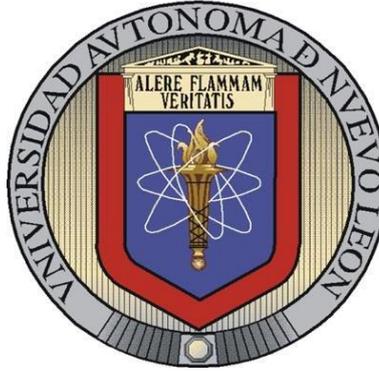


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN

División de Estudios de Posgrado



**FACTORES QUE IMPULSAN EL EMPRENDIMIENTO DE LOS
GRADUADOS DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA EN LA
PROVINCIA DEL CAÑAR, ECUADOR**

Tesis presentada por

Raúl Adrian Ortiz González

**Como requisito parcial para obtener el grado de
Doctor en Filosofía con orientación en Administración**

Monterrey, México

Julio 2025

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN

División de Estudios de Posgrado



TITULO DE LA TESIS DE INVESTIGACIÓN

**FACTORES QUE IMPULSAN EL EMPRENDIMIENTO DE LOS
GRADUADOS DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA EN LA
PROVINCIA DEL CAÑAR, ECUADOR**

**Tesis presentada por
Raúl Adrian Ortiz González**

**Directora de Tesis:
Dra. Mónica Blanco Jiménez**

Monterrey, México

Julio 2025

**FACTORES QUE IMPULSAN EL EMPRENDIMIENTO DE LOS
GRADUADOS DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA EN LA
PROVINCIA DEL CAÑAR, ECUADOR**

Aprobación de la Tesis por el Comité Doctoral:

Dra. Mónica Blanco Jiménez
Presidente

Dr. Pedro Yamil Astudillo Arias

Secretario

Dr. Juan Patricio Galindo Mora

Vocal 1

Dra. María Mayela Terán Cazares

Vocal 2

Dra. Lourdes Fabiola Espinoza Parada

Vocal 3

Monterrey, México

Julio 2025

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Declaro solemnemente que el documento que enseguida presento es fruto de mi propio trabajo, y hasta donde estoy enterado, no contiene material previamente publicado o escrito por otra persona, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento y los he citado debidamente en la bibliografía o referencias.

Declaro además que tampoco contiene material que haya sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro grado o diploma de alguna universidad o institución.

Nombre: Raúl Adrian Ortiz Gonzalez

Firma: _____

Fecha: 15 de julio de 2025

DEDICATORIA

A mi María José, el amor de mi vida que, con su apoyo incondicional, regazo amoroso y sobre todo paciencia extrema fue la piedra angular para terminar este proyecto.

A Carlos y Nelly, mis amados padres a ellos debo todo lo que soy, y lo que alguna vez seré, gracias siempre por sus bendiciones y por ser el puerto seguro al que siempre volveremos para renovar fuerzas.

Charles y Alejandra, mis cómplices, mis tesoros, sepan que este logro también se los dedico a ustedes por que entre muchas cosas los admiro desde sus profesiones y me siento muy orgulloso de ser su hermano.

AGRADECIMIENTO

De una manera muy especial y con todo el cariño a la distinguida Dra. Mónica Blanco por la paciencia con que me supo guiar, por el tiempo que me dedicó para poder cumplir este sueño y por sobre todo, por haber creído en mí, querida Doctora vaya para usted mi más profundo, grato e imperecedero agradecimiento.

Al Dr. Patricio Galindo por sus observaciones fuertes, pero siempre bien fundamentadas que permitieron formar el carácter en este proceso, al Dr. Pedro Astudillo por sus palabras de aliento y por ser esa mano amiga que siempre estuvo presente.

Al Dr. Enrique Pozo, Rector de la Universidad Católica de Cuenca, por su ayuda desinteresada, expresarle que sin su apoyo en todos los aspectos de este arduo pero gratificante programa, nada de esto se hubiera podido lograr.

ABREVIATURAS

GEM	Global Entrepreneurship Monitor
PIB	Producto Interno Bruto
CEPAL	Comisión Económica para América Latina
TEA	Total early-stage Entrepreneurial Activity
VAB	Valor Agregado Bruto
BCE	Banco Central del Ecuador
IES	Instituciones de Educación Superior
UCACUE	Universidad Católica de Cuenca
PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
SRI	Servicio de Rentas Internas
IESS	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
MIPYMES	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
IECEU	Intención Emprendedora Y Competencias en Estudiantes Universitarios
NES	National Expert Survey
SECAP	Servicio Ecuatoriano de Capacitación
VIF	Variance Inflation Factor

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	2
ABREVIATURAS.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
ÍNDICE GENERAL	8
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE FIGURAS	11
INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO	14
1.1. Antecedentes del problema a investigar	14
1.1.1. Hechos que contextualizan el problema.....	16
1.1.2. Las causas y la consecuencia de los hechos	19
1.1.3. Grafica de causas y consecuencia del problema a investigar.....	22
1.2. Antecedentes teóricos del planteamiento del Problema	23
1.2.1 Antecedentes Teóricos de la variable dependiente (Y)	23
1.2.2 Antecedentes de investigaciones teóricas de la variable dependiente Y con respecto a las variables independientes.....	25
1.3. Pregunta Central de Investigación.....	30
1.4. Objetivo General de la Investigación	30
1.4.1. Procesos Metodológicos de la Investigación	30
1.5. Hipótesis General de Investigación	31
1.6. Metodología	31
1.7. Justificación de la Investigación.....	31
1.8. Delimitaciones del estudio	33
1.9. Matriz de Congruencia.....	35
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	37
2.1 Marco teórico de la variable dependiente Y “Emprendimiento”	37
2.1.1. Teorías y Definiciones.....	37
2.1.2 Investigaciones aplicadas sobre la variable Y “Emprendimiento”	43
2.2 Marco teórico y Estudios de investigaciones aplicadas de las variables independientes.....	48
2.2.1 Variable Independiente X1: Creatividad.....	48
2.2.2. Variable Independiente X2: Planeación Estratégica	52
2.2.3 Variable Independiente X3: Capacitación	57
2.2.4 Variable Independiente X4: Acceso a financiamiento	62
2.2.5 Variable Independiente X5: Apoyo familiar	67
2.3 Hipótesis Operativas o Específicas.....	70
2.3.2. Modelo gráfico de la hipótesis	70
2.4 Modelo de Relaciones teóricas con las Hipótesis.....	70
CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	73
3.1 Tipo y diseño de la investigación	73
3.1.1 Tipo de investigación	73
3.1.2 Diseño de la Investigación.....	75
3.2 Métodos de recolección de datos.....	75
3.2.1 Elaboración de la encuesta o entrevista estructurada	76

3.2.2	Operacionalización de las variables de la hipótesis.....	77
3.2.3	Métodos de evaluación de expertos.	79
3.3	Población, marco muestral y muestra.....	80
3.3.1.	Tamaño de la muestra.....	80
3.3.2.	Sujetos de Estudio	81
3.4	Métodos de Análisis.....	81
CAPITULO 4. ANALISIS DE RESULTADOS.....		83
4.1.	Prueba Piloto.....	83
4.2.	Resultados Finales de análisis descriptivo.....	84
4.2.1.	Perfil del encuestado.....	84
4.2.2.	Perfil del emprendimiento.....	88
4.3	Análisis estadístico del modelo de Regresión Lineal Múltiple.....	90
4.4.	Comprobación de Hipótesis.....	98
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		100
BIBLIOGRAFÍA		106
ANEXOS.....		127
Anexo 1 Encuesta		127
Anexo 2 Juicio de expertos.....		130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Matriz de Congruencia</i>	35
Tabla 2 <i>Relación Estructural Hipótesis – Marco Teórico</i>	72
Tabla 3 <i>VARIABLES de investigación e indicadores de medición</i>	78
Tabla 4 <i>Resultados del Índice del Alfa de Cronbach</i>	84
Tabla 5 Supuesto de Independencia	92
Tabla 6 Supuesto de no colinealidad	93
Tabla 7 Significancia de las variables	95
Tabla 8 Resumen del modelo con las variables significativas.....	96
Tabla 9 Análisis del ANOVA	96
Tabla 10 Coeficientes de regresión	97
Tabla 11 Comprobación de Hipótesis Operativas	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Mapa conceptual del problema bajo estudio</i>	23
Figura 2 <i>Mapa del Ecuador - Provincia del Cañar</i>	33
Figura 3 <i>Modelo gráfico de las Hipótesis</i>	70
Figura 4 Sede o extensión en la que se graduó	85
Figura 5 Año de graduación	85
Figura 6 Edad.....	86
Figura 7 Sexo	86
Figura 8 Estado civil	87
Figura 9 Con quien vive el emprendedor.....	87
Figura 10 Año de creación del emprendimiento	88
Figura 11 Número de empleados que tiene el emprendimiento	89
Figura 12 Participación del emprendimiento.....	89
Figura 13 Sector al que pertenece el emprendimiento	90
Figura 14 Supuesto de linealidad	91
Figura 15 Supuesto de Homocedasticidad	93
Figura 16 Supuesto de Normalidad - Histograma de residuos	94
Figura 17 Supuesto de normalidad - Gráfico de probabilidad normal.....	95

INTRODUCCIÓN

El fenómeno del emprendimiento es un tema de interés general por el efecto multiplicador que tiene en el desarrollo de una economía. Históricamente la palabra emprendimiento la define el Richard Cantillon con el término “entrepreneur” que se refería a las personas que contraían responsabilidades y asumían el riesgo de llevar a funcionamiento una iniciativa innovadora (Vallmitjana, 2014).

El proceso emprendedor es analizado en los distintos países por su aporte en el aspecto social, psicológico, económico, sociodemográfico, es por esto que en los trabajos de investigación sobre este fenómeno se aborda esta problemática para explicar el impacto que tiene en la dinámica económica de una nación o región, además de los distintos factores que influyen los aspectos arriba anotados.

Diversos son los modelos que han sido propuestos para comprender que motiva a una persona a emprender, estas motivaciones pueden provenir de fuerzas exógenas o extrínsecas, que son las que están influenciadas por factores ajenos a la realización personal; o, pueden ser motivadas por factores endógenos o intrínsecos que identifican rasgos que influyen de manera personal en la decisión de un individuo para emprender (Marulanda & Morales, 2016). En este contexto, el actual escenario está caracterizado por la competitividad y el impacto de la globalización, las generaciones actuales con formación en educación superior desempeñan un rol fundamental en el impulso del desarrollo económico de sus países (J. Reyes et al., 2018) su papel como fuerza productiva es crucial para impulsar el crecimiento en diversos sectores, generando ingresos ya sea como asalariado o poniendo en marcha emprendimientos (Castillo et al., 2021).

Este trabajo de investigación se centra en analizar la actividad emprendedora de los graduados de una universidad privada en el Ecuador, destacando su contribución al desarrollo económico y social del país. Su objetivo es determinar los factores que impulsan el emprendimiento en los graduados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca, en la Provincia del Cañar. Esto permitirá presentar una visualización descriptiva de un

emprendedor en particular y de los factores que fortalecen su emprendimiento. En este sentido el presente trabajo aporta con hechos que podrían contribuir al fortalecimiento políticas públicas locales y regionales, así como también de la revisión de los programas académicos de las Instituciones de Educación Superior (IES).

Para lograr conseguir el objetivo de esta investigación se desarrollan a continuación cuatro capítulos donde se aborda de manera sistemática el fenómeno a estudiar. En el primer capítulo se aborda la contextualización del problema desagregándolo en causas y consecuencias de los hechos, se detallan los antecedentes teóricos de las variables intervinientes, se plantea el objetivo general y la hipótesis general, la justificación y delimitación de la investigación.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico de la variable dependiente y de las variables independientes, esto sumado a la indagación de definiciones de otros autores e investigaciones aplicadas de cada variable permitirá probar la hipótesis general de la investigación.

El tercer capítulo se declara el tipo y diseño de la investigación, se desarrolla la operacionalización de las variables, además se sustenta el proceso de la elaboración de la encuesta, y su validación interna a través método del Juicio de Expertos. Se determina la población, por último, se identifica a los sujetos de estudio y la selección del modelo estadístico a utilizar para el tratamiento de las variables involucradas en el estudio.

Finalmente, en el cuarto capítulo se detallan los resultados, interpretando los resultados que se han obtenido del proceso, que explica el grado de incidencia que las variables independientes tienen sobre la variable dependiente, y con base en estas relaciones se generan conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO

En este apartado se analizarán los antecedentes del emprendimiento y de los factores que influyen en el mismo, de manera similar se abordará su contextualización, así como las causas y consecuencias del problema. Se establecerá la pregunta general, el objetivo general, el proceso metodológico y la hipótesis general de la investigación. Para complementar la comprensión de este capítulo se presentará la justificación del trabajo y se especificará la delimitación del estudio de investigación.

1.1. Antecedentes del problema a investigar

Aunque el emprendimiento no constituye un tema nuevo de investigación, su análisis desde múltiples contextos y escenarios sigue siendo relevante. El surgimiento de nuevos enfoques y clasificaciones, y su reconocimiento como un factor clave para el desarrollo de un país, es causa de trabajos académicos a nivel global. Un emprendedor dotado de experiencia universitaria, contará con habilidades y destrezas tecnológicas, bases teóricas, conocimientos para elaborar una planificación, sumado a estas, ciertas actividades extracurriculares permitirán desarrollarse de mejor forma para poder emprender profesionalmente (Guevara et al., 2022).

Según el informe 2022, del Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico (ICSEd-Prodem) de Kantis et al. (2022) mide las condiciones del ecosistema para la creación y fortalecimiento de los emprendimientos con base en tres grandes variables: el capital humano emprendedor, el espacio de oportunidades, y, los factores que promueven o inhiben la creación y crecimiento de las empresas; cada variable con sus respectivas dimensiones, indica que las naciones con mejor escenario para el desarrollo de un emprendimiento son: Países Bajos, Estados Unidos, Alemania, Suecia y Noruega quienes tienen un puntaje por arriba de los 60/100, evidencia también que el Covid-19 a nivel global generó un 6% de caída en las condiciones para generar emprendimiento, el informe concluye que el emprendimiento es el motor para el

desarrollo de una nación en aspectos de economía y medio ambiente y exhorta a los países a mejorar las políticas públicas para impulsar el espíritu emprendedor.

Mientras los países con economías desarrolladas tienen un bajo porcentaje de actividad emprendedora y su variación va en el mismo sentido, los países con bajos ingresos tienen una relación con la tasa de emprendimiento más compleja pues dicha tasa es muy volátil y por ende su variación es muy alta, de manera general la pandemia trajo consigo la caída de los emprendimientos entre los años 2019 y 2021, no obstante con este panorama países como Chile, República Dominicana y Canadá destacan en el aspecto de innovación en los productos y los procesos. (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2022) .

En este sentido se prevé un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) en la economía mundial del 4.5% para el año 2022, denota de esta manera que la recuperación económica avanza, aunque no de una manera uniforme, esto por las políticas monetarias y fiscales de cada país, el cronograma de vacunación y las restricciones que tenga cada nación; será importante el apoyo de políticas macroeconómicas, que con el acompañamiento de eficientes reformas estructurales debería mitigar la incertidumbre a corto plazo y recuperar la generación de negocios y empleo. (Organization for Economic Co-operation and Development [OECD], 2021).

En América Latina se ha hecho una fuerte inversión en Investigación y Desarrollo (I+D) por parte del sector público, para de esta manera estar preparados para el desafío de afrontar procesos acelerados de cambio en el fenómeno del emprendimiento que está sucediendo en el resto del mundo (Rincón et al., 2022). Coincide con lo anterior García-Madurga et al. (2021) quien menciona que a pesar del panorama desolador que está dejando la pandemia en los países de Latinoamérica los emprendimientos digitales están logrando promover la innovación y gestionar proyectos, expone también que entre los cambios que se avizora, están inmersas las tecnologías de información y comunicación, que están revolucionando el Statu quo del modelo empresarial, renovando el marketing digital, y transformando las operaciones de promoción, venta y distribución de los productos.

De este modo se espera que los países de la región tengan una tasa de crecimiento del 5.9% para el año 2021, y de 2.9% para el 2022, este incremento obedece a la flexibilización de las medidas del confinamiento, la reapertura de los mercados nacionales e internacionales y mejoramiento del ecosistema económico. La actividad empresarial para el primer trimestre del año 2021 ya restableció en 41% la actividad que se había perdido en el año anterior, cabe mencionar que este mejoramiento no fue homogéneo, ya que mientras unos países tenían su dinámica del PIB en crecimiento otros mantenían la contracción. No obstante, más allá de la recuperación esperada para los años 2021 y 2022, el gran desafío de estos países es mantener esta recuperación de manera sostenida en los años subsiguientes, y, considerando que entre los años 2014-2019 la región tuvo una tasa de crecimiento en promedio de apenas el 0.3%, el desafío se vuelve aún mayor.(Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2021).

1.1.1. Hechos que contextualizan el problema

En esta sección se van a abordar los acontecimientos que enmarcan la creación de nuevos emprendimientos por parte de los graduados universitarios.

a) Importancia del emprendimiento en el Ecuador

En el Ecuador en torno al emprendimiento dentro del contexto mundial y regional no es indiferente, el informe de Lasio et al. (2020) ofrece datos explicando el fenómeno en una de sus etapas conocida como Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA por sus siglas en inglés), dicha tasa está compuesta por emprendedores nacientes que son aquellas personas de 18 a 64 años que realizaron alguna diligencia para crear un negocio en el último año o que son propietarios de alguno con operaciones de menos de tres meses, y emprendedores nuevos que son aquellas personas de 18 a 64 años que tienen su local comercial funcionando más de tres meses pero menos de cuarenta y dos, esta tasa se encuentra en el 36.2% lo que indica que aproximadamente 3.6 millones de ecuatorianos estuvo involucrado en la etapa de emprender y mantener un negocio,

indica además que con respecto al 2017 existe un incremento ya que ese año la TEA fue de 29.62%.

El Ecuador crece en el año 2021 a razón del 4.2% con respecto al PIB, en el último trimestre se tiene una variación positiva del 4.9% respecto al mismo intervalo de tiempo del año 2020, el indicador de Valor Agregado Bruto (VAB) por actividad económica refleja en lo que corresponde a comercio una variación con signo positivo del 11%, es menester indicar la recuperación de este sector ya que en el año 2020 la variación del VAB en materia de comercio fue del -7.9%. (Banco Central del Ecuador [BCE], 2022). Teniendo en cuenta estos datos Useche-Aguirre et al. (2021) advierte que Ecuador debe formar emprendedores en el campo digital, brindando la infraestructura para facilitar y estimular precisamente su digitalización, aborda además que el emprendedor tendrá que optar por la digitalización de procesos o la digitalización laboral, no obstante, sin importar la dirección que elijan tendrán que hacer cambios sustanciales en los modelos de negocios, en su composición estructural, cultura organizacional y reformar las relaciones laborales, renovando así la visión del negocio.

Para febrero del año 2020, el gobierno ecuatoriano publica la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, con esta ley pretende mitigar los estragos de la pandemia y coadyuvar a potenciales emprendedores, así como a empresarios establecidos, los puntos más importantes son los siguientes:

- Se crea el Registro Nacional de Emprendedores (RNE) que empadronará a nuevos emprendimientos dirigiendo las políticas públicas para la generación y crecimiento de nuevos negocios
- Creación de fuentes de financiamiento propias del emprendimiento como capital semilla, capital de riesgo, inversión ángel
- La promoción del crowdfunding para potenciales emprendimientos
- Flexibilidad en los contratos laborales
- Reestructuración en los negocios respecto a las obligaciones financieras que tengan con terceros. (Asamblea Nacional de la República del Ecuador, 2020).

b) El emprendimiento en el contexto Universitario

Teniendo en cuenta estos aspectos la universidad se erige como uno de los agentes principales que deben asumir la responsabilidad de impulsar el emprendimiento para el desarrollo de la sociedad, el compromiso debe ser a través de su función educativa y de investigación, concretado en la elaboración de planes de negocios técnicamente diseñados para mejorar la productividad y competitividad de las empresas (Izquierdo et al., 2021). En ese sentido uno de los estudios del emprendimiento en Ecuador sostiene que los graduados de las IES que generaron esta actividad, se ubican en el 38.6% respecto a la TEA es decir que más de 3.8 millones de graduados de las distintas universidades del país estuvo involucrado en la apertura de un emprendimiento (Lasio et al., 2020).

Dentro de las IES que funcionan en Ecuador se encuentra la Universidad Católica de Cuenca (UCACUE) , ubicada en el austro ecuatoriano en la parte sur del país su matriz se localiza en la ciudad de Cuenca fue aprobada mediante decreto presidencial el 7 de septiembre de 1970, cuenta con una sede en la provincia de Morona Santiago creada en 1973, otra sede en la provincia de Cañar, en el cantón Azogues fundada en 1980, la misma provincia cuenta con dos extensiones en la ciudad de La Troncal y otra en el cantón Cañar, extensiones creadas en el año 1990, cabe mencionar que tanto las sedes como las extensiones se encuentran funcionando (Universidad Católica de Cuenca, 2023).

El número de graduados, en la carrera de Administración de Empresas en estos últimos seis años suman algo más de 300 profesionales formados en las aulas de la Universidad Católica de Cuenca en la provincia del Cañar, (Ingeniería Empresarial Azogues, 2020; Ingeniería Empresarial Cañar, 2020; Ingeniería Empresarial La Troncal, 2020). Respecto a la apertura de negocios en la provincia del Cañar es menester indicar que hubo una disminución de la recaudación tributaria en un 43.41% (Perez, 2021), este porcentaje tiene estrecha relación con la pandemia de COVID-19 pues obligó a más de 22.000 empresarios a cerrar sus puertas a nivel nacional (Deutsche Welle, 2021).

El emprendimiento no tiene que entenderse únicamente como el proceso de vender un producto y generar ganancia, se trata más bien, de un conjunto de actitudes y aptitudes personales que, en interacción con el ambiente interno propio del negocio y con los factores exógenos del ecosistema empresarial, impactan de manera directa o indirecta el desenvolvimiento emprendedor, que se vuelve más significativo si este genera plazas de trabajo para la sociedad.

1.1.2. Las causas y la consecuencia de los hechos

Existen varias causas que pueden provocar como consecuencia la falta de emprendimiento en los graduados de las universidades en el Ecuador, por lo que se presentarán algunas de ellas.

El proceso creativo es un aspecto interesante en el proceso emprendedor , pues a decir de Erro-Salcido et al. (2022) la creatividad en graduados universitarios se puede ver limitada dependiendo el ecosistema empresarial circundante, pero sobre todo por los rasgos característicos de cada individuo pues si no estuvieron presionados por resolver problemas y buscar posibles soluciones, su conducta frente a las circunstancias cotidianas será de indiferencia, dejando de lado experiencias que podrían generar actitudes y aptitudes que reforzarían el carácter emprendedor. Siguiendo esta premisa se cree que una de las razones que obstaculizan el desarrollo emprendedor es asumir que este, al igual que la creatividad y la innovación son rasgos innatos en la persona, sin embargo, la creatividad en los emprendedores se puede potenciar con información por medio de expertos o de manera digital asociándola con la investigación sobre temas de gustos, preferencias y necesidades del consumidor (Lazarte-Aguirre et al., 2020).

Otro elemento a tomar en cuenta es la ausencia de una planeación estratégica, a decir de Peñafiel-Loor et al. (2019) muchos emprendimientos no cuentan con un plan estratégico formalizado, basado en su realidad como son el giro del negocio, misión, visión, valores, mas, si los tuviere muchas veces son réplicas de empresas grandes que lógicamente está alejado del escenario en el que se desenvuelve el emprendedor. Coincide Sumba-Bustamante et al. (2020) al indicar en su estudio que las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el

Ecuador no realizan una adecuada planeación estratégica, y que se desarrollan de manera empírica, basándose en la experticia, y por esta razón muchas de estas no se mantienen en el largo plazo. Entre las limitantes para implementar una planificación estratégica están la falta de tiempo para su elaboración, falta de empoderamiento de gerentes y colaboradores, el desconocimiento teórico-práctico lo que conlleva a manejar el negocio de una manera tradicional basada en la experiencia, por último, aun cuando se haya elaborado una planificación en muchos casos, esta no es socializada con todos los intervinientes en la empresa (Chamorro y Chuga, 2020).

En la estructura coyuntural actual poseer un título de tercer nivel no es sinónimo de éxito en el emprendimiento, el ecosistema emprendedor, las mejoras sustanciales en tecnología, la globalización entre otros hace que el emprendedor adquiera competencias y una cultura de mejora continua para abordar estos escenarios, es así que la capacitación empresarial se torna otro elemento a considerar en el emprendimiento y al menos influye de manera indirecta en la apertura de un negocio y esta relación se torna más significativa si de por medio están las normas sociales y culturales (Diez et al., 2021). El estudio de Vargas y Uttermann, (2020) declara la importancia de la capacitación, debido a que los graduados universitarios se despiden de las aulas con capacidades y habilidades limitadas para el emprendimiento respecto a lo que exige la actividad empresarial, y, a causa de esto muchas veces se mantienen en el desempleo y el subempleo. Sostienen además que a pesar de que el termómetro por excelencia para medir el emprendimiento es la tasa de creación de nuevos negocios, estos datos no se tendrían en el corto plazo.

Otro aspecto limitante al momento de emprender es el financiamiento del proyecto, la persona que desea abrir un negocio no cuenta con el capital suficiente para hacerlo o no tiene conocimiento de las alternativas de financiación que existe. Si a esto se le agrega cumplir con las obligaciones propias de iniciar la actividad económica como cancelar las tasas, impuestos, pago a los colaboradores, proveedores, arriendos, servicios básicos, el costo de emprender es considerable. En consecuencia, al no tener recursos para solventar y no contar con opciones de financiamiento el potencial emprendedor quedará solo con en la etapa de la idea

negocio o buscará ser asalariado. En resumen, la consecución de recursos financieros es una variable muy decisora para la persona que piensa emprender o que piensa expandir su negocio, ya que si en este último escenario la financiación no es planificada puede acarrear problemas financieros al desenvolvimiento del negocio, en este sentido el tema se torna más trascendente ya que el emprendedor deberá determinar de entre todas las fuentes de financiamiento cuál es la más confiable (Borja et al., 2020; Gomez, 2019; Rueda-Granda, 2019).

Es importante recalcar que la falta del apoyo familiar , es una condicionante al momento de emprender, como lo mencionan Torres-Vázquez et al. (2020) quienes argumentan que la familia tiene una influencia significativa en el emprendedor como tal, puede pensar en la decisión de aperturar o no el negocio, y que esta influencia y decisión se fundamenta en cómo se ha formado el individuo en el seno del hogar, señalando a este como el primer formador de características emprendedoras. El apoyo familiar es distinto tanto en varones como en mujeres ya que mientras los primeros reciben apoyo desde el hogar por parte de su pareja realizando las tareas domésticas para que él pueda enfocarse en el negocio, las mujeres en cambio que no reciben este tipo de apoyo coinciden en que sufren de ansiedad al no poder cumplir con las actividades del hogar y de su emprendimiento, claro está que esto depende mucho de los valores, máximas morales y principios que hayan sido inculcados en la familia (Zambrano et al., 2019).

En este sentido Cardella et al. (2020) resumen, que en el emprendimiento femenino el apoyo familiar es fundamental, más aún cuando las condiciones e instituciones no dan el suficiente soporte para desarrollar la actividad empresarial, indica que el apoyo que da la familia adquiere más relevancia cuando proviene de parientes con experiencias emprendedoras, pues se lo ve a estos como ejemplos e inspiración a seguir, finalmente concluye que los miembros familiares pueden apoyar en el sentido financiero, tanto inyectando capital en sus emprendimientos como ayudando a conseguir los recursos necesarios.

Otra causa para el freno del emprendimiento están factores que se mencionan en el trabajo de Juarez-Juarez et al. (2019), que indica que en las IES no se promueve una cultura emprendedora que permita al graduado universitario

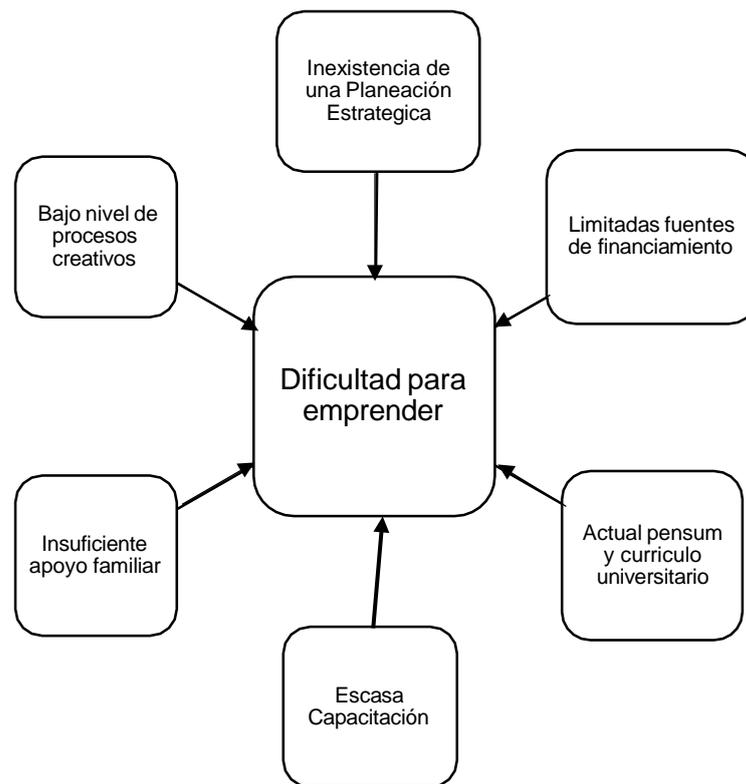
verla como una opción frente a una eventual ausencia de plaza de trabajo. Paralelamente Lascano et al. (2017) en su estudio concluye que las IES deben incorporar en su malla curricular un modelo de gestión de emprendimiento universitario, de tal manera que motive e instruya al graduado no solamente a emprender, sino también a mantenerse en el tiempo. Coinciden con lo anterior, Arias et al. (2021) y Moreira et al. (2018) quienes mencionan que es de vital importancia el revisar y apoyar los planes y programas para la formación emprendedora por parte de las IES.

