Revista RECITIUTM
Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del
Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo
ISSN: 2443-4426; Dep. Legal: PPI201402ZU4563
Vol. 9 N° 1 (2022)

Perfil Emprendedor y Desarrollo Profesional de los Estudiantes Universitarios de la Provincia de Tungurahua

Corrales Paredes, Michael Javier [1]
Universidad Técnica de Ambato
mcorrales0888@uta.edu.ec

Díaz Mario, Luis Carlos [2]
Universidad Técnica de Ambato
ldiaz8384@uta.edu.ec

Córdova Aldás, Víctor Hugo [3]
Universidad Técnica de Ambato
victorhcordova@uta.edu.ec

Recibido: 15/05/2022
Aceptado: 25/08/2022

RESUMEN

El estudio tuvo el objetivo de identificar el perfil del estudiante emprendedor según los atributos personales y motivaciones para la creación de nuevas empresas en la provincia de Tungurahua. Se realizó una revisión de la literatura relacionada con el perfil del emprendedor para justificar la importancia del tema. Se aplicó una encuesta digital dirigida a una muestra de 303 estudiantes de los últimos niveles de educación superior de la provincia de Tungurahua. Los datos recolectados fueron sometidos a un análisis estadístico multivariado. Los hallazgos de la investigación revelaron la existencia de dos grupos distintos de estudiantes, designados respectivamente como estudiantes con posición independiente y estudiantes autosuficientes, según las características más destacadas relacionadas con los diversos atributos y motivaciones que presenta cada uno de ellos. La identificación de las características de los emprendedores pueden ser importantes para el desarrollo de un programa educativo dentro de la educación emprendedora en las universidades.

Palabras clave: Emprendimiento; Educación; Formación empresarial; Motivación.

Entrepreneurial profile and professional development of university students in the province of Tungurahua

[1] Estudiante egresado 1 Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
[2] Estudiante egresado 2 Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
[3] Doctor en ciencias empresariales 3 Docente investigador, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

ABSTRACT

The study had the objective of identifying the profile of the entrepreneurial student in terms of personal attributes and motivations for the creation of new companies. A review of the literature related to the profile of the entrepreneur was carried out to justify the importance of the topic. A digital survey was applied to a sample of 303 students from the last levels of higher education in the province of Tungurahua. The collected data were subjected to a multivariate statistical analysis. The research findings revealed the existence of two different groups of students, designated respectively as students with independent position and self-sufficient students, according to the most outstanding characteristics related to the various attributes and motivations that each of them presents. The identification of the characteristics of entrepreneurs can be important for the development of an educational program within entrepreneurial education in universities.

Keywords: Entrepreneurship; Education; Business training; Motivation.

Introducción

En la actualidad, el área del emprendimiento comprende una amplia gama de teorías y enfoques que han sido estudiadas de muchas maneras y con diferentes propósitos. Autores de todos los campos de las ciencias sociales (economía, sociología, antropología, psicología, historia, política y varias otras áreas de las ciencias empresariales) han hecho contribuciones a esta área. Así, el campo de investigación del emprendimiento, que aún se encuentra en notorio desarrollo, se considera interdisciplinario y multidisciplinario (Romero, Romero, & Barboza, 2022).

A pesar de la popularidad y relevancia que ha demostrado el tema, no existe una teoría universal aceptable que defina con precisión el campo de intervención sobre el emprendimiento, estableciendo su origen en el cruce de un conjunto de enfoques provenientes de otras áreas del conocimiento (Narváez, 2018). En esta investigación, existe un interés particular en abordar el emprendimiento centrado en el estudiante, con el propósito de llegar a un marco teórico coherente de referencia que conduzca a la identificación del perfil del potencial emprendedor. Este estudio tuvo el objetivo de identificar el perfil del estudiante emprendedor según los atributos

personales y motivaciones que poseen para la creación de nuevas empresas en la provincia de Tungurahua.

Teorías del emprendedor y características del emprendedor

Los enfoques del emprendedor han sido interpretados y combinados de manera que puedan suministrar los fundamentos teóricos al estudio empírico que presenta como unidad de análisis al individuo (estudiante universitario) como potencial emprendedor (Kavitha, 2021).

El papel del empresario se puede ver desde la perspectiva de dos teorías importantes: la teoría económica y la teoría empírica (Singh & Singh, 2020). En el contexto de la teoría económica, el papel del emprendedor es depreciado dentro del paradigma neoclásico y, en ocasiones, incluso se duda de la necesidad de una teoría económica del emprendimiento separada. Los economistas tienden a centrarse más en la función que en el individuo y muestran más interés en el significado macroeconómico del emprendimiento (Jofre et al., 2021).

Las definiciones sobre el empresario han sido varias. Una de ellas es que, la definen como la persona que asume el riesgo asociado a la incertidumbre (López, Sánchez, Moreno, & Pérez., 2021); la persona que proporciona el capital financiero; un innovador; un tomador de decisiones; un líder industrial; un gerente o un superintendente; un organizador y coordinador de recursos económicos; dueño de un negocio; un contratista; un árbitro; y un localizador de recursos entre usos alternativos (R. Romero et al., 2022). Se distingue dos roles legítimos, pero en formas y condiciones completamente diferentes. A tal punto que, el empresario es: el que crea y, quizás, organiza y opera la empresa nueva, ya sea que haya algo innovador en tales actos o no; y alguien que transforma ideas e invenciones en entidades económicamente viables, ya sea que haya creado un negocio o no (Domínguez, 2020).

