- Empresas de Turismo (agencias de viajes, hoteles, restaurantes, cafetería, etc.)
- Otras Empresas, ¿cuáles?

Observando tu círculo cercano, selecciona a quienes tengan un emprendimiento o negocio:

- Padres con negocio
- Tíos con negocio
- Hermanos con negocio
- Primos con negocio
- Abuelos con negocio
- Amigo cercano con negocio
- Ninguno (no tengo conocidos con negocio)

Indique sus motivaciones personales para estudiar la Carrera de Administración de Empresas. (puede seleccionar varias)

- Necesidad de logro (alcanzar una meta u objetivo personal)
- Obtener un título universitario
- Obligación por parte de los padres
- No tuvo otra carrera que escoger
- Tradición familiar (Todos en la familia han obtenido un título universitario)
- Conseguir un buen trabajo
- Estar mejor preparado para enfrentar la demanda del mercado laboral
- Poder crear un negocio
- Salir del país mejor preparado
- Otro, ¿cuál?

De las siguientes alternativas; escoja, la o las opciones que considera definen al emprendimiento

- Vender algo innovador
- Mejorar un negocio
- Vender algo que ya existe en el mercado
- Crear un negocio
- Ideas nuevas
- Poner en práctica una idea de negocio previamente analizada
- Crear empleo para otras personas
- Asumir riesgos
- Ser independiente profesionalmente
- Sobrellevar una empresa o negocio
- Crear valor
- Diferenciar un producto de elementos similares
- Resolver uno o varios problemas
- Otra, ¿cuál?

En el caso de que decida emprender una vez culminados sus estudios. ¿Indica las razones que le motivarían a realizarlo?

- Marcar una diferencia en el mundo
- Acumular riqueza/ Incrementar los ingresos personales
- Continuar una tradición familiar
- Garantizar la vida por el empleo escaso
-

¿Cuáles considera tú, que serían tus obstáculos al momento de emprender?

- Dinero
- Miedo
- Falta de apoyo y asesoría profesional
- Falta de tiempo
- Pereza
- Falta de conocimientos
- Ninguno (no tiene obstáculos)
- Otro, ¿cuál?:

Al culminar los estudios todos nos esforzamos por cumplir un sueño, en su caso, ¿cuál sería?

- Estudiar una maestría
- Conseguir un trabajo estable
- Empezar
- Trabajar en un negocio familiar
- Estudiar otra carrera
- Trabajar temporalmente
- No hacer nada
- Otra, ¿cuál?:

Califica las siguientes premisas en una escala del 1 al 5

Coloque una X en cada una de las premisas, siendo:								
1. No es importante	2. Poco importante	3. Neutral	4. Importante	5. Muy importante				
Deberá contestar con la mayor sinceridad para que los resultados correspondan a su realidad y pueda obtener conclusiones válidas.								
Interrogante				1	2	3	4	5
¿Qué importancia tiene el cumplimiento de tus sueños personales?								
¿Qué importancia tiene el ver personas con sus propios emprendimientos?								
¿Qué importancia tiene ser dueño de tu propia empresa y no empleado dependiente de otra?								
¿En qué nivel consideras que tener una empresa propia genera poder, respeto y un estatus social alto?								

Coloque una X en cada una de las premisas, siendo:								
1. Totalmente en desacuerdo	2. Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De Acuerdo	5. Totalmente de acuerdo				
Deberá contestar con la mayor sinceridad para que los resultados correspondan a su realidad y pueda obtener conclusiones válidas.								
Interrogante				1	2	3	4	5
¿Crees que la iniciativa personal es sinónimo de emprender?								
¿Crees que la capacidad de decisión de una persona es determinante al momento de emprender?								
¿Crees que al momento de generar una idea emprendedora influye la opinión de amigos y familiares?								
¿Crees que detectar nuevas oportunidades de aprendizaje personal permite asumir los riesgos como emprendedor?								

De los siguientes enunciados, califique el grado de actitud frente al riesgo. Coloque una X en cada una de las premisas, siendo:								
1. Totalmente en desacuerdo	2. Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De Acuerdo	5. Totalmente de acuerdo				
Deberá contestar con la mayor sinceridad para que los resultados correspondan a su realidad y pueda obtener conclusiones válidas.								
Interrogante				1	2	3	4	5
Me gusta correr riesgos, aunque pueda fallar								
Elijo la opción más segura, aunque las recompensas sean más limitadas								
Para obtener mayores recompensas, estoy dispuesto a asumir mayores riesgos								
Busco nuevas experiencias, aunque sus resultados sean arriesgadas								

¿Crees que para emprender los valores personales de los estudiantes universitarios son más distintivos de aquellas personas que no poseen formación de tercer nivel?

1. SI	2. NO
-------	-------

de los siguientes valores personales aunque el grado de importancia que tienen para ti.

VALORES	Nada	Poco	Algo	Mucho	Bastante
	1	2	3	4	5
a) Ambición					
b) Curiosidad					
c) Firmeza					
d) Liderazgo					
e) Soñador					
f) Confianza					
g) Honestidad					

Variable: Formación Profesional

¿Crees es necesario poseer un título de tercer nivel para emprender?

1. SI	2. NO

Si ha indicado NO, ¿por qué? Elija una de las opciones.

1	Porque el emprendimiento no se enseña.	
2	Porque solo se necesita una buena idea para emprender.	
3	Porque la formación disponible actualmente en el mercado no es de mucha ayuda.	
4	Porque solo se necesita una buena experiencia laboral. El resto se aprende haciendo.	
5	Porque se necesita esencialmente ayuda económica	
6	Porque se necesita estar motivado y tener voluntad	
7	Otro Especifique:	

¿Crees que los programas universitarios inspiran a los estudiantes para verse a sí mismos como poseedores de la capacidad emprendedora?

1. SI	2. NO

¿Si las universidades desarrollasen programas en los cuales se creen nexos con el mundo laboral, crees que desarrollarías un espíritu emprendedor?

1. SI	2. NO

¿Crees que el poder trabajar o participar en cursos en donde se interactúe con estudiantes de distintas carreras, permitirá generar habilidades que logren aumentar las posibilidades de ser un emprendedor?

1. SI	2. NO

Variable: Factores institucionales

Análisis de la malla

En una escala del 1 al 5, califique la importancia de las siguientes alternativas y el aporte al fortalecimiento de la cultura emprendedora siendo 1 (No es importante) y 5 (Muy Importante). Marca con una X

Alternativa	1	2	3	4	5
Asignaturas que aportan a la formación emprendedora					

Como estudiante defina la importancia que tienen las siguientes alternativas para que la carrera mejore la cultura emprendedora en los estudiantes. Califica en una escala del 1 al 5, siendo 1 (Nada Importante) y 5 (Muy Importante). Marque con una X.

Alternativa	1	2	3	4	5
Ejercer más práctica en lugar de teoría					
Crear emprendimientos					
Motivar mediante los pequeños emprendimientos de la carrera					
Brindar asesorías permanentes					
Conocer empresas que sirvieran como pequeños emprendimientos					
Impartir charlas sobre emprendimiento					
Compartir experiencias de emprendedores de éxito					
Participar del coworking con más regularidad					
Premiar a los mejores emprendimientos de la carrera					
Tener docentes preparados en área de emprendimiento e innovación					
Hacer ferias de emprendimiento consecutivas					
Colaborar con organizaciones y redes de emprendimiento					
Conocer nuevas metodologías para enseñar					
Desarrollar la creatividad en los estudiantes					
Tener docentes actualizados en conocimientos y avances tecnológicos					
Que se exija al estudiante y se valore sus verdaderas capacidades					
Aplazar la tecnología en el desarrollo de las clases					
Presentar temas nuevos y de interés para mejorar la enseñanza/aprendizaje					
Aplazar proyectos de titulación en el entorno empresarial					

Cuando requiere de información para iniciar un emprendimiento, asesorarse, o averiguar sobre algún tema de emprendimiento, indique ¿Cuál es la razón por la que no busca el apoyo de sus docentes?