En definitiva, el emprendimiento es un foco de desarrollo para la economía de cualquier país, sin embargo, se encuentra en el camino con factores que podrían desacelerar, entorpecer, e incluso detener y hacer abandonar el proceso, en este sentido, otros aspectos a más de los arriba descritos que podrían afectar al emprendimiento podrían ser las altas tasas impositivas, el trámite burocrático, la falta de apoyo gubernamental en todos sus niveles, la inestabilidad legal y tributaria. Por estas razones se llama a trabajar en conjunto al triángulo universidad, gobierno y empresas para juntos organizar la concepción de políticas públicas que ayuden a la generación y sostenibilidad del emprendimiento.

1.1.3. Grafica de causas y consecuencia del problema a investigar

A continuación, se ilustra en la figura No 1 la contextualización de las causas y consecuencias de los hechos y de cómo estos influyen en el problema a investigar.

Figura 1 Mapa conceptual del problema bajo estudio



Fuente: Elaboración Propia

1.2. Antecedentes teóricos del planteamiento del Problema

A continuación, se revisará la literatura relacionada con la variable dependiente y las variables independientes, Esta revisión preliminar tiene como propósito fundamentar las hipótesis que se deriven del análisis realizado

1.2.1 Antecedentes Teóricos de la variable dependiente el emprendimiento (Y)

Según Kuratko (como se citó en Sopó et al., 2017) el emprendimiento va más allá de la apertura de un negocio, y muchas veces se enfoca hacia adentro, viendo al emprendedor como un líder que inspira a su equipo a trabajar hacia metas comunes, cualidades similares que también tienen una gran demanda en negocios establecidos, aquellos que tienen rasgos empresariales son los que más pueden prosperar en el mercado actual al generar ideas novedosas para productos y

servicios regulatorios. Sin embargo, también es necesario que los cambios sean comunicados de manera que inspiren a los miembros de las organizaciones a llevarlos a cabo.

Según Bedoya et al. (2017) la expansión económica depende en gran medida de la actividad empresarial. El constante contexto competitivo obliga a los líderes empresariales a revisar su enfoque estratégico identificando los elementos que fomenten en el emprendimiento al interior de sus entidades, y de esta manera mejorar su competitividad a través del desarrollo emprendedor dentro de la empresa, estas consiguen renovar la manera en que satisfacen los gustos y preferencias del consumidor, al adoptar prácticas que a más de generar ganancias consideran el impacto social y económico de las innovaciones aplicadas.

Para Pico et al. (2017) los recientes desarrollos en el estudio del emprendimiento se pueden atribuir a la variedad de métodos que se han utilizado abordando el tema principalmente en los aspectos: económico, psicológico e institucional. El emprendimiento en cuanto al primer aspecto impulsa el crecimiento económico de un país a través de canalizar la innovación dentro de su territorio que se ve reflejado en un tejido empresarial fortalecido con un mayor número y calidad de empresas. El enfoque psicológico se basa en las habilidades individuales necesarias para emprender, incluyendo las capacidades adquiridas que logren aumentar nuevos emprendimientos a través de ideas innovadoras. El enfoque institucional está influenciado por diversos elementos, que va desde el ámbito informal como las actitudes y espíritu emprendedor hasta el ámbito formal como las regulaciones y burocracia para la creación de nuevas empresas.

Coronel & Ortega (2019) indican que no importa qué tipo de negocio inicie alguien o por qué lo haga; este se clasifica inmediatamente como un acto de emprender. En este sentido el emprendimiento es tratado como tal por que se ha obtenido el Registro Único de Contribuyente a través del Servicio de Rentas Internas en el Ecuador (SRI), aun cuando estos negocios no cuenten con permisos de funcionamiento emitidos por autoridades de control como el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), Municipios, Cuerpo de Bomberos, lo que se podría denominar como emprendimiento informal.

Un emprendimiento formal por su parte grava impuestos, paga permisos de funcionamiento, afilia a sus colaboradores al IESS; todas estas acciones tienen un efecto positivo en la localidad donde está funcionando el negocio. Estos emprendimientos a nivel de Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) son ampliamente reconocidos como la columna vertebral en el sostenimiento de la economía de un país.

Según Alvarado-Choez et al. (2021) el emprendimiento es una herramienta fundamental para transformar el conocimiento en un elemento económicamente lucrativo. En este sentido el emprendimiento se convierte en un factor determinante para el desarrollo económico ya que apoya el cambio tecnológico, impulsa la competitividad y fomenta la innovación. Aducen que el conocimiento conjuntamente con la flexibilidad ha hecho evidente que promover el emprendimiento es esencial para fortalecer las capacidades de cualquier país.

1.2.2 Antecedentes de investigaciones teóricas de la variable dependiente emprendimiento (Y) con respecto a las variables independientes

En esta sección se hará énfasis en la manera en que estas variables independientes se vinculan con la variable dependiente.

a) X1. Creatividad

Lee et al. (2004) argumentan que la creatividad y la diversidad social favorecen el nacimiento de nuevas empresas. En este sentido la creatividad se analiza mediante una métrica que indica la magnitud de “bohemos” y otras personas con creatividad artística en una localidad determinada, en otras palabras, mide la creatividad artística y el dinamismo intelectual de una zona, y se supondría que las localidades con calificaciones más altas atraigan a personas creativas que fomenten ideas nuevas acelerando su flujo, lo cual es esencial para el nacimiento de nuevas empresas.

La creatividad en el ámbito del emprendimiento se vincula principalmente con personas que buscan instaurar una actividad económica de manera autónoma, aunque dichas personas cuenten con una formación académica avanzada y experiencia en un sector determinado, la creatividad no se limita exclusivamente a estos aspectos, más bien, se trata de una cualidad intrínseca que requiere un tratamiento para poder ser evaluada. Para ello la educación en habilidades sociales permite gestionar estas ideas creativas mediante procesos aprendidos de manera científica, lúdica o técnica. (Peñaherrera & Cobos, 2012).

Según Laura & Llamocca (2019) para desarrollar la actitud y el comportamiento emprendedor, la creatividad es un pilar fundamental en el proceso, ya que la ausencia de esta solo provocaría la imitación y el desperdicio de oportunidades. Fomentar la creatividad en las personas coadyuba al perfil emprendedor a desarrollar habilidades y actitudes que facilitan el desenvolvimiento emprendedor para llevarlo de manera lógica, con actividades sistemáticas y orientada a la solución de problemas.

b) X2. Planeación estratégica

La relación entre la planeación y el emprendimiento es mencionada de forma positiva por Sornoza et al. (2018) quienes indican que entre tener éxito y rendirse ante el fracaso, la diferencia radica en la capacidad de desarrollar planes, esta acción dispone a un individuo estar preparado para un evento emprendedor, además, aseveran que los emprendedores deben tener la capacidad de planear para alcanzar los objetivos establecidos en las diferentes áreas de la empresa, sean estas financieras, de mercadeo, de producción, entre otras.

A decir de Leyva et al. (2018) la estrategia adquiere un valor notable, ya que se traduce en la capacidad gerencial para tomar decisiones en un entorno cambiante y con información muchas veces sesgada. Esta capacidad se manifiesta en la creación de una Planeación estratégica para las distintas empresas, la cual proporciona a los administrativos una hoja de ruta clara para desarrollar las actividades propuestas y alcanzar el cumplimiento de los objetivos.

Para Sumba-Bustamante et al. (2020) la Planeación estratégica con sus funciones y características permiten desarrollar en la empresa una perspectiva económica global, facilitando su avance, identificando sus prioridades empresariales y distribuyendo recursos para adaptarse a los cambios del entorno, maximizando la rentabilidad. La Planeación estratégica permite evaluar las alternativas que se tiene para tomar una decisión fundamentada e informada, al mismo tiempo permite el equilibrio de las actividades internas para que puedan lograr una alineación integral en la consecución de objetivos.

c) X3. Capacitación

La capacitación empresarial tiene un impacto significativo en la pasión por emprender tanto a corto como a largo plazo lo que finalmente conduce al nacimiento de nuevas empresas. Para entender mejor los escenarios bajo los cuales la formación tiene estos efectos, es fundamental comprender los factores subyacentes que generan y mantienen la pasión a lo largo del tiempo. Los participantes de un curso de formación tienen un aumento inicial en su pasión por emprender, sin embargo, para mantener este resultado los participantes deben crear un sentido de dominio sobre el espíritu empresarial, en ausencia de ese dominio los individuos pueden gradualmente, perder su entusiasmo por el emprendimiento. (Gielnik et al., 2017).

En relación a la importancia de la capacitación García-Macías et al. (2018) indican que este es un factor que hay que tomar en cuenta en el proceso emprendedor y que se deben fortalecer con programas de apoyo y consultoría con el fin de ayudar a la construcción de plataformas tecnológicas y el grado de internacionalización. Concluyen que los servicios de apoyo y la capacitación impactan en menor medida en el emprendimiento, y esto se debe a que existe una pésima aplicación de los programas de capacitación.

Las personas que han tomado la decisión de emprender deben tomar en cuenta lo importante que es capacitarse de manera continua para mantener sus conocimientos a la vanguardia y le permitan asimilar oportunamente la transición en los cambios que se dan en el entorno. En este sentido los sistemas de educación

formal y semiformal tienen un papel trascendental en la capacitación y educación de los individuos que quieren iniciar un negocio, para que lo realicen de manera ordenada y sistémica, desenvolviéndose de acuerdo a sus objetivos y restricciones (Malvacias-Escalona et al., 2022).

d) X4. Acceso a financiamiento

Considerando que el acceso al financiamiento es importante para el desarrollo de emprendimientos, Canales et al. (2018) desarrollaron una investigación sobre el crowdfunding como fuente de financiamiento para emprendimientos sociales, de lo cual indican, se puede afirmar que existe una oportunidad potencial del uso del crowdfunding, para financiar emprendimientos, debido a las bajas comisiones que las plataformas cobran por la intermediación, los tiempos cortos en que se puede obtener el financiamiento. Además, aseveran que el éxito de la financiación depende del emprendedor y su participación activa durante la campaña para gestionar la visibilidad del proyecto.

En relación al acceso financiamiento, García-Macías et al. (2018) indican que la consolidación de una nueva empresa depende de las condiciones del entorno en el que se desarrolla. Los autores identificaron tres factores necesarios para que el entorno permita los emprendimientos, siendo uno de ellos el acceso al financiamiento, indicando que este contribuye con las personas que emprenden a contar con más alternativas respecto de la sostenibilidad de sus empresas, luego mencionan el marco regulatorio y los servicios de apoyo y capacitación.

Nguyen (2020) refuerza las teorías que establecen que las barreras percibidas del contexto, un ambiente universitario que pone de manifiesto su apoyo al emprendimiento y la percepción del acceso al financiamiento son factores relevantes en el desenvolvimiento del control de la conducta percibida como emprendedor, este control conductual es esencial a la hora de influir en la intención empresarial, pues sirve de mediador entre los factores ambientales y el financiamiento. Esta información es crucial para los actores políticos y las universidades al momento de crear programas de apoyo eficientes para el emprendedor. En este sentido es importante que las intervenciones consideren

aspectos específicos del ecosistema del emprendimiento como el acceso y obtención del financiamiento.

e) X5. Apoyo familiar

El apoyo familiar ha sido un tema explorado no en profundidad, lo que dificulta la existencia de una definición universal, no obstante, se reconoce que el concepto engloba varias dimensiones, entre ellas se encuentran la comunicación, problemas al interior del círculo familiar, resolución de conflictos, grado de afectividad, establecimiento de reglas. Si se aborda al apoyo familiar desde un contexto psicosocial dinámico, se necesita tener en cuenta que en la manera en que se manifiesta, los significados que se le tribuyen y los valores que lo sustenten solo podrán ser comprendidos en el marco de un contexto histórico (Jiménez et al., 2011).

La falta de apoyo familiar desemboca en un mayor grado de temor en aquellas personas que, aun teniendo un alto índice de autoeficacia para crear un negocio resulta en última instancia, en menores intenciones futuras para iniciar un emprendimiento, este aumento en el temor por emprender provocado por la ausencia del apoyo familiar es atribuido por distintas barreras económicas, sociales y culturales (Ahmed et al., 2021).

La influencia de la familia no solo se limita al ámbito emocional, también juega un papel trascendental en el incentivo de las habilidades sociales y de gestión necesarias para emprender. Es importante reconocer que no todas las familias poseen experiencia previa en el mundo empresarial ni cuentan con los recursos financieros suficientes para brindar apoyo directo a sus miembros en la gestión de un emprendimiento. En este sentido el apoyo a la educación empresarial requiere una sinergia entre familia, gobierno y sociedad de tal manera que se pueda brindar toda la ayuda en la elaboración de programas apropiados hacia los emprendedores. En definitiva, la familia actúa de manera directa en el fomento del espíritu empresarial, al prestar el apoyo y el aprendizaje indispensables para los miembros que desean realizar un emprendimiento. (Harahap et al., 2023)

1.3. Pregunta Central de Investigación

¿Cuáles son los factores que impulsan el emprendimiento en los graduados de una universidad Privada en el Ecuador?

1.4. Objetivo General de la Investigación

Determinar los factores que permiten impulsar el emprendimiento en los graduados de la carrera de Administración de Empresas que estudiaron en la Universidad Católica de Cuenca, en la provincia del Cañar. Cabe señalar que se analizarán únicamente a aquellos graduados que tienen un emprendimiento activo.

1.4.1. Procesos Metodológicos de la Investigación

1. Analizar los antecedentes del problema a investigar, con el objetivo de comprender a profundidad la naturaleza de la problemática y establecer un marco de referencia sólido para el presente trabajo.
2. Identificar el marco teórico de las variables independientes y variable dependiente, para proporcionar un sustento conceptual sólido que permita asegurar la coherencia en el desarrollo del trabajo.
3. Generar un instrumento de medición del emprendimiento que sea válido y confiable, este instrumento ya construido, permitirá medir, cuantificar y analizar las características de un emprendimiento con precisión y objetividad.
4. Definir la población y muestra del estudio a encuestar para validar las variables, asegurando que la muestra sea lo suficientemente representativa para garantizar la fiabilidad de los resultados
5. Aplicar el instrumento y obtener los resultados de la investigación, los mismos que se contrastarán con las hipótesis generales planteadas en el presente trabajo.

1.5. Hipótesis General de Investigación

Los factores que impulsan el emprendimiento en los graduados de una Universidad privada son: creatividad, planeación estratégica, capacitación, acceso a financiamiento y apoyo familiar.

1.6. Metodología

El presente trabajo de investigación es cuantitativo porque se utilizan estadísticas para obtener los resultados. Es transeccional porque se hace en un momento específico, es de tipo exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo. Es exploratorio ya que se hará en un contexto no estudiado con anterioridad. Descriptivo ya que se presentarán los antecedentes del emprendimiento en el Ecuador y a nivel universitario. Correlacional en la cual mide el nivel de correlación entre las variables y de tipo Explicativo en cuanto se explica el fenómeno estudiando y la comprobación de las hipótesis.

La investigación es de diseño no experimental pues no se manipula ninguna de las variables. Las técnicas a utilizar son documental-bibliográfica, donde se centran todos aquellos procedimientos que conlleva el uso práctico y racional de los recursos disponibles en las fuentes de información y se recopilan la información de datos bibliográficos, además se utiliza la técnica de campo a partir de una encuesta para la recopilación de datos empíricos en el contexto.

1.7. Justificación de la Investigación

- **Justificación Teórica:**

En este trabajo se identifican las teorías que le dan un aporte al conocimiento en el área de emprendimiento, abordando el tema desde una perspectiva multidisciplinaria permitiendo comprender su complejidad, a través de las variables que inciden en su desenvolvimiento. Los resultados serán de interés para el campo de las Ciencias Sociales, ya que a partir de la presente tesis doctoral se pueden desarrollar trabajos futuros, bien sea fundamentados o relacionados con la actual investigación. Un aporte importante lo da Schumpeter (1911/2003) que enfoca el

protagonismo en el emprendedor quien es el que introduce mejoras en los procesos o revoluciona los mismos. Otro aporte significativo es de Drucker (1985) que encasilla el espíritu emprendedor en tres categorías: las entidades gubernamentales, las empresas existentes y las empresas nacientes, menciona que en primera instancia se deben tratar las necesidades, problemática y el entorno de las dos primeras para sentar las bases para las personas que inician su emprendimiento.

- **Justificación Metodológica:**

Se aporta al usar el método científico para realizar este proyecto, se hace una propuesta metodológica que ayudará a resolver un problema real, con la elaboración de una encuesta para obtener información que concluya en identificar los factores que influyen en los graduados de la Universidad Católica de Cuenca. El método científico garantizará la validez de los datos y del análisis de los resultados a través de la implementación de un método estadístico que opere esta información.

- **Justificación Práctica:**

Esta investigación ayudará a

- Los graduados de las universidades a reforzar factores que contribuyan a impulsar el emprendimiento y mitigar elementos que pudieran limitar a la hora de emprender.
- A los directivos de las universidades a proponer estrategias educativas de mejora en sus programas académicos de manera que los graduados se incorporen en el mundo laboral con herramientas que les sean útiles en el campo del emprendimiento.
- Al gobierno local que puede, redactar ordenanzas municipales, diseñando conjuntamente con la academia planes o programas de apoyo y fortalecimiento del emprendimiento, a través precisamente de los hechos estudiados, que entre otras acciones podrían ser el desarrollo de una cultura creativa, asesoría en el diseño de planes estratégicos, cursos de capacitación, la creación de nuevas políticas para el acceso a financiamiento, y la vinculación

familiar, todas estas acciones encaminadas al sostenimiento del emprendedor en una visión nacional y no solo a nivel local.

1.8. Delimitaciones del estudio

- **Espaciales:** El trabajo investigativo se realizará al sur del Ecuador, en la provincia del Cañar, donde la UCACUE tiene extensiones que funcionan en las ciudades de La Troncal y Cañar y una sede que funciona en la ciudad de Azogues como se ilustra en la figura No 2.

Figura 2 Mapa del Ecuador - Provincia del Cañar



Fuente: Ecuadornoticias

- **Demográficas:** El objeto de estudio es una universidad privada en el Ecuador llamada “Universidad Católica de Cuenca” con tres unidades. El sujeto de estudio son los alumnos que se graduaron de la carrera de Administración de Empresas en los últimos 6 años es decir desde el año 2018 al 2023 y que tienen un emprendimiento activo.

Tres razones para decidir hacerlo en esta población de estudio:

- Existe solo una universidad privada en la provincia del Cañar que es la UCACUE y funciona con dos extensiones, una en la ciudad de Cañar y la otra en la ciudad de La Troncal, cuenta además con una sede en la ciudad de Azogues.
 - Segundo, se miden a los estudiantes graduados de esta universidad, no obstante, se lo hace únicamente a aquellos que tengan un emprendimiento activo, ya que ellos pueden ayudar a comprender que factores los ha impulsado a emprender.
 - Finalmente, la provincia del Cañar es una zona en el sur del Ecuador con características específicas en donde su principal actividad es el comercio de bienes.
-
- **Temporales:** La investigación es transeccional ya que se lo realizará en un momento determinado.

1.9. Matriz de Congruencia

En la siguiente matriz se podrá apreciar la coherencia interna y la alineación entre los distintos componentes de la investigación

Tabla 1 *Matriz de Congruencia*

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL	FUNDAMENTO TEÓRICO	HIPÓTESIS	VARIABLES
¿Cuáles son los factores que impulsan el emprendimiento de los graduados de una universidad Privada en el Ecuador?.	Determinar los factores que permiten impulsar el emprendimiento en los graduados de la carrera de Administración de Empresas que estudiaron en la Universidad Católica de Cuenca, en la Provincia del Cañar	Pico et al. (2017); Coronel & Ortega (2019); Alvarado-Choez et al. (2021) Peñaherrera & Cobos (2012); Laura & Llamocca (2019) Leyva et al. (2018); Sumba-Bustamante et al. (2020) García-Macías et al. (2018); Malvacias-Escalona et al. (2022) Canales et al. (2018); Nguyen (2020) Ahmed et al. (2021); Harahap et al. (2023)	Los factores que impulsan el emprendimiento de los graduados de una Universidad privada son: Creatividad, Planeación Estratégica, Capacitación, Acceso a financiamiento y Apoyo familiar .	X1 Creatividad, X2 Planeación Estratégica. X3 Capacitación. X4 Acceso a financiamiento, X5 Apoyo familiar Y Emprendimiento de los graduados

Fuente: Elaboración propia

A través de la presente investigación se pretende identificar los factores de riesgo que tienen mayor influencia en el proceso de emprender y que se manifiestan al momento de iniciar un negocio. Con base al análisis lo que se busca es elaborar un proceso de fácil comprensión y seguimiento de manera que los emprendedores puedan aplicarlo sin dificultad. La finalidad es incentivar la creación de emprendimientos orientados al éxito, evitando el cierre prematuro y la generación de pérdidas y desempleo. Una de las contribuciones principales de esta investigación es proporcionar a partir de las estadísticas, los puntos fuertes y débiles del entorno emprendedor para facilitar la toma de decisiones y seguir vigentes en el mercado.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

En el capítulo dos se realizará un análisis detallado de las teorías existentes respecto de la variable dependiente y las variables independientes, de forma paralela se presentarán estudios de investigaciones aplicadas que relacionan las variables de estudio.

2.1 Marco teórico de la variable dependiente Y “Emprendimiento”

El tema del emprendimiento ha sido causal de varios trabajos de investigación desde la perspectiva de distintos campos, tales como el económico, el psicológico, social que han dado soporte a una serie de teorías y definiciones que han sido discutidas a lo largo del tiempo. Quizá la clasificación más aceptada sea el de emprendimiento por oportunidad y emprendimiento por necesidad, se habla del primero cuando las personas distinguen una oportunidad en el mercado empresarial y abren negocios de manera planificada, se financian ordenadamente, creando así fuentes de empleo y dinamizan la economía de la localidad; en el emprendimiento por necesidad en cambio subyacen de escenarios como la resignación de no lograr ocupar una plaza de trabajo, insatisfacción en el empleo actual, por lo que la persona se ve obligado a emprender, razón por la cual muchas veces son negocios improvisados que a la larga no contribuyen en el desarrollo de una economía.(Marulanda et al., 2014).

2.1.1. Teorías y Definiciones

a) Teorías

En su obra denominada “Teoría del desarrollo económico” Schumpeter (1911/2003) desafía las Teorías estáticas de la economía al enfocarse en el dinamismo de esta, aduce que dicha evolución está protagonizada por ciertos actores, pero de manera especial en los emprendedores que impulsan un cambio en la economía. Habla sobre la innovación como uno de los elementos para el desarrollo económico y que son precisamente los emprendedores los que

introducen estas mejoras que interrumpen el equilibrio existente, estas innovaciones pueden ser de carácter tecnológico, organizacional o de mercado y generan a decir de Schumpeter la destrucción creativa que consiste en que nuevas ideas, procesos y tecnologías suplanten a las actuales.

El autor menciona la relación que existe entre el beneficio, capital, ahorro, crédito e interés y de cómo estos elementos coadyuban al proceso, además advierte que existen cambios puntuales en el medio ambiente para que el desarrollo económico se produzca de manera automática, a saber:

- Aumento en la población
- Incremento de capital
- Mejoras en los elementos de producción
- Avances en la organización económica industrial
- Progreso en los deseos de los consumidores.

Por su parte, en la obra titulada “Risk, Uncertainty, and Profit”, Knight (1921) afirma que el emprendedor es quien asume los riesgos e incertidumbres en el ecosistema empresarial. En su teoría Knight insta claramente la diferencia entre riesgo (aleatoriedad con probabilidades conocidas) e incertidumbre (aleatoriedad con probabilidades desconocida). El primero puede ser objeto de medición y por lo tanto podría ser susceptible de controlar, entonces, se podrían considerar en los balances de la empresa, inclusive podría calcularse en base a una prima de seguro por incendio, robo, accidentes laborales. Por otro lado, la incertidumbre la cataloga como eventos inesperados en el mercado incapaz de prevenir o proyectar, es por ello que la toma de decisiones se torna un aspecto medular en las funciones del emprendedor, a partir de este punto, precisa que las ganancias del negocio una vez cancelados las cargas impositivas y honrado las cuentas a terceros se puede percibir como una recompensa por afrontar la incertidumbre.

Respecto del emprendedor Knight (1921) alega que es el único elemento productivo que produce valor considerándolo como un gestor dinámico e innovador, responsable de todos los valores económicos que se han dado con anterioridad en el proceso evolutivo de la sociedad, y establece dos pasos a considerar al momento

de iniciar una actividad productiva: la estimación de la demanda futura que intenta satisfacer y la estimación de los resultados de los procesos que conllevan satisfacer esa demanda, con esto se visualiza al emprendedor como la persona dinámica que asume riesgos en condiciones mercantiles dinámicas. Menciona por último que no reconoce como emprendedor a una persona que trabaja sin más que con recursos de terceras personas.

El pensamiento de Drucker (1985) parte de que todos los objetos, procesos, incluso teorías creadas por el hombre se vuelven obsoletos, de aquí que llama a las instituciones de gobierno y empresa privada a hacer de la innovación y el espíritu emprendedor la práctica diaria convirtiéndola en una actividad integral. Sostiene que los hechos innovadores no se dan en los momentos de caos sino mas bien en la pasividad de los procesos, por esta razón, Drucker considera que la innovación no debe considerarse como sinónimo de desarrollo tecnológico, pues existirán empresas con un avance considerable en tecnología pero que se encontrarán con factores exógenos que no permitan desarrollar ese avance.

En este sentido el autor define como “innovación sistemática” a la atención de ciertas oportunidades innovadoras, que las divide en dos grupos; el primero compuesto por cuatro factores que se dan dentro de la empresa, es decir factores internos a saber: lo inesperado entre éxito y fracaso, la incongruencia de la realidad entre lo que es y lo que se esperaba que sea, la innovación basada en procesos, y los cambios en la contextura del mercado.

El segundo grupo está integrado por factores externos que son cambios en la demografía, cambios en la percepción del consumidor, nuevos conocimientos sean científicos o no. Estas siete fuentes de oportunidad innovadora, aunque puedan trastocar aspectos similares entre ellas cada una tiene sus propias características, y vuelve a insistir en que las innovaciones basadas en la tecnología no tendrían necesariamente que ser el aspecto medular para emprender.

Drucker (1985), clasifica al espíritu emprendedor en tres casos específicos:

- Las entidades de servicio público

- Las empresas existentes
- La nueva empresa.

Manifiesta el autor que estos tres actores pueden experimentar con una corta o ninguna diferencia, las siete fuentes de oportunidad innovadora, sin embargo, hace una distinción en el desarrollo emprendedor, argumenta que primero se debe abordar los problemas, necesidades, prácticas, políticas de las empresas existentes y las entidades gubernamentales, para de esa manera gestionarlas en el emprendedor naciente. Señala además que las empresas medianas y las instituciones del gobierno son las que tienen un mayor potencial para desarrollar emprendedores e innovadores de éxito pues cuenta con recursos ya establecidos para desarrollar una eficaz gestión empresarial.

Por su parte la teoría Basada en Recursos y Capacidades se enfoca en el estudio del aspecto interno de la empresa, al hablar de los primeros menciona que estos se dividen en tangibles, y en intangibles que puede ser representada por el posicionamiento, cultura organizacional. Las capacidades se refieren a la experticia y competencias innatas o adquiridas que tiene el personal para administrar eficientemente esos recursos. Esta teoría señala que las empresas deben desarrollar recursos y capacidades de validez, para crear una ventaja competitiva. Para abordar el emprendimiento desde la perspectiva de esta teoría se incluyen a más de los elementos citados, el rol del emprendedor destacando su capacidad cognitiva, sus habilidades, y teniendo en cuenta que este posee insumos propios; el reconocimiento de oportunidades que pueden proporcionar la apertura de recursos y capacidades que de otra manera no estarían claramente visibles; finalmente la capacidad de organizarse para aprovechar eficientemente sus recursos. Anexando estos tres aspectos se ayuda a los emprendedores a crear una ventaja competitiva sostenible (Alvarez & Busenitz, 2001).

b) Definiciones

Según Medina et al. (2017) en cuanto a los negocios, el término "espíritu empresarial" se utiliza para describir el esfuerzo de cualquier individuo para iniciar un negocio. El espíritu empresarial de calidad, como el que se basa en el

conocimiento y la invención, ayuda a los países a ser más competitivos, lo cual es importante por varias razones, entre ellas el aumento de las oportunidades de empleo. Este tipo de empresa, que se desarrolla por necesidad y excelencia, es el tipo que deberíamos fomentar. En este contexto se refiere a la práctica de iniciar nuevas empresas con el objetivo de mejorar el clima económico actual.