En la teoría empírica, presentada por el término emprendedor se ha asociado predominantemente con el inicio de un nuevo negocio o la gestión de una pequeña empresa y, en ocasiones, con la innovación y el éxito, como criterios adicionales (Zaman, 2013). En esta teoría, el emprendedor es la persona física que crea el negocio, lo pone a funcionar y lo hace sobrevivir durante años. Esta definición es el punto de partida de un nuevo enfoque en el estudio del emprendedor, que acaba siendo de gran utilidad para investigar el proceso y la problemática de la creación y desarrollo empresarial (Devi, 2021).

El paradigma de esta teoría es simple porque se enfoca en la persona que intenta formar un negocio, es decir, en la persona originalmente responsable de reunir los recursos necesarios para iniciar un negocio (Soria, Zuniga, & Ruiz, 2016). Se define al *auténtico emprendedor* como el individuo que crea el negocio de la nada (Gasse & Tremblay, 2015; López et al., 2021). Trabajó empíricamente sobre la hipótesis de que la motivación de logro es, en parte, un factor condicionante del desarrollo económico. Este autor también supone que una sociedad que tenga un mayor nivel de motivación producirá un mayor número de emprendedores activos (Montenegro, 2021). El emprendedor presenta características peculiares según lo menciona (Cochancod & Holowaty, 2018):

- Originalidad e innovación;
- Aversión al riesgo moderada;
- Aceptación de la responsabilidad individual;
- Conocimiento de los resultados de sus actos (retroalimentación); y
- Planificación a largo plazo.

Todos los enfoques y teorías contribuyen a un progreso gradual en el campo de la investigación sobre el emprendimiento. Sin embargo, algo permanece

inmutable: el emprendimiento es un proceso único en las funciones económicas y organizacionales y comienza con un acto de voluntad humana (Androoniceanu, Georgescu, & Kinnunen, 2022).

No obstante, la lógica inherente al enfoque motivacional es que la elección, el tiempo y la energía dedicados a las tareas y funciones dependen del grado de motivación que posea el individuo cuando se encuentra ejecutando diversas tareas (Olmos, 2011). Sin embargo, la motivación no puede verse simplemente como una sola teoría. Existen varias teorías y conceptos distintos sobre la motivación laboral, donde las principales diferencias radican en que se centran en diferentes procesos motivacionales (Morched, 2021).

Por una parte, la teoría del logro motivacional se usa con frecuencia y normalmente se acepta como apropiada para el campo del emprendimiento (Rodríguez, 2012). Según esta teoría, las personas con una alta necesidad de logro evalúan situaciones que involucran tareas y funciones específicas y las llevan a cabo bien. Al iniciar un negocio requiere personas que asuman riesgos moderados, que asuman responsabilidad personal por su propio desempeño, que presten atención a la retroalimentación de costos y ganancias y que encuentren formas innovadoras del desarrollo de nuevos productos o servicios (López et al., 2021; Soria et al., 2016). Estas son características que suelen encontrarse en personas con una alta necesidad de logro (Kavitha, 2021).

La motivación ayuda a comprender por qué los individuos actúan de determinada manera (Golovina & Valle, 2013). El aporte preliminar de este enfoque es que ayuda a obtener una introspección sobre la búsqueda de razones por las cuales los empresarios y gerentes de pequeñas empresas actúan de unas formas y toman ciertas decisiones, por ejemplo, seguir creciendo, mientras que otras no (Castillo, Reyes, Ayala, & Arroyo, 2021). Sin embargo, al estudiar la motivación, es importante reconocer la existencia de algunas teorías, aunque no todas son válidas.

La aplicación de estas teorías depende de la complejidad de las situaciones en las que se utilizan (Androoniceanu et al., 2022).

En cuanto a una definición unánime para caracterizar al emprendedor aún no existe, sin embargo, parecen existir algunos acuerdos sobre las características adjuntas. La mayor parte de la literatura asocia los siguientes tipos de características a los emprendedores: atributos individuales; asunción de riesgos; necesidad de logro; locus de control, autoconfianza y optimismo; motivación de ganancias; creatividad; y otros factores motivacionales y valores personales (Mera, 2022).

Atributos individuales

La edad del emprendedor parece estar inversamente relacionada con la innovación y la orientación al crecimiento (Castillo et al., 2021). Los fundadores también tienden a ser más emprendedores que los no fundadores (Guachimbosa, José, & Santiago, 2019). Al estudiar los indicadores de emprendimiento en una empresa, encontró una relación positiva entre los factores de habilidad, instrucción, experiencias anteriores y aspiraciones de crecimiento manifestadas en los empresarios y gerentes.

Sin embargo, también se han encontrado ejemplos de emprendimiento en empresas, cuyos emprendedores revelaron una baja instrucción, se refiere a investigaciones en las que se han encontrado relaciones bastante significativas entre varios factores de habilidad (habilidad de pensar, habilidad de relaciones humanas, habilidad de comunicar y conocimiento técnico) como una medida de éxito múltiple (Gasse & Tremblay, 2015; Jofre et al., 2021). Caracteriza a los gerentes de empresas de pequeños empresarios como aquellos con una educación superior y experiencia laboral. Finalmente, en otro trabajo de investigación al que hace referencia ya que encontraron efectos positivos tanto en la educación como en la experiencia (Morched, 2022).