- Temor
- Vergüenza
- Pereza
- Los docentes no saben
- Los docentes no motivan
- Los docentes no le dan confianza para hablar
- Si busca apoyo
- No lo necesita
- Otro, ¿Cuál?

¿Con qué frecuencia recibes incentivo de los docentes para desarrollar habilidades de liderazgo?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

En una escala del 1 al 5, califica las siguientes alternativas siendo 1 (No es Importante) y 5 (Muy Importante). Marque con una X

Alternativa	1	2	3	4	5
Que tan importantes es para ti la experiencia obtenida por un docente en la creación de empresas propias					
Que tan importantes es para ti un docente que brinda ejemplos prácticos en el aula para ayudar a entender los temas en análisis					
Que tan importantes es para ti la formación académica de los docentes					
Que tan importantes es para ti la experiencia laboral del docente en empresas e instituciones					
Que tan importantes es para ti tener docentes dedicados a la investigación sobre empresa, emprendimiento y					

En una escala del 1 al 5, siendo 1 (No Aportan Nada) y 5 (Aportan Mucho) como las siguientes asignaturas aportan a generar nuevas experiencias o expectativas para comprender

Asignatura	1	2	3	4	5
Asignaturas de apoyo (Expresión oral y escrita, Género y ética, Metodología de la investigación, Sociología, Técnicas de estudio, Estudio de mercado, Responsabilidad social empresarial)					
Asignaturas relacionadas al derecho (Realidad nacional, Derecho empresarial, Legislación y práctica tributaria)					
Asignaturas relacionadas a las finanzas (Contabilidad general, Contabilidad de costos, Evaluación financiera, Gestión financiera)					
Asignaturas empresariales (Estructura y organización empresarial, Emprendimiento e innovación empresarial, Emprendimiento, Gestión empresarial, Simulación empresarial, Proyectos de inversión, Comercio exterior, Sistemas de información, Marketing)					
Asignaturas de fundamentación teórica (Administración I, Administración II, Planeación estratégica)					
Asignaturas de análisis de datos (Estadística descriptiva, Estadística inferencial, Matemática financiera, Microeconomía, Macroeconomía, Matemática)					
Asignaturas para la producción (Administración de la producción, Gestión de la calidad, Investigación de operaciones, Logística y cadena de suministros)					
Asignaturas de control (Auditoría administrativa)					
Asignaturas de Talento humano (Comportamiento organizacional, Gestión del talento humano, Seguridad y salud ocupacional)					

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo 2

Base de datos Excel

Ciclo	Jornada	Para	Edad	Estado	Provincia de N	Ciudad de Nacimiento	Nombres y Apellidos	Correo electrónico	Genero	Ingresos	Responde	Respon	Respon	Respon	Respo	Respo
1	Matutino	A	18	Ecuador	El Oro	PORTOVELO	VICKY CAROLINA HDALGO JIMENEZ	vicky.hdalgo@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A menudo	4. En total 4.	En total 4.	En total 3.	3. A menudo	4. En total 4.
3	1	Matutino	A	24	Ecuador	Loja	Nataly Silvana Erreas Jimenez	nataly.erreas@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	4. En total de 4.	En total 4.	En total 4.	En total 4.	3. A menudo	4. En total 4.
4	1	Matutino	A	19	Ecuador	Loja	JHANDRY DAVID BALCAZAR GRAN	jhandry.balcazar@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	4. En total de 4.	En total 4.	En total 4.	En total 4.	3. A menudo	4. En total 4.
5	1	Matutino	A	17	Ecuador	Loja	Angélica María Jumbo Masa	angelica.jumbo@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo
6	1	Matutino	A	18	Ecuador	Loja	John Paul Valdívieso Rojas	john.p.valdivieso@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	4. En total de 4.	En total 4.	En total 4.	En total 4.	3. A menudo	4. En total 4.
7	1	Matutino	A	20	Ecuador	Zamora Chinchipe	Zumbi	Jorge Luis Maza Maza	jorge.l.maza@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo
8	1	Matutino	A	17	Ecuador	El Oro	Marcabelli	Maryuri Jimena Ramirez Acaro	maryuri.ramirez@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	2. Alguna vez	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo
9	1	Matutino	A	18	Ecuador	El Oro	Piñas	Kerly Priscila Paladines Rojas	kerly.paladines@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	2. Alguna vez	2. Alguna vez	2. Alguna vez	2. Alguna vez	2. Alguna vez
10	1	Matutino	A	19	Ecuador	Loja	Saraguro	Jerson Fabricio Puga Guislas	jerson.puga@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	3. A menudo	4. En total 2.	2. Alguna vez	1. No	2. Alguna vez
11	1	Matutino	A	17	Ecuador	Loja	QUILANGA	LLIA MARITZA CHAMBA CABRELA	llia.chamba@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	2. Alguna vez	2. Alguna vez	2. Alguna vez	2. Alguna vez	2. Alguna vez
12	1	Matutino	A	18	Ecuador	Loja	Loja	Luis Anthony Sanchez Aguilera	luis.a.sanchez@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario	2. Alguna vez	3. A menudo	1. No	2. Alguna vez	3. A menudo
13	1	Matutino	A	18	Ecuador	Loja	Loja	Lija Carlota Angamarca Angamarca	lija.angamarca@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A menudo	2. Alguna vez	4. En total 2.	2. Alguna vez	2. Alguna vez
14	1	Matutino	A	18	Ecuador	El Oro	Zaruma	Anthony Alexander Narvaez Guariz	anthony.narvaez444@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	2. Alguna vez	3. A menudo	3. A menudo	2. Alguna vez	2. Alguna vez
15	1	Matutino	A	18	Ecuador	Loja	Loja	Sonia Elizabeth Diaz Paucar	sonia.e.diaz@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A menudo	3. A menudo	4. En total 3.	3. A menudo	4. En total 3.
16	1	Matutino	A	19	Ecuador	Loja	Loja	Marco Antonio Poma Cordova	marco.a.poma@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario	4. En total de 4.	En total 4.	En total 4.	En total 4.	En total 4.
17	1	Matutino	A	18	Ecuador	Loja	Loja	Robert Bladimir Ortiz Jima	robert.ortiz@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo
18	1	Matutino	A	17	Ecuador	Loja	Cariamanga	Diana Mercedes Bayona Romero	diana.bayona@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	4. En total de 4.	En total 3.	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo
19	1	Matutino	A	17	Ecuador	Loja	MACARA	LORENA JASMIN PARDO ARMIJOS	lorena.j.pardo@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	2. Alguna vez	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo
20	1	Matutino	A	19	Ecuador	Loja	Loja	Diana Carolina Glier Chimbo	diana.glier@unl.edu.ec	Femenino	Inferiores a un salario	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	2. Alguna vez	3. A menudo
21	1	Matutino	A	18	Ecuador	Cañar	Acoygue	José Paul Salazar Ruelas	jose.p.salazar@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	3. A menudo	4. En total 2.	2. Alguna vez	1. No	2. Alguna vez
22	1	Matutino	A	18	Ecuador	Loja	Loja	Sebastián Israel Piedra Ochoa	sebastian.piedra@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	4. En total de 3.	3. A menudo	3. A menudo	2. Alguna vez	2. Alguna vez
23	1	Matutino	A	19	Ecuador	Loja	Loja	Yosmara Salome León Japón	yosmara.leon@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	4. En total de 4.	En total 4.	En total 4.	3. A menudo	3. A menudo
24	1	Matutino	A	19	Ecuador	El Oro	Arenillas	Valeria Solange Garcia Gaona	v751128@gmail.com	Femenino	Inferiores a un salario	2. Alguna vez	4. En total 3.	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo
25	1	Matutino	A	18	Ecuador	Loja	Loja	Yuber José Ahazco Loayza	yuber.ahazco@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	2. Alguna vez	3. A menudo	3. A menudo	4. En total 3.	3. A menudo
26	1	Matutino	A	18	Ecuador	Chimborazo	Riobamba	Royer Ifiguel Orma Valverde	royer.orma@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	4. En total de 3.	3. A menudo	3. A menudo	4. En total 2.	2. Alguna vez
27	1	Matutino	A	20	Ecuador	Zamora Chinchipe	Zumbi	Alex Jefferson Osuna Jimenez	alex.josuna@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	3. A menudo	4. En total 2.	2. Alguna vez	3. A menudo	3. A menudo
28	1	Matutino	A	18	Ecuador	El Oro	Marcabelli	emilia corderon	emiliacorderon03@outl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A menudo	2. Alguna vez	3. A menudo	4. En total 3.	3. A menudo
29	1	Matutino	A	18	Ecuador	Loja	Loja	Deysi del Carmen Pachca Quezada	deysi.pachca@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	4. En total 3.	3. A menudo
30	1	Matutino	A	19	Ecuador	Loja	Loja	Maria Alejandra Eguiguren Maldonado	maria.eguiguren@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A menudo	3. A menudo	4. En total 3.	3. A menudo	3. A menudo

Cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional... Herramientas de tabla

Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda Diseño de tabla ¿Qué desea hacer? Compartir

Pegar Fuente Alineación Número Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celdas Insertar Eliminar Formato Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar

DJ563 Si busca apoyo

Ciclo	Jornada	Paralelo	Edad	Estado	Provincia de N.	Ciudad de Nacimiento	Nombres y Apellidos	Correo electrónico	Genero	Ingresos	Responde	Respon	Respon	Respon	Respo	Respo
89	Matutino	A	21	Ecuador	Zamora Chinchipe	Zamora	Mariño Chaclo Remache	mariux.chaclo@unl.edu	Femenino	No trabaja	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	2. Alguna	3. A men
90	Matutino	A	19	Ecuador	Zamora Chinchipe	Zamora	Katherine Chicay	katherine.chicay@unl.edu	Femenino	No trabaja	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	4. En total	3. A men
91	Matutino	A	18	Ecuador	Loja	LOJA	MANUEL ALEJANDRO EGUGUREN E	manuel.eguguren@unl.edu	Masculino	No trabaja	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	4. En total	1. No	4. En tota
92	Matutino	A	19	Ecuador	Loja	LOJA	MABELL STEFANY GUELDELL SAR	mabell.guelde@unl.edu	Femenino	No trabaja	1. No	4. En total	2. Alguna	3. A menudo	1. No	1. No
93	Matutino	A	26	Ecuador	Loja	LOJA	DAYANNA THALIA MAURAD LEON	dayanna.maurad@unl.edu	Femenino	Inferiores a un salario	2. Alguna vez	3. A menudo	4. En total	1. No	4. En total	1. No
94	Matutino	A	24	Ecuador	Pichincha	QUITO	DEGO STALMI MEDINA GUJAJALA	dego.medina@unl.edu	Masculino	Inferiores a un salario	4. En total	3. A menudo	4. En total	2. Alguna	3. A menudo	3. A men
95	Matutino	A	19	Ecuador	Loja	LOJA	GYNNA SABINA PAUTA RAMIREZ	gynna.pauta@unl.edu	Femenino	No trabaja	3. A menudo	1. No	2. Alguna	3. A menudo	4. En total	1. No
96	Matutino	A	22	Ecuador	Zamora Chinchipe	CENTINELA DEL CONDOR	GEORLENY LETICIA ROSILLO MACA	georleny.rosillo@unl.edu	Femenino	No trabaja	4. En total	2. Alguna	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	1. No
97	Matutino	A	20	Ecuador	Loja	LOJA	JENNIFER PAMELA SARANGO SANC	jennifer.p.sarango@unl.edu	Femenino	No trabaja	2. Alguna vez	4. En total	1. No	4. En total	4. En total	3. A men
98	Vespertinc	B	19	Ecuador	Loja	Loja	Andrea Quezada	andrea.quezada@unl.edu	Femenino	No trabaja	2. Alguna vez	3. A menudo	4. En total	3. A menudo	3. A menudo	3. A men
99	Vespertinc	B	20	Ecuador	Loja	Catamayo	Willan Haro	willan.haro@unl.edu	Masculino	Inferiores a un salario	3. A menudo	4. En total	3. A menudo	2. Alguna	3. A menudo	3. A men
100	Vespertinc	B	19	Ecuador	Loja	Loja	Daniel Hurtado	daniel.hurtado@unl.edu	Masculino	No trabaja	4. En total	4. En total	4. En total	3. A menudo	4. En total	3. A men
101	Vespertinc	B	18	Ecuador	Loja	Loja	Libeth Melgar	libeth.melgar@unl.edu	Femenino	No trabaja	4. En total	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	4. En total	4. En tota
102	Vespertinc	B	18	Ecuador	Loja	Loja	Jhandry Cuenca Lavanda	jhandry.cuenca@unl.edu	Masculino	No trabaja	4. En total	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	4. En total	3. A men
103	Vespertinc	B	26	Ecuador	Guayas	GUAYAQUIL	DAYANA DEL CISNE BRICENO CALV	dayana.briceno@unl.edu	Femenino	Inferiores a un salario	2. Alguna vez	1. No	1. No	4. En total	3. A menudo	3. A men
104	Vespertinc	B	34	Ecuador	Loja	LOJA	CRISTINA JOHANNA CORONEL ARM	cristina.coronel@unl.edu	Femenino	Superiores a un salar	4. En total	4. En total	3. A menudo	3. A menudo	4. En total	2. Alguna
105	Vespertinc	B	19	Ecuador	Pichincha	QUITO	ANAGELY SARAHÍ CUENCA ROJAS	anagely.cuenca@unl.edu	Femenino	No trabaja	1. No	1. No	4. En total	2. Alguna	1. No	4. En tota
106	Vespertinc	B	22	Ecuador	Loja	LOJA	MARIA BELEN DURAZO CHUQUIGU	maria.b.durazo@unl.edu	Femenino	No trabaja	1. No	2. Alguna	4. En total	4. En total	1. No	4. En tota
107	Vespertinc	B	22	Ecuador	Loja	LOJA	ALEX DANIEL GRANDIA FLORES	alex.d.grandia@unl.edu	Masculino	No trabaja	2. Alguna vez	4. En total	4. En total	1. No	1. No	2. Alguna
108	Vespertinc	B	19	Ecuador	Loja	LOJA	BRENDA CAROLINA JARAMILLO RO	brenda.jaramillo@unl.edu	Femenino	No trabaja	3. A menudo	3. A menudo	2. Alguna	1. No	2. Alguna	1. No
109	Vespertinc	B	20	Ecuador	Loja	LOJA	MARCO VINICIO LEDESMA SALCEDO	marco.v.ledesma@unl.edu	Masculino	No trabaja	4. En total	2. Alguna	2. Alguna	2. Alguna	1. No	2. Alguna
110	Vespertinc	B	25	Ecuador	Loja	LOJA	JUAN JOSE LUDEÑA ORTIZ	juan.judena@unl.edu	Masculino	Inferiores a un salario	2. Alguna vez	1. No	4. En total	1. No	1. No	2. Alguna
111	Vespertinc	B	19	Ecuador	Loja	LOJA	DAYANA ESTEFANIA MENDEZ ORTE	dayana.mendez@unl.edu	Femenino	No trabaja	1. No	2. Alguna	4. En total	4. En total	2. Alguna	2. Alguna
112	Vespertinc	B	20	Ecuador	Loja	LOJA	GEOVANIA MADALENE MORALES	geovania.mora@unl.edu	Femenino	Superiores a un salar	3. A menudo	3. A menudo	4. En total	3. A menudo	2. Alguna	4. En tota
113	Vespertinc	B	19	Ecuador	Loja	LOJA	GARDELIA ELIZABETH MCHIQUEO	gardenia.mchiqueo@unl.edu	Femenino	No trabaja	4. En total	4. En total	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	4. En tota
114	Vespertinc	B	19	Ecuador	Loja	LOJA	LADY JULISSA MONTAÑO LAFFEBRE	lady.montano@unl.edu	Femenino	No trabaja	4. En total	3. A menudo	3. A menudo	4. En total	3. A menudo	4. En tota
115	Vespertinc	B	25	Ecuador	Loja	LOJA	DANIELA STEFANIA MORA LOZANO	daniela.mora@unl.edu	Femenino	Superiores a un salar	1. No	1. No	4. En total	2. Alguna	2. Alguna	4. En tota
116	Vespertinc	B	20	Ecuador	Loja	LOJA	DEGO MICHAEL MORALES ALVEREC	dego.mora@unl.edu	Masculino	No trabaja	1. No	4. En total	3. A menudo	1. No	4. En total	3. A men
117	Vespertinc	B	19	Ecuador	Loja	LOJA	KERLLY ROCIO NAMICELA BENITEZ	kerly.namicela@unl.edu	Femenino	No trabaja	3. A menudo	4. En total	1. No	3. A menudo	3. A menudo	4. En tota