Para Llamas Fernández & Fernández Rodríguez (2018) autores del concepto de emprendimiento que ha estado ligado durante mucho tiempo a la idea de asumir riesgos significativos. Muchos dueños de negocios sin éxito cometen el error de desarrollar un producto, obtener financiación y comercializar el producto antes de solicitar la opinión de los usuarios. Es cuando los dueños de negocios descubren que a sus compradores no les importaba la mayoría de las cosas que incluían en sus productos.

Por otro lado, los autores detallaron que la disposición de uno para participar en una conducta empresarial (deseabilidad percibida) se caracteriza mejor como una combinación de la propia perspectiva y sus impresiones de las normas sociales que rigen el tema. Este atractivo se remonta a las normas culturales y sociales. No existe un emprendedor sin espíritu emprendedor, que incluye la capacidad de reconocer nuevos nichos de mercado y perseguirlos.

Según Chirinos Araque et al. (2018) definición del espíritu empresarial como una forma de pensar, razonar y actuar que busca crear riqueza identificando y capitalizando oportunidades, desarrollando una perspectiva global e implementando un enfoque equilibrado de liderazgo; el proceso de tomar riesgos calculados para crear valor para el negocio, la economía y la sociedad en general. Indicaron también que los dueños de negocios exitosos son aquellos que pueden ver que las corporaciones tienen la responsabilidad de cumplir con los requisitos sociales del público sin dejar de obtener ganancias. El espíritu empresarial sostenible se define como el estudio de descubrir, crear, ordenar y capitalizar las posibilidades de generar bienes y servicios futuros, considerando las repercusiones de hacerlo desde la perspectiva de las ciencias sociales. todas las esferas de la sociedad y el mundo natural.

Según Zamora-Boza (2018) mencionó que, debido a su naturaleza, el espíritu empresarial se encuentra en la intersección de varios sistemas, tales como: sociales, económicos y ecológicos. Por lo que, lo que lo convierte en un fenómeno fascinante y complejo que merece un estudio interdisciplinario y multidisciplinario. Existen una serie de factores, incluido el espíritu emprendedor natural de las personas, el acceso a educación e información de calidad, la facilidad con la que se puede ingresar a los mercados y las normas sociales y culturales establecidas, que contribuyen al surgimiento de nuevas actividades productivas en un país, mientras que las restricciones a la libre circulación de mano de obra, la regulación gubernamental excesiva y las prácticas corruptas funcionan para desalentar la energía del sector productor.

Para Terán & Guerrero, (2020) estar en sintonía con las señales del mercado le da al empresario una ventaja sobre la competencia. El espíritu empresarial enfatiza el "estado de alerta" en lugar de la familiaridad con los mercados potenciales. Los autores hacen hincapié en la importancia de la competencia y aseguran que la inversión metódica de la toma de decisiones entre períodos proporciona un medio para mejorar la competitividad a través de una mayor conciencia y la oportunidad de establecer paralelos con eventos pasados.

Según Lazarte Aguirre (2021) mencionó en su investigación que la capacidad de reconocer y responder a las necesidades del mercado es esencial para el éxito comercial, y la innovación es la herramienta que utilizan los empresarios para implementar estos cambios y establecer nuevos productos y servicios. Los escritores llegan a la breve conclusión de que, dado que el emprendimiento comprende procesos continuos de recombinação de conocimientos, aplicación de ideas en productos, servicios o modelos organizacionales de valor, puede caracterizarse en términos de innovación. No es definición de emprendimiento.

Los autores López & Rivera (2022) describen que el emprendimiento global es un proceso sistémico crítico porque crea nuevos negocios y empleos. La crisis de salud mundial ha tenido un impacto en la próspera escena de empresas emergentes de Ecuador, que está impulsada por una combinación de oportunidad

y necesidad. Además, el espíritu empresarial se está convirtiendo en un factor clave en el crecimiento económico y el desarrollo nacional. La capacidad de innovar es crucial en este proceso porque permite transformar las actividades en formas más eficientes.

2.1.2 Investigaciones aplicadas sobre la variable Y “Emprendimiento”

El trabajo de Stefanovic et al. (2010) se enfocaron en el estudio de los factores de motivación y éxito en los emprendedores de Serbia. Se envía el cuestionario desarrollado por Hung M. Chu a 350 PYMES de todo el país, de los cuales responden 79, para establecer si los componentes de motivación y éxito se agrupan en factores significativos, se utiliza el método de extracción de análisis de componentes principales con el método de rotación de normalización Varimax con Kaiser para desarrollar las cargas factoriales. Sobre la variable éxito la investigación determina 7 factores que influyen en la misma, y ubica a acceso a capital en el factor “Habilidades Interpersonales”, y apoyo de familiares y amigos en el factor “Aprobación y Apoyo”. Los resultados muestran que para los emprendedores los factores de motivación son variados, sin embargo, algunos de estos se repiten de manera continua, mientras que para los factores del éxito no es universal pues está condicionado por la situación del contexto local.

Por otro lado Awais Ahmad Tipu & Manzoor Arain (2011) abordan el vínculo entre los factores de éxito y emprendimientos en el país de Pakistan. Los autores se basan en la teoría conductual del emprendimiento desarrollando estudios de caso, seleccionando tres locales comerciales de la industria alimentaria en la ciudad de Karachi, de una lista preliminar que validaban ciertos criterios y parámetros como filtro. Se solicita a los empresarios que detallen los factores de éxito del emprendimiento, obteniendo como resultado que, la planificación, asesoría técnica externa para el aprendizaje, y gestión de financiamiento que, aunque estos emprendedores operan en un contexto desfavorable, tienen un patrón de conducta similar, con los empresarios de éxito de regiones más desarrolladas en el mismo país.

Sastre (2013) desarrolla una investigación que busca identificar los factores que fomentan el éxito de los emprendedores. El trabajo tiene lugar en Buenos Aires, Argentina, se selecciona una muestra no estadística de 89 emprendedores y se los divide en tres grupos: a) emprendedores potenciales, aquellos que tienen la intención de aperturar su empresa; b) emprendedores nacientes quienes tienen funcionando un emprendimiento menos de dos años; c) emprendedores consolidados quienes tienen funcionando un emprendimiento más de dos años. El cuestionario está conformado por cinco factores que se relacionan con el éxito de los emprendimientos. Los resultados concluyen que en el factor: Requisitos para emprender los tres grupos coinciden en los incentivos de financiamiento, y la capacitación. En los Factores que contribuyen con el éxito, los tres grupos concuerdan que una buena planificación y la búsqueda de asesoría, son puntos medulares en la consecución de los objetivos.

En la investigación de Robalino et al. (2014) el objetivo de estudio fue investigar las actividades empresariales de los graduados que se dedican a realizar actividades económicas, de esta manera promoviendo el emprendimiento como una opción de estilo de vida e impactando en actividades empresariales. La investigación se llevó a cabo en la Escuela Politécnica Nacional de Quito, Ecuador, aplicaron el cuestionario que está fomentado a la Cultura Empresarial para evaluar a los graduados si están contribuyendo a la responsabilidad social, tal como menciona en la misión de la Universidad, encuestaron a 2000 graduados de la Universidad Salesiana. Los resultados resaltaron la importancia de los programas universitarios de emprendimiento para inspirar y ayudar a los jóvenes a emprender, lo que beneficia tanto a los estudiantes como a la comunidad en general.

En el trabajo de Ortiz (2017) el objetivo de la investigación fue el de analizar el perfil emprendedor de los estudiantes universitarios, centrándose en los incentivos y las barreras que influyen en su mentalidad emprendedora. La investigación tuvo lugar en la ciudad de Cuenca, Ecuador, se aplica el cuestionario de Intención Emprendedora y Competencias en Estudiantes Universitarios (IECEU) elaborado por la universidad Politécnica de Cartagena de España a 400 estudiantes distribuidos entre la Universidad del Azuay, y la universidad Politécnica Salesiana fue realizada por la Universidad Católica De Loja en la ciudad de Cuenca. Los

principales resultados de la investigación destacaron que dentro del perfil del emprendedor los factores contextuales, la actitud hacia el emprendimiento y la autoeficacia son elementos determinantes para gestionar la intención emprendedora.

Agarwal et al. (2018) desarrolla una investigación para relacionar los factores motivacionales y de éxito del emprendimiento. El trabajo tiene lugar en el estado de Uttar Pradesh, India, se encuestan a 156 mujeres que tengan al menos un año de experiencia empresarial, se realizó a través del método de muestreo de Bola de Nieve. El cuestionario está estructurado por cinco factores motivacionales con once preguntas, y cinco factores de éxito con diecisiete preguntas, se utiliza el Análisis Factorial Exploratorio para el tratamiento de las respuestas obtenidas. Los resultados muestran que, dentro de los factores motivacionales la "Satisfacción" es lo último que consideran las mujeres, este factor involucra entre otras cosas la formación y capacitación previas respecto al éxito emprendedor. Mientras, en los factores de éxito en la dimensión "Redes Sociales" resalta el apoyo que brindan al emprendedor sus familiares y amigos.

En el artículo de Adjei et al. (2019) se ilustra como las relaciones familiares moderan el desempeño de una empresa. El estudio tuvo lugar en Suecia en empresas privadas de corte longitudinal 2002-2012, que tuvieran hasta 50 colaboradores en el año 2002. El modelo utilizado es el de Efectos Fijos (EF) que integran elementos como el tiempo, región e industria para controlar componentes no capturados por el modelo, y errores estándar a los conglomerados para mitigar la heteroscedasticidad. Concluyen que las relaciones familiares con el emprendedor si afectan al desempeño de la empresa, sin embargo, depende del tipo de relación, ya que evidencian que una relación emprendedor-hermano no muestra una relación significativa, y que la relación emprendedor-cónyuge/hijos demuestra una relación positiva y significativa con el desempeño de la empresa, y que puede emplear como estrategia para reducir costos de capacitación, alineando las habilidades y competencias del personal con las necesidades de la empresa.

Martínez-García et al. (2019) pretenden determinar los factores que conducen al éxito en el desarrollo de un emprendimiento. Para ello se entrevistó a

15 emprendedores con experiencia en distintos sectores comerciales de Sevilla, España, se aplica la metodología Delphi para el análisis de los datos. El cuestionario estructura la información en tres frentes: factores que propician el éxito del proyecto emprendedor, competencias relacionadas con el emprendimiento y estrategias a seguir para emprendedores potenciales. Los resultados revelan que en el primer factor sobresalen elementos como la actualización y formación continua y apoyo familiar . Respecto a las competencias que se relacionan son la planificación, organización, toma de decisiones entre otros. Con el tercer factor los elementos relacionados son la adecuada planificación del proyecto y cuidar la formación continua.

La investigación de Diez et al. (2021) tuvo como objetivo analizar los factores que influyen en el emprendimiento de los graduados de las carreras empresariales dentro de la cohorte 2013-2018 en la ciudad de Quito, Ecuador. Los participantes estaban involucrados en actividades emprendedoras. El método de la investigación fue el método deductivo, con alcance descriptivo aplicando un modelo de análisis estructural. A través de la aplicación de un cuestionario, revelan que los resultados principales son que la transferencia de investigación y desarrollo, educación y capacitación en emprendimiento no tienen una influencia directa y significativa al momento de aperturar un negocio. En contraste las normas sociales y culturales tiene una influencia, directa, positiva y significativa en la capacidad para crear un negocio.

En el trabajo de Lozada et al. (2021) el objetivo del estudio fue examinar los factores que motivan el emprendimiento en estudiantes de la Universidad Técnica de Manabí, y de cómo las nuevas tecnologías dinamizan la economía social en el Ecuador. Se utilizaron análisis de método inductivo-deductivo, y a través de una encuesta realizada a 120 estudiantes de la facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Manabí con sede en Portoviejo, se tiene los principales hallazgos que concluyen en que la motivación, la audacia y pasión del emprendedor, la experiencia previa, son elementos clave al momento de emprender, mientras que, la formación universitaria según el estudio no es esencial para desarrollar una actividad emprendedora.

La investigación desarrollada por Machani et al. (2022) tiene como objetivo determinar los factores que contribuyen al éxito de los empresarios. El trabajo es desarrollado en la India, en las ciudades de Kompally y Secunderabad se realiza un muestreo por conveniencia y se envía un cuestionario a 127 microempresarios de esas ciudades, el instrumento está estructurado por factores individuales, sociales y económicos preestablecidos que los emprendedores deben analizar, el contenido de la información se trata con el análisis de regresión múltiple. Las conclusiones fueron que en “Factores Sociales” la dimensión: asistir a programas de emprendimiento influye de manera negativa. En la variable “Factores Económicos” el elemento: capacidad de acceder a los recursos que necesito para mi negocio demuestra que influye positivamente, mientras que el elemento: consciente de los subsidios gubernamentales influye de manera negativa.

Sandoval (2023) propone en su trabajo identificar los factores de éxito en los emprendimientos femeninos. Para ello se selecciona tres emprendedoras en San José de Costa Rica con diez años de existencia, se las entrevista mediante el uso de métodos narrativos bajo el enfoque “expectativa, datos, confirmación” para analizar las narraciones utilizan el software Atlas.ti versión 7. Entre sus hallazgos sostienen que, entre las motivaciones emprendedoras identificadas, el ser una persona creativa y contar con apoyo familiar contribuyen, sin embargo, lo hacen en menor grado. Con respecto a las principales limitaciones están la dificultad para obtener financiamiento y la falta de planificación estratégica.

Por su parte Roca Pacheco (2024) plantea que las capacitaciones específicas y el coaching empresarial desarrolla el emprendimiento. La investigación tiene lugar en la ciudad de Guayaquil a través de catorce MIPYMES que se encuentren activas en el mercado al menos cinco años. El trabajo se realiza a través de cuatro fases empezando por identificar fortalezas y debilidades del emprendedor, posteriormente se facilitan capacitaciones de coaching y capacitaciones específicas y por último se hacen comparaciones entre las condiciones iniciales y luego de las sesiones. En sus conclusiones se puede identificar que el coaching empresarial y las capacitaciones específicas contribuyen al fortalecimiento y desarrollo de habilidades emprendedoras.

2.2 Marco teórico y Estudios de investigaciones aplicadas de las variables independientes

En esta sección se presentan diferentes teorías y definiciones de cada una de las variables independientes propuestas en el modelo.

2.2.1 Variable Independiente X1: Creatividad

Las ideas que están fuera del molde, las innovadoras, las disruptivas constituyen un aspecto clave para destacar en el entorno emprendedor cada vez más competitivo y dinámico. Fomentar la creatividad en el emprendedor es esencial para que puedan adaptarse eficazmente a los abruptos cambios que tiene el contexto en el que se desenvuelve.

a) Teorías

Según el "Structure of Intellect Model" que desarrolló Guilford en el año de 1950 describe a la creatividad como una colección de habilidades desglosadas principalmente en dos tipos de trabajo: creativamente diverso y radicalmente transformador. De esta manera se define que la importancia de la producción divergente se basa en la cantidad, calidad y singularidad de la producción generada a partir del mismo conjunto de insumos. Y, por otro lado, los productos que sufren una transformación incluyen aquellos que realizan ajustes a conocimientos previamente establecidos, como nuevas definiciones, transposiciones, exploraciones o transformaciones (Santos, 1986).

Según Nyström (1993) la búsqueda de nuevos mercados genera una experiencia que es altamente valorada por el emprendedor, razón por la cual este, aumentará su riesgo empresarial, luego, a medida que se avanza en el proceso innovador el dueño del negocio se ve comprometido en minimizar el riesgo empresarial mediante la modificación de las actuales condiciones, de esta manera dicha disminución ocurre básicamente a través de la acción en lugar de depender principalmente de la compilación y análisis de información.

Este equilibrio entre el pensamiento y la acción a más de ser complejo de captar desafía a los modelos tradicionales que basan sus decisiones en la toma de datos y procesamiento de información. El aumento y disminución gradual de la experiencia y el riesgo respectivamente, son elementos fundamentales en el proceso creativo y en el espíritu emprendedor.

Por otro lado la teoría componencial de la creatividad expuesta por Amabile (2012) fundamenta a la creatividad como la capacidad de generar ideas o soluciones novedosas y apropiadas para un objetivo en específico. Propone para esto, cuatro componentes, los tres primeros intrínsecos y el último extrínseco; a) Habilidades relevantes para el dominio, abarca los conocimientos, experticia, destrezas, métodos y talento que combina y domina el individuo para crear posibles respuestas; b) Procesos relevantes para la creatividad, se refiere al estilo de trabajo y características personales que asumen la toma de riesgos analizando información que rompen con los tradicionales programas de desempeño; c) Motivación por la tarea, la describe como el interés genuino y la pasión por el trabajo creativo que el individuo este desempeñando; d) El entorno social, es el componente externo en el que labora el individuo, un entorno que fomente la apertura de nuevas ideas, el apoyo mutuo, la colaboración, será crucial para potenciar la creatividad.

b) Definiciones

Para el autor Zuluaga (2007) la creatividad es la capacidad de generar nuevas ideas y formas de hacer las cosas, así como de formar imágenes y representaciones mentales de objetos y eventos del mundo real; al ejercer esta habilidad, uno puede crear no solo nuevas ideas y conceptos, sino también propuestas novedosas, innovadoras y potenciales.

Según Alcaraz (2011) la creatividad es el poder de imaginar lo que aún no existe, pero podría ser, de ver más allá de lo que es inmediatamente obvio y de encontrar potencial sin explotar en cualquier situación.

En cambio, La Real Academia de la Lengua Española, determina que la creatividad es una forma abreviada de tener la capacidad potencial o real para producir algo nuevo. Además de ser una idea matizada cuando se analiza en el contexto de la educación, la formación o el trabajo debido a los muchos factores inherentes a estos cuerpos de conocimiento que sofocan o estimulan las tendencias creativas naturales de los individuos (Peñaherrera León & Cobos Alvarado, 2012) .

Por su parte, Elisondo & Donolo (2013) definen la creatividad como la capacidad de los individuos para identificar y abordar problemas. Por otro lado, Castillo-Delgado et al. (2016) definen a la creatividad como la capacidad de generar ideas, probarlas, hacer borradores, reflexionar sobre lo que podría funcionar, evaluar los resultados y hacer los ajustes necesarios.

Según Mitjans (como se citó en Martínez et al., 2016) indican que la creatividad es el acto de descubrir o crear algo nuevo que satisfaga las necesidades de un contexto social determinado es creativo, y este proceso tiene una dimensión tanto sociológica como psicológica. De igual modo, menciono que la creatividad es una manifestación externa de la inmersión de la personalidad en un ámbito particular de actividad, el resultado del esfuerzo del individuo por maximizar sus recursos a la luz de las fuerzas impulsoras intrínsecas de la actividad.

La creatividad es una capacidad universal al que toda persona tiene acceso, cuyo desarrollo depende del entorno sociocultural del individuo, y que se utiliza principalmente para la resolución de problemas (Palomino Tarazona & Flores Mejía, 2021).

c) Investigaciones Aplicadas

En la investigación de Loli et al. (2010) para cumplir con el objetivo de entender como las actitudes de creatividad y emprendimiento varían en función de ciertos factores demográficos y sociales, se encuestaron a 202 estudiantes de Ingeniería de distintas especialidades en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú, mediante la herramienta «Inventario de Creatividad y Emprendimiento», que consta de 12 componentes: creatividad, optimismo,

perseverancia, compromiso con sus convicciones, confianza, propensión al riesgo, capacidad de adaptación, liderazgo, independencia, necesidad de logro, visión del futuro, competencias. Los resultados muestran que los elementos del emprendimiento y la creatividad se relacionan significativa y favorablemente entre sí. En otras palabras, cuanto más creativo es un individuo, más emprendedor puede ser.

Por otro lado, en el trabajo de Antonio et al. (2014) que tienen por objeto determinar si existe correlación entre la creatividad, inteligencia y la personalidad con el logro empresarial en los universitarios una vez graduados. Para ello se encuestan a 283 graduados entre los años 2006 y 2007 de la Universidad de Ciputra, Indonesia. La investigación se desarrolla con un estudio transversal utilizando tres instrumentos a saber: la Prueba de Inteligencia Libre de Cultura, la Prueba de Creatividad Figural y la Prueba del Inventario Multifásico de Personalidad de Minnesota. La información se trata con análisis descriptivos y correlacionales de Pearson. Sus resultados reflejan que no existe una correlación significativa entre la creatividad y el logro empresarial, de igual manera pasa con el nivel de inteligencia. No obstante, entre el nivel de personalidad y el logro empresarial si existe una correlación significativa.

Los autores Salazar et al. (2019) para evaluar el estado del emprendimiento, la inventiva y la innovación en la gestión empresarial ecuatoriana, utilizaron la metodología documental bibliográfica y descriptiva a 43 empresas que operan en los distintos cantones del Ecuador. Según los resultados se halló que la creatividad es un proceso desordenado y multiforme dentro de la gestión empresarial impidiendo que se relacionen entre sí, lo cual conlleva en la mayoría de casos a apoyarse en las imitaciones. De igual manera, se encontró una baja disposición para agrupar recursos con creatividad, diseñar planes de negocios y tener la visión para reconocer oportunidades donde otros perciben confusión, contradicción e incertidumbre.

Según Villalba et al. (2021) para cumplir con el objetivo de examinar las conexiones entre la creatividad y el emprendimiento empresarial y de cómo los estudiantes de administración de empresas de la Facultad de Administración de

Empresas de la Escuela Politécnica Superior de Chimborazo en la ciudad ecuatoriana de Riobamba pueden gestionarlas, emplearon una investigación documental-descriptiva a 67 estudiantes. Al observar los valores de las correlaciones entre los dos conceptos, se pudo observar que los niveles de creatividad de los estudiantes en el aula se correlacionan positivamente con su motivación para generar nuevos proyectos.

En la investigación de Gallardo-Perez et al. (2021) para cumplir con el objetivo de determinar cómo el aprendizaje basado en problemas puede usarse como una intervención pedagógica para ayudar a los estudiantes en su primer semestre en las licenciaturas de ciencias empresariales y aumentar su capacidad de pensar lateralmente y creativamente a través de la identificación de sugerencias para iniciativas empresariales, se desarrolla la combinación de la metodología de investigación cualitativa con el modelo etnográfico y la cuantitativa mediante el análisis factorial con diseño de campo cuasi-experimental. Los resultados fueron que la formación de profesionales emprendedores requiere un doble enfoque: primero, fomentar el desarrollo de capacidades creativas, que está íntimamente ligado a la invención de ideas emprendedoras; en segundo lugar, fomentar la materialización de estas ideas.

2.2.2. Variable Independiente X2: Planeación estratégica

La planeación estratégica cumple un papel muy importante dentro de las operaciones de un negocio. Con ella, las empresas tienen la capacidad de establecer y cumplir sus objetivos a corto y largo plazo optimizando la distribución eficiente de los recursos y garantizando la sostenibilidad y crecimiento del emprendimiento.

a) Teorías

El aporte de Chiavenato & Sapiro (2017) describen a la planificación estratégica como un procedimiento fundamental en una empresa, donde se establecen objetivos y directrices para elaborar planes de acción para alcanzarlos, desarrollando ventajas competitivas y garantizar su sostenibilidad en el tiempo. El modelo consta de nueve elementos a) Misión, la cual representa su propósito

fundamental; b) Visión, refleja una imagen empresarial en cuanto a sus objetivos a largo plazo; c) Diagnóstico externo, prevé oportunidades y amenazas a fin de concretar la misión y visión; d) Diagnóstico interno, evalúa sus fortalezas y debilidades para desarrollar estrategias de adaptación en el entorno; e) Determinantes de éxito, poner de manifiesto cuestiones críticas que surgieron a partir de los elementos analizados; f) Definir objetivos, la empresa se esfuerza con cumplir múltiples objetivos que estarán clasificados según su grado de importancia; g) Formulación de estrategias, se definen a partir de análisis interno y externo; h) Formalización del Plan Estratégico, ejecución de los planes y programas, i) Auditoría del desempeño, es el proceso de evaluación de los indicadores de desempeño de las estrategias implementadas.

A decir de Terán-Guerrero et al. (2023) proponen que la planeación estratégica es un proceso mediante el cual una empresa establece su estrategia y toma de decisiones acerca de la asignación de recursos para desarrollar dicha estrategia, llevando a la empresa de un escenario real a un escenario deseado. El proceso implica 8 pasos a) Visión, es un estado de lo que la empresa anhela convertirse en el futuro; b) Misión, es el propósito central de la empresa; c) Valores, se derivan de la visión y misión; d) Objetivos, metas específicas temporales y medibles ; e) Análisis del entorno, examinando factores internos y externos ; f) Opciones estratégicas, evaluar y decidir la opción idónea para el desarrollo del plan; g) Plan de implementación, fijar los recursos, tareas, tiempos y sus responsables; h) Control y evaluación, vigilar el progreso y reajustar según el caso.

Para Sielinsky (como se citó en Pérez & Bojórquez, 2020) el proceso elemental de una planeación estratégica para cualquier organización tiene que abarcar los siguientes componentes:

- Crear una misión,
- Crear una visión,
- Establecer metas,
- Identificar estrategias,
- Crear planes de acción,
- Dar seguimiento al plan y actualizarlo.

b) Definiciones

Para Chandler (1962) la planificación estratégica es el establecimiento de los principales objetivos a largo plazo de la empresa, aprobación de las medidas a tomar para alcanzar dichos objetivos y obtención de los recursos para ello.

Arranz (1995) señala que para realizar las metas a largo, mediano y corto plazo que la alta dirección se ha fijado para sí misma, sus empleados, su organización y la comunidad circundante, la planificación estratégica es esencial. Los objetivos principales de la planificación estratégica son evaluar el presente, determinar el futuro, evaluar la eficacia de los programas y controlar el comportamiento de las acciones.

Dussel et al. (1997) mencionaron que las empresas exitosas se construyen sobre una base de estrategias competitivas, que se desarrollan a través de un proceso de planificación y control que involucra a todos, desde los fundadores de la empresa hasta aquellos en roles menos visibles. Crear objetivos y metas específicos del sector que sean consistentes con el curso que elija la administración. Aunque muchos ejecutivos afirman participar en él, pocos pueden articular los pasos necesarios para llevar a cabo la planificación estratégica de manera eficaz. El acto de planificar es el más simple de describir, pero el más difícil de llevar a cabo.

Según Zabala, (2005) para cumplir con el propósito estratégico, la planificación se ayuda a definir como seleccionar un enfoque, idealmente, anticipar cómo evolucionará una empresa con el tiempo. Por lo tanto, es una colección metódica de reflexiones orientadas al futuro que es crucial para determinar qué hacer, cómo hacerlo y con qué recursos tiene a su disposición. Para realizar sus fines y desempeñar el papel que le corresponde en su entorno inmediato, toda cooperativa, empresa de economía solidaria, asociación u organización afín debe emprender con entusiasmo su gestión empresarial y lograr convertirse en una unidad económica genuina y adecuada a sus socios. Requisitos, equipados con medios adecuados y estructuras de gestión receptivas, eficaces y modernas.

Reyes, (2007) define los pasos que se tomarán, delinear los conceptos que servirán como base, delinear el orden en que se realizarán esos pasos y estimar el tiempo y los recursos necesarios para lograr el resultado deseado son todos componentes del proceso de planificación.

Según Pacheco (2015) los directores de una empresa utilizan la planificación estratégica para imaginar la empresa en el futuro y crear los sistemas y prácticas necesarios para llegar allí. Identifica cinco etapas que componen el conjunto del proceso de dirección estratégica:

- Determinación de la misión y los objetivos principales de la organización
- Un examen del funcionamiento interno de la empresa para determinar sus ventajas y desventajas.
- Evaluación de oportunidades y amenazas en el contexto del entorno competitivo externo de la empresa.
- El proceso de elegir estrategias para capitalizar las oportunidades externas y defenderse de los peligros externos aprovechando las fortalezas de una organización y reparando sus fallas.

Una vez la empresa haya identificado estos aspectos podrá implementar la estrategia.

Según Palacios (2016) a pesar de la aparente dificultad, el cambio puede controlarse porque es constante e inevitable. Para seguir siendo competitivos, eficientes y lucrativos a largo plazo, las empresas pueden idear estrategias y planes para adaptarse a su entorno. Por ello, sin una estrategia, una empresa tiene muy poca idea de cuándo y dónde se está desviando del camino previsto. La planificación estratégica facilita la gestión eficiente de procesos al dilucidar tanto los resultados deseados como los medios por los cuales se pueden lograr. Menciona además que los gerentes tendrán dificultades para saber por dónde empezar cuando se trata de organizar su personal y recursos sin involucrarse primero en algún tipo de planificación estratégica.

Chiavenato & Sapiro (2017) mencionan que la planificación no es solo una forma de ver lo que sucederá en el futuro; también es una manera de asegurarse

de que un negocio dure y continúe. Esto se debe a que los planes, programas y procedimientos están formalizados para que funcionen de la misma manera pase lo que pase. Entonces, el éxito de una organización depende de su capacidad para planificar con anticipación y crear una hoja de ruta para el futuro basada en un análisis exhaustivo de su estado actual y metas futuras. Para esto, cuando una organización se involucra en la planificación estratégica, descubre posibles recursos, crea y alinea capacidades, evalúa sus fortalezas y debilidades y determina el conjunto de medidas integradas que empleará para lograr sus objetivos. Si bien será más efectivo cuando todos sus integrantes lo acepten, lo comprendan y lo pongan en práctica como un conjunto permanente y organizado de actividades de inteligencia colectiva, esto todavía no es así.