Toma de riesgos

Esta variable se refiere a la aceptación del riesgo al ingresar a una actividad, es decir, está relacionada con la probabilidad de que una actividad tenga menos del 100% de éxito (Guachimbosa et al., 2019). Sin embargo, la mayoría de los estudios empíricos sugieren que los empresarios de pequeñas empresas no tienen actitudes positivas hacia el riesgo y no se consideran tomadores de riesgos, ni parecen diferir de otros grupos, en pruebas más objetivas sobre el riesgo (Dávila, Arboleda, Sarango, & Encalada, 2021). Los empresarios parecen ligeramente menos atraídos por asumir riesgos en situaciones conocidas como juegos de cambio puro (Kalyoncuoğlu, Aydıntan, & Göksel, 2017). La asunción de riesgos por parte de los empresarios puede ser específica o momentánea afirma que, si las aspiraciones se logran lo suficiente, los empresarios pueden simplemente dejar de asumir mayores riesgos (Morched, 2022).

Necesidad de logro

Se introduce evidencia empírica bastante reveladora obtenida a través de varios tipos de métodos de la existencia de una conexión entre la necesidad de logro y el desarrollo (Amador, García, & Díaz, 2020). Otros autores encuentran algún sustento en la relación entre la necesidad de logro y el comportamiento del emprendedor, a nivel individual (Cochancod & Holowaty, 2018; Gasse & Tremblay, 2015; Zaman, 2013). Aunque muchos de ellos parecen convencidos de que la necesidad de logro es un factor crucial. La necesidad de logro no es una causa importante del comportamiento emprendedor (Kalyoncuoğlu et al., 2017). Según estos autores, el concepto de necesidad de logro adolece de falta de claridad en su definición, así como de problemas de medición (Cervantes, 2018).

Locus de control, autoconfianza y optimismo

El locus de control es el grado en que el individuo cree que los refuerzos dependen de su comportamiento (Amador et al., 2020). Este individuo cree que el logro de una meta o propósito depende de su propia habilidad y acciones más que de la suerte o del esfuerzo de otras personas. La evidencia empírica muestra que los empresarios de pequeñas empresas están más orientados a nivel interno que la población en general (Hernández & Arano, 2015). El estudio longitudinal sugiere la existencia de una correlación positivamente la orientación al locus de control y el éxito empresarial (R. Romero et al., 2022).

Del mismo modo, el control interno conduce a una actitud empresarial positiva y que la mayoría de los estudiantes que reciben formación empresarial pueden desarrollar un mayor nivel de control y autoeficacia (Valenzuela-Keller, Gálvez-Gamboa, Silva-Aravena, & Moreno-Villagra, 2021). El alto nivel de autoconfianza ha sido sugerido por muchos estudios como una característica estándar de los emprendedores. En realidad, esta característica surge constantemente en una recopilación de estudios empíricos (Taibo, 2021).

El alto nivel de autoconfianza y locus de control puede ser, o no, bastante manifiesto (Arancibia, Bustillo, & Cuellar, 2020). A juzgar por los resultados obtenidos en una investigación, la mayoría de los fundadores de empresas, en retrospectiva, coinciden en que eran demasiado optimistas sobre el éxito de la empresa en el momento de la puesta en marcha. El optimismo puede facilitar las acciones, pero no necesariamente conduce a resultados exitosos (Álvarez, 2021; Toapanta, Lozada, Valle, Vaca, Tipantuña, & Troya, 2018).

En la investigación *Motivación de ganancias* empírica, la motivación económica a menudo aparece más baja en relación con otros objetivos (Tiwari & Anjum, 2014; Valenzuela-Keller et al., 2021). Este hecho se verifica ya sea por el inicio de nuevos negocios o por las motivaciones de los gerentes de negocios establecidos. Varios

estudios que muestran que se buscan otras metas, además de la expansión de las ganancias (Arancibia et al., 2020; Castillo et al., 2021; Olmos, 2011). Esta situación parece cierta, especialmente, para las empresas establecidas. El autor también admite que, en las primeras fases de desarrollo, la motivación económica puede dominar por completo el comportamiento, mientras que otros objetivos pueden sacrificarse como consecuencia de la búsqueda de beneficios. Sin embargo, en fases posteriores dichas opciones no se realizan de manera inmediata (Androoniceanu et al., 2022; Romero-Parra, Romero-Chacín, & Barboza-Arenas, 2022).

Creatividad

Esta característica está relacionada con el desarrollo de nuevos métodos en lugar de utilizar un procedimiento estándar (Singh & Singh, 2020). Como componentes de la creatividad, la fluidez (capacidad de producir una gran cantidad de ideas), la originalidad (capacidad de producir ideas nuevas e inusuales), la flexibilidad (capacidad de saltar entre diferentes enfoques) y la innovación (capacidad de definir o comprender algo atípicamente) (R. Romero et al., 2022).

Otros factores motivacionales y valores personales

Algunas características son recurrentes en la literatura revisada. Una es la necesidad de autonomía e independencia (Guachimbosa et al., 2019). Esta necesidad se refiere al deseo de controlar y ser independiente, y el miedo al control externo. Los individuos que poseen una alta necesidad de autonomía consideran importante el individualismo y la libertad y se oponen a las reglas, procedimientos y regulaciones sociales (R. Romero et al., 2022).