Respuestas de formulario 1 Hoja2 Hoja22 Hoja21 Hoja5 Hoja6 Hoja7 Hoja9 Hoja10 Hoja12 Hoja18 Hoja17 Hoja16 Hoja ...

Accesibilidad: es necesario investigar

Cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional... Herramientas de tabla

Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda Diseño de tabla ¿Qué desea hacer? Compartir

Pegar Fuente Alineación Número Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celdas Insertar Eliminar Formato Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar

DJ563 Si busca apoyo

Ciclo	Jornada	Paralelo	Edad	Estado	Provincia de N.	Ciudad de Nacimiento	Nombres y Apellidos	Correo electrónico	Genero	Ingresos	Responde	Respon	Respon	Respon	Respo	Respo
166	Vespertinc	B	22	Ecuador	Loja	Loja	Pablo Andres Maurat Chamba	pablo.maurat@unl.edu	Masculino	No trabaja	3. A menudo	3. A menudo	4. En total	3. A menudo	3. A menudo	3. A men
167	Vespertinc	B	20	Ecuador	Guayas	Guayaquil	Genesis Elizabeth Hurtado Martinez	genesis.hurtado@unl.edu	Femenino	No trabaja	2. Alguna vez	3. A menudo	4. En total	3. A menudo	4. En total	2. Alguna
168	Vespertinc	B	26	Ecuador	Loja	Loja	Miguel Placencia	miguel.placencia@unl.edu	Masculino	Inferiores a un salario	4. En total	2. Alguna	4. En total	3. A menudo	2. Alguna	4. En tota
169	Vespertinc	B	19	Ecuador	El Oro	Piñas	Luis Yaguana	luis.yaguana@unl.edu	Masculino	No trabaja	4. En total	3. A menudo	4. En total	3. A menudo	2. Alguna	3. A men
170	Vespertinc	B	24	Ecuador	Pichincha	QUITO	Jean Carlos Collaguazo	jean.carlos@unl.edu	Masculino	Superiores a un salar	4. En total	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	4. En total	3. A men
171	Vespertinc	B	19	Ecuador	Loja	Loja	Maria Fernanda Guanman	maria.f.guanman@unl.edu	Femenino	No trabaja	4. En total	3. A menudo	4. En total	3. A menudo	3. A menudo	3. A men
172	Vespertinc	B	19	Ecuador	Pastaza	Puyo	Kerly Mikaela Tapuy Canelos	kerlym19@gmail.com	Femenino	No trabaja	3. A menudo	4. En total	4. En total	3. A menudo	4. En total	3. A men
173	Vespertinc	B	21	Ecuador	Loja	LOJA	CARLOS MANUEL ALVERCA JIMENE	carlos.alverca@unl.edu	Masculino	No trabaja	4. En total	4. En total	4. En total	4. En total	4. En total	3. A men
174	Vespertinc	B	19	Ecuador	Loja	GONZANAMA	JESSENA MARIA CAIÑO CANGO	jessena.cango@unl.edu	Femenino	No trabaja	1. No	2. Alguna	2. Alguna	2. Alguna	1. No	2. Alguna
175	Vespertinc	B	21	Ecuador	Zamora Chinchipe	CHINCHPE	NOEMI ROSALIA JIMENEZ ABAD	noemi.jimenez@unl.edu	Femenino	No trabaja	4. En total	2. Alguna	1. No	3. A menudo	1. No	4. En total
176	Vespertinc	B	20	Ecuador	Loja	LOJA	JHOAN DAVID JIMENEZ BARBA	joan.jimenez@unl.edu	Masculino	No trabaja	2. Alguna vez	1. No	2. Alguna	3. A menudo	1. No	2. Alguna
177	Vespertinc	B	32	Ecuador	Loja	LOJA	OSCAR LEONARDO MIRANDA MACA	oscar.miranda@unl.edu	Masculino	Superiores a un salar	3. A menudo	1. No	4. En total	3. A menudo	1. No	4. En tota
178	Vespertinc	B	19	Ecuador	Zamora Chinchipe	CENTINELA DEL CONDOR	ALISSON GISELA NAMICELA ABAD	alissan.namicela@unl.edu	Femenino	No trabaja	1. No	4. En total	2. Alguna	2. Alguna	3. A menudo	3. A men
179	Vespertinc	B	19	Ecuador	Loja	LOJA	STEFANY JHOSSSELYN PASACA SIL	stefany.pasaca@unl.edu	Femenino	No trabaja	4. En total	3. A menudo	1. No	4. En total	2. Alguna	4. En tota
180	Vespertinc	B	19	Ecuador	Loja	SOZORANGA	ANIA LUISA SOLANO SOLANO	ania.solano@unl.edu	Femenino	No trabaja	4. En total	4. En total	2. Alguna	1. No	1. No	1. No
181	Matutino	A	21	Ecuador	Loja	Loja	Dayanna Anabel Japón Riviera	dayanna.jpjon@unl.edu	Femenino	Inferiores a un salario	3. A menudo	2. Alguna	2. Alguna	2. Alguna	3. A menudo	3. A men
182	Matutino	A	19	Ecuador	Loja	Loja	Jaya Roman Andrea Elizalde	andrea.jaya@unl.edu	Femenino	No trabaja	3. A menudo	3. A menudo	4. En total	2. Alguna	1. No	2. Alguna
183	Matutino	A	20	Ecuador	Loja	Loja	Anshelo Yovani Vargas Cartuche	anshelo.vargas@unl.edu	Masculino	No trabaja	4. En total	4. En total	4. En total	3. A menudo	4. En total	3. A men
184	Matutino	A	20	Ecuador	Loja	Loja	Jaime Jara	jaime.jara@unl.edu	Masculino	Inferiores a un salario	4. En total	4. En total	3. A menudo	2. Alguna	3. A menudo	3. A men
185	Matutino	A	20	Ecuador	Azuay	Cuenca	Jocelyne Rojas	jocelyne.rojas@unl.edu	Femenino	No trabaja	4. En total	4. En total	4. En total	4. En total	4. En total	4. En tota
186	Matutino	A	20	Ecuador	Loja	Loja	Aldaz Geovanny	aldazgeovanny27@gn	Masculino	Inferiores a un salario	3. A menudo	3. A menudo	4. En total	3. A menudo	3. A menudo	2. Alguna
187	Matutino	A	20	Ecuador	Loja	Loja	Paul Armpios	paul.a.armpios@unl.edu	Masculino	Superiores a un salar	4. En total	2. Alguna	4. En total	4. En total	4. En total	4. En tota
188	Matutino	A	22	Ecuador	Azuay	Cuenca	José Lalangui	jose.lalangui@unl.edu	Masculino	Inferiores a un salario	3. A menudo	3. A menudo	4. En total	3. A menudo	2. Alguna	3. A men
189	Matutino	A	20	Ecuador	Loja	catacocha	Ange Collaguazo	ange.collaguazo@unl.edu	Femenino	No trabaja	2. Alguna vez	2. Alguna	3. A menudo	3. A menudo	3. A menudo	4. En tota
190	Matutino	A	20	Ecuador	Loja	Loja	Andrés Ortiz	andres.ortiz@unl.edu	Masculino	Inferiores a un salario	3. A menudo	3. A menudo	2. Alguna	3. A menudo	2. Alguna	3. A men
191	Matutino	A	19	Ecuador	Morona Santiago	Loja	Marylin Jimenez	marylin.jimenez@unl.edu	Femenino	No trabaja	3. A menudo	2. Alguna	4. En total	2. Alguna	1. No	3. A men
192	Matutino	A	20	Ecuador	Loja	Loja	Alci Duchimbo	alci.duchimbo@unl.edu	Masculino	No trabaja	4. En total	4. En total	4. En total	2. Alguna	2. Alguna	3. A men
193	Matutino	A	22	Ecuador	Loja	Loja	Jennifer Siguenza	jennifer.siguenza@unl.edu	Femenino	No trabaja	3. A menudo	2. Alguna	3. A menudo	3. A menudo	2. Alguna	2. Alguna
194	Matutino	A	21	Ecuador	Loja	catacocha	Rashel Torres	rashel.torres@unl.edu	Femenino	Inferiores a un salario	4. En total	4. En total	3. A menudo	2. Alguna	2. Alguna	3. A men