A decir de Guardado & Martínez (2025) la planeación estratégica es un proceso mucho más elaborado, especializado y detallado que el primer elemento de la Administración Científica que es la Planeación, el documento debe contar con claridad las actividades a desarrollar, asignación de recursos, delegación de responsabilidades y un cronograma a seguir para cumplir todas estas acciones. Menciona además que, aunque una de las características de la Planeación Estratégica es su visión largo plazo, esta, debe ser flexible y contar con un plan de contingencia para afrontar entornos organizacionales con mayor grado de incertidumbre.

c) Investigaciones aplicadas

El trabajo de Rueda (2014) fue implementar un modelo de planificación estratégica aplicando específicamente a las MIPYMES como proyectos de emprendimiento. La investigación se realizó en los proyectos de emprendimiento formal de Bogotá Colombia. La metodología utilizada en la investigación implicó el despliegue del modelo propuesto en una de las empresas estudiadas “Delyfrut Ltda”. De esta manera ayudó a definir el proceso de planificación estratégica para seguir y evaluar la viabilidad de cada etapa del modelo en la empresa. Los resultados mostraron que la planificación estratégica puede identificar y priorizar iniciativas estratégicas y su vez lograr los objetivos estratégicos, mejorando así el rendimiento y la competitividad de los emprendimientos.

La investigación realizada por Chaparro et al. (2020) tuvo como objetivo principal analizar las actividades relacionadas con la capacidad de planificación estratégica para promover el emprendimiento entre estudiantes universitarios. La investigación se llevó a cabo en el Estado de Norte de México, en las universidades tanto públicas como privadas. La metodología empleada siguió un enfoque descriptivo cuantitativo con un diseño transversal no experimental para investigar la capacidad empresarial de la planificación estratégica. Los resultados obtenidos indicaron que los estudiantes demostraron una repuesta consistente a diagnosticar la capacidad empresarial de la planificación estratégica, lo que sugiere la necesidad de estrategias de intervención.

Muniz-Jaime et al. (2022) tiene como objetivo en su investigación, identificar la contribución de la planeación estratégica al desarrollo empresarial de las MIPYMES. La investigación se llevó a cabo en Manabí provincia de Ecuador. La metodología empleo un enfoque exploratorio, descriptivo y documental para investigar la planeación estratégica en el desarrollo empresarial. Los resultados indicaron que la planeación estratégica desempeña un papel fundamental en el éxito de los emprendimientos ya que ayuda a la viabilidad de las estrategias tanto para las micro como para las pequeñas y medianas empresas.

El trabajo de Moreno et al. (2024) realizado en Villa Hayes, Paraguay tuvo como objetivo identificar los factores de éxito y fracaso de los emprendimientos en dicha localidad. Para lograr su objetivo el autor desarrolló el muestreo no probabilístico por conveniencia, aplicó encuestas a 114 emprendedores de la zona céntrica de la ciudad más 12 entrevistas semiestructuradas. Los resultados que pudo obtener fue que la Planeación Estratégica emerge como un factor fuerte para la consolidación del emprendimiento ya que un 68% la aplica de manera activa.

2.2.3 Variable Independiente X3: Capacitación

El proceso de capacitación es un aspecto relevante en el desarrollo de un emprendimiento tanto para el dueño como para los colaboradores de un establecimiento. Se podría traducir en inversión ya que actualiza y refuerza

conocimientos al tiempo que desarrolla habilidades que podrían empoderar a todos los involucrados en el funcionamiento del negocio.

a) Teorías

El modelo de Evaluación de Programas de Capacitación presentado por Kirkpatrick en 1959 señala tres propósitos para la planificación de una formación, i) evidenciar como la capacitación contribuye a alcanzar los objetivos de la empresa; ii) tomar decisión sobre la continuidad o no de un plan de capacitación; iii) mejorar continuamente un programa de capacitación. Para estos propósitos Kirkpatrick indica que se los puede medir en cuatro categorías, a) La reacción a la capacitación, es fundamental ya que las opiniones de los participantes impactan directamente en el aprendizaje; b) El aprendizaje de los participantes, aquí se analiza el nivel de aprendizaje alcanzado al finalizar la capacitación; c) El cambio de comportamiento, mide el grado en que los participantes podrían aplicar los conocimiento y habilidades adquiridos en su área de trabajo; d) El impacto en la organización producido por el cambio de comportamiento, estos resultados dependerá tanto de los objetivos del programa de capacitación, como de las partes involucradas (Falletta, 1998; Nik et al., 2022).

Para Bohlander & Snell (2008) el éxito de una capacitación está en que se maximice el desempeño de las personas junto con la empresa, y para esto se debe implementar un sistema para la capacitación, enfocado en cuatro niveles a) Evaluación de las necesidades, se debe identificar las áreas prioritarias de capacitación, para luego desarrollar los contenidos específicos del programa, y finalmente identificar a los individuos que requieren el entrenamiento; b) Diseño del programa de capacitación, se enmarcan los resultados esperados del programa, reconociendo la disposición y motivación del capacitado, aplicando ciertos principios de aprendizaje; c) Implementación, es crucial determinar cuáles son los métodos de capacitación a elegir para transmitir los conocimiento y habilidades identificadas; d) Evaluación, la combinación entre las reacciones, el aprendizaje, el comportamiento y los resultados permite a los gerentes tener una visión integral del programa y tomar decisiones respecto de la continuidad o no de la capacitación.

Por su parte Bell & Margolis, (1989) indica que la capacitación al tener muchos campos se debe canalizar analizando sus objetivos, de aquí que los autores la clasifican en cuatro tipos a) Administrativa, es la que se centra en proporcionar el conocimiento de políticas y reglamentos necesarios para optimizar la información y comunicación del trabajo; b) Técnico-profesional, se enfoca en facilitar el conocimiento y desarrollar destrezas en áreas profesionales específicas para aplicarlas en su puesto de trabajo; c) Técnico -mecánica, se centra en brindar conocimiento s sobre el funcionamiento de máquinas, equipos y sistemas, incluyendo su ensamblaje, reparación y mantenimiento, demanda un alto grado de detalle para determinar los objetivos de aprendizaje; d) Interpersonal, se enfoca en desarrollar competencias necesarias para interactuar efectivamente con la cadena jerárquica empresarial, y dado que esta interacción implica relacionarse con otros de manera individual y en entornos grupales, la capacitación incluye actividades de reflexión personal, y desarrollo emocional.

b) Definiciones

Alles (2006) define a la capacitación no como un fin en sí misma sino como un medio para desarrollar y fortalecer las competencias en base a un Modelo de Gestión de Competencias. Si no se toman medidas para cerrar las brechas de perfiles en cuanto a las habilidades necesarias para los diferentes roles y las personas que los ocupan, entonces la capacitación no estaría correctamente dirigida. Para asegurar que toda la plantilla cumpla con el perfil necesario en cada área, una empresa que haya adoptado un Sistema de Gestión por Competencias dedicará sus recursos de formación y educación a las competencias identificadas por el sistema.

Mondy (2010) menciona que las capacitaciones son aquellos esfuerzos constantes que se realizan para mejorar los conocimientos y habilidades de la fuerza laboral, creando un empoderamiento en los colaboradores para con la empresa. Por su parte Chiavenato (2011) menciona que la capacitación es una experiencia educativa planificada y estructurada que ayuda a las personas a lograr ciertas metas en un período de tiempo relativamente corto. La información

relacionada con el trabajo, las actitudes hacia la organización, la tarea y el entorno, y el desarrollo de habilidades y competencias son parte de la capacitación.

Según Valencia et al. (2017) la capacitación es un proceso organizado, bien pensado y continuo cuyo objetivo general es llenar los vacíos en el conocimiento gerencial proporcionando información, práctica y refuerzo de los comportamientos deseables que ayudarán a los gerentes a administrar sus negocios de manera más efectiva. En este sentido, Wehrich et al. (2017) menciona que la capacitación está destinada a hacer que los gerentes sean más eficientes en sus trabajos, enseñándoles cómo hacer uso de programas a corto plazo que ayuden en el proceso de aprendizaje.

Según Cabrera Toscano et al. (2023) la capacitación es un proceso integral de aprendizaje continuo que puede surgir desde la académica como fuera de ella, este proceso estimula la consolidación de conocimientos y habilidades empresariales necesarias para el desarrollo de una empresa y de una nación. Para Lovato et al. (2024) la capacitación es un proceso que tiende a mejorar la competitividad del emprendedor emparejando sus competencias con los objetivos del negocio, concluyen que la capacitación debe darse de manera articulada es decir desde la propuesta de idea del negocio hasta las etapas de finanzas y mercadotecnia.

c) Investigaciones aplicadas

El objetivo de la investigación de Uribe et al. (2013) fue explorar el espíritu empresarial y la promoción de la cultura empresarial como factores personales de los emprendedores como la experiencia y la situación en la creación de empresas. La investigación se centró en los emprendedores de las zonas rurales de diez municipios situados en el oeste de Almería, España, la metodología empleada fue de revisión de literatura mediante encuestas directas 176 empresas que hayan recibido programas de formación en los últimos diez años. Los resultados obtenidos indicaron que la capacitación empresarial es muy eficaz en los emprendimientos porque desarrollan ideas creativas y a su vez ayudan al desarrollo profesional.

En la investigación de Durán et al. (2015) el objetivo es promover las capacitaciones empresariales de los estudiantes universitarios para convertirse en emprendedores exitosos. La investigación se realizó en la ciudad de Barranquilla-Colombia, los encuestados fueron alrededor de 702 estudiantes, la metodología empleada obtuvo un enfoque descriptivo, no experimental y basado en el campo de estudio, la encuesta empleada fue sobre las capacitaciones y actitudes empresariales de los estudiantes. Los resultados mostraron la importancia de las capacitaciones empresariales que ayuda al aprendizaje independiente, la creatividad, toma de decisiones y el trabajo en equipo entre los estudiantes para tener éxito como emprendedores.

El propósito de la investigación de Sango (2018) fué investigar la relación entre la capacitación empresarial y la productividad laboral en las empresas que utilizan los productos del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP). La investigación se produjo en la provincia de Cotopaxi Ecuador, la metodología empleada fue un enfoque cuantitativo para probar las hipótesis y técnicas como las encuestas y entrevistas como la de Friedman para analizar datos. La población de estudio incluyó a 9 empresas de la provincia que tenían aproximadamente 120 empleados cada una. Los resultados obtenidos indicaron que la capacitación empresarial en las organizaciones es crucial para el desarrollo personal y profesional de los empleados, ya que contribuyen a un rendimiento óptimo en la organización.

El trabajo de Escalante & Merchán (2024) tiene como objetivo evaluar el efecto que tienen las capacitaciones en los emprendimientos artesanales femeninos en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. El estudio se desarrolló encuestando y entrevistando a 50 emprendedoras que participaban en la aceleradora de negocios organizado por la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil conjuntamente con la Embajada de Francia. Los resultados evidenciaron un avance notorio en destrezas y conocimientos de manera particular en la fijación de sus precios, el manejo eficiente de plataformas digitales y el fortalecimiento de la autoestima y sus capacidades de liderazgo.

2.2.4 Variable Independiente X4: Acceso a financiamiento

Las microempresas dependen en gran medida de la capacidad para obtener financiamiento que les permita adquirir tanto capital de trabajo como activos fijos, elementos que posibilitan iniciar sus operaciones y comenzar a generar ingresos. En este sentido, es crucial estar atento al perfil y al contexto de quienes buscan financiamiento para su negocio. El crédito por parte del sistema financiero nacional, los recursos financieros obtenidos de amigos y familiares y los ahorros personales son los tipos de financiación más usuales por los que optan los emprendedores.

a) Teorías

La teoría de la Jerarquía Financiera según Myers & Majluf (1984) parte del supuesto de que los gerentes pueden tomar decisiones acerca de una financiación cuando tienen información relevante, es así que postula entre otras cosas que los gerentes optan por la financiación interna debido a su menor costo, las empresas mantienen sus ahorros en forma de activos negociables o como respaldo para su capacidad de endeudamiento, si es que no contarán o no les alcanza con esta clase de financiamiento, deben recurrir al financiamiento externo, que puede ser de dos vías a) La emisión de deuda (préstamos bancarios), y b) Mediante capital (acciones ordinarias), explica que la emisión de deuda es mejor que mediante Capital ya que la primera puede deducir el costo al pagar el interés producido, manteniendo el control accionario. No recomienda a los gerentes distribuir dividendos, si tiene que generar efectivo mediante la venta de acciones u otras inversiones riesgosas.

El financiamiento es un elemento clave en las organizaciones independientemente del tamaño y sector, este capital les permite financiar sus operaciones diarias, renovar sus equipos, desarrollar nuevos productos, acceder a nuevos mercados para alcanzar su rentabilidad y sostenibilidad. Dicho financiamiento puede provenir de distintas fuentes. El autofinanciamiento que pueden ser a través de fondos personales ahorrados o utilidades retenidas del negocio, por lo general se utilizan para respaldar costos significativos de inversión. Otra fuente interna de financiamiento puede darse dentro de la misma cadena del negocio con actores ubicados antes (proveedores) como después (clientes) del

agente principal. La fuente de financiamiento externo se origina en instituciones como bancos, cooperativas, inversionistas privados, y fondos públicos de desarrollo (Díaz & Carranza, 2016).

La Teoría del modelo GEM estudia el emprendimiento de una nación y dentro de sus análisis, evalúa a las Condiciones Marco para el Emprendimiento a través de la Encuesta Nacional a Expertos (NES por sus siglas en inglés) que se aplica a 36 personas entre emprendedores, académicos, gerentes de instituciones financieras y autoridades del sector público. Dicha encuesta califica nueve condiciones marco del entorno, una de ellas es el análisis del financiamiento para emprendedores que trata sobre la accesibilidad de recursos financieros refiriéndose a capital propio (ahorros), deuda (financiamiento con amigos, familiares; instituciones financieras), fuentes alternativas como inversores ángeles, crowdfunding, incluyen en este estudio, además, las subvenciones y subsidios para las pequeñas y medianas empresas.(Lasio et al., 2020) .

b) Definiciones

Según Matíz & Mogollon (2008) la financiación es el proceso de proporcionar a una empresa los fondos que necesita para que pueda cumplir con sus obligaciones financieras actuales y futuras. Los nuevos negocios tienen en cuenta que el acceso a la financiación supone una barrera para su crecimiento, principalmente por circunstancias financieras desfavorables como plazos de pago cortos o costes elevados.

Boscán & Sandrea (2009) describe que es el medio a través del cual las empresas pueden aumentar la producción, ampliar su alcance, construir o comprar maquinaria y herramientas de última generación y, en general, posicionarse para aprovechar las oportunidades del mercado a medida que se presentan. Obtener el dinero que una empresa u organización necesita para operar, crecer y desarrollarse adecuadamente es, por lo tanto, una de las cosas más importantes que hacen. Guercio et al. (2014) mencionaron que, en otras palabras, el financiamiento implica proporcionar dinero para un proyecto, la obtención de la financiación necesaria es crucial para el lanzamiento de cualquier empresa o emprendimiento.

Para Chagerben-Salinas et al. (2017) como fuente de fondos para los gastos de capital de una organización, el financiamiento juega un papel crucial en la supervivencia de las microempresas al facilitar la compra de capital de trabajo y activos fijos. Solo después de que se hayan adquirido estas dos categorías de activos, la empresa puede comenzar su ciclo operativo y comenzar a generar ingresos y ganancias. Dado que el financiamiento externo es tan crucial para el éxito de un microempresario, es fundamental comprender su perspectiva y línea de pensamiento sobre el tema. Según Torres et al. (2017) el término “finanzas” se utiliza para describir el proceso de asegurar el capital necesario para realizar inversiones, expandir operaciones y estimular la expansión de la empresa. Este capital se puede recaudar de varias maneras, incluida la venta de acciones, la emisión de deuda o la venta de ganancias.

Según Álvarez et al. (2021) la disponibilidad de capital es un factor clave para que una empresa sobreviva y prospere o no, así como para la eficacia con la que se reparten los recursos entre ellas. Por su parte Sauza-Avila et al. (2021) describe la obtención de recursos financieros (dinero o crédito particular) para un proyecto, negocio o empresa es lo que se entiende por “financiamiento”, o el proceso de hacer viable la empresa y mantenerla en funcionamiento. Dado que la financiación determina qué recursos se utilizarán para lanzar una empresa, es esencial para el éxito de cualquier empresa. Siempre debe haber algún colchón en términos de financiación cuando se trabaja en un proyecto.

De acuerdo con Mosquera et al. (2025) el acceso a financiamiento se considera un elemento esencial dentro del ecosistema emprendedor y se refiere a la disponibilidad de fuentes de financiación y el grado de accesibilidad a las mismas, estos recursos pueden ser formales o informales, refiriéndose a los primeros se tiene a los préstamos que otorgan las instituciones financieras, capital de riesgo entre otros y los informales menciona a los préstamos que pudieran solventar los familiares o amigos, así como los ahorros del propio emprendedor.

c) Investigaciones aplicadas

La investigación de Arevalo & Pastrano (2015) se analizó sobre las fuentes de financiamiento por parte de los emprendimientos y a su vez evaluar las necesidades de financiamiento. La investigación se llevó a cabo en el cantón Quevedo, Ecuador, los sujetos de estudio fueron de 360 microempresarios de la misma región. Los resultados indicaron que los emprendedores se inclinaban más por las fuentes de financiamiento no tradicionales ya que el capital es muy importante para un emprendimiento y poder existir en el mercado, pero lo que también sugieren tener una oportunidad de educación y apoyo en este ámbito para tener una mejor educación financiera entre los emprendedores.

El trabajo de Messina & Hochsztain (2015) tiene como objetivo determinar cuáles son los factores personales y del contexto que define el éxito de un emprendimiento, para ello realiza una encuesta a 63 emprendedores participantes en un programa de apoyo en Uruguay. La técnica de análisis que se utiliza es la de Data Mining (minería de datos) con los métodos de clasificación de árbol de decisión y Regresión Logística. Los hallazgos de las dos técnicas desarrolladas coinciden en que los elementos para seguir la ruta del éxito de un emprendedor son contar con financiamiento y que la situación laboral de la persona sea la de un trabajador por cuenta propia.

Penarreta (2017) habla sobre examinar el impacto de acceso a la financiación de los emprendimientos. La investigación se llevó a cabo en la región 7 que abarca las provincias de Loja, El Oro y Zamora Chinchipe, de Ecuador. La metodología utilizada fue de datos transversales del Censo Económico de las PYMES que se establecieron entre los años 2005 y 2010. Los resultados principales mostraron que las PYMES con mejor acceso a financiamiento tienen la posibilidad de un mejor crecimiento empresarial y a su vez desarrollan mejores capacidades emprendedoras.

En el trabajo de Delgado & Chavez (2018) sobre el acceso a la financiación para las PYMES en Ecuador era crear conciencia sobre la importancia de la situación económica actual y las fuentes de financiación disponibles. La

investigación se llevó a cabo en las provincias de Guayas, Pichincha, Manabí, Azuay y El Oro. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo recopilando información de los propietarios de las PYMES. Los resultados arrojaron que un número importante de estas empresas se enfrentan a dificultades para acceder a la financiación, lo que provoca un retraso en el crecimiento y muchas de ellas no sobreviven más de una década debido a la incapacidad de cumplir con los altos estándares de garantías y requisitos establecidos por las instituciones financieras.

En el estudio de Wagdi & Hasaneen (2019) el objetivo fue determinar los obstáculos y los factores de éxito del emprendimiento, el modelo de negocios para los emprendimientos y direcciones futuras para el emprendimiento en los países de Egipto y Nigeria. En ese contexto se enviaron 466 cuestionarios estructurados con estas cuatro dimensiones a empresas de esos países, contestando 395, para cada dimensión utilizan la prueba de análisis de Varianza (ANOVA) unidireccional para validar e inferir la información. La investigación concluye con la identificación de doce factores que obstaculizan el emprendimiento, y dentro de esta dimensión se encuentra la dificultad en la financiación bancaria para emprendimientos.

En el trabajo de Sánchez Fontana & Tonon Ordoñez (2020) el objetivo es determinar los atributos que hacen que una campaña de crowdfunding basado en recompensa tenga éxito en financiar un emprendimiento. La investigación se desarrolla a través de tres campañas que operan en Brasil, México, Argentina, Uruguay, Ecuador, Perú, Brasil, Chile y Colombia y se toman los datos de 21.804 proyectos de los cuales apenas 50 casos son de Ecuador. La información se trata con el análisis de regresión logística binaria. Los resultados muestran que el 30.21% de los proyectos consiguen reunir la cantidad de dinero establecida al principio, lo que evidencia que la cultura para financiar un emprendimiento a través de estas plataformas en América latina aun es incipiente

El objetivo de la investigación de (Gallegos-Montero et al., 2024) es el de evaluar como el acceso al financiamiento y la capacitación impulsa la sostenibilidad de los emprendimientos liderados por mujeres en la ciudad de Quito, Ecuador. El trabajo se desarrolla con 90 emprendedoras que fueron convocadas por la Agencia Metropolitana de Coordinación de Comercio a quienes se aplicó un cuestionario,

luego de ello se sirvió del modelo de Regresión Lineal para medir la relación que tuvieron las variables capacitación, financiamiento, con el rendimiento empresarial. Los resultados muestran que existe una relación positiva entre el financiamiento y el rendimiento del negocio y que en conjunto con la capacitación explican un 48% las variaciones en el rendimiento de los emprendimientos.

2.2.5 Variable Independiente X5: Apoyo familiar

El apoyo familiar en las microempresas es un aspecto importante para el emprendimiento, ya que le pueden brindar ese apoyo moral, financiero, sentimental para seguir adelante y poder lograr los objetivos trazados, teniendo en cuenta que el éxito no solo beneficiara al emprendedor si no, al núcleo de personas que conviven con el emprendedor.

a) Teorías

Olson et al. (1983) desarrolla la Teoría del modelo Circumplejo que evalúa tres dimensiones dentro de un hogar. Como punto de partida menciona a la cohesión familiar que la define como la conexión afectiva que unen a los miembros familiares entre sí caracterizándose por pasatiempos compartidos, proceso de toma de decisiones, espacios personales. La adaptabilidad familiar que la trata como la capacidad de un entorno de familia para cambiar su estructura como respuesta a situaciones que pudieran generar estrés. Finalmente se tiene a la comunicación familiar, que la describe como dimensión facilitadora entre las dimensiones anteriores y estaría compuesto por la empatía entre los familiares, la escucha activa, la expresión emocional y experiencias compartidas entre el grupo familiar.

Powell & Eddleston (2013) basa su modelo en las Teorías de Enriquecimiento trabajo-familia y el apoyo social, alega que el ámbito familiar puede proporcionar varios tipos de recursos que ayudan al éxito empresarial, además trata al emprendimiento como un proceso influenciado por el género por lo que sugiere, que los programas emprendedores deben ajustarse a las necesidades y habilidades particulares de ambos sexos. El autor aborda tres aspectos, el enriquecimiento, que se da en dos vías, el enriquecimiento afectivo de la familia a la empresa que

manifiesta las emociones positivas que pueden ser llevadas del entorno familiar al ámbito empresarial, y el enriquecimiento instrumental que identifica aptitudes y conductas que pueden ser trasladadas desde la familia hacia el negocio. Finalmente el apoyo social, que puede provenir del ámbito laboral y del ámbito familiar, este último objeto de análisis del autor que lo concibe como el respaldo interpersonal que los integrantes de la familia brindan a los emprendedores.

La Teoría del Apoyo Familiar Percibido es un recurso esencial para respaldar el emprendimiento de manera particular para aquellas personas sin experiencia y que pudieran depender de su familia en aspectos económicos y emocionales. La teoría reconoce tres niveles de apoyo, el apoyo emocional percibido, implica la percepción de aprobación y estímulo por parte del círculo familiar hacia las actividades empresariales de la persona, el apoyo intelectual percibido se refiere a la creencia de que los familiares ofrecerán consejos si son requeridos, por último el apoyo económico percibido que hace referencia a una potencial financiación para nuevos proyectos empresariales (Shen et al., 2017).

b) Definiciones

Según Frone et al. (1997) el apoyo familiar está relacionado con variables como la sobrecarga del quehacer doméstico, tiempo en familia, tensión familiar y especialmente la satisfacción familiar. De esta manera, la variable del apoyo familiar y la satisfacción familiar desempeñan un papel fundamental al momento de encontrarse en cualquier situación sea laboral o sentimental.

El núcleo familiar es considerado como el entorno más cercano e importante en la vida de cualquier persona y a su vez forma el conjunto de satisfacción en el trabajo, es el ámbito que contribuye significativamente al bienestar de cada individuo. (Guerrero, 2003). La familia es considerada uno de los factores nucleares de las leyes e instituciones capaces de brindar el apoyo en medio de cambios constantes que se presente a lo largo del camino o de los negocios (Gómez, 2009)

El apoyo familiar puede auxiliar no solo en la dotación de recursos personales, sino también en la resolución de conflictos o crisis tanto personales

como familiares. Sin embargo, hay que destacar que la familia no solo ayuda a mantener el equilibrio homeostático del individuo si no el apoyo constante mediante los conflictos que se le presenta al individuo. (Viveros, 2010)

Medellín Fontes et al. (2012) manifiesta que al apoyo familiar no es en realidad los miembros de la familia que brindan ese apoyo en los emprendimientos, llegan a ser incluso los que dan la espalda cuando se trata de surgir o buscar medidas de seguir adelante, en este caso el apoyo que se recibe es por las redes de amigos es el apoyo social que incluyen a los vecinos, sin embargo, cambia la tipología y el nivel de funcionamiento familiar.

Para Garcés-Galdeano & Larraza-Kintana (2023) el apoyo familiar podría interpretarse como un soporte en la consecución de recursos, que va más allá del ámbito económico, aspectos como el apoyo emocional, compartir experiencias, consejos que se traducirían en asesoramiento, pueden ser considerados como recursos para el emprendedor, adicionalmente el círculo familiar puede proporcionar redes de contactos que facilitarían la obtención de insumos externos para el desarrollo del emprendimiento.

c) Investigaciones Aplicadas

En el trabajo de Mera & Bermeo (2017) el objetivo es explorar la importancia que tiene la familia en los emprendimientos. La investigación se llevó a cabo en Ecuador, la metodología empleada es principalmente documental y se basó en fuentes secundarias con base de otras empresas aplicaron entrevistas semiestructuradas. Los resultados indicaron que el apoyo familiar es crucial en tema de economía o emprendimientos ya que siempre se necesita una voz de aliento y un apoyo durante este camino.

La investigación de Delfin-Ruiz et al. (2020) se centró en el papel de la funcionalidad familiar en los emprendimientos. La investigación se realizó en la ciudad de México, la metodología empleada fue de enfoque narrativo utilizando entrevistas para la recopilación de datos. Los resultados indicaron que el apoyo

familiar, la comunicación y la empatía son estrategias fundamentales para los emprendedores.

El objetivo en el estudio de Pico-Gutiérrez et al. (2022) es analizar el impacto que tuvo el apoyo familiar en los emprendimientos en la crisis provocada por la pandemia de COVID-19. La investigación se llevó a cabo en Santa Elena Ecuador, la metodología empleada fue de un enfoque exploratorio- descriptivo con un método analítico – inductivo para sacar conclusiones generales debido a las condiciones temáticas, realizaron un total de encuestados de 135 personas. Los resultados positivos han indicado que el apoyo familiar es una capacidad notable para hacer frente a los desafíos que se enfrenta cada emprendedor.

2.3 Hipótesis Operativas o Específicas

H1= La creatividad es un factor que impulsa positivamente el emprendimiento en los graduados de una universidad privada en el Ecuador.

H2= La planeación estratégica es un factor que impulsa positivamente el emprendimiento en los graduados de una universidad privada en el Ecuador.

H3= La capacitación es un factor que impulsa positivamente el emprendimiento en los graduados de una universidad privada en el Ecuador.

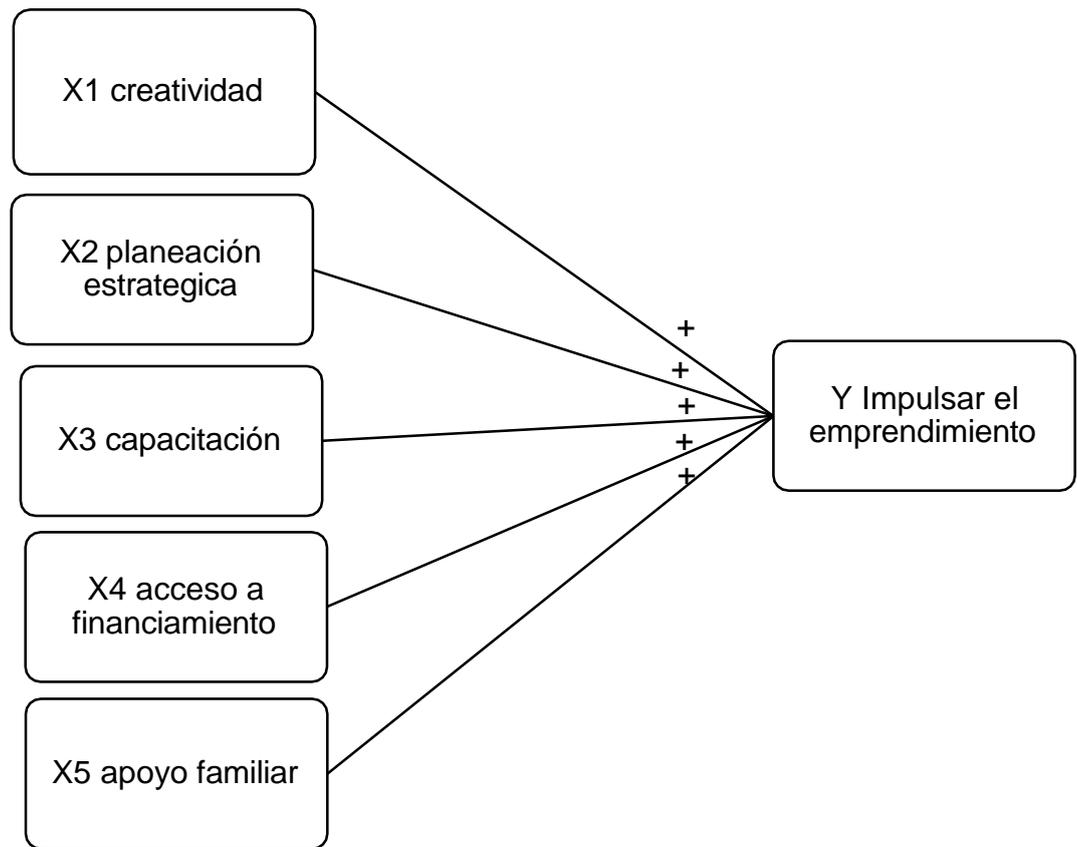
H4= El acceso a financiamiento es un factor que impulsa positivamente el emprendimiento en los graduados de una universidad privada en el Ecuador.