Algunos estudios hacen referencia a las razones que llevan a la necesidad de autonomía: alta evaluación de la independencia (Romero, & Barboza, 2022; Salamzadeh, Akbar, Amirabadi, & Modarresi, 2014); frustración con trabajos

anteriores (Amador et al., 2020; Hernández & Arano, 2015); baja necesidad de apoyo (Cochancod & Holowaty, 2018); actitud renuente hacia los consultores y las fuentes de consultoría externas (Jofre et al., 2021); estilo de liderazgo autoritario (Soria et al., 2016); deseo de hacer lo que más le gusta; y posibilidad de seleccionar el trabajo favorito. Relacionado con este aspecto está el factor iniciativo, que incluye la motivación para emprender trabajar de forma independiente, dar el primer paso, aventurarse o probar nuevos métodos (Domínguez, 2020).

Metodología

Para la presente investigación se utilizó un método cuantitativo, debido a que se valoró la percepción emprendedora de los estudiantes universitarios y se definieron variables de influencia para determinar la influencia directa de las variables según el alcance correlacional (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014). A partir de ello, la muestra (n=303) fue definida de una población constituida por estudiantes de pregrado de distintas universidades de la provincia de Tungurahua. Se procuró incluir en la muestra principalmente a estudiantes que cursaban los últimos años de la carrera (ver tabla 1).

Tabla 1.- Síntesis de aspectos metodológicos

Base de tiempo	Sección transversal
Unidad de Análisis	Estudiantes universitarios de la provincia de Tungurahua.
Población	1,417 personas
Muestra finita	303 personas
Tasa de respuesta	100%
Error de muestra	5 %
Nivel de confianza	95%

Método de investigación	Encuesta por cuestionario autoadministrado
Periodo de tiempo	Noviembre – Diciembre 2021
Análisis estadístico	Análisis factorial

Fuente: Elaboración propia

Se diseñó un cuestionario estructurado por 24 ítems para recopilar los datos necesarios para esta investigación. El cuestionario estuvo compuesto por variables de control (características sociodemográficas) y variables latentes (objetivos, motivaciones, factores de personalidad y actitudes relacionadas con el espíritu emprendedor) que fue validado por (Raposo, do Paco, & Ferreira, 2008). La escala utilizada para valorar las percepciones fue de tipo Likert de 5 puntos donde (1=Totalmente en desacuerdo; 2= Desacuerdo; 3= Indiferente; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo) (Malhotra, 2008). Los datos fueron sometidos a varios tratamientos estadísticos utilizando el SPSS (Statistical Package for Social Sciences). En la Tabla 1 es posible observar los principales aspectos metodológicos relacionados con la investigación.

Resultados

En esta sección se presentarán los resultados de la investigación empírica. El tratamiento estadístico incluyó los siguientes procesos: análisis factorial, análisis de conglomerados, análisis discriminante y análisis bivariado. A partir de los datos obtenidos a través del cuestionario, las variables se agruparon en dos tipos*: Atributos personales y Motivaciones*. En el caso de los *Atributos personales*, se consideraron para el análisis 15 ítems que apuntaban a la clasificación de los atributos según una escala de 5 puntos. En cuanto a las *Motivaciones* se consideraron 9 ítems que tenían como objetivo medir el rango de importancia de los motivos que serían determinantes para el futuro profesional, según una escala de 5 puntos.

Aplicación del análisis factorial

Coeficiente KMO y Prueba de esfericidad de Bartlett

Según la medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin, se logró considerar que los resultados del análisis son meritorios, puesto que, se contrastó que las correlaciones parciales entre las variables son pequeñas y tienen una relación alta de KMO=88%. Como se observó en la Tabla 2, la prueba de esfericidad de Bartlett contrastó si la matriz de correlaciones es una matriz de identidad, que indica si el modelo factorial es adecuado o inadecuado. En este sentido, se obtuvo un nivel de significancia de $p<0.000$, demostrando que existe un alto grado de correlación entre las variables.

Tabla 2. - KMO, prueba de Bartlett y nivel de significación

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	0.889
Prueba de esfericidad de Bartlett	3,012.026
Sig.	0.000

Fuente: Elaboración propia

Extracción de factores según el método de componentes principales

Como se verificó, las variables se agrupan en 6 factores, todos con un valor propio sobre la unidad que explica el 57,50% de la varianza total. Para mejorar la comprensión e interpretación de los resultados se utilizó el método de rotación varimax que consiste en minimizar el número de variables que tienen altas cargas en cada factor, este método ayuda a simplificar la interpretación de los factores (ver tabla 3).

Tabla 3.- Factores identificados en el análisis factorial

Comunalidad	Factores	Valor propio	Porcentaje de varianza explicada	Acumulativo (%)
1.000	LIAU	7.976	29.542	29.542
1.000	AMEC	2.444	9.053	38.595
1.000	OPTI	1.600	5.925	44.519
1.000	INAU	1.308	4.846	49.365
1.000	DETRA	1.112	4.120	53.485
1.000	COTRA	1.085	4.017	57.502

Fuente: Elaboración propia

Nota. la codificación expresa Liderazgo y autoconfianza (LIAU), Ambición económica (AMEC), Optimismo (OPTI), Independencia y autonomía (INAU), Dedicación al trabajo (DETRA), y Condiciones de trabajo (COTRA).