Respuestas de formulario 1 Hoja2 Hoja22 Hoja21 Hoja5 Hoja6 Hoja7 Hoja9 Hoja10 Hoja12 Hoja18 Hoja17 Hoja16 Hoja ...

Accesibilidad: es necesario investigar

Ciclo	Jornad	Paral	Edad	Estado	Provincia de N	Ciudad de Nacimiento	Nombres y Apellidos	Correo electrónico	Genero	Ingresos	Responde	Respon	Respon	Respo	Respo	Respo																		
307	5	Vespertinc	C	20	Ecuador	El Oro	Zaruma	Josely Gabriela Romero	jeselyn.romero@unl.ec	Femenino	Inferiores a un salaric	3	A	menudo	4	En total c	3	A	menud	4	En total d	3	A	menu	3	A	men							
308	5	Vespertinc	C	20	Ecuador	Loja	Taguil	Leonela Castillo	leonela.castillo@unl.ed	Femenino	No trabaja	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo					
309	5	Vespertinc	C	23	Ecuador	Loja	Loja	Ledy Armpis	ledy.armpis@unl.edu	Femenino	Inferiores a un salaric	1	No	2	Alguna v	3	A	menud	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	2	Algun						
310	5	Vespertinc	C	19	Ecuador	El Oro	Piñas	María Rosa Reyes Sanchez	maria.r.reyes@unl.edu	Femenino	Inferiores a un salaric	3	A	menudo	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	4	En total	3	A	men								
311	5	Vespertinc	C	21	Ecuador	El Oro	Piñas	YOMAYRA LISBETH HARVAEZ SAR	yomayra.narvaez@un	Femenino	No trabaja	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo					
312	5	Vespertinc	C	24	Ecuador	Loja	Loja	PABLO ALBERTO CORDOVA NAGU	pablo.cordova@unl.ed	Masculino	Superiores a un salar	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total	3	A	men								
313	5	Vespertinc	C	21	Ecuador	Loja	Macará	Luis Sánchez Merino	luis.sanchez@unl.ec	Masculino	Superiores a un salaric	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total	4	En total	4	En total	4	En total					
314	5	Vespertinc	C	20	Ecuador	El Oro	Portovelo	Bárbara Yaguna	Barbara.yaguna@unl	Femenino	No trabaja	3	A	menudo	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	4	En total					
315	5	Vespertinc	C	22	Ecuador	El Oro	Piñas	Gabriela Córdova Encalada	gabriela.d.cordova@un	Femenino	No trabaja	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud					
316	5	Vespertinc	C	21	Ecuador	Morona Santiago	Gualequiza	Katherine Tibolin	katherine.tibolin@unl	Femenino	Inferiores a un salaric	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	2	Alguna	3	A	men			
317	5	Vespertinc	C	22	Ecuador	El Oro	Piñas	Yamileth Narvaez	yamileth.narvaez@unl	Femenino	Inferiores a un salaric	3	A	menudo	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	4	En total	4	En total					
318	5	Vespertinc	C	30	Ecuador	Loja	Carimanga	Mary Cuenca	mary.cuenca@unl.edu	Femenino	No trabaja	3	A	menudo	2	Alguna v	3	A	menud	2	Alguna	v	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud			
319	5	Vespertinc	C	22	Ecuador	Loja	Gonzanamá	Stefany Pacheco	stefany.pacheco@ubl	Femenino	Inferiores a un salaric	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	4	En total	4	En total	4	En total	4	En total	4	En total				
320	5	Vespertinc	C	22	Ecuador	Loja	Loja	Cristian Joel Jiménez	cristian.jimenez@unl	Masculino	Inferiores a un salaric	3	A	menudo	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	4	En total			
321	5	Vespertinc	C	20	Ecuador	Loja	Loja	Viviana Elizabeth Domínguez	viviana.e.dominguez@	Femenino	Superiores a un salar	4	En total d	4	En total d	4	En total d	2	Alguna v	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud			
322	5	Vespertinc	C	21	Ecuador	Loja	Saraguro	Lili Ochoa	lilicocha@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo		
323	5	Vespertinc	C	23	Ecuador	Loja	Macará	María de los Angeles Villadarez	marb.d.villadarez@ur	Femenino	No trabaja	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d			
324	6	Matutino	A	21	Ecuador	Loja	Loja	Heidi Maritza Nethall Nicole	heidi@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3	A	menudo	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	4	En total	4	En total	4	En total			
325	6	Matutino	A	23	Ecuador	El Oro	Machala	Vargas Guerrero Jean Carlos	jean.vargas@unl.edu	Masculino	No trabaja	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	2	Alguna	3	A	menud	3	A	menud			
326	6	Matutino	A	21	Ecuador	Zamora Chinchipe	Zamora	Andres Abrego	andrea.abrego@unl.ed	Femenino	No trabaja	3	A	menudo	3	A	menudo	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	2	Alguna	2	Alguna	2	Alguna	3	A	men
327	6	Matutino	A	20	España	Malagan España	Marbella	Emly Montañó Robles	emly.montano@unl.ed	Femenino	No trabaja	2	Alguna vez	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	2	Alguna	2	Alguna	2	Alguna	2	Alguna	3	A	men	
328	6	Matutino	A	25	Ecuador	Loja	Loja	Factor Romero Carlos Andres	carlos.factor@unl.edu	Masculino	Inferiores a un salaric	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud		
329	6	Matutino	A	20	Ecuador	Loja	Loja	Maló Fajardo Kevin Joel	kevin.malo@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud		
330	6	Matutino	A	21	Ecuador	Loja	Loja	Katty Samirín	katty.samirin@unl.ec	Femenino	No trabaja	1	No	2	Alguna v	4	En total d	4	En total d	2	Alguna	v	3	A	menud	2	Algun	2	Algun	2	Algun	2	Algun	
331	6	Matutino	A	24	Ecuador	Loja	Loja	Karen Cuenca	karen.cuenca@unl.ec	Femenino	Inferiores a un salaric	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud		
332	6	Matutino	A	20	Ecuador	Zamora Chinchipe	Yantzaza	Jhoana Maza Chumapi	jhoana.maza@unl.edu	Femenino	No trabaja	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo		
333	6	Matutino	A	21	Ecuador	Zamora Chinchipe	Zamora	Luz Nayeli Cango Gualan	luz.cango@unl.edu.ec	Femenino	Superiores a un salar	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	2	Alguna	v	1	No	2	Algun	2	Algun		
334	6	Matutino	A	21	Ecuador	Loja	Catamayo	Pablo Roberto Motoche Calva	pablo.motoche@unl	Masculino	Superiores a dos salic	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	
335	6	Matutino	A	20	Ecuador	Loja	Saraguro	Alexandra Maribel Cabrera Armojos	alexandra.cabrera@ur	Femenino	Superiores a un salaric	3	A	menudo	2	Alguna v	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	2	Alguna	2	Alguna	2	Alguna	3	A	men