H5= El apoyo familiar es un factor que impulsa positivamente el emprendimiento en los graduados de una universidad privada en el Ecuador.

2.3.2. Modelo gráfico de la hipótesis

A continuación, se presenta un diagrama en el que se puede visualizar las hipótesis operativas del modelo de la investigación.

Figura 3 Modelo gráfico de las Hipótesis



Fuente: Elaboración propia

Expresión matemática de la hipótesis

$$X1 + X2 + X3 + X4 + X5 = Y$$

En donde:

X1= Creatividad

X2= Planeación Estratégica

X3= Capacitación

X4= Acceso a financiamiento

X5= Apoyo familiar

Y = Impulsar el emprendimiento

2.4 Modelo de Relaciones teóricas con las Hipótesis

En la siguiente tabla se ilustra los fundamentos teóricos que sustentan el estudio, estableciendo vínculos entre las variables analizadas y las hipótesis planteadas.

Tabla 2 *Relación Estructural Hipótesis – Marco Teórico*

Referencia	X1	X2	X3	X4	X5	Y
Amabile (2012)	X					
Loli et al. (2010)	X					X
Antonio et al. (2014)	X					X
Salazar et al. (2019)	X					X
Villalba et al. (2021)	X					X
Gallardo-Perez et al. (2021)	X					X
Chiavenato & Sapiro. (2017)		X				
Teran-Guerrero et al. (2023)		X				
Rueda (2014)		X				X
Chaparro (2020)		X				X
Muniz-Jaime et al. (2022)		X				X
Bohlander & Snell (2008)			X			
Uribe (2013)			X			X
Duran et al. (2015)			X			X
Sarango (2018)			X			X
Global Entrepreneurship Monitor (2018)				X		
Díaz & Carranza (2016)				X		
Myers & Mailuf (1984)				X		
Arevalo & Pastrano (2015)				X		X
Messina & Hochsztain (2015)				X		X
Penarreta (2017)				X		X
Delgado & Chavez (2018)				X		X
Wadgi & Hasaneen (2019)				X		X
Sanchez Fontana & Tonon Ordoñez (2020)				X		X
Olsen (1983)					X	
Powell & Eddleston (2013)					X	
Shen et al. (2017)					X	
Mera & Bermeo (2017)					X	X
Delfin-Ruiz et al. (2020)					X	X
Pico-Gutierrez et al. (2022)					X	X
Schumpeter (1911)						X
Knight (1921)						X
Drucker (1985)						X
Alvarez & Busenitz (2001)						X
Robalino et al (2014)						X
Ortiz (2017)						X
Sastre (2013)		X	X	X		X
Agarwal et al. (2018)			X		X	X
Martínez-García et al. (2019)		X	X		X	X
Diez et al. (2021)			X			X
Lozada (2021)						X
Stefanovic et al (2010)				X	X	X
Awais & Manzoor (2011)		X	X	X		X
Adjej et al. (2019)			X		X	X
Machani et al. (2022)			X	X		X
Sandoval (2023)	X	X		X	X	X

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

En este capítulo se describe el tipo y diseño de la investigación, la operacionalización de la variable dependiente e independientes, de igual manera se especifica la construcción del instrumento en base al marco teórico desarrollado en el capítulo dos, se detalla su escala y su validación, se especifica la población, la muestra y la unidad de análisis a ser encuestado, por último, se describe el proceso de recolección de la información.

3.1 Tipo y diseño de la investigación

El procedimiento de investigación se basa en el método científico, que es descrito por varios autores como el estudio ordenado de la problemática a abordar, este método abarca, técnicas de observación principios para el razonamiento y la predicción, estrategias para la experimentación planificada y diversas maneras de difundir y transmitir los resultados experimentales y teóricos (García-González & Sánchez-Sánchez, 2020). En los apartados siguientes del presente trabajo se presentarán el tipo, diseño y alcance de la investigación.

3.1.1 Tipo de investigación

La investigación cuantitativa se sirve de los implicados en el sujeto de estudio haciendo una distinción entre generalización y confiabilidad (Castañeda, 2022). En este sentido este documento tiene un enfoque cuantitativo, puesto que el tratamiento, la manipulación y la interpretación de la información se realiza por medio de un proceso estadístico, y la toma de información ha sido a través de un cuestionario elaborado con base a la literatura del marco teórico indagado.

Ruiz & Valenzuela (2022) mencionan que en una investigación de tipo exploratorio el investigador está empezando a comprender el problema por lo que se hace necesario un acercamiento a detalle de la realidad a través de la observación y recopilación de información documental y estadística para lograr una comprensión analítica de los hechos. Así pues, el trabajo tiene este alcance ya que

comprende una serie de actividades que tiene como objetivo desvelar el estado en que se encuentra una situación.

Es de tipo descriptivo ya que se va a obtener información de las variables concernientes a la investigación. Como lo mencionan Arévalo-Chávez et al. (2020) la investigación descriptiva se caracteriza por el análisis minucioso y detallado de situaciones o fenómenos que proporcionan información precisa y específica de sus particularidades.

Cabezas et al. (2018) menciona que en un estudio de correlación se evalúa el nivel de relación entre dos o más variables para posteriormente analizar esas correlaciones y determinar los resultados, la finalidad de este tipo de estudio es comprender como una variable se ve afectada por el comportamiento de otras variables vinculadas. En este sentido la investigación es correlacional, toda vez que se espera conocer la relación que tienen las variables independientes respecto a la variable dependiente.

Finalmente, Arévalo-Chávez et al. (2020) indican que la investigación de tipo explicativo trata de identificar las razones detrás de los diferentes fenómenos que observamos en nuestro entorno, explora las causas subyacentes de la relación entre dos o más variables. En tal razón la investigación tiene un alcance explicativo pues trata de explicar las razones del por qué un suceso está ocurriendo de esa manera.

En síntesis, esta investigación es cuantitativa ya que la información se recopila a través de una encuesta para su posterior análisis numérico, es exploratoria puesto que el objetivo es el de tener una interpretación más clara del fenómeno, explicación es descriptiva, pues comprende una serie de actividades que tienen como objetivo revelar el estado actual de una situación, es correlacional, por que busca conocer la relación entre las variables independientes y la variable dependiente, es explicativa, ya que trata de explicar las razones por las cuales un fenómeno ocurre de determinada manera.

3.1.2 Diseño de la Investigación

El trabajo tiene un diseño no experimental pues las variables no se manipulan de ninguna manera, en otras palabras, a las variables independientes no se las interviene de ninguna forma para medir su efecto en la variable dependiente, demostrando el fenómeno estudiado tal cual se muestra en su contexto real. Confirma lo anterior Arias-Odon (2012) ya que aduce que la investigación no experimental implica recopilar información directamente de los sujetos de estudio o del entorno donde suceden los eventos sin intervenir ninguna variable, el investigador se limita a observar y registrar sin influenciar las variables.

La investigación es de carácter transversal ya que la variable independiente llamada también predictora, y la dependiente conocida también como la variable explicada, se analizan de manera simultánea, en único momento, es decir se miden ambas variables al mismo tiempo (Cataldo et al., 2019).

Las técnicas que se utilizan son documental-bibliográfica y de campo. Para referirse a la técnica documental-bibliográfica se ha realizado una revisión de la literatura para comprender desde el punto de vista de la metodología científica, la contextualización del problema de investigación del presente trabajo. Por su parte se denomina técnica de campo ya que se desarrolla la aplicación de recolección y tratamiento de la información en los graduados de la UCACUE.

3.2 Métodos de recolección de datos

El proceso de recopilación de información se realizará a través de una encuesta, la misma que se estructurará con base a las perspectivas teóricas y metodológicas (Soriano, 2015), la encuesta estará dirigida a emprendedores graduados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca desde el año 2018 hasta el año 2023 en la provincia del Cañar, los resultados se analizarán en el software SPSSv25 con la finalidad de contrastar las hipótesis descritas en capítulos anteriores. Cabe mencionar que los ítems del cuestionario son validados por expertos, en el campo académico, personas

especializadas en el problema abordado, y con amplia trayectoria en el área sujeto de estudio (Shrotryia & Dhanda, 2019).

3.2.1 Elaboración de la encuesta o entrevista estructurada

La creación de instrumentos de investigación exige una cuidadosa articulación entre la teoría y el marco metodológico de la investigación, se debe asegurar que la herramienta sea coherente con la epistemología, paradigmas, metodología y procedimientos para obtener y analizar datos (Soriano, 2015). Para construir el instrumento se trabajó en la revisión de la literatura de artículos científicos, tesis doctorales que tratan cada una de las variables tanto dependiente como independientes.

La encuesta de este estudio está compuesta por 44 preguntas divididas en tres secciones.

1. El perfil del encuestado es la primera sección está compuesta por 7 preguntas y obtiene información descriptiva y demográfica del encuestado.
2. El perfil del emprendimiento como segunda sección está integrada por 5 preguntas sobre las características de su empresa/emprendimiento.
3. La tercera sección se compone de 32 preguntas sobre los factores que impulsan el emprendimiento, por lo que tienen como finalidad medir las variables involucradas en el presente estudio. Cabe mencionar que cada variable independiente consta de cinco ítems, mientras que la variable dependiente está compuesta por siete ítems.

En la última sección, cada pregunta es valorada en una escala tipo Likert con puntuaciones numéricas que van desde el 1 al 5, donde 1 es Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= Neutral, 4= De acuerdo, 5= Totalmente de acuerdo. Este tipo de escala es fundamental para obtener datos de calidad, es ampliamente utilizada en las disciplinas de ciencias sociales e investigación de mercados (Matas, 2018). Ver encuesta anexo 1.

3.2.2 Operacionalización de las variables de la hipótesis

Operacionalizar es un procedimiento que vincula variables confusas y busca dar sentido a los términos que inicialmente son abstractos convirtiéndolos en términos cuantificables y verificables, este proceso logra convertir conceptos en indicadores que pueden ser medidos (Cabezas et al., 2018). El apartado hace referencia a la información planteada en los capítulos anteriores, ilustrando la operacionalización de las variables tanto dependiente como las independientes. En la tabla 3 se especifican la definición, la unidad de medición y los reactivos.

Tabla 3 Variables de investigación e indicadores de medición

Variable	Definición	Autores	Unidad de medición
Creatividad	La creatividad puede resumirse es un potencial que todos poseemos y que esta íntimamente ligado con las oportunidades que otorga el contexto	Elisondo et a,l (2012)	Escala tipo Likert 1 - 5 en donde 1 es TOTALMENTE EN DESACUERDO y 5 TOTALMENTE DE ACUERDO
Planeación Estratégica	La planificación estratégica es considerada una herramienta de gestión que le sirve a la empresa para la organización y mejoramiento de sus actividades, asegurando de esta manera que todos los miembros de la entidad estén enfocados en la consecución de los mismos objetivos	Beston et al, (2020)	Escala tipo Likert 1 - 5 en donde 1 es TOTALMENTE EN DESACUERDO y 5 TOTALMENTE DE ACUERDO
Capacitación	La capacitación permite a la empresa, de acuerdo a las variantes del contexto, desarrollar en sus miembros nuevas capacidades para afrontar y resolver las demandas del entorno, a través de la modificación de conocimientos.	Guiñazu (2004)	Escala tipo Likert 1 - 5 en donde 1 es TOTALMENTE EN DESACUERDO y 5 TOTALMENTE DE ACUERDO
Acceso a financiamiento	El capital necesario para emprender y sostener un negocio puede devenir de diferentes fuentes como los ahorros propios, prestamos de amigos y/o familiares, instituciones bancarias y parabancarias o través de redes compartidas con inversionistas y fondos de riesgo	Urban y Rastsimanetrimanana (2019)	Escala tipo Likert 1 - 5 en donde 1 es TOTALMENTE EN DESACUERDO y 5 TOTALMENTE DE ACUERDO
Apoyo familiar	El apoyo de la familia tiende a mitigar la incertidumbre en el arduo y complejo proceso empresarial ya sea validando las relaciones afectivas o gestionando recursos. El apoyo familiar es opción cuando las condiciones del entorno son adversas tales como falta de políticas públicas, financiamiento, incentivos del sector privado etc.	Maleky (2021)	Escala tipo Likert 1 - 5 en donde 1 es TOTALMENTE EN DESACUERDO y 5 TOTALMENTE DE ACUERDO
Emprendimiento	El emprendimiento es un proceso del cual surgen nuevas áreas de oportunidad en las que se pueden hacer negocios a través de generación de ideas o innovación y desarrollando nuevos productos y/o servicios	Zahra (1991); Gienik et al., (2015)	Escala tipo Likert 1 - 5 en donde 1 es TOTALMENTE EN DESACUERDO y 5 TOTALMENTE DE ACUERDO

Fuente: Elaboración propia

3.2.3 Métodos de evaluación de expertos.

Para la validación del contenido de los ítems que consta de 7 preguntas para la variable dependiente denominada emprendimiento y de 5 ítems para cada variable independiente: creatividad, planeación estratégica, capacitación, acceso a financiamiento y apoyo familiar, en total 32 preguntas. Se considera la recomendación de Shrotryia & Dhanda (2019) que indica que para garantizar la validez del contenido es fundamental seleccionar expertos en el ámbito sujeto de estudio, que posean amplio conocimiento, experiencia profesional y formación especializada en el fenómeno a tratar, de esa manera se sugiere la participación de al menos tres expertos para determinar la validez de los ítems (Lynn, 1986).

En este sentido se enviaron los formatos de la validez de contenido a tres expertos con la Matriz de Relevancia, que en base a su experticia y conocimiento podrán calificar cada ítem de la siguiente manera 1: Irrelevante; 2: Poco relevante; 3: Relevante; 4: Muy Relevante; de la ponderación realizada por cada experto se mantendrán los ítems que contengan un valor mayor al promedio de la calificación (Juarez-Hernandez & Tobon, 2018) Ver anexo 2 Juicio de expertos. Los tres expertos que se consideraron en última instancia tienen vasta experiencia en el área profesional y académica de la problemática tratada, y se los anuncia de la siguiente manera:

- El Gerente de una empresa de transporte de la ciudad de La Troncal, Ecuador con 15 años de experiencia; profesor con título de PhD de la carrera de Administración de Empresas de la UCACUE.
- Un Profesor con grado de PhD de la UCACUE con 16 años de experiencia dictando cátedras en la Unidad Académica de Ciencias Económicas y Empresariales. Productor de caña de azúcar desde el año 2005 hasta la actualidad. Gerente de Operaciones del Ingenio “Agroazucar” en el período 2010-2021.
- El Gerente de un taller industrial de ebanistería con 22 años de experiencia, profesor con título de PhD con 22 años de experiencia dictando cátedras en la Unidad Académica de Ciencias Económicas y Empresariales de la UCACUE.

Los resultados de la validación de expertos demostraron que todos los ítems de la encuesta superan o igualan el valor promedio mínimo de calificación, que se estableció en 3 en una escala de 1 a 4 con los tres expertos.

3.3 Población, marco muestral y muestra

La población objetivo está conformado por un conjunto de elementos finitos que comparten ciertos rasgos y particularidades similares que cuando se obtengan los resultados de la investigación se podrá generalizar a este grupo, el mismo que estará definido por la problemática y los objetivos de la investigación (Arias-Odon, 2012).

Cabe señalar que al momento de la investigación no se conocía el número exacto de alumnos que hayan presentado un emprendimiento, por lo que se decidió tomar en cuenta al total de graduados en estas tres zonas geográficas, todos ellos comprendidos entre los años 2018 y 2023 que suman 337:

En la extensión de La Troncal se tenían 108 graduados.

En la extensión Cañar 116 graduados y

En la sede Azogues con 113 graduados

Por lo que se enviaron las encuesta a todos estos alumnos y en las primeras preguntas se interrogaba si tienen actualmente un emprendimiento activo, si contestaban que si continuaban con la encuesta y si contestaban que no procedían a culminarla.

3.3.1. Tamaño de la muestra

En esta investigación como no se contaba con el número exacto de graduados que tenían un emprendimiento activo se decidió no hacer una muestra, y se optó por realizar un censo a la población de estudio. La primera pregunta del cuestionario se refería a si el graduado contaba en ese momento con un emprendimiento y fueron 42 profesionales que contestaron afirmativamente y a

quienes se los consideró para el estudio, por lo que se puede tomar como un censo a los graduados que cuentan con un emprendimiento activo. Se decidió adoptar este método ya que el tamaño de la población es pequeña y por ende, se puede optimizar la utilización de los recursos de mejor manera, por otra parte se disminuye el margen de error en el que se pueda incurrir al aplicar una muestra (Klinger, 2024)

3.3.2. Sujetos de Estudio

El objeto de estudio es una universidad privada en el sur del Ecuador llamada “Universidad Católica de Cuenca” con sus tres dependencias en la provincia del Cañar distribuidas de la siguiente manera, una extensión en la ciudad de La Troncal, una extensión en la ciudad de Cañar y una sede en la ciudad de Azogues. Los sujetos de estudio son los graduados de la carrera de Administración de Empresas en los últimos 6 años es decir desde el año 2018 hasta el año 2023 y que tienen un emprendimiento activo. Se incluyeron únicamente a aquellos que respondían de manera afirmativa que contaban con un emprendimiento activo, por esta razón se considera un censo tal como se señaló anteriormente en la población de estudio. Estos sujetos de estudio nos brindarán una amplia información que permita verificar las hipótesis establecidas en los capítulos anteriores.

3.4 Métodos de Análisis

Para medir la confiabilidad del instrumento se realizará el cálculo del Alpha de Cronbach que evalúa que tan bien los ítems miden el mismo concepto, el intervalo del coeficiente se encuentra entre 0 y 1 calificando a valores igual o superior a 0.70 como aceptable, menor a este número indica baja consistencia interna, mientras que un valor superior a 0.90 sugiere redundancia lo que implica que algunos ítems pudieran estar midiendo el mismo elemento de un constructo (Oviedo & Campo-Arias, 2005; Izah et al., 2024).

Con la finalidad de determinar qué tan confiable es el instrumento a través del análisis de Alpha de Cronbach se realizará una prueba piloto con los graduados que cuenten con un negocio activo al momento de aplicar la encuesta. Esta prueba

piloto brindará datos preliminares reales que ayudarán a establecer el cuestionario definitivo para reducir el riesgo de sesgo en la recolección de información (Mayorga Ponce et al., 2020).

El cuestionario para aplicar la prueba piloto contiene tres secciones, la primera con preguntas sociodemográficas para analizar el perfil del emprendedor, la segunda sección se compone de preguntas que hacen referencia al emprendimiento como tal, en estas dos secciones se utilizará la estadística descriptiva para interpretar los datos de una manera clara y objetiva. La tercera sección contiene preguntas elaboradas en escala tipo Likert para aplicar tanto a la variable dependiente como para las cinco variables independientes que se tiene en la investigación.

Luego del análisis de la confiabilidad del instrumento, se realizará la verificación del cumplimiento de los cinco supuestos de la Regresión Lineal Múltiple: Linealidad, Independencia, No colinealidad, Homocedasticidad, Normalidad, una vez comprobado la existencia estos supuestos se procede a la aplicación modelo de regresión facilita que permite observar el impacto que tienen las variables independientes de manera conjunta sobre una variable dependiente (Martinez, 2005). El análisis se lo realizará a través del paquete estadístico SPSSv25 que permite evidenciar la correlación de las variables y de esta manera aceptar o rechazar las hipótesis operativas, estableciendo el modelo definitivo del trabajo de investigación.

CAPITULO 4. ANALISIS DE RESULTADOS

Este capítulo se detalla los resultados de la investigación. Se inicia presentando el análisis de confiabilidad del instrumento con el Alpha de Cronbach, seguido a esto se emplearan técnicas de estadística descriptiva para la caracterización de los perfiles del encuestado y de su emprendimiento, por último, se aplicará estadística inferencial bajo el modelo de regresión lineal múltiple para aceptar las hipótesis operativas.

4.1. Prueba Piloto

Se procede a realizar una prueba piloto con el fin de analizar la confiabilidad del instrumento a aplicar. Cuando se menciona confiabilidad se hace referencia a que si se aplica el mismo instrumento a un grupo de sujetos en diferentes ocasiones los resultados obtenidos deberán ser consistentes y estables (Galindo Domínguez, 2020). Para medir la confiabilidad del instrumento, se utilizó el Alpha de Cronbach que analiza en qué medida los ítems de la variable reflejan un mismo concepto (Oviedo & Campo-Arias, 2005). Jaramillo & Osses (2012) mencionan que un coeficiente de confiabilidad menor a 0.40 es muy bajo, mientras un rango entre 0.40 a 0.60 es un nivel bajo y únicamente entre 0.70 y 0.90 pueden considerarse como satisfactorios.

La prueba piloto se desarrolló con 13 emprendedores graduados de la Universidad Católica en la extensión La Troncal, con un instrumento de 32 ítems de las 6 variables estudiadas. Los resultados iniciales de confiabilidad mostraron coeficientes de Alfa de Cronbach menores a 0.5 en las variables acceso a financiamiento y apoyo familiar. Se tuvo que reformular y mejorar la redacción de todas las preguntas y se realizó una segunda prueba piloto con 11 graduados, sometiendo al análisis de Alfa de Cronbach con la encuesta reestructurada con el mismo número de ítems, los resultados de la segunda evaluación muestran valores por encima de 0.70 como se resumen en la tabla No 4

Tabla 4 Resultados del Índice del Alfa de Cronbach

Variables	No de ítems	Alfa de Cronbach prueba piloto 1	No de ítems reformulados	Alfa de Cronbach prueba piloto 2
X1 Creatividad	5	0.696	5	0.775
X2 Planeación Estratégica	5	0.794	5	0.897
X3 Capacitación	5	0.859	5	0.915
X4 Acceso a financiamiento	5	0.336	5	0.711
X5 Apoyo familiar	5	0.453	5	0.781
Y Emprendimiento	7	0,751	7	0.899

Fuente: Elaboración propia

4.2. Resultados Finales de análisis descriptivo

Para el tratamiento de la información se utilizó el paquete estadístico SPSSv25 que abordará estadísticos descriptivos respecto del perfil del encuestado y de su emprendimiento y estadística inferencial para medir la correlación de las variables dependiente e independientes aplicando el modelo de regresión lineal múltiple desde luego asegurándose que se cumplan todos los supuestos estadísticos del modelo. A continuación, se presentan los resultados que se obtienen en cada sección.

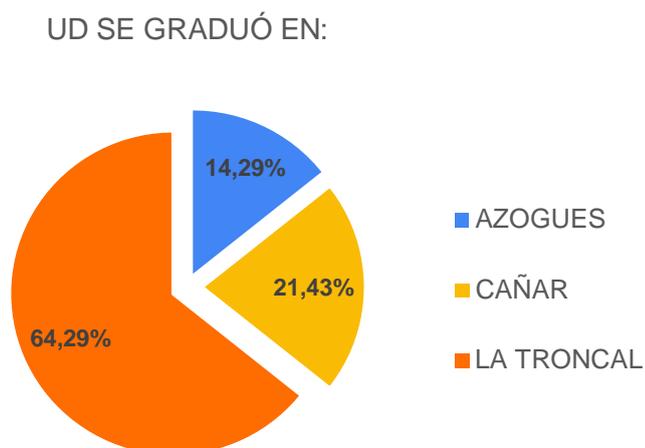
4.2.1. Perfil del encuestado

Del censo que se realizó se presenta a continuación sus características:

a) Sede o Extensión de graduación

La mayoría de los graduados son de la extensión La Troncal lo que supone una mayor actividad económica en cuanto a levantar un emprendimiento se refiere tal como se ilustra en la figura No 4.

Figura 4 Sede o extensión en la que se graduó

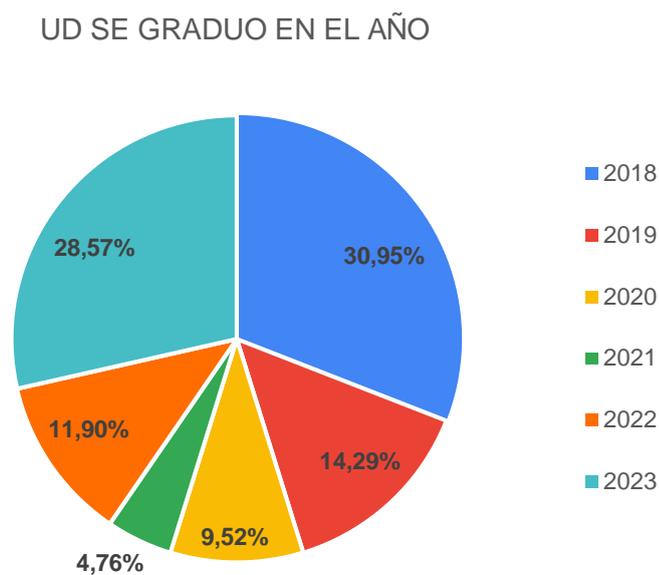


Fuente: Resultados obtenidos de la encuesta

b) Año de graduación

Los profesionales que se graduaron en los años 2018 y 2023 es de donde surgen el mayor número de emprendimientos, ya que estos años representan más del 50% de los sujetos de estudio como se muestra en la figura No 5

Figura 5 Año de graduación

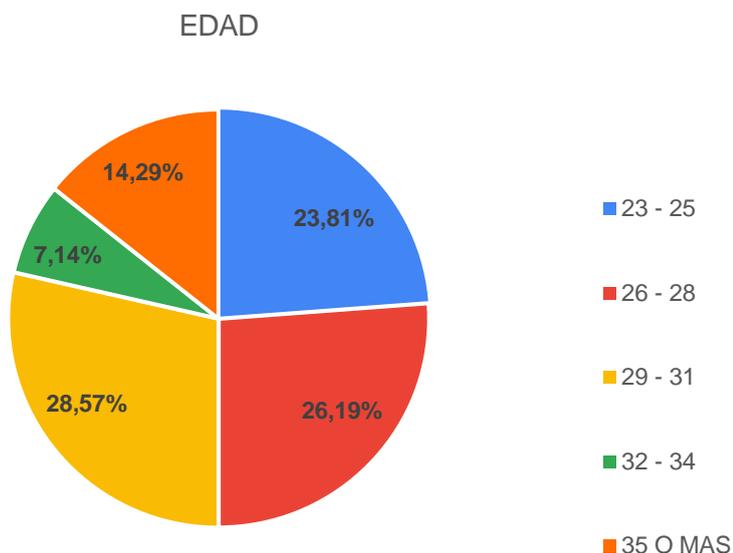


Fuente: Resultados obtenidos de la encuesta

c) Edad

Respecto a la edad se obtiene que cerca del del 55% del grupo de emprendedores oscila una edad entre 26 y 31 años como se puede observar en la figura No 6

Figura 6 Edad

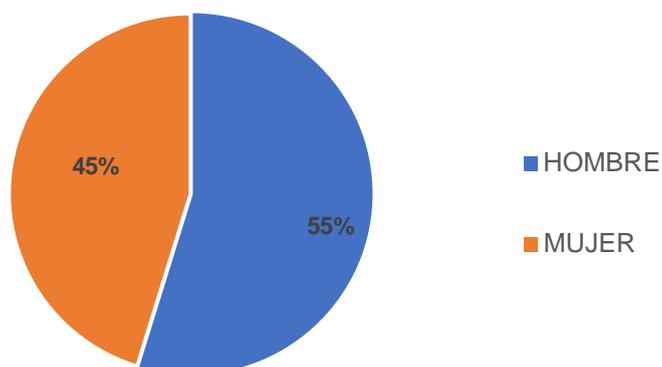


Fuente: Resultados obtenidos de la encuesta

d) Sexo

Tal como se ilustra en la figura No 7 es importante resaltar que hay una equidad en el emprendimiento, aunque con una ligera ventaja de los varones en un 9%

Figura 7 Sexo

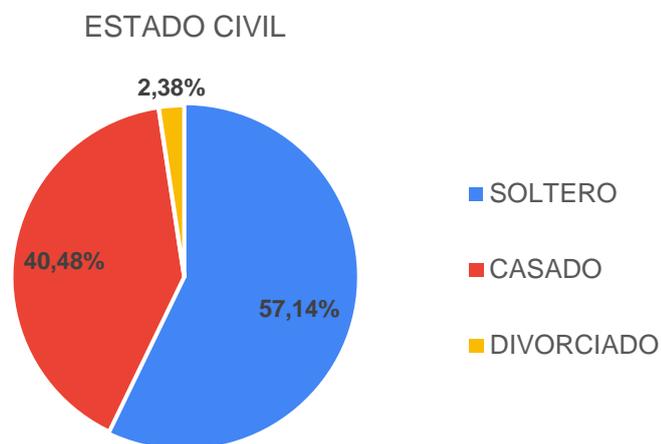


Fuente: Resultados obtenidos de la encuesta

e) Estado Civil

El estar soltero tiende a propiciar más la iniciativa de emprender como se evidencia en la figura No 8

Figura 8 Estado civil

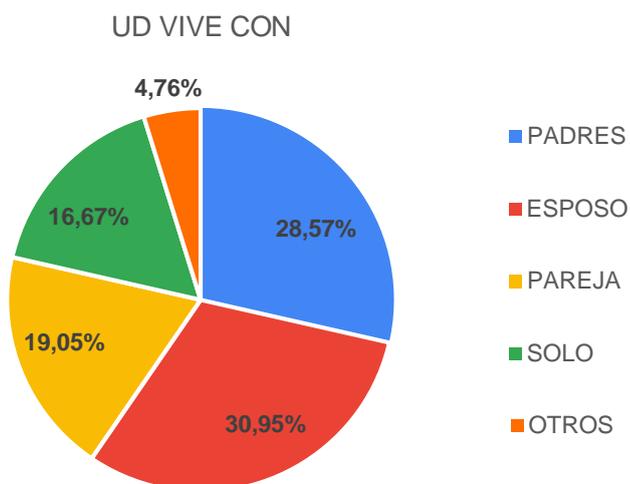


Fuente: Resultados obtenidos de la encuesta

f) Con quien vive el emprendedor

Los emprendedores en su mayoría conviven con su esposo (a) y con sus padres como se ilustra en la figura No 9.