Matriz de composición rotada

El primer factor reflejó una tendencia de los individuos a liderar, tomar iniciativa, resolver problemas, asumir riesgos y tener capacidad para gestionar, cambiar e implementar sus propias ideas. Este factor se asignará como *liderazgo y autoconfianza*. El segundo factor combina variables relacionadas con la creación de riqueza personal, obtener prestigio y alcanzar algo en la vida. Así, este factor será identificado como *ambición económica*. Un tercer factor, que incluye variables como la capacidad para afrontar los fracasos, la perseverancia, la capacidad para trabajar

en equipo y afrontar las dificultades, parece relacionado con el *Optimismo* (ver tabla 4).

En el cuarto factor, es posible encontrar variables relacionadas con la importancia otorgada a la independencia personal y económica y la autonomía en las decisiones relacionadas con el trabajo, por lo que se le asignará *Independencia y autonomía*. Las variables relacionadas con la curiosidad por cosas nuevas y el tiempo/dedicación al trabajo, se agrupan en el quinto factor, que por sus características se le asignará *Dedicación al trabajo*. El sexto factor presenta variables relativas a la flexibilidad (horario) y acceso a oportunidades laborales más satisfactorias en otros lugares, por lo que se le asignará *Condiciones de trabajo* (ver tabla 4).

Tabla 4.-Composición de cada factor identificado en el análisis factorial

Cod.	Ítems	LIAU	AMEC	OPTI	INAU	DETRA	COTRA
ATB1	Liderazgo	0.686					
ATB2	Le gusta tomar la iniciativa cuando se enfrenta a situaciones complejas.	0.679					
ATB3	Se considera creativo a la hora de enfrentarse a los problemas.	0.649					
ATB4	Confianza en mis capacidades	0.620					
ATB5	Propensión a tomar riesgos	0.583					
ATB6	Adaptable al cambio	0.549					
MTV1	Dirigir una organización y/o un equipo	0.533					
MTV2	Prestigio o estatus		0.777				
MTV3	Obtener patrimonio personal		0.750				
MTV4	Crear algo por sí mismo		0.448				
ATB7	Tolerancia al fracaso y aprender de él			0.765			
ATB8	Persona perseverante			0.589			

ATB9	Habilidad para trabajar en equipo o con otras personas.	0.492			
ATB10	Enfrentar las dificultades con optimismo	0.479			
ATB11	Entusiasta al iniciar nuevos proyectos.	0.463			
MTV5	Obtener independencia personal		0.722		
MTV6	Independencia económica		0.584		
ATB12	Le gusta sentirse independiente		0.571		
ATB13	La autonomía laboral es muy importante		0.501		
MTV7	Posibilidad de practicar ideas propias		0.436		
ATB14	Siempre siente curiosidad por nuevos temas.			0.729	
ATB15	Dedica a un proyecto el tiempo necesario para su éxito			0.697	
MTV8	Flexibilidad de horario				0.741
MTV9	Acceder a mejores posibilidades profesionales en otras ciudades				0.559

Nota. La codificación hace referencia a atributos (ATB) y motivaciones (MTV). Fuente: Elaboración propia

Aplicación de conglomerados jerárquicos

El procedimiento de análisis de conglomerados jerárquico permite aglomerar las variables de forma jerárquica. Por lo tanto, esta técnica aglomerativa crea grupos partiendo de los elementos muéstrales individualmente considerados, hasta llegar a la formación de un único grupo constituido por todos los elementos de la muestra (Triola, 2009). De esta forma, se optó por utilizar la medida de disimilar euclidiana al cuadrado, que pone el énfasis sobre el grado de lejanía existente entre dos elementos, de esta forma, los valores más altos indican mayor diferencia o lejanía entre los elementos comparados. También, el método de Ward fue aplicado para que los conglomerados se constituyan, de tal manera que, al combinarse dos elementos, la pérdida de información resultante de la fusión fuese mínima. No

obstante, la selección del número de conglomerados se estableció tanto en la observación del dendrograma como en el coeficiente de fusión (Triola, 2009).

Los resultados del análisis de conglomerados se pueden observar en la Tabla 5. Es posible observar el número de conglomerados formados, el número de casos incluidos en cada conglomerado, así como la media y la desviación estándar cuando se cruza cada variable con cada conglomerado. A través de la visualización de la tabla anterior, se puede suponer que: El clúster 1 se relaciona positivamente con la variable *Independencia y autonomía* y negativamente con las variables *Liderazgo y autoconfianza* y *Ambición económica*; y El clúster 2 parece estar relacionado positivamente con la variable *Liderazgo y autoconfianza* y *Ambición económica* y presenta una relación negativa, con mayor relevancia, en la variable *Independencia y autonomía*.

Tabla 5.- Resultados del análisis de conglomerados

Variables	**GRUPO 1 n = 112 (35.4%)**		**GRUPO 2 n = 204 (64.6%)**	
	Mean	**DS**	**Mean**	**DS**
Liderazgo y autoconfianza	- 0.5730	0.9298	0.3146	0.8935
Ambición económica	- 0.5604	1.2362	0.3077	0.6690
Optimismo	- 0.2315	0.9970	0.1271	0.9810
Independencia y autonomía	0.4597	1.0428	- 0.2524	0.8812
Dedicación al trabajo	0.0953	0.9849	- 0.0523	1.0067
Condiciones de trabajo	- 0.0718	1.1234	0.0394	0.9258

Fuente: Elaboración propia

Luego de la determinación del grupo 1 (atributos individuales) que conforman: *independencia y autonomía, liderazgo y autoconfianza, ambición económica;* y el grupo 2 (motivación de ganancias) que conforma: *liderazgo y autoconfianza, ambición económica e independencia y autonomía* se realizaron varias pruebas con dos objetivos: primero, ver si existen diferencias significativas, en las medias de los conglomerados; y, en segundo lugar, validar los grupos encontrados. Para ello, utilizamos el análisis de varianza de una vía (ANOVA) y el análisis discriminante. Las variables independientes son los conglomerados o grupos obtenidos y las variables dependientes son las variables utilizadas para la formación de conglomerados. La Tabla 6 presenta los resultados de la lambda de Wilks, el estadístico F y los niveles de significancia.