Ciclo	Jornad	Paral	Edad	Estado	Provincia de N	Ciudad de Nacimiento	Nombres y Apellidos	Correo electrónico	Genero	Ingresos	Responde	Respon	Respon	Respo	Respo	Respo																					
355	6	Matutino	A	25	Ecuador	Loja	Loja	María José Valarezo	maria.j.valarezo@ubl	Femenino	Superiores a dos salic	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud					
356	6	Matutino	A	20	Ecuador	Loja	Loja	Mónica Vega	monica.vega@unl.edu	Femenino	Superiores a dos salic	3	A	menudo	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud				
360	6	Matutino	A	21	Ecuador	Loja	Loja, El Paraíso de Celán	Tatiana Elizabeth Labanda Labanda	tatiana.labanda@unl	Femenino	No trabaja	3	A	menudo	2	Alguna v	2	Alguna v	1	No	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud					
361	6	Matutino	A	20	Ecuador	Loja	Loja	Selmira Carrón Chamba	selmira.carron@unl.ec	Femenino	No trabaja	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	4	En total	4	En total	4	En total					
362	6	Matutino	A	21	Ecuador	Loja	Sozoranga	Bryan Cordero	bryan.cordero@unl.ed	Masculino	No trabaja	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud					
363	6	Matutino	A	20	Ecuador	El Oro	Zaruma	Joseph Joel Delgado	joseph.delgado@unl	Masculino	No trabaja	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud					
364	6	Matutino	A	20	Ecuador	Loja	Loja	Yadira Guisolel	yadira.guisolel@unl	Femenino	No trabaja	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud					
365	6	Matutino	A	21	Ecuador	Loja	Loja	Kerly Tenemaza	kerly.tenemaza@unl	Femenino	No trabaja	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud					
366	6	Vespertinc	B	22	Ecuador	El Oro	Machala	Diego Xavier Campoverde	diego.x.campoverde@	Masculino	Inferiores a un salaric	3	A	menudo	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	4	En total	4	En total	4	En total	4	En total				
367	6	Vespertinc	B	20	España	Madrid España	Japón	Karen Sofia Zúñiga	karen.zuniga@unl.edu	Femenino	Inferiores a un salaric	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud					
368	6	Vespertinc	B	25	Ecuador	Zamora Chinchipe	Yantzaza	Keber Hugo Luna Gaona	keber.luna@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salaric	3	A	menudo	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	2	Alguna	4	En total	4	En total	4	En total				
369	6	Vespertinc	B	25	Ecuador	Loja	Urdaneta	Andrés Efraín Guaman Guaman	andres.e.guaman@unl	Masculino	Inferiores a un salaric	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	4	En total	4	En total	4	En total	4	En total			
370	6	Vespertinc	B	23	Ecuador	Loja	Loja	Karla Nicole González Yaguachi	karla.n.gonzalez.y@ur	Femenino	Superiores a un salar	2	Alguna vez	3	A	menud	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d			
371	6	Vespertinc	B	22	Ecuador	Loja	Loja	Jhony Coronel	jhony.coronel@unl	Masculino	Inferiores a un salaric	3	A	menudo	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	2	Alguna	v	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud			
372	6	Vespertinc	B	20	Ecuador	Loja	Loja	Camila Alejandra Jaramillo Rojas	camila.a.jaramillo@unl	Femenino	No trabaja	3	A	menudo	3	A	menudo	4	En total d	3	A	menud	2	Alguna	2	Alguna	2	Alguna	2	Alguna	2	Alguna	3	A	men		
373	6	Vespertinc	B	22	Ecuador	Loja	Chaguarpamba	Natalia Silvana Campoverde	natalia.campoverde@ur	Femenino	No trabaja	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	2	Alguna	v	2	Alguna	v	2	Alguna	4	En total	
374	6	Vespertinc	B	22	Ecuador	Loja	Dimedo	Yelena del Cane Negron	yelena.negron@unl	Femenino	No trabaja	2	Alguna vez	3	A	menud	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	2	Algun	2	Algun	2	Algun		
375	6	Vespertinc	B	24	Ecuador	Loja	Loja	Estefanía Guaman Guaman	estefania.guaman@unl	Femenino	No trabaja	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	2	Alguna	v	2	Alguna	v	2	Alguna	v	2	Alguna	v	2	Alguna	3	A	men
376	6	Vespertinc	B	20	Ecuador	Loja	Loja	Alex Fabián González	alex.fgonzalez@unl	Masculino	Superiores a un salar	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	2	Alguna	v	3	A	menud	2	Alguna	v	3	A	menud	3	A	menud		
377	6	Vespertinc	B	23	Ecuador	Loja	Loja	Paola Isabel Montesinos	paola.montesinos@unl	Femenino	Superiores a dos salic	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo	3	A	menudo		
378	6	Vespertinc	B	20	Ecuador	Loja	Amaluza	Anthony Moreno	anthony.moreno@unl	Masculino	No trabaja	2	Alguna vez	3	A	menudo	2	Alguna v	2	Alguna v	2	Alguna v	2	Alguna v	2	Alguna v	2	Alguna v	2	Alguna v	2	Alguna v	2	Alguna v	3	A	men
379	6	Vespertinc	B	23	Ecuador	Loja	Gonzanamá	Wendy Rebeca Cuesta	wendy.cuesta@unl.ed	Femenino	No trabaja	3	A	menudo	4	En total d	4	En total d	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	3	A	menud	
380	6	Vespertinc	B	22	Ecuador	El Oro	Piñas	Jayne Zamba Zamba	jayne.zamba@unl.edu	Masculino	No trabaja	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	4	En total d	2													

Cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional... Herramientas de tabla

Inicio | Insertar | Disposición de página | Fórmulas | Datos | Revisar | Vista | Ayuda | Diseño de tabla | ¿Qué desea hacer? | Compartir

Portapapeles | Fuente | Alineación | Número | Formato condicional | Dar formato como tabla | Estilos de celda | Eliminar | Formato | Ordenar y filtrar | Buscar y seleccionar | Edición

DJ563 | Si busca apoyo

Ciclo	Jornada	Paralelo	Edad	Estado	Provincia de N	Ciudad de Nacimiento	Nombres y Apellidos	Correo electrónico	Genero	Ingresos	Responde	Respon	Respon	Respon	Respo	Respo	
447	Vespertino	B	21	Ecuador	Loja	Caramanga	Marjorie Valdeod	marjorie.valdeod@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	4. En total de 4. En total 4.3. A. menu 2. Alguna v. 2. Alguna 3. A. men	4. En total de 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 4. En total 3. A. men					
448	Vespertino	B	23	Ecuador	Loja	Loja	Hedy Toledo	hedy.toledo@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	4. En total de 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 4. En total 3. A. men						
449	Vespertino	B	21	Ecuador	Loja	Caramanga	Diana Herrera	diana.herrera@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A. menu 4. En total 4. En total 4.3. A. menu 2. Alguna v. 3. A. menu 2. Alguna						
450	Vespertino	B	22	Ecuador	Zamora Chinchipe	Zumba	Janifer Japon	janifer.japon@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 2. Alguna						
451	Vespertino	B	21	Ecuador	Manabí	El Carmen	Janifer Campoverde	janifer.campoverde@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 2. Alguna						
452	Vespertino	B	24	Ecuador	Loja	Saraguro	Doris Espinoza	doris.espinoza@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 4. En total 3. A. men						
453	Vespertino	B	23	Ecuador	Orellana	Orellana	Jeselyn Gabor	jeselyn.gabor@unl.edu.ec	Femenino	Inferiores a un salario 3. A. menu 4. En total 4. En total 4.3. A. menu 4. En total							
454	Vespertino	B	25	Ecuador	Loja	Loja	Emel Minga	emel.minga@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	4. En total de 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 4. En total 3. A. men						
455	Vespertino	B	22	Ecuador	Loja	Loja	Johana Alvarado	johana.alvarado@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 2. Alguna 2. Alguna						
456	Vespertino	B	22	Ecuador	Loja	Loja	Nathaly Maza Maza	nathaly.maza@unl.edu.ec	Femenino	Inferiores a un salario 3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 2. Alguna							
457	Vespertino	B	21	Ecuador	Loja	Caramanga	José Ojeda	jose.ojeda@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario 4. En total 4. En total 4.3. A. menu 4. En total 4. En total							
458	Vespertino	B	23	Ecuador	Loja	Catamayo	Rogelio Gaona Roa	rogerio.gaona@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario 1. No 2. Alguna v. 3. A. menu 2. Alguna v. 3. A. menu 2. Alguna							
459	Vespertino	B	20	Ecuador	Loja	Alamor	Andrea Davila Cueva	andrea.davila@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 2. Alguna 4. En total 4.3. A. men						
460	Vespertino	B	25	Ecuador	Loja	Loja	Cristian Anguasca	cristian.anguasca@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario 4. En total 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. men							
461	Vespertino	B	27	Ecuador	Zamora Chinchipe	Zumba	Dayana Noemi Macas	dayana.macas@unl.edu.ec	Femenino	Inferiores a un salario 4. En total 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. men							
462	Matutino	A	25	Ecuador	Loja	Loja	Kieffer Riguez	kieffer.riguez@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario 4. En total 4. En total 4.3. A. menu 4. En total							
463	Matutino	A	24	Ecuador	Zamora Chinchipe	Zamora	Ariana Valverde	ariana.valverde@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 4. En total 4.3. A. men						
464	Matutino	A	26	Ecuador	Loja	Loja	Jordy Pineda	jordy.pineda@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	4. En total de 4. En total 4.3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. men						
465	Matutino	A	23	Ecuador	Manabí	Portoviejo	Alejandro Bravo	alejandro.bravo@unl.edu.ec	Masculino	Superiores a un salario 4. En total 4. En total 4.3. A. menu 4. En total 4. En total							
466	Matutino	A	22	Ecuador	Loja	San Lucas	Gina Medina	gina.medina@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	4. En total de 4. En total 4.3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. men						
467	Matutino	A	27	Ecuador	Loja	Loja	Lizbeth Orozco	lizbeth.orozco@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. menu 3. A. men						
468	Matutino	A	22	Ecuador	El Oro	Zaruma	Cecilia Valle	cecilia.valle@unl.edu.ec	Femenino	Superiores a un salario 3. A. menu 4. En total 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. men							
469	Matutino	A	21	Ecuador	Loja	Loja	Jofre Condo	jofre.condo@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario 3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 1. No 2. Alguna v. 3. A. menu 4. En total							
470	Matutino	A	23	Ecuador	Loja	Loja	David León Cabrera	david.leon@unl.edu.ec	Masculino	Superiores a un salario 4. En total 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. men							
471	Matutino	A	25	Ecuador	Orellana	Orellana	Juan José Jiménez	juan.jimenez@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario 2. Alguna vez 3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. men							
472	Matutino	A	22	Ecuador	Loja	Loja	Jhordy Granda	jhordy.granda@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. menu 4. En total							
473	Matutino	A	31	Ecuador	Loja	Loja	Santiago Bravo	santiago.bravo@unl.edu.ec	Masculino	Superiores a un salario 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. menu 3. A. men							
474	Matutino	A	24	Ecuador	Azuay	Oña	Nicole Jaramila Ordoñez	nicole.jaramila@unl.edu.ec	Femenino	Superiores a un salario 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 2. Alguna v. 4. En total 3. A. men							
475	Matutino	A	26	Ecuador	Loja	Calvas	Yessica Iñizary	yessica.inizary@unl.edu.ec	Femenino	Inferiores a un salario 2. Alguna vez 3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. men							

Respuestas de formulario 1 | Hoja2 | Hoja22 | Hoja21 | Hoja5 | Hoja6 | Hoja7 | Hoja9 | Hoja10 | Hoja12 | Hoja18 | Hoja17 | Hoja16 | Hoja ... | 80%

Accesibilidad: es necesario investigar

Cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional... Herramientas de tabla

Inicio | Insertar | Disposición de página | Fórmulas | Datos | Revisar | Vista | Ayuda | Diseño de tabla | ¿Qué desea hacer? | Compartir