Figura 9 Con quien vive el emprendedor



Fuente: Resultados obtenidos de la encuesta

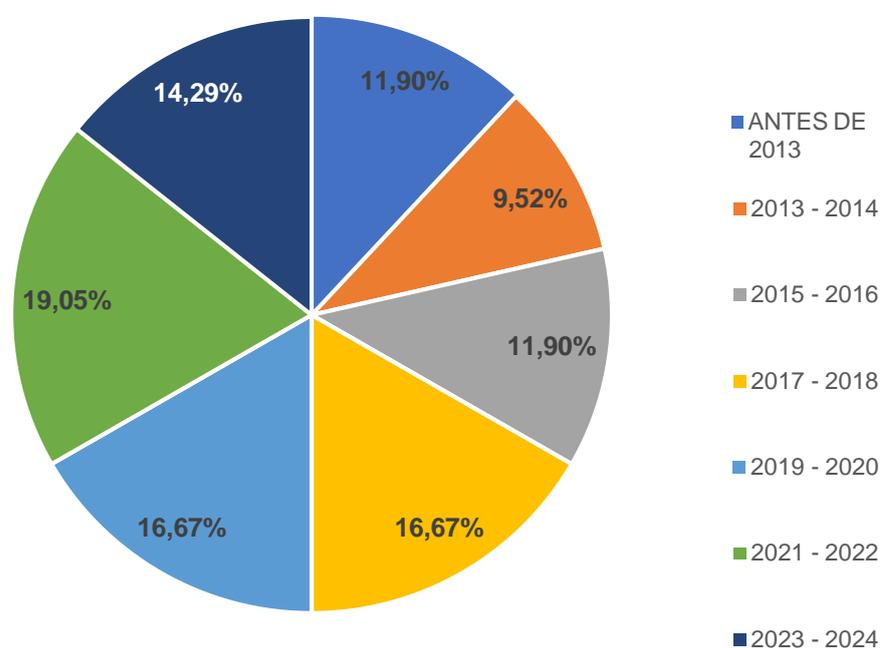
4.2.2. Perfil del emprendimiento

a) Año de creación del emprendimiento

Los negocios en promedio tienen 6 años de existencia en la actualidad, a este dato se puede complementar que entre los años 2017 y 2022 se crean cerca del 53% del total de los emprendimientos, esto se representa en la figura No 10

Figura 10 Año de creación del emprendimiento

AÑO DE CREACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO



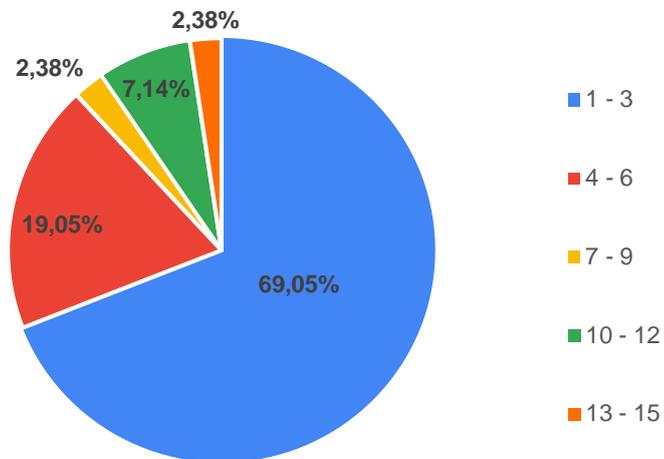
Fuente: Resultados obtenidos

b) Número de empleados

En promedio el número colaboradores que posee un emprendimiento es de 3 personas tal como se observa en la figura No 11

Figura 11 *Número de empleados que tiene el emprendimiento*

NÚMERO DE EMPLEADOS QUE TIENE EL EMPRENDIMIENTO



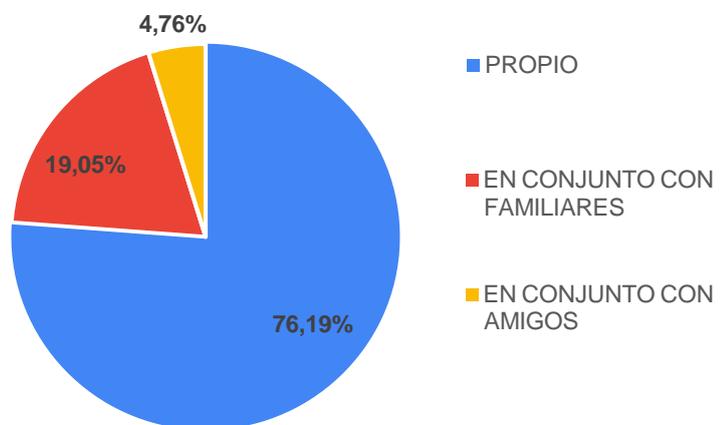
Fuente: Resultados obtenidos

c) Participación del emprendimiento

Cerca del 77% de los graduados que abrieron su negocio son propietarios únicos de su emprendimiento, es decir no tienen participación con terceras personas, esta información se interpreta en la figura No 12

Figura 12 *Participación del emprendimiento*

SU EMPRENDIMIENTO ES



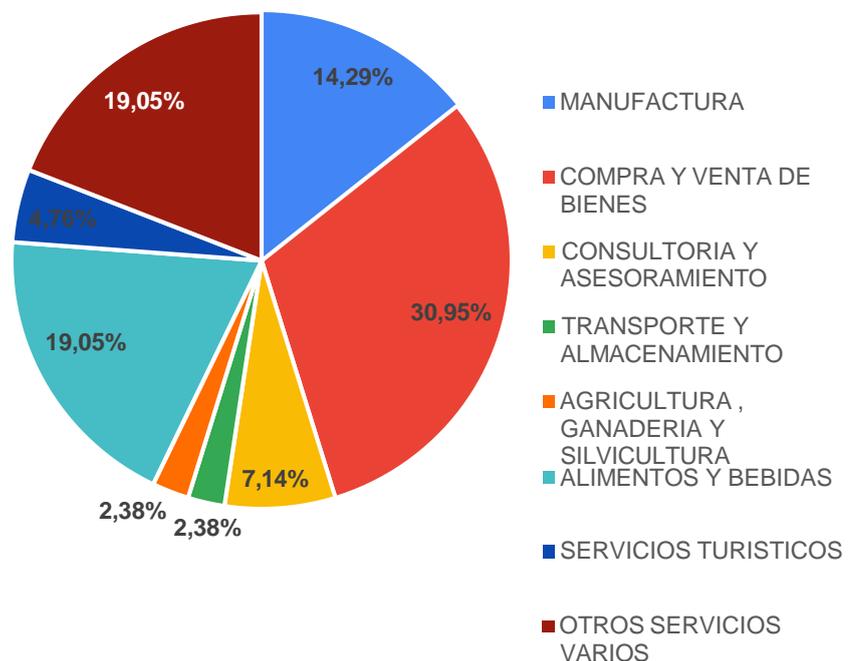
Fuente: Resultados obtenidos

d) Sector al que pertenece el emprendimiento

Las actividades emprendedoras de los graduados son muy heterogéneas sin embargo la mitad de ellos están concentradas entre el sector de compra y venta de bienes (comercio), y el sector gastronómico (alimentos y bebidas) con un 31% y 19% respectivamente, lo que se puede ilustrar en la figura No 13

Figura 13 Sector al que pertenece el emprendimiento

SECTOR AL QUE PERTENECE SU EMPRENDIMIENTO



Fuente: Resultados obtenidos

4.3 Análisis estadístico del modelo de regresión lineal múltiple

En esta sección se expondrán los resultados que se han obtenido, una vez que se procesa la información a través del modelo de regresión lineal múltiple, este análisis supone que más de una variable exógena influye o está asociada con el

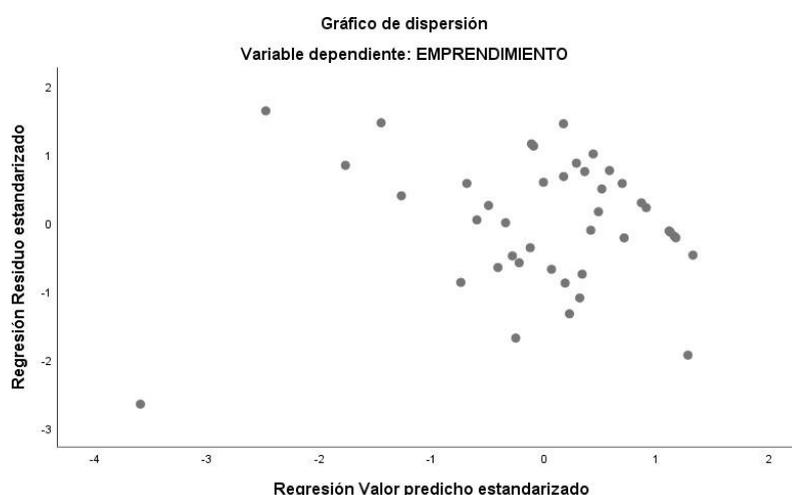
valor de una variable endógena (Babbie, 2000; Martinez, 2005). En ese sentido Vilá Baños et al., (2019) expresa que para la construcción de un modelo de regresión lineal múltiple es fundamental cumplir con cinco supuestos: Linealidad, Independencia, No colinealidad, Homocedasticidad, Normalidad.

4.3.1 Supuestos de la regresión lineal múltiple

a) Linealidad

El supuesto de Linealidad indica que los residuos deberían mostrarse de forma aleatoria alrededor de cero y mantener una variabilidad uniforme a lo largo del eje X (Rodrigo, 2016). En ese sentido, la figura No 14 exhibe que los puntos no parecen formar un patrón definido que se asemeje a una curva o una figura de embudo y más bien los puntos se distribuyen de manera aleatoria alrededor de la línea horizontal en cero, esto sugiere que el supuesto de Linealidad esta cumplido.

Figura 14 *Supuesto de linealidad*



Fuente: Resultados obtenidos a partir de la simulación en SPSS v25

b) Independencia

La independencia es otro supuesto fundamental del modelo de regresión lineal Múltiple y presume que el valor del residuo de una observación no tiene impacto en el residuo de la siguiente observación y para testear esta condición el estadístico de Durbin-Watson evalúa el grado de independencia entre los residuos, este estadístico varía entre 0 y 4, con un valor de 2 indicando independencia,

valores por debajo de 2 sugieren autocorrelación positiva, mientras que valores superiores a 2 indican autocorrelación negativa, se considera que los residuos son independientes cuando el valor del estadístico Durbin-Watson está entre 1.5 y 2.5 (Díaz, 2018). En virtud de esto en la tabla No 5 se puede evidenciar que el estadístico de Durbin-Watson para este trabajo en particular adopta entre los límites aceptables por lo que se puede argumentar que el supuesto de Independencia está cubierto.

Tabla 5 *Supuesto de Independencia*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
1	.872 ^a	0,760	0,727	2,600	1,841

a. Predictores: (Constante), APOYO FAMILIAR , ACCESO A FINANCIAMIENTO, PLANEACIÓN ESTRATEGICA, CAPACITACIÓN, CREATIVIDAD

b. Variable dependiente: EMPRENDIMIENTO

Fuente: Resultados obtenidos a partir de la simulación en SPSS v25

c) No colinealidad

El supuesto de No Colinealidad asume que no existen relaciones lineales exactas entre las variables independientes, un estadístico que expone de manifiesto la existencia o no de Multicolinealidad es el análisis de Factor de Inflación de la Varianza (VIF por sus siglas en ingles), este estadístico define por regla general qué si los factores VIF adoptan valores superiores a 10, es indicio que existe serios problemas de multicolinealidad (Montgomery et al., 2006). Por lo que se puede apreciar los valores VIF en la tabla No 6 todos son menores a 10 por lo que se puede asegurar que entre las variables no existe multicolinealidad.

Tabla 6 Supuesto de no colinealidad

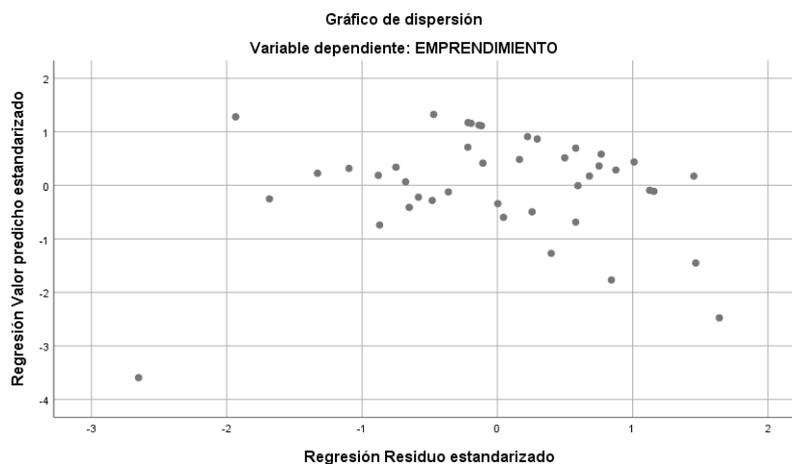
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficiente estandarizados	T	Sig.	Estadísticas de colinealidad	
	B	Desv. Error	Beta			Tolerancia	VIF
Y EMPRENDIMIENTO (Constante)	7.235	2.880		2.512	0.017		
X1 CREATIVIDAD	0.435	0.201	0.349	2.165	0.037	0.257	3.893
X2 PLANEACIÓN ESTRATEGICA	0.427	0.186	0.382	2.296	0.028	0.241	4.144
X3 CAPACITACIÓN	0.137	0.146	0.139	0.938	0.354	0.304	3.286
X4 ACCESO A FINANCIAMIENTO	0.064	0.126	0.049	0.512	0.612	0.724	1.381
X5 APOYO FAMILIAR	0.097	0.131	0.071	0.740	0.464	0.717	1.394

Fuente: Resultados obtenidos a partir de la simulación en SPSS v25

d) Homocedasticidad

La Homocedasticidad implica que la varianza es constante a lo largo de las predicciones del modelo (Ortiz et al., 2015) . En la figura No 15 no se distingue que los puntos formen un claro patrón en forma de embudo o una especie de curva, no obstante, se evidencia que se dispersan de manera aleatoria al valor 0, lo cual sugiere que se cumple con el supuesto de Homocedasticidad.

Figura 15 Supuesto de Homocedasticidad

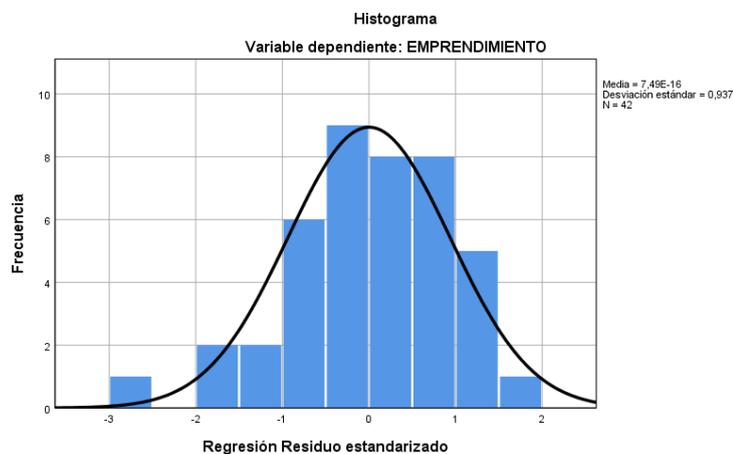


Fuente: Resultados obtenidos a partir de la simulación en SPSS v25

e) Normalidad

La prueba de Normalidad establece que los residuos se distribuyen normalmente, y para verificar aquello se tiene entre otros métodos al Histograma de Residuos y la Gráfica de Probabilidad Normal, el primero consiste en graficar una figura que debería formar una especie de campana para justificar la normalidad (Diaz, 2018), el segundo compara valores observados con sus respectivos valores esperados, la alineación de los puntos de esos valores sobre una línea recta indica que la muestra proviene de una población normal (Romero-Saldaña, 2016) En ese sentido la figura No 16 muestra los resultados de esta tesis que sugiere que la forma en la que están distribuidos los residuos se asemeja a una curva normal.

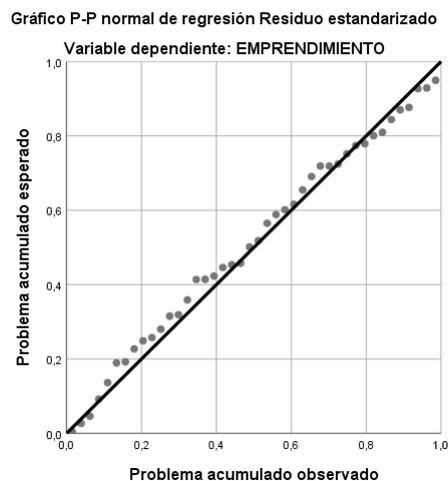
Figura 16 *Supuesto de Normalidad - Histograma de residuos*



Fuente: Resultados obtenidos a partir de la simulación en SPSS v25

De igual manera la figura No 17 indica que los puntos no muestran desviaciones a lo largo de la línea en diagonal. En consecuencia, visto los dos gráficos de manera simultánea se puede concluir que la prueba de normalidad está satisfecha.

Figura 17 Supuesto de normalidad - Gráfico de probabilidad normal



Fuente: Resultados obtenidos a partir de la simulación en SPSS v25

4.3.2 Análisis de correlación con todas las variables

La tabla No 7 ilustra que solo dos de las cinco variables independientes son significativas, puesto que su p-valor está por debajo de 0.05 y estas son X1 creatividad (0.037) y X2 planeación estratégica (0.028)

Tabla 7 Significancia de las variables

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	T	Sig.	Estadísticas de colinealidad	
	B	Desv. Error	Beta			Tolerancia	VIF
(Constante)	7.235	2.880		2.512	0.017		
X1 CREATIVIDAD	0.435	0.201	0.349	2.165	0.037	0.257	3.893
X2 PLANEACIÓN ESTRATEGICA	0.427	0.186	0.382	2.296	0.028	0.241	4.144
X3 CAPACITACIÓN	0.137	0.146	0.139	0.938	0.354	0.304	3.286
X4 ACCESO A FINANCIAMIENTO	0.064	0.126	0.049	0.512	0.612	0.724	1.381
X5 APOYO FAMILIAR	0.097	0.131	0.071	0.740	0.464	0.717	1.394

a. Variable dependiente: EMPRENDIMIENTO

Fuente: Resultados obtenidos a partir de la simulación en SPSS v25

a) Modelo de regresión lineal múltiple con las variables significativas

En segunda instancia se ingresan nuevamente los datos al sistema SPSS, sin embargo, en esta ocasión se lo hace únicamente con las variables que resultaron significativas esto es con las variables X1 creatividad y X2 planeación estratégica. En la tabla No 8 se exponen los valores y una vez más se debe prestar atención al coeficiente de determinación R^2 y se pone de manifiesto que el valor sigue muy cercano a 1 por lo que se tiene evidencia suficiente que el modelo es válido para desarrollar predicciones.

Tabla 8 Resumen del modelo con las variables significativas

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.863 ^a	0.746	0.732	2.573

a. Predictores: (Constante), PLANEACIÓN ESTRATEGICA, CREATIVIDAD

b. Variable dependiente: EMPRENDIMIENTO

Fuente: Resultados obtenidos a partir de la simulación en SPSS v25

En la Tabla No 9 se evidencia el análisis de Varianza ANOVA, el estadístico “F” es superior a 1 y el p-valor es menor a 0.05 lo que indica que existe diferencias significativas entre las medias de los grupos comparados y que dichas diferencias no se pueden atribuir al azar (Rubio-Hurtado & Berlanga-Silvente, 2012; Stahle & Wold, 1989).

Tabla 9 Análisis del ANOVA

Modelo	ANOVA ^a				
	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	756.328	2	378.164	57.132	.000^b
1 Residuo	258.148	39	6.619		
Total	1014.476	41			

a. Variable dependiente: EMPRENDIMIENTO

b. Predictores: (Constante), PLANEACIÓN ESTRATEGICA, CREATIVIDAD

Fuente: Resultados obtenidos a partir de la simulación en SPSS v25

En la tabla No 10 se puede evidenciar que los coeficientes de regresión estandarizados llamados también Beta, las dos variables tienen el mismo grado de influencia en el modelo de igual manera sucede con su p-valor donde sus valores están por debajo del 0.05. Se puede apreciar además que no existe problemas de colinealidad ya que los valores VIF son menores a 10. Los valores que definen la ecuación de la regresión lineal múltiple vienen dados de los coeficientes de regresión no estandarizados con el valor en la constante de $\beta = 8.544$ a la variable X1 creatividad de $\beta_1 = 0.563$ y a la variable X2 planeación estratégica de $\beta_2 = 0.509$.

Tabla 10 Coeficientes de regresión

Modelo	Coeficientes ^a				Sig.	Estadísticas de colinealidad	
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	T		Tolerancia	VIF
	B	Desv. Error	Beta				
(Constante)	8.544	2.126		4.019	0.000		
1 CREATIVIDAD	0.563	0.173	0.451	3.247	0.002	0.338	2.961
PLANEACIÓN ESTRATEGICA	0.509	0.155	0.455	3.277	0.002	0.338	2.961

a. Variable dependiente: EMPRENDIMIENTO

Fuente: Resultados obtenidos a partir de la simulación en SPSS v25

- **Ecuación del Modelo de Regresión Lineal Múltiple**

Siendo: $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$

Siendo así la ecuación del modelo se presentaría de la siguiente manera:

$$\text{Impulsar el emprendimiento} = 8.544 + 0.563 (\text{Creatividad}) + 0.509 (\text{Planeación Estratégica})$$

El coeficiente 8.544 se interpreta como el valor de base esperado que adoptaría la variable "Impulsar el emprendimiento", aun cuando creatividad y planeación estratégica, ambos tengan un valor de cero. El coeficiente 0.563 de creatividad explica que, por cada unidad de aumento en la puntuación de creatividad el valor de "Impulsar el emprendimiento" aumenta en 0,563 unidades, manteniendo todo lo demás constante. El coeficiente de planeación estratégica es 0.509, esto significa que por cada unidad adicional en la puntuación de planeación

estratégica el valor de “Impulsar el emprendimiento” aumenta en 0.509 unidades, manteniendo todo lo demás constante.

4.4. Comprobación de Hipótesis

Tal como se mencionó en el capítulo 1 la hipótesis general de este trabajo de investigación es: Los factores que impulsan el emprendimiento de los graduados de una universidad privada son: creatividad, planeación estratégica, capacitación, acceso a financiamiento y apoyo familiar. En ese sentido la tabla No 11 resume la comprobación de las hipótesis operativas realizadas en esta investigación.

Tabla 11 Comprobación de Hipótesis Operativas

Hipótesis	Sig.	Resultados
H1= La creatividad es un factor que impulsa positivamente el emprendimiento de los graduados de una universidad privada en el Ecuador.	0.037	Se acepta
H2= La planeación estratégica es un factor que impulsa positivamente el emprendimiento de los graduados de una universidad privada en el Ecuador.	0.028	Se acepta
H3= La capacitación es un factor que impulsa positivamente el emprendimiento de los graduados de una universidad privada en el Ecuador	0.354	Se rechaza
H4= El acceso a financiamiento es un factor que impulsa positivamente el emprendimiento de los graduados de una universidad privada en el Ecuador.	0.612	Se rechaza
H5= El apoyo familiar es un factor que impulsa positivamente el emprendimiento de los graduados de una universidad privada en el Ecuador.	0.464	Se rechaza

Fuente: Elaboración propia.

Para las variables: creatividad y planeación estratégica no se rechazan sus hipótesis puesto que tienen niveles de significancia que están por debajo del 0.05. En contraste, las variables: capacitación, acceso a financiamiento y apoyo familiar no permiten aceptar las hipótesis del investigador puesto que sus valores de

significancia están por encima de 0.05. Por lo anterior se confirma que las variables creatividad y planeación estratégica tienen una relación positiva y son estadísticamente significativas.

Con la presentación de los resultados de la investigación, a continuación, se discutirá y se desarrollarán conclusiones precisamente sobre los hallazgos más sobresalientes que se pudo evidenciar a lo largo del tratamiento de la información.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A través del análisis estadístico y las bases teóricas investigadas para el presente trabajo, se representan los resultados y hallazgos más relevantes que podrían contribuir al desarrollo de futuras investigaciones expandiendo así la frontera del conocimiento. En ese sentido los descubrimientos de esta investigación pueden ser considerados por las IES para revisar su malla curricular y de esta manera incentivar y potenciar el espíritu emprendedor desde las aulas de clase, así como también para los organismos estatales que pudieran generar políticas y/o programas que promuevan y fortalezcan el emprendimiento.

- **Cumplimiento de objetivos**

Se logra cumplir el primero objetivo metodológico al analizar los antecedentes del emprendimiento partiendo del panorama mundial que revela que la tasa de variación de la actividad emprendedora en economías avanzadas se mantiene estable, mientras que, esta misma tasa en economías emergentes es muy inestable. En lo que a América Latina se refiere el emprendimiento digital es una tendencia por lo que se está realizando fuertes inversiones en I+D. Finalmente para el contexto ecuatoriano en el año 2020 se crea una ley para estimular el emprendimiento y la innovación.

Para cumplir con el objetivo de identificar el marco teórico de las variables independientes y de la dependiente, se realiza una revisión bibliográfica detallada de factores que impulsan el emprendimiento logrando establecer elementos influyentes como la creatividad, planeación estratégica, capacitación, acceso a financiamiento y apoyo familiar.

El tercer objetivo metodológico se llega a cumplir ya que se construye un instrumento de medición que cuantifica las variables que intervienen en la investigación, este instrumento cumple satisfactoriamente la validez que se comprueba a través del método de Evaluación de Expertos, cumple también con

confiabilidad que se somete al análisis del Alpha de Cronbach en donde los resultados se sitúan en los entre los intervalos aceptados por la literatura.

Al realizar un censo con los graduados de la UCACUE entre los años 2018 hasta el 2023 en la provincia del Cañar se cumple con el objetivo metodológico que requiere que los sujetos de estudio sean lo suficientemente representativos para para garantizar la fiabilidad de los resultados.

El último objetivo metodológico se satisface al aplicar el instrumento a los sujetos de estudio lo que permite contrastar los resultados que se analizan a través del modelo de regresión lineal múltiple con las hipótesis operativas planteadas en el primer capítulo.

- **Hallazgos**

Los datos resultantes de la investigación científica demuestra que la creatividad influye positiva y significativamente en el impulso del emprendimiento que están en concordancia con lo que aseveran Loli et al. (2010), Villalba et al. (2021), y Gallardo-Perez et al. (2021) quienes realizaron trabajos en diferentes contextos y con diferentes metodologías, ellos coinciden en que el individuo que tiene una mayor capacidad de generar ideas creativas tiene un mayor potencial en el campo del emprendimiento, esto complementa a que el emprendedor podrá adaptarse de manera oportuna a las nuevas reglas del mercado, así como de aprovechar las oportunidades que surgieran en un ecosistema dinámico y cambiante.

La variable planeación estratégica evidencia que tiene un efecto positivo y significativo en el impulso al emprendimiento tal como lo dicen en sus estudios Sastre (2013), Rueda (2014), Muniz-Jaime et al. (2022), asegurando que la elaboración de una planeación estratégica define objetivos a corto y largo plazo para que de esa manera el emprendedor asigne recursos de manera eficiente en la consecución de los mismos, además, elaborar este plan permite adaptarse a los cambios que pudieran generarse en este entorno empresarial cada vez más competitivo.