Tabla 6.- Wilks' lambda and F-statistics

Variables	**Wilks' lambda**	**F**	**Sig.**
Liderazgo y autoconfianza	0.819	69.319	0.000
Ambición económica	0.827	65.678	0.000
Optimismo	0.970	9.550	0.002
Independencia y autonomía	0.884	41.363	0.000
Dedicación al trabajo	0.995	1.577	0.210
Condiciones de trabajo	0.997	0.893	0.345

Nota: Nivel de significancia = 0.05

Fuente: Elaboración propia

El estadístico F reveló diferencias significativas en 2 variables: *Dedicación al trabajo* y *Condiciones de trabajo*. Todas las demás variables, cuando se consideran individualmente, son significativas para diferenciar los grupos. El valor lambda de Wilks sugiere que la variable *Liderazgo y autoconfianza* es la que proporciona una mayor diferencia entre las medias de los conglomerados. Para analizar las diferencias entre los grupos formados, se realizó un análisis discriminante múltiple, que será utilizado para validar los resultados del análisis de conglomerados. Este análisis nos permitió encontrar una función discriminante (ver Tabla 7).

Tabla 7.- Función discriminante canónica

Valor propio	Correlación canónica	Wilks' lambda	Chi-square	df	Sig.
1.031	0.712	0.492	220.312	6	0.000

Fuente: Elaboración propia

El coeficiente de correlación canónica, elevado al cuadrado, va a determinar el porcentaje de varianza explicada por la función, en los grupos encontrados. En este caso, la función explica alrededor del 51% de la varianza. El valor Lambda de Wilks calculado (0,492) se transformó en un valor de X= 220,312 con 6 grados de libertad, estadísticamente significativo a un nivel de 0,000. Esto demuestra que la función es significativa para discriminar entre los grupos encontrados (ver tabla 7). Dada la significación estadística observada entre grupos, resulta útil examinar la contribución individual de las variables de la función discriminante. Los coeficientes de las variables representan, en valor absoluto, la importancia relativa de cada una de ellas para distinguir entre los dos grupos (ver Tabla 8).

Tabla 8.- Coeficientes de la función discriminante canónica estandarizada

Variables	Coeficientes
Liderazgo y autoconfianza	0.770
Ambición económica	0.757
Optimismo	0.339
Independencia y autonomía	0.641
Dedicación al trabajo	0.141
Condiciones de trabajo	0.106

Fuente: Elaboración propia

Para probar la validez de la función discriminante obtenida, es necesario determinar si el número actual de individuos incluidos en los grupos difiere significativamente del número esperado. Los resultados de la validación se presentan en la Tabla 9. Como se observa, el 85,1% de los individuos fueron clasificados correctamente en sus grupos a través de la función discriminante, lo que revela una validez satisfactoria.

Tabla 9.- Resultados de clasificación

Grupo original	Número de casos	Grupo previsto				
		%	Grupo 1	%	Grupo 2	%
Grupo 1	112	35.4	91	81.3	21	18.7
Grupo 2	204	64.6	26	12.7	178	87.3
Total	316		117		199	

Nota: Porcentaje clasificado correctamente = (91 + 178) /316= 85.1%

Fuente: Elaboración propia

Para complementar la caracterización de los grupos, se procedió a un análisis bivariado, donde se realizaron varios cruces. La tabla 10 presenta los cruces que podrían apuntar a una relación entre los dos grupos y las preguntas sobre la propensión a emprender.

Tabla 10.- Propensión a la creación de start-ups

Variable	Grupo 1	Grupo 2	X^2 Pearson	Sig.
Considere que es más difícil crear una empresa				
hoy en día, en comparación con hace cinco años	3.946	4.371	8.079	0.232
Ya han considerado la creación de una empresa	3.714	4.488	21.607	0.001
Posibilidad de constituir una empresa propia después del curso				
Conclusión	3.054	3.921	33.956	0.000

Fuente: Elaboración propia

En este caso, verificamos que las variables *Ya han considerado crear una empresa* y *Posibilidad de constituir una empresa propia después de finalizar el curso* son significativas para la diferenciación grupal. Posteriormente, se realizó un análisis bivariado con el fin de cruzar los grupos con variables sociodemográficas, para recoger una caracterización más completa de los dos grupos de estudiantes.

Estos fueron llamados: *Estudiantes con posición independiente* y *Estudiantes autosuficientes.*

Grupo 1: Estudiantes con posición independiente

Los estudiantes identificados en este grupo, compuesto por el 35,4 por ciento del total de la muestra, son en su mayoría mujeres (62,5 por ciento), con edades entre 21 y 25 años (72,3 por ciento), que cursan estudios de ingeniería (33,9 por ciento) y otras ciencias humanas y sociales (26,6 por ciento). Valoran la independencia personal y económica y la autonomía en el trabajo. Sin embargo, tienen poca confianza, se sienten incapaces de liderar y no tienen grandes ambiciones en lo que se refiere tanto a las condiciones financieras como a la búsqueda de estatus. Revelan menos predisposición a crear su propio negocio que el otro grupo.