Portapapeles | Fuente | Alineación | Número | Formato condicional | Dar formato como tabla | Estilos de celda | Eliminar | Formato | Ordenar y filtrar | Buscar y seleccionar | Edición

DJ563 | Si busca apoyo

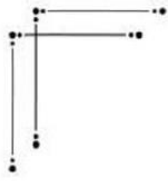
Ciclo	Jornada	Paralelo	Edad	Estado	Provincia de N	Ciudad de Nacimiento	Nombres y Apellidos	Correo electrónico	Genero	Ingresos	Responde	Respon	Respon	Respon	Respo	Respo	
499	Matutino	A	22	Ecuador	Loja	Loja	Nicolás Cueva	nicolas.cueva@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario 4. En total de 4.3. A. menu 3. A. menu 4. En total 3. A. men							
500	Matutino	A	22	Ecuador	Pichincha	Quito	Carlos Joel Dalgo	carlos.dalgo@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario 4. En total de 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. menu 3. A. men							
501	Matutino	A	23	Ecuador	Loja	Loja	Michael Jiménez	michael.jimenez@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 2. Alguna v. 3. A. menu 3. A. menu 3. A. men						
502	Matutino	A	21	Ecuador	Loja	Catamayo	Mabelyn Quezada	mabelyn.quezada@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	4. En total de 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. menu 3. A. menu 2. Alguna						
503	Matutino	A	22	Ecuador	El Oro	Balsas	Tiffany Silva	tiffany.silva@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	4. En total de 4.3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. menu 3. A. men						
504	Matutino	A	22	Ecuador	Loja	Loja	Pablo Sotomayor	pablo.sotomayor@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 2. Alguna v. 3. A. menu 3. A. men						
505	Matutino	A	22	Ecuador	Loja	Paltas	Carne Vivanco	carne.vivanco@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	4. En total de 4.3. A. menu 4. En total 4.4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. men						
506	Matutino	A	25	Ecuador	Loja	Loja	Orlando Patricio Luzziariga Larreatz	luzziarigaorlando@unl.edu.ec	Masculino	Superiores a un salario 4. En total de 4.3. A. menu 4. En total 4.4. En total 4.3. A. men							
507	Matutino	A	25	Ecuador	Loja	Loja	Jack Arturo Sotomayor	jack.sotomayor@unl.edu.ec	Femenino	Inferiores a un salario 3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. menu 3. A. men							
508	Matutino	A	26	Ecuador	Loja	Loja	John Veintimilla	john.veintimilla@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario 3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. menu 3. A. men							
509	Matutino	A	22	Ecuador	Pichincha	Quito	Heidy Lisette León	heidy.leon@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	2. Alguna vez 3. A. menu 3. A. menu 1. No 1. No 2. Alguna						
510	Matutino	A	21	Ecuador	Zamora Chinchipe	Palanda	Natali Alvarez	natali.alvarez@unl.edu.ec	Femenino	Inferiores a un salario 3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. menu 3. A. men							
511	Matutino	A	24	Ecuador	Morona Santiago	Guilacuzca	Diana Paola Chuva Buele	diana.chuva@unl.edu.ec	Femenino	Inferiores a un salario 4. En total de 4.3. A. menu 2. Alguna v. 3. A. menu 3. A. menu 3. A. men							
512	Matutino	A	25	Ecuador	Azuay	Cuenca	Luis Xavier Tenemaza	luis.tenemaza@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 4. En total 4.2. Alguna v. 3. A. menu 3. A. men						
513	Matutino	A	22	Ecuador	Santo Domingo	Santo Domingo	Jessica Córdova	jessica.cordova@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	4. En total de 4.3. A. menu 3. A. menu 4. En total 4.2. Alguna 3. A. menu 3. A. men						
514	Matutino	A	23	Ecuador	Loja	Loja	David Encalada Jimenez	david.encalada@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	4. En total de 4.3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. menu 3. A. men						
515	Matutino	A	25	Ecuador	Guayas	Tarqui	Steven Guerrero	steven.guerrero@unl.edu.ec	Masculino	Superiores a un salario 3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 2. Alguna v. 3. A. menu 1. No							
516	Matutino	A	22	Ecuador	Loja	Catamayo	Saida Maldonado Cueva	saida.maldonado@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. menu 4. En total						
517	Matutino	A	23	Ecuador	Loja	Catacocha	Nathaly Medina	nathaly.medina@unl.edu.ec	Femenino	Inferiores a un salario 4. En total de 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. menu 4. En total							
518	Matutino	A	22	Ecuador	Zamora Chinchipe	Zumba	Erica Daniela Celi Camacho	erica.celi@unl.edu.ec	Femenino	No trabaja	4. En total de 4. En total 4.4. En total 4.4. En total 4.3. A. menu 3. A. men						
519	Matutino	A	23	Ecuador	Loja	Loja	Erica Reyes	erica.reyes@unl.edu.ec	Femenino	Inferiores a un salario 3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. menu 3. A. men							
520	Matutino	A	24	Ecuador	El Oro	Portoviejo	Jhinson González	jhinson.gonzalez@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 2. Alguna v. 3. A. menu 2. Alguna 2. Alguna						
521	Matutino	A	23	Ecuador	Pichincha	Quito	Stephani Correa	stephani.correa@unl.edu.ec	Femenino	Inferiores a un salario 4. En total de 4. En total 4.3. A. menu 4. En total 4.3. A. menu 3. A. men							
522	Matutino	A	28	Ecuador	Loja	Catamayo	Edgar Pineda	edgar.pineda@unl.edu.ec	Masculino	Inferiores a un salario 4. En total de 4. En total 4.4. En total 4.4. En total 4.3. A. menu 3. A. men							
523	Matutino	A	24	Ecuador	Loja	Loja	Alex Caraguay	alex.caraguay@unl.edu.ec	Masculino	No trabaja	2. Alguna vez 3. A. menu 3. A. menu 2. Alguna v. 3. A. menu 2. Alguna						

Respuestas de formulario 1 | Hoja2 | Hoja22 | Hoja21 | Hoja5 | Hoja6 | Hoja7 | Hoja9 | Hoja10 | Hoja12 | Hoja18 | Hoja17 | Hoja16 | Hoja ... | 80%

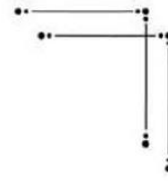
Accesibilidad: es necesario investigar

Anexo 3

Certificado traducción de resumen



Universidad
Nacional
de Loja



Loja, 27 de marzo de 2023

Lic. Marlon Armijos Ramírez Mgs.

**DOCENTE DE PEDAGOGIA DE LOS IDIOMAS
NACIONALES Y EXTRANJEROS – UNL**

CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Titulación: "**Cultura emprendedora de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, periodo abril - septiembre 2022**", autoría de Erica Daniela Celi Camacho con CI: 1950021970, de la carrera de Administración de Empresas, de la Universidad Nacional de Loja.

Lo certifica en honor a la verdad y autorizo a la parte interesada hacer uso del presente en lo que a sus intereses convenga.

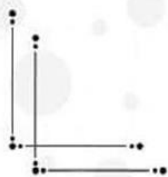
Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
MARLON RICHARD
ARMIJOS RAMIREZ

MARLON ARMIJOS RAMÍREZ
DOCENTE DE LA CARRERA PINE-UNL

1031-12-1131340
1031-2017-1905329



Educamos para Transformar