Por su parte la variable capacitación, aunque influye de manera positiva no es estadísticamente significativa respecto del impulso a emprender, a pesar de que la teoría sugiere que la capacitación tiene un impacto importante en impulsar el emprendimiento. Coincide con los resultados de esta investigación, Agarwal et al. (2018) pues a decir de ellos las razones de emprender son impulsadas por otros factores, obedeciendo al escenario en el que se desarrollan, no obstante, si bien la capacitación no pudiera ser la prioridad de los emprendedores, esta juega un papel importante como factor de satisfacción y compromiso de con sus negocios a largo plazo.

Con respecto al acceso a financiamiento, esta variable impacta de manera positiva, pero no logra ser estadísticamente significativa en cuanto a impulsar el emprendimiento se refiere. Pese a que la literatura indica que el acceso a financiamiento es un factor que puede impulsar el emprendimiento, Wagdi & Hasaneen (2019) y Sánchez Fontana & Tonon Ordoñez (2020) lo ven como una limitante al momento de iniciar un negocio pues muchos emprendedores no cuentan con capital propio suficiente para arrancar, y desconocen el proceso o los requisitos para solicitar un préstamo a instituciones financieras además de la existencia de otras fuentes de financiamiento.

Finalmente, apoyo familiar al igual que las dos últimas variables logra influir de manera positiva, sin embargo, no es estadísticamente significativa para impulsar el emprendimiento. Numerosos trabajos de investigación respaldan que el apoyo familiar incide favorablemente en impulsar el emprendimiento, sin embargo, en su estudio Adjei et al. (2019) denota que la incidencia del apoyo depende mucho de que lazo familiar provenga ese apoyo ya que no todas las relaciones del círculo familiar son beneficiosas para el emprendimiento.

- **Implicaciones prácticas**

Realizando un análisis más profundo de los resultados se pueden realizar las siguientes interpretaciones prácticas

Con respecto a la creatividad que resulto ser significativamente influyente en el impulso del emprendimiento, esta debe seguir fortaleciéndola a través del sistema educativo integral esto es desde la educación inicial hasta la educación superior diseñando programas que incentiven la generación de nuevas y revolucionarias ideas. De igual manera el sector público y privado deben crear espacios que favorezcan el desarrollo de la creatividad que a la larga traerá el desarrollo económico de la localidad.

La planeación estratégica de igual manera influye de manera significativa en el impulso al emprendimiento, puesto que los emprendedores la consideraron en esa condición se tiene que hacer reflexionar a los dueños de negocios que la planificación no es solo para empresas grandes, sino más bien que su elaboración es un aspecto fundamental independiente del tamaño de la empresa y sobre todo en las etapas iniciales del emprendimiento, que traza objetivos que puedan ser medibles en el tiempo.

La variable capacitación no logró ser altamente influyente en impulsar el emprendimiento en esta investigación, y se puede deber a varios factores como la inversión que deberían hacer los emprendedores les puede parecer oneroso y prefieren el conocimiento empírico. Otra de las razones pueda ser el tiempo que toma la capacitación ya sea esta formal es decir dictadas por instituciones educativas o centros de formación, o informal que se refiere a través de las redes sociales. Una última suposición puede ser simplemente la falta de información sobre estas asesorías o que el emprendedor no encuentra el tema en específico que desea capacitarse

El acceso a financiamiento no es un factor que impulsa el emprendimiento en los encuestados de esta investigación puesto que perciben la dificultad de solicitar un préstamo en instituciones financieras, en ese sentido este sector debe sensibilizar los estándares de garantía y requisitos para solicitar un crédito más aun cuando se trate de empezar un negocio, por su parte el sector público tendría que intensificar campañas de información de mecanismos de financiamiento no tradicional que otorga la Ley de Emprendimiento e Innovación y que entre esas opciones podría optar por el crowdfunding.

En esta investigación el apoyo familiar no constituye un elemento que impulse el emprendimiento, este aspecto es muy complejo y delicado pues se puede notar que no siempre esta presente o que talvez sea insuficiente. En ese sentido a través de talleres o charlas motivacionales se podría hacer notar al emprendedor y a su círculo familiar íntimo que al involucrarse se podrían reducir los costos, capacitando a los miembros en la dinámica del negocio y que el bienestar de la familia estaría ligado al éxito que pueda tener el emprendimiento.

- **Limitaciones del estudio**

En el desarrollo de este trabajo hubo dos limitantes como:

Algunos encuestados no contestaban el cuestionario por lo que se tuvo que viajar a las ciudades de Azogues y Cañar para poder aplicar el instrumento en la dependencia de sus negocios. Una vez allí obviamente los dueños estaban ocupados y se tenía que esperar un tiempo libre para persuadir al emprendedor a contestar el cuestionario.

La migración fue otra limitante al momento de recolectar información, pues en el proceso de realizar la encuesta se preguntaba por los compañeros de curso y muchos respondían que habían salido del país. Para tener una idea de este fenómeno solamente en La Troncal entre los años 2018 a 2023, el 23% de los estudiantes habían migrado, según señalaron sus colegas.

- **Recomendaciones y líneas futuras**

De los resultados de este trabajo se podrían sustentar entidades del gobierno nacional y seccional para promulgar políticas públicas que alivien el rigor en el otorgamiento de créditos para emprendimientos, en paralelo, y conjuntamente con la academia crear programas que acompañen al emprendedor desde que inicia su negocio hasta que pueda ser sostenible en el tiempo, a través, de la elaboración de planes estratégicos y la aplicación de herramientas que faciliten la transición entre estas dos etapas. Planificar capacitaciones en distintas áreas concernientes al

negocio que podrían ser el aspecto tributario o en el plano legal. Desarrollar espacios en donde se pueda estimular la creatividad participando estudiantes, empresas, la comunidad educativa y ciudadanía en general para intercambiar ideas, experiencias, se discutan problemas reales de la localidad y propongan soluciones viables. En el plano del entorno familiar sería muy complicado sugerir algo en concreto puesto que cada círculo familiar es único y diferente, no obstante, el emprendedor tiene presente que encontrará de primera o última instancia ese apoyo que necesita en determinada situación de su negocio sea de índole económico, moral, de redes de contacto, sentimental incluso.

Para futuras investigaciones se recomienda insistir con las variables que no fueron significativas en esta investigación, sin embargo, se sugiere que se lo realice en un sector en específico que dado los resultados de esta investigación sería interesante aplicar en el área gastronómica y de comercio (compra y venta de bienes) ya que estos dos sectores son en los que más operan los emprendedores de la provincia. De esta manera se podría articular una especie de vademecúm que pueda ayudar al potencial emprendedor que desea iniciar sus actividades en ese sector en particular indicándole en que aspectos debe poner mayor atención al momento de emprender y posteriormente una vez establecido el negocio . Por otro lado, para investigaciones posteriores podrían tomar como base las variables tratadas en este trabajo, además incluir variables que la literatura considera esenciales para impulsar el emprendimiento mencionando a la innovación, el tipo de liderazgo, las necesidades de logro, entre otras.

BIBLIOGRAFÍA

- Adjei, E., Eriksson, R., Lindgren, U., & Holm, E. (2019). Familial relationships and firm performance: the impact of entrepreneurial family relationships. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(5-6), 357-377. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1514074>
- Agarwal, S., Agrawal, V., & Agrawal, A. M. (2018). Motivational and success factors: through the lens of women entrepreneurship. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 17(4), 307-328. <https://doi.org/10.1504/IJMED.2018.096231>
- Ahmed, I., Islam, T., & Usman, A. (2021). Predicting entrepreneurial intentions through self-efficacy, family support, and regret. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(1), 26-38. <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2019-0093>
- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito* (4.a ed.). Mc Graw Hill. <https://archive.org/details/EIEmprededorDexito/page/n3/mode/1up>
- Alles, M. (2006). *Selección por competencias* (1.a ed.). Ediciones Granica. https://ia601604.us.archive.org/31/items/libro-martha-alles-seleccion-por-compete/LIBRO_Martha_Alles_Seleccion_por_Compete_text.pdf
- Alvarado-Choez, D., Barreto-Madrid, R., & Baque-Cantos, M. (2021). Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia covid- 19. *Polo del Conocimiento*, 6(3), 2145-2164. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926942>
- Álvarez, F., López, O., & Toledo, M. (2021). *Acceso al financiamiento de las pymes*. <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1752>
- Alvarez, S., & Busenitz, L. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27(6), 755-775. <https://doi.org/10.1177/014920630102700609>
- Amabile, T. (2012). *Componential Theory of Creativity* (12; 096). <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=42469>
- Antonio, T., Lanawati, S., Wiriana, T. A., & Christina, L. (2014). Correlations Creativity, Intelligence, Personality, and Entrepreneurship Achievement. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115, 251-257.

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814019818?ref=pdf_download&fr=RR-2&rr=8b22c7db4fc38dd0

- Arevalo, K., & Pastrano, E. (2015). Diagnóstico de las fuentes no tradicionales de financiamiento empleadas por las PYMES del Cantón Quevedo. Ecuador. *Revista Publicando*, 2(2), 149-162. https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/41/pdf_28
- Arévalo-Chávez, P., Cruz-Cárdenas, J., Guevara-Maldonado, C., Palacio-Fierro, A., Bonilla-Bedoya, S., Estrella-Bastidas, A., Guadalupe-Lanas, J., Zapata-Rodríguez, M., Jadán-Guerrero, J., Arias-Flores, H., & Ramos-Galarza, C. (2020). *Actualización en metodología de la investigación científica*. Universidad Tecnológica Indoamérica. https://www.researchgate.net/publication/349038465_Actualizacion_en_metodologia_de_la_investigacion_cientifica
- Arias Vargas, F. J., Ribes-Giner, G., Arango-Botero, D., & Garcés Giraldo, L. F. (2021). Factores sociodemográficos que inciden en el emprendimiento rural de jóvenes en Antioquia, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1218-1240. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.14>
- Arias-Odon, F. (2012). *El Proyecto de Investigación, Introducción a la metodología científica*. Episteme. https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION
- Arranz, A. (1995). *Planeación Estratégica Integral*. Universidad Contemporánea de las Américas. <https://uniclanet.unicla.edu.mx/assets/contenidos/267220231003091237.pdf>
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2020). *Ley Organica de Emprendimiento e Innovación*. <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-07/151%20Exp%C3%ADdase%20la%20Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Emprendimiento%20e%20Innovaci%C3%B3nLey%20Org%C3%A1nica%20de%20Emprendimiento%20e%20Innovaci%C3%B3n.pdf>
- Awais Ahmad Tipu, S., & Manzoor Arain, F. (2011). Managing success factors in entrepreneurial ventures: a behavioral approach. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17(5), 534-560. <https://doi.org/10.1108/13552551111158844>

- Babbie, E. (2000). *Fundamentos de la investigación social*. International Thomson Editores.
https://www.academia.edu/11882925/Babbie_Fundamentos_de_la_investigaci%C3%B3n_social
- BCE (Banco Central del Ecuador). (2022). *Cuentas Nacionales Trimestrales*.
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/cnt65/ResultCTRIM118.pdf#:~:text=El%20Banco%20Central%20del%20Ecuador%20%28BCE%29%2C%20en%20esta,al%20crecimiento%20y%20VAB%20petrolero%20y%20no%20petrolero.>
- Bedoya, M., Toro, I., & Arango, B. (2017). Emprendimiento Corporativo e Innovación: Una Revisión y Futuras Líneas de Investigación. *Revista Espacios*, 38(17), 20. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n17/a17v38n17p20.pdf>
- Bell, C., & Margolis, F. (1989). The Practice of Training: A Matter of Perspective. *Journal of Management Development*, 8(1), 43-48.
<https://doi.org/10.1108/EUM0000000001334>
- Bohlander, G., & Snell, S. (2008). *Administración de Recursos Humanos*. CENGAGE Learning.
https://www.academia.edu/43559723/Administraci%C3%B3n_de_recursos_humanos_14ed_Bohlander_George_Snell_Scott
- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de Emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24), 183-196. <https://w.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Boscán, M., & Sandra, M. (2009). Estrategias de financiamiento para el desarrollo endógeno del sector confección zuliano. *Telos*, 11(3), 402-417.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6436410>
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Universidad de las Fuerzas Armadas .
<https://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Cabrera Toscano, E. F., Valencia Neto, M. E., & Medina López, E. G. (2023). Plan de capacitación a emprendedores: imperativo para fortalecer las microempresas. *Ciencias Sociales y Económicas*, 7(2), 48-57.
<https://doi.org/10.18779/csye.v7i2.655>

- Canales, C., García, Y., Girón, L., Domínguez, G., & Henríquez, D. (2018). El crowdfunding como fuente de financiamiento para emprendimientos sociales en El Salvador. *Realidad Empresarial*, 6, 41-50. <https://doi.org/10.5377/reuca.v0i6.7823>
- Cardella, G., Hernández-Sánchez, B., & Sánchez, J. C. (2020). Entrepreneurship and Family Role: A Systematic Review of a Growing Research. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02939>
- Castañeda, M. (2022). La científicidad de metodologías cuantitativa, cualitativa y emergentes. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 16(1), e1555. <https://doi.org/10.19083/ridu.2022.1555>
- Castillo, E., Reyes, C., Ayala, C., & Arroyo, E. (2021). Escala de perfil emprendedor en estudiantes universitarios peruanos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), 840-858. <https://www.redalyc.org/journal/290/29069612021/html/>
- Castillo-Delgado, M., Ezquerro-Cordón, A., Llamas-Salguero, F., & López-Fernández, V. (2016). Estudio neuropsicológico basado en la creatividad, las inteligencias múltiples y la función ejecutiva en el ámbito educativo. *ReiDoCrea*, 5, 9-15. <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/39528/5-2.pdf;sequence=1>
- Cataldo, R., Arancibia, M., Stojanova, J., & Papuzinski, C. (2019). Conceptos generales en bioestadística y epidemiología clínica: estudios observacionales con diseños transversal y ecológico. *Medwave*, 19(08), e7698-e7698. <https://doi.org/10.5867/medwave.2019.08.7698>
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). (2021). *Estudio Económico de América Latina y el Caribe, 2021*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/dae0d47c-e8bc-4bf6-b6a4-fd9ab98ba8d6/content>
- Chagerben-Salinas, L., Hidalgo-Arriaga, J., & Yagual-Velasteguí, A. (2017). La importancia del financiamiento en el sector microempresario. *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 783-798. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=6326783>
- Chamorro, B., & Chuga, J. (2020). *Análisis de la Planificación Estratégica dentro de las Pymes (Pequeñas y medianas empresas)* [Tesis]. Universidad Técnica del Norte.

- Chandler, A. (1962). *Strategy and structure: chapters in the history of the industrial enterprise*. M.I.T. Press.
https://archive.org/details/strategystructur00chan_0/page/n5/mode/2up
- Chaparro, E., Alvarez, J., & Pelegrín, A. (2020). Diagnostico de la capacidad emprendedora de Planeación Estratégica en estudiantes de instituciones de educación superior del estado de México. *Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*, 3.
<https://www.eumed.net/rev/rilcoDS/13/capacidad-emprendedora-planeacion.html>
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos* (9.a ed.). Mc Graw Hill.
https://archive.org/details/administracion_de_recursos_humanos_9na_e/page/n1/mode/2up
- Chiavenato, I., & Sapiro, A. (2017). *Planeación Estratégica, Fundamentos y aplicaciones* (3.a ed.). Mc Graw Hill.
<https://uniclanet.unicla.edu.mx/assets/contenidos/335920230729110353.pdf>
- Chirinos Araque, Y. D. V., Meriño Córdoba, V. H., & Martínez de Meriño, C. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 84, 43-61.
<https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1916>
- Coronel, A., & Ortega, M. (2019). Perspectivas del emprendimiento en el Ecuador, sus dificultades y la informalidad. *YACHANA*, 8(3), 34-40.
<http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/606>
- Delfin-Ruiz, C., Cano-Guzman, R., & Peña-Valencia, E. (2020). Funcionabilidad familiar como estrategia para la generación del emprendimiento social en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062641007>
- Delgado, D., & Chavez, G. (2018). Las pymes en el ecuador y sus fuentes de financiamiento. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>
- Deutsche Welle. (2021, julio 7). *Ecuador: más de 22.000 empresas desaparecieron por pandemia*. DW. <https://www.dw.com/es/m%C3%A1s-de-22000-empresas-desaparecieron-por-la-pandemia-en-ecuador/a-58183852>

- Díaz, I. (2018). *Estimación de ventas a través de Regresión Lineal Múltiple* [Universidad Nacional de Tucumán]. <https://repositorio.face.unt.edu.ar/handle/123456789/75>
- Díaz, R., & Carranza, C. (2016). Políticas de acceso al financiamiento del micro, pequeño y mediano productor en las cadenas globales de mercancías: crédito e IED. *Revista de Política Económica y Desarrollo Sostenible*, 2(1), 1-22. <https://doi.org/10.15359/peds.2-1.1>
- Diez, S., Vargas, M., & Acosta, N. (2021). Análisis estructural de los factores que inciden en el emprendimiento. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(93), 334-348. <https://www.redalyc.org/journal/290/29066223022/29066223022.pdf>
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. HarperCollins Publishers, Inc. <https://www.nibmehub.com/opac-service/pdf/read/%5BDrucker-%201985%5D%20Innovation%20and%20E....pdf>
- Durán, S., Parra, M., & Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opción*, 31(77), 200-215. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31041172012.pdf>
- Dussel, E., Piore, M., & Ruiz, C. (1997). *Pensar globalmente y actuar regionalmente. Hacia un nuevo paradigma industrial para el siglo XXI* (1.a ed.). Universidad Nacional Autónoma de México Editorial, Editorial JUS. https://www.researchgate.net/publication/31660530_Pensar_globalmente_y_actuar_regionalmente_Hacia_un_nuevo_paradigma_industrial_para_el_siglo_XXI
- Elisondo, R., & Donolo, D. (2013). La lámpara maravillosa y la creatividad. *Creatividad y Sociedad*, 21, 1-26. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/25297/CONICET_Digital_Nro.74abf19a-74f9-405e-b2ec-2f4514e5177d_A.pdf?sequence=2
- Erro-Salcido, L., Mendivil-Valdez, Y., & Hinojosa-Rodríguez, C. (2022). El Emprendimiento desde la perspectiva de los jóvenes universitarios sobre la creatividad, visión e implementación de una idea de negocio . *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*, 34(2), 6-17. <https://doi.org/10.33975/riuuq.vol34n2.881>
- Escalante, J., & Merchán, D. (2024). Empoderamiento y éxito en emprendimientos artesanales femeninos: El impacto de la educación y la capacitación . *Conrado*,

- 20(97), 67-74. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442024000200067&script=sci_arttext
- Falletta, S. (1998). Evaluating Training Programs: The Four Levels Donald L. Kirkpatrick, Berrett-Koehler Publishers, San Francisco, CA, 1996, 229 pp. *The American Journal of Evaluation*, 19(2), 259-261. [https://doi.org/10.1016/S1098-2140\(99\)80206-9](https://doi.org/10.1016/S1098-2140(99)80206-9)
- Frone, M. R., Yardley, J. K., & Markel, K. S. (1997). Developing and Testing an Integrative Model of the Work–Family Interface. *Journal of Vocational Behavior*, 50(2), 145-167. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1996.1577>
- Galindo Domínguez, H. (2020). *Estadística para no estadísticos: una guía básica sobre la metodología cuantitativa de trabajos académicos*. Editorial Científica 3Ciencias. <https://doi.org/10.17993/EcoOrgyCso.2020.59>
- Gallardo-Perez, H., Vergel-Ortega, M., & Davila-Carrillo, C. (2021). Pensamiento lateral, creatividad y emprendimiento. *Mundo Fesc*, 11(5), 38-46. <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/mundofesc/article/view/938>
- Gallegos-Montero, R., Merino, M., & Sáenz, A. (2024). Impacto del financiamiento y formación en emprendimientos de mujeres en Quito y su contribución. *Bastcorp International Journal*, 3(2), 248-270. <https://doi.org/10.62943/bij.v3n2.2024.133>
- Garcés-Galdeano, L., & Larraza-Kintana, M. (2023). Emprendimiento y empresa familiar: ¿Dos disciplinas hermanas o distintas? . *Boletín de Estudios Económicos*, 78(234), 41-56. <https://bee.revistas.deusto.es/article/view/2925/3647>
- García-González, J., & Sánchez-Sánchez, P. (2020). Diseño teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *Información tecnológica*, 31(6), 159-170. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000600159>
- García-Macías, M., Zerón-Félix, M., & Sánchez-Tovar, Y. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 14(1), 88-103. <https://doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.2712>
- García-Madurga, M., Grilló-Méndez, A., & Morte-Nadal, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. *Retos*, 11(21), 55-70. <https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04>

- GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption*. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50900>
- Gielnik, M., Uy, M., Funken, R., & Bischoff, K. (2017). Boosting and sustaining passion: A long-term perspective on the effects of entrepreneurship training. *Journal of Business Venturing*, 32(3), 334-353. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.02.003>
- Gomez, L. (2019). *Incidencia del financiamiento en las distintas etapas del ciclo de vida de los emprendimientos en el Ecuador* [Tesis, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/13961>
- Gómez, S. (2009). El apoyo familiar como uno de los pilares de la reforma de la atención psiquiátrica. Consideraciones desde una perspectiva psicosocial. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 38(1), 114-125. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80615419009.pdf>
- Guardado, S., & Martinez, J. (2025). Administración de MiPymes: La importancia de la Planeación Estratégica y Financiera para la supervivencia de MiPymes en el estado de México . *Latitude*, 1(21), 7-30. <https://doi.org/10.55946/latitude.v1i21.267>
- Guercio, M., Vigier, H., & Briozzo, A. (2014). La forma legal y el acceso al financiamiento de la Pymes industriales. *DYNA MANAGEMENT*, 2(1), 1-8. <https://doi.org/10.6036/MN6946>
- Guerrero, J. (2003). Los roles no laborales y el estrés en el trabajo. *Revista Colombiana de Psicología*, 12, 73-84. <https://www.redalyc.org/pdf/804/80401207.pdf>
- Guevara, H., Carlos, J., Jamanca, N., & Gomero, J. (2022). Emprendimiento y educación universitaria: una relación necesaria. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 767-780. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.24>
- Harahap, M., Ausat, A., Sutrisno, S., Suherlan, S., & Azzaakiyyah, H. (2023). Analyse the Role of Family in Entrepreneurship Education: Effective Support and Assistance. *Journal on Education*, 5(4), 14563-14570. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2510>
- Ingeniería Empresarial Azogues. (2020). *Estudio Consolidado de seguimiento a graduados*.

<https://documentacion.ucacue.edu.ec/files/original/c569f801d199e5ebeaac4188798d428e.pdf>

Ingeniería Empresarial Cañar. (2020). *Estudio consolidado de seguimiento a graduados*

<https://documentacion.ucacue.edu.ec/files/original/2f9d962eae2c43229bfd718bc7616cbf.pdf>

Ingeniería Empresarial La Troncal. (2020). *Estudio consolidado de seguimiento a graduados*.

<https://documentacion.ucacue.edu.ec/files/original/2ea221a1ead25b1011ad0826313a81ad.pdf>

Izah, S. C., Sylva, L., & Hait, M. (2024). Cronbach's Alpha: A Cornerstone in Ensuring Reliability and Validity in Environmental Health Assessment. *ES Energy & Environment*, 23, 1-14. <https://doi.org/10.30919/esee1057>

Izquierdo, A., Baque, L., & Álvarez, L. (2021). Desarrollo de emprendimientos en Ecuador a través de la universidad Uniandes con la sociedad. *Conrado*, 17(82), 293-306. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442021000500293

Jaramillo, S., & Osses, S. (2012). Validación de un Instrumento sobre Metacognición para Estudiantes de Segundo Ciclo de Educación General Básica. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 38(2), 117-131. <https://doi.org/10.4067/S0718-07052012000200008>

Jiménez, A., Mendburo, N., & Olmedo, P. (2011). Satisfacción familiar, apoyo familiar y conflicto trabajo-familia en una muestra de trabajadores chilenos. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 29(2), 317-321. <http://www.scielo.org.co/pdf/apl/v29n2/v29n2a11.pdf>

Juarez-Hernandez, L., & Tobon, S. (2018). Análisis de los elementos implícitos en la validación de contenido de un instrumento de investigación. *Revista Espacios*, 39(53), 23. <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.html>

Juarez-Juarez, Y., Vázquez-López, L., Sánchez-Leyva, J., & Zapata-Lara, H. (2019). Cultura emprendedora en estudiantes universitario. *Revista Teoría Educativa*, 27-32. <https://doi.org/10.35429/jet.2019.8.3.27.32>

Kantis, H., Federico, J., & Ibarra, S. (2022). *Las condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico durante la pandemia*.

https://prodem.ungs.edu.ar/publicaciones_prodem/icsed-prodem-2021-las-condiciones-sistemicas-para-el-emprendimiento-dinamico-durante-la-pandemia/

Klinger, R. (2024). *Muestreo estadístico: métodos básicos* (1.a ed.). Universidad del Valle.

<https://books.google.com.ec/books?id=LCEdEQAAQBAJ&pg=PA242&lpg=PA1&focus=viewport&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Knight, F. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. Boston, New York, Houghton Mifflin Company.

https://ia800305.us.archive.org/17/items/riskuncertainty00knigrich/riskuncertainty00knigrich_bw.pdf

Lascano, L., Lascano, M., & Santiago, N. (2017). El modelo de emprendimiento universitario y el entorno empresarial en la zona tres de la República del Ecuador. *Revista Publicando*, 12(1), 703-727.

https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/download/741/pdf_534/2953

Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor, Ecuador 2019 - 2020*.

https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf

Laura, A., & Llamocca, N. (2019). *Creatividad como base fundamental para el emprendimiento* [Universidad Peruana Unión].

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/2744/Aydee_Trabajo_Bachiller_2019.pdf?sequence=1

Lazarte Aguirre, A. (2021). ¿Emprendimiento o startup? Un análisis creativo en el contexto peruano. *Economía Creativa*, 15, 87-119.

<https://doi.org/10.46840/ec.2021.15.04>

Lazarte-Aguirre, L., Sotelo-Flores, A., & Llontop-Castillo, C. (2020). *El estado de la creatividad en el ecosistema de startups: análisis de casos en Perú*.

<https://hdl.handle.net/20500.12637/373>

Lee, S., Florida, R., & Acs, Z. (2004). Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation. *Regional Studies*, 38(8), 879-891.