Grupo 2: Estudiantes autosuficientes

Los estudiantes incluidos en este grupo, compuesto por el 64,6 por ciento del total de la muestra, son hombres (53,5 por ciento) y mujeres (46,5 por ciento), con edades comprendidas entre los 21 y los 25 años, el (58,4%) y menores de 20 años (26,2%) que estudian ciencias económicas (40,1%) e ingenierías (38,1%). Son más seguros de sí mismos y tienen mayor capacidad de liderazgo. Tienen ambiciones relacionadas con las condiciones financieras y el prestigio. Curiosamente, se ven menos motivados cuando se cuestionan aspectos como la autonomía y la independencia. Se muestran más predispuestos a crear su propia empresa que los elementos del primer grupo.

Conclusiones

Las universidades y los institutos tecnológicos ecuatorianos han fomentado el emprendimiento en las asignaturas de los estudiantes. Tal es el caso de los

estudiantes de la carrera de economía de la Universidad Técnica de Machala que poseen actitudes de emprendedores, aunque con relación a la perspectiva de resiliencia moderada. El cambio de la matriz de desarrollo estratégico solicita a las IES que los estudiantes deben estar preparados para afrontar las perspectivas del mercado laboral (Vásquez, & Chalaco, 2021).

Este trabajo se centró en la identificación del perfil emprendedor de los estudiantes universitarios de la provincia de Tungurahua. Se propuso estudiar tanto los atributos como las motivaciones asociadas a las intenciones emprendedoras y la propensión a la creación de nuevas empresas. Los resultados evidencian la existencia de una tipología de dos grupos diferenciados de estudiantes: *Estudiantes con posición independiente* y *Estudiantes autosuficientes.* El primer grupo valora más la independencia personal y económica y la autonomía laboral. El segundo grupo muestra un mayor nivel de autoconfianza y capacidad de liderazgo.

Los potenciales emprendedores pertenecientes al grupo de e*studiantes autosuficientes* se revelaron más predispuestos a emprender su propio negocio que el de *Estudiantes con posición independiente*. Los individuos que muestran más propensión a la creación de empresas emergentes, los *Estudiantes autosuficientes* parecen poseer confianza en sí mismos. Este hallazgo sugiere que los atributos como la autoconfianza y el lugar de control son buenos indicadores del comportamiento empresarial.

Referencias

Álvarez, Y. (2021). Cultura Emprendedora: Una experiencia del perfil de las competencias, cualidades y habilidades del espíritu innovador. *APORTES Revista Internacional de Estudios Abiertos, Independientes y Añternativos*, *1*(1), 13-28.

Amador, M., García, Y., & Díaz, J. (2020). Comparación del perfil emprendedor en estudiantes del área empresarial e industrial México-Perú. *RIDE - Revista Iberoamericana de para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, *10*(20), 1-

22.

Androoniceanu, A., Georgescu, I., & Kinnunen, J. (2022). A new entrepreneurial motivations profile for starting new business by using a panel data analysis. *Mrp.ase.ro*, *14*(1), 5-16.

Arancibia, J., Bustillo, G., & Cuellar, M. (2020). Perfil emprendedor del estudiante de la facultad de ciencias económicas y empresariales de la USFX. *Revista digital de investigación y negocios*, *13*(22), 88-102.

Borges, G., & Domínguez, A. (2020). Componentes para el perfil de egreso del programa emprendedores co-creados a través de una metodología innovadora de diseño curricular. *Vincula Tégica_Efan*, *2*(1), 91-100.

Castillo, E., Reyes, C., Ayala, C., & Arroyo, E. (2021). Escala de perfil emprendedor en estudiantes universitarios peruanos. *Revista Venezolana de Gerencia*, *26*(94), 840-856.

Cervantes, M., & Narváez, M. (2018). Cualidades emprendedoras del graduado de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia. *Revista Política, Globalidad y Ciudadanía*, *7*(13), 230-257.

Cochancod, C., & Holowaty, H. (2018). Perfil del emprendedor del estudiante de la universidad ancioanl de misioneS. En E. Ibarra, N. Tañski, M. Benítez, & L. Manulak (Eds.), *V^{o} Congreso Latinoamericano de Administración - VIII^{O} encuentro internacional de administración de la región jesuítico guaranÍ* (pp. 1-119). Guaraní: Universidad Nacional de Misiones.

Dávila, G. C. T., Arboleda, A. C. C., Sarango, L. M. S., & Encalada, M. V. N. (2021). Perfil emprendedor de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Ismael Pérez Pazmiño. Sociedad & Tecnología, 4(3), 312-325.

Devi, N., & Kavitha. (2021). Women entrepreneurship – a study on challenges faced. *Kala Sarovar*, *24*(1), 1-9.

Gasse, Y., & Tremblay, M. (2015). Entrepreneurial Beliefs and Intentions : A Cross-Cultural Study of University Students in Seven Countries. *International journal of business*, *16*(4), 304-314.

Golovina, N. S., & Valle, E. L. M. (2013). Teorías motivacionales desde la perspectiva de comportamiento del consumidor. *Negotium*, *9*(26), 5-18. https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.03.001

Guachimbosa, V., José, L., & Santiago, N. (2019). Vocación de crear empresas y actitud , intención y comportamiento emprendedor en estudiantes. *Revista de Ciencias Sociales*, *25*(1), 71-81.

Hernández, C., & Arano, R. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Ciencia administrativa*, *1*(1), 28-37.

Jofre, A., Pazeto, K., Lessa, G., Luchtemberg, M., de Campos, B., Campos, L., … Dos Santos, J. (2021). Entrepreneurial profile among undergraduate nursing students. *Entrepreneurial profile among undergraduate nursing students*, *34*(1), 1-7.

Kalyoncuoğlu, S., Aydıntan, B., & Göksel, A. (2017). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention : An Experimental Study on Undergraduate Business Srudents. *Journal of Management Research*, *9*(3), 72-91. https://doi.org/10.5296/jmr.v9i3.11282

López, V., Sánchez, Y., Moreno, L., & Pérez, D. (2021). Determinantes de la intención emprendedora en estudiantes universitarios mexicanos. *Revista de Ciencias Sociales*, *XXVII*.

Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados*. (P. Guerrero, F. Hernández, & E. Trejo, Eds.) (Quinta). México D.F.: Pearson - Educación.

Mera, M. (2022). El perfil del emprendedor en la era del conocimiento. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, *9*(17), 72-74. https://doi.org/10.29057/estr.v9i17.8089

Montenegro, M., & Fernández, J. (2021). Competencias emprendedoras y discapacidad. *Revista andalucía educativA*, *4*(9), 1-9.

Morched, S., & Jarbou, A. (2021). Studies of Opportunity Recognition Process : Characteristics of Tunisian Entrepreneur Profile. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan (Journal of Business and Entrepreneurship)*, *9*(2), 1-18.

Najeh, H., & Morched, S. (2022). The Ambitious Entrepreneur and His Role in Stimulating Creativity: The Case of Tunisian Entrepreneurs. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan (Journal of Business and Entrepreneurship)*, *10*(1), 61-73.

Olmos, R. (2011). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. *Multiciencias*, *11*(1), 65-75.

Raposo, M., do Paco, A., & Ferreira, J. (2008). Entrepreneur ’s profile : a taxonomy of attribu tes and motivations of university students. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *15*(2), 405-418. https://doi.org/10.1108/14626000810871763

Rodríguez, N. (2012). Causas que intervienen en la motivación del alumno en la enseñanza-aprendizaje de idiomas : el pensamiento del profesor. *Didáctica. Lengua y Literatura*, *24*(2), 381-409.

Romero, R. M., Romero, J. L., & Barboza, L. (2022). Relationship between profile and entrepreneurial vision of university students. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, *12*(23), 67-82.

Romero, R., Romero, J., & Barboza, L. (2022). Relación entre perfil y visión emprendedora de estudiantes universitarios. *Revista Retos*, *12*(23), 67-82.

Romero-Parra, R. M., Romero-Chacín, J. L., & Barboza-Arenas, L. A. (2022). Relación entre perfil y visión emprendedora de los estudiantes universitarios. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 12(23), 67-82.

Toapanta, G.., Lozada, A., Valle, M., Vaca, A., Tipantuña, M., & Troya, D. (2018). El estudiante emprendedor en la universidad como importante factor de cambio en la sociedad. Didasc@ lia: didáctica y educación ISSN 2224-2643, 9(1), 71-80.

Vásquez, J. C., & Chalaco, L. (2021). Perfil emprendedor de los estudiantes de la carrera de Economía de la Universidad Técnica de Machala en presencia del COVID-19. INNOVA Research Journal, 6(3), 8.

Salamzadeh, A., Akbar, A., Amirabadi, A., & Modarresi, M. (2014). Entrepreneurial characteristics : insights from undergraduate students in Iran. *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, *21*(2), 165-182.

Sampieri, H., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (M. Hill, Ed.) (sexta edic). México.

Singh, T., & Singh, S. (2020). Entrepreneurial Intentions Among University students in Manipur. *International Journal of Management and Social Science Research Review*, *1*(7), 55-64.

Soria, K., Zuniga, S., & Ruiz, S. (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios : Un Caso de Estudio Entrepreneurial Education and Intention in University Students : A Case of Study. *Formación universitaria*, *9*(1), 25-34. https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004

Taibo, J. (2021). El diseñador-emprendedor. Comunicación de un perfil de egresado arquetípico en los sitios web de las universidades privadas argentinas. *Zincografía*, *5*(10), 89-105. https://doi.org/10.32870/zcr.v5i10.96

Tiwari, R., & Anjum, B. (2014). Impact of culture in indian higher education on entrepreneurship. *International Journal of Advanced Research in Management*

and Social Sciences, *3*(11), 1-10.

Triola, M. (2009). *Estadística*. (R. Fuerte, F. Hernández, & J. García, Eds.) (Décima). Atlacomulco, México: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.

Valenzuela-Keller, A. A., Gálvez-Gamboa, F. A., Silva-Aravena, E., & Moreno-Villagra, M. (2021). Actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios de primer año en Chile. *Formación Universitaria*, *14*(4), 103-112.

Zaman, M. (2013). Entrepreneurial characteristics among university students: Implications for entrepreneurship education and training in Pakistan. *African Journal of Business Management*, *7*(39), 4053-4058. https://doi.org/10.5897/AJBM10.290

©2022 por el autor. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia de Creative Commons Reconocimiento – No Comercial 4.0 Internacional (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).