<https://doi.org/10.1080/0034340042000280910>

- Leyva, A., Cavazos, J., & Espejel, J. (2018). Influencia de la Planeación Estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes. *Contaduría y Administración*, 63(3), 1-21. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1085>
- Llamas Fernández, F. J., & Fernández Rodríguez, J. C. (2018). La metodología Lean startup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 84, 79-95. <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1918>
- Loli, A., Dextre, E., Del Carpio, J., & Jara, E. (2010). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio demográficas. *Revista de Investigación en Psicología*, 13(2), 139-151. <https://doi.org/10.15381/rinvp.v13i2.3722>
- López, G., & Rivera, J. (2022). De la teoría a la práctica: el emprendimiento en Ecuador en época de COVID 19. *Investigación y Desarrollo*, 12(1), 75-84. <https://doi.org/10.31243/id.v12.2020.982>
- Lovato, S., Coronel, V., Saltos, G., & Bermúdez-Gallegos, C. (2024). El rol de la capacitación empresarial en los emprendimientos de zonas rurales del Ecuador. *RECIMUNDO*, 8(2), 264-273. [https://doi.org/10.26820/recimundo/8.\(2\).abril.2024.264-273](https://doi.org/10.26820/recimundo/8.(2).abril.2024.264-273)
- Lozada, F., Cedeño, J., Chinga, E., & Miranda, T. (2021). Factores que motivan el emprendimiento: nuevas tecnologías para dinamizar una economía social. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 6(1), 82-89. <https://www.redalyc.org/journal/6731/673171218007/>
- Lynn, M. (1986). Determination and Quantification Of Content Validity. *Nursing Research*, 35(6), 382-386. <https://doi.org/10.1097/00006199-198611000-00017>
- Machani, P., Nagapriya, C., & Lakshman, Y. (2022). Study on Critical Success Factors Leading Entrepreneurs to Success: Reference to Micro entrepreneurs, Secunderabad. *International Journal of Early Childhood Special Education*, 14(3), 1900-1909. <https://doi.org/10.9756/INT-JECSE/V14I1.221001>
- Malvacias-Escalona, A., Zambrano-Chamba, M., Tafur-Méndez, F., & Almao-Malvacias, V. (2022). Educación para emprendimientos sostenibles en la Fundación JUVAF Vinces, Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(2), 14-26. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.2-1.1106>

- Martinez, E. (2005). Errores frecuentes en la interpretación del coeficiente de determinación lineal . *Anuario Jurídico y Económico Escualiarense*, 38, 315-332. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1143023.pdf>
- Martínez, Y., Moreno, M., & Cordero, A. (2016). Concepciones teóricas acerca de la creatividad y su desarrollo en el proceso de enseñanza-aprendizaje . *PoDiUm*, 11(2), 87-95. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6173695>
- Martínez-García, I., Padilla-Carmona, M., & Suárez-Ortega, M. (2019). Aplicación de la metodología Delphi a la identificación de factores de éxito en el emprendimiento. *Revista de Investigación Educativa*, 37(1), 129-146. <https://revistas.um.es/rie/article/view/320911/254351>
- Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamientos & Gestión*, 36, 206-238. <https://www.redalyc.org/pdf/646/64631418008.pdf>
- Marulanda, F., & Morales, S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 81, 12-28. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20649705002.pdf>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(1), 38-47. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>
- Matíz, F., & Mogollon, Y. (2008). La cadena de financiación: Una necesidad para el desarrollo económico y social a partir del emprendimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 63, 59-72. <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/443>
- Mayorga Ponce, R. B., Virgen Quiroz, A. K., Martínez Alamilla, A., & Salazar Valdez, D. (2020). Prueba Piloto. *Educación y Salud Boletín Científico Instituto de Ciencias de la Salud Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, 9(17), 69-70. <https://doi.org/10.29057/ICSA.V9I17.6547>
- Medellín Fontes, M., Rivera Heredia, M. E., López Peñaloza, J., Kanan Cedeño, G., & Rodríguez-Orozco, A. (2012). Funcionamiento familiar y su relación con las redes de apoyo social en una muestra de Morelia, México. *Salud Mental*, 35(2), 147-154. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-33252012000200008

- Medina, E., Moncayo, O., Jácome, L., & Albarrasin, M. (2017). El emprendimiento en el sistema universitario . *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, VIII(1), 163-177. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6630552>
- Mera, P., & Bermeo, C. (2017). Importancia de las empresas familiares en la economía de un país. *Revista Publicando*, 4(12), 506-531. https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/721/pdf_523
- Messina, M., & Hochsztain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en técnicas de data mining. *TEC Empresarial*, 9(1), 30-40. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5053601>
- Mondy, W. (2010). *Administración de recursos humanos* (11.a ed.). PEARSON. https://www.academia.edu/37949772/Administraci%C3%B3n_de_recursos_humanos_R_W_A_Y_N_E_M_O_N_D_Y
- Montgomery, D., Peck, E., & Vining, G. (2006). *Introducción al análisis de Regresión Lineal* (Continental, Vol. 3). https://www.academia.edu/32096007/Introducci%C3%B3n_al_an%C3%A1lisis_de_regresi%C3%B3n_lineal_3a_edici%C3%B3n_Montgomery_pdf
- Moreira, M., Bajaña, I., Pico, B., Guerrero, G., & Villaroel, J. (2018). Factores que influyen en el Emprendimiento y su incidencia en el desarrollo económico del Ecuador. *Revistas Ciencias Sociales y Económicas* , 2(1), 1-22. https://www.researchgate.net/publication/342661691_Factores_que_Influyen_en_el_Emprendimiento_y_su_Incidencia_en_el Desarrallo_Economico_del_Ecuador
- Moreno, J., Báez, A. M., & Ortiz, G. (2024). Factores de Éxito y Fracaso de los Emprendimientos en la Ciudad de Villa Hayes, año 2023. *Revista de Análisis y Difusión de Perspectivas Educativas y Empresariales*, 4(7), 10-21. <https://doi.org/10.56216/radee012024abr.a01>
- Mosquera, A., Jurado, D., & Ruedas, W. (2025). Financiamiento del emprendimiento y estrategias para su fortalecimiento: Caso Ocaña, región del Catatumbo. *En Contexto*, 13(23), 157-198. <https://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/1688/2017>
- Muniz-Jaime, L., Tomala-Yanez, R., & Alvarado-Guaranda, J. (2022). La Planificación Estratégica y su aporte al Desarrollo Empresarial de las Mipymes en Manabí. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 372-383. <https://doi.org/10.23857/dc.v8i1.2577>

- Myers, S., & Majluf, N. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187-221. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(84\)90023-0](https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90023-0)
- Nguyen, T. (2020). The Impact of Access to Finance and Environmental Factors on Entrepreneurial Intention: The Mediator Role of Entrepreneurial Behavioural Control. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(2), 127-140. <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080207>
- Nik, N., Hizam, S., Abu, N., & Abdullah, A. (2022). Theory of training effectiveness evaluation by Kirrkpatrick, Background of theory . En *The handbook for management theories* . ABRN ASIA PUBLICATION. https://www.researchgate.net/publication/359578804_THEORY_OF_TRAINING_EFFECTIVENESS_EVALUATION_BY_KIRKPATRICK_Background_of_theory
- Nyström, H. (1993). Creativity and Entrepreneurship. *Creativity and Innovation Management*, 2(4), 237-242. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.1993.tb00102.x>
- OECD (Organization for Economic Co-operation and Development). (2021). *OECD Economic Outlook, Interim Report September 2021: Keeping the Recovery on Track*. OECD. <https://doi.org/10.1787/490d4832-en>
- Olson, D., Russell, C., & Sprenkle, D. (1983). Circumplex Model of Marital and Family Systems: VI. Theoretical Update. *Family Process*, 22(1), 69-83. <https://doi.org/10.1111/j.1545-5300.1983.00069.x>
- Ortiz, O. (2017). *Análisis del perfil emprendedor Universitario. Caso Universidad del Azuay (UDA) y Universidad Politécnica Salesiana (UPS)* . Cuenca, 2017 [Universidad Tecnica Particular De Loja]. <https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/21108/1/Ortiz%20Delgado%20Olga%20Roc%C3%ADo.pdf>
- Ortiz, R., Arias, F., Da Silva, C., & Cardozo, O. (2015). Análisis espacial del precio del suelo con modelos de regresión lineal múltiple (MRLM) y Sistemas de Información Geográfica (SIG), Resistencia (Argentina). *Revista Geográfica de Valparaíso*, 51, 57-74. https://www.researchgate.net/publication/282364959_Analisis_espacial_del_precio_del_suelo_con_modelos_de_regresion_lineal_multiple_MRLM_y_Sistemas_de_Informacion_Geografica_SIG_Resistencia_Argentina

- Oviedo, H., & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, XXXIV(4), 572-580. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80634409.pdf>
- Pacheco, C. (2015). *Presupuestos un enfoque gerencial* (1.a ed.). Instituto mexicano de contadores públicos. https://books.google.com.ec/books?id=N2eEDgAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Palacios, L. (2016). *Dirección Estratégica* (2.a ed.). Ecoe Ediciones. <https://ecoeediciones.com/wp-content/uploads/2016/12/Direcci%C3%B3n-estrat%C3%A9gica-2da-Edici%C3%B3n-1.pdf>
- Palomino Tarazona, M. R., & Flores Mejía, G. S. (2021). La creatividad una revisión sistemática. *Revista Iberoamericana de educación*, 11. <https://doi.org/10.31876/ie.vi.107>
- Penarreta, M. (2017). Acceso al financiamiento y emprendimiento en la region 7 de Ecuador. *Revista Publicando*, 4(13), 62-73. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7055473>
- Peñafiel-Loor, J., Pibaque-Pionce, M., & Pin-Sancan, J. (2019). La importancia de la Planificación Estratégica para las pequeñas y medianas empresas (Pymes). *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 4(4), 107-133. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/105>
- Peñaherrera León, M., & Cobos Alvarado, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *REICE*, 10(2), 238-247. <https://www.redalyc.org/pdf/551/55124596016.pdf>
- Peñaherrera, M., & Cobos, F. (2012). La Creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(2), 238-247. <https://www.redalyc.org/pdf/551/55124596016.pdf>
- Pérez, A., & Bojórquez, M. (2020). Strategic Planning as an Important Factor in Business Management. *Business, Management and Economics Research*, 6(8), 99-106. <https://doi.org/10.32861/bmer.68.99.106>
- Perez, B. (2021, abril 8). Modelo establece tres ejes de reactivación económica para el Cañar. *El Mercurio*. <https://elmercurio.com.ec/2021/04/08/modelo-establece-tres-ejes-de-reactivacion-economica-para-el-canar/>

- Pico, A., Del Rio, J., Simancas. Ricardo, & Rodriguez, C. (2017). ¿El Emprendimiento como Estrategia para el Desarrollo Humano y Social? *Saber, Ciencia y Libertad*, 12(1), 107-123. https://www.researchgate.net/publication/319269221_El_emprendimiento_como_estrategia_para_el_desarrollo_humano_y_social
- Pico-Gutiérrez, E., Robles-Riera, L., & Loor-Solorzano, M. (2022). Emprendimiento familiar como eje del derecho laboral en la provincia de Santa Elena - Ecuador. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(5-3), 33-43. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.5-3.1354>
- Powell, G. ., & Eddleston, K. . (2013). Linking family-to-business enrichment and support to entrepreneurial success: Do female and male entrepreneurs experience different outcomes? *Journal of Business Venturing*, 28(2), 261-280. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.02.007>
- Reyes, A. (2007). *Administración Moderna*. LIMUSA. https://www.academia.edu/29116223/ADMINISTRACION_MODERNA_AGUSTIN_REYES_PONCE_1_
- Reyes, J., Garzón, M., & Tapia, B. (2018). Diseño y validación de una escala tipo Likert para establecer características emprendedoras. *Dimensión Empresarial*, 16(2), 135-160. <https://doi.org/10.15665/dem.v16i2.1599>
- Rincón, I., Rengifo, R., Hernández, C., & Prada, R. (2022). Educación, innovación, emprendimiento, crecimiento y desarrollo en América Latina. *Revista de ciencias sociales, ISSN-e 1315-9518, Vol. 28, No. 3, 2022, págs. 110-128*, 28(3), 110-128. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8526446&info=resumen&idioma=ENG>
- Robalino, A., Correa, D., & Vizúete, F. (2014). *Iniciativas de Emprendimientos de los egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, en cumplimiento de la misión de la Universidad* [Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6817/1/UPS-QT05270.pdf>
- Roca Pacheco, E. D. (2024). El emprendimiento en Ecuador y el apoyo al mismo por parte de la academia. *Espíritu Emprendedor TES*, 8(3), 36-50. <https://doi.org/10.33970/eetes.v8.n3.2024.380>

- Rodrigo, J. (2016, julio). *Introducción a la Regresión Lineal Múltiple en R*. RPubs. https://rpubs.com/Joaquin_AR/226291
- Romero-Saldaña, M. (2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal . *Revista Enfermería del trabajo*, 6(3), 105-114. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5633043>
- Rubio-Hurtado, M., & Berlanga-Silvente, V. (2012). Com aplicar les proves paramètriques bivariades t de Student i ANOVA en SPSS. Cas pràctic. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca En Educació*, 5(2), 83-100. <https://revistes.ub.edu/index.php/REIRE/article/view/reire2012.5.2527>
- Rueda, J. (2014). *Diseño de un modelo de Planeación Estratégica soportando en el sistema gerencial de Kaplan y Norton aplicable a las MiPymes de reciente creación originadas como proyectos fòrmales emprendimiento en Bogotá* [Universidad Nacional de Colombia]. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/51780>
- Rueda-Granda, G. (2019). Análisis de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos en la zona de planificación 7 – Sur del Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 4(5), 370-397. <https://doi.org/10.23857/pc.v4i5.991>
- Ruiz, C., & Valenzuela, M. (2022). *Metodología de la investigación* . Universidad Nacional Autónoma de Tayacaja Daniel Hernández Morillo. <https://fondoeditorial.unat.edu.pe/index.php/EdiUnat/catalog/download/4/5/13?inline=1>
- Salazar, M., Barrera, H., Nuñez, L., & Flor, F. (2019). Emprendimiento, creatividad e innovación en la gestión empresarial del Ecuador. *CIENCIAMATRIA*, 6(10), 501-512. <https://doi.org/10.35381/cm.v6i10.157>
- Sánchez Fontana, W., & Tonon Ordoñez, L. (2020). Señalización y el éxito de las campañas de crowdfunding latinoamericano. *Retos*, 10(19), 99-116. <https://doi.org/10.17163/ret.n19.2020.06>
- Sandoval, C. (2023). Limitaciones y factores de éxito del emprendimiento Femenino: una perspectiva costarricense. *Yulök Revista de Innovación Académica*, 7(1), 12-30. <https://doi.org/10.47633/yulk.v7i1.575>
- Sango, M. (2018). *Capacitación empresarial y productividad laboral en las empresas que utilizan los productos del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP)* [Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/28367>

- Santos, M. R. (1986). Treinta y cinco años del pensamiento divergente: teoría de la creatividad de Guilford. *Estudios de Psicología*, 7(27-28), 175-192. <https://doi.org/10.1080/02109395.1986.10821474>
- Sastre, R. (2013). La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento . *Ciencias Administrativas*, 1, 1-10. <https://www.redalyc.org/pdf/5116/511651377005.pdf>
- Sauza-Avila, B., González-Ramírez, J., Pérez-Castañeda, S., Lechuga-Canto, C., Cruz-Ramirez, D., & Hernández-Bonilla, B. E. (2021). Teoría de la jerarquía financiera ¿aplica en las grandes empresas mexicanas? *Ingenio y Conciencia Boletín Científico de la Escuela Superior Ciudad Sahagún*, 8(16), 31-35. <https://doi.org/10.29057/escs.v8i16.6998>
- Schumpeter, J. (1911). The Theory of Economic Development. En Jürgen Backhaus & Frank Stephen (Eds.), *The European Heritage in Economics and the Social Sciences* (Vol. 1, pp. 61-116). Springer.
- Shen, T., Osorio, A., & Settles, A. (2017). Does family support matter? The influence of support factors on entrepreneurial attitudes and intentions of college students. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(1), 24-43. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2017.10901abstract>
- Shrotryia, V., & Dhanda, U. (2019). Content Validity of Assessment Instrument for Employee Engagement. *SAGE Open*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/2158244018821751>
- Sopó, G., Salazar, M., Guzman, E., & Vera, L. (2017). Liderazgo como competencia emprendedora. *Revista Espacios*, 38(24), 24. <https://revistaespacios.com/a17v38n24/a17v38n24p24.pdf>
- Soriano, A. (2015). Diseño y validación de instrumentos de medición. *Diá-logos*, 14, 19-40. <https://doi.org/10.5377/dialogos.v0i14.2202>
- Sornoza, D., Parrales, M., Sornoza, G., Cañarte, T., Castillo, A., Guaranda, V., & Delgado, H. (2018). *Fundamentos de emprendimiento*. Editorial Científica 3Ciencias. <https://doi.org/10.17993/EcoOrgyCso.2018.39>
- Stahle, L., & Wold, S. (1989). Analysis of variance (ANOVA). *Chemometrics and Intelligent Laboratory Systems*, 6(4), 259-272. [https://doi.org/10.1016/0169-7439\(89\)80095-4](https://doi.org/10.1016/0169-7439(89)80095-4)
- Stefanovic, I., Prokic, S., & Rankovic, L. (2010). Motivational and success factors of entrepreneurs: the evidence from a developing country. *Journal of Economics*

- and *Business*, 28(2), 251-269.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2267309
- Sumba-Bustamante, R., Cárdenas-Borja, N., Bravo, L., & Arteaga-Choez, R. (2020). La planeación estratégica: Importancia en las PYMES ecuatorianas. *Revista Científica Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas Económicas y Contables*, 5(4), 114-136.
https://www.researchgate.net/publication/345787391_La_planeacion_estrategica_Importancia_en_las_PYMES_ecuatorianas_Strategic_planning_Importance_in_Ecuadorian_SMEs_Planejamento_estrategico_Importancia_nas_PMEs_ecuatorianas
- Sumba-Bustamante, R., Cárdenas-Borja, N., Bravo-Ayala, T., & Arteaga-Choez, R. (2020). La Planeación Estratégica: Importancia en las PYMES ecuatorianas. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 5(4), 114-136.
<https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/299>
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento : revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*, 41(07).
- Terán-Guerrero, F., Martínez-Martínez, E., Pluas-Llamuca, G., Román-Aguirre, R., Hernández-Altamirano, H., & Gallardo-Chiluisa, N. (2023). *Planeación estratégica: Conceptos y herramientas para su aplicación*. Editorial Grupo AEA. <https://doi.org/10.55813/egaea.l.2022.48>
- Torres, A., Guerrero, F., & Paradas, M. (2017). Financiamiento utilizado por las pequeñas y medianas empresas ferreteras. *Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 14(2), 284-303.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6430961>
- Torres-Vázquez, K., Erazo-Álvarez, J., Narváez-Zurita, C., & Moreno, V. (2020). El emprendimiento juvenil en función al perfil psicosocial y las condiciones del entorno familiar. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 729-756.
<https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.714>
- Universidad Católica de Cuenca. (2023). *Historia*.
<https://www.ucacue.edu.ec/historia/>
- Uribe, J., Valenciano, J., & Bonilla, J. (2013). El desarrollo local y empresarial: La formación como factor básico para orientar al emprendedor. *Intangible Capital*, 9(3), 644-677. <https://doi.org/10.3926/ic.272>

- Useche-Aguirre, M., Pereira-Burgos, M., & Barragan-Ramirez, C. (2021). *Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia*. 11(22), 2021. <https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.05>
- Valencia, C., Isaac, C., & Brito, M. (2017). Programa de capacitación a microempresarios del centro histórico de Quito . *Universidad y Sociedad*, 9(4), 70-74. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000400009
- Vallmitjana, N. (2014). *La actividad emprendedora de los graduados IQS* [Universitat Ramon Llull]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=89747>
- Vargas, M., & Uttermann, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 709-720. <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/29063559024.pdf>
- Vilá Baños, R., Torrado Fonseca, M., & Reguant Álvarez, M. (2019). Análisis de regresión lineal múltiple con SPSS: un ejemplo práctico. *REIRE Revista d' Innovació i Recerca en Educació*, 12(2), 1-10. <https://doi.org/10.1344/reire2019.12.222704>
- Villalba, C., Niama, L., & Silva, L. (2021). Creatividad y emprendimiento empresarial de los estudiantes de la carrera de Administración de la ESPOCH en el año 2020. *Revista Contacto*, 1(2), 112-123. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9521848>
- Viveros, E. (2010). Roles, patriarcado y dinámica interna familiar: reflexiones útiles para Latinoamérica. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 31, 388-406. https://www.researchgate.net/publication/305700481_Roles_patriarcado_y_dinamica_interna_familiar_reflexiones_utiles_para_Latinoamerica
- Wagdi, O., & Hasaneen, A. (2019). Obstacles and success factors for entrepreneurship: a comparative analysis between Egypt and Nigeria. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(2), 962-976. [https://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.2\(12\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.2(12))
- Wehrich, H., Cannice, M. V., & Koontz, H. (2017). *Administración: Una perspectiva global, empresarial y de innovación* (15.a ed.). Mc Graw Hill. <https://www.zlibrary.to/filedownload/administracion-una-perspectiva-global-empresarial-y-de-innovacion>

- Zabala, H. (2005). *Planeación estratégica aplicada a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias*. (1.a ed.). Universidad Cooperativa de Colombia.
https://books.google.co.ve/books?id=XW1kXEr1jlwC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Zambrano, S., Vazquez, A., & Urbiola, A. (2019). Empresas familiares, emprendimiento y género. Cinco problemáticas para el análisis regional. *Revista Espacios*, 40(22), 12.
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n22/19402212.html>
- Zamora-Boza, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(7), 15.
https://www.researchgate.net/publication/326986184_La_importancia_del_emprendimiento_en_la_economia_el_caso_de_Ecuador
- Zuluaga, R. (2007). *Creación y consolidación de empresas* (21.a ed.). Ecoe Ediciones.
https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781449279387_A45387857/preview-9781449279387_A45387857.pdf

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN

La presente encuesta forma parte de un proyecto de investigación DOCTORAL entre la Universidad Católica de Cuenca y la Universidad Autónoma de Nuevo León. El tema de esta investigación es FACTORES QUE IMPULSAN EL EMPRENDIMIENTO DE LOS GRADUADOS DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA EN LA PROVINCIA DEL CAÑAR, ECUADOR. Es una investigación anónima por lo que no se pide nombre del encuestado. Se agradece de antemano su tiempo y su amable atención.

I. PERFIL DEL ENCUESTADO

1. Usted se graduó en
Azogues () Cañar() La Troncal()
 2. Usted se graduo en el año
2018() 2019() 2020() 2021() 2022() 2023()
 3. ¿Usted cuenta con un emprendimiento en la actualidad?
Si () No ()
- Si la respuesta es **NO**, ha finalizado la encuesta, muchas gracias.
4. Edad: _____ años
 5. Sexo : Masculino () Femenino ()
 6. Estado Civil
Soltero () Casado () Divorciado () Viudo () Otro ()
 7. Usted vive con su
Padres() Esposo() Pareja() Solo() Otros()

II. PERFIL DEL EMPRENDIMIENTO

4. Año de Creación de su empresa/emprendimiento _____
5. Número de empleados: _____
6. Su emprendimiento es
Propio() En conjunto con familiares() En conjunto con amigos ()
Otro ()
7. Sector al que pertenece su emprendimiento
() Manufactura – Fabricación de productos varios
() Compra y venta de bienes (Comercio)
() Consultoría y asesoramiento
() Transporte y Almacenamiento
() Información y comunicación
() Agricultura, ganadería y silvicultura
() Alimentos y bebidas
() Servicio de atención a personas (salud, estética)
() Servicios turísticos
() Otros servicios varios

Productos que realiza: _____

III. FACTORES QUE IMPULSAN EL EMPRENDIMIENTO

Indicaciones: Marque con una X el número que representa su opinión o respuesta. Considere lo siguiente:

1= Totalmente en desacuerdo 2= En desacuerdo 3= Neutral 4= De Acuerdo 5= Totalmente de acuerdo

(Y) EMPRENDIMIENTO		1	2	3	4	5
13	En mi emprendimiento se han implementado estrategias administrativas para mejorar mi empresa					
14	En mi emprendimiento los empleados están comprometidos para fortalecer esta empresa					
15	En mi emprendimiento hay estrategias para buscar oportunidades comerciales que permitan incrementar las ventas					
16	En mi emprendimiento existe un plan de recompensa para los empleados en función a su desempeño					
17	En mi empresa se impulsa la innovación para hacer frente a los competidores					
18	En mi emprendimiento se implementan procesos creativos para mejorar mis productos					
19	En mi emprendimiento se establecen estrategias financieras que permitan tener un crecimiento constante					
X1 CREATIVIDAD						
20	En mi empresa se promueve las modificaciones en los productos					
21	En mi empresa se contratan empleados para que traigan ideas originales					
22	En mi empresa se hacen cambios en los procesos de ventas					
23	En mi empresa se fomenta una cultura organizacional orientada a la iniciativa					
24	En mi empresa se motiva a los empleados para que hagan cosas mejores					
X2 PLANEACION ESTRATEGICA						
25	En mi empresa se cuenta con una misión clara para mejorar el desempeño de la organización					
26	En mi empresa se cuenta con una visión que ayuda al crecimiento de la organización a largo plazo					
27	En mi empresa se tiene establecidos objetivos medibles para darles seguimiento					
28	En mi empresa se cuentan con los programas de acción para cumplir los objetivos					
29	En mi empresa se realizan reuniones de trabajo para darle seguimiento a los objetivos					
X3 CAPACITACIÓN						
30	En mi empresa se cuenta con perfiles de puestos de trabajo actualizados					
31	En mi empresa se realiza un diagnóstico de necesidades de capacitación anual					
32	Mi empresa cuenta con un plan de capacitación que cubra las necesidades del personal					
33	En mi empresa se miden los resultados de la capacitación para verificar que esta sea efectiva					
34	Las sesiones de capacitación realizadas han sido portadoras de mejora continua para mi empresa					
X4 ACCESO A FINANCIAMIENTO						
35	Poseo capital propio para financiar diariamente mis operaciones					

36	Puedo obtener financiamiento procedente de instituciones financieras del país					
37	Puedo acceder a los subsidios que otorga el gobierno con respecto al tema de emprendimiento					
38	Puedo obtener financiamiento proporcionado por familiares, amigos, compañeros de trabajo, para mi emprendimiento					
39	Puedo obtener accesos a financiamiento procedente de prestamistas privados a través de donaciones y/o premios (Crowdfunding)					
X5 APOYO FAMILIAR						
40	Los miembros de mi familia aprueban las decisiones inherentes a mi empresa					
41	Los miembros de mi familia me alientan a continuar con mi empresa					
42	Los miembros de mi familia me dan consejos para dirigir mi empresa					
43	Los miembros de mi familia me permiten decidir situaciones sobre mi empresa					
44	Los miembros de mi familia en un futuro trabajarían conmigo en mi empresa					

Anexo 2 Juicio de expertos

		Factores que impulsan el emprendimiento de los graduados de una universidad privada en la provincia del Cañar, Ecuador	
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN		Instrucciones para el llenado de la encuesta a) Por favor lea detenidamente las variables y sus ítems, b) Conteste en la casilla la relevancia de cada grupo de Ítems el número que usted considere de acuerdo a las siguientes escalas: 1 irrelevante, 2 poco relevante, 3 relevante, y 4 muy relevante evaluando el grado de importancia que tiene el ítem para explicar la definición correspondiente c) Le tomará alrededor de 10 minutos responderlo. d) Agradeceremos su participación.	
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN			
EMPRENDIMIENTO			
No	Ítems	Relevancia	Definición de la variable
1	En mi emprendimiento se han implementado estrategias administrativas para mejorar mi empresa		El emprendimiento es un proceso del cual surgen nuevas áreas de oportunidad en las que se pueden hacer negocios a través de generación de ideas o innovación y desarrollando nuevos productos y/o servicios (Zahra, 1991; Gienik et al., 2015)
2	En mi emprendimiento los empleados están comprometidos para fortalecer esta empresa		
3	En mi emprendimiento hay estrategias para buscar oportunidades comerciales que permitan incrementar las ventas		
4	En mi emprendimiento existe un plan de recompensa para los empleados en función a su desempeño		
5	En mi empresa se impulsa la innovación para hacer frente a los competidores		
6	En mi emprendimiento se implementan procesos creativos para mejorar mis productos		
7	En mi emprendimiento se establecen estrategias financieras que permitan tener un crecimiento constante		
CREATIVIDAD			
	Ítems	Relevancia	Definición de la variable
8	En mi empresa se promueve las modificaciones en los productos		La creatividad puede resumirse es un potencial que todos poseemos y que esta íntimamente ligado con las oportunidades que otorga el contexto (Elisondo et al, 2012)
9	En mi empresa se contratan empleados para que traigan ideas originales		
10	En mi empresa se hacen cambios en los procesos de ventas		
11	En mi empresa se fomenta una cultura organizacional orientada a la iniciativa		
12	En mi empresa se motiva a los empleados para que hagan cosas mejores		
PLANEACION ESTRATEGICA			
	Ítems	Relevancia	Definición de la variable
13	En mi empresa se cuenta con una misión clara para mejorar el desempeño de la organización		La planificación estratégica es considerada una herramienta de gestión que le sirve a la empresa para la organización y mejoramiento de sus actividades, asegurando de
14	En mi empresa se cuenta con una visión que ayuda al crecimiento de la organización a largo plazo		
15	En mi empresa se tiene establecidos objetivos medibles para darles seguimiento		

16	En mi empresa se cuentan con los programas de acción para cumplir los objetivos		esta manera que todos los miembros de la entidad estén enfocados en la consecución de los mismos objetivos (Beston et al, 2020)
17	En mi empresa se realizan reuniones de trabajo para darle seguimiento a los objetivos		
CAPACITACION			
	Ítems	Relevancia	Definición de la variable
18	En mi empresa se cuenta con perfiles de puestos de trabajo actualizados		La capacitación permite a la empresa, de acuerdo a las variantes del contexto, desarrollar en sus miembros nuevas capacidades para afrontar y resolver las demandas del entorno, a través de la modificación de conocimientos . (Guiñazu, 2004)
19	En mi empresa se realiza un diagnóstico de necesidades de capacitación anual		
20	Mi empresa cuenta con un plan de capacitación que cubra las necesidades del personal		
21	En mi empresa se miden los resultados de la capacitación para verificar que esta sea efectiva		
22	Las sesiones de capacitación realizadas han sido portadoras de mejora continua para mi empresa		
ACCESO A FINANCIAMIENTO			
	Ítems	Relevancia	Definición de la variable
23	Poseo capital propio para financiar diariamente mis operaciones		El capital necesario para emprender y sostener un negocio puede devenir de diferentes fuentes como los ahorros propios, prestamos de amigos y/o familiares, instituciones bancarias y parabancarias o través de redes compartidas con inversionistas y fondos de riesgo (Urban y Rastsimanetrimanana, 2019)
24	Puedo obtener financiamiento procedente de instituciones financieras del país		
25	Puedo acceder a los subsidios que otorga el gobierno con respecto al tema de emprendimiento		
26	Puedo obtener financiamiento proporcionado por familiares, amigos, compañeros de trabajo, para mi emprendimiento		
27	Puedo obtener accesos a financiamiento procedente de prestamistas privados a través de donaciones y/o premios (Crowdfunding)		
APOYO FAMILIAR			
	Ítems	Relevancia	Definición de la variable
28	Los miembros de mi familia aprueban las decisiones inherentes a mi empresa		El apoyo de la familia tiende a mitigar la incertidumbre en el arduo y complejo proceso empresarial ya sea validando las relaciones afectivas o gestionando recursos. El apoyo familiar es opción cuando las condiciones del entorno son adversas tales como falta de políticas públicas, financiamiento, incentivos del sector privado etc. (Maleky, 2021)
29	Los miembros de mi familia me alientan a continuar con mi empresa		
30	Los miembros de mi familia me dan consejos para dirigir mi empresa		
31	Los miembros de mi familia me permiten decidir situaciones sobre mi empresa		
32	Los miembros de mi familia en un futuro trabajarían conmigo en mi empresa		

FIRMA

CI: