

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**Incidencia del Liderazgo en la Intención de  
Emprendimientos Productivos Formales en Estudiantes de  
Pre-Grado en la ciudad de Guayaquil**

**AUTORES:**

**Almeida García, María José**

**Pires Salazar, Alan Matheus**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de**

**INGENIERO COMERCIAL**

**TUTOR:**

**Ing. Yanina Shegía Bajaña Villagómez Ph.D. (c)**

**Guayaquil, Ecuador**

**17 de Septiembre del año 2018**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Almeida García, María José y Pires Salazar, Alan Matheus**, como requerimiento para la obtención del título de **INGENIERO COMERCIAL**.

**TUTOR (A)**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Yanina Shegía Bajaña Villagómez Ph.D (c)**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Balladares Calderón Esther Georgina, MGS.**

**Guayaquil, a los 17 del mes de Septiembre del año 2018**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, **Almeida García, María José y**

**Pires Salazar, Alan Matheus**

**DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Incidencia del Liderazgo en la Intención de Emprendimientos Productivos Formales en Estudiantes de Pre-Grado en la ciudad de Guayaquil**», previo a la obtención del título de **INGENIERO COMERCIAL**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 17 del mes de Septiembre del año 2018**

**LOS AUTORES**

f. \_\_\_\_\_

**Almeida García, María José**

f. \_\_\_\_\_

**Pires Salazar, Alan Matheus**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORIZACIÓN**

Nosotros, **Almeida García, María José y**

**Pires Salazar, Alan Matheus**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Incidencia del Liderazgo en la Intención de Emprendimientos Productivos Formales en Estudiantes de Pre-Grado en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 17 del mes de Septiembre del año 2018**

f. \_\_\_\_\_

**Almeida García, María José**

f. \_\_\_\_\_

**Pires Salazar, Alan Matheus**

## REPORTE DE URKUND

Documento [TESIS PIRES-ALMEIDA FINAL.docx](#) (D41034774)

Presentado 2018-08-29 10:39 (-05:00)

Presentado por yashebavi@hotmail.com

Recibido yanina.bajana.ucsg@analysis.orkund.com

0% de estas 119 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Yanina Shegía Bajaña Villagómez Ph.D (C)**

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

f. \_\_\_\_\_

**Almeida García, María José**

AUTORA

f. \_\_\_\_\_

**Pires Salazar, Alan Matheus**

AUTOR

## **Agradecimiento**

Agradezco principalmente a Dios y a la Virgen María quienes me guiaron en toda mi carrera universitaria y a lo largo de toda mi vida.

A mi madre, Cecilda Elizabeth Salazar Mendoza y a mi padre Luis Antonio Pires de Godoy, quienes han sido el pilar fundamental para alcanzar cada una de mis metas, por su incondicional apoyo y amor.

A mis hermanos y a mis abuelos, por compartir sus conocimientos conmigo logrando que mis trabajos universitarios sean de calidad y por su gran apoyo y motivación de cada día.

A mis mejores amigos de toda la vida pertenecientes al Corillo quienes fueron mi apoyo y me brindaron su amistad siempre, además de ser analistas en mi trabajo de investigación.

A Bélgica Correa, por su apoyo y confianza durante mi etapa universitaria, quién confió en que podía lograr cualquier cosa que me proponga, nunca dejando de apoyarme y terminando juntos esta etapa para enfrentarnos a nuevos retos.

De manera especial, agradezco a mi tutora del proyecto Mgs. Yanina Shegia Bajaña Villagómez, quien me pudo compartir sus conocimientos y me brindó un excelente asesoramiento y apoyo a lo largo del proceso. Sobre todo, me enseñó a ser líder, lo cual aporta a mi perfil profesional y personal y quien ha compartido grandes momentos personales y académicos desde mis primeros semestres hasta este momento de culminación en mi etapa universitaria.

A mis profesores, amigos (Madelaine Moreno, Marian Moncayo, Dayan Contreras, July Sagñay, Mishel Sánchez) y compañeros de clase que fueron parte de este proceso y a la agrupación Generación que con un grito de aliento y su compañía supieron regalarme momentos inolvidables y conocimiento que me permitieron crecer personal y profesionalmente.

**Alan Matheus Pires Salazar**

## **Agradecimiento**

Agradezco en primer lugar a Dios, por guiarme siempre en mi caminar, brindarme salud, paciencia y fortaleza para cumplir todo aquello que me proponga.

A mi papi Fernan y a mi mami Bertha, gracias a ellos soy quien soy, por su paciencia, los valores que me han enseñado, por motivarme desde siempre en todo, por estar siempre conmigo brindándome lo mejor, pero sobre todo, gracias por ese inmenso amor que me dan siempre.

A mis niñas Nea y Mafer por ayudarme siempre en todo, porque son un gran ejemplo, a mí querido niño Andrés por la paciencia y por enseñarme tantas cosas.

A mi tía Mary, mi segunda mamá, por cuidarme y ayudarme a formar como persona.

A mi Negra hermosa, mi prima, mi hermana, mi amiga, una parte de mí, por estar conmigo siempre y ayudarme cada vez que lo necesito.

A mi tutora del proyecto Mgs. Yanina Bajaña, por no solo ser una profesora, sino también ser una amiga, por todo lo que me ha enseñado a lo largo de la carrera, no solo como docente sino también como persona, muchas gracias por su paciencia y apoyo durante esta etapa.

A mi compañero de tesis, Alan, por su paciencia, confianza y apoyo.

A mis profesores, por los conocimientos y experiencias compartidas, mis amigos y compañeros de carrera y cursos por permitirme conocerlos y compartir momentos que aunque no sean muchos son muy buenos y que siempre tendré en mi mente.

**María José Almeida García**

## **Dedicatoria**

A mis padres. Todo el esfuerzo realizado para lograr ser un profesional se lo dedico a ustedes. Su ejemplo de perseverancia me ayudó a alcanzar mis sueños y su presencia y su amor fue, es y será el tesoro más preciado que Dios me ha podido otorgar.

A mi familia, amigos y demás personas importantes de mi vida que me acompañaron en toda mi etapa estudiantil y que estarán en mis recuerdos, teniendo un lugar en mi mente y corazón. Es un homenaje para ustedes.

**Alan Matheus Pires Salazar**

## **Dedicatoria**

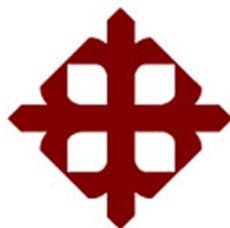
Dedicado especialmente a mis padres, por todo lo han hecho y hacen por mí, el amor que me demuestran es mi principal fuente de energía.

Para mis hermanos, cuñados y mis sobrinos, mi motivación a ser mejor siempre y poder ser un ejemplo para ustedes.

También para mi tía y mi prima, que me han enseñado a ser fuerte y salir adelante.

Este logro es para ustedes.

**María José Almeida García**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**ING. ESTHER GEORGINA BALLADARES CALDERÓN, MGS.**

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**ING. JOSÉ GUILLERMO PÉREZ VILLAMAR, MGS.**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**ING. BARBERÁN ARBOLEDA, RUBÉN PATRICIO, MGS.**

OPONENTE

Guayaquil 30 de Agosto del 2018.

**Ingeniera  
Paola Traverso Holguín  
COORDINADORA UTE A-2018  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
En su despacho**

De mis Consideraciones:

**Ing. Yanina Shegía Bajaña Villagómez, Ph.D(c)**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado de **Almeida García, María José**, cúmplame informar a usted, señora Coordinadora, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avaló el trabajo presentado por la estudiante **“Almeida García, María José”**, titulado **“Incidencia del Liderazgo en la Intención de Emprendimientos Productivos Formales en Estudiantes de Pre-Grado en la ciudad de Guayaquil”** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 0% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2018 a mi cargo, en la que me encuentra(o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación somos el Tutor (a) **Ing. Yanina Shegía Bajaña Villagómez, Ph.D(c)** y la Srta. **Almeida García, María José** y eximo de toda responsabilidad al Coordinador de titulación y a la Dirección de Carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 10 /10 Diez sobre Diez.

Atentamente,

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Yanina Shegía Bajaña Villagómez Ph.D(c)**  
PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

f. \_\_\_\_\_

**Almeida García, María José**  
AUTORA

Guayaquil 30 de Agosto del 2018.

**Ingeniera  
Paola Traverso Holguín  
COORDINADORA UTE A-2018  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
En su despacho**

De mis Consideraciones:

**Ing. Yanina Shegía Bajaña Villagómez, Ph.D(c)**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado de **Pires Salazar, Alan Matheus**, cúmpleme informar a usted, señora Coordinadora, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avaló el trabajo presentado por el estudiante **“Pires Salazar, Alan Matheus”**, titulado **“Incidencia del Liderazgo en la Intención de Emprendimientos Productivos Formales en Estudiantes de Pre-Grado en la ciudad de Guayaquil”** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 0% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2018 a mi cargo, en la que me encuentra(o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación somos el Tutor (a) **Ing. Yanina Shegía Bajaña Villagómez, Ph.D(c)** y el Sr. **Pires Salazar, Alan Matheus** y eximo de toda responsabilidad al Coordinador de titulación y a la Dirección de Carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 10 /10 Diez sobre Diez.  
Atentamente,

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Yanina Shegía Bajaña Villagómez Ph.D(c)**  
PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

f. \_\_\_\_\_

**Pires Salazar, Alan Matheus**  
AUTOR

## Contenido

Índice de tablas.....	XVII
Índice de figuras.....	XX
Resumen.....	XXIII
Abstract.....	XXIV
Introducción .....	2
Capítulo I.....	4
1 Contextualización del problema .....	4
1.1 Antecedentes .....	4
1.2 Planteamiento del Problema .....	7
1.3 Formulación del problema.....	11
1.4 Propósito del Estudio .....	12
1.5 Objetivos .....	14
1.5.1 Objetivo General .....	14
1.5.2 Objetivos Específicos.....	14
1.6 Justificación .....	15
1.6.1 Justificación teórica.....	16
1.6.2 Justificación metodológica .....	16
1.7 Hipótesis .....	17
1.8 Preguntas de Investigación.....	18
1.9 Limitaciones y Delimitaciones .....	19
1.9.1 Limitaciones .....	19
1.9.2 Delimitaciones.....	19
Capítulo II.....	20
2. Marco teórico .....	20
2.1 Liderazgo .....	20
2.1.1 Principales teorías del liderazgo .....	22
2.1.1.1 Teoría del Gran Hombre .....	22
2.1.1.2 Teoría de los Rasgos.....	23
2.1.1.3 Teoría del comportamiento .....	25
2.1.1.4 Teoría de la contingencia.....	26
2.1.1.5 Teoría de la influencia.....	27
2.1.1.6 Teoría de las relaciones.....	27

2.1.1.7 Teorías modernas: liderazgo transaccional y transformacional .....	28
2.1.2 Perfil del liderazgo.....	29
2.1.3 La conducta del liderazgo .....	30
2.1.4 Estilos del liderazgo Modernos .....	31
2.1.5 Comportamientos del liderazgo.....	32
2.1.6 Importancia del liderazgo .....	38
2.2 Teoría del comportamiento planificado (AJZEN).....	39
2.2.1 Habilidades del Liderazgo .....	42
2.2.2 Capital Social Cognitivo y Las familias.....	43
2.2.3 Actitud .....	44
2.2.4 Percepción del control.....	46
2.2.5 Normas Subjetivas .....	48
2.2.6 intención Emprendedora .....	49
2.3 Comportamientos del liderazgo e Intención emprendedora en universidades .....	54
2.3.1 Los estudios y el Ciclo de vida en las universidades .....	56
2.3.2 Nivel Académico .....	57
2.3.3 Patrones de comportamiento social y psicológico en el ámbito académico.....	58
2.3.4 Las oportunidades y su estructura .....	60
2.3.5 El papel del emprendedor académico dentro del proceso de creación de una empresa .....	60
2.4 El Emprendimiento.....	65
2.4.1 Teorías del emprendimiento.....	66
2.4.1.1 Enfoque económico .....	66
2.4.1.2 Enfoque psicológico.....	68
2.4.1.3 Enfoque gerencial .....	70
2.4.2 Importancia del emprendimiento.....	71
2.4.3 Emprendedores.....	72
2.4.4 Entorno emprendedor .....	72
2.4.5 Tipos de Emprendimientos .....	73
2.4.5.1 Emprendimientos Formales productivos.....	73
2.4.5.2 Emprendimientos informales .....	74
2.5 Marco Conceptual.....	76

2.5.1 Liderazgo .....	76
2.5.2 Capacidad de Liderar.....	77
2.5.3 Intención de Emprendimiento.....	78
2.5.3 Teoría del Comportamiento Planificado.....	79
2.5.3.1 Familia Emprendedora.....	79
2.6 Marco Referencial.....	80
2.6.1 Liderazgo.....	80
2.6.2 Intención de Emprendimiento .....	81
2.6.3 Teoría del Comportamiento Planificado.....	81
Capítulo III .....	84
3. Metodología .....	84
3.1 Diseño de investigación .....	84
3.1.1 Hipotético-deductivo.....	85
3.1.2 Diseño no experimental .....	85
3.1.3 Horizonte de tiempo, diseño de investigación transeccional o transversal. ....	86
3.2 Enfoque de la investigación .....	86
3.3 Tipo de investigación y alcance .....	87
3.3.1 Investigación Descriptiva .....	87
3.3.2 Investigación Correlacional.....	88
3.3.3 Investigación de Campo.....	88
3.4 Fuentes de información o instrumentos .....	89
3.4.1 Fuentes primarias .....	89
3.4.2 Fuentes secundarias.....	90
3.5 Población y Muestra.....	90
3.5.1 Población .....	90
3.5.2 Muestra .....	92
3.6 Variables .....	93
3.6.1 Variable independiente .....	93
3.6.2 Variable dependiente .....	94
3.7 Técnica de recolección de datos y análisis de datos .....	94
Capítulo IV.....	95
4. Análisis de Datos .....	95
4.1 Análisis de Alfa de Cronbach del instrumento.....	95

4.2 Datos perdidos .....	98
4.3 Índices de bondad y prueba de unidimensionalidad .....	99
4.4 Análisis de la información de carácter general de las encuestas.....	101
4.4.1 Perfil de encuestados .....	102
4.4.2 Distribución de muestra (Número de encuestados por Universidad) .....	102
4.4.3 Edad .....	103
4.4.4 Condición Laboral (Actualmente Labora o No) .....	104
4.4.5 Ingresos salariales (individuales o familiares).....	104
4.4.6 Ciclo o semestre .....	105
4.5 Análisis de datos del modelo estructural y/o por constructo .....	106
4.5.1 Liderazgo .....	106
4.5.2 Capital Social Familiar .....	126
4.5.3 Percepción de control .....	130
4.5.4 Normas subjetivas .....	138
4.5.5 Actitud.....	147
4.5.6 Escala Individual De Intención De Emprendimiento .....	152
4.6 Análisis de resultados .....	156
4.6.1 Inventario De Liderazgo.....	159
4.6.2 Capital Social Cognitivo De Las Familia Y Amigos .....	161
4.5.3 Nueva escala general de autoeficacia (Control) .....	162
4.6.4 Normas subjetivas y actitud social hacia el emprendimiento .....	163
4.6.5 Deseabilidad percibida del espíritu empresarial (actitud).....	164
4.6.6 Escala Individual De Intención De Emprendimiento .....	165
Conclusiones y recomendaciones .....	167
Conclusiones .....	167
Recomendaciones .....	168
Bibliografía .....	170
APÉNDICE A.- Encuesta de Incidencia de liderazgo en intenciones emprendedoras.....	187
APÉNDICE B.- Resultados del Modelo por Género (Masculino y Femenino) en AMOS 23.....	189
APÉNDICE C.- Resultados del Modelo por Condición Laboral (Sí labora o No Labora) en AMOS 23 .....	190

## Índice de tablas

Tabla 1. <i>Características de los líderes según su comportamiento</i> .....	35
Tabla 2. <i>Comparación de estudios de intención Emprendedora con TCP</i> .....	82
Tabla 3. <i>Número de matriculados en las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador por sexo, 2012 – 2015 actualizada al año 2017</i> .....	91
Tabla 4. <i>Estadística de fiabilidad por constructo</i> .....	97
Tabla 5. <i>Estadística de fiabilidad del modelo</i> .....	97
Tabla 6. <i>Datos perdidos</i> .....	98
Tabla 7. <i>Prueba de unidimensionalidad</i> .....	100
Tabla 8. <i>Pregunta 1: Disfruto trabajar en equipo</i> .....	106
Tabla 9. <i>Pregunta 2: Soy capaz de hablar claramente con otros</i> .....	107
Tabla 10. <i>Pregunta 3: Disfruto las relaciones interpersonales</i> .....	108
Tabla 11. <i>Pregunta 4: Soy bueno para planear cosas</i> .....	109
Tabla 12. <i>Pregunta 5: Puedo interpretar las reglas y regulaciones</i> .....	110
Tabla 13. <i>Pregunta 6: Me siento cómodo pidiendo consejo a otros</i> .....	111
Tabla 14. <i>Pregunta 7: Disfruto recolectando y analizando datos</i> .....	112
Tabla 15. <i>Pregunta 8: Soy bueno para resolver problemas</i> .....	113
Tabla 16. <i>Pregunta 9: Me siento cómodo escribiendo correspondencia de negocios incluyendo memos y correos electrónicos</i> .....	114
Tabla 17. <i>Pregunta 10: Podría delegar trabajo a otros</i> .....	115
Tabla 18. <i>Pregunta 11: Quiero hacerme cargo</i> .....	116
Tabla 19. <i>Pregunta 12: Dar orientaciones es agradable para mí</i> .....	117
Tabla 20. <i>Pregunta 13: Sé cómo desarrollar metas y llevarlas a cabo</i> .....	118
Tabla 21. <i>Pregunta 14: Me siento cómodo implementando nuevas técnicas</i> ..	119
Tabla 22. <i>Pregunta 15: Podría apreciar y proveer retroalimentación a los empleados</i> .....	120
Tabla 23. <i>Pregunta 16: Si cometo un error podría admitirlo y corregirlo</i> .....	121
Tabla 24. <i>Pregunta 17: Soy curioso(a)</i> .....	122
Tabla 25. <i>Pregunta 18: Creo en la diversidad en el lugar del trabajo</i> .....	123
Tabla 26. <i>Pregunta 19: Prospero en el cambio</i> .....	124
Tabla 27. <i>Pregunta 20: Uno de mis grandes deseos es llegar a ser líder</i> .....	125
Tabla 28. <i>Pregunta 21: Su padre o madre actualmente tienen su propio negocio</i> .....	126
Tabla 29. <i>Pregunta 22: En su estancia en la universidad su padre o madre ha deseado establecer su propio negocio</i> .....	127
Tabla 30. <i>Pregunta 23: Tienes personas cercanas o amigos que han establecido sus propios negocios</i> .....	128
Tabla 31. <i>Pregunta 24: Cree que sus padres pueden ser motivadores para iniciar su propio negocio</i> .....	129
Tabla 32. <i>Pregunta 25: Estaré en capacidad de lograr la mayoría de las metas que me he propuesto</i> .....	130

Tabla 33. <i>Pregunta 26: Cuando debo enfrentar tareas difíciles tengo la seguridad de que voy a poderlas llevar a cabo</i> .....	131
Tabla 34. <i>Pregunta 27: En general, pienso que puedo obtener logros que son importantes para mí</i> .....	132
Tabla 35. <i>Pregunta 28: Creo que puedo tener éxito en la mayoría de cosas que me proponga</i> .....	133
Tabla 36. <i>Pregunta 29: Estaré en capacidad superar exitosamente muchos desafíos</i> .....	134
Tabla 37. <i>Pregunta 30: Tengo la confianza en poder desempeñarme efectivamente en varios tipos de tareas</i> .....	135
Tabla 38. <i>Pregunta 31: Comparado con otras personas, puedo hacer muy bien más tareas</i> .....	136
Tabla 39. <i>Pregunta 32: Aun cuando las cosas sean difíciles, puedo desempeñarlas muy bien</i> .....	137
Tabla 40. <i>Pregunta 33: El emprendimiento hace una importante contribución a la sociedad</i> .....	138
Tabla 41. <i>Pregunta 34: Cualquiera puede ser un emprendedor</i> .....	139
Tabla 42. <i>Pregunta 35: El emprendimiento se refiere principalmente a la posibilidad de hacer dinero</i> .....	140
Tabla 43. <i>Pregunta 36: El emprendimiento puede causar un perjuicio social</i> .	141
Tabla 44. <i>Pregunta 37: El sistema educativo enfatiza demasiado en el emprendimiento</i> .....	142
Tabla 45. <i>Pregunta 38: Los políticos enfatizan muy poco en el emprendimiento</i> .....	143
Tabla 46. <i>Pregunta 39: A mis padres les gustaría que yo me volviera un emprendedor</i> .....	144
Tabla 47. <i>Pregunta 40: Una mentalidad emprendedora es importante para ser exitosos en todas las formas de empleo</i> .....	145
Tabla 48. <i>Pregunta 41: El emprendimiento es un concepto sin sentido</i> .....	146
Tabla 49. <i>Pregunta 42: Creo que emprender un negocio es algo beneficioso</i>	147
Tabla 50. <i>Pregunta 43: Leer periódicos y libros de negocios me ayudará a convertirme en emprendedor</i> .....	148
Tabla 51. <i>Pregunta 44: Buscar oportunidades para crear una empresa es conveniente para mi futuro</i> .....	149
Tabla 52. <i>Pregunta 45: Dedico tiempo para aprender acerca de cómo crear una compañía</i> .....	150
Tabla 53. <i>Pregunta 46: Elegir emprender me brindará bienestar</i> .....	151
Tabla 54. <i>Pregunta 47: Yo trataré de emprender un negocio en el futuro</i> .....	152
Tabla 55. <i>Pregunta 48: Yo Planeo emprender un negocios en el futuro</i> .....	153
Tabla 56. <i>Pregunta 49: Pretendo emprender y ahorrar para iniciar un negocio en el futuro</i> .....	154
Tabla 57. <i>Pregunta 50: Tengo la intención de emprender un negocio en el futuro</i> .....	155
Tabla 58. Resultados del Modelo en AMOS 23.....	157

Tabla 59. <i>Inventario de liderazgo (Estadística Descriptiva)</i> .....	159
Tabla 60. <i>Inventario de Liderazgo</i> .....	160
Tabla 61. <i>Capital Social Cognitivo de Familia y Amigos (Estadística Descriptiva)</i> .....	161
Tabla 62. <i>Capital Social Cognitivo de Familia y Amigos (Modelo Estructural)</i>	161
Tabla 63. <i>Control Percibido (Estadística Descriptiva)</i> .....	162
Tabla 64. <i>Control Percibido (Modelo Estructural)</i> .....	162
Tabla 65. <i>Normas Subjetivas y Actitud Social hacia el Emprendimiento</i> <i>(Estadística Descriptiva)</i> .....	163
Tabla 66. <i>Normas Subjetivas y Actitud Social hacia el Emprendimiento (Modelo</i> <i>Estructural)</i> .....	164
Tabla 67. <i>Actitud (Estadística Descriptiva)</i> .....	164
Tabla 68. <i>Actitud (Modelo Estructural)</i> .....	165
Tabla 69. <i>Intención de Emprendimiento (Estadística Descriptiva)</i> .....	165
Tabla 70. <i>Intención de Emprendimiento (Modelo Estructural)</i> .....	166

## Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> Modelo de AJZEN. ....	17
<i>Figura 2.</i> Modelo de liderazgo Malla Gerencial o Rejilla gerencial. ....	23
<i>Figura 3.</i> Características del modelo de liderazgo Malla Gerencial o Rejilla gerencial. ....	25
<i>Figura 4.</i> Modelo de Excelencia. ....	37
<i>Figura 5.</i> Modelo Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen 1991. ....	40
<i>Figura 6.</i> Modelo Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen, Obtenido y modificado por Henley, Contreras, Espinosa y David Barbosa (2017). ....	42
<i>Figura 7.</i> Factores psicológicos y motivaciones que influyen en la comercialización de la investigación. ....	59
<i>Figura 8.</i> Fases en el desarrollo de spin-offs universitarias. ....	62
<i>Figura 9.</i> Número de matriculados en las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador por sexo, 2012 – 2015 actualizada al año 2017. ....	91
<i>Figura 10.</i> Número de encuestados por género. ....	102
<i>Figura 11.</i> Número de encuestados por universidad. ....	102
<i>Figura 12.</i> Número de encuestados por edad. ....	103
<i>Figura 13.</i> Número de encuestados por condición laboral. ....	104
<i>Figura 14.</i> Ingresos salariales. ....	104
<i>Figura 15.</i> Número de encuestados por ciclo. ....	105
<i>Figura 16.</i> L1. Disfruto trabajar en equipo. ....	106
<i>Figura 17.</i> L2. Soy capaz de hablar claramente con otros. ....	107
<i>Figura 18.</i> L3. Disfruto las relaciones interpersonales. ....	108
<i>Figura 19.</i> L4. Soy bueno para planear cosas. ....	109
<i>Figura 20.</i> L5. Puedo interpretar las reglas y regulaciones. ....	110
<i>Figura 21.</i> L6. Me siento cómodo pidiendo consejo a otros. ....	111
<i>Figura 22.</i> L7. Disfruto recolectando y analizando datos. ....	112
<i>Figura 23.</i> L8. Soy bueno para resolver problemas. ....	113
<i>Figura 24.</i> L9. Me siento cómodo escribiendo correspondencia de negocios incluyendo memos y correos electrónicos. ....	114
<i>Figura 25.</i> L10. Podría delegar trabajo a otros. ....	115
<i>Figura 26.</i> L11. Quiero hacerme cargo. ....	116
<i>Figura 27.</i> L12. Dar orientaciones es agradable para mí. ....	117
<i>Figura 28.</i> L13. Sé cómo desarrollar metas y llevarlas a cabo. ....	118
<i>Figura 29.</i> L14. Me siento cómodo implementando nuevas técnicas. ....	119
<i>Figura 30.</i> L15. Podría apreciar y proveer retroalimentación a los empleados. ....	120
<i>Figura 31.</i> L16. Si cometo un error podría admitirlo y corregirlo. ....	121
<i>Figura 32.</i> L17. Soy curioso(a). ....	122
<i>Figura 33.</i> L18. Creo en la diversidad en el lugar del trabajo. ....	123
<i>Figura 34.</i> L19. Prospero en el cambio. ....	124
<i>Figura 35.</i> L20. Uno de mis grandes deseos es llegar a ser líder. ....	125
<i>Figura 36.</i> F21. Su padre o madre actualmente tienen su propio negocio. ....	126

<i>Figura 37.</i> F22. En su estancia en la universidad su padre o madre ha deseado establecer su propio negocio.....	127
<i>Figura 38.</i> F23. Tienes personas cercanas o amigos que han establecido sus propios negocios. ....	128
<i>Figura 39.</i> F24. Cree que sus padres pueden ser motivadores para iniciar su propio negocio.....	129
<i>Figura 40.</i> PC25. Estaré en capacidad de lograr la mayoría de las metas que me he propuesto. ....	130
<i>Figura 41.</i> PC26. Cuando debo enfrentar tareas difíciles tengo la seguridad de que voy a poderlas llevar a cabo.....	131
<i>Figura 42.</i> PC27. En general, pienso que puedo obtener logros que son importantes para mí. ....	132
<i>Figura 43.</i> PC28. Creo que puedo tener éxito en la mayoría de cosas que me proponga. ....	133
<i>Figura 44.</i> PC39. Estaré en capacidad superar exitosamente muchos desafíos. ....	134
<i>Figura 45.</i> PC30. Tengo la confianza en poder desempeñarme efectivamente en varios tipos de tareas. ....	135
<i>Figura 46.</i> PC31. Comparado con otras personas, puedo hacer muy bien más tareas. ....	136
<i>Figura 47.</i> PC32. Aun cuando las cosas sean difíciles, puedo desempeñarlas muy bien.....	137
<i>Figura 48.</i> NS33. El emprendimiento hace una importante contribución a la sociedad.....	138
<i>Figura 49.</i> NS34. Cualquiera puede ser un emprendedor.....	139
<i>Figura 50.</i> NS35. El emprendimiento se refiere principalmente a la posibilidad de hacer dinero. ....	140
<i>Figura 51.</i> NS36. El emprendimiento puede causar un perjuicio social. ....	141
<i>Figura 52.</i> NS37. El sistema educativo enfatiza demasiado en el emprendimiento.....	142
<i>Figura 53.</i> NS38. Los políticos enfatizan muy poco en el emprendimiento. ...	143
<i>Figura 54.</i> NS39. A mis padres les gustaría que yo me volviera un emprendedor.....	144
<i>Figura 55.</i> NS40. Una mentalidad emprendedora es importante para ser exitosos en todas las formas de empleo. ....	145
<i>Figura 56.</i> NS41. El emprendimiento es un concepto sin sentido. ....	146
<i>Figura 57.</i> A42. Creo que emprender un negocio es algo beneficioso.....	147
<i>Figura 58.</i> A43. Leer periódicos y libros de negocios me ayudará a convertirme en emprendedor. ....	148
<i>Figura 59.</i> A44. Buscar oportunidades para crear una empresa es conveniente para mi futuro. ....	149
<i>Figura 60.</i> A45. Dedico tiempo para aprender acerca de cómo crear una compañía.....	150
<i>Figura 61.</i> A46. Elegir emprender me brindará bienestar.....	151

<i>Figura 62.</i> IE47. Yo trataré de emprender un negocio en el futuro.....	152
<i>Figura 63.</i> IE48. Yo Planeo emprender un negocios en el futuro.....	153
<i>Figura 64.</i> IE49. Pretendo emprender y ahorrar para iniciar un negocio en el futuro .....	154
<i>Figura 65.</i> IE50. Tengo la intención de emprender un negocio en el futuro...	155
<i>Figura 66.</i> Modelo en AMOS 23 .....	156

## **Resumen**

El presente trabajo o proyecto de investigación tiene como objetivo demostrar las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de pre-grado en la ciudad de Guayaquil a través de la evaluación del liderazgo, así también los factores que inciden en dicha intención.

La investigación se fundamenta con la teorías modernas del liderazgo que se basan en Habilidades Interpersonales / Intrapersonales, cognitivas, de comunicación y tareas específicas, así también del comportamiento planificado de Henley, Contreras, Barbosa y Ajzen (1991), donde mencionaron que las intenciones son generadas por variables como: a) Liderazgo, b) Capital social Familiar, c) Normas Subjetivas, d) Percepción del control y e) Actitud. Estas variables fueron estudiadas en el Marco teórico junto a temáticas relacionadas con las intenciones emprendedoras.

La muestra con la que se trabajó fue de 404 personas tomada de manera aleatoria de las universidades más significativas a nivel de Guayaquil y medidas a través de un cuestionario de 50 ítems con respecto a los constructos y 7 preguntas demográficas en escala de Likert. También se realizó la validez y confiabilidad del cuestionario realizado a los estudiantes, para tener conocimiento de si este era comprendido por ellos.

Finalmente mediante un análisis correlacional y de los p value realizado, se demuestra efectivamente que el liderazgo es un factor influyente en las intenciones emprendedoras, teniendo un peso dentro del modelo de 0.45 sobre la actitud y de 0.52 en la percepción de control, con un Alfa de Cronbach de 0.954 siendo este mayor a 0.70 e indicándonos que el instrumento es óptimo para este estudio, además de mantener p valúes significativos y llegando a la conclusión que estos deben ser de un rango muy alto para que esa intención termine en una acción.

**Palabras claves:** Liderazgo, intenciones, emprendimiento, habilidades, actitud, control

## **Abstract**

The present work or research project aims to demonstrate the intentions of undergraduate university students in the city of Guayaquil through the evaluation of leadership, as well as the factors that influence this intention.

The research is grounded on modern theories of leadership that are based on interpersonal, cognitive, communication skills and specific tasks, as well as the planned behavior of Henley, Contreras, Barbosa and Ajzen (1991), where they indicated that the intentions are variable generated by: a) Leadership, b) Family social capital, c) Subjective rules, d) Perception of control and e) Attitude. The variables were studied in the theoretical framework together with topics related to entrepreneurial intentions.

The sample with which we worked was 404 people taken in the random manner of the most important universities at Guayaquil level and measured through a questionnaire of 50 items with respect to the constructs and 7 demographic questions on the Likert scale. The validity and reliability of the questionnaire was also carried out to the students, for the knowledge of if this was understood by them.

Finally, through a correlation analysis and the p value performed, it is demonstrated that leadership is an influential factor in entrepreneurial intentions, having a weight within the 0.45 model on attitude and 0.52 in the perception of control, with an alpha of Cronbach of 0.954, this being greater than 0.70 and indicating that the instrument is optimal for this study, in addition to maintaining significant p values and reaching the conclusion that these must be of a very high rank for that intention to end in an action.

**Keywords:** Leadership, intentions, entrepreneurship, skills, attitude, control.

## Introducción

Durante los últimos años, autores e investigadores han realizado una sucesión de estudios relacionados con las intenciones de emprender y las creaciones de negocios formales o de emprendimiento productivo en donde mencionan que el liderazgo y el nivel académico son factores que distinguen a emprendedores comunes de emprendedores de éxito, tratando de crear negocios que sobrevivan en el tiempo (Olmos, 2007).

Dado que la intención de los estudiantes universitarios para crear negocios de oportunidad como competitividad, no es alta; las instituciones de nivel superior incorporan en sus planes de estudios y materias de carrera, sistemas para desarrollar estas habilidades. Precisamente esto se debe a que dichas instituciones están cada vez más conscientes que los estudiantes juegan un papel importante en la economía del país por lo que buscan despertar su espíritu emprendedor y no solo limitarse a lo académico, sino también a sus capacidades y competencias que los conllevan a adoptar posturas para aprender a emprender.

En la actualidad los estudios de intenciones emprendedoras de estudiantes universitarios han sido abarcados en su gran mayoría por la atracción de su investigación (Álvarez et al, 2006; Wu y Wu, 2008; Liñan et al, 2011). Autores e investigadores consideran que las intenciones de emprender en conjunto con factores psicológicos como el liderazgo, el deseo y la creatividad son el proceso de decisión para crear negocios de éxito (Liñan y Chen, 2009). De ahí nace el interés por conocer más sobre esta temática que se extiende en los últimos años.

En la presente investigación será analizada la incidencia del liderazgo y su relación con las intenciones de emprender negocios formales y de carácter productivo, lo que aportará a instituciones de nivel superior, investigadores y emprendedores que toman el crecimiento personal y la creatividad como filosofía de cambio y desarrollo, a la vez lograr un estudio que permita visualizar y determinar los factores psicológicos del liderazgo que forman parte

de los estudiantes y en sus decisiones e intenciones de crear negocios con las características antes mencionadas.

El presente documento estará conformado de IV capítulos que contendrán lo siguiente:

En el Capítulo I, se describirán las contextualización del problema de investigación, los antecedentes que se han presentado en los últimos años acerca de factores externos y comportamientos del liderazgo que afectan a las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios, la justificación, el objetivo principal y los objetivos secundario, la hipótesis y sus proposiciones, el propósito de estudio y las delimitaciones y limitaciones.

En el capítulo II se puntualizará el Marco teórico describiendo las distintas teorías, estilos, modelos y comportamientos del liderazgo que se estudiaron para conocer cómo influyen en la intención de emprendimiento, haciendo el enfoque a teorías como la del comportamiento planificado (AJZEN), el marco conceptual y el marco referencial y la relación de las variables del presente estudio.

En el capítulo III se establecerá el diseño de la investigación, el tipo de investigación que será aplicado a este estudio, la población y muestra, así también las herramientas que permitieron realizar y levantar la información con respecto a los factores del liderazgo que intervinieron en la intención de emprendimiento de estudiantes universitarios de pre-grado para elaborar gráficos estadísticos, encuestas y entrevistas.

En el capítulo IV se especificará como se hizo el levantamiento de la información, el análisis de resultados, hallazgos sobre las hipótesis, con respecto a los comportamientos del liderazgo que influyen en la intención de emprendimiento de estudiantes universitarios de pre-grado de la ciudad de Guayaquil. Finalmente las conclusiones y recomendaciones para determinar si la influencia del liderazgo produce un impacto significativo en la intención de emprender negocios formales y carácter productivo bajo los enfoques anteriormente descritos.

## Capítulo I

### 1 Contextualización del problema

#### 1.1 Antecedentes

Desde sus inicios la definición del liderazgo ha sufrido cambios por la conducta humana a través del tiempo, considerando las aptitudes y actitudes de ciertos seres para compartir el conocimiento y comunicar ideas. Fishman (2016) mencionó que: “El liderazgo proviene de un paso muy importante que es dirigir a los demás teniendo la capacidad de liderarse a sí mismo” (p.8).

Flores y García (2017) mencionaron en su investigación que los líderes, en la antigüedad procedían de diferentes jerarquías: oligárquicas, militar y/o eclesiásticas; por tal razón Ayoub Pérez relaciona la inclinación oligárquica con la teoría de Carlyle “el líder nace, no se hace” en el siglo XIX. Sin embargo, para Richards (2016) basado en la Teoría de Herbert Spencer (1860) mencionó: “El líder no nace, sino que se forma de acuerdo al específico contexto histórico en el cual se encuentra inmerso” (p.124), por las diferentes etapas o logros que presentó el liderazgo a través de la historia.

Mc.Gregor en 1960 extendió el concepto de liderazgo, afirmando que este no solo depende de características propias, sino de los colaboradores y el entorno en el que se desarrolla, originando nuevas tendencias generando un deseo de distinción para poder adaptarse a ello (Contreras 2008, p.65).

Años después Fernald, Solomon y Tarabishy (2005) realizaron varios estudios y fuentes informativas revelando que los líderes y los emprendedores de éxito se ven envueltos en ambientes de carácter dinámico fomentando el crecimiento de economías en relación a quienes son y las visiones que desean lograr.

En investigaciones de Salvador en el 2008, Duran-Aponte, E. y Arias-Gómez, D (2015) indicaron que un emprendedor es un individuo donde sus labores u operaciones se ven afectadas más por distintas variables internas que externas, dependiendo de la actividad a realizarse. Por ello, se considera

primordial señalar las peculiaridades o indicadores que influyen en la cultura de una sociedad con ánimos de emprender para generar el desarrollo de un país.

Es así como Azanza (2011), en sus investigaciones sobre emprendimiento e intenciones emprendedoras de estudiantes universitarios, corroboró que existe una relación entre el liderazgo y las intenciones de emprender, donde propuso que los estudiantes deben participar en programas de estudio y motivación para que estos sean guiados por la idea del emprendimiento.

Morales (2011) determinó que el liderazgo en un clima de emprendimiento es clave para que estudiantes tengan una intención de emprender afectando a variables de comportamiento y provocando impulsar las ideas del moderador. Además su teoría sostiene que las universidades deben fomentar y mejorar esos tipos de clima para impulsar las intenciones emprendedoras de sus alumnos.

Antecedentes mencionaron que podemos conocer a nivel mundial como el desarrollo económico de los distintos países se ve afectado por la necesidad de emprender o crear nuevos negocios, donde personas con diferentes capacidades y habilidades fomentan actividades de innovación, enfrentando retos en el medio en que se desenvuelve, además, con un nivel de conocimiento consolidado por planes de estudios se puede guiar hacia la intención de emprender, siendo esto una temática de estudio y análisis.

Es por esto que “El emprendimiento es considerado un fenómeno de gran importancia para el desarrollo de la economía, y fundamental para incentivar la innovación empresarial” (Gómez, 2014, p.1). Ya que con las actuales crisis económicas la sociedad ha buscado la iniciativa de crear valor, competitividad y establecer un equilibrio económico propio que tiende a relacionar factores sociales, políticos, económicos y culturales, que pueden dar como resultado iniciativas de emprendimiento en los individuos.

Al momento de emprender o estructurar modelos de negocios, se debe considerar la intención de crearlo y poner en marcha dicho negocio. Ajzen (1991) señaló que las intenciones que existen en los individuos es una

referencia de su comportamiento. Rodríguez y Prieto Pinto en el 2009, por otro lado mencionaron que el comportamiento considera la expresión de intención siempre y cuando el comportamiento de ese individuo sea voluntario (Duran-Aponte, E. y Arias-Gómez, D, 2015). Bajo esta teoría Fayolle (2006) realizó experimentos con la finalidad de estructurar diseños de programas de emprendimiento en universitarios que podían ayudar a impulsar el desarrollo de educación empresarial.

Actualmente la Global Entrepreneurship Monitor (GEM) consideró un potente emprendedor a Latinoamérica, ya que la capacidad y el interés de la población universitaria para crear recursos propios, es más alto a nivel mundial. En dicho reporte también se mencionó que el promedio latinoamericano del 71% en relación con Norteamérica del 47%, Asia 50%, Unión Europea 39% y el mundial del 43% es mayor porque los estudiantes tienen la convicción de aprender y crear sus propias empresas ejerciendo un efecto positivo en la economía. Así mismo demostró que los jóvenes emprendedores tienden a desarrollar más ideas de negocio que los adultos, justamente el 52% de estudiantes universitarios menores a 30 años tienen la perspicacia para ser personas emprendedoras, frente a una población mayor a 45 años que tienen los fondos y capacidades para hacerlo desde luego (ESPAE-ESPOL, 2016).

En el caso de Ecuador, estudios del GEM destacan que las conductas y las percepciones de la población, hacia el desarrollo de actividades que generen un ingreso económico, proponen una actividad emprendedora temprana o inclusive la intención de hacerlo marcando el inicio de una nueva cultura, lo cual es favorable para el país. Así, en el reporte del año 2016 Ecuador obtiene una actividad emprendedora temprana (TEA) de 31.8% ubicándose en primer lugar en comparación con Colombia, Perú y Chile de 27.3%, 25.1% y 24.1% respectivamente demostrando que la mayoría de ecuatorianos deciden crear negocios por que nace una necesidad y no porque se da una oportunidad, destacando factores como la independencia, el desempleo, ingresos extra, intenciones de ser su propio empleador o jefe (ESPAE-ESPOL, 2016).

Por otro lado en instituciones de nivel superior como la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG), se trata de influir en el interés hacia el emprendimiento, no solo en el ámbito académico sino también en la decisión o intención de crear nuevos negocios. “En la actualidad se ha evidenciado que la economía juega de la mano con el fenómeno del emprendimiento y las sociedades, así también reducir los problemas de desempleo y mejorar la competitividad” (Wennekers y Thurik, White y Reynolds, Porter, citado por Rueda, M, sf, p.3).

Finalmente, Bernal (2014) indicó que es posible definir pautas para encontrar perfiles de carácter social y cognitivo de los futuros emprendedores, que son fundamentales para orientar y motivar aspectos gerenciales que desarrollen la formación de los individuos dentro de las instituciones de nivel superior.

## **1.2 Planteamiento del Problema**

La iniciativa de la presente investigación nace de conocer en que magnitud el liderazgo es un factor que puede incidir en la intención emprendedora de negocios formales y de emprendimiento productivo enfocados a estudiantes universitarios de pre-grado.

En la actualidad el Ecuador mantiene índices de actividad emprendedora temprana (TEA) con un 31.85% según el GEM, ubicando al Ecuador entre los primeros puestos a nivel de Latinoamérica, aun cuando dicho porcentaje no sea significativo. Espinoza (sf, p.16) mencionó que el TEA abarca desde las intenciones de iniciar negocios hasta empresas nacientes y activas; sin tomar en cuenta el grado de innovación que es una variable analizada por separado. De este 31.85% a nivel nacional, se derivan el 68.7% en negocios de carácter informal y su diferencia en negocios formales. Adicionalmente a lo antes mencionado Chicaiza (2017) indicó que las actividades en relación al emprendimiento y a sus intenciones se caracterizan en el Ecuador por negocios que no llevan una formalidad o productividad.

Según información de indicadores financieros de compañías activas del Directorio de Compañías de la SUPERCIA en su portal de información (2017),

aproximadamente el 85% de empresas registran actividades de servicio y comercialización y el restante se puede relacionar con tecnología o procesos de innovación. Por lo que se puede deducir que en Ecuador existe un bajo índice de innovación en emprendimientos y un alto índice en comercialización activa (empresas en crecimiento dedicadas a la compra y venta de productos y servicios).

Lascano, Lascano y Santiago (2017), en sus estudios de emprendimiento universitario y empresarial de la zona tres en el Ecuador, argumentaron que el 75% de sus encuestados universitarios consideraron que la motivación, innovación y liderazgo son áreas que los emprendedores requieren capacitaciones, mientras que el restante señalaba la calidad como factor determinante.

Además a esto del Rosario, Lara y Maya (2018), mencionaron que los índices del liderazgo, la motivación y las intenciones de emprender evolucionaron en el Ecuador pero en menor medida a partir del año 2012 alcanzando el 10.4% y en los últimos años entre un 11.44% y 11.6% respectivamente.

Los estudios de los autores antes mencionados, manifestaron que estos factores pueden influir en universitarios o personas con o sin inducción académica, donde sus bajos índices motivaron a estos a tener intenciones o inclusive a formar negocios de ventas al detalle y servicios poco especializados, siendo estos de subsistencias y no de innovación. Con esto el 66.7% de los negocios en el Ecuador no tienen innovación y solo el 2% ha logrado mantener su negocio de seis a nueve años esto se debe a que los emprendedores universitarios y demás profesionales requieren capacitaciones constante en áreas que presenten falencias (Lascano Pérez, Lascano Pérez, & Santiago Chávez, 2017)

Para el caso de Ecuador La Senplades (2017) en su informe a la nación 2007-2017, mencionó que para ese año existió un incremento en las inversiones de educación superior alcanzando el 2% del Producto interno bruto (PIB). Por otra parte Osorio y Londoño (2015) discutieron que las inversiones en educación de instituciones superiores puede ser un factor concluyente ya

que la educación está relacionada con las conductas entre las actitudes emprendedoras y la percepción de oportunidades e intenciones para iniciar un negocio, permitiendo desarrollar los comportamientos emprendedores de los universitarios.

Actualmente el Índice Doing Business, categoriza al Ecuador en la posición 139 de 185, mencionando que el Ecuador no tiene un ambiente o entorno apto para estudiantes universitarios que quieren emprender un negocio porque existe poca seguridad para que los inversionistas garanticen su protección ante posibles procesos de quiebra, además de que existe poca flexibilidad laboral recurriendo a altos costos e inestabilidad macro económica que puede incurrir en el incremento de la demanda y las ventas de cualquier negocio, haciendo que sus intenciones se vean arraigadas (Expreso, 2017). Andrade (2012) mencionó por otro lado que los emprendimientos y sus intenciones en el Ecuador toman mayor importancia a medida que estos se vuelven difíciles de controlar, siendo estos de crecimiento rápido por las necesidades monetarias que tienen las personas en el país.

En el Ecuador los estudiantes universitarios y personas menores a 30 años al momento de querer emprender o tener las intenciones de hacerlo, tienen ciertos problemas, lo que implica mucho trabajo y esfuerzo para superar las dificultad de emprender, siendo trabas la cultura, el financiamiento, altos costos e impuestos y sobre todo la burocracia. Caicedo (2017) en sus investigaciones de los reportes del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) señaló que siete de cada diez emprendimientos a nivel nacional son unipersonales y que estos generan empleo de forma mínima o inclusive no lo hacen. Por otro lado aquellos que tienen la intención pero no lo promueven son porque no pueden obtener recursos financieros y utilizan sus ahorros o adquieren préstamos de terceras personas.

Otro problema de las intenciones de emprender para universitarios son los trámites o documentos de constitución. En el Ecuador para crear una empresa cuesta entre mil a mil quinientos dólares y se necesitan aproximadamente 56 días para establecer todos los permisos y tramites varios

de constitución de una empresa, siendo trabas para estudiantes que no tienen la capacidad adquisitiva para estructurar su propio negocio (Caicedo, 2017).

Sumando a lo anteriormente mencionado, en instituciones académicas se presentan diferentes modelos de conductas de liderazgo, relacionado con el nivel de educación y conllevan, a la planificación, organización, dirección y control para alcanzar un desenvolvimiento adecuado en la gestión de carreras profesionales y las intenciones de emprender. Rovayano (2017) en base a los reportes del GEM correspondiente a los últimos años indica que el nivel de educación de los universitarios es un índice que incide en las oportunidades e intenciones de emprender de estos, siendo este muy bajo con un 39% y relacionado con actividades que no generan valor agregado como el comercio de vendedores informales siendo estos de mayor proporción que los emprendimientos formales en el Ecuador, esto da a entender que la educación se relaciona con las intenciones de emprendimiento en universitarios demostrando que este no es consolidado y no se lo reconoce en su economía por no mantener dichos negocios sostenibles.

Muchas instituciones de nivel superior en el Ecuador intentan impulsar a través del pensum académico la formación de líderes en el desarrollo de negocios y la actividad del emprendimiento de sus estudiantes como opción de impulso económico, autoempleo y generación de recursos, brindando herramientas y conocimientos necesarios para desenvolver una actividad propia. Pero por otra parte, según los expertos relacionados con el tema del emprendimiento a pesar de que las instituciones de nivel superior en el Ecuador son reconocidas por favorecer al emprendimiento, este no es parte de la economía y del empleo, porque muchos proyectos o iniciativas no logran consolidarse o crecer durante un periodo determinado (El Comercio, 2017).

El problema de baja calidad de educación es un problema que influye a los emprendedores universitarios y a formación académica de estos. Según datos de investigaciones de Peter y Kennedy (2003, p.129), “la formación académica de estudiantes universitarios de pre-grado desarrollan su intención emprendedora según el nivel de conocimiento y capacidades que estos tienen hacia la deseabilidad de crear empresas con generación de recursos propios”.

El estudio de la incidencia del liderazgo en intenciones de emprendimiento, suele estar relacionado con las actividades emprendedoras, el entorno y las leyes de los gobiernos así también con la educación y las intenciones de la sociedad, siendo estos necesarios para incrementar la ventaja competitiva, la creatividad, innovación y la organización para desarrollar modelos de negocios.

A partir de allí para el estudio a realizar, se pretende describir como el liderazgo puede orientar a la creación de una nueva empresa, identificando a la intención de emprender como una conducta que identifica oportunidades y asumen el riesgo, plasmando dicho pensamiento o idea. Además a esto Thompson (2009, p.671) indicó que “la intención emprendedora es un aspecto importante entre quienes aspiran a iniciar una carrera empresarial” por lo tanto las investigaciones y teorías relacionadas con el tema de estudio hacen énfasis en la importancia de estudiar la intención del emprendimiento con estudiantes que se encuentran en su línea de profesión, ya que estos son aptos y considerados sujetos potenciales al momento de emprender.

Con los problemas antes mencionados se resolverá determinar bajo la Teoría del comportamiento planificado (AJZEN), las variables individuales, colectivas y sociales del liderazgo, que influyen en estudiantes universitarios de pre-grado con intenciones de emprendimiento.

La presente investigación ayudará a conocer la conducta de los estudiantes frente al liderazgo y su intención de emprender considerando las diferentes teorías que ayudan a impulsar el desarrollo de nuevos negocios .Es de interés poder conocer, analizar y lograr entender como los comportamientos del liderazgo se relacionan con el emprendimiento dentro de instituciones de nivel superior, ayudando a jóvenes a promover la economía del país.

### **1.3 Formulación del problema**

¿El liderazgo de los estudiantes universitarios de pre-grado puede influir en su intención de emprender negocios formales y productivos?

## 1.4 Propósito del Estudio

La presente investigación tiene como objetivo estudiar la incidencia del liderazgo en la intención del emprendimiento de negocios formales y emprendimientos productivos bajo la teoría del comportamiento planificado (AJZEN) en estudiantes universitarios de pre-grado en la ciudad de Guayaquil.

Y así conocer el pensamiento de los universitarios mediante encuestas y luego de recopilar la información verificar si el liderazgo puede influir en las intenciones de emprender negocios formales y emprendimiento que se mantenga en el horizonte del tiempo. Además se busca conocer la relación que tiene el liderazgo con el emprendimiento pues este estudio beneficiará a las instituciones de nivel superior y aquellos que buscan ser guías para fomentar nuevos proyectos empresariales.

En las universidades se debe tener en cuenta el número de alumnos que tienen una visión de liderazgo y de emprendimiento. Es necesario definir los factores que puedan estimular el liderazgo para emprender y de esta manera impulsar el interés a mejorar las áreas de estudio propuestas en las diferentes carreras profesionales.

Hechevarría (2009) mencionó que “el liderazgo promueve equipos de trabajo que ayudan a pasar de una necesidad de negocio a una oportunidad de negocio” (p.106). Ante esto, se considera que el liderazgo con ideas nuevas en muchas ocasiones establece las intenciones de emprender y el deseo de convertirse en empresario por querer cambiar el curso de su estilo de vida. El no estar contentos con su estilo de vida, permite a los individuos mejorar sus experiencias bajo formaciones de negocios o como empleadores en el campo laboral, no deseando obedecer más órdenes de superiores y percibiendo la emoción de establecer nuevas empresas.

Ya ha sido mencionado que el liderazgo depende de comportamientos culturales, la subcultura, la experiencia, la educación, el entorno y la sociedad que los rodea. Para Moreno y Espíritu (2010), los comportamientos humanos en países desarrollados o en pleno desarrollo se dan gran valor a personas o

individuos que crean su empresa considerándolo a estos como más hábiles, creativos, innovadores (p.106).

Según Carlsson et al. (2013, p. 913) “El emprendimiento es un comportamiento que estudia el impacto con respecto al crecimiento de las economías con la generación de empleo”. El liderazgo y el emprendimiento han sido analizados desde distintos puntos de vista, encontrándose similitudes en sus variables sociales, académicas y demográficas desarrollando el término liderazgo emprendedor el cual estudia ambas ramas.

Por otro lado, Sopo, Salazar, Guzmán y Vera (2017) mencionaron que el nuevo término de “liderazgo emprendedor“, ha incitado nuevos estudios que permiten determinar rasgos, características e impacto del recurso humano para iniciar etapas de entrenamiento y formación que permitan fortalecerlo.

En numerosas ocasiones se menciona que las capacidades de emprendimiento y por ende sus intenciones vienen relacionadas con características psicológicas de estas personas, proyectando negocios empresariales que en un determinado periodo de tiempo puede o no ser de éxito o fracaso. Sin embargo para lograr estos contextos, se dice que los universitarios requieren de la educación y capacitaciones para el impulso de competencias emprendedoras.

Acosta (2017) indicó que dada la situación del crecimiento de las universidades ecuatorianas en función a las matrices productivas del desarrollo. Se debe incentivar la autoeficacia a través de factores como el liderazgo que inciden en la formación universitaria e intenciones de emprendimiento que den como resultado incrementos en las bases tecnológicas o investigaciones aplicadas.

En consecuencia, es común encontrar en estudios de la intención del emprendimiento relaciones con habilidades del liderazgo los cuales guían a los individuos a un proceso autónomo de motivación, persuasión y visión para alcanzar el éxito.

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 Objetivo General**

- Determinar la incidencia del liderazgo en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de pre-grado en la ciudad de Guayaquil.

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

- Indagar las distintas teorías, estilos, modelos y comportamientos del liderazgo para estudiar y clasificar los factores que influyen en la intención de emprendimiento, haciendo el enfoque en la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (TCP).
- Determinar las herramientas que permitan estudiar y levantar la información con respecto a los factores del liderazgo que intervienen en la intención de emprendimiento de estudiantes universitarios de pre-grado.
- Levantar información sobre los comportamientos del liderazgo que influyen en la intención de emprendimiento de estudiantes universitarios de pre-grado.
- Determinar si existe influencia del liderazgo en la intención de emprender negocios formales o de carácter productivo bajo el enfoque de la teoría del comportamiento planificado.

## **1.6 Justificación**

El presente estudio tiene como objetivo explicar en qué magnitud los comportamientos y habilidades de liderazgo inciden o afectan a la intención de emprender y al efecto de crear negocios formales y emprendimientos productivos de los estudiantes de pre-grado aplicando las diferentes teorías del comportamiento como la Teoría de la acción planificada (Ajzen, 1991).

El proyecto se lo elaboró dentro de la línea de investigación de liderazgo y emprendimiento, analizando la importancia que hay entre las relaciones sociales, la influencia de personas y las decisiones de crear nuevos modelos de negocios, brindando a los individuos identificar oportunidades que puedan ser solventes a través del tiempo, desarrollando la economía del país.

El liderazgo y el emprendimiento han ganado un puesto en el desarrollo social y económico en los últimos años. Por lo tanto este proyecto profundizará las teorías del liderazgo y la actitud hacia las intenciones de emprender como importancia para estudiantes universitarios de pre-grado, teniendo como eje principal la capacidad de crear o iniciar proyectos inclusivos y de valor que generen ventajas competitivas.

En base a las definiciones y problemas antes mencionados, se justifica la presente investigación porque se plantea que las universidades adecuen y mejoren los procesos de enseñanza y aprendizaje, para entregar a la sociedad e inclusive al país, profesionales con capacidades de intenciones emprendedoras que contribuyan al desarrollo de oportunidades como empleo, relaciones con la sociedad y crecimiento de la economía.

Adicional a esto, se espera estudiar y comprender el comportamiento conductual y las preferencias que tienen los usuarios o individuos en base al liderazgo y a las intenciones emprendedoras de negocios sostenibles, entendiendo los factores característicos que tienen los estudiantes en su carrera profesional y en su vida universitaria.

Así también es un aporte para que los jóvenes conozcan cómo desarrollar su comportamiento y las competencias a través de conceptos asociadas al liderazgo en conjunto al emprendimiento.

Finalmente, la relevancia del estudio en materia académica, es evidente ya que se trata de un proyecto que busca estudiar las variables explicativas de comportamiento de liderazgo y las intenciones emprendedoras de negocios sostenibles siendo este considerado como una actividad para el desarrollo en el campo laboral y que beneficiarán a la comunidad universitaria, a la sociedad de investigación y a los procesos de enseñanza de las universidades.

### **1.6.1 Justificación teórica**

El marco teórico menciona los diferentes modelos, teorías y estudios con autores como Bagozzi, Baumgartner y Yi (1989), que nos da a conocer que el comportamiento del liderazgo y el papel de la intención de emprendimiento están en relación ya que las actitudes de los individuos tienen influencia en la conducta o en sus intenciones.

Ajzen (1991) también definen las intenciones como actos ejecutados de manera voluntaria. “Una persona forma una intención para realizar cierto comportamiento, esta intención permanece como una disposición hasta que, en el tiempo apropiado y la oportunidad, el intento es hecho para trasladar la intención en una acción” (p.26).

### **1.6.2 Justificación metodológica**

El marco metodológico determina el tipo y diseño de investigación cuantitativa y exploratoria que permita conocer los comportamientos del liderazgo que inciden en las intenciones de emprender de los estudiantes universitarios de pre-grado. Se establece el cuestionario y la encuesta como técnicas de investigación y como métodos de estudios el cuantitativo y analítico.

## 1.7 Hipótesis

Para la determinación de las hipótesis usamos el Modelo de Ajzen aplicado a las Intenciones empresariales de estudiantes de negocios colombianos: comportamiento planificado, habilidades de liderazgo y capital social realizado por (Henley, Contreras, Espinosa, Barbosa, 2017). Para nuestro estudio se añadieron al modelo inicial variables asociadas con el liderazgo y el capital social. En la figura 1 se puede observar el modelo modificado de Ajzen según la temática a estudiar:

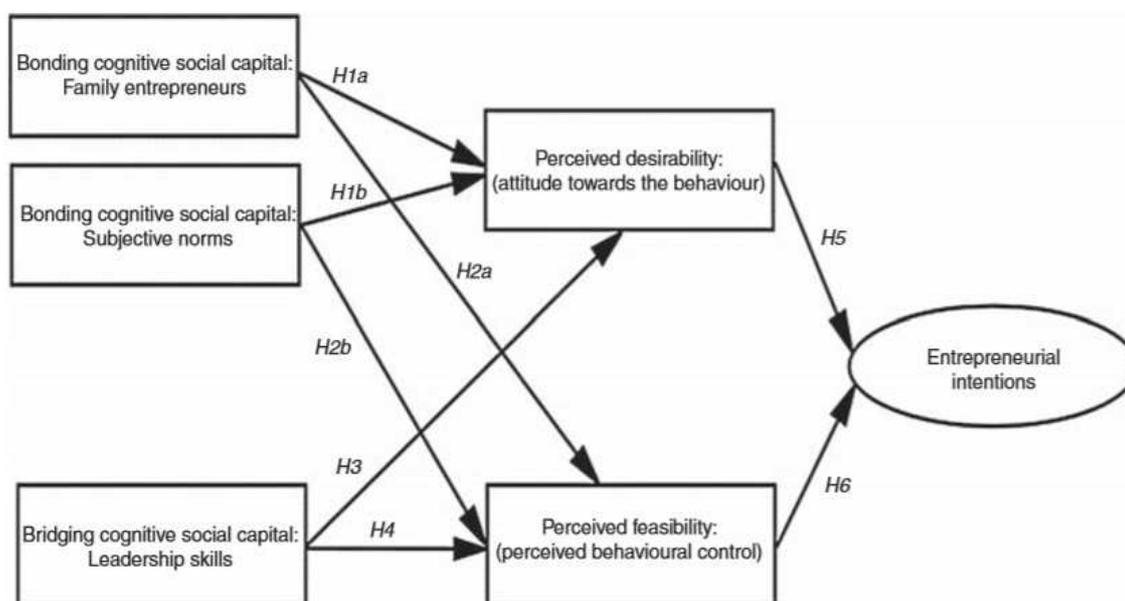


Figura 1. Modelo de AJZEN.

Nota. Tomado de: "Entrepreneurial intentions of Colombian business students: Planned behaviour, leadership skills and social capital," [Intenciones empresariales de estudiantes de negocios colombianos: comportamiento planificado, habilidades de liderazgo y capital social] por Henley, Contreras, Espinosa y Barbosa (2017), International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. Recuperado de: <https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2017-0031>

Siguiendo el modelo anterior mencionado podemos tomar las siguientes hipótesis:

- **HG:** El modelo de la teoría del comportamiento planificado explica la intención emprendedora, considerando al liderazgo como una variable que influye en dicha intención.

- H1a: El capital social cognitivo al proceder de familias emprendedoras influyen en la actitud para la intención de emprender.
- H2a: El capital social cognitivo al proceder de familias emprendedoras influyen en la percepción del control.
- H1b: Las normas subjetivas influyen en la actitud para la intención de emprender.
- H2b: Las normas subjetivas influyen en la percepción del control.
- H3: Las habilidades de liderazgo influyen en la actitud para la intención de emprender.
- H4: Las habilidades de liderazgo influyen la percepción del control.
- H5: La actitud influye en las intenciones de emprender.
- H6: La percepción de control influye en las intenciones de emprender.

### **1.8 Preguntas de Investigación**

- PG. ¿Influye el liderazgo en las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de pre-grado?
- P1a. ¿influye el capital social cognitivo de familiares emprendedoras en las actitudes de las intenciones de emprender?
- P2a. ¿Influye el capital social cognitivo de familiares emprendedoras en las percepciones de control de las intenciones de emprender?

- P1b. ¿Influyen Las normas subjetivas en la actitud para la intención de emprender?
- P2b. ¿Influyen Las normas subjetivas en la percepción del control?
- P3 ¿Influyen las habilidades de liderazgo en la actitud para la intención de emprender?
- P4 ¿Influyen las habilidades de liderazgo en la percepción del control para la intención de emprender?
- P5 ¿Influye la actitud en las intenciones de emprender?
- P6 ¿Influye el control en las intenciones de emprender?

## **1.9 Limitaciones y Delimitaciones**

### **1.9.1 Limitaciones**

La investigación se ve limitada por factores como el tiempo de recolección de información.

### **1.9.2 Delimitaciones**

El estudio de esta investigación se realizará solo con estudiantes universitarios de Pre-grado de Guayaquil.

Además a esto las encuestas van dirigidas a los estudiantes de pre-grado debido a que estos son los propensos a tener intenciones para crear nuevos negocios y por ende un desarrollo económico personal.

Se realizará dichas encuestas en diferentes horarios y para diferentes ciclos de las carreras de las universidades de la ciudad de Guayaquil ya que el estudio abarca el conocimiento, comportamientos e intenciones que tienen los estudiantes a lo largo de su profesión.

## Capítulo II

### 2. Marco teórico

En este capítulo se podrá visualizar y determinar las principales teorías, definiciones y modelos relacionados con el liderazgo, teorías del comportamiento como Ajzen y la intención del emprendimiento en instituciones de nivel superior como lo es la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, a la vez las escuelas y perspectivas de los autores de aquellas teorías, las terminologías y técnicas a través del tiempo, con el fin de mantener un enfoque claro y un mejor entendimiento y comprensión del problema a investigar, permitiendo guiar de manera clara el desarrollo del presente trabajo.

Entre las diferentes etimologías y conceptos considerados que se relacionan con el tema de estudio están:

#### 2.1 Liderazgo

A lo largo de la historia, la definición de liderazgo ha ido variando de acuerdo a la cultura humana. En sus principios, los líderes eran seres enviados por dioses capaces de presidir por su conducta de guía, revelando verdades y transfiriendo conocimiento por medio de parámetros de conducta.

Figuras como Jesucristo, Julio César, Obama, Adolph Hitler u otras figuras públicas ponen la interrogante acerca si los líderes nacen o se hacen, de si sus conocimientos tanto morales y psicológicos son aprendidos o heredados y de como un líder de carácter exitoso puede dirigir la conducta de un grupo, pues Fishman (2016) mencionó que "El liderazgo proviene de un paso muy importante que es dirigir a los demás teniendo la capacidad de liderarse a sí mismo" (p.8).

Actualmente la definición moderna o concepto de liderazgo proviene de la influencia que tienen los individuos hacia distintos grupos de personas

incentivándolas y motivándolas para desarrollar actividades y lograr un objetivo o meta en común.

Ruiz (2015) mencionó: “las personas que mantienen postura de liderazgo tienen características y cualidades de ser leales, de parecer buenos, sinceros, humanos, religiosos y hasta capaces de perdonar. Teniendo como eje principal la estabilidad, el orden y el poder” (p.14).

Ruiz (2015) sumando a su investigación también mencionó; “el liderazgo no solo se proyecta en lo humano, es un fenómeno de interacción social en el cual el líder logra resultados de éxito, confiables y legítimos por medio del actuar de otros seres” (p.13).

Según la Real Academia Española (2017) el liderazgo es una “la condición de un líder ante una situación de supremacía en la que se halla una organización o persona dentro de su entorno”

El autor Sánchez, Vázquez, J.F en “Liderazgo: Teorías y aplicaciones” (2010) define al liderazgo como: “aquella influencia de carácter positiva que adquiere un grupo a llevar a término una función, meta o propósito manteniendo un entorno agradable para que el grupo pueda convivir en él”.

Gómez, R. (2008) el liderazgo es la facultad que tiene toda aquella persona que por medio de la comunicación e interacción influye sobre seguidores o grupos de personas y gracias a ciertas características como la creatividad, pro-actividad, dedicación y profesionalidad, es capaz de lograr resultados que comparte con sus subordinados.

Rincón (2003) afirmó que: el liderazgo no solo es una función exclusiva de gerentes es planificar, controlar, tomar decisiones que ejerzan un poder tanto personal como organizacional.

Por su parte Northouse (2004) definió al liderazgo como un proceso que un individuo realiza para influir en un grupo de individuos y lograr un objetivo en común.

Kotter, J (1996) mencionó que “el liderazgo de éxito es aquel que produce resultados en un corto o largo plazo a través del proceso de encaminar grupo de personas por medios generalmente no limitados” (p.187).

Chiavenato (1993), afirmó que “el Liderazgo es la influencia interpersonal ejercida en un periodo determinado y en una función de comunicación, que se dirige por medio de procesos de interacción para realizar uno o varios objetivos de carácter específicos” (p.17).

Greenberg y Barón (1993) en su definición lo mencionaron como proceso que utiliza un individuo para lograr satisfacción y cumplir metas del grupo u organización.

## **2.1.1 Principales teorías del liderazgo**

Las principales teorías sobre el liderazgo han sido documentadas de distintas investigaciones realizadas a través de una línea de tiempo, evidenciando modelos y teorías.

### **2.1.1.1 Teoría del Gran Hombre**

Esta teoría se basó en el análisis de líderes históricos, identificando cualidades y características distintivas entre ellos. La teoría del Gran hombre evalúa los rasgos que identificaban a estos seres como líder, con una paridad única e innata para poder influenciar a los demás, logrando que otros se conviertan seguidores que cumplan sus expectativas (Daft, 2006).

Dentro de los grandes líderes del mundo se encontraba Alejandro Magno relacionando al liderazgo como la capacidad y habilidad de lograr identificar cuales en común, logrando así el éxito (Estrada, 2007).

### 2.1.1.2 Teoría de los Rasgos

Esta teoría se basa en la teoría del Gran Hombre sugiriendo que las características considerados rasgos, diferenciaban quien podía ser líder o no.

Lupano y Castro (2008) mencionaron que los rasgos que caracterizan a los líderes son: Niveles de energía superiores a los demás, la inteligencia, la seguridad, la intuición, la capacidad de ser persuasivo y la habilidad de concluir problemas.

Posteriormente, Stodgill demostró con sus investigaciones qué no existen grupos específicos para determinar el comportamiento del liderazgo, pero concluyó que si vienen determinadas por una situación específica o que se presenta en el momento de llevar la acción de comunicar (AECOP, 2006).

Daft (2006) estructuró dos tendencias de la teoría de rasgos que son:

1. Consideración: Líder que respeta ideas y crea confianza.
2. Estructura de inicio: Líder que mantiene su orientación a alcanzar metas.

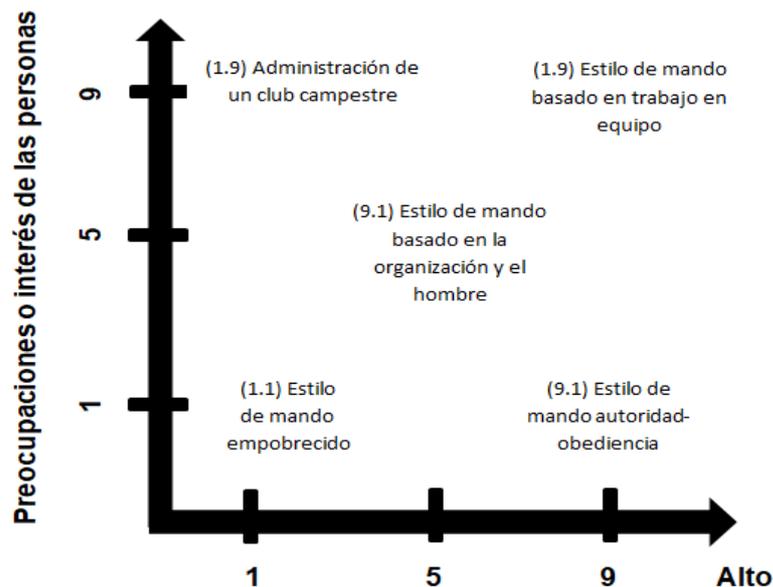


Figura 2. Modelo de liderazgo Malla Gerencial o Rejilla gerencial.  
Nota. Tomado de Blake & Mouton, (1964).

Con las tendencias anteriormente mencionadas surge el modelo de liderazgo Malla Gerencial o Rejilla gerencial de Blake & Mouton (1964), la cual mantiene una relación entre los enfoques por procesos y los enfoque por relaciones y describe los etilos de diferentes líderes en base a su grado de interés o producción, evidenciando cinco estilos de liderazgo (Gómez, 2013).

En relación a la Figura 2 anterior se determinó los cinco estilos de liderazgo.

1. El primer estilo es la gestión empobrecida (1.1), también considerado liderazgo ausente ya que no le preocupa sus subordinados ni las metas a lograr, solo realiza el mínimo esfuerzo para realizar su trabajo.
2. El segundo estilo es la gestión club campestre (1.9), en el cual el líder es más preocupado a la satisfacción de relaciones entre sus subordinados y al buen entorno laboral, teniendo como resultado el incumplimiento de trabajo.
3. El tercer estilo es la gestión a medio camino (5.5), aquel donde el líder mantiene un superioridad y encaminado a la productividad sin descuidar la satisfacción y motivación de sus colaboradores.
4. El cuarto estilo es la gestión de autoridad (9.1), es aquel estilo donde el líder tiene como objetivo solo y únicamente al cumplimiento de metas y objetivos, sin mantener una comunicación asertiva y en donde no participan sus colaboradores o seguidores.
5. El quinto estilo y por ende el último es la gestión en grupos o equipo (9.9), es el más eficiente de todos los estilos y además el más recomendable evidenciando una relación excelente en dirección de personas y logrando inspirar el cumplimiento de objetivos para lograr a satisfacción.

Finalmente en la Figura 3 se puede evidenciar detalladamente las características de los estilos de la malla gerencial.

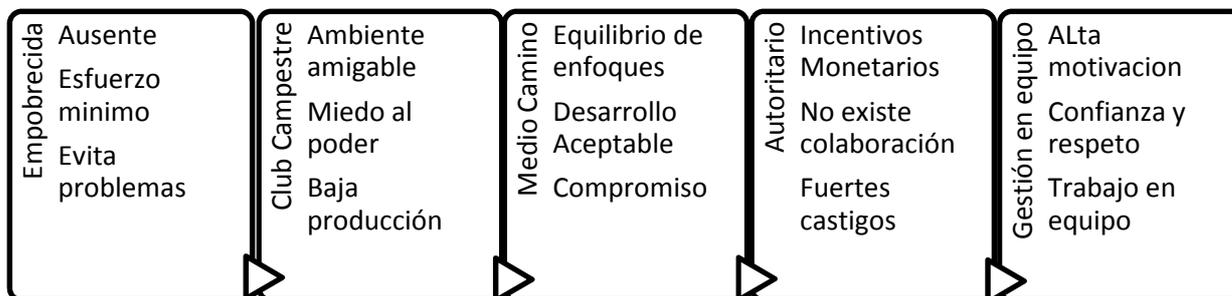


Figura 3. Características del modelo de liderazgo Malla Gerencial o Rejilla gerencial.  
Nota. Tomado de Blake & Mouton, (1964).

Macías, Enríquez y Zepeda (2012), expusieron que el liderazgo ejercido, depende de los conocimientos o nivel de experiencia que este haya tenido, el cual proporciona una mezcla de diferentes estilos de liderazgo garantizando mayor productividad y competitividad.

### 2.1.1.3 Teoría del comportamiento

Daft (2006) definió que para desarrollar un liderazgo de calidad, cualquier individuo que observe y comparta con el comportamiento de los demás puede ser un líder.

Los rasgos no solo afectan al líder como tal, afecta su comportamiento y la relación con sus seguidores. Dentro de este modelo o enfoque, Daft 2006 identificó dos tipos de comportamientos que utilizan los líderes desde la antigüedad el Liderazgo autocrático y democrático.

- Autocrático: Aquel líder que mantiene una postura de dominación, centraliza su autoridad y controla la decisión final.
- Democrático: Aquel líder que delega autoridad y recurre a sus subordinados o colaboradores para generar ideas, fomentando la

participación, el trabajo en equipo y las decisiones por consenso ejerciendo un entorno laboral agradable bajo influencia.

Lupano y Castro (2008), mencionaron que esta teoría está bajo conductas que se orientan al logro de objetivos estableciendo estructuras de cumplimiento de obligaciones y a la consideración de las relaciones entre líderes y seguidores.

#### **2.1.1.4 Teoría de la contingencia**

La teoría de la contingencia fue desarrollada por Fred Fiedler en 1951, donde hace referencia que los líderes y su comportamiento influyen directamente al rendimiento de las organizaciones. La teoría además garantiza que el desempeño de los equipos de trabajo incrementa dependiendo de la relación y la situación de control que ejerzan los líderes, siendo más eficaces al realizar actividades de la organización. Según López (2011), la relación entre los líderes y sus colaboradores es determinado por el estilo y la eficacia que el primero ejerce sobre el otro, estructurando las tareas y el poder del líder.

Esta teoría define que la eficacia del liderazgo nace del desarrollo de las actividades bajo su mando, dependiendo este de las situaciones en las que se daban dichas actividades (Daft, 2006).

Dicha definición establece tres elementos importantes que son: relaciones entre líder y seguidores, la organización de las tareas y las decisiones bajo el poder del líder.

La teoría de la contingencia enfatiza que la relación entre seguidores, el entorno, las técnicas administrativas y la visualización de metas claras serán apropiadas para generar una buena relación y alcance de los objetivos de la empresa u organización, si esto no se cumple deberá cambiar de líder o de la situación que no permite generar valor (Lupano y Castro, 2008).

### **2.1.1.5 Teoría de la influencia**

Esta teoría se basa en las cualidades y la personalidad del líder, sus bases son el carisma y el compromiso por cumplir sus objetivos, impulsando a sus colaboradores a realizar actividades fuera de sus tareas u obligaciones, logrando resultados positivos o negativos según el modo de influenciar o inspirar. “Un líder que se basa en la teoría de la influencia puede incrementar el desempeño de toda una organización a través del trato o el encanto personal permitiendo que los seguidores dejen sus intereses personales y piensen más en un equipo” (Maxwell, 2011, p.22).

Según Zárate y Matyiuk (2012), la inteligencia emocional es un factor importante en la teoría de la influencia ya que esta permitirá que los seguidores adopten comportamiento que mantengan con su salud física y psicológica, permitiendo un desempeño en el cumplimiento de tareas con altos grados de índices emocionales.

### **2.1.1.6 Teoría de las relaciones**

Esta teoría relaciona dos tendencias de liderazgo, el transaccional y transformacional. El primero es un intercambio realizado entre los líderes y seguidores, conociendo las necesidades de estos para ofrecer recompensas que satisfagan dichas necesidades al cumplir metas y objetivos (Daft, 2006).

Por otro lado el transformacional tiene la capacidad de crear lealtad y responsabilidad, además de brindar confianza y seguridad, incrementando el autoestima y cumpliendo con las expectativas de los seguidores cumpliendo así las metas u objetivos propuestos (Bass & Riggio, 2006 p.6).

La teoría de Bass & Riggio (2006, p.6) además de ser la más convencional de los años ochenta, propuso 4 elementos claves que todo líder debe tener, detallando a continuación:

- Autoridad o influencia: El líder obtiene lealtad, respeto e inclusive tienden a imitarlo por ser carismático y de carácter fuerte.
- Inspiración o iluminación: El líder debe mantener congruencia en sus colaboradores o equipo de trabajo, manteniendo el optimismo y dejando a un lado los intereses personales, esto implica que la persona que los guía debe despertar esa visión hacia el futuro.
- Estimulación sobre el intelecto: Se guía a los seguidores a crear nuevos proyectos, a ser creativos e innovadores; no se castiga por errores individuales, colectivos o por dar ideas no acordes a las del líder.
- Consideración por aportaciones individuales: El líder monitorea las tareas de sus seguidores con el fin de evaluar sus aportaciones y así poder apoyarlos en caso de que estos lo necesitan.

#### **2.1.1.7 Teorías modernas: liderazgo transaccional y transformacional**

La teoría de liderazgo transaccional demuestra que los líderes son capaces de inculcar hábitos y compromiso con el fin de alcanzar las metas planteadas, por medio de posibles compensaciones que ayudan a forjar una conducta. Las compensaciones se las otorga una vez cumplido el trabajo requerido con el fin de mantener altos índices de satisfacción y motivación de los colaboradores y a su vez busca implementar políticas que ayuden a evitar llamados de atención o disturbios laborales. Por otro lado Evans y Lindsay (2008) basados en la teoría del liderazgo transformacional de James Burn, mencionaron que los líderes tienen capacidad de influir, considerar, motivar y estimular a largo plazo valores y capacidades compartidas, para tomar decisiones enfocándose en los clientes y el trabajo con que desarrollen a sus empresas.

Avenecer (2015), mencionó que la combinación de ambas teorías a pesar de ser diferentes se relaciona, ya que para incrementar el desempeño de los seguidores se necesita de incentivos y oportunidades para que estos construyan y mantengan factores productivos y competitivos frente al mercado.

### **2.1.2 Perfil del liderazgo**

El perfil de liderazgo está ligado a las capacidades y características únicas que tienen los líderes para guiar o comandar grupos específicos, donde se pueden desarrollar competencias, ideas, habilidades y así lograr metas y objetivos que confronten situaciones de conflicto o cambio.

Según Ruiz (2015,p.15) el perfil del liderazgo mantiene una estrecha relación entre la administración, la psicología y el estudio de las sociedades, ya que esta estudia el comportamiento humano dentro de un entorno, el cual impacta al área laboral y de no ser atendido tiende a generar conflictos y problemas de cadenas constantes.

Los estudios de Ruiz, mantienen la relación entre cualidades y habilidades relacionadas con el comportamiento humano dentro de aportaciones creativas e innovadoras como lo es el emprendimiento siendo esta una de las temáticas a tratar en esta investigación.

Psicore (2014) menciona en su manual de perfil empresarial que “las conductas del liderazgo son claves para el éxito y debe aplicarse no solo aquellos que trabajan en las empresas sino a quienes optan por plazas de trabajos y personas que se encuentran en sus alrededores por conocimiento personal o prácticas de carácter académico e intelectual” (p.3).

Alles (2005) afirmó que, el liderazgo es la habilidad que necesitan los líderes para guiar los trabajos, tareas o acciones de grupos encaminados a una meta determinada, inspirando la iniciativa y anticipándose a posibles escenarios del equipo. La habilidad para fijar metas, el seguimiento y la retroalimentación (feed-back) son directrices que deben estar en constante comunicación,

teniendo la capacidad de transmitirlos para motivar y asegurar la competitividad y efectividad en un periodo determinado (p.6).

Lussier & Achua (2005, p.6) afirmaron “que el liderazgo mantiene la combinación de rasgos, destrezas y comportamientos que permiten a los grupos de trabajo a lograr objetivos, influyendo los líderes sobre sus colaboradores y estos recíprocamente”.

Por otro lado Hellriegel, Jackson & Slocum (p.6, 2008) expresaron lo siguiente: “el poder y el liderazgo van de la mano, mientras uno permite determinar el comportamiento, el otro permite poner en funcionamiento ese poder” (p.14).

Los autores hacen referencia a las acciones que toman los seguidores con respecto al comportamiento del líder, el poder puede otorgarse por el cargo de un individuo y puede ser retribuido por dar confianza o por premiar a los seguidores, pero también puede manifestarse por miedo o temor, no cumpliendo correctamente con sus funciones.

### **2.1.3 La conducta del liderazgo**

En un tiempo determinado un líder de éxito no solo depende de las acciones propias o individuales que distingue a la sociedad. Newstrom (2011) afirmó que las conductas y habilidades son cambiantes a través del tiempo, pero otras pueden incluir rasgos fijos.

Para esto Newstrom (2011) definió tres tipos de habilidades que se relacionan y a su vez puede aplicarse por separado:

- **Habilidades técnicas cognitivas:** Hace referencia al desempeño que existen y los trabajos tanto operativos como profesionales y relacionados con el conocimiento y la destreza que tienen los individuos para la resolución de cualquier actividad. A medida de que a la persona se le otorga una mayor responsabilidad de liderazgo, sus capacidades disminuyen.

- **Habilidades humanas intrapersonales e interpersonales y de comunicación:** Son las capacidades que tienen las personas para organizar equipos de trabajo considerando las diferentes conductas de empatía, energía, motivación y comprensión para lograr el apoyo que los colaboradores necesitan. Es fundamental que todo líder cuente con características de calidad humana.
- **Habilidades conceptuales y tareas específicas:** Están ligadas en su mayor importancia a puestos gerenciales- administrativos, porque requiere de la capacidad de crear buenas relaciones para establecer planes a largo plazo (p.182).

#### **2.1.4 Estilos del liderazgo Modernos**

Anteriormente en la literatura y teorías del liderazgo se realizaban enfoques que iban más allá de características individuales de un líder. Lewin, Lippit y White establecían parámetros de comportamientos propios de los estilos Autocráticos, democráticos y Laissez faire o liberal. Luego Noer en 1997 deja a un lado el estilo burocrático, estableciendo cuatro variables principales: Líderes con características personales, relación con el equipo de trabajo, situación a resolver y proyecto compartido para cumplir el logro de objetivos, enfatizando las teorías anteriormente mencionadas y destacando las fortalezas y debilidades de las mismas.

Los estilos del liderazgo en los diferentes entornos mencionan que los líderes son eficaces en situaciones puntuales y que estos mantenían estilos que dependían de conductas propias. Los estilos modernos del liderazgo que proponían autores como Chiavenato (2007, pp.83 - 409), son los siguientes:

- **Estilo autocrático:** Es aquel que no permite la democracia y la difusión de ideas. Sus objetivos y decisiones bajo su mando son las únicas que se toman en cuenta sin mantener una expectativa de los

grupos de trabajo. El liderazgo autocrático limita los resultados y las personas no tienen motivación para realizar sus tareas. El poder, la autoridad y el control rigen estrictamente las decisiones que se deben tomar en la organización, por lo que los grupos de trabajo no aportan más allá de las responsabilidades que tienen.

- **Estilo democrático:** A diferencia del autocrático este permite la participación de sus miembros, dando ideas y opiniones que acceda a un debate para que posteriormente el líder pueda tomar una decisión. Este estilo conforma una unidad de trabajo tomando decisiones en conjunto para ampliar el compromiso de cada uno de los integrantes.
  
- **Estilo liberal o Laissez Faire:** Chiavenato propone que los individuos que lideran un negocio, son más liberales al tomar decisiones y no asumen la responsabilidad y el compromiso necesario para llevar a cabo un negocio. Por ende este estilo de liderazgo no permiten el direccionamiento de sus integrantes como equipo o unidad de trabajo ni los logros propuestos. González (2012 pp.36-37) sostuvo que “es un estilo permisivo donde la toma de decisiones deja un amplio espacio de libertad de acción, de responsabilidad y compromiso”. Es por eso que este estilo dificulta el logro de objetivos y no se tienen claras las funciones y los roles del grupo de trabajo.

### **2.1.5 Comportamientos del liderazgo**

Se plantean varias teorías y apuntes sobre el comportamiento del liderazgo y sus conductas para crear organizaciones de calidad y eficientes, basándose no solo en su comportamiento si no en su resultado.

El primer enfoque se da en los años sesenta, enfoques respaldados por la teorías X y Y de McGregor, en la primera denominada teoría X se considera a los individuos como trabajadores que siguen reglas, lineamientos y direcciones evadiendo responsabilidades, no porque no desean cumplirlas si no porque les gusta ser controlados, teoría que va de la mano con los líderes de tipo autocrático. Por otro lado la teoría Y los individuos se adhieren más al éxito y a cumplir logros, siendo estos autores de sus propias decisiones, manteniéndose motivados por los objetivos alcanzados, esta teoría va más ligada con líderes de tipo democrático (McGregor,1960).

Otro enfoque es el de Blake y Mouton (1980), su teoría no solo se enfocaba en el individuo como tal, sino que estudiaba el pensamiento y las actitudes de aquellos que ejercían funciones de líder. Donde se mencionaba que para conseguir modelos eficaces en las empresas, se debía tener un equilibrio entre los intereses de conseguir algún resultado y los intereses que tienen los equipos de trabajos.

La tercera teoría denominada liderazgo por situaciones o liderazgo situacional de Hersey y Blanchard (1975), mencionó que las experiencias que tienen los equipos de trabajo dentro de las organizaciones ayudan a consolidar tareas de una manera tan rápida que en ciertos casos ayudan hasta adelantar y mejorar sus responsabilidades (Rodríguez, 2017).

Entre otras teorías y enfoques también tenemos: el efecto Hawthorne y el liderazgo proactivo.

En el primero fue descrito por Elton Mayo y F.J Roethlisberger en el año1955, cuando realizaban estudios en la fábrica de Hawthorne Works en Chicago, Rodríguez (2017) mencionó que los autores descubrieron en sus estudios que eran capaces de mejorar la productividad e incluso métodos contrarios a la intuición determinando la satisfacción del líder en conjunto a la eficiencia de los trabajadores en la producción. Finalmente descubrieron que cuando estos muestran mayor preocupación por sus colaboradores estos mejoran su eficiencia. El efecto Hawthorne explica que las conductas humanas

cambian de acuerdo a la situación en la que se encuentra un individuo y aún más cuando estos son objetos de estudio, sin aplicar medidas de manipulación o aplicando la reactividad psicológica que se refiere a la satisfacción que tienen los observadores al hecho de cambiar las conductas de las personas.

El liderazgo proactivo es una teoría expuesta por Covey (2003), donde indicó que el enfoque de liderazgo debe ir de la mano con las gestiones proactivas. El autor menciona que “no solo significa tomar la iniciativa, significa que; como seres humanos, somos responsables de nuestras propias vidas. Nuestra conducta es una función de nuestras decisiones, no de nuestras condiciones” (p.42). Los líderes que son activos y tienen interés en las actividades y tareas de sus colaboradores son propensos a mejorar los procesos de organizacionales y la eficiencia de trabajo. Las empresas de menor escala tienen hacer frente a las grandes empresas porque estas trabajan como una sola unidad con metas específicas y en constante revisión de sus actividades. Es por esto que los líderes de estas pequeñas empresas tienden a establecer mejores relaciones con sus trabajadores.

Imparcialmente del estudio sobre el comportamiento del liderazgo Vega (2014), mencionó que el investigador Peñalver en el 2010 estudió como los factores externos e internos de las organizaciones como la cultura, la economía, la sociedad y las situaciones inesperadas pueden incidir en el modelo de comportamiento de las empresas. Lo anterior mencionado indica como los modelos de liderazgo en gestiones empresariales, dependen de factores que permitan influenciar a personas que cumplan en tiempos determinados objetivos en situaciones compartidas.

En países de Latinoamérica se han desarrollado estrategias que transforman el pensamiento de los gerentes y trabajadores en general, permitiendo la construcción de entornos de liderazgo que se orientan al comportamiento de sus líderes, siendo estos de gran utilidad para generar valor agregado y competitividad (Cortés,2013).

Por su parte, Miller (1986) estableció en sus investigaciones que la influencia que generan los comportamientos y la personalidad de los líderes, vienen asociadas a acciones de estrategia, toma de decisiones, entorno laboral y funciones de la organización. El líder debe tomar en cuenta la complejidad de las funciones presentes y su visión actual.

Sobre la complejidad y su visión de resultados los gerentes y directores tienen modelos de comportamiento y pensamiento que no pueden ser forzadas por una acción. Goldstein (2010) mencionó que “los líderes no son máquinas controlables que puedan ser forzadas a la acción” (p.36). En base a la definición anterior debe haber una interacción que provee el potencial para que los líderes se adapten a cambios.

Partiendo y analizando las condiciones de las definiciones anteriormente mencionadas Yukl (2013), describió que las esencias del liderazgo provienen de influenciar a personas para compartir logros y dependiendo de los modelos de liderazgo que se empleen. Para esto en función a Yukl la Tabla 1 se describen los comportamientos con características y esencias del liderazgo que Vega (2014) utilizó para estudiar las influencias hacia las personas:

Tabla 1  
*Características de los líderes según su comportamiento*

Tipos de esencia o comportamientos	Características los líderes
Orientados a la Tarea	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clarificar y/o depurar</li> <li>• Planear</li> <li>• Monitorear funciones</li> <li>• Resolución de problemas</li> </ul>
Orientado a las relaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicar</li> <li>• Desarrollar</li> <li>• Reconocer</li> </ul>

---

Orientados al cambio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitación</li> <li>• Prevención</li> <li>• Innovación</li> <li>• Estimulación</li> <li>• Conocimiento colectivo o de grupo</li> </ul>
Factores externos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimiento de conexiones</li> <li>• Monitoreo externo</li> <li>• Representación por medio de terceros</li> </ul>

---

Fuente. Características de líderes y taxonomía jerárquica de los comportamientos del liderazgo. Tomado de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/8880/79347946-2014.pdf>

Vega (2014) mencionó que los comportamientos orientados a las tareas mantienen características de líderes eficientes y confiables. Para el comportamiento orientado a las relaciones se establece prioridad de comunicación y congruencia con equipos de trabajo.

El comportamiento orientado al cambio permite la estimulación hacia la innovación y su forma de adaptarse a las situaciones. Por último los factores externos establecen su prioridad en terceros que logren una conexión con el mundo exterior.

Hambrick y Mason (1984), establecieron que los comportamientos de los líderes van en relación a los valores y conocimientos que tienen estos a lo largo de un tiempo determinándolos autores consideraron que los líderes son sujetos de decisiones basados en creencias y comportamiento que van adaptándose a medida que trabajan o se relacionan con grupos preestablecidos. Un ejemplo que mencionaron fue que el comportamiento de un líder de mayor edad tiende a ser de mayor riesgo y de mayor resistencia a los cambios.

Por su parte Finkelstein y Hambrick (1990), estipularon que las actividades y la forma de actuar de los directivos dependen de la motivación y los cambios estratégicos, lo que conlleva a que estos hagan ajustes en relación al entorno cambiante.

Los autores sugieren que estos ajustes en los cambios son medidas de adaptación gestionadas por los líderes en base a sus percepciones para abordar estrategias de adaptación, creando modelos de gestión propios.

Ejemplos de las relaciones entre los modelos gestión y los modelos de comportamientos fueron planteados por Baldrige (2006), donde sugería en su modelo denominado “Excelencia” que este se logra con un liderazgo caracterizado por planeación y acciones basados en la ética.

En la Figura 4 se observa el Modelo de Excelencia de Baldrige (2006), donde indica que este depende de los comportamientos y la forma en que el líder utilice sus habilidades.

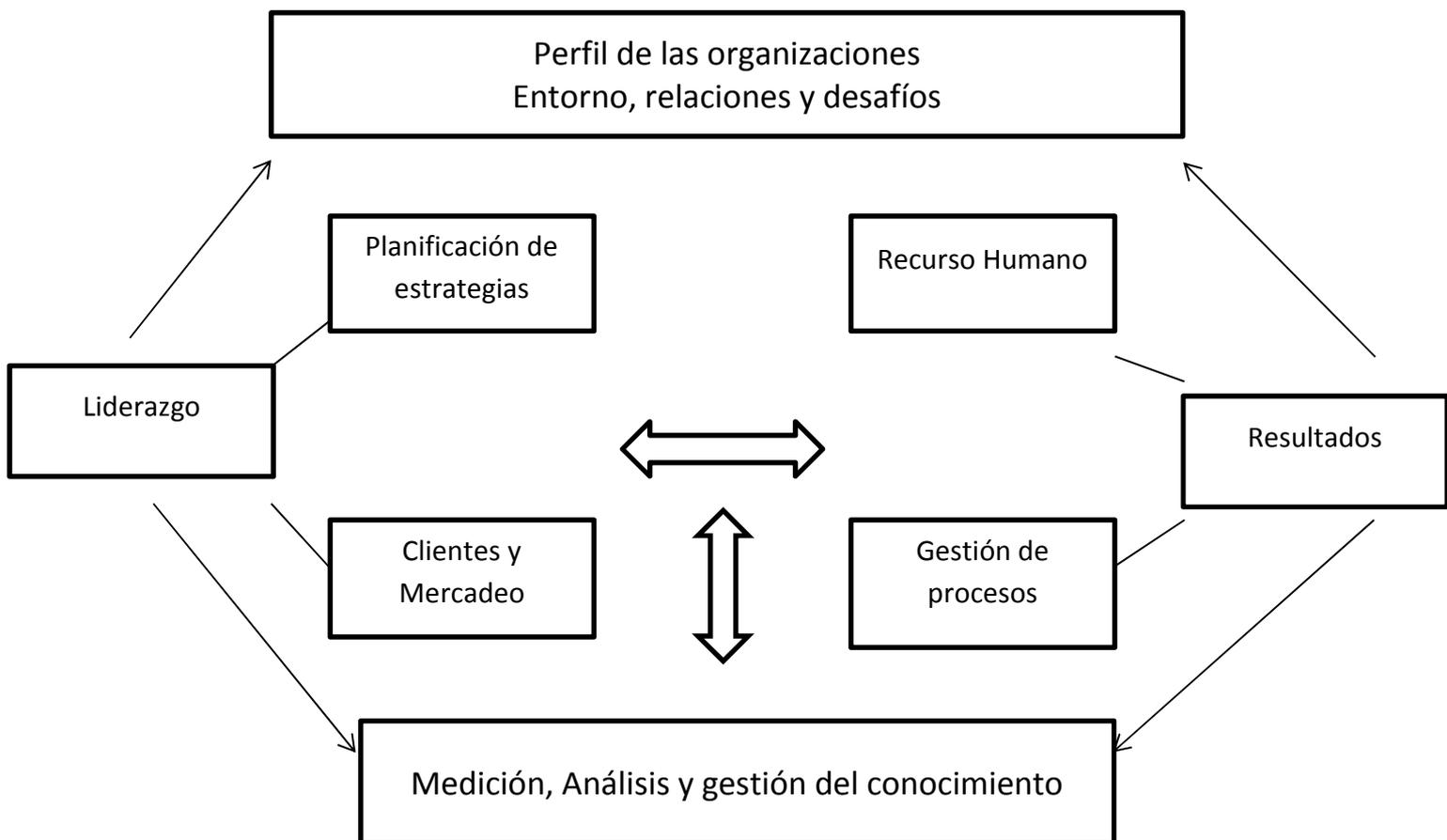


Figura 4. Modelo de Excelencia.

Nota: Tomado de “Los comportamientos del liderazgo y su relación con el desarrollo de los modelos de gestión,” Vega, (2014).

Los líderes actuales deben mantener la sostenibilidad de las organizaciones equilibrando las necesidades de todos los grupos de interés, basándose en la dirección, expectativas y valores permitiendo el desarrollo de estrategias para alcanzar la excelencia, la innovación y construyendo ambientes óptimos para el conocimiento y las capacidades organizacionales (Vega,2014).

Así mismo, Riveros (2014) en sus investigaciones, desarrolla la caracterización de los líderes como persona y a la vez la importancia de los comportamientos del liderazgo basado en modelos colectivos y no individuales. Riveros indicó que todos estos elementos se requieren para conocer los cambios de los modelos de gestión. De allí nacen los requerimientos de la innovación del liderazgo que implica proyecciones de constructos sociales y de comportamiento más allá de las percepciones individuales.

Los comportamientos son considerados en base a la influencia de la cultura y las personalidades de los individuos. Contreras, Barbosa y Castro (2012), alegaron que el rol de cambio de los líderes y la cultura sumada al dinamismo de las organizaciones debe jugar en base a la distribución de poder y empoderamiento de lo que Goldstein (2010) denomina como ecosistemas generativos de liderazgo que estos creen modelos eficientes de gestión.

### **2.1.6 Importancia del liderazgo**

Las empresas e instituciones de la actualidad utilizan el liderazgo para fomentar el crecimiento y la sostenibilidad de estas, aun teniendo o no teniendo intereses con fines de lucro. Un líder además es importante porque permite guiar a grupos de trabajos para que estos saquen lo mejor de sí mismo, coordinando tareas que sirvan para alcanzar metas.

Para Noriega (2008, p.26), "el liderazgo es importante porque reúne condiciones que permiten guiar a grupos de trabajo para tomar decisiones bajo

la misión, la visión, la confianza y la integridad “. Por otro lado para De los Santos (2018), el liderazgo dentro de lo social y lo empresarial es importante porque se necesita personas que tomen decisiones motiven a sus colaboradores a seguir un objetivo en común, siendo esto de éxito o fracaso según la situación y la medida en la que se emplea.

Pero el líder no solo cumple estas condiciones, también debe contar con comportamientos y virtudes que permitan que sus decisiones tengan una buena comunicación y capacidad de integración siendo estos el rol principal para transmitir confianza, fortaleza y lealtad realizando acciones eficientes de manera conjunta.

Básicamente un buen liderazgo adopta la conducta de sus seguidores para que este guie sus trabajos y delegue responsabilidades que permitan la supervivencia de cualquier organización. Una empresa puede carecer de una buena planeación, de un buen control, de personas sin las capacidades para laborar, pero teniendo personas que ejerzan un buen liderazgo permitirá a estas a salir adelante (Noriega, 2008, p.26).

## **2.2 Teoría del comportamiento planificado (AJZEN)**

Con el pasar de los años la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) se ha transformado en una de las teorías más recurrentes para explicar y predecir el comportamiento individual (Lortie y Castogiovanni, 2015), a su vez en una herramienta que permite entender el proceso de nacimiento de nuevas empresas (Liñan y Fayolle, 2015). Para reconocer oportunidades en el mundo de los negocios los investigadores han trabajado con esmero para utilizar de manera adecuada la TCP para comprender los distintos tipos de intenciones y comportamientos que existen dentro de las culturas emprendedoras, así como en la decisión de invertir y crear una empresa.

La teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991) es un modelo que nace de la teoría de la acción razonada aplicada por Ajzen y Fishbein en 1980,

donde este abarca las limitaciones en las predicciones sobre la conducta, para prevenir obstáculos de manera anticipada a través de experiencias.

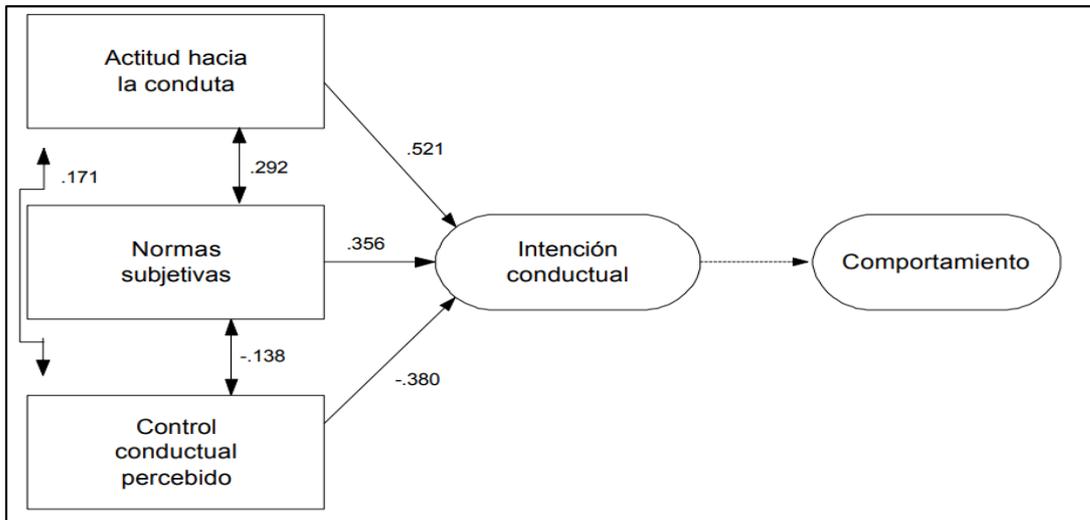


Figura 5. Modelo Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen 1991.  
Nota. Recuperado de: <http://www.scielo.br/pdf/epsic/v2n2/a08v02n2.pdf>

La TCP se la considera como una herramienta en los modelos psicosociales, donde soporta que, las conductas humanas son de carácter voluntario y determinadas por intenciones, las cuales se forman a partir de las actitudes sociales, las normas subjetivas y el control conductual percibido.

Las actitudes sociales nacen de la valoración y las expectativas conductuales de cada individuo, por otro lado; las normas subjetivas, es la interpretación de grupos de personas en base a la conducta y a la motivación de las opiniones de estos.

Finalmente, el control conductual percibido sujeta las capacidades que tienen los individuos para realizar conductas determinadas. Como criterio de Ajzen, la intención de la persona puede llevarse a cabo, siempre y cuando la actitud, la norma subjetiva y el control conductual percibido con respecto a un comportamiento sea mayor.

La TCP ha sido utilizada exitosamente en diversos estudios, para analizar las actitudes y la participación de las personas frente a sus intenciones (Ford, Williams, Bishop y Webb, 2009). La tendencia actual del TCP es trabajar

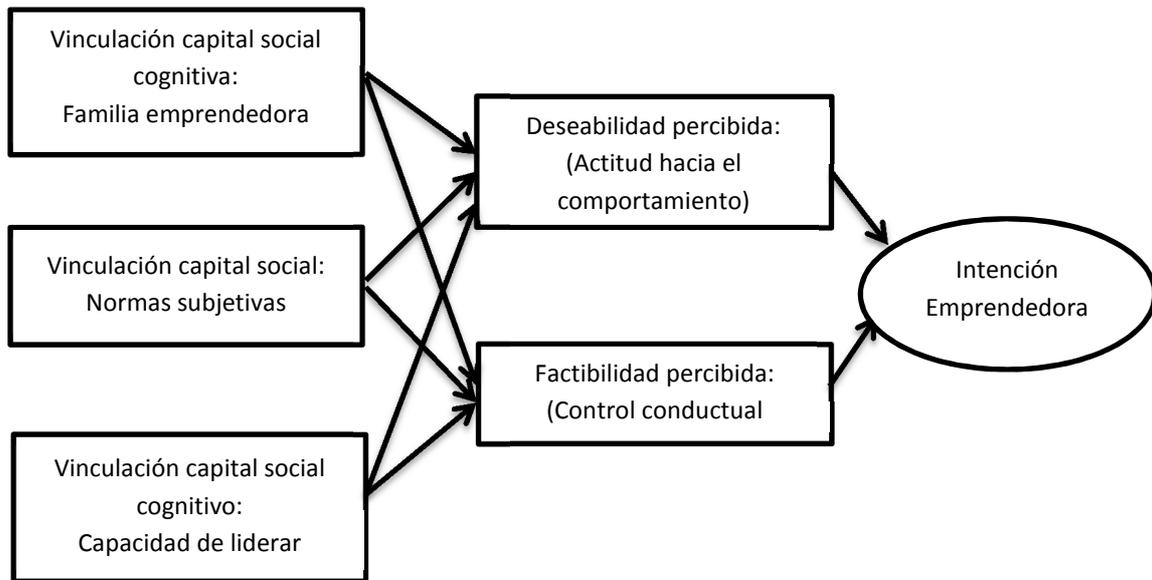
mediantes casos específicos para lograr una comprobación consolidada de los componentes de la teoría y, poder lograr mejoras en la misma.

Las variables de la TCP se vinculan con las habilidades y competencias de los individuos. McClelland (1973), definió que las motivaciones y las competencias que generan intención, vienen de la mano con rasgos personales llenos de conocimientos, autoimágenes y roles sociales que permiten un mejor desempeño en el trabajo.

Las motivaciones e intenciones forman parte de las actitudes, los roles sociales forman parte de la subjetividad y las habilidades de las percepciones del control, dicho esto se puede decir que este permite comprender los procesos de creación de negocios de forma independiente y diferente a la cultura.

Para los estudiantes universitarios de pregrado, es importante la formación de teórica al momento de iniciar un negocio, en donde los modelos de emprendimientos adaptados a la TCP logran una mejor comprensión (Valencia, Cadavid, Rios & Awad, 2012; Tsai, Chang & Peng, 2016).

Para el estudio de esta investigación se utilizará el modelo Ajzen modificado por Henley, Contreras, Espinosa y Barbosa (2017), basada en Ajzen (1991), donde comprende nuevas variables como el liderazgo y el capital social, además de las variables principales que permiten el estudio de las intenciones emprendedoras.



*Figura 6.* Modelo Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen, Obtenido y modificado por Henley, Contreras, Espinosa y David Barbosa (2017).

*Nota.* Tomado de: "Entrepreneurial intentions of Colombian business students: Planned behaviour, leadership skills and social capital," [Intenciones empresariales de estudiantes de negocios colombianos: comportamiento planificado, habilidades de liderazgo y capital social], *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Recuperado de: <https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2017-0031>.

## 2.2.1 Habilidades del Liderazgo

El liderazgo en el modelo de Ajzen define que los individuos tienen la capacidad de generar beneficios y desarrollos sustentables en base a una intención; a la vez supone que esta persona tiene el poder la capacidad para ejercer influencias para cambiar las actitudes o conducta de grupos o equipos de trabajo. Las habilidades y conductas según Ajzen permiten dirigir, lograr y contribuir efectivamente en la consecución de objetivos. Los Líderes tienen una intención cuando la situación o el entorno permite la utilización de sus capacidades (Ajzen, 1991).

Entre las habilidades del liderazgo para el desarrollo de intenciones tenemos la comunicación, la orientación a grupos de trabajo, la flexibilidad y el logro de resultados, además de generar cambios pautando comportamientos vinculados con factores sociales, psicológicos y experienciales.

### **2.2.2 Capital Social Cognitivo y Las familias**

El capital social fue definido por Grootaert y Bastelaer (2001), como conjunto de entidades, normas y valores que pueden desarrollar la economía en base a lo social. Flores y Rello (2001, p. 06) detallaron en sus teorías tres elementos claves del capital social que son:

- La infraestructura del capital social, se termina como la consolidación de la cultura, las redes sociales y las instituciones.
- Las acciones que toman las instituciones
- Por último los resultados y las consecuencias.

Uphoff Y Wijayaratna (2000) determinó dos extensiones que influyen en flujos de acción o intenciones colectivas , la dimensión estructural que se caracteriza por determinar los aspecto visibles del capital social y la segunda la dimensión cognitiva formada por los pensamientos y sentimientos de las personas siendo estos intangibles y subjetivos.

El capital social a lo largo de los años ha comprendido las teorías sobre la unión de las sociedades y el vínculo de sus miembros (Bourdieu, 1980). Además de ser un conjunto de recursos interrelacionados orienta positivamente a la dirección de la organización y los logros de empoderamiento para obtener beneficios comunes (Govea y Rodríguez, 2005).

Definiciones de Butcher (2013), determinan que el capital social viene en conjunto a la participación y el vínculo de los miembros de una sociedad ante actividades voluntarias y colectivas de carácter formal e informal, construyendo bases de recursos que permitan el impulso situacional de los integrantes de esas comunidades. Preponderadamente los valores como la confianza, el respeto, la colaboración, entre otros valores positivos rigen las relaciones sociales congregando a seres humanos con la productividad de las comunidades (Durston, 1999; Kliksberg, 1999; Millan y Gordon, 2004; Palacio, Sabater y Abello, 2004).

En los años noventa un grupo de investigaciones tomaron a la familia y al capital social como la influencia de procesos en los ordenamientos sociales y en los cambios en afectaciones familiares compuesto por valores y actitudes que influyen en su forma de relacionar (Newton, 1997; Uphoff; 1998). Las razones del capital social están en caracterizar interacciones de valores predominantes (Axiología) y los factores cognitivos de una organización ya sea familiar o comunitaria (Uphoff, 1998).

Al hablar de capital social familiar hablamos de las influencias, conductas e interacciones que existen entre padres e hijos y demás allegados a este, manteniendo la unión y el desarrollo de ideas en base a la información que se transmite (Bolívar, 2006; Torio, Hernández y Peña, 2007). Así mismo se definen normas culturales aportando un bien común como objetivo para emprender acciones conjuntas (Duston, 1999).

En lo referente a lo familiar, individual y comunitarios, el capital social concuerda con las interacciones y las asociaciones, así también aspectos culturales que direccionan las convivencias de estos y por ende el bienestar social (Helliwell y Putnam, 2004).

Esta investigación aborda el término de capital social familiar para estudiar los comportamientos de las personas frente a determinadas condiciones que conlleven a una intención y por ende al emprendimiento.

### **2.2.3 Actitud**

La definición clásica fue establecida por Allport, donde definía que la actitud es un estado que se da por las disposiciones mentales y nerviosas que tienen los individuos en base a experiencias o situaciones, ejerciendo un influjo directo en las respuestas de los seres humanos (Allport, 1935). Además a esto Allport indicó que los conceptos de la actitud siempre son indispensables para el estudio del comportamiento psicológico de las personas, ya que esta es teórica y experimental.

Más adelante y tomando en cuenta el inicio de las definiciones de la actitud, Aroldo Rodríguez (1991) estableció su definición sobre la actitud como estructura de creencias y cogniciones, que están a favor o en contra de un objeto determinado ante una acción.

La actitud hacia el emprendimiento en la Teoría del Comportamiento Planificado define las conductas en base a percepciones individuales. Un importante factor que define a las actitudes y el comportamiento son las situaciones, algunas veces las personas contraen sus actitudes por no sentirse contrarias a las normas de las sociedades (Ajzen y Fishbein, 1980).

Krueger, Reilley y Carsrud (2000) establecieron que las percepciones del deseo personal permiten establecer patrones que forjan una conducta emprendedora, pero esta dependerá de las creencias, experiencias y expectativas sobre sucesos derivados de esa conducta.

En términos de Ciencias sociales, se la considera como organización de cogniciones y creencias en base a situaciones, las cuales originan reacciones determinadas (Rokeach, 1968). Rokeach (1968, pp.13-33) estableció que las actitudes son supuestos hipotéticos que nacen de la experiencia, para esto destacó cinco ideas que respaldaban este constructo,

- Las creencias crean a las actitudes
- Las actitudes son situaciones, ideas u objetos
- Las actitudes se originan en base a las experiencias
- Las actitudes necesitan persuasiones sociales y culturales
- Las predisposiciones del comportamiento y la motivación lo constituyen los valores.

Los seres humanos tienen actitudes hacia diferentes supuestos, situaciones, objetos o inclusive otras actitudes, relacionado con aspectos cognitivos y afectivos e impulsando la percepción y el pensamiento. Thurstone (1928) estableció que los sentimientos, las ideas, los comportamientos y las

respuestas son inclinaciones que acompañan a la actitud con el positivismo para ser repetido y así evitar lo negativo. Newcomb (1959) por otro lado estableció que las actitudes son formas de ver algo con agrado y desagrado pero que estos no se deben evitar, porque solo tomando parte de ese algo se puede construir una actitud.

Las actitudes de los jóvenes determinan sus expectativas, motivaciones y su toma de decisiones en el ámbito social y laboral, la autoestima es considerada una de las actitudes que permite una evaluación de sí mismo ante el rechazo o la aceptación (Rosenberg, 1973).

Santos, Requero, Cancela, Pedrazzo (2017) dijeron que las actitudes dependen de varios factores, sobre todo cuando se perciben de alguien con autoridad o de alguien a quien se valora y se tiene aprecio. Otro factor es cuando el individuo se trata de comparar con otro utilizando a los que los rodean como referencia. Además a las comparaciones para formar una actitud, Festinger (1954) en sus investigaciones indicó que las comparaciones pueden ser beneficiosas o negativas dependiendo de la situación, produciendo la incertidumbre en sus valores personales.

A pesar de las diferentes teorías y definiciones acerca de la actitud, se tiene que tener claro que estas son importantes porque permiten que se organicen los conocimientos para que se estructuren la información captada. Por otro lado las actitudes son un medio que permiten establecer una meta específica expresando valores que sirven de guía para acciones e intenciones.

#### **2.2.4 Percepción del control**

La percepción del control, asume la sensación de proporcionar a los individuos posibilidades para experimentar su esfuerzos, eligiendo las situaciones que desean para mejorar su criterio actual. Se encuentra relaciones entre el bienestar y la percepción donde se mencionó que las personas conservan la responsabilidad como factor de bienestar físico y emocional

(Ajzen y Fishbein, 1991). Por ende las percepciones de control son agentes que permiten cambiar una conducta o comportamiento por medio de variables internas o externas que afecten la personalidad y el estado de un individuo

El objetivo de un sistema basado en percepciones es hacer que las situaciones actuales que se expresan en teorías y conceptos alcancen metas u objetivos. La teoría de control perceptivo (PCT) como se mencionaba anteriormente, es un modelo basado en las percepciones que tienen los individuos con respecto a las variables externas e internas que controlan su comportamiento (Powers, 2008). Las actividades o acciones que se desarrollan no son controladas, varía según los efectos impredecibles que existen en los entornos, cuando los individuos se adaptan y tienen un pensamiento positivo se argumenta que estas son percepciones controladas. Powers también reveló que estas percepciones se estructuran en niveles; y controlar su forma y ubicación requiere de alterar las sensaciones o intensidades.

Por otro lado Fritz (2013) en base al fisiólogo Nicolás Berstein sustentó que el sistema de control de las personas se ve influido por agentes externos y no por el control biológico de estos. En referencia a lo anterior, un comportamiento puede ser afectado por las percepciones externas de los niveles más altos de ese objeto logrando obtener perturbaciones (agentes internos), siempre y cuando estos niveles no se ajusten a los objetivos previstos.

El beneficio de las percepciones de control, genera grados de autoeficacia que permiten a los individuos participar para tomar decisiones optimistas. Lo que se puede comprender es que las personas son capaces de cambiar una conducta cuando otras permiten desenvolverse en los entornos que se encuentran. Una vez que se determinan las acciones se puede decir que la percepción está bajo control. Los líderes y personas de mando tienen altos grados de control y estos no planifican solo se adaptan a los cambios para poder influir en sus colaboradores.

La percepción de control lleva consigo una serie de condiciones que permiten ofrecer conocimiento para intentar superar obstáculos. Entre las condiciones que se tienen están: (a) que las decisiones sean reales y no predeterminadas, (b) que el nivel de incapacidad de las personas no fomenten sentimientos de indefensión y (c) que se establezcan situaciones que fomenten el control. Así mismo puede influir indirectamente a través de la intención o directamente en la conducta.

### **2.2.5 Normas Subjetivas**

Las normas subjetivas comprenden las creencias que un individuo tiene con respecto a otros; un sujeto actuará en base a la conducta y las aprobaciones que cree que recibirá de esos individuos. Además estas creencias van influenciadas por la motivación que tienen las personas para asumir expectativas de personas consideradas por el creyente y en función a ello se puede estructurar su conducta (Rodríguez, Díaz, Gutiérrez, Guerrero y Gómez, 2011).

Las adopciones de los comportamientos reflejan expectativas que se perciben bajo estrategias preventivas e intervenciones que influyen sobre las creencias de las normas subjetivas (Burkhart, 2009).

Para Giménez (pp. 71-81), Ajzen (1991) mencionó en su Teoría del Comportamiento Planificado que las normas subjetivas dependerán siempre de terceras personas que intervengan en la conducta y el grado de relevancia de estos permitirán a un individuo a desarrollar sus intenciones y por ende sus acciones. Para esto plantea dos tipos de normas que son:

- Injuntiva: Es la percepción de los individuos sobre los pensamientos que sus referentes tienen en base a sus posibles decisiones, permitiendo realizar una conducta.

- Descriptiva: Es la percepción de los individuos sobre la realización de la conducta por parte de sus referentes.

Al ser percepciones de opiniones de terceras personas o grupos, en las normas subjetivas hay que tomar en cuenta el grado de afinidad del usuario con estas personas, ya que las opiniones subjetivas y determinadas creencias pueden cambiar el grado de conducta, por la importancia y afinidad que existe.

En investigaciones sobre las actitudes es de gran importancia estudiar y determinar los grupos, personas que influyentes en el sujeto porque esto ejerce una imposición sobre su conducta (Guzmán, García, Rodríguez y Alonso, 2014).

Según Álvaro, Garrido y Torregrosa (1996, pp. 1-176), la norma subjetiva está conformada por dos factores:

- Creencias normativas: Pensamientos o ideas de la sociedad que el individuo cree forjando su conducta.
- Factores de motivación: Pensamiento o ideas de terceras personas que influye en un individuo según el grado afinidad, siendo este un factor de motivador.

Estas variables se basan en presiones sociales que influyen en el comportamiento, determinando percepciones de creencias sobre el que piensan los otros sobre el individuo, satisfaciendo o no expectativas del usuario y argumentando que las normas subjetivas son componentes que reflejan modelos de conductas basado en la sociedad.

## **2.2.6 intención Emprendedora**

El primer modelo de Intención Emprendedora surge con (Shapero, 1975; Shapero y Sokol, 1982). Las definiciones de este modelo conllevan a que la intención depende de la atracción, la viabilidad y la rapidez para actuar cuando

se presentan oportunidades. Este modelo relaciona la vida de las personas con la inercia y solo un acontecimiento de gran cabida o precipitante puede modificar la conducta de este, dependiendo así su atracción y viabilidad de la credibilidad de este acontecimiento.

El evento emprendedor aplica conceptos asociados con la innovación, gestión de recursos y la creación de empresas (Shapero y Sokol, 1982). Según estos autores no solo se deben considerar los aspectos individuales de los emprendedores si no que se deben proponer variables que conjuguen con tres elementos importantes:

- a) La deseabilidad percibida relacionada con variables de actitud y normas subjetivas de la Teoría de la Acción Planificada de Ajzen.
- b) La “viabilidad percibida” para comenzar su actividad empresarial Esta dimensión es comparable con el control del comportamiento percibido en la Teoría de la Acción Planificada.
- c) La “propensión a actuar” ante una decisión relacionada con la toma riesgos y la tolerancia a la ambigüedad.

Estos elementos congruen la importancia de acontecimientos que pueden afectar a las oportunidades de negocio, pérdida de empleo o las transiciones laborales.

Morales (2015, pp 7-8) consideraron 3 fases donde Shapero y Sokol (1982), explican la visión de este modelo sobre la creación de empresas:

- 1. Fase Previa:** Son acontecimiento que permiten al emprendedor a definir su modelo de negocio y construcción de empresa.
- 2. Fase de deseo:** es la fase donde se analiza como el emprendedor estudia y sobrelleva diferentes circunstancias, como la formación del emprendedor, la familia, la cultura y las amistades, transformándolo en un negociador potencial.

**3. Fase de acción:** Son condiciones que permiten al emprendedor a tomar la decisión de emplear un modelo de negocio o desistir de la idea emprendedora, como por ejemplo la existencia de recursos técnicos financieros, humanos.

Después del concepto definido por Shapero y Sokol e incluyendo la teoría del comportamiento planificado Ajzen, que fue anteriormente descrita, surgieron nuevas definiciones a lo largo de estos años, en las cuales tenemos:

Dentro del carácter psicológico, la intención tiene una mayor explicación sobre otros factores del comportamiento (Bird, 1988). Para realizar una acción, previamente debe existir una intención.

La intención emprendedora fue definida como “la convicción auto-reconocida de los individuos para crear negocios y conscientemente planea hacerlo en un tiempo determinado” (Thompson, 2009, p.4 en Salazar, Herrera, Rueda y León, 2018).

Para Soria, Zúñiga y Ruiz (2016, p.26), “La intención emprendedora es el auto reconocimiento de la convicción, donde los sistemas de valores de los individuos, la cultura, sus conductas sobre la sociedad, los familiares y su experiencia académica influyen en el deseo de crear una empresa propia”.

Para Osorio y Londoño (2015), los niveles de intención emprendedora se pueden visualizar dentro de las economías como fuentes potenciales de desarrollo. Valencia, Montoya y Montoya (2016) en base a Prodan y Drnovsek (2010), definieron a la intención emprendedora como un estado mental que comprende la atención de un individuo frente al cumplimiento de un objetivo, en este caso las empresas o posibles negocios como parte de una acción emprendedora.

Oliviera, Vieira, Lagui, Moriano y Salazar (2016), revelaron que las intenciones emprendedoras dependen de factores personales y sociales, donde teorías como la de Ajzen juegan un rol importante por el estudio de las

intenciones y las conductas basado en la actitud, subjetividad y control percibido.

Souza, López, Bornia y Alves (2013), detallaron en sus teorías de conducta empresarial, que los hombres tienen características únicas según el medio en el que se encuentra, donde sus intenciones implican acciones y maneras de transformar realidades. En esta temática cuando la actitud de las personas es medida, se puede comprender el comportamiento de las empresas por medio de la decisión de crear negocios, la innovación y competencia para agregar valor. Donde los enfoques de las conductas a la actividad de las empresas, las actitudes y el comportamiento nacen de las características personales y rasgos demográficos.

Las intenciones emprendedoras se ha considerado como el paso inicial para establecer y consolidar creaciones de empresas como un proceso de emergencia (Lee y Wong, 2002). Por lo tanto se puede decir que la atención, la experiencia y las intenciones son claves para crear organizaciones.

El proceso de las intenciones emprendedoras, comienza con las ideas y necesidades de las personas, así también con su cultura y sus hábitos (Bird, 1988).

Existen determinantes que puede afectar las motivaciones e intenciones de un individuo para empezar un negocio, como el contexto educativo y profesional, las disposiciones personales subyacentes y la situación en la que se encuentra el individuo (Farashah, 2015; Lee y Wong, 2002). En otro sentido se puede decir que las intenciones se originan de acuerdo al entorno y las situaciones en el que viven. Por lo tanto, se debe entender la forma en que se potencializan las intenciones emprendedoras y sus conductas. Bandura (1977), en su teoría del aprendizaje social indicó que la actividad emprendedora se autogenera a si misma por medio de los conocimientos aprendidos por patrones que ejecutan la conducta y transmiten actitudes y pensamientos.

De esta manera, se dijo que los emprendimientos y su socialización son un conjunto de experiencias que surgen de actividades exitosas y establecidas por interacciones con individuos que mantienen características emprendedoras siendo estos de guía para otros (Zapkau, Schwens, Steinmetz y Kabst, 2015).

A partir de esto, se plantea que a mayores posibilidades para interactuar con emprendedores de éxito, mayores son las intenciones para crear negocios de calidad. Por esto el entorno es un factor muy importante para las intenciones emprendedoras, siempre y cuando se encuentren personas que inspiren a otras a iniciar su empresa, a esto es lo que Bandura (1977) lo denominó aprendizaje social.

No obstante, autores como Ajzen (1991) en su teoría de comportamiento planificado y, Shapero y Sokol (2002) en su modelo de evento emprendedor, destacaron que las intenciones de emprender vienen de la factibilidad percibida y la autoeficacia hacia el emprendimiento. Lo que hace referencia esto es al vínculo de las creencias y las habilidades para realizar acciones y tareas específicas para creaciones de negocios.

Se puede plantear, entonces que las intenciones emprendedoras predicen el comportamiento ante acciones de creación modelos de negocios, ofreciendo medios explicativos y factores que producen finalmente los actos emprendedores.

Krueger, Reilly y Carsrud (2000), puntualizaron que para que existan intenciones sobre todo de emprendimiento debe haber motivantes que las originen. Así a partir de esto nace la creencia de que deben existir personas que tengan capacidades y habilidades para desencadenar aspectos intuitivos que impulsen a crear una empresa. Las conductas humanas suelen ser inertes porque requieren de eventos detonadores para que exista una acción, sin embargo, no solo se necesita de eventos, si no de comportamientos que rompan esa inercia.

Particularmente, la presente investigación estudia las intenciones emprendedoras del estudiante universitario de pregrado, la cual identifica por

medio del liderazgo rasgos, conductas y comportamientos que influyen en la inclinación hacia emprendimiento de riesgo, logro o innovación.

Para incentivar las intenciones de estudiantes universitarios hacia actitudes emprendedoras, las universidades deben establecer programas y cursos de educación empresarial. Frente a esto Torres et al. (2017) determinó que debe haber una relación entre los estudiantes y la educación, con temáticas que desarrollen el emprendimiento.

### **2.3 Comportamientos del liderazgo e Intención emprendedora en universidades**

Como se ha expuesto anteriormente, la transformación y relación del liderazgo e intenciones de emprendimiento son temáticas que se están empleando en las instituciones de nivel superior como las universidades, por lo tanto estas juegan en base a funciones académicas y de aprendizaje. Mokyr (2004) definió en sus investigaciones un nuevo término denominado “institucionalización del conocimiento” donde establecía la relación entre la dinámica de la innovación (emprendimientos) y la evolución de la generación de conocimiento (funciones académicas). Por otro lado Etzkowits (2011) y Viale (2010) argumentaron que la “institucionalización del conocimiento” que se adopta en los procesos de innovación de las universidades debe generar intenciones de emprendimientos científicos y de carácter académicos (Etzkowitz H. y., 2010).

De acuerdo a Giacomini et al. (2010) las universidades tienen la necesidad de generar aspirantes que tengan habilidades propias y herramientas necesarias para la actualidad la educación en la cultura del emprendimiento no está bien evaluada a nivel mundial por la visión negativa que tiene la sociedad acerca de la falta de preparación, recursos y la creación desfavorecida de empresas.

Hill (1988) demostró que el objetivo de los programas de educación en emprendimientos que promueven las universidades es inculcar las intenciones, las habilidades y conocimientos necesarios para generar y administrar compañías de calidad.

Yurrebaso (2012) indicó que los comportamientos como el liderazgo, la identificación de negocios y la apertura con mantenimientos de estos deben mantener una cohesión súper viable para que las conductas de los universitarios tengan una mayor probabilidad de éxito.

Barber y Mourshed (2007), establecieron que el ejercicio del liderazgo en el ámbito educativo se refleja en el rendimiento de los estudiantes y estos a su vez van de la mano con interés de diseñar y desarrollar estudios y negocios que generen un valor personal.

La teoría de la diseminación del conocimiento de (Acs, Braunerhjelm Audretsch, Carlsson, 2009) argumentó que en las universidades las intenciones de jóvenes hacia la comercialización del emprendimiento deben tomar ciertas consideraciones para mantener altos niveles de efectividad, entre estos se menciona: (a) Beneficios a nivel personal, (b) el valor comercial del conocimiento y (c) personas que se arriesguen a invertir en sus negocios.

Etzkowitz (1983) la formación de spin-offs, es un canal de flujo de conocimiento de las universidades, considerado como fundamental por ser de mayor atracción para las economías del país y para el rol del emprendedor académico (Erdos y Varga, 2009).

En el ámbito académico, se puede visualizar e identificar diversos factores comunes por lo que la literatura es diversa y fraccionaria permitiendo una descripción del emprendedor académico más amplia. Haciendo referencia a los académicos que cuentan con la intención de crear una empresa, se puede definir a un emprendedor académico como: "Un académico o investigador científico afiliado a una institución de educación superior, que asume el rol de

emprendedor, a través de un descubrimiento y utilización de una oportunidad de creación de negocios para conseguir dinero desde la comercialización” (Alonso, 2012, p.114).

Para los investigadores o científicos, siempre ha existido la oportunidad de comercializar las investigaciones, sin embargo, para la ciencia tradicional, esta actividad se la consideraba poco ética por el primar de los valores de la vocación científica, en donde las actividades de emprendimiento con interés económico están totalmente alejadas de la ciencia, impidiendo así que los científicos superen frontera y generando así un debate entre la ciencia tradicional y la comercialización de investigación (Kallerberg, 2007).

En países americanos como Estados Unidos se señaló a la creatividad, la iniciativa, el espíritu emprendedor y la creación de riqueza como componentes para lograr el éxito económico de un emprendedor académico (Acs, 2003).El espíritu emprendedor académico y universitario debe conseguir recursos para crear y mantener su negocio y cumplir con todo lo que se necesita para el mismo.

Sin embargo, en la actualidad, muchos investigadores y universidades ya no ven a la ciencia tradicional como una restrictiva entre la investigación científica y el emprendimiento, ellos se ven dispuestos a la participación de programas de investigación y desarrollo de negocios. En las oportunidades que se presentan de crear nuevos negocios, se busca que los rendimientos prometan ser buenos, es por eso que se considera el rol de los emprendedores académicos como estratégico (Patzelt y Shepherd, 2009).

### **2.3.1 Los estudios y el Ciclo de vida en las universidades**

Conocer las distintas etapas de la carrera académica y la influencia en el proceso de emprender, se ve relacionado por el estudio de Stephan y Levi (2001), en el cual toman el capital humano y su proceso en sus carreras profesionales.

Los estudiantes se esfuerzan por un aprendizaje, sin embargo, esto no se considera fundamental en la ciencia académica, debido a que contar con experiencia profesional, titularidad y recursos tanto financiero como científicos, los colocaría en una posición de ventaja en la obtención de ganancias comerciales. Por esto Para la mayoría de los académicos, el ciclo de vida de estos requiere tiempo, esfuerzo y un aprendizaje substancial que difiere de lo que es necesario en la ciencia académica, por lo que diversos factores como el contar con experiencia profesional, titularidad y una reserva de recursos científicos y financieros, los pondría en una posición de ventaja para obtener ganancias comerciales (Grandi y Grimaldi, 2005; Stephan y Levin, 2001).

Haber alcanzado metas durante las carreras, ayuda a los científicos a ser más reconocidos y productivos en su campo, por tanto, cuentan con mayor oportunidad de trabajar en negocios que le permitan ganar monetariamente sobre el capital humano por la realización de otra actividad.

### **2.3.2 Nivel Académico**

El status académico, es otra variable que incide en el proceso para emprender que se considera en el estudio del emprendedor académico, además, esta variable puede hacer el papel de indicador de calidad para los futuros inversionistas, de un nuevo negocio, ayudando a minimizar el riesgo (Stuart y Ding, 2006).

La preferencia para involucrarse en actividades comerciales, dependerá de los rangos de jerarquía que ocupen los estudiantes, entre menor rango son menos atraídos en desarrollar un negocio que este fuera de lo científico, por otro lado, aquellos que tienen un rango alto, cuentan con mayor recurso, por tanto pueden mejorar sus capacidades y desarrollar habilidades de emprender y saber afrontar riesgos que se presente en el proyecto.

Con la adopción de programas de educación para la creación de empresas en el sistema universitario, aumento la participación de jóvenes

investigadores. Desde este punto, aquellos estudiantes con un status bajo académicamente tienen poco que perder si deciden salirse de lo tradicional y practicar actividades novedosas, por lo tanto, suelen ser más tolerantes a los riesgos (Phillips y Zuckerman, 2011).

Bercovitz y Feldman (2006, p.175) detallaron tres factores que influían en la decisión de unos estudiantes para realizar actividades distintas a su profesión:

1. Efecto entrenamiento.- si la institución de afiliación se encontraba a la cabeza de las actividades;
2. Efecto de liderazgo.- relaciona las acciones del jefe del departamento que incrementan las probabilidades de los estudiantes que forman parte de ese departamento se involucraran en las actividades; y,
3. Efecto de grupo.- mediaba la experiencia de los individuos en puestos similares en relación al status académico y departamento, si estos individuos participan en diferentes actividades, la probabilidad de que emprendan son mayores.

### **2.3.3 Patrones de comportamiento social y psicológico en el ámbito académico**

El emprendimiento desde el punto de vista psicológico y sociológico, propone rasgos y características para el emprendedor que diferencian a un grupo de individuos de otros, como la autonomía, independencia y tolerancia al riesgo (Sexton y Bowman, 1985). Bajo este concepto, en el ámbito académico, existen ciertas características que motivan a estudiantes y científicos a interesarse en actividades emprendedoras, es la aspiración de mejorar el status económico, el deseo de descubrir nuevas cosas y querer ser autosuficiente.

Varios estudios han investigado la motivación más allá del deseo de tener ganancias, y estos recursos que se obtiene a través de un emprendimiento sirvan para generar nuevas investigaciones y obtener mayor popularidad. Los estudiantes universitarios y emprendedores tienen estándares

de comportamiento que los diferencia de otros. Desde esta perspectiva, Lam (2011) analizó los factores externos e internos de motivación que tienen los estudiantes para iniciar una actividad comercial, esta motivación podía ser ganancias económicas, popularidad entre profesionales, incentivos y el gozo personal (Figura 7). A pesar de las diferentes motivaciones que tienen muchos estudiantes, estos inician una actividad emprendedora para más para ganar popularidad que para obtener ganancias monetarias.

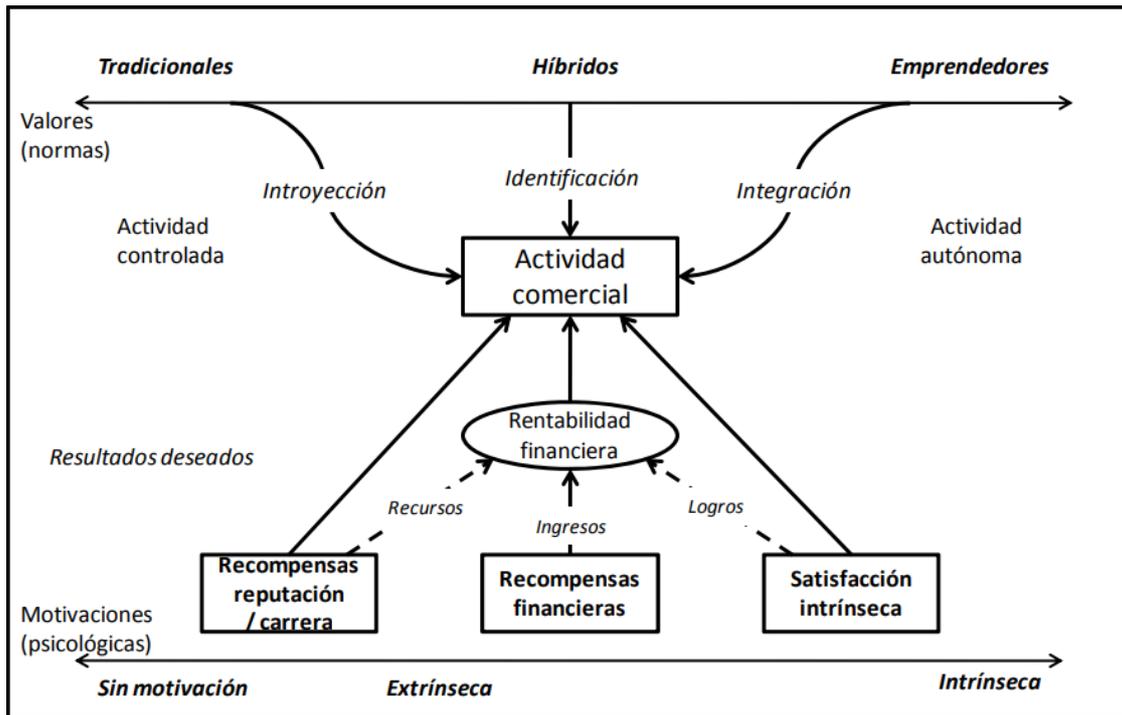


Figura 7. Factores psicológicos y motivaciones que influyen en la comercialización de la investigación.

Tomado de: "What motivates academic scientists to engage in research commercialization: 'Gold', 'ribbon' or 'puzzle'?" [¿Qué motiva a los científicos académicos a participar en la comercialización de la investigación: 'Gold', 'ribbon' o 'puzzle'?] Lam, A., 2011, Research Policy, 40(10), 1354-1368.

Aquellos científicos que siguen una ciencia tradicional, se ven mayormente motivados por factores externos que internos, estos científicos inician una actividad emprendedora por el hecho de llegar a ser conocidos y ganar un status. Por otro lado, aquellos que se ven más involucrados con el emprendimientos tienen motivaciones personales, es decir, se ven mayormente motivados por factores internos, como la satisfacción personal.

#### **2.3.4 Las oportunidades y su estructura**

El reconocimiento de oportunidades, dentro del proceso de las universidades para fomentar el hecho emprendedor, se puede definir como la identificación de un evento en el que se puede utilizar recursos que combinados puedan generar un beneficio, y este ser un indicador de la actividad emprendedora. Baron (2006) indicó que, los individuos requieren sentir la capacidad de identificar las oportunidades y mejorar estas habilidades, antes de iniciar un emprendimiento, y convertirse en emprendedor.

El proceso de convertirse en emprendedor por parte de los estudiantes también puede ser expuesto desde las oportunidades que se encuentran en el medio, ya que requieren conseguir recursos de inversionistas y otros individuos interesados en iniciar una empresa, en donde se debe abordar las perspectivas de un estudiantes emprendedor.

Los emprendedores exitosos están más atraídos a la capacidad de hacer inventos innovadores y tener elevados niveles de productividad, que en las etapas intermedias de estudio universitario un individuo se convierte en el gran estudiante emprendedor.

Últimamente, varios autores han coincidido en que un estudiantes se interesa por emprender al ser estimulado por las diferentes actividades que se le presentan en la universidad para poner en práctica lo aprendido. Entre las actividades se encontrarán: pulimiento de oportunidades, mejoramiento de sus habilidades y las capacidades que se tiene para construir redes (Rasmussen, 2011).

#### **2.3.5 El papel del emprendedor académico dentro del proceso de creación de una empresa**

En el entorno académico, la creación de una empresa presenta varias particularidades, ya que en su puesta en marcha se pueden presentar un sin

número de obstáculos y cambio que llevan una idea inicial a la creación de una empresa competitiva y rentable (Vohora et al., 2004).

Alonso (2014, p.126) fundamentado por Ndonzuau (2002) identificó cuatro etapas principales frente al emprendimiento de carácter académico:

- 1) La generación de ideas a partir de un estudio previo.
- 2) La realización de planes de empresa,
- 3) El establecimiento de emprendimientos académicos, y
- 4) El fortalecimiento de los emprendimientos en la generación de beneficios económicos.

Sin embargo, Roberts y Malones (1996) propusieron un modelo en donde se comienza con la obtención de fondos para llevar a cabo el estudio del negocio, dar a conocer los resultados y proteger los mismos; después proceder a la creación del producto y terminar con la puesta en marcha del negocio.

Desde un punto de vista que evoluciona, Vohora et al. (2004, p.152) propusieron etapas del proceso, y etapas de transformación (Figura 8). En el modelo propuesto, los emprendimientos deben pasar las cinco etapas de desarrollo:

- a) Investigación,
- b) Delimitación de oportunidad,
- c) Pre organización,
- d) Reorientación y
- e) Ingresos sostenibles.

Antes de pasar a las etapas de desarrollo, los emprendimientos deben superar cuatro fases: (1) reconocimiento de una oportunidad, (2) compromiso emprendedor; (3) credibilidad y (4) sostenibilidad.

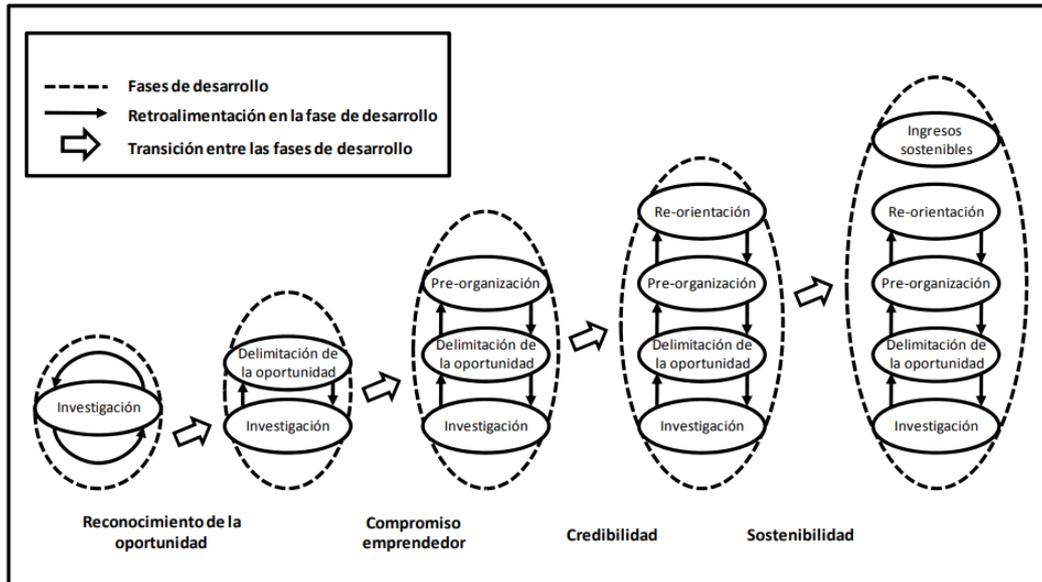


Figura 8. Fases en el desarrollo de spin-offs universitarias.

Nota. Tomado de "Critical junctures in the development of university high-tech spinout companies," [Coyunturas críticas en el desarrollo de empresas universitarias de alta tecnología], Vohra, A., Wright, M. y Lockett, A., 2004, *Research Policy*, 33(1), 147-175.

En la fase de estudio, el estudiante conoce como se constituirá la base de una nueva empresa; si se trata de un emprendimiento comercial, se debe superar la fase del reconocimiento de la oportunidad. Este reconocimiento viene a ser la relación entre la necesidad existente en un mercado y la solución para satisfacerla, la cual no ha sido descubierta por otros (Vohora, Wright y Lockett, 2004)

En la etapa de la delimitación de la oportunidad, se valora el desempeño; creando mercados potenciales para el producto o servicio. Una vez delimitada la oportunidad, se deben enfrentar a el compromiso emprendedor, el cual hace frente a la decisión de crear una empresa, en donde el investigador o el dueño de la idea inicial se transforme en emprendedor o pase a ser un emprendedor sustituto. Anteriormente, se ha descrito los factores que pueden influir en esta etapa.

Tomada la decisión, se comienza la fase de pre-organización, en donde el emprendedor debe conseguir recursos para la puesta en marcha del negocio. Para la obtención de recursos, se debe trabajar de manera estratégica en las

relaciones con proveedores y clientes potenciales, entidades financieras, sociedades capitalistas, inversores y otros socios potenciales. Esta es una de las etapas más críticas de la creación de un negocio, debido a que las relaciones con proveedores y clientes potenciales, entidades financieras, sociedades capitalistas, inversores y otros socios potenciales no están establecidas, puesto que no existe confianza hacia el emprendedor universitario o a la falta de cultura empresarial, esto puede considerarse como una desventaja competitiva. Si se logra una buena relación con los actores antes mencionados, se pasa a la fase de re-orientación.

En esta fase, se obtienen los primeros ingresos por la venta de producto o servicios con valor añadido. Aquí se inicia la etapa operativa del negocio, en donde el emprendedor trabaja con los recursos obtenidos de manera óptima para lograr las ganancias que se requieren, lo cual lleva a la reconfiguración de la empresa. Aquí, el emprendedor debe ser competente para administrar y hacer crecer la empresa, mantener una financiación sostenida, saber reconocer las amenazas y oportunidades que puedan presentarse, y tener un nivel de participación en el mercado que generen utilidades. Y es donde se comienza con la última fase.

Para que exista una sostenibilidad del negocio, el emprendedor debe mantener el nivel de ingresos necesarios para hacer funcionar la empresa y lograr el crecimiento a largo plazo. Los ingresos pueden adquirirse al plantearse metas de ventas, el logro de estas permitirá la colaboración de otras empresas o el ingreso de nuevos inversores. Es en esta etapa en donde los emprendedores han desarrollado y pulido las habilidades que se necesitan para completar las fases del emprendimiento, y si logran superarlas todas, pasan a la última fase del proceso: la de ingresos sostenibles.

En la fase de ingresos sostenibles, las empresas se transforman en organizaciones autosuficientes, a pesar de mantener relación con la universidad; esto sucede cuando uno de los integrantes permanece en constante investigaciones científicas.

Las fases del emprendimientos son diferentes actividades que se han ido desarrollando de forma dinámica por varios individuos a través del tiempo (Vanaelst et al., 2006). A pesar de que los emprendedores se encuentren en etapa universitaria, facilita la creación de empresas y al mismo tiempo limita el proceso, también, con el pasar del tiempo se adquieren más conocimientos y estos dan paso a la modificación de los modelos de negocios al reconocer que oportunidades y recursos se tienen (Druilhe y Garnsey, 2004). Desde este contexto, el equipo emprendedor universitario también se transforma a lo largo del tiempo y los recursos que necesitan pueden cambiar al momento de iniciar el emprendimiento.

Poole y Van de Ven (2004) señalaron que los emprendimientos llegan a ser exitosos cuando son realizados con intención. Rasmussen (2011) propuso un modelo conceptual del proceso de creación de una empresa desde el enfoque universitario, en donde se visualiza la existencia de intención de emprender de cientos de estudiantes. La intención de los estudiantes forma la causa de la creación de negocios, lo cual es fundamental en las primeras etapas de creación de emprendimientos.

La mayoría de investigaciones en procesos de planeación estratégica y toma de decisiones se ven comprendidos por las intenciones (Poole y Van de Ven, 2004). Estos procesos son de aprendizaje adaptativos, en donde se entiende que las empresas cambiarán su comportamiento en base a lo que se ha aprendido.

Es en estos casos en donde se visualiza de manera clara que los comportamientos planteados inicialmente, van cambiando a medida que los estudiantes adquieren nuevos conocimientos que ayudan a lograr los objetivos.

Por tanto, las teorías ayudan a tener una mejor comprensión del comportamiento humano en el proceso de emprendimiento universitarios.

## 2.4 El Emprendimiento

A lo largo de las décadas el concepto de emprendimiento ha sido categorizado y asociado por diferentes autores o investigadores de esta materia. Para Drucker (1985), el emprendimiento es influir profundamente en la construcción de economías en base a personas innovadoras que buscan un cambio y responden de forma autónoma para crear oportunidades de negocios.

Minniti (2012), dijo que las intenciones y voluntades de los individuos para generar conveniencias de intermediación implican riesgos monetarios y económicos en la creación de nuevos negocios. Muchos economistas han definido a la figura del emprendedor como propiciador de procesos de innovación permitiendo la convivencia de las sociedades.

Actualmente, la definición de emprendimiento no ha sido consolidada, al no existir una definición única, los autores han optado por sugerir conceptos en función a los proyectos, investigaciones o incluso las intenciones que persiga. Es así que (Ibarra, 2016) en sus investigación sobre emprendimiento y entorno emprendedor señaló que un proyecto empresarial cubre total o parcialmente una necesidad de las sociedades, a través de la innovación.

Pese a la importancia del emprendimiento en desarrollo económico de un país, Michelacci (2013) propuso un modelo de crecimiento basado en tecnología, afirmando que una sociedad no puede crecer si no existe el fenómeno del emprendimiento y en donde el cambio tecnológico ayudará a producir nuevas empresas.

Acs, Audretsch, Braunerhjelm y Carlsson (2004), defendieron que la inversión en recursos humanos es muy importante para el crecimiento en las economías, sin embargo, debe haber un encargado que filtre aquellas personas que destacan en lo que se denomina “conocimiento económico relevante” o también conocido como el emprendimiento.

Van Steal, Carree y Thurik (2005), demostraron en sus

investigaciones que el emprendimiento afecta el crecimiento del país pero en función a la renta per cápita de este. Lo que se puede decir en base a esto es que el emprendimiento depende de la etapa de desarrollo en la que se encuentra ese emprendimiento, sin embargo este puede ser afectado por múltiples variables como por ejemplo la calidad del emprendimiento, el cual se puede dar por oportunidad o por necesidad en nichos de mercados que ya se han definido.

Ibarra (2016) señaló que el emprendimiento además de tener repercusiones en el crecimiento económico también tiene efectos positivos en la generación de empleo, siendo importante para la macroeconomía y solo se pueden visualizar en el mediano y largo plazo.

Sin embargo para la generación de negocios no se necesita solo del emprendedor, se deben estudiar aspectos influyentes como el liderazgo u otros factores que compartan una estructura similar. Autores como Gibb (1993) y Veciana (1999) dirigen sus modelos y teorías en tres elementos importantes: el emprendedor o empresario, la empresa o proyecto y el entorno.

#### **2.4.1 Teorías del emprendimiento**

Veciana (1999), clasificó al emprendimiento en diferentes teorías enfocándolos a niveles individuales, empresariales y mundiales, para poder explicar la creación de nuevos negocios y las funciones que desempeñan los emprendedores.

##### **2.4.1.1 Enfoque económico**

El enfoque económico trata de explicar las funciones del emprendedor o empresario sobre la razón económica. Como teorías representativas de cada nivel de análisis y enfoque, se definirán las teorías del beneficio del empresario,

costes de transacción y desarrollo económico correspondiente a cada nivel individual, empresarial y mundial.

Teoría del beneficio del empresario: Knight (1947) estableció que el emprendedor es el único factor productivo dentro de la sociedad porque considera que es el único que puede utilizar los factores productivos: trabajo, tierra y capital. Otras ideas hacen referencia hacia el riesgo y la incertidumbre siendo estas aleatoriedad con probabilidades que no se pueden asegurar.

Knight defendió su teoría diciendo que el emprendedor solo genera beneficios después de pagar factores contratados y otros costos que incurren en el desempeño del negocio, considerándolo esto como un residuo, por otra parte considera como premio al hecho de haber soportado el riesgo y la incertidumbre, mencionando que el residuo será un beneficio acorde a las habilidades y al manejo de los negocios.

Teoría de los costes de transacción: En los años treinta se citaron diversas teorías sobre la creación de nuevas a partir de costes provenientes de transacciones; es así como Coase (1937) sugirió en su teoría que se debe identificar los agentes que produzcan intercambios problemáticos y costos para buscar una alternativa más eficiente.

Las soluciones que busca esta teoría es determinar la estructura del entorno o los gobiernos más convenientes para un negocio, teniendo en cuenta la creación de la empresa, las intenciones, la idea o proyecto y las relaciones o redes.

Teoría del desarrollo económico: La teoría del desarrollo económico fue desarrollada por Schumpeter en 1912, donde detallaba que los nuevos negocios y la creación de estos son factores de crecimiento económico dependientes del emprendedor o empresario el cual combina los factores productivos que permiten el impulso de las economías. A su vez Shane (1996) demostró que la tecnología es una oportunidad para que los emprendedores y

empresarios creen negocios aprovechando los factores productivos que provocan procesos de cambios e innovación.

Montoya (2004) en base a Schumpeter defendió que la tecnología provoca procesos de transformación y mueve la producción, provocando lo que hoy por hoy conocemos como innovación tecnológica. Sin embargo estas innovaciones no crean transformaciones sociales si no que contribuyen a la economía siendo estas innovaciones radicales como la creación de negocios y bienes de consumo, ingreso a mercados nuevos, relaciones con fuentes de adquisición de materiales de producción, creación de métodos de producción y comercialización y los procesos de gestión y cambios en el entorno del negocio.

#### **2.4.1.2 Enfoque psicológico**

El enfoque psicológico analiza a los emprendedores por sus rasgos y sus perfiles, indagando aspectos que lo diferencia de aquellos que no lo son. Las teorías sobre este enfoque explican las decisiones y motivos del porque los individuos o la sociedad deciden crear negocios.

Veciana (1999), señaló que dentro de nivel de empresas no existen enfoques psicológicos de manera que se desarrollará a continuación, teorías de enfoque individual y global como la teoría de los rasgos de personalidad y la teoría del empresario de Kirzner.

Teoría de los rasgos de personalidad: A lo largo de los años ochenta Winslow y Solomon (1987), desarrollaron en su teoría que los emprendedores dependen de rasgos característicos, diferenciando al empresario del resto de la población por su éxito y sus intenciones de generar valor. Por lo tanto, su objetivo está en indagar las particularidades que diferencian a los emprendedores de éxito con los demás.

Sin embargo Alonso y Galve (2008), destacan como rasgos de éxito las necesidades de independencia, que son el factor que impulsa los

emprendimientos y su creación siendo estos: a) la autorrealización, b) Autoconfianza, c) espíritu de riesgo, d) Pasividad a lo ambiguo.

- **La autorrealización:** Son las necesidades de logro de los emprendedores, donde buscan la mejora continua y la productividad de las acciones actuales.
- **Autoconfianza:** Confianza autónoma e individual que tienen las personas para guiar su destino. Está relacionada con la creatividad, innovación y el éxito empresarial.
- **Espíritu de riesgo:** Los emprendedores realizan predicciones y calculan todo tipo de posibles riesgos, estos a su vez tratan de asumirlo y controlarlo, logrando conocer las consecuencias de las situaciones de riesgo.
- **Pasividad a lo ambiguo:** Las personas utilizan información incompleta para aventurarse a realizar negocios novedosos y diferentes. Entre más incompleta y difícil sea la información acerca de lo que se quiere promover, más probabilidad hay para sacar adelante una empresa (p.15).

A pesar de los estudios profundos acerca de los rasgos de personalidad, su estudio ha venido disminuyendo por las teorías acerca de ella solo explica el éxito de los emprendedores y no el perfil de este.

Teoría del empresario de Kirzner: Kirzner (1995) en sus teorías psicológicas asumió que los procesos y objetos de los mercados son de descubrimiento y anula los debates sobre la distribución del mismo que ya son temas éticos. Esta teoría propuso lo que hoy conocemos como la tarta o pastel, que son las proporciones a repartir y que los objetos son parte de un descubrimiento y no se le atribuyen recursos.

La regla quien lo descubre puede quedárselo no solo es basado en el ámbito capitalista, si no en las cuestiones éticas de los factores de producción, ya que estos no esperan a ser entregados si no a ser descubiertos (Kirzner, 1995). Entendiendo que el funcionamiento de los mercados son acciones de aprovechar errores de otros y gracias a estímulos se pueden corregir.

#### **2.4.1.3 Enfoque gerencial**

El enfoque hace referencia a las capacidades que tienen los emprendedores para aprender de experiencias pasadas y la manera racional para crear empresas. Esto se debe a que los individuos tienen pensamientos y generan competitividad, considerándose poseedores de conocimientos para poner en marcha una empresa. Para desarrollar este enfoque Veciana (1999) mencionó que no existe un enfoque a nivel global perteneciente a las gerencias, pero si existe a nivel individual y empresarial, como la teoría de la eficiencia X de Leibenstein y el Entrepreneurship corporate Entrepreneurship.

Teoría de la eficiencia x de Leibenstein: Fue desarrollada por Leibenstein (1968), donde manifestó que las organizaciones utilizan recursos erróneamente o incluso no llegan a utilizarlo. Por medio de inputs y outputs Leibenstein detalló factores que producen la ineficiencia como las decisiones sobre el esfuerzo que utilizará el trabajador, las funciones de producción que no son conocidas o definidas o incluso el desconocimiento de los mercados de los factores de producción. Frente a esta problemática de ineficiencia plantea al emprendedor o gerente como una amenaza, donde las empresas y negocios deben contar con personas que conecten con diferentes mercados, suplan deficiencias, se manejen con productividad y aprovechen oportunidades.

Entrepreneurship corporate Entrepreneurship: Es un elemento que aprovecha las intenciones emprendedoras dentro de las organizaciones también conocido como “ventura management” (Ibarra, 2016). En la actualidad Thornberry (2001) estableció que la creación de empresas está relacionada con

sus competencias principales y el intraemprendimiento está más asociado con los spin-offs o extensiones de la empresa por parte de colaboradores que laboran en ella.

En los mercados actuales las universidades, instituciones, empresas y organizaciones fomentan e incentivan el emprendimiento corporativo como una ventaja competitiva y creación de valor. Esto se debe mantener con cuidado porque si las personas que laboran en las organizaciones no se sienten conformes con su trabajo, la posibilidad de que desarrollen sus ideas lejos de la empresa es más alta, generando ineficiencia y convirtiéndose en posibles competidores.

#### **2.4.2 Importancia del emprendimiento**

En varios países a nivel mundial se ha podido evidenciar que el emprendimiento es de suma importancia por los valores y beneficios que este genera. Puesto que la crisis ha influido en la necesidad de obtener mayores ingresos y en buscar estabilidad económica, los emprendimientos han permitido hacer la realidad de vivir una vida decente. Según Tello y Toaquiza (2017), la importancia del emprendimiento nace de los altos niveles de desempleo y la baja calidad de empleos que no permiten la adquisición adecuada de recursos propios.

En referencia a lo anterior se puede decir que se ha creado en las personas la necesidad de generar recursos propios, oportunidades de iniciar negocios personificados y abandonar el hecho de ser empleados y ser empleadores.

Principalmente para los jóvenes universitarios es necesario contar con mucho valor y audacia para buscar una salida de las crisis y convertirse en dueños de sus propios negocios; siendo estos conscientes de que existe un riesgo pero teniendo en mente el objetivo de generar recursos propios que satisfagan sus necesidades.

### **2.4.3 Emprendedores**

“Los emprendedores son individuos que rompen los esquemas de lo tradicional, siendo estos innovadores, únicos y con dotes de liderazgo para encontrar lo que otras personas no pueden ver” (Schumpeter, 1934, p.77-78). Además a esto definió que tienen comportamientos variables y comportamiento que transforman a estas personas considerándolas como especiales.

Schumpeter (1934) mantuvo definiciones para distinguir a los empresarios y distinguirlo de usuarios con los cuales se puede mantener confusiones. “Los empresarios no son capitalistas, solamente se definen como empresarios cuando se llevan nuevas combinaciones y pierden el carácter al poner en marcha el negocio” (p.88).

El emprendimiento o persona emprendedora se relaciona con las actividades de cambio y organización destacándola en el concepto de destrucción creativa como transformación o molde que acompaña a las innovaciones. Los empresarios en el argumento de Schumpeter (1934): son revolucionarios y encargados de realizar procesos de creatividad. La innovación “consiste en romper las tradiciones y crear una nueva, aplicando como objetivo principal su actuación económica, haciendo extensivo el comportamiento y conducta moral, cultural y social” (p.101).

Según Novillo, Sarmiento y Espinosa (2017) los emprendedores son individuos que asumen riesgos y están en la búsqueda de beneficios como: innovar, coordinar recursos y crear oportunidades para lograr decisiones acertadas, aun teniendo limitantes sociales, políticas o de entornos empresariales no favorables para el negocio.

### **2.4.4 Entorno emprendedor**

Tal y como especificó Fuentelsaz, González, Maicas, Montero (2015, p.246), los emprendimientos en determinados sectores o regiones son condicionados por los entornos y los factores donde se dan estos, ya que el entorno proporciona la facilidad o en otros caso

el desincentivo de intenciones para poner en marcha un negocio. La creación de negocios y empresas no solo requieren del emprendedor o de su figura, dependen de factores, agentes, políticas e infraestructura para llevar a cabo una idea.

Para Rebollar (2017), todo lo que rodea al emprendimiento es considerado un entorno emprendedor. Los recursos económicos, la educación, el dinamismo social y cultural, la políticas todo lo que influye al emprendimiento o emprendedor es un entorno para este.

#### **2.4.5 Tipos de Emprendimientos**

El emprendimiento dentro de una sociedad, tienen diversos puntos de vista; no es lo mismo emprender por una idea u oportunidad que por una necesidad. Vainrub (2009) detectó que cuando los individuos tienen una oportunidad y la combinan con habilidades y entrenamiento estos dejan a un lado la necesidad.

Por otro lado Thompson (s.f) dijo que la forma jurídica condiciona las actividades, obligaciones y responsabilidades de los negocios y las empresas, haciendo que estos nuevos negocios sean de carácter formal y reglamentario o informal en contra de la ley.

Finalmente Pico (2016) desarrolló en su investigación que la creación de empresas reflejan las percepciones que tienen los individuos frente al desarrollo económico, planteando 2 divisiones: los emprendimientos productivos o de oportunidad y los emprendimientos informales o de necesidad.

##### **2.4.5.1 Emprendimientos Formales productivos**

La relación entre las actividades emprendedoras y el desarrollo económico fue establecida por el anteriormente mencionado Schumpeter (1934), donde colocaba al emprendimiento como el centro de la economía. Sin embargo, muchos autores e investigadores han colocado al emprendimiento

como restos que no se atribuyen a la productividad y es susceptible para medirlo (Minniti, 2016).

Analizando las determinantes que influyen en los componentes emprendedores, Baumol (1993) planteó su teoría que la productividad emprendedora o emprendimiento productivo es toda actividad que contribuye a directamente o indirectamente a las economía y a sus capacidades. La innovación influye en esa productividad y facilita las actividades que contribuyen a la producción de bienes y servicios.

Foss y Foss (2002) definió al emprendimiento productivo como el descubrimiento de nuevos atributos, oportunidades y procesos donde el descubrimiento conduce a un aumento de la economía.

Dallago (2000) enfatizó la importancia del capital social para relacionar contrato y aumentar la productividad de negocios que influyan en sistema económico. Anguizaca (2010) argumentó que el objetivo de los emprendimientos productivos es promover las unidades productivas de empresas en desarrollo o de pequeñas y medianas empresas ya constituidas y que son provenientes de economías de subsistencia.

Para Ruiz (2017), el surgimiento de nuevas empresas y la innovación se las considera un factor de productividad, ya que las condiciones esenciales para que se den los fenómenos del emprendimiento conlleva a la inversión, creatividad y nuevos procesos que cobran importancia en el crecimiento de las economías. De esta forma se puede decir que los emprendimientos productivos y las estructuras de los beneficios económicos conllevan a actividades planteadas por reglas financieras y productivas.

#### **2.4.5.2 Emprendimientos informales**

Los emprendimientos informales son fenómenos de carácter socioeconómico que ocurren por la creencia que forman la estructura social frente a determinados grupos de personas (Tomás Páez, 2009).

Además de la cantidad de colaboradores, los factores laborales, fiscales y sociales cuando no son cumplidos o no son honrados estos convierten a un objeto en informal (Ruiz, 2017). A tal efecto, se afirma que las actividades que incumplen las normas, regulaciones, contratos laborales, normas de contaminación, impuestos y aspectos sociales, son del sector informal, concluyendo que los emprendimientos informales no cumplen las normativas para ser considerados empresas o negocios según la ley (Freije,2002).

Cárdenas y Mejía (2007) avalaron que la informalidad está ligada a la no posesión de un registro empresarial o mercantil.

Rozo (2009), afirmó que los negocios o emprendimientos informales están caracterizados por su ubicación y su infraestructura, ya que este debe ser condicionado con un lugar de servicio o ventas, además de mantener el cumplimiento de las obligaciones legales de las empresas.

Para Ferreira y Tiryaki (2008) asoció a los negocios informales con la evasión de impuesto, incluyendo actividades que no se contabilizan por los gobiernos. A esto no se incluye los servicios de voluntariado, actividades criminales y la elaboración doméstica de productos no destinados al comercio.

Camacho (2016) dijo que la economía informal está estructurada por unidades productivas de emprendimientos a menor escala provenientes de personas o familias, sin una jerarquía definida, sin una constitución y sin capacitaciones, donde es difícil diferenciar entre el capital invertido, el trabajo, la tecnología aplicada y el mercado no regulado o competitivo. La informalidad según León es un empleo ocasional que no está acuerdo a las garantías formales, ya que estas se dedican a la producción y venta de bienes y servicios, con el fin de generar ingresos personales o familiares, sin el pago de impuestos, sin afiliaciones, sin contratos y sobre todo no es remunerado bajo las leyes del sueldo básico o el salario.

Por otro lado recordando teorías anteriores, Schumpeter (1934), identificó a los emprendedores como personas capaces de innovar, satisfacer

necesidades y ordenar recursos beneficiosos para la sociedad y para uno mismo, siendo un incentivo para ser sus propios dueños.

Bajo estos conceptos se puede decir que la informalidad responde a decisiones de oportunidad o de necesidad, evidenciando que los emprendedores toman la decisión de mantenerse en el sector informal de la economía no por exclusión, si no por no tener la capacidad o porque decidieron no seguir las normativas propuestas (Schumpeter, 1934).

## **2.5 Marco Conceptual**

En este subcapítulo, se encontrarán las definiciones de las palabras claves que permitirán un mejor entendimiento del tema a investigar, también se hallarán definiciones de las variables del modelo seleccionado para el estudio, para una mejor comprensión de las mismas. Haciendo énfasis a la finalidad del estudio.

### **2.5.1 Liderazgo**

En la actualidad, existe un sin número de teorías, definiciones y conceptos del liderazgo, basándose en el comportamiento del individuo, la cultura, la demografía, dando como resultado variables que permiten identificar el rol de ser líder, para conseguir llevar al éxito a un proyecto o empresa. Se puede decir que el liderazgo es fundamental dentro de una organización o de un proyecto, al verse involucrado con el cumplimiento de los objetivos establecidos, aunque el proceso para alcanzar dichos objetivos sean diferentes al de una planificación netamente operativa (Gil e Ibarra, 2014). Elmore (2013) mantuvo que el liderazgo es la base de conocimientos, habilidades y maneras de aprendizajes que poseen los individuos para crear, alimentar y desarrollar diferentes actividades.

Por lo tanto, al hablar de liderazgo, se puede relacionar el significado con las distintas habilidades que poseen ciertas personas para poder influir sobre

otras. Para (Leithwood, Day, Sammons, Harris y Hopkins, 2006) el liderazgo, no se encuentra establecido por la autoridad (jerarquía) o poder, por lo contrario, el liderazgo se puede emplear en distintas situaciones, sobre todo en el ámbito empresarial, en donde se busca el logro de objetivos comunes.

Castro (2007) consideró que un líder, cuenta con habilidades para poder sobrellevar cualquier eventualidad o problemática que se le presente, con un porcentaje elevado de efectividad.

Para Murillo (2006), al hablar de líderes, se habla de las habilidades natas que poseen ciertas personas para poder desarrollar actividades de manera que sobresalga de otras personas, es decir, los líderes cuentan con rasgos personales que les permite un mejor desenvolvimiento ante alguna eventualidad. Por ello, (Thieme, 2005) para definir un perfil de liderazgo, recoge las habilidades que posee el individuo: la personalidad, los valores, las motivaciones y las competencias.

Sin embargo, desde un enfoque tradicional, el líder es una persona con dotes de oratoria y con un enfoque amplio ante los proyectos, con habilidades para guiar, supervisar y controlar, no solo por el cumplimiento de un cargo o actividad, sino también formando parte de la puesta en marcha de un trabajo (Contreras, Barbosa y Castro, 2012).

### **2.5.2 Capacidad de Liderar**

Las personas que pueden considerarse líderes, deben saber trabajar con un grupo de individuos, permitiendo la realización de actividades de manera óptima y a su vez, saber afrontar y superar distintas problemáticas que se presenten (Deci y Ryan, 1990). En consecuencia, tener capacidad de liderar, se relaciona con las habilidades que posee un individuo para hacer el papel motivacional o de guía ante un grupo de individuos.

Por otro lado, Bennis (2000), veía la capacidad de liderazgo como una motivación que contribuía de manera eficiente a la realización de actividades,

inculcando el trabajo en conjunto de los implicados en la realización de una actividad y de esta manera pudiesen ampliar sus competencias y conocimientos, logrando el desarrollo de las actividades de manera eficiente contribuyendo al crecimiento de una organización o realización de un proyecto.

Gil e Ibarra (2014) indicaron que en la capacidad de liderar de un individuo, cuenta con una amplia visión para trabajar de manera colectiva, tomando en cuenta que el líder debe contar la facilidad de relacionarse con el equipo de trabajo para generar un vínculo de confianza entre ellos, pudiendo así desarrollar las competencias del equipo y cumplir con el objetivo planteado.

### **2.5.3 Intención de Emprendimiento**

Previo a la decisión de emprender o no de los estudiantes universitarios, existe la intención emprendedora, la cual hace referencia a la idea de crear un negocio y de la evolución del mismo a corto o largo plazo. La autoeficacia es el elemento fundamental para la decisión de crear un negocio, la familia, valores, personalidad, educación, cultura y entorno social también son elementos que intervienen en la intención de emprender en un proyecto (Bandura, 1997, Krueger y Carsrud, 2000).

Para Prodan y Drnovsek (2010) la intención emprendedora se definió como un estado de la mente que tiene un individuo ante la idea de crear un negocio y cuáles son los posibles pasos para lograrlo.

Varios investigadores han planteado distintos modelos de intención emprendedora con la finalidad de conocer sus variables (Küttim, Kallaste, Venesaar y Kiss, 2014).

Los modelos han coincidido con la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen y el Modelo del Evento Empresarial de Shapero (Karali, 2013, citado por Küttim et al., 2014).

### **2.5.3 Teoría del Comportamiento Planificado**

La Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (TCP) (1985; 1991) se la puede considerar como una actualización de la Teoría de la Acción Razonada (TAP) (Ajzen y Fishbein, 1980; Fishbein y Ajzen, 1975), en la cual se extiende el estudio del comportamiento del individuo. Por tanto, bajo el concepto de la TCP, la conducta de un individuo viene dada por intención y a través de esta, se determina los constructos de la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido, y estas indican cuál tiene mayor influencia sobre la conducta.

La mayoría de los estudios coinciden en que la intención emprendedora está relacionada con la TCP (1991), la cual describe las intenciones como un comportamiento ligado a la idea de crear negocios, en donde estas intenciones están sujetadas por la actitud, normas subjetivas y el control percibido.

Los constructos de la TCP hacen referencia a la Actitud hacia el Comportamiento, como la actitud que adapta el individuo ante la toma de decisión de crear un negocio, previo a los estudios que describan si la situación de crearlo generará beneficios o no, es el primer factor para convertir una intención en acción, las normas subjetivas, siendo el segundo factor para convertir la intención en acción, este toma a consideración la apreciación del emprendedor ante las opiniones de la sociedad que lo rodea y al control conductual, siendo el último factor de la conversión de intención en acción, distingue las habilidades o inhabilidades y las experiencias anteriores que ayuden a prevenir las problemáticas que pudieran presentarse ante la creación de un negocio.

#### **2.5.3.1 Familia Emprendedora**

Los emprendimientos, muchas veces pueden ser influenciados por distintos factores ya sean estos de oportunidad o necesidad, por motivación de familiares, amigos o ideas vistas en redes sociales, (Molina, Ortega y Velilla,

2017) consideran que la influencia de las variables se encuentran estrechamente relacionados con la edad.

En el caso de familias emprendedoras, los hijos de madres y/o padres emprendedores, suelen heredar el negocio familiar, obtener mayores conocimientos dentro del ámbito de negocios, adquirir experiencias y desarrollar habilidades empresariales, en comparación con aquellos que no vienen de madres y/o padres emprendedores, a estos las condiciones familiares suelen ser un impedimento para el desarrollo de negocio.

En consecuencia, la relación en la intención de emprender y las familias emprendedoras pueden llegar a influir en la decisión de emprender o no (Ferrando-Latorre y Velilla, 2018).

A pesar de que en las universidades se brinden conocimientos para desarrollar habilidades empresariales, estas son previamente adquiridas desde el núcleo familiar y estas suelen intervenir en la decisión emprendedora (Heckman, Stixrud y Urzua, 2006; Doepke y Zilibotti, 2014; Velilla y Ortega, 2017).

## **2.6 Marco Referencial**

En este subcapítulo, se mencionarán distintos estudios que motivaron a la realización de este trabajo.

### **2.6.1 Liderazgo**

Los estudios del liderazgo aumentan cada vez más, debido a su continua presencia en el éxito de empresas, relaciones personales y sociales; tanto es la presencia, que se la puede considerar como una condición para llegar a una meta (Fernández y Quintero, 2017).

Para Kim & Mauborge (2014) en los programas de liderazgo se busca desarrollar habilidades como autoconciencia, autorregulación y empatía, para perfeccionar las habilidades cognitivas y de comportamiento las cuales se reflejan en un desempeño de calidad.

Para Castela, Gonzales, Jordán y Ruiz (2015), el liderazgo forma parte de cualidades personales necesarias para crear nuevos negocios en los estudiantes universitarios, donde existen cambios y forman actitudes en base al fracaso o la autoconfianza.

### **2.6.2 Intención de Emprendimiento**

La intención de emprender se lo considera un factor importante para iniciar una carrera empresarial. El estudio de la intención de emprender en universitarios se lo considera como un estudio potencial para la creación emprendimientos (Thompson, 2009).

En Chile, diversos estudios de la Intención Emprendedora ha sido relacionada con los estudiantes universitarios, debido a la generación de autoempleo (De Jorge, 2013; Bae et al., 2014; Fayolle y Gailly, 2015).

Para Cabana, Cortés, Plaza, Castillos y Álvarez (2013), la actitud y los atributos de los estudiantes pueden determinar la capacidad emprendedora.

### **2.6.3 Teoría del Comportamiento Planificado**

Kautonen & Flink (2015) utilizan la teoría del comportamiento planificado de Ajzen 1991, para explicar el comportamiento de un individuo debido a que esta teoría considera factores internos y externos del individuo los cuales impulsan la realización de una acción.

La TCP de Ajzen 1991, es uno de los modelos más utilizados para el estudio de la intención emprendedora, debido a que cada constructo del

modelo afecta de manera significativa la intención de emprender (Osorio & Londoño, 2015).

Tabla 2  
*Comparación de estudios de intención Emprendedora con TCP*

<b>Autor (año)</b>	<b>Modelo de Intención</b>	<b>Muestra</b>	<b>Hallazgos</b>
<b>Kolvereld (1996)</b>	TCP	Estudiantes noruegos de escuela de negocios	La experiencia de autoempleo, género y antecedentes familiares solo afectan indirectamente la intención de autoempleo a través de su efecto sobre la actitud, las normas subjetivas y el control conductual percibido.
<b>Tkacher y Kolvereld (1999)</b>	TCP	Estudiantes universitarios en Rusia	La actitud, las normas subjetivas y el control conductual percibido determinan la intención en la situación de elección de empleo de estudiantes rusos.
<b>Kruerger b (2000)</b>	TCP/SEE	Estudiantes universitarios	El modelo de intención es significativo, no en tanto el determinante de las normas sociales. Tanto TCP y SEE explican la intención emprendedora pero es mayor el de SEE.
<b>Veciana b (2005)</b>	TCP/SEE	Estudiantes universitarios de Puerto Rico y Cataluña	La relación entre variables demográficas y la intención emprendedora no es la misma con estudiantes de diferentes países.
<b>Liñan y Chen (2006)</b>	TCP	Estudiantes universitarios de España y Taiwan	Las variables demográficas, excepto el género, tienen efecto con baja significatividad sobre los determinantes de la intención emprendedora.
<b>Fayolle b (2006)</b>	TCP	Estudiantes universitarios	El programa de educación en emprendimiento tiene impacto significativo sobre la intención emprendedora de los estudiantes. Sin embargo, el impacto no es significativo para el comportamiento controlado percibido.
<b>Kolvereld e Isaksen (2006)</b>	TCP	Empresarios nacientes de noruega	Las actitudes y las normas subjetivas determinan la intención de autoemplearse.
<b>Souitaris b (2007)</b>	TCP	Estudiantes universitarios de Londres (UK) y Grenoble (Francia)	Los programas de emprendimiento son fuente desencadenante que inspira a los estudiantes a cambiar la mentalidad.
<b>Wu y Wu (2008)</b>	TCP	Estudiantes universitarios de China	La educación universitaria ofrece una explicación para la intención emprendedora. Se estima el modelo de TCP y se válida

---

**Van Gelderen b (2008)** TCP Estudiantes universitarios de Holanda

para estudiantes universitarios de China.  
Las variables más importantes para explicar la intención emprendedora son el estar alerta como expresión de la actitud y la importancia de la seguridad financiera como expresión del comportamiento controlado percibido.

---

*Nota.* Tomado de "Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición," por Osorio, F., & Londoño Roldán, J. (2015), *Cuadernos de Administración*, 28 (51), 103-131.

## Capítulo III

### 3. Metodología

En el desarrollo del presente capítulo, se dará a conocer la metodología aplicada al objeto de estudio y a la investigación como tal, en la que se ha considerado el diseño de la investigación, el tipo y las fuentes de información, la población como sujeto de estudio y la utilización de instrumentos de investigación, como la encuesta para extraer información y analizarlos en los resultados previstos.

Para este fin, será necesaria una serie de procedimientos, que parte desde la formulación y la problemática y el marco teórico para establecer el diseño apropiado para analizar la situación del fenómeno a estudiar.

Según Flores y García (2017) en base a Gómez (2006, p.85), el enfoque de la investigación está orientado al análisis de información en lugares donde ocurren los hechos, los datos considerados cualitativos o cuantitativos se recopilan y se los analiza con el fin de validar la respuesta ante el planteamiento del problema. El positivismo y el análisis de datos consiste en la observación y experimentación de una población con herramientas que permitan analizar a través de muestras probabilísticas un análisis de estadística compleja que tiene como función dar un resultado previsto (Schiffman, 2012).

Las definiciones anteriormente mencionadas evidencian enfoques y procedimientos para realizar estudios y validarlos de forma metodológica, generando conocimientos exactos para el proceso de investigación.

#### 3.1 Diseño de investigación

El diseño de la investigación se realizó bajo los enfoques de métodos hipotético-deductivo y no experimental dando un horizonte de tiempo de investigación transeccional o transversal.

### **3.1.1 Hipotético-deductivo**

La orientación de este enfoque según Sánchez (2012) es el camino lógico para buscar problemas planteados. Dónde la emisión de la hipótesis consiste en posibles soluciones ante un problema planteado y comprobando que los datos tienen una relación con ella "(p.82).

Por esta razón, en el capítulo uno se planteó las hipótesis que posteriormente serán comprobadas en el análisis de resultados con los datos obtenidos en la metodología.

### **3.1.2 Diseño no experimental**

El diseño no experimental en la investigación presente permite medir la actitud emprendedora de estudiantes de pre- grado de las universidades de Guayaquil tomando en cuenta las opiniones o respuestas de la población en base a un instrumento.

El diseño de tipo no experimental está caracterizado por no manipular variables que se pueden observar de manera natural, sin influir en los resultados alcanzados (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2004).

Según Dueñas y Sabando (2018) en base a Toro y Parra (2006) y Ortiz (2004) la investigación no experimental, es realizable cuando no se alteran una o más variables independientes, observando los fenómenos o situaciones ya existentes para luego hacer un análisis y no construyendo estas situaciones.

La investigación utilizó la encuesta o cuestionario sin dar ninguna información previa que influya en las respuestas de los sujetos de estudio, solamente analizando la realidad de la situación o fenómeno.

### **3.1.3 Horizonte de tiempo, diseño de investigación transeccional o transversal.**

En la presente investigación, clasificando al diseño no experimental, se utilizará el diseño transaccional o transversal, donde este plantea la relación de un sin número de variables en determinados periodos de tiempo, obteniendo las medidas y analizando la interrelación presente en el estudio.

Rivera y Macías (2018), evidenciaron en su investigación que el diseño de investigación transversal es el más utilizado mediante encuestas y este a su vez recoge datos en un solo momento y periodo de tiempo único, describiendo variables, eventos o situaciones para analizar su incidencia e interrelación.

### **3.2 Enfoque de la investigación**

El enfoque de esta investigación tiene la finalidad de conocer los comportamientos del liderazgo que inciden en las intenciones de emprender de los estudiantes universitarios de pre-grado en la ciudad de Guayaquil.

La orientación cuantitativa según (Canales, 2006) se define como un “estudio de distribución de valores de una variable en una población de individuos, trabaja con unidades simples y equivalentes. Tanto en los instrumentos como en la muestra, este tipo de investigación analiza estadísticamente información obtenida de instrumentos que trabajan de manera numérica” (p.13).

Cuenya y Ruetti, (2010) mencionaron que las investigaciones de enfoque cuantitativo permite observar, recolectar, analizar y verificar información en base a datos numéricos o cuantificables.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) a través de una investigación cuantitativa se puede comprobar las hipótesis planteadas con la obtención de información, basándose en la medición numérica a través de

herramientas de estadísticas, que permitirán al investigador examinar los patrones planeados a investigar.

Por tanto, el enfoque de este estudio será cuantitativo porque se procederá a recolectar información a través del instrumento de encuesta y posteriormente tabular y analizar los resultados para conocer la incidencia del liderazgo en la intención de emprender de los estudiantes de universitarios de pre-grado en la ciudad de Guayaquil, para obtener las conclusiones. Finalmente, poder proponer recomendaciones para promover los emprendimientos en los universitarios de pre-grado.

### **3.3 Tipo de investigación y alcance**

Para el estudio del estudio del liderazgo y su incidencia en intenciones emprendedoras de estudiantes universitarios de pre-grado se plantearon diferentes tipos y alcance de investigación, siendo estos:

#### **3.3.1 Investigación Descriptiva**

La investigación descriptiva permite conocer el porqué del sujeto de estudio además de las diferentes situaciones que este presenta frente a la temática. En una investigación de este tipo la información descrita explicará y detallará los conocimientos, además de los diferentes aspectos que se presenten.

Desde el punto de vista científico, la descripción es medir minuciosamente las particularidades y características, tomando en cuenta un conjunto de elementos independientes (Narvèez, 2010). La investigación descriptiva también mide con precisión cada una de las variables tomadas en cuenta en el estudio.

Así entonces, en la investigación descriptiva, se estudiará el entorno del estudio, siendo para este caso, los estudiantes universitarios de pre-grado de las universidades de Guayaquil, con el fin de analizar los fenómenos, aspectos y problemáticas referentes a las temáticas, sin perder su objetivo que es la medición de los constructos detallados por las hipótesis.

### **3.3.2 Investigación Correlacional**

De igual manera además de la investigación descriptiva se utilizará la investigación correlacional, ya que se necesita determinar los comportamientos de los constructos o variables con respecto a otras. A través de esta se evaluará el grado de incidencia entre las variables implícitas y se evaluará en base a los resultados obtenidos.

Si bien los coeficientes de correlación que permiten expresar en términos cuantificables y numéricos el grado de relaciones de dos o más variables, no significa que estos guardan un orden causal. Para interpretar las relaciones se debe acudir a la lógica, porque la estadística de la tecnología y las computadoras no aclara los problemas (Flores y García, 2017).

La investigación correlacional puede mantener ventajas y desventajas, ventajas porque facilita la información de futuras investigaciones, teniendo un valor explicativo de modo temporal y parcial, generando alguna explicación y mostrando la exactitud por ser de relaciones reales y diarias, desventajas cuando se evidencia que las relaciones planteadas determinan las relaciones y no la razón.

### **3.3.3 Investigación de Campo**

La investigación de campo desarrollado, facilitará y permitirá la obtención de información por medio de procedimientos para fines de confiabilidad,

realidad y determinación de circunstancias y escenarios de sus fuentes. El entorno seleccionado son las universidades de la ciudad de Guayaquil donde los sujetos de estudio son estudiantes de pre- grado inmerso en la problemática, siendo este el objetivo de esta investigación.

### **3.4 Fuentes de información o instrumentos**

Para la realización del presente estudio y trabajo de investigación, se utilizaron fuentes de información: primarias y secundarias, que permitieron recolectar información necesaria para desarrollar el documento presente.

#### **3.4.1 Fuentes primarias**

La fuente primaria que se utilizará es la encuesta o cuestionario descriptivo, el cual se encuentra estructurado por preguntas dirigidas a las diferentes variables y constructos que influyen en las intenciones emprendedoras, con respuesta en escala de Likert. Las posibles afirmaciones tienen puntajes del 1 al 7 indicando el nivel de aseveración de los encuestados.

El cuestionario fue aplicado a estudiantes universitarios de pre-grado de la ciudad de Guayaquil, de forma presencial para que la muestra definida la complete. Se imprimieron las encuestas acudiendo a diferentes estudiantes de las universidades de estudios.

Según Pascual (2011) las encuestas son herramientas para obtener y registrar información, donde se manifiestan mediante estadísticas que sirven para tener una búsqueda de información por parte de un encuestador, esta será utilizada para analizar cuestiones subjetivas y elaborado para responder a las interrogantes que luego serán procesadas y por ende evaluadas.

Aras (2010) detalló, que las encuestas son un proceso de recolección de datos e información que resulta difícilmente observable, donde los encuestadores deberán preparar varios constructos observables directamente

por el investigador. La encuesta ayuda a estudiar y conocer el comportamiento de grupos y tomar decisiones, siendo esta una técnica de análisis social (Galindo, 2010).

El instrumento de investigación con el que se procedió a trabajar fue de encuestas, tomadas y adaptadas del estudio realizado por Henley, Contreras, Espinosa y Barbosa (2017), siguiendo así su modelo para establecer las variables pertenecientes al estudio

### **3.4.2 Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias que se utilizaron en la presente investigación fueron libros, revistas, artículos científicos, informes, permitiendo elaborar y describir el marco teórico con temas como: a) El liderazgo, b) Las intenciones y la teoría de AJZEN, c) Liderazgo e intenciones emprendedoras en universitarios, d) Tipos de emprendimientos, respecto a la temática de estudio.

## **3.5 Población y Muestra**

### **3.5.1 Población**

La población del presente trabajo, está compuesto por estudiantes universitarios de pre-grado en la ciudad de Guayaquil, lo cuales cursan diferentes ciclos de distintas carreras en las universidades de la ciudad de Guayaquil.

Los sujetos de estudio se encuentran entre los 18-25 años de edad, con distintas oportunidades económicas y de ambos sexos.

Los datos de esta investigación fueron tomados del Geo portal de la SENESCYT en su ficha técnica de número de matriculados en las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador por sexo, 2012 – 2015 actualizada al año 2017.

Tabla 3

Número de matriculados en las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador por sexo, 2012 – 2015 actualizada al año 2017

Universidades	Femenino	Masculino	TOTAL	% Equiv. Al total de matriculados de Guayaquil	TOTAL DE MATRICULADOS EN GUAYAQUIL
U.GUAYAQUIL	36,328	28,513	64,841	47.76%	
UCSG	11,074	8,512	19,586	14.43%	
ESPOL	5,056	7,507	12,563	9.25%	
Total	52,458	44,532	96,990	71.44%	135,762

Nota. Número de matriculados en las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador por sexo, 2012 – 2015 actualizada al año 2017. Fuente: Geo portal de la SENESCYT. Recuperado de: <http://www.senescyt.gob.ec/visorgeografico/>

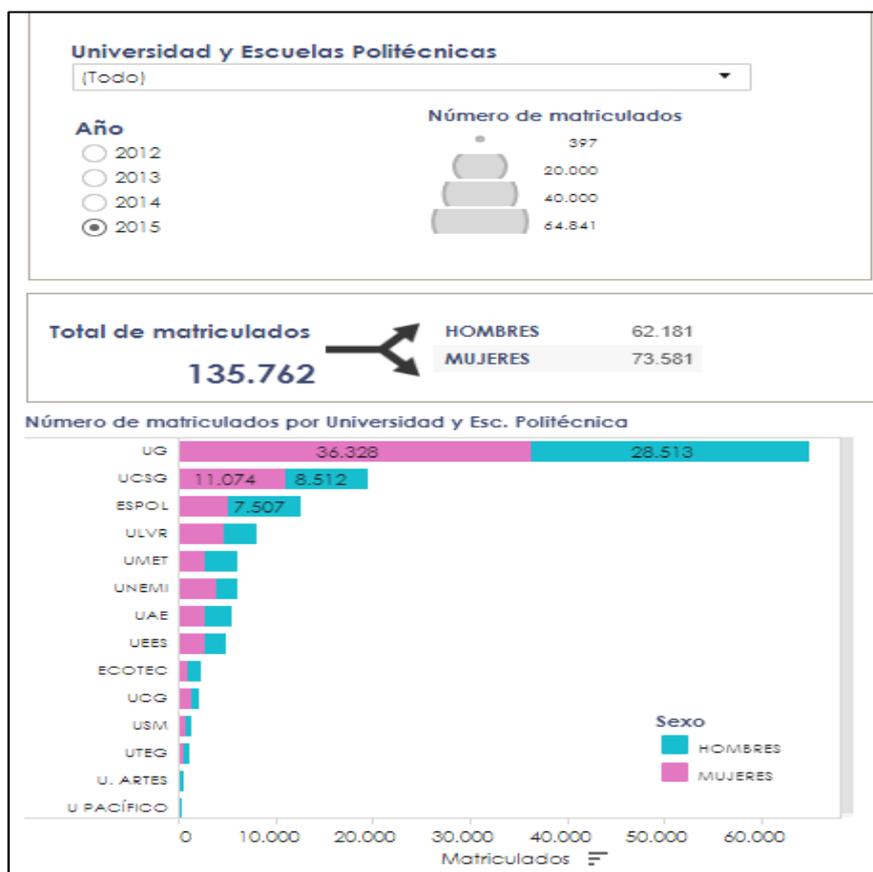


Figura 9. Número de matriculados en las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador por sexo, 2012 – 2015 actualizada al año 2017.

Nota. Tomado de “Número de matriculados en las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador,” Geo portal de la SENESCYT, 2017, Recuperado de: <http://www.senescyt.gob.ec/visorgeografico/>

Se tomaron en cuenta estas universidades en relación a las otras, para estudiar la ciudad en su totalidad, ya que estas representan el 71.44 % de la población de estudiantes a nivel de Guayaquil que es 135,762.

### 3.5.2 Muestra

Una muestra, tiene la finalidad de establecer el tamaño para el estudio a realizar, es este caso, la muestra fue probabilística, ya que todos los estudiantes universitarios de pre-grado tienen la misma probabilidad de ser escogidos, debido a que en la muestra aleatoria simple, todas las personas son elegidas al azar (Rivero, 2008).

En la presente investigación, se tomará una muestra representativa de los estudiantes universitarios de pre-grado en la ciudad de Guayaquil, a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{((e^2 * (N - 1)) + (Z^2 * P * Q))}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población situacional

P: probabilidad de ocurrencia, 0.5

Q: probabilidad de no ocurrencia, 1-0.5

Z: percentil de la distribución normal valor de Z equivalente

e: error típico elegido por el investigador.

Cálculo de la muestra según la población definida:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 135,762}{((0.05^2 * (135762 - 1)) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5))}$$

$$n = 383.078$$

### 3.6 Variables

Según Sabino (1996) las variables son palabras que representan algo que está sujeto a un tipo de cambio y por ello varia su naturaleza. Al ser esta inestables e inconstantes, permiten identificar elementos que no se especifican en grupos determinados. Por lo tanto antes de realizar una investigación es importante saber que variables se pueden medir y cuales son susceptibles de medición, para esto el autor describe a las variables independientes y dependientes como dos tipos de variables que definen y responden a cambios dentro de un estudio o investigación.

#### 3.6.1 Variable independiente

Las variables independientes son factores cambiantes dentro del estudio, donde estas no son afectadas por nada de lo que el investigador haga, ni por otra variable dentro de la investigación, por aquello nace su nombre de independiente. Su incidencia o efecto recae sobre las variables dependientes, manipulando sistemáticamente el efecto directo que se tiene sobre esta.

Para el estudio y según el Modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen modificado por Andrew Henley, Françoise Contreras, Juan C. Espinosa, David Barbosa (2017), nuestras variables independientes son:

- a) Vinculación capital social cognitiva: Familia emprendedora.
- b) Vinculación capital social: Normas subjetivas.
- c) Vinculación capital social cognitivo: Capacidad de liderar.
- d) Deseabilidad percibida: (Actitud hacia el comportamiento).
- e) Factibilidad percibida: (Control conductual percibido).

### **3.6.2 Variable dependiente**

Las variables dependientes son el factor cambiante, donde su comportamiento termina dependiendo de cambios provocados por las variables independientes, centrando las mediciones y observaciones para responder frente a cambios que se controlan.

Para el estudio y según el Modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen modificado por Andrew Henley, Francoise Contreras, Juan C. Espinosa, David Barbosa, la variable dependiente son las intenciones emprendedoras.

### **3.7 Técnica de recolección de datos y análisis de datos**

La tabulación de resultados se desarrolla manualmente en la herramienta de Excel debido a que el cuestionario o encuesta ha sido desarrollado de manera física y presencial. El tratamiento de los datos también serán consolidados y procesados mediante técnicas estadísticas con el cálculo de Excel y el software SPSS Y así representar por medio de gráficas los resultados.

Finalmente los datos serán analizados considerando las variables demográficas y los constructos que permiten la comprensión y profundización de la temática de estudio.

## Capítulo IV

### 4. Análisis de Datos

Para el presente análisis de datos se utilizó el software estadístico IBM SPSS Statistics 23, el software AMOS y herramientas de Excel para poder realizar el modelo estadístico y los análisis necesarios para validar la presente investigación.

#### 4.1 Análisis de Alfa de Cronbach del instrumento.

Para realizar el presente análisis se tomaron 404 encuestas para evidenciar la validación de este test que se les realizó a los estudiantes de pregrado de las universidades más significativas de Guayaquil. Este método se realizó a través de la tabulación de datos específicos en Excel y el análisis con el software estadístico IBM SPSS Statistics 23, tomando los 50 ítems de la encuesta y dejando a un lado los datos generales o demográficos (edad, género, universidad, condición laboral, ingreso familiar o individual, ciclo o semestre) de cada encuestado, con respecto a la escala de Likert.

Además se tomaron los datos de los 50 ítems antes mencionados que representan a cada pregunta realizada, para obtener el Alfa de Cronbach siguiendo los siguientes pasos:

1. Apartar los datos de información general de la matriz en donde se va a buscar el coeficiente, los 50 ítems serán K; 2.
2. Mediante una función estadística se saca la varianza de cada ítem o pregunta, la función VARIANZA que en Excel será =VAR ().
3. Con los datos obtenidos de la varianza se procederá a hacer la sumatoria de todos estos para obtener  $\sum S_i^2$

4. Sumar todos los valores de cada encuesta según lo respondido en base a la escala de Likert, en nuestro caso del 1 al 5 y luego sacar la varianza de esos totales para obtener  $S^2$ .
5. Luego aplicamos la formula con los datos obtenidos para calcular el alfa.

$$\text{Fórmula: } \alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right)$$

Dónde:  $\alpha$  = Es el coeficiente.

K = Número de Ítems.

$\sum S_i^2$  = Varianza de los puntajes de cada ítems.

$S^2$  = Constante.

1 = El grado de confiabilidad exigido y reflejado varía en función del tipo de estudio.

Como validación, George y Mallery (2003, p.231) sugirieron en su teoría que para evaluar los coeficientes de Alfa de Cronbach se siguen los siguientes criterios: (a) Coeficiente de Alfa > 0.09 es excelente, (b) Coeficiente de Alfa > 0.08 es bueno, (c) Coeficiente de Alfa > 0.07 es aceptable, (d) Coeficiente de Alfa > 0.06 es cuestionable, (e) Coeficiente de Alfa > 0.05 decadente o pobre y (f) Coeficiente de Alfa < 0.05 inaceptable.

A continuación en la Tabla 4 después que se realizó el análisis de fiabilidad se pudo observar que se obtuvo coeficientes mayores a 0.7 lo que determina que el cuestionario es confiable para cada constructo y para el modelo en su totalidad siendo este comprendido por los estudiantes de pregrado de las universidades de Guayaquil.

Tabla 4  
Estadística de fiabilidad por constructo

<b>Estadísticas de fiabilidad por constructo</b>		
Factor o constructo	Alfa de Cronbach	N de elementos
Liderazgo	0.942	20
Familias	0.739	4
Percepción del control	0.902	8
Normas subjetivas	0.884	9
Actitud	0.892	5
Intenciones Emprendedoras	0.785	4

Con el cálculo del Alfa de Cronbach se puede visualizar que los diferentes constructos del modelo se mantiene entre los siguientes criterios: (a) excelentes con 0.942 en el liderazgo y 0.902 en la percepción de control, buenos en las normas subjetivas con 0.884 y 0.82 en la actitud, finalmente aceptable con un 0.739 para el capital social familiar y 0.785 para las intenciones emprendedoras.

Tabla 5  
Estadística de fiabilidad del modelo

<b>Estadísticas de fiabilidad del modelo</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.954	50

Finalmente en la Tabla 5 se determinó el cálculo del Alfa de Cronbach del modelo planteado, obteniendo un valor y/o coeficiente de 0.954 y siendo este excelente y confiable para la validación de la investigación.

## 4.2 Datos perdidos

Tabla 6  
Datos perdidos

Estadísticos univariados					Estadísticos univariados				Estadísticos univariados		
	N	Perdidos			N	Perdidos			N	Perdidos	
		Recuento	Porcentaje			Recuento	Porcentaje			Recuento	Porcentaje
L1	404	0	0	F21	404	0	0	NS41	404	0	0
L2	404	0	0	F22	404	0	0	A42	404	0	0
L3	404	0	0	F23	404	0	0	A43	404	0	0
L4	404	0	0	F24	404	0	0	A44	404	0	0
L5	404	0	0	PC25	404	0	0	A45	404	0	0
L6	404	0	0	PC26	404	0	0	A46	404	0	0
L7	404	0	0	PC27	404	0	0	IE47	404	0	0
L8	404	0	0	PC28	404	0	0	IE48	404	0	0
L9	404	0	0	PC29	404	0	0	IE49	404	0	0
L10	404	0	0	PC30	404	0	0	IE50	404	0	0
L11	404	0	0	PC31	404	0	0	GENERO	404	0	0
L12	404	0	0	PC32	404	0	0	UNIVERSIDAD	404	0	0
L13	404	0	0	NS33	404	0	0	EDAD	404	0	0
L14	404	0	0	NS34	404	0	0	CICLO	404	0	0
L15	404	0	0	NS35	404	0	0	LABORA O NO	404	0	0
L16	404	0	0	NS36	404	0	0	INGRESOS FAMO IND	404	0	0
L17	404	0	0	NS37	404	0	0				
L18	404	0	0	NS38	404	0	0				
L19	404	0	0	NS39	404	0	0				
L20	404	0	0	NS40	404	0	0				

Los valores perdidos son razones por las cuales no obtenemos una respuesta coherente de algún entrevistado; es decir, es una razón que nos indica la causa por la que no me aporta información el encuestado (Supo, 2014). Para el presente estudio, utilizando el Software IBM SPSS y los datos de las encuestas se pudo analizar que no existieron datos perdidos o faltantes, por lo que el estudio, pudo realizarse sin verse afectada por la reducción del número total de casos o de una o más variables.

### 4.3 Índices de bondad y prueba de unidimensionalidad

Para el proceso de validación de la incidencia del liderazgo en la intención de emprendimientos productivos formales, se llevó a cabo un análisis de los índices de bondad. Por otra parte se determinó los resultados mediante modelos de ecuaciones estructurales.

Tomando en cuenta las siguientes consideraciones:

- El estadístico chi-cuadrado es sensible al tamaño muestral e indica el ajuste absoluto del modelo. Usualmente se analiza este indicador sobre los grados de libertad (CMIN/DF), si la razón es menor a 5 se considera aceptable, pero valores inferiores a 3 indican valores óptimos (Pillati, Godoy y Brussino, 2012).
- El Índice de bondad ajuste (GFI), Índice de bondad de ajuste ajustado (AGFI), Índice de Bondad de Ajuste Parsimonioso (PGFI), Índice de ajuste Normalizado (NFI), Índice relativo de ajuste (RFI), Índice de ajuste Incremental (IFI), Índice de Tucker y Lewis (TLI), índice de ajuste comparativo (CFI). Siguiendo a Byrne (2010), un GFI, AGFI, PGFI, NFI, RFI, IFI, TLI, CFI  $\geq 0.90$  indican un ajuste óptimo,  $\geq 0.80$  reflejan un ajuste aceptable e inferior a 0.80 se deben considerar más datos.
- Raíz cuadrada del error medio cuadrático (RMSEA): Steiger y Lind (1980) sugirieron que este indicador debe dividirse para el número de grados de libertad para compensar el desarrollo del modelo y probarlo. Para esto se considera que valores inferiores al 0.08 son indicativos de ajustes buenos, mientras que se considera óptimo cuando sus valores son inferiores a 0.06 (Hu & Bentler, 1995).

A continuación en la tabla 7 se presentan los diferentes valores de la prueba de unidimensionalidad.

Tabla 7  
Prueba de unidimensionalidad

Modelo	Valor del Modelo(1)	Valor del modelo por Género(2)		Valor del modelo por Condición laboral(3)	
		Masculino	Femenino	Si labora	No labora
<b>CMIN/DF</b>	1.723	1.621	1.391	1.423	1.604
<b>GFI</b>	0.841	0.743	0.782	0.696	0.800
<b>AGFI</b>	0.826	0.718	0.761	0.667	0.781
<b>PGFI</b>	0.809	0.679	0.714	0.636	0.731
<b>NFI</b>	0.819	0.694	0.744	0.629	0.772
<b>RFI</b>	0.810	0.678	0.731	0.610	0.760
<b>IFI</b>	0.915	0.855	0.912	0.851	0.900
<b>TLI</b>	0.910	0.846	0.906	0.841	0.894
<b>CFI</b>	0.915	0.854	0.911	0.848	0.899
<b>RMSEA</b>	0.042	0.057	0.043	0.058	0.047

- Análisis Valor del modelo (1): Considerando la columna de valor del modelo en la tabla 7 y tomando las consideraciones anteriores se pudo analizar que en el modelo total el CMIN/DF con un valor de 1.723 se encuentra en el rango óptimo, así el GFI, AGFI, PGFI, NFI y RFI se encuentran aceptables con valores  $\geq 0.80$  y el IF, TLI CFI con valores  $\geq 0.90$  que indican un ajuste óptimo. Finalmente RMSEA con un valor de 0.042 se considera óptimo ya que sus valores son inferiores a 0.06.
- Análisis Valor del modelo por Género (2): Considerando la columna de valor por género en la tabla 7 y tomando las consideraciones anteriores se pudo analizar que para el género masculino el CMIN/DF con un valor de 1.621 y el género femenino con 1.391 se encuentran en el rango óptimo, así el GFI, AGFI, PGFI, NFI y RFI para el género masculino debe considerarse incrementar el número de datos que mejoren el ajuste, ya que sus valores son inferiores a 0.80; por otro lado el género femenino presenta mejores resultados, pero también deben considerarse ajustes ya que sus índices son inferiores a los mínimos requeridos y el IF, TLI CFI con valores  $\geq 0.80$  en el género masculino nos indica un ajuste aceptable, en cuanto al género femenino con valores de  $\geq 0.90$  nos indican un ajuste óptimo. Finalmente RMSEA con un valor de 0.057 y 0.043 para el masculino y femenino

respectivamente, se consideran óptimos ya que sus valores son inferiores a 0.06. Por lo que se puede analizar que las mujeres tienen mejor tendencia en cuanto a su liderazgo y sus intenciones de emprender negocios productivos formales.

- Análisis Valor del modelo por Condición laboral(3) : Considerando la columna de valor por condición laboral en la tabla 7 y tomando las consideraciones anteriores se pudo analizar que para la condición SI labora el CMIN/DF con un valor de 1.423 y la condición No labora con 1.604 se encuentran en el rango óptimo, así el GFI, AGFI, PGFI, NFI y RFI para la condición SI labora debe considerarse un ajuste ya que sus valores son inferiores a 0.80; por otro lado la condición No labora presenta mejores resultados pero también deben considerarse ajustes, solo el GFI se encuentra con valores aceptables con 0.800 y el IF, TLI CFI con valores  $\geq 0.80$  en la condición SI labora nos indica un ajuste aceptable, en cuanto a la condición No labora con valores de  $\geq 0.90$  cercanos a este con 0.894 y 0.894 indican un ajuste óptimo. Finalmente RMSEA con un valor de 0.058 y 0.047 para las diferentes condiciones laborales se consideran óptimos ya que sus valores son inferiores a 0.06. Por lo que se puede analizar es: que el no tener un trabajo o condición laboral vigente, no limita tener una intención hacia el emprendimiento, por otro lado el tener un trabajo puede disminuir esas intenciones ya que se encuentran a gusto con su trabajo o busca conseguir una condición laboral mejor, mas no emprender.

#### **4.4 Análisis de la información de carácter general de las encuestas.**

Dado el levantamiento de información mediante las encuestas tomadas aleatoriamente a los estudiantes de pre-grado de las universidades de Guayaquil se obtuvieron resultados, donde en la encuesta se utilizaron cinco preguntas de carácter general las cuales fueron relacionadas al género del encuestado ya sea femenino o masculino, universidad a la que pertenece, el rango de edad en el que se encuentra, la condición laboral, ingreso familiar o individual finalmente el ciclo o semestre donde se obtuvo lo siguiente:

#### 4.4.1 Perfil de encuestados

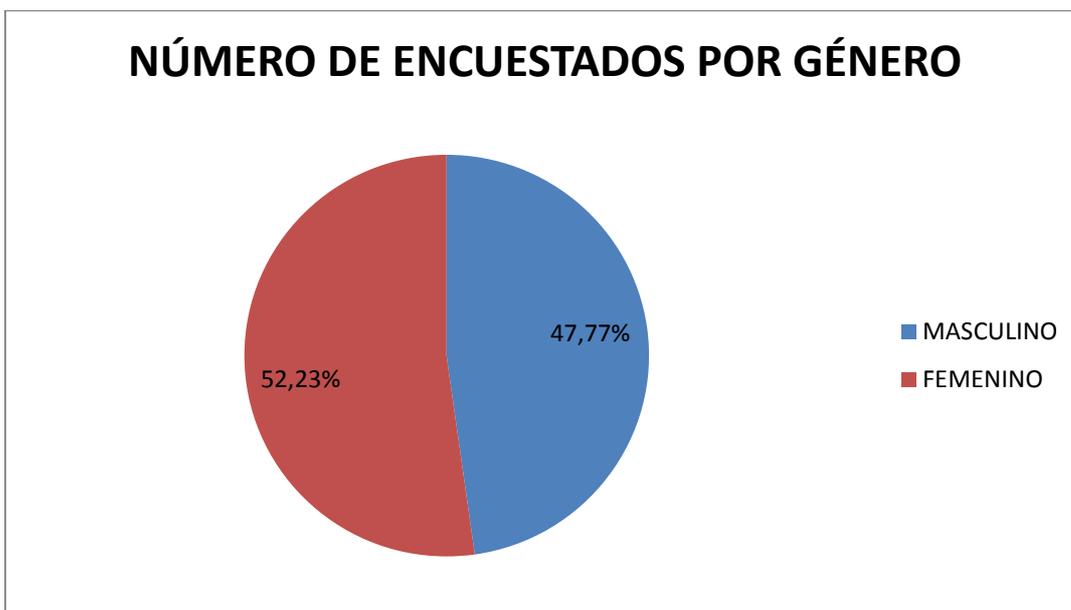


Figura 10. Número de encuestados por género.

En la figura 10 la base utilizada para el análisis de la incidencia del liderazgo en intenciones emprendedoras de estudiantes universitarios de pre-grado en la ciudad de Guayaquil es de 404 encuestados, de los cuales 194 son hombres (47.77%) y 211 son mujeres (52.23%).

#### 4.4.2 Distribución de muestra (Número de encuestados por Universidad)

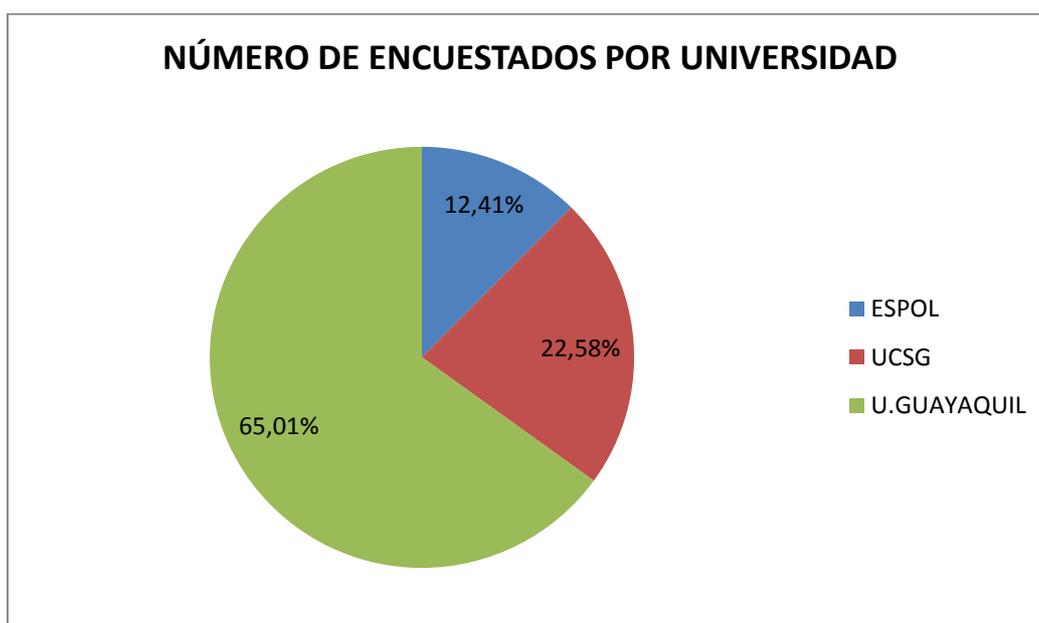


Figura 11. Número de encuestados por universidad.

De acuerdo a la figura 11, el mayor porcentaje de encuestados en estudiantes, se encuentran distribuidos entre la Universidad de Guayaquil con 50 personas encuestadas (65.01 %), la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil con 91 personas encuestadas (22.58%) y Universidad Politécnica del Ecuador con 262 personas encuestadas (12.41%), las cuales constituyen las universidades más significativas de Guayaquil abarcando un 71.44% de los matriculados en dicha ciudad.

#### 4.4.3 Edad

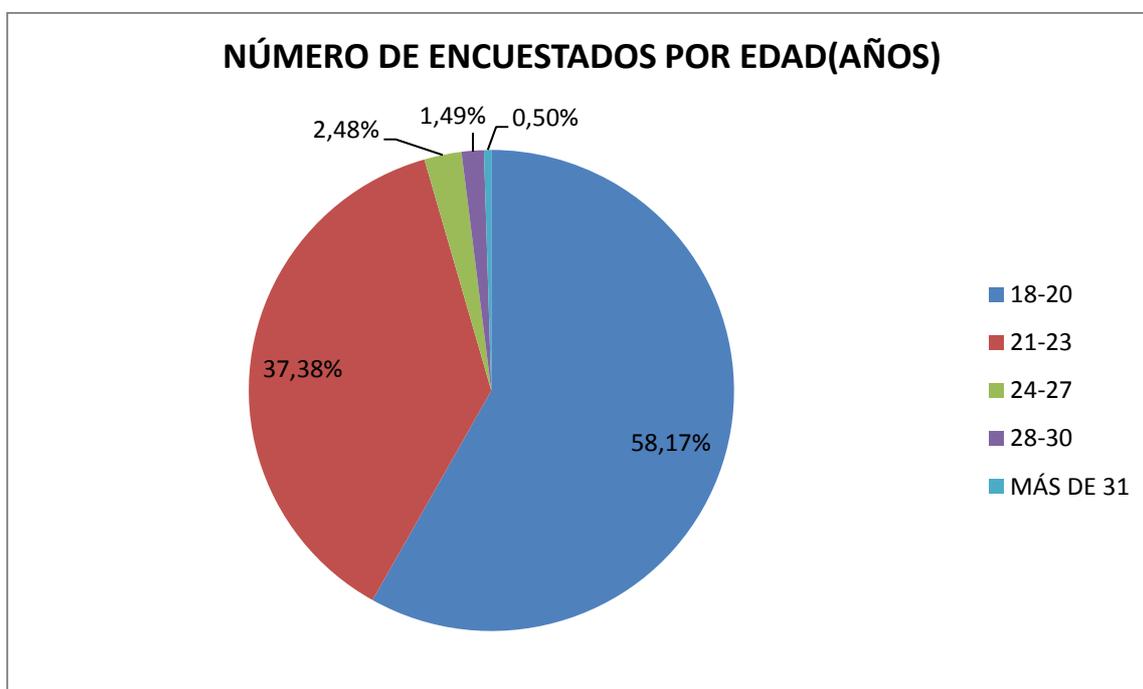


Figura 12. Número de encuestados por edad.

En la figura 12 se pueden observar los rangos de edad considerados para los encuestados donde estos se encuentran comprendidos entre 18-20 años las cuales ascienden a 235 personas (58.17%); de 21-24 años con 151 personas (37.38%); de 24-27 años con 10 personas (2.48%); de 28-30 años con 6 personas (1.49%) y de más de 31 años con 2 personas (0.5%).

#### 4.4.4 Condición Laboral (Actualmente Labora o No)

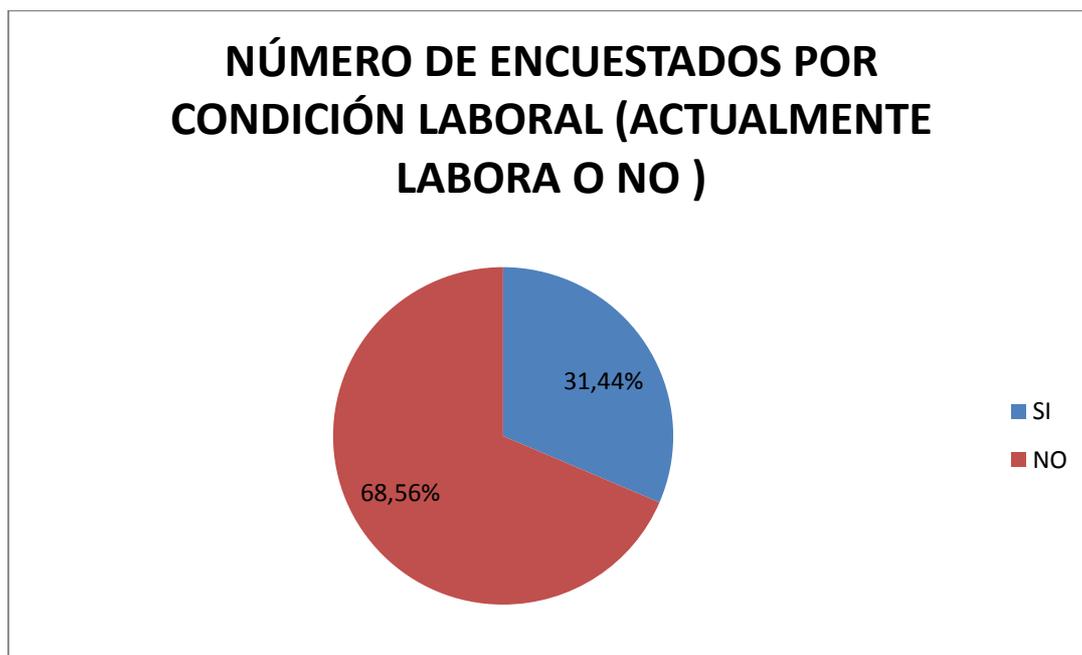


Figura 13. Número de encuestados por condición laboral.

En esta sección los encuestados respondieron según su condición laboral por lo cual se los distribuye de la siguiente manera: Labora: 127 personas (31.44%); no labora: 277 personas (68.56%).

#### 4.4.5 Ingresos salariales (individuales o familiares)

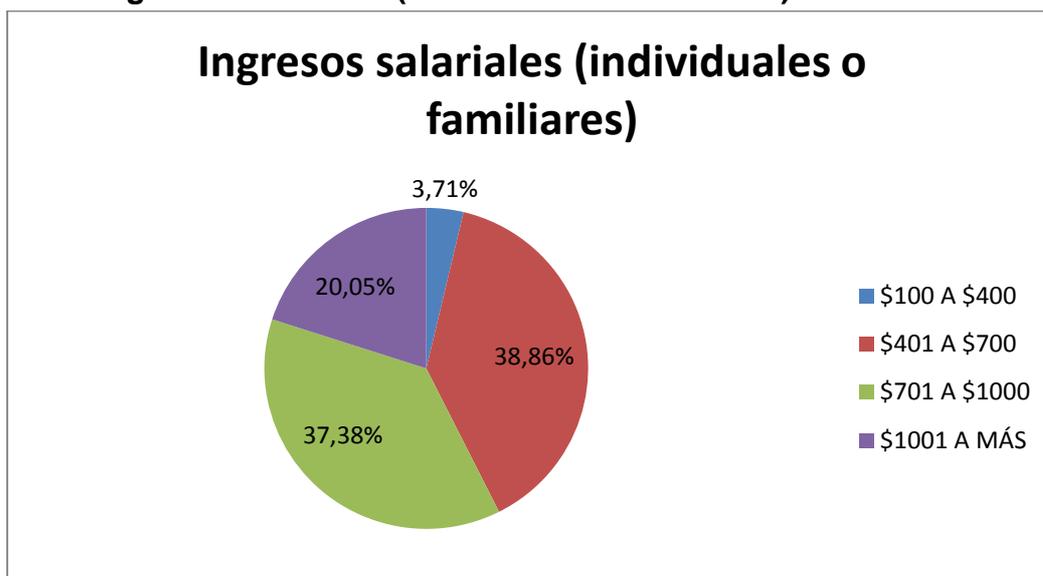


Figura 14. Ingresos salariales.

Finalmente en la figura 14 los encuestados respondieron esta sección de acuerdo al nivel de ingresos que tienen estos a nivel individual y/o familiar, donde: \$100 a \$400 con 15 personas (3.71%), \$401 a \$700 con 157 personas (38.86%), \$701 a \$1000 con 151 personas (37.38%) y de \$1001 a más con 81 personas (20.05%).

#### 4.4.6 Ciclo o semestre

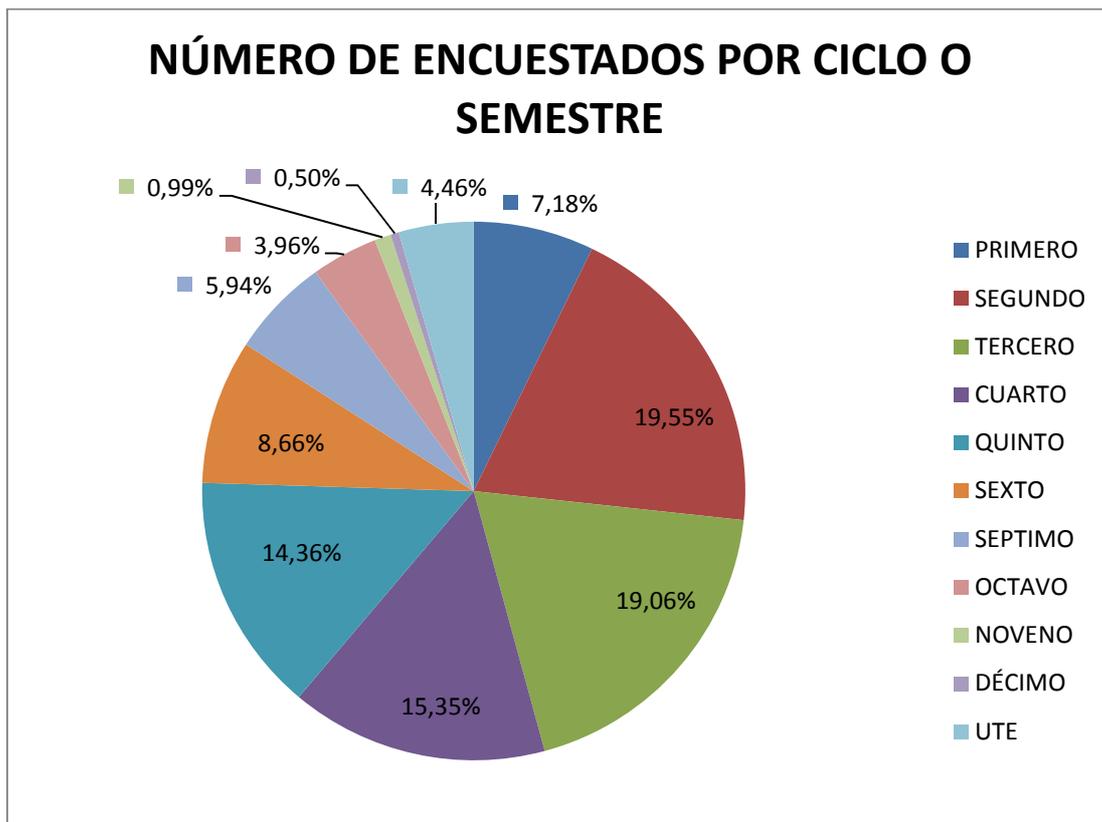


Figura 15. Número de encuestados por ciclo.

La figura 15 representa los ciclos a los cuales pertenecen los encuestados distribuyéndose de la siguiente manera: Primer ciclo con 29 personas (7.18%); segundo ciclo con 79 personas (19.55%); tercer ciclo con 77 personas (19.06%); cuarto ciclo con 62 personas (15.35%); quinto ciclo con 58 personas (14.36%); sexto ciclo con 35 personas (8.66%); séptimo ciclo con 24 personas (5.94%); octavo ciclo con 16 personas (3.96%); noveno ciclo con 4 personas (0.99%); décimo ciclo con 2 personas (0.50%) y Titulación (UTE) con 18 personas (4.46%).

## 4.5 Análisis de datos del modelo estructural y/o por constructo

En la siguiente sección se detalla el análisis de datos del modelo estructural por constructo o factor de la encuesta utilizada para determinar la Incidencia del liderazgo en la intención de emprendimientos formales y productivos de los estudiantes de pre-grado Guayaquil.

### 4.5.1 Liderazgo

#### L1. Disfruto trabajar en equipo.

Tabla 8  
*Pregunta 1: Disfruto trabajar en equipo*

	L1
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	23
<b>EN DESACUERDO</b>	19
<b>INDIFERENTE</b>	88
<b>DE ACUERDO</b>	146
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	128
<b>TOTAL</b>	404

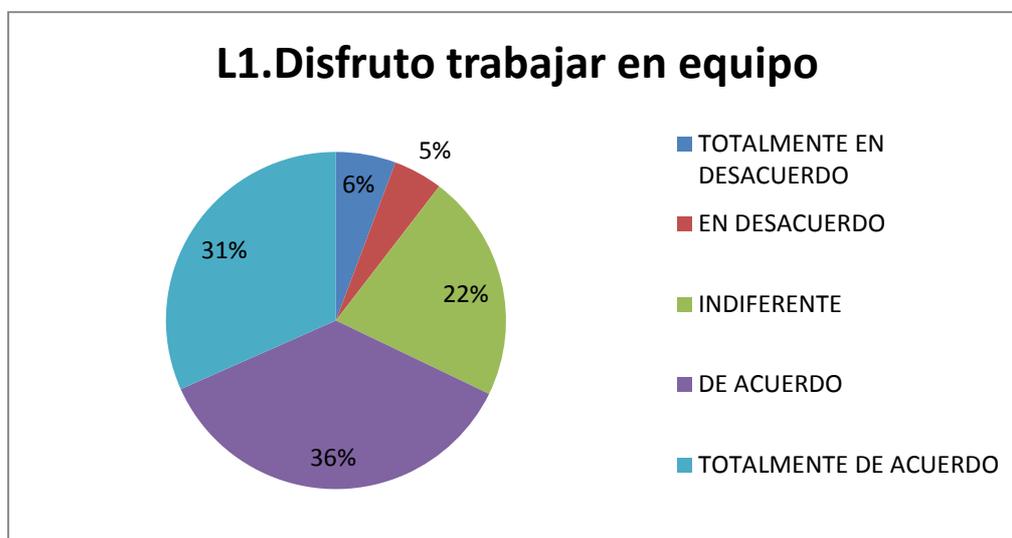


Figura 16. L1. Disfruto trabajar en equipo.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 31% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 36% de acuerdo, el 22% indiferente, el 5% en desacuerdo y el 6% totalmente en desacuerdo, finalmente la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo a la decisión de trabajar en equipo.

## L2.Soy capaz de hablar claramente con otros.

Tabla 9

Pregunta 2: Soy capaz de hablar claramente con otros

	L2
TOTALMENTE EN DESACUERDO	13
EN DESACUERDO	14
INDIFERENTE	107
DE ACUERDO	148
TOTALMENTE DE ACUERDO	122
TOTAL	404

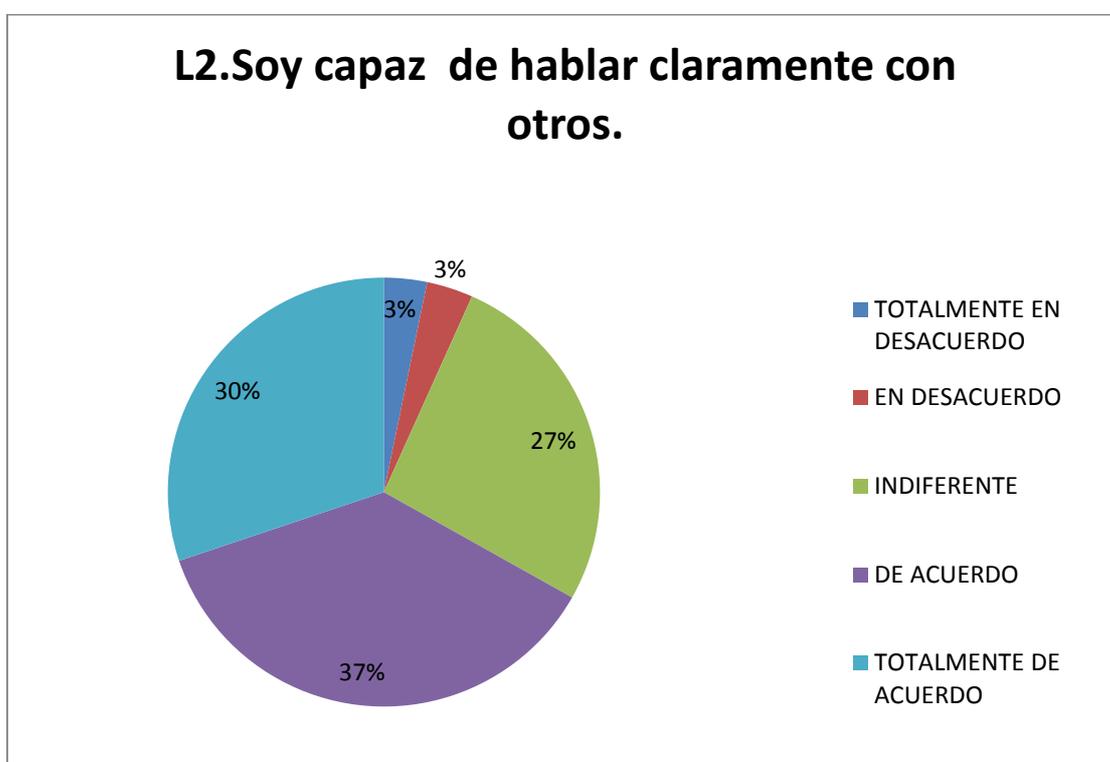


Figura 17. L2. Soy capaz de hablar claramente con otros.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 30% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo, el 27% indiferente, el 3% en desacuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo, donde la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en ser capaz de hablar claramente con otros.

### L3. Disfruto las relaciones interpersonales.

Tabla 10

Pregunta 3: Disfruto las relaciones interpersonales

	<b>L3</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	13
<b>EN DESACUERDO</b>	13
<b>INDIFERENTE</b>	113
<b>DE ACUERDO</b>	155
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	110
<b>TOTAL</b>	404

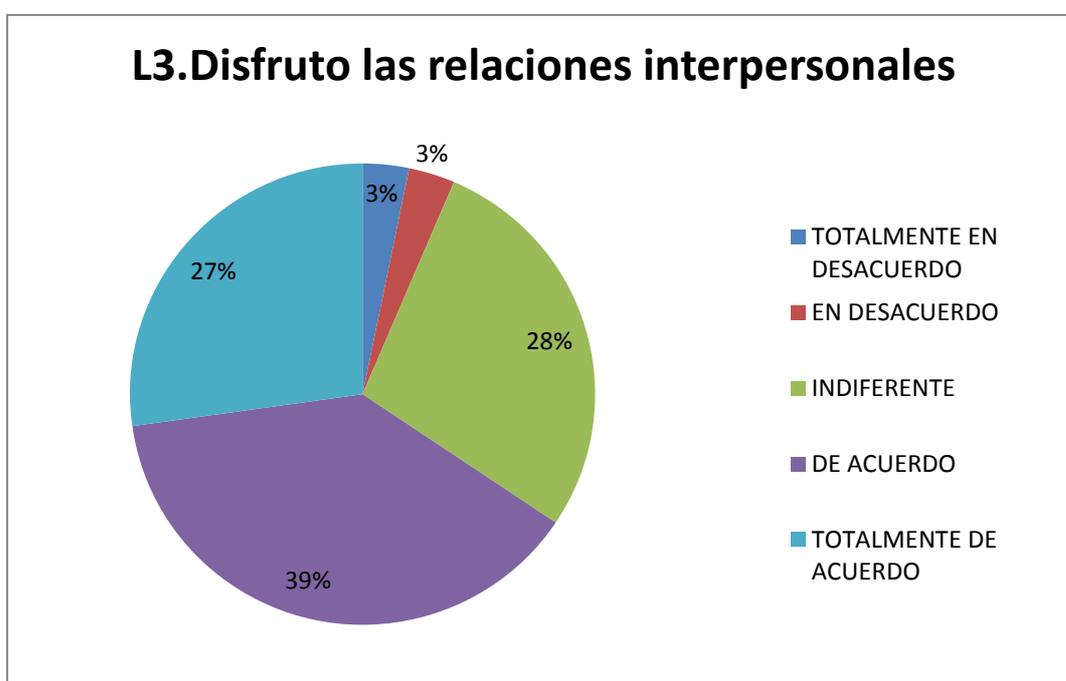


Figura 18. L3. Disfruto las relaciones interpersonales.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 27% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 39% de acuerdo, el 28% indiferente, el 3% en desacuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en disfrutar las relaciones interpersonales.

#### L4.Soy bueno para planear cosas.

Tabla 11

Pregunta 4: Soy bueno para planear cosas

	L4
TOTALMENTE EN DESACUERDO	14
EN DESACUERDO	19
INDIFERENTE	107
DE ACUERDO	151
TOTALMENTE DE ACUERDO	113
TOTAL	404

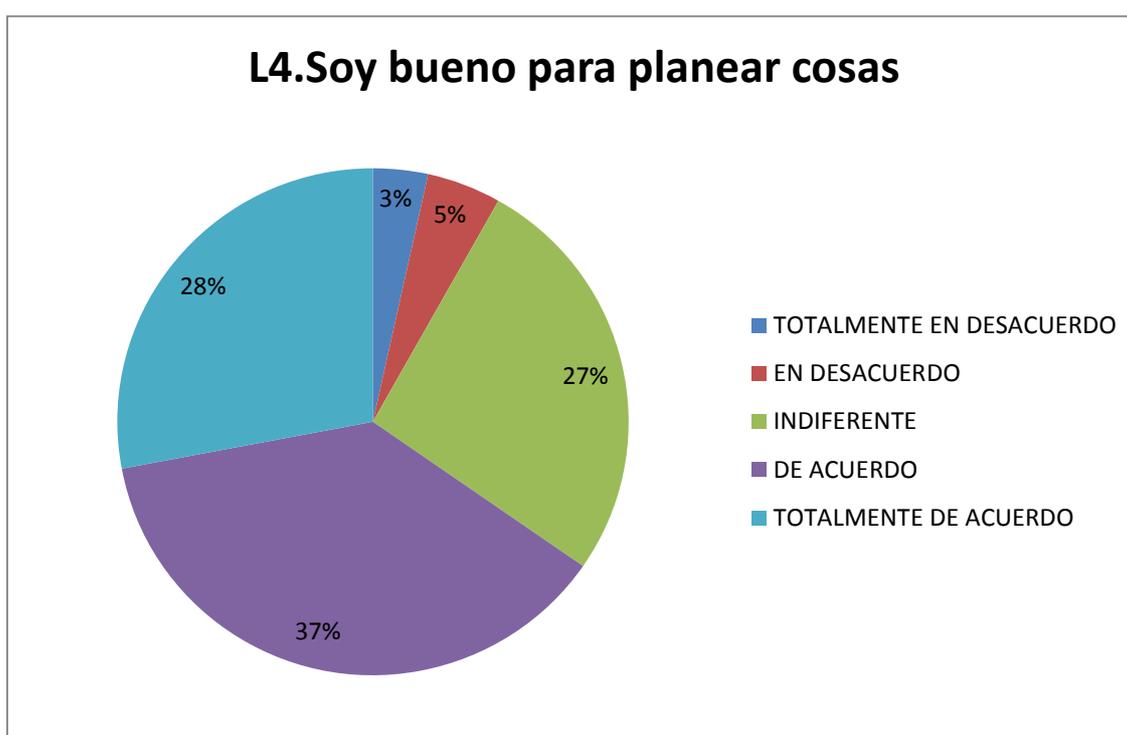


Figura 19. L4. Soy bueno para planear cosas.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 28% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo, el 27% indiferente, el 5% en desacuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en ser bueno para planear cosas.

## L5.Puedo interpretar las reglas y regulaciones.

Tabla 12

Pregunta 5: Puedo interpretar las reglas y regulaciones

	L5
TOTALMENTE EN DESACUERDO	13
EN DESACUERDO	12
INDIFERENTE	111
DE ACUERDO	155
TOTALMENTE DE ACUERDO	113
TOTAL	404

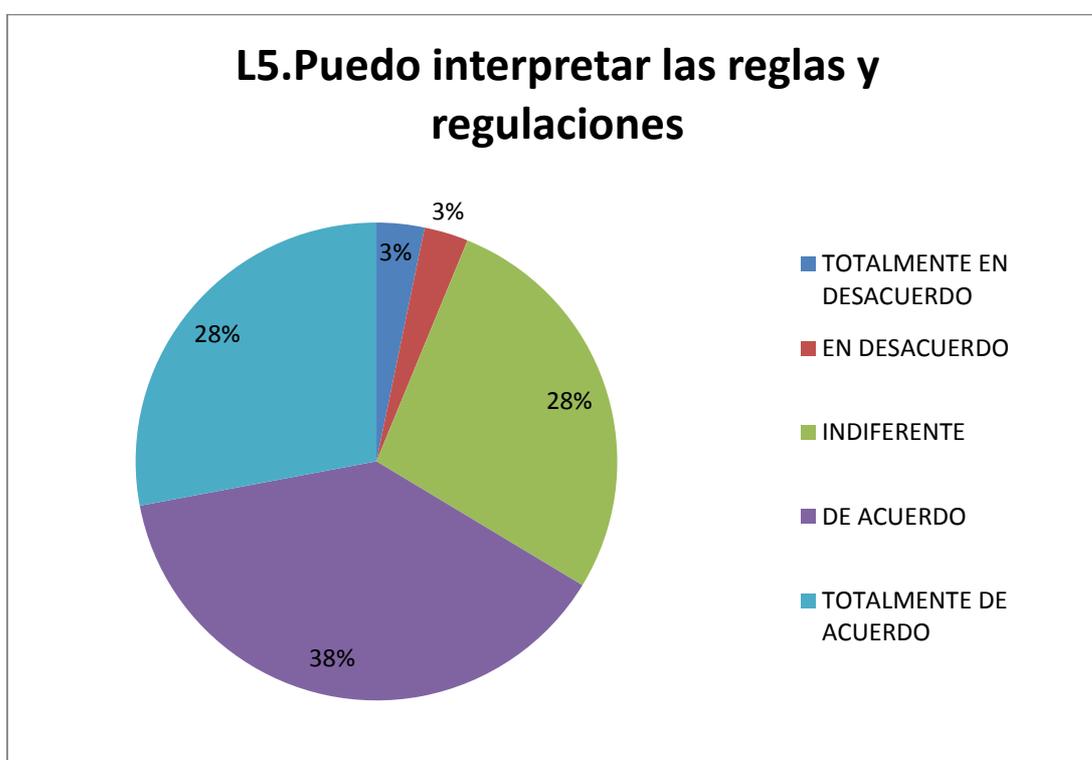


Figura 20. L5. Puedo interpretar las reglas y regulaciones.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 28% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 38% de acuerdo, el 28% indiferente, el 3% en desacuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en poder interpretar las reglas y regulaciones.

### L6.Me siento cómodo pidiendo consejo a otros.

Tabla 13

Pregunta 6: Me siento cómodo pidiendo consejo a otros

	<b>L6</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	20
<b>EN DESACUERDO</b>	11
<b>INDIFERENTE</b>	116
<b>DE ACUERDO</b>	149
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	108
<b>TOTAL</b>	404

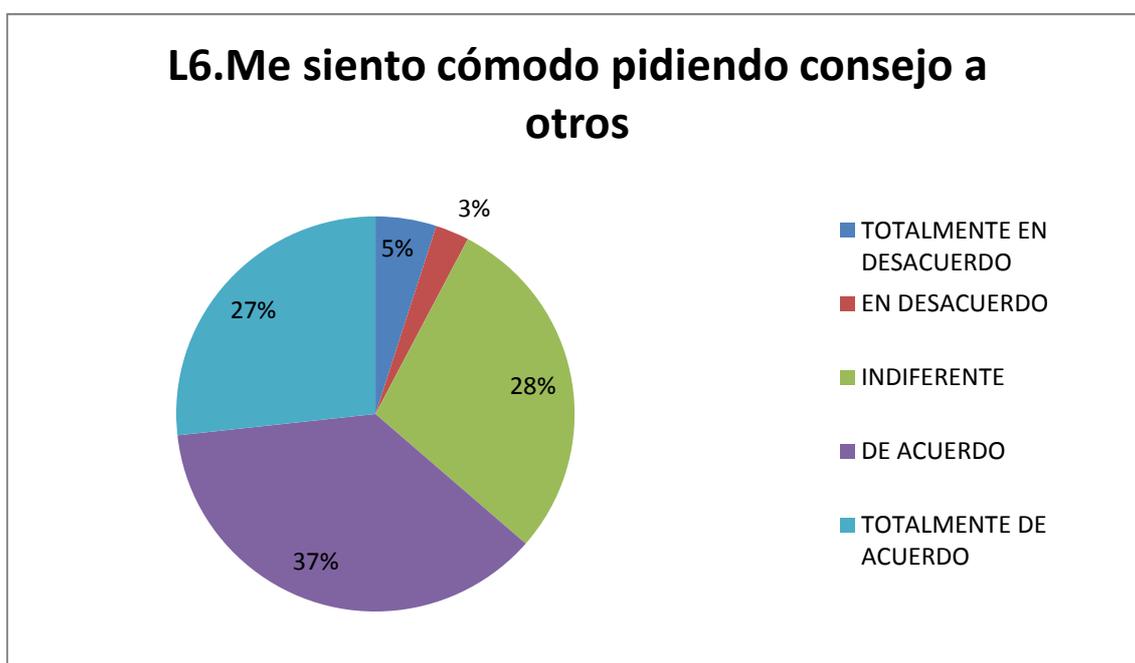


Figura 21. L6. Me siento cómodo pidiendo consejo a otros.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 27% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo, el 28% indiferente, el 3% en desacuerdo y el 5% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en sentirse cómodos pidiendo consejos a otros.

## L7. Disfruto recolectando y analizando datos.

Tabla 14

Pregunta 7: Disfruto recolectando y analizando datos

	L7
TOTALMENTE EN DESACUERDO	8
EN DESACUERDO	11
INDIFERENTE	114
DE ACUERDO	156
TOTALMENTE DE ACUERDO	115
TOTAL	404

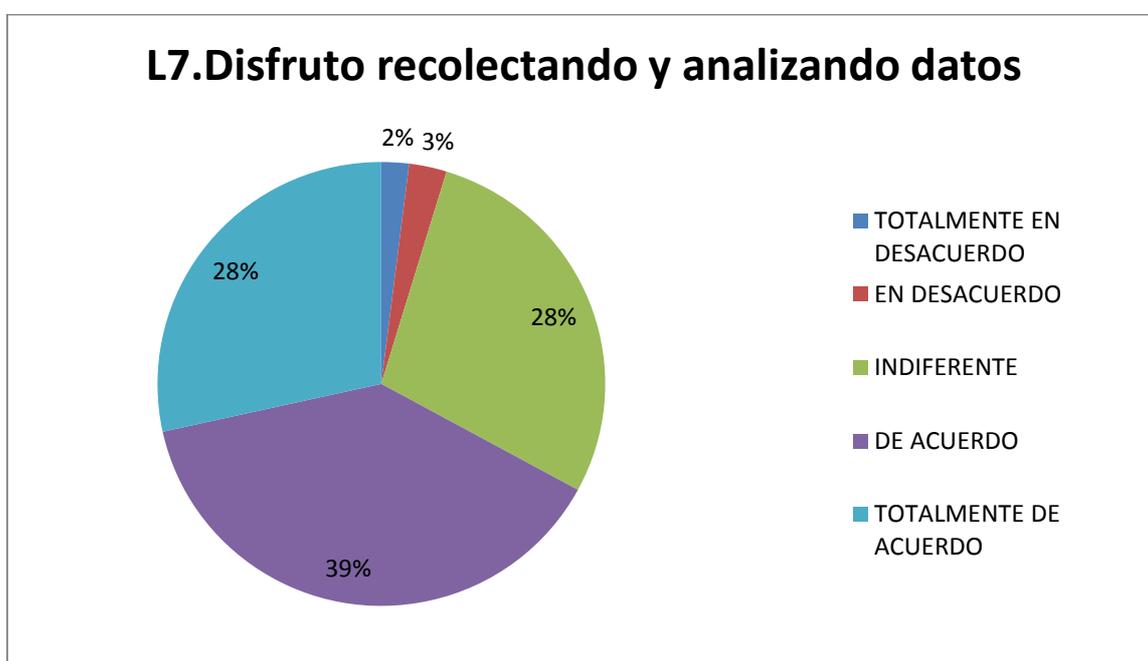


Figura 22. L7. Disfruto recolectando y analizando datos.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 28% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 39% de acuerdo, el 28% indiferente, el 3% en desacuerdo y el 2% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en disfrutar recolectando y analizando datos.

## L8.Soy bueno para resolver problemas.

Tabla 15

Pregunta 8: Soy bueno para resolver problemas

	<b>L8</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	12
<b>EN DESACUERDO</b>	18
<b>INDIFERENTE</b>	114
<b>DE ACUERDO</b>	154
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	105
<b>TOTAL</b>	403

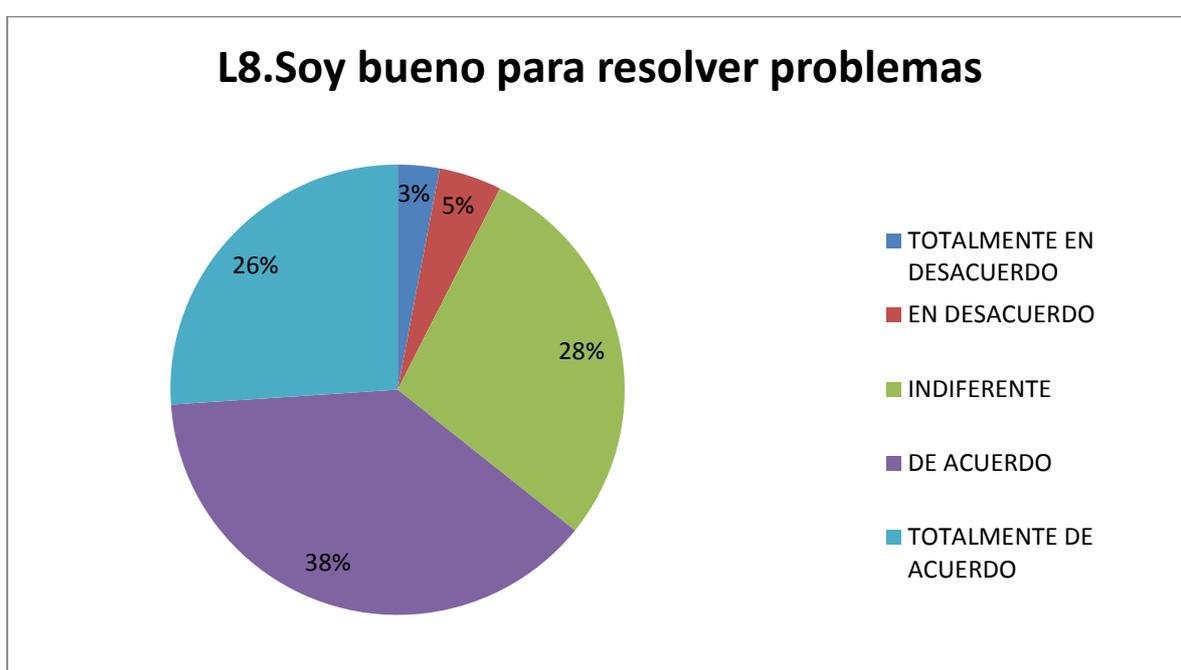


Figura 23. L8. Soy bueno para resolver problemas.

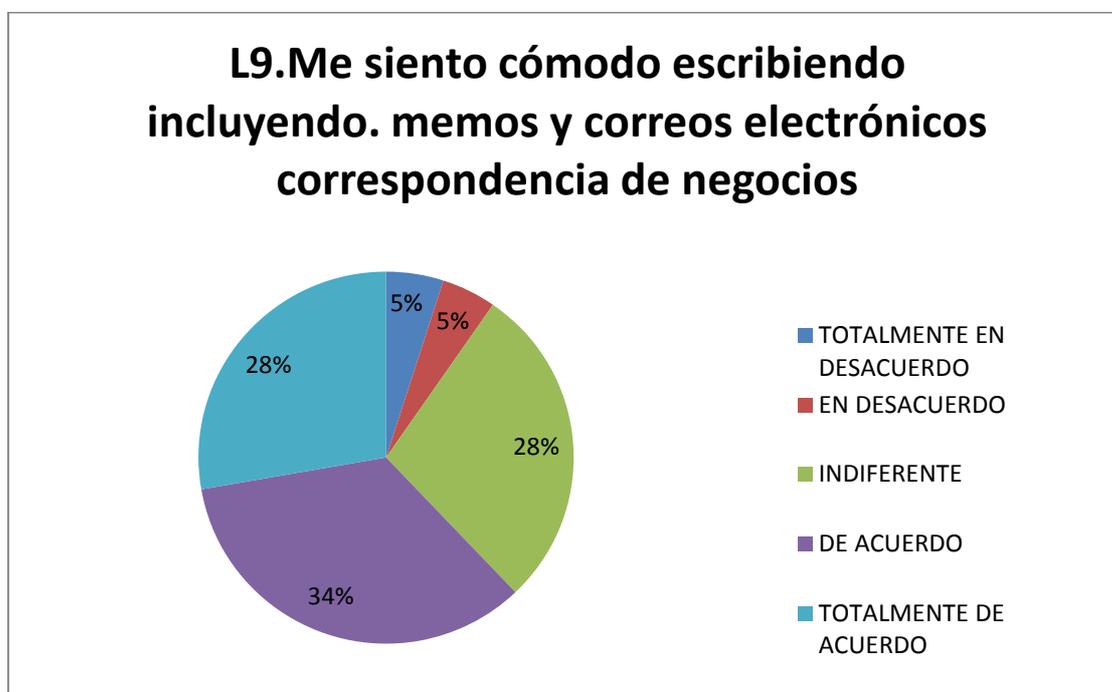
Análisis: En esta pregunta se observa que el 26% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 38% de acuerdo, el 28% indiferente, el 5% en desacuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en ser buenos para resolver problemas.

**L9.Me siento cómodo escribiendo correspondencia de negocios incluyendo memos y correos electrónicos.**

Tabla 16

*Pregunta 9: Me siento cómodo escribiendo correspondencia de negocios incluyendo memos y correos electrónicos*

	<b>L9</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	20
<b>EN DESACUERDO</b>	19
<b>INDIFERENTE</b>	114
<b>DE ACUERDO</b>	139



*Figura 24. L9. Me siento cómodo escribiendo correspondencia de negocios incluyendo memos y correos electrónicos.*

Análisis: En esta pregunta se observa que el 28% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 34% de acuerdo, el 28% indiferente, el 5% en desacuerdo y el 5% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en sentirse cómodos escribiendo, incluyendo memos y correos electrónicos y correspondencia de negocios.

## L10.Podría delegar trabajo a otros.

Tabla 17

Pregunta 10: Podría delegar trabajo a otros

	<b>L10</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	15
<b>EN DESACUERDO</b>	21
<b>INDIFERENTE</b>	108
<b>DE ACUERDO</b>	142

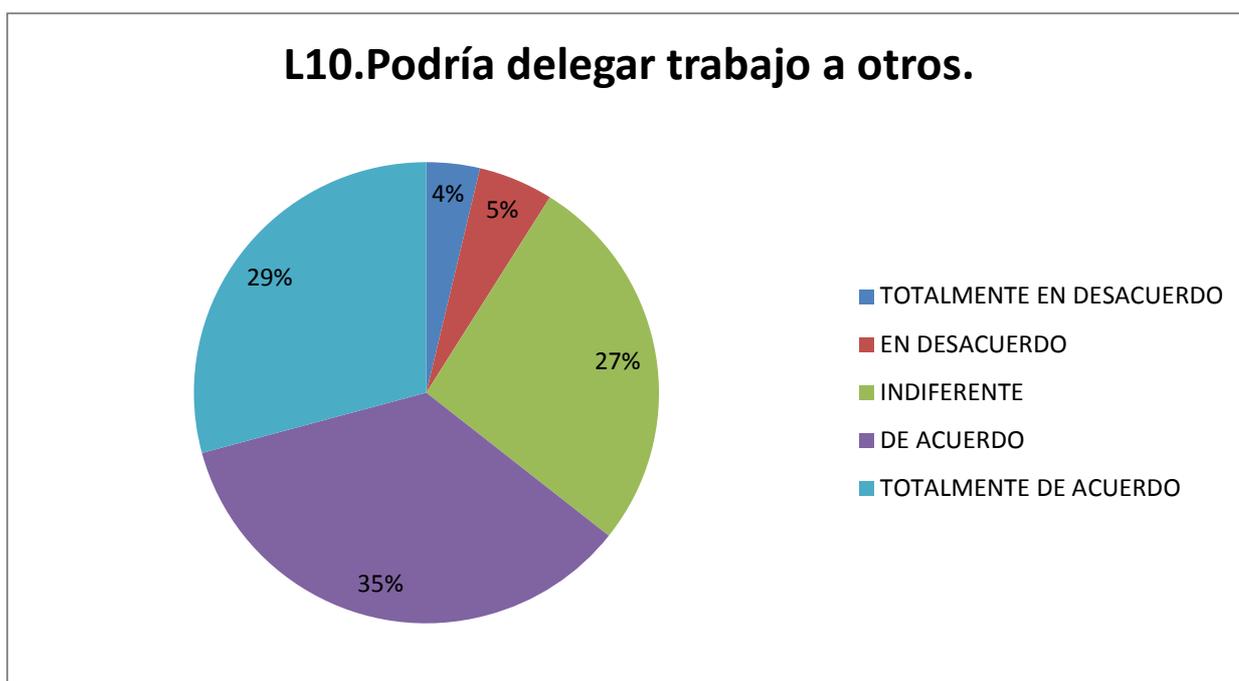


Figura 25. L10. Podría delegar trabajo a otros.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 29% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 35% de acuerdo, el 27% indiferente, el 5% en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en poder delegar trabajo a otros.

### L11. Quiero hacerme cargo.

Tabla 18

Pregunta 11: Quiero hacerme cargo

	L11
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	13
<b>EN DESACUERDO</b>	16
<b>INDIFERENTE</b>	99
<b>DE ACUERDO</b>	159
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	117
<b>TOTAL</b>	404

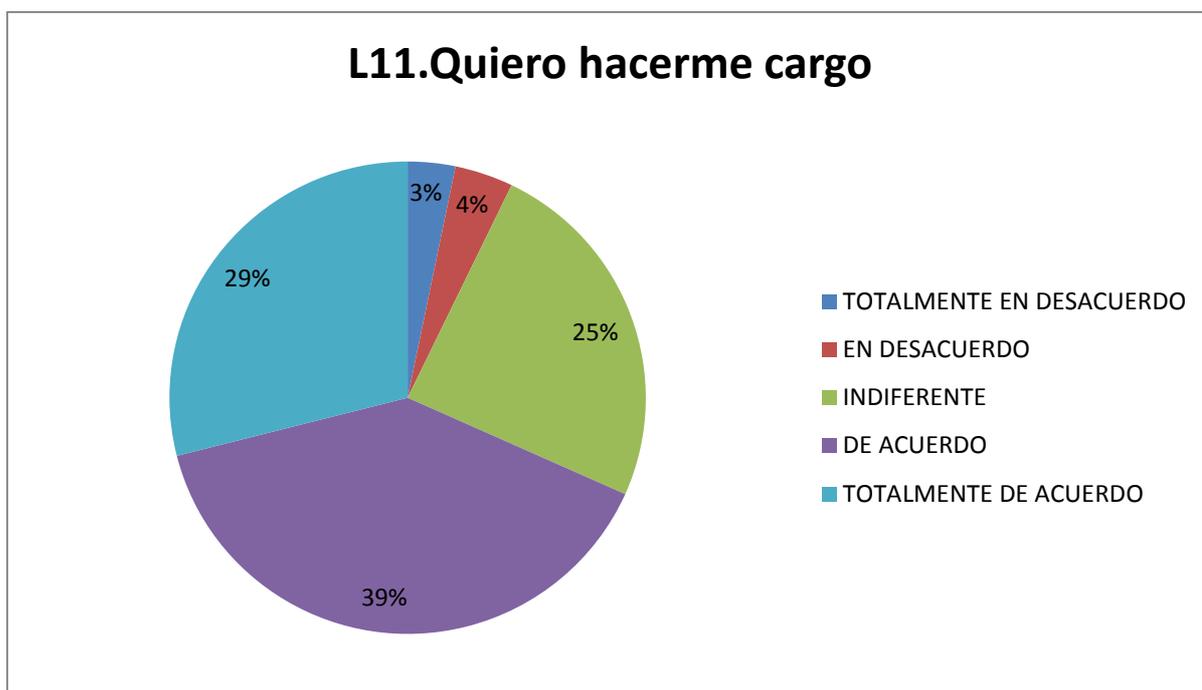


Figura 26. L11. Quiero hacerme cargo.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 29% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 39% de acuerdo, el 25% indiferente, el 4% en desacuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en querer hacerse cargo.

## L12.Dar orientaciones es agradable para mí.

Tabla 19

Pregunta 12: Dar orientaciones es agradable para mí

	L12
TOTALMENTE EN DESACUERDO	16
EN DESACUERDO	16
INDIFERENTE	118
DE ACUERDO	148
TOTALMENTE DE ACUERDO	106
TOTAL	404

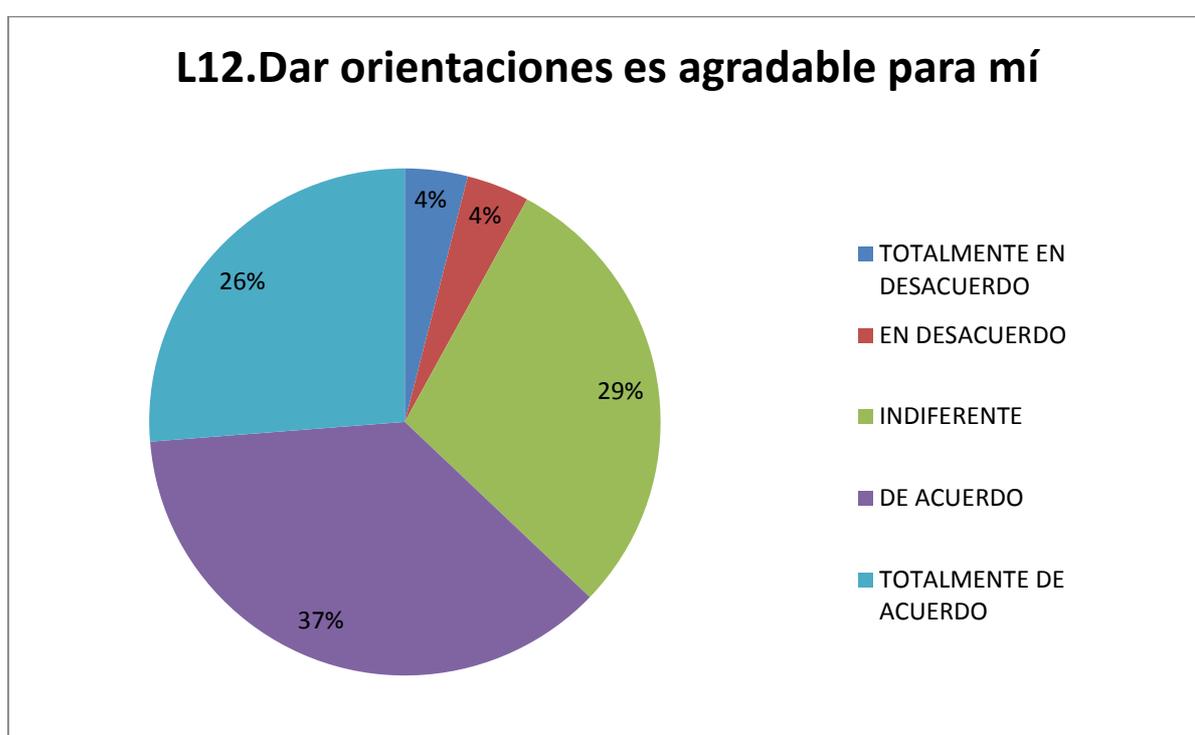


Figura 27. L12. Dar orientaciones es agradable para mí.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 26% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo, el 29% indiferente, el 4% en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en que dar orientaciones es agradable.

### L13.Sé cómo desarrollar metas y llevarlas a cabo.

Tabla 20

Pregunta 13: Sé cómo desarrollar metas y llevarlas a cabo

	<b>L13</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	15
<b>EN DESACUERDO</b>	15
<b>INDIFERENTE</b>	112
<b>DE ACUERDO</b>	156
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	106
<b>TOTAL</b>	404

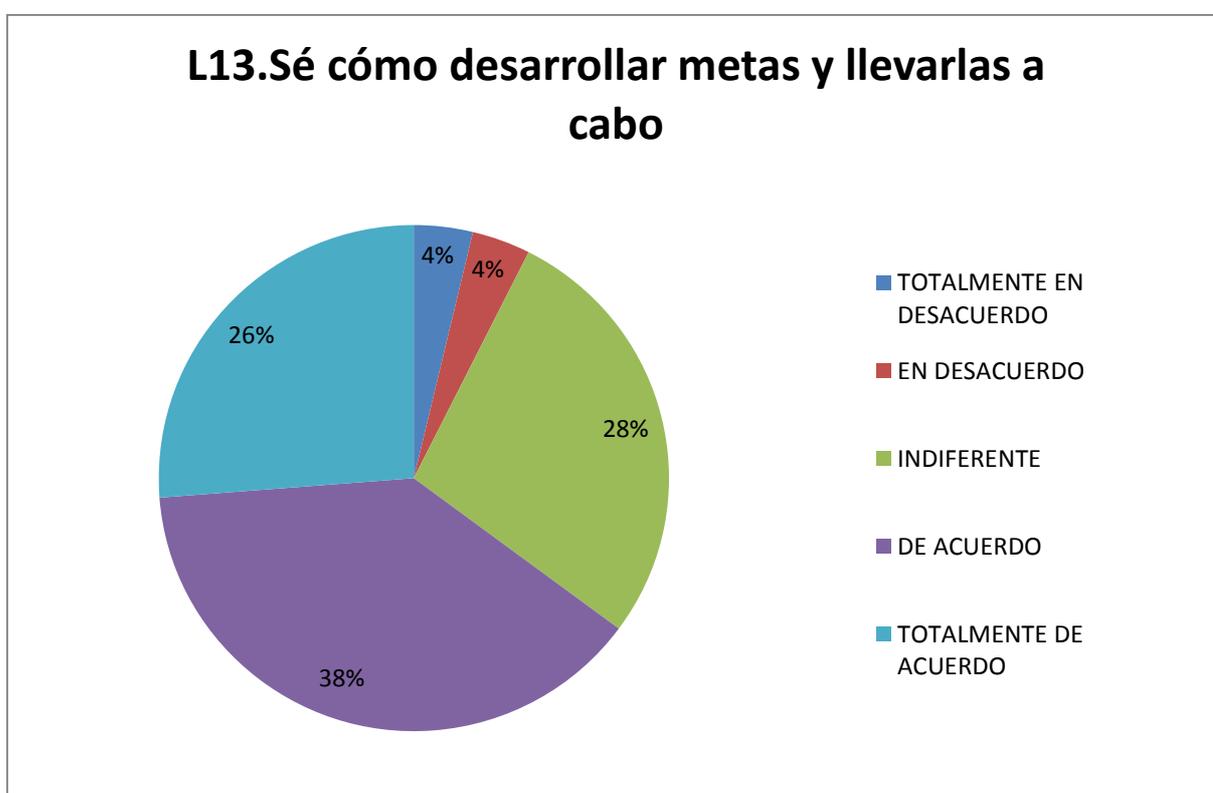


Figura 28. L13. Sé cómo desarrollar metas y llevarlas a cabo.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 26% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 38% de acuerdo, el 28% indiferente, el 4% en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en saber cómo desarrollar metas y llevarlas a cabo.

### L14.Me siento cómodo implementando nuevas técnicas.

Tabla 21

Pregunta 14: Me siento cómodo implementando nuevas técnicas

	L14
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	12
<b>EN DESACUERDO</b>	15
<b>INDIFERENTE</b>	114
<b>DE ACUERDO</b>	133
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	130
<b>TOTAL</b>	404

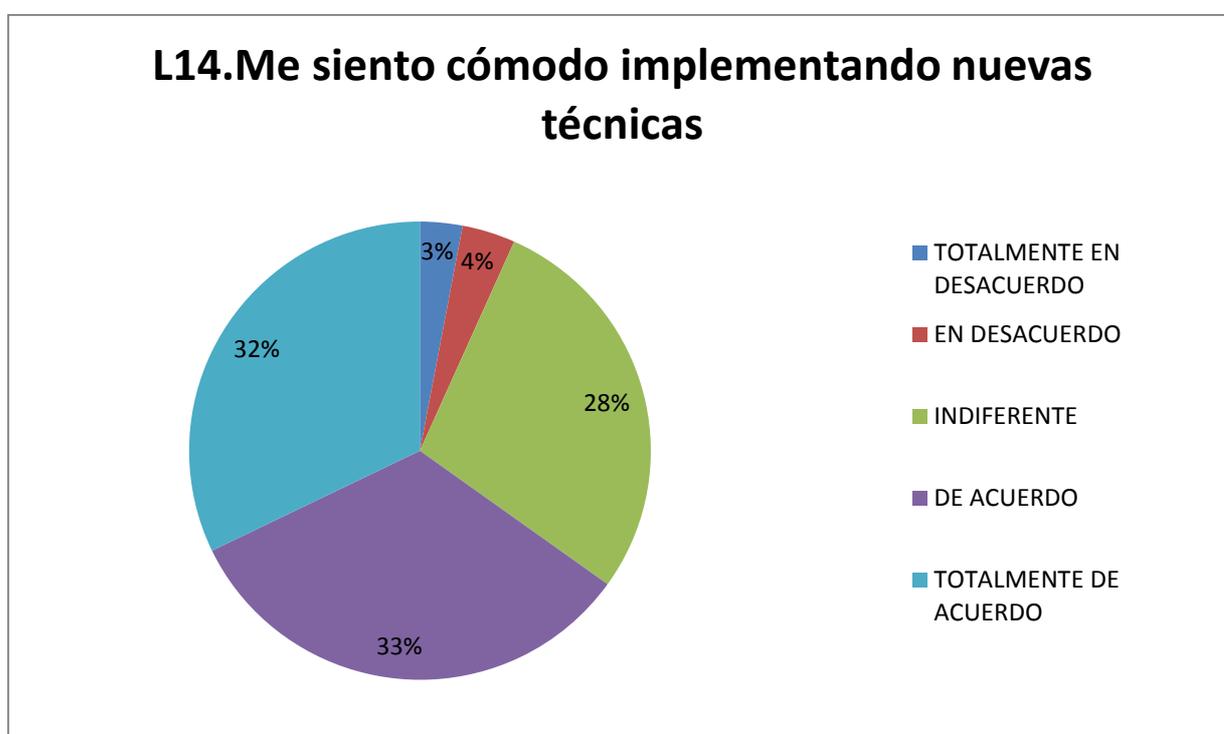


Figura 29. L14. Me siento cómodo implementando nuevas técnicas.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 32% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 33% de acuerdo, el 28% indiferente, el 4% en desacuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en sentirse cómodo implementando nuevas técnicas.

### L15.Podría apreciar y proveer retroalimentación a los empleados.

Tabla 22

Pregunta 15: Podría apreciar y proveer retroalimentación a los empleados

	<b>L15</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	14
<b>EN DESACUERDO</b>	18
<b>INDIFERENTE</b>	108
<b>DE ACUERDO</b>	147
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	117
<b>TOTAL</b>	404

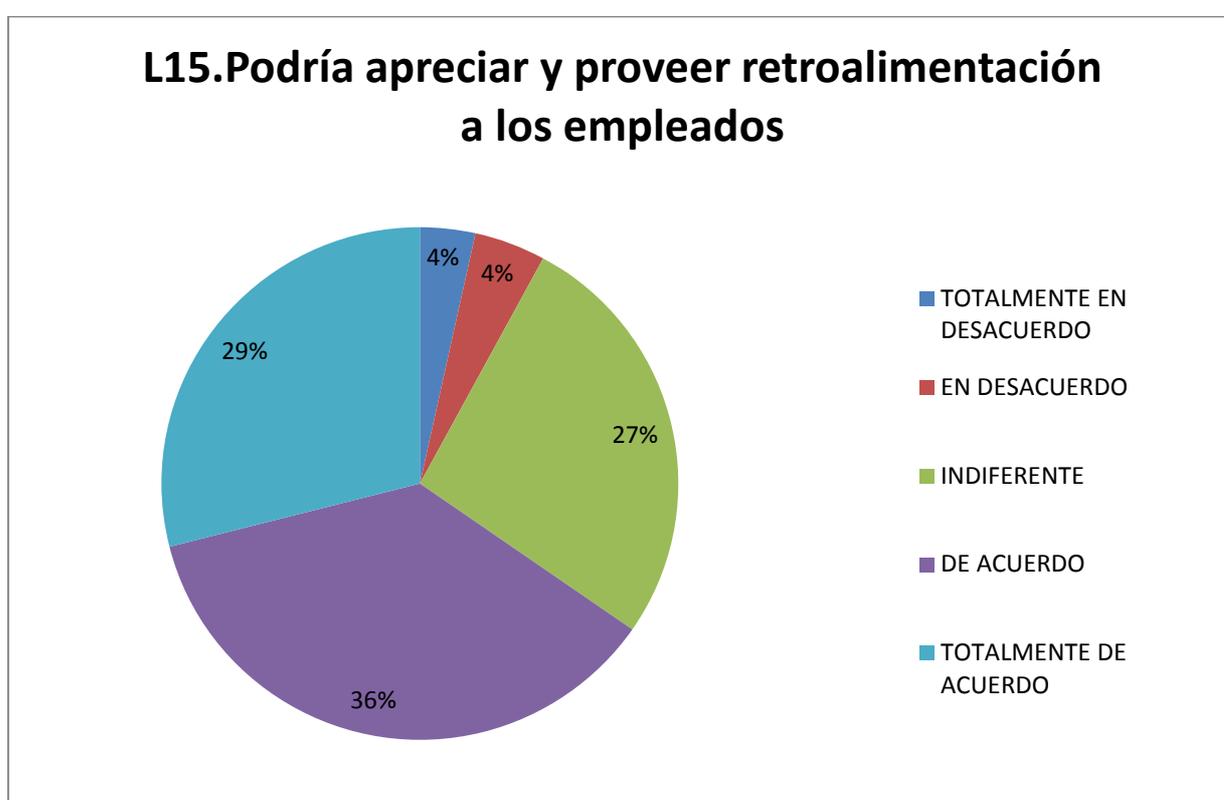


Figura 30. L15. Podría apreciar y proveer retroalimentación a los empleados.

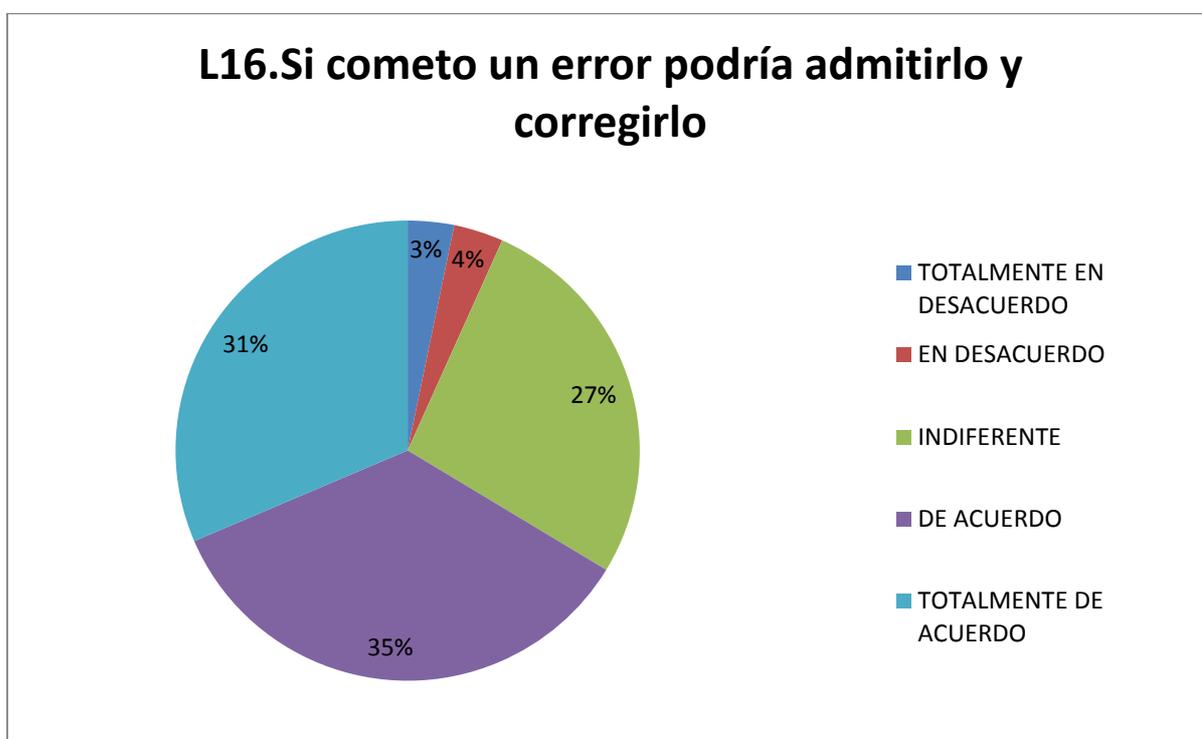
Análisis: En esta pregunta se observa que el 29% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 36% de acuerdo, el 27% indiferente, el 4% en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo, donde la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en poder apreciar y proveer retroalimentación a los empleados.

**L16.Si cometo un error podría admitirlo y corregirlo.**

Tabla 23

*Pregunta 16: Si cometo un error podría admitirlo y corregirlo*

	<b>L16</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	13
<b>EN DESACUERDO</b>	14
<b>INDIFERENTE</b>	109
<b>DE ACUERDO</b>	141
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	127
<b>TOTAL</b>	404



*Figura 31. L16. Si cometo un error podría admitirlo y corregirlo.*

Análisis: En esta pregunta se observa que el 31% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 35% de acuerdo, el 27% indiferente, el 4% en desacuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo, donde la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en si se comete un error, poder admitirlo y corregirlo.

### L17.Soy curioso(a).

Tabla 24

Pregunta 17: Soy curioso(a)

	<b>L17</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	13
<b>EN DESACUERDO</b>	6
<b>INDIFERENTE</b>	112
<b>DE ACUERDO</b>	162
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	111
<b>TOTAL</b>	404

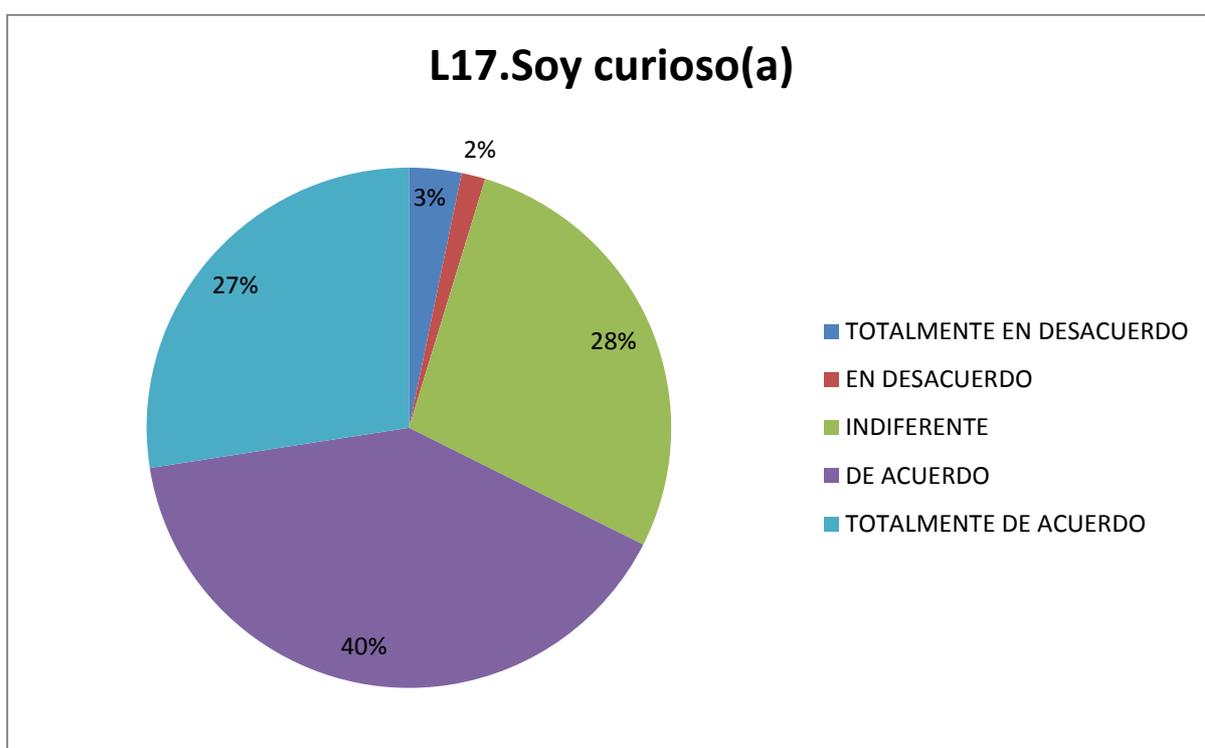


Figura 32. L17. Soy curioso(a).

Análisis: En esta pregunta se observa que el 27% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 40% de acuerdo, el 28% indiferente, el 2% en desacuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en ser curioso (a).

## L18.Creo en la diversidad en el lugar del trabajo.

Tabla 25

Pregunta 18: Creo en la diversidad en el lugar del trabajo

	<b>L18</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	15
<b>EN DESACUERDO</b>	14
<b>INDIFERENTE</b>	101
<b>DE ACUERDO</b>	141
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	133
<b>TOTAL</b>	404

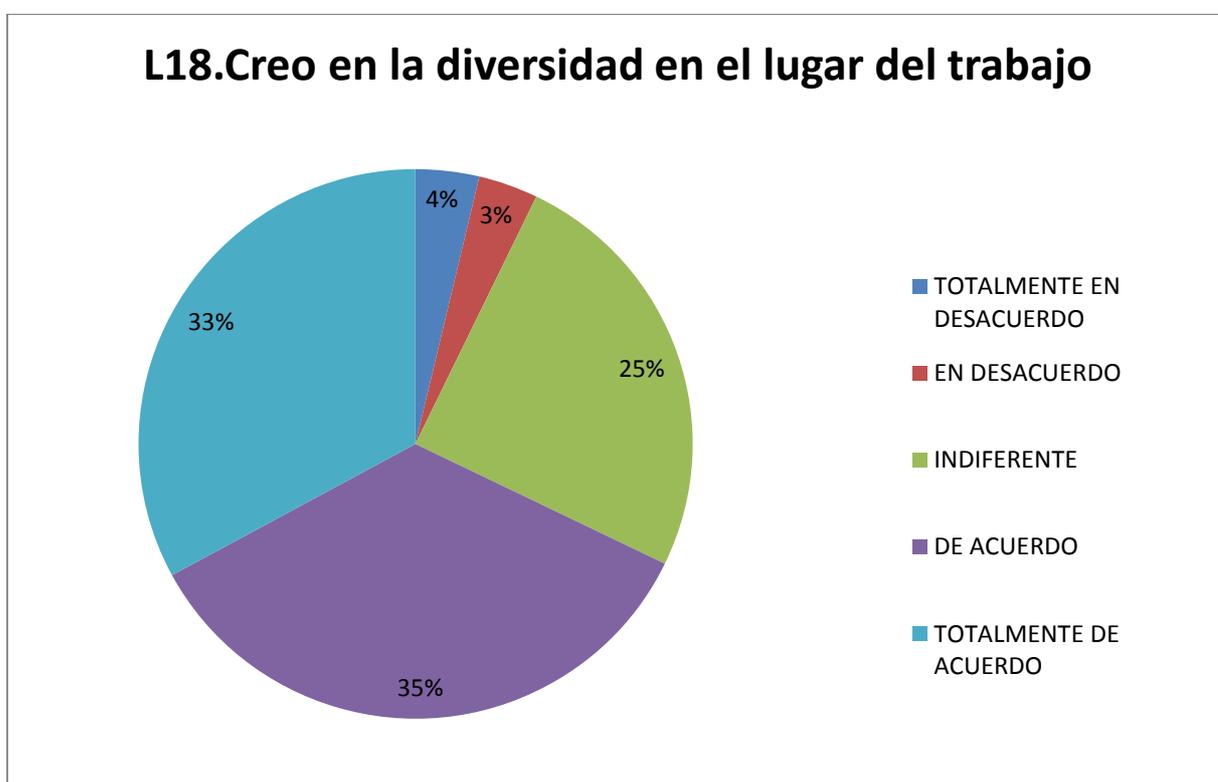


Figura 33. L18. Creo en la diversidad en el lugar del trabajo.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 33% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 35% de acuerdo, el 25% indiferente, el 3% en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en creer en la diversidad en el lugar del trabajo.

## L19. Prospero en el cambio.

Tabla 26

Pregunta 19: Prospero en el cambio

	<b>L19</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	11
<b>EN DESACUERDO</b>	16
<b>INDIFERENTE</b>	81
<b>DE ACUERDO</b>	135
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	161
<b>TOTAL</b>	404

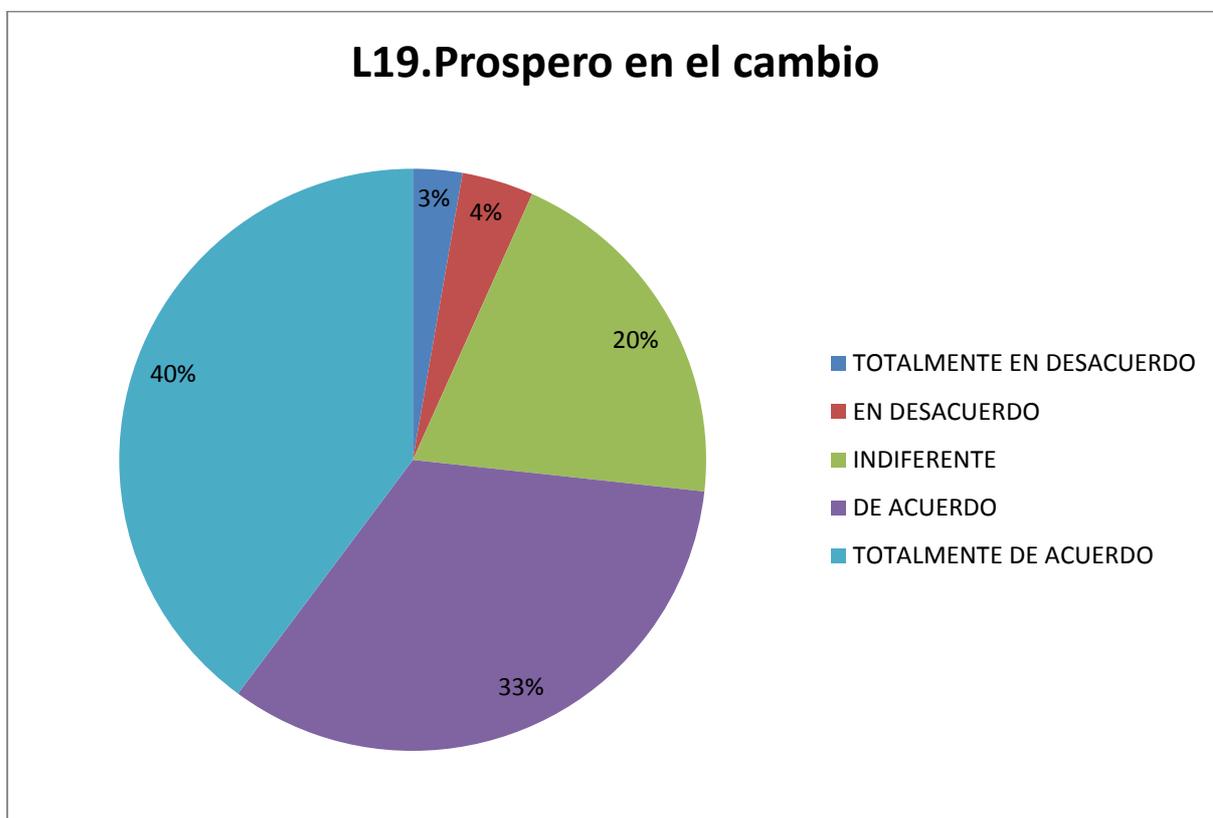


Figura 34. L19. Prospero en el cambio.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 40% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 33% de acuerdo, el 20% indiferente, el 4% en desacuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo, donde la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en prosperar en el cambio.

## L20.Uno de mis grandes deseos es llegar a ser líder.

Tabla 27

Pregunta 20: Uno de mis grandes deseos es llegar a ser líder

	<b>L20</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	13
<b>EN DESACUERDO</b>	17
<b>INDIFERENTE</b>	93
<b>DE ACUERDO</b>	135
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	146
<b>TOTAL</b>	404

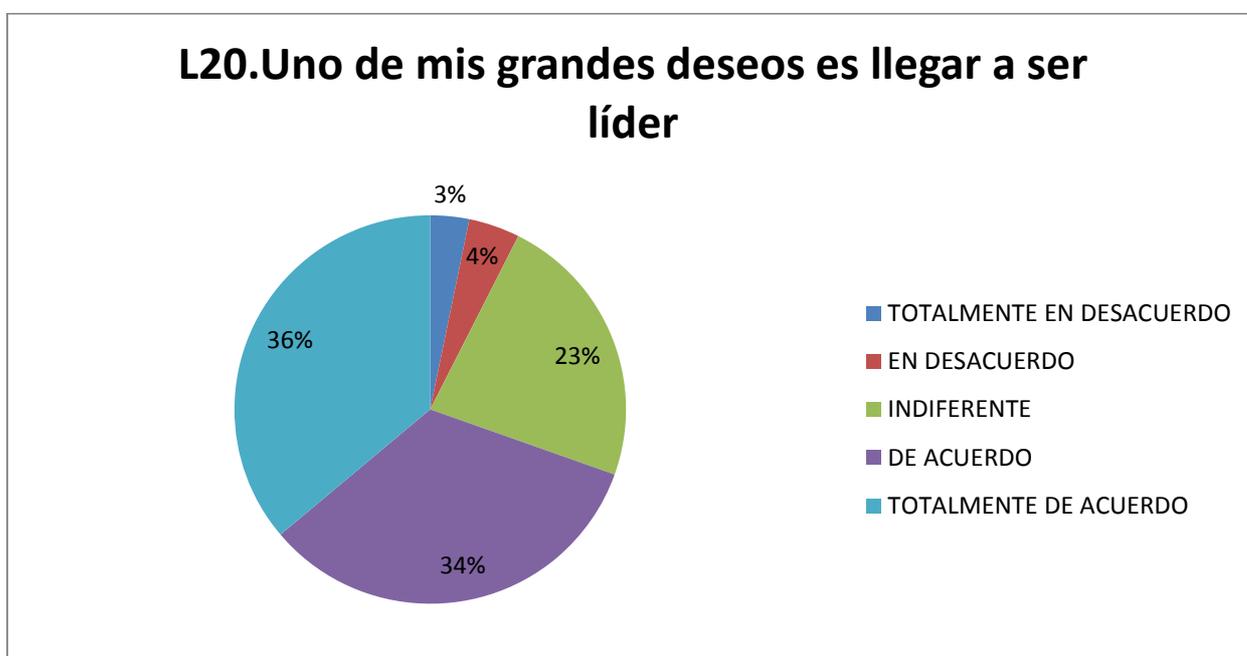


Figura 35. L20. Uno de mis grandes deseos es llegar a ser líder.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 36% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 34% de acuerdo, el 23% indiferente, el 4% en desacuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en que uno de los grandes deseos es llegar a ser líder.

#### 4.5.2 Capital Social Familiar

##### F21.Su padre o madre actualmente tienen su propio negocio.

Tabla 28

Pregunta 21: Su padre o madre actualmente tienen su propio negocio

	F21
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	111
<b>EN DESACUERDO</b>	18
<b>INDIFERENTE</b>	66
<b>DE ACUERDO</b>	76
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	133
<b>TOTAL</b>	404

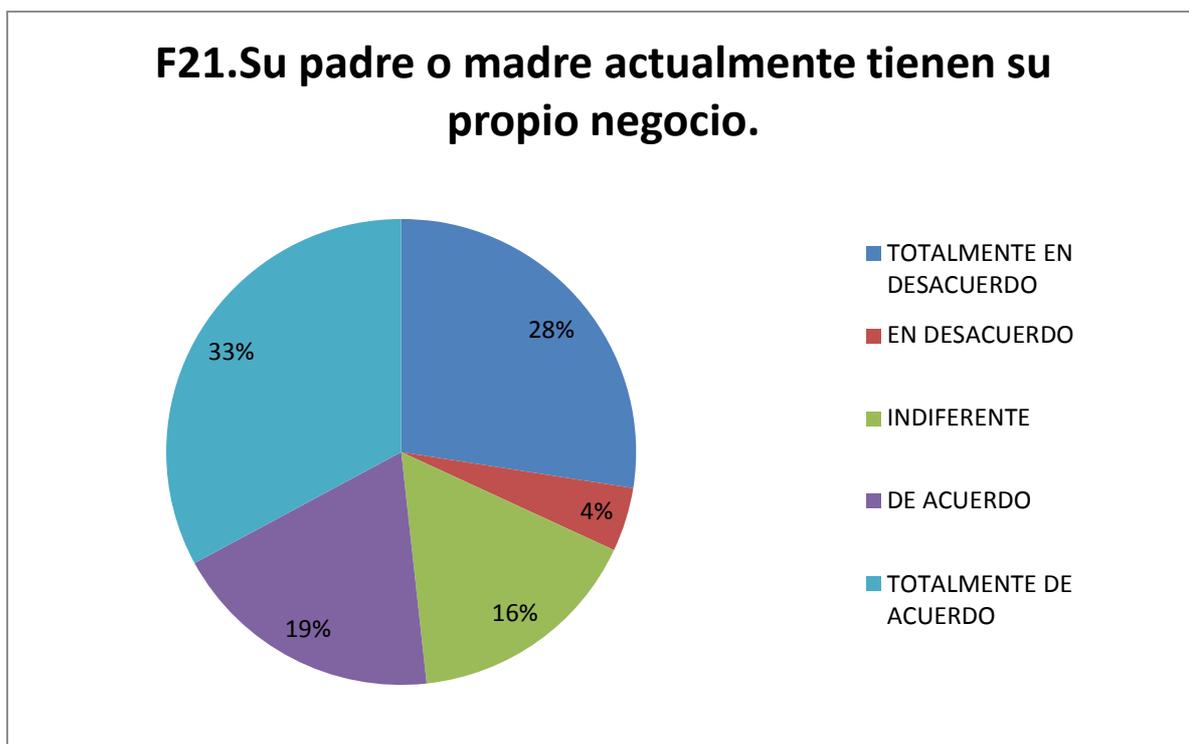


Figura 36. F21. Su padre o madre actualmente tienen su propio negocio.

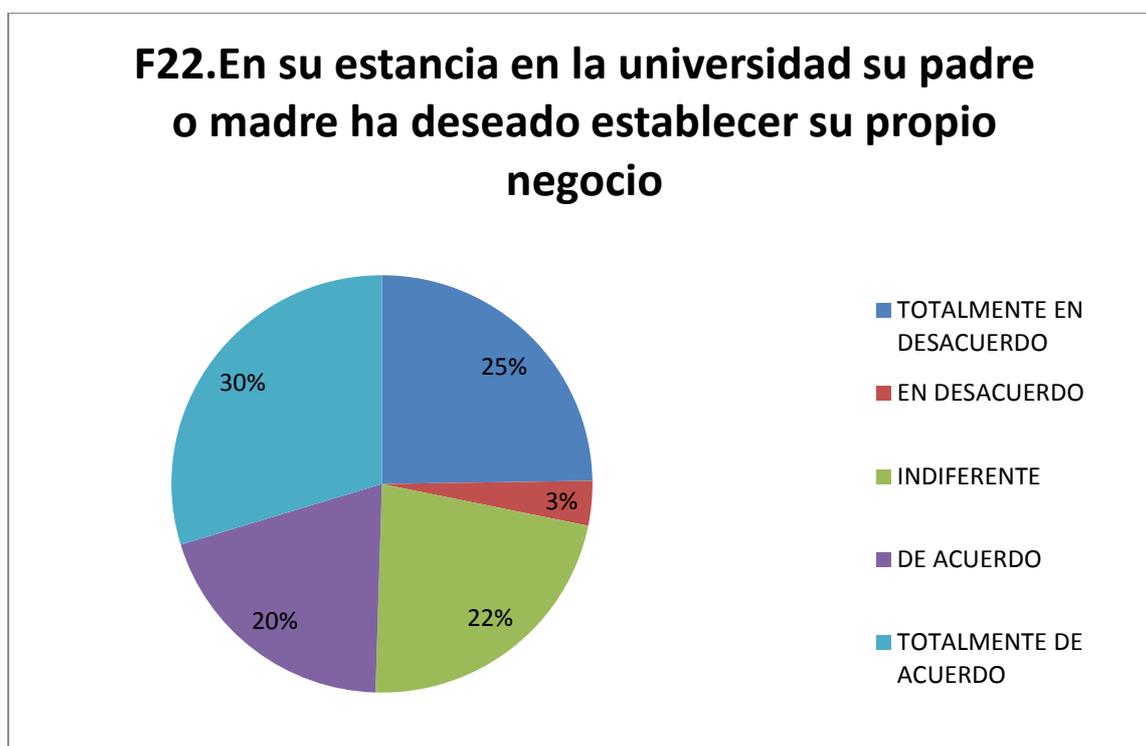
Análisis: En esta pregunta se observa que el 33% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 19% de acuerdo, el 16% indiferente, el 4% en desacuerdo y el 28% totalmente en desacuerdo, donde la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en que su padre o madre actualmente tiene su propio negocio.

**F22.En su estancia en la universidad su padre o madre ha deseado establecer su propio negocio.**

Tabla 29

*Pregunta 22: En su estancia en la universidad su padre o madre ha deseado establecer su propio negocio*

	<b>F22</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	100
<b>EN DESACUERDO</b>	14
<b>INDIFERENTE</b>	90
<b>DE ACUERDO</b>	80
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	120
<b>TOTAL</b>	404



*Figura 37. F22. En su estancia en la universidad su padre o madre ha deseado establecer su propio negocio.*

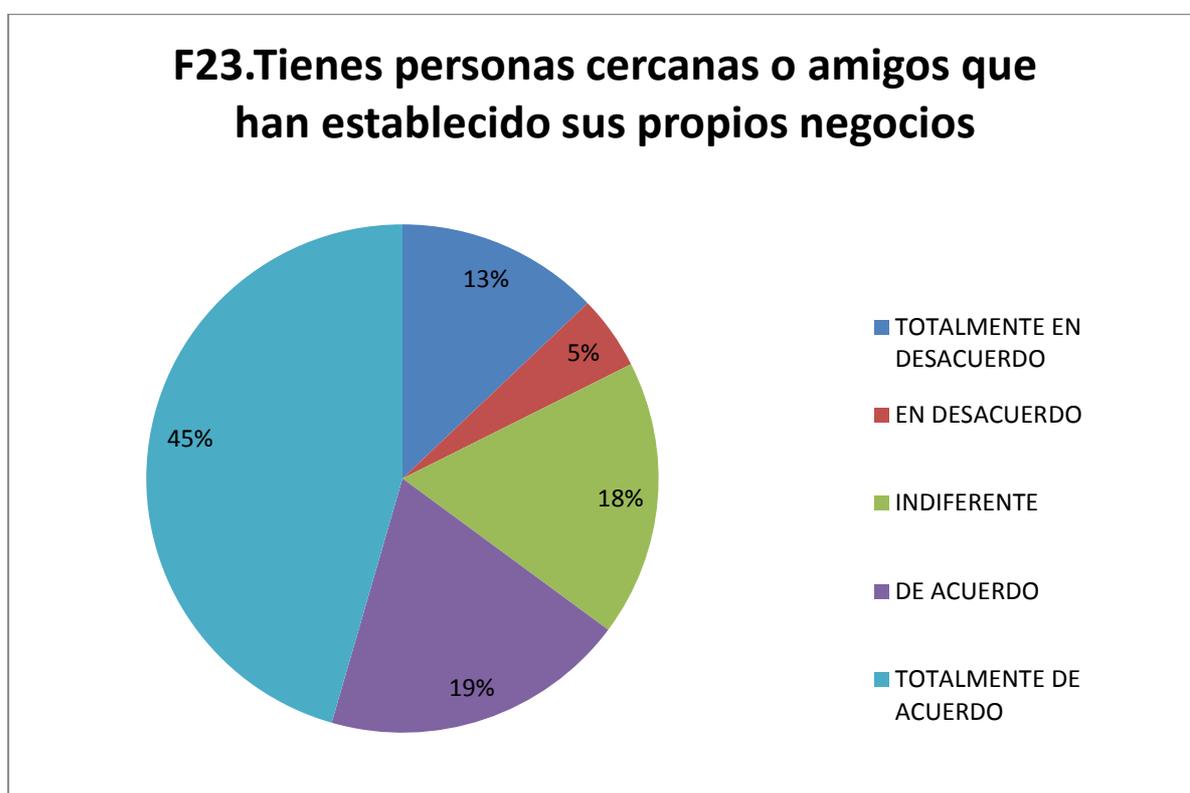
Análisis: En esta pregunta se observa que el 30% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 20% de acuerdo, el 22% indiferente, el 3% en desacuerdo y el 25% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en que su estancia en la universidad su padre o madre ha deseado establecer su propio negocio.

**F23. Tienes personas cercanas o amigos que han establecido sus propios negocios.**

Tabla 30

*Pregunta 23: Tienes personas cercanas o amigos que han establecido sus propios negocios*

	<b>F23</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	52
<b>EN DESACUERDO</b>	19
<b>INDIFERENTE</b>	71
<b>DE ACUERDO</b>	78
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	184
<b>TOTAL</b>	404



*Figura 38. F23. Tienes personas cercanas o amigos que han establecido sus propios negocios.*

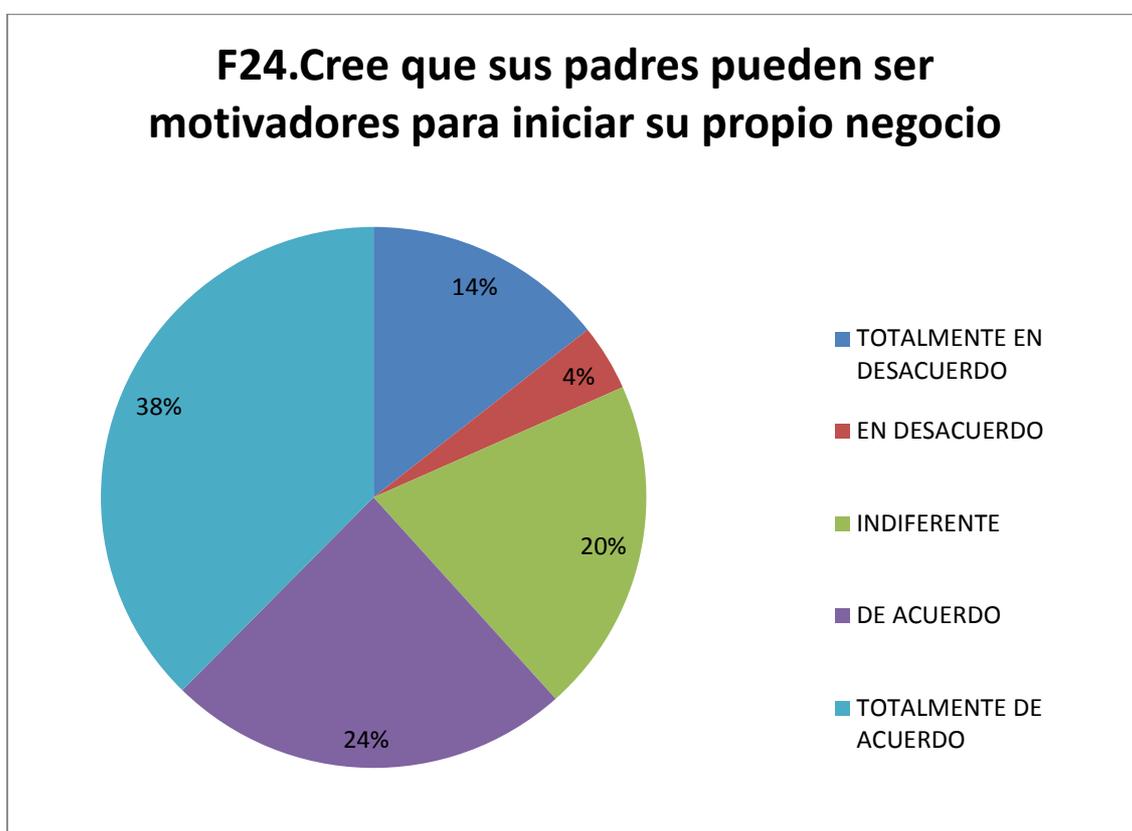
Análisis: En esta pregunta se observa que el 45% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 19% de acuerdo, el 18% indiferente, el 5% en desacuerdo y el 13% totalmente en desacuerdo, donde la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en tener personas cercanas o amigos que han establecido sus propios negocios.

**F24.Cree que sus padres pueden ser motivadores para iniciar su propio negocio.**

Tabla 31

*Pregunta 24: Cree que sus padres pueden ser motivadores para iniciar su propio negocio*

	<b>F24</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	58
<b>EN DESACUERDO</b>	16
<b>INDIFERENTE</b>	81
<b>DE ACUERDO</b>	97
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	152
<b>TOTAL</b>	404



*Figura 39. F24. Cree que sus padres pueden ser motivadores para iniciar su propio negocio.*

Análisis: En esta pregunta se observa que el 38% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 24% de acuerdo, el 20% indiferente, el 4% en desacuerdo y el 14% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en creer que sus padres puedan ser motivadores para iniciar su propio negocio.

### 4.5.3 Percepción de control

#### PC25. Estaré en capacidad de lograr la mayoría de las metas que me he propuesto.

Tabla 32

Pregunta 25: Estaré en capacidad de lograr la mayoría de las metas que me he propuesto

	PC25
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	23
<b>EN DESACUERDO</b>	19
<b>INDIFERENTE</b>	105
<b>DE ACUERDO</b>	104
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	153
<b>TOTAL</b>	404

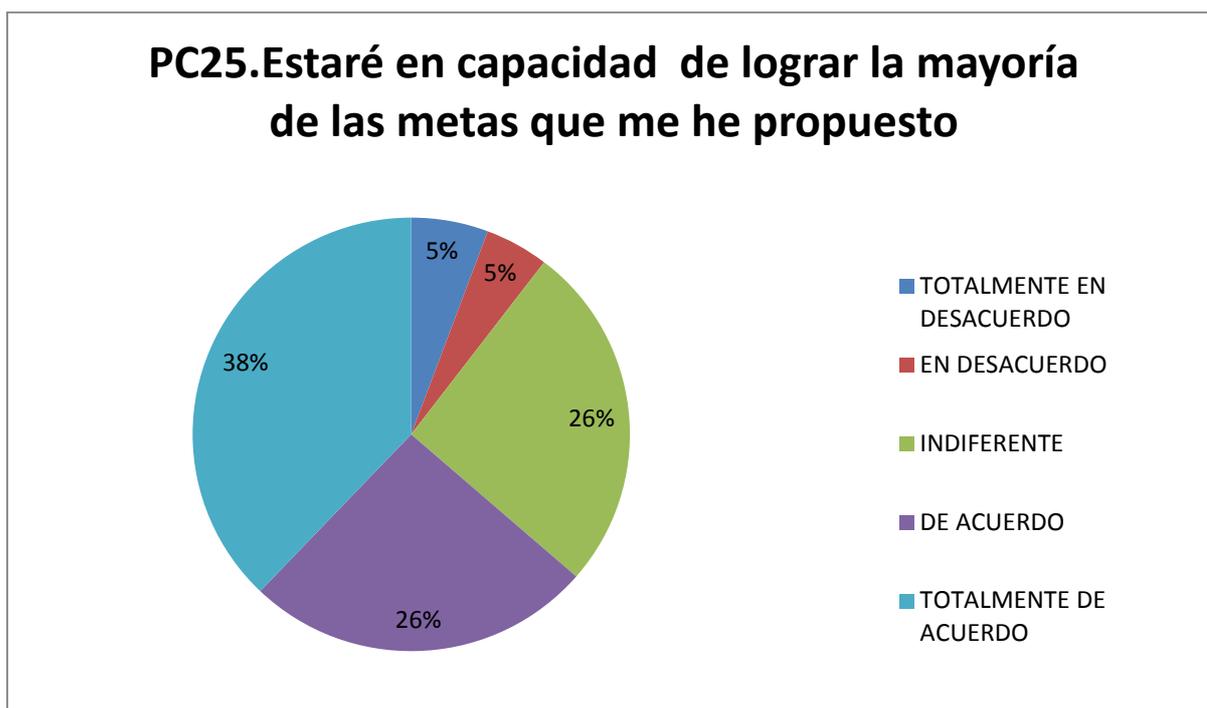


Figura 40. PC25. Estaré en capacidad de lograr la mayoría de las metas que me he propuesto.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 38% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 26% de acuerdo, el 26% indiferente, el 5% en desacuerdo y el 5% totalmente en desacuerdo, donde la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en estar en capacidad de lograr la mayoría de las metas propuestas.

**PC26. Cuando debo enfrentar tareas difíciles tengo la seguridad de que voy a poderlas llevar a cabo.**

Tabla 33

*Pregunta 26: Cuando debo enfrentar tareas difíciles tengo la seguridad de que voy a poderlas llevar a cabo*

	<b>PC26</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	28
<b>EN DESACUERDO</b>	19
<b>INDIFERENTE</b>	114
<b>DE ACUERDO</b>	132
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	111
<b>TOTAL</b>	404

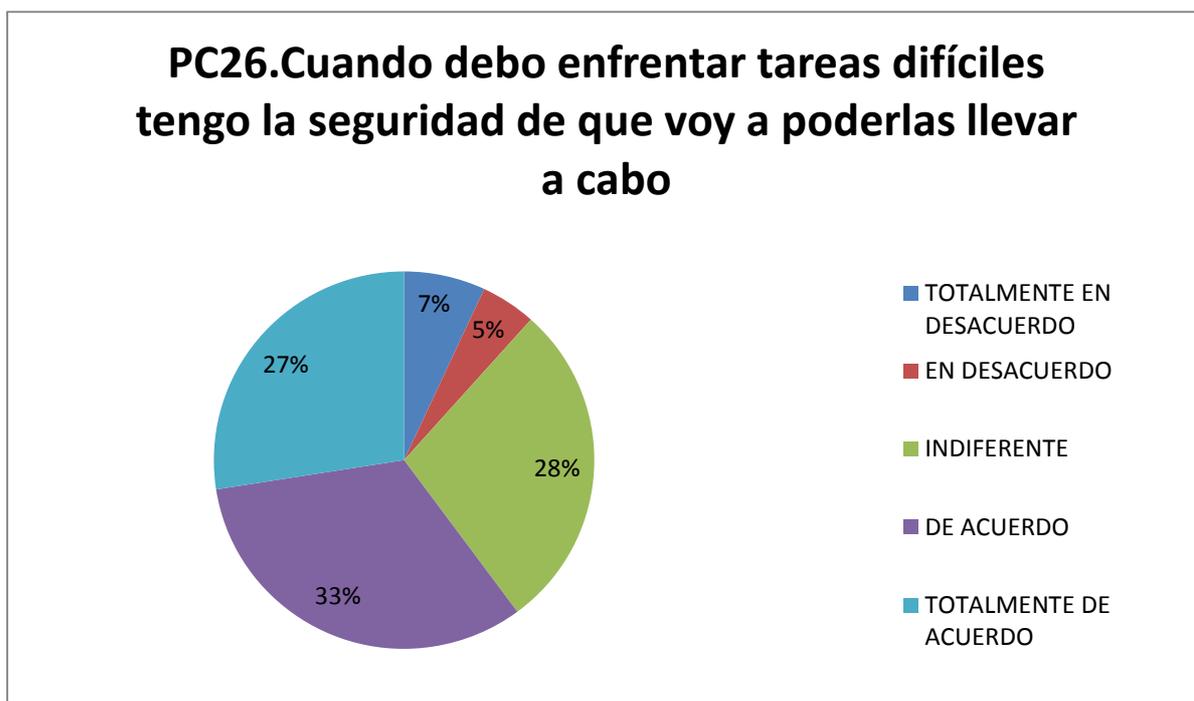


Figura 41. PC26. Cuando debo enfrentar tareas difíciles tengo la seguridad de que voy a poderlas llevar a cabo.

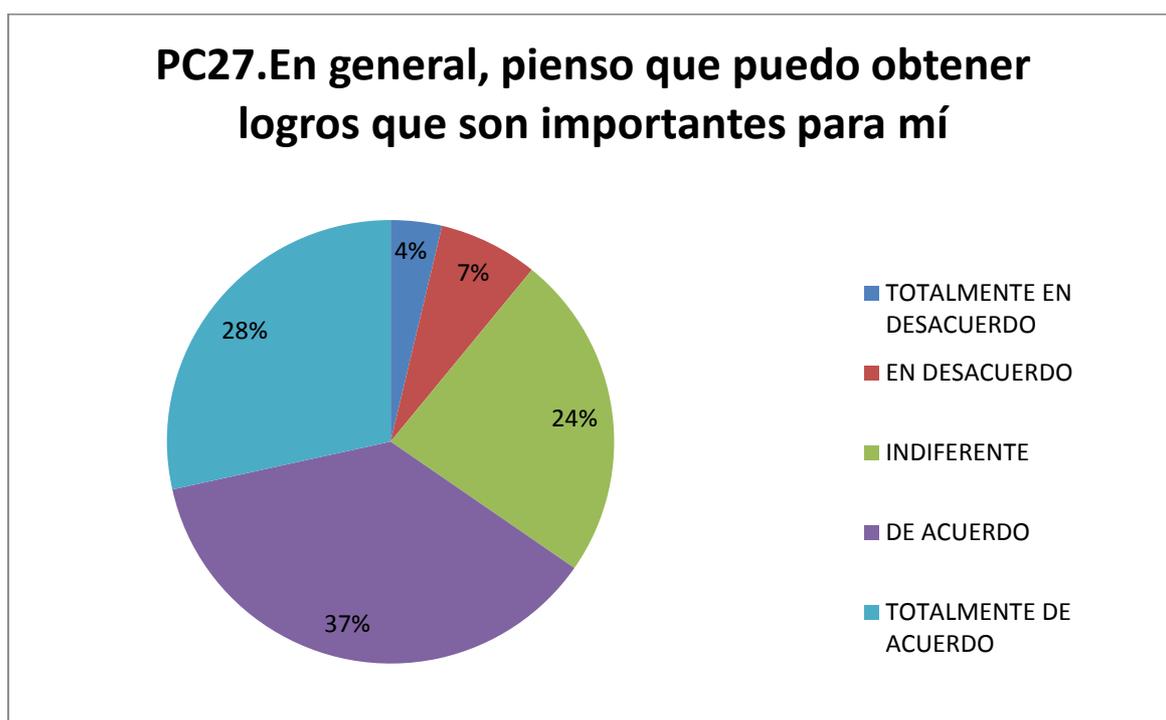
Análisis: En esta pregunta se observa que el 27% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 33% de acuerdo, el 28% indiferente, el 5% en desacuerdo y el 7% totalmente en desacuerdo, por tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en cuando hay que enfrentar tareas difíciles, se tiene la seguridad de poder llevarlas a cabo.

**PC27. En general, pienso que puedo obtener logros que son importantes para mí.**

Tabla 34

*Pregunta 27: En general, pienso que puedo obtener logros que son importantes para mí*

	<b>PC27</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	15
<b>EN DESACUERDO</b>	29
<b>INDIFERENTE</b>	96
<b>DE ACUERDO</b>	149
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	115
<b>TOTAL</b>	404



*Figura 42. PC27. En general, pienso que puedo obtener logros que son importantes para mí.*

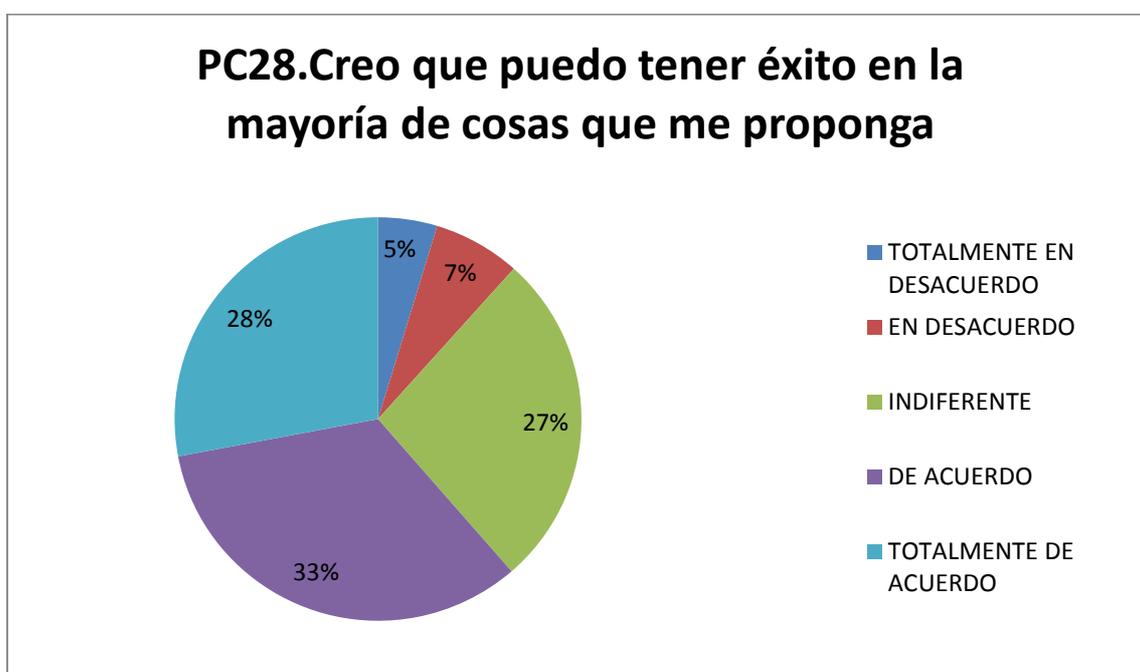
Análisis: En esta pregunta se observa que el 28% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo, el 24% indiferente, el 7% en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo, por tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en general, pensar obtener logros que son importantes.

**PC28.Creo que puedo tener éxito en la mayoría de cosas que me proponga.**

Tabla 35

*Pregunta 28: Creo que puedo tener éxito en la mayoría de cosas que me proponga*

	<b>PC28</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	19
<b>EN DESACUERDO</b>	28
<b>INDIFERENTE</b>	109
<b>DE ACUERDO</b>	135
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	113
<b>TOTAL</b>	404



*Figura 43. PC28. Creo que puedo tener éxito en la mayoría de cosas que me proponga.*

Análisis: En esta pregunta se observa que el 28% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 33% de acuerdo, el 27% indiferente, el 7% en desacuerdo y el 5% totalmente en desacuerdo, por tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en ser creer tener éxito en la mayoría de cosas que me proponga.

### PC29.Estaré en capacidad superar exitosamente muchos desafíos.

Tabla 36

Pregunta 29: Estaré en capacidad superar exitosamente muchos desafíos

	PC29
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	17
<b>EN DESACUERDO</b>	23
<b>INDIFERENTE</b>	122
<b>DE ACUERDO</b>	107
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	135
<b>TOTAL</b>	404

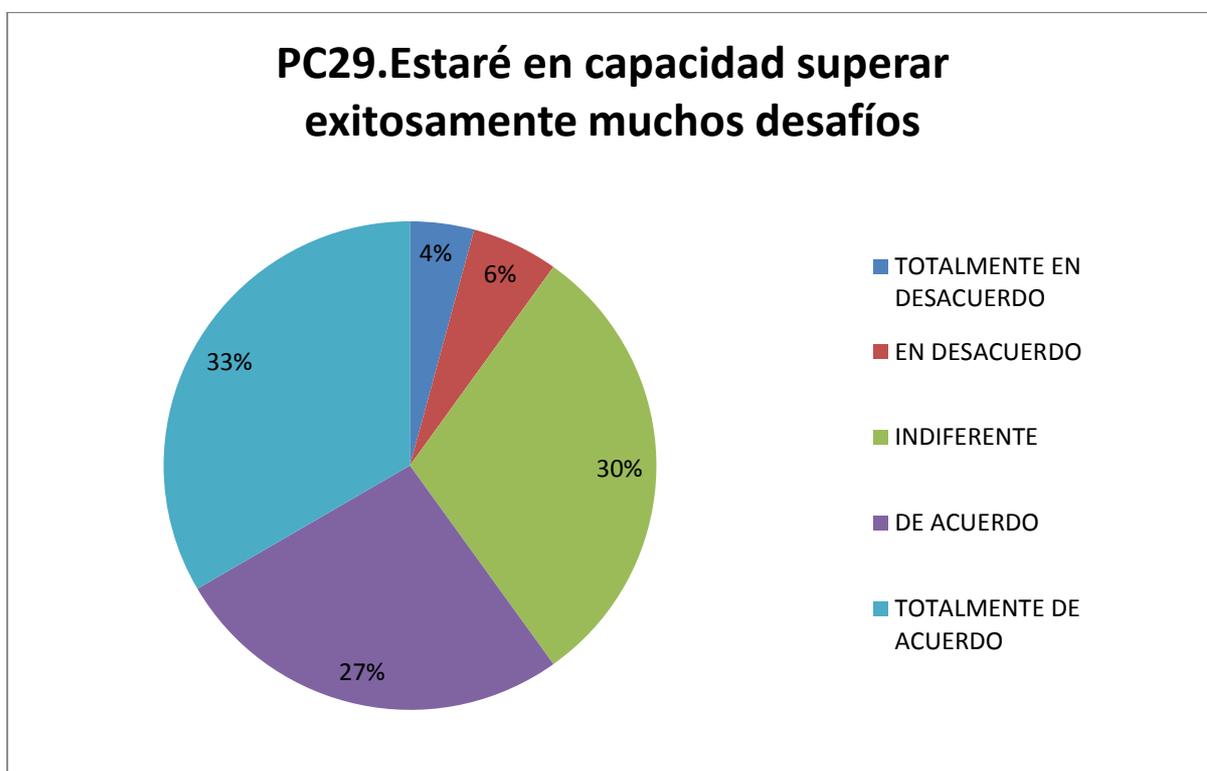


Figura 44. PC39. Estaré en capacidad superar exitosamente muchos desafíos.

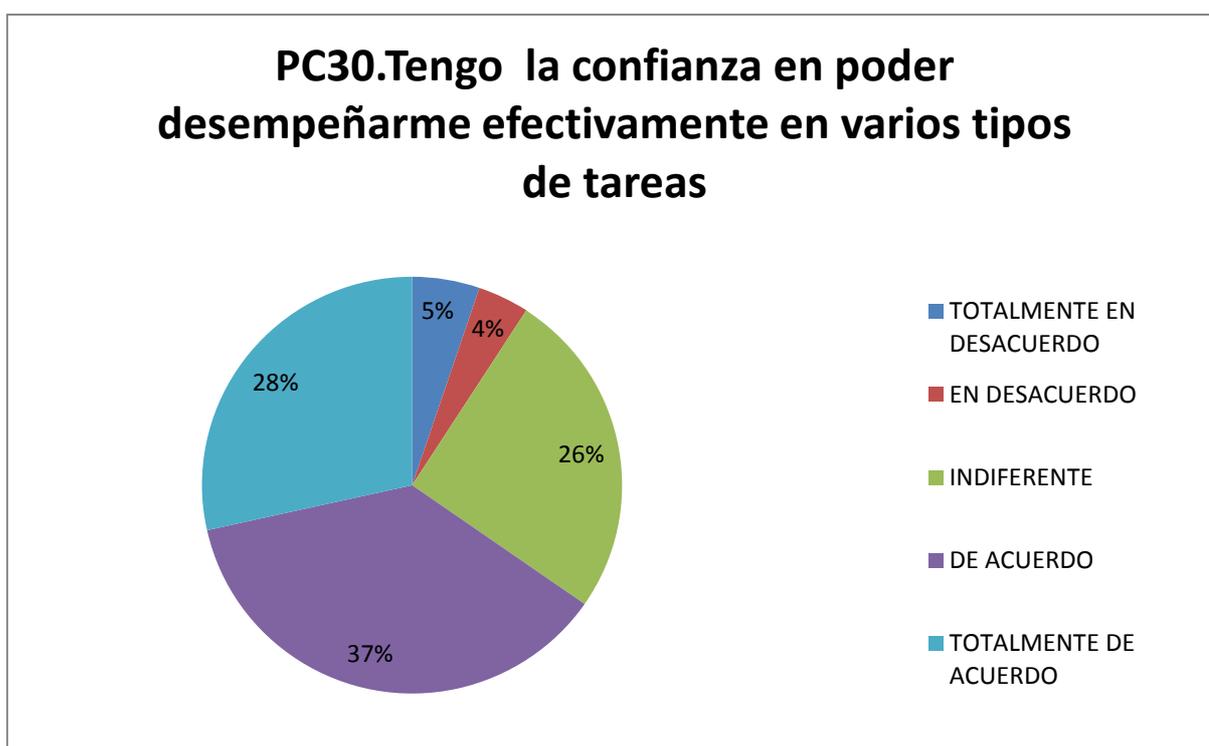
Análisis: En esta pregunta se observa que el 33% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 27% de acuerdo, el 30% indiferente, el 6% en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo, por tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en estar en la capacidad de superar con éxito muchos desafíos.

**PC30.Tengo la confianza en poder desempeñarme efectivamente en varios tipos de tareas.**

Tabla 37

*Pregunta 30: Tengo la confianza en poder desempeñarme efectivamente en varios tipos de tareas*

	<b>PC30</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	21
<b>EN DESACUERDO</b>	16
<b>INDIFERENTE</b>	103
<b>DE ACUERDO</b>	149
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	115
<b>TOTAL</b>	404



*Figura 45. PC30. Tengo la confianza en poder desempeñarme efectivamente en varios tipos de tareas.*

Análisis: En esta pregunta se observa que el 28% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo, el 26% indiferente, el 4% en desacuerdo y el 5% totalmente en desacuerdo, por tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en tener la confianza en poder desempeñar efectivamente en varios tipos de tareas.

### PC31.Comparado con otras personas, puedo hacer muy bien más tareas

Tabla 38

Pregunta 31: Comparado con otras personas, puedo hacer muy bien más tareas

	PC31
TOTALMENTE EN DESACUERDO	21
EN DESACUERDO	20
INDIFERENTE	104
DE ACUERDO	124
TOTALMENTE DE ACUERDO	135
TOTAL	404

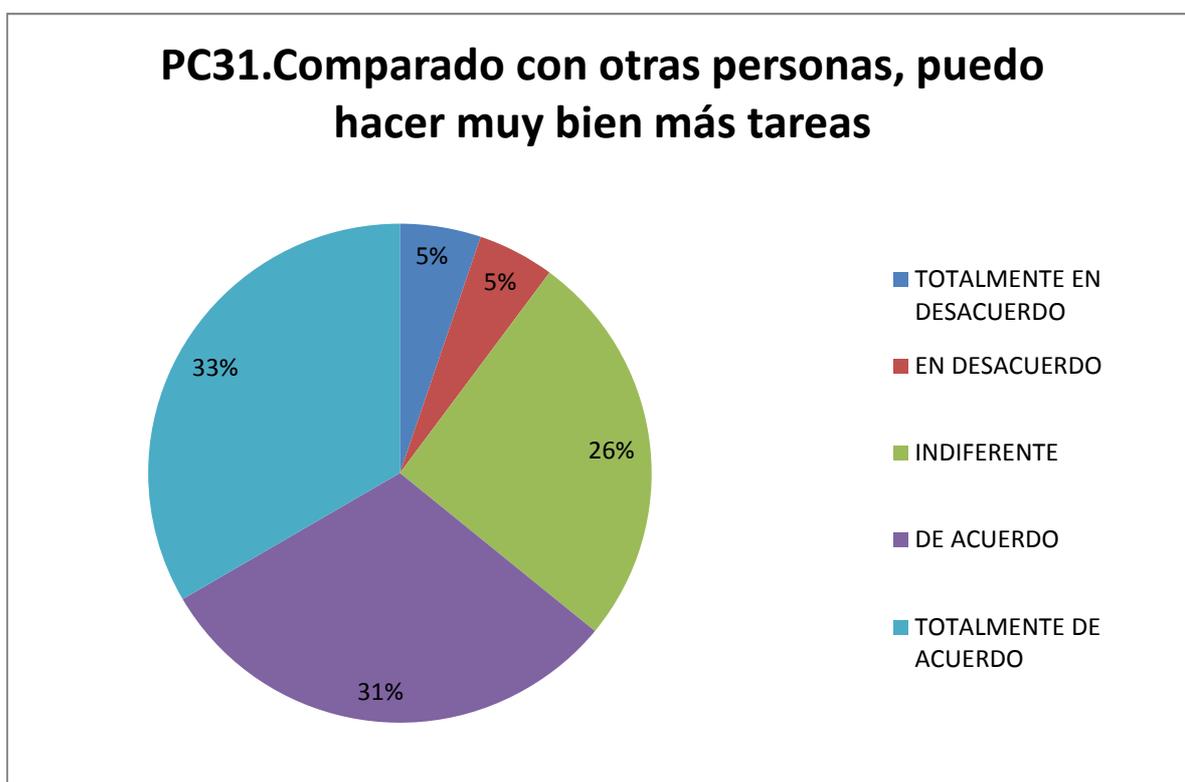


Figura 46. PC31. Comparado con otras personas, puedo hacer muy bien más tareas.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 33% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 31% de acuerdo, el 26% indiferente, el 5% en desacuerdo y el 5% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en comparación con otras personas, puede hacer muy bien más tareas.

**PC32. Aun cuando las cosas sean difíciles, puedo desempeñarlas muy bien.**

Tabla 39

*Pregunta 32: Aun cuando las cosas sean difíciles, puedo desempeñarlas muy bien*

	<b>PC32</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	19
<b>EN DESACUERDO</b>	25
<b>INDIFERENTE</b>	93
<b>DE ACUERDO</b>	128
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	139
<b>TOTAL</b>	404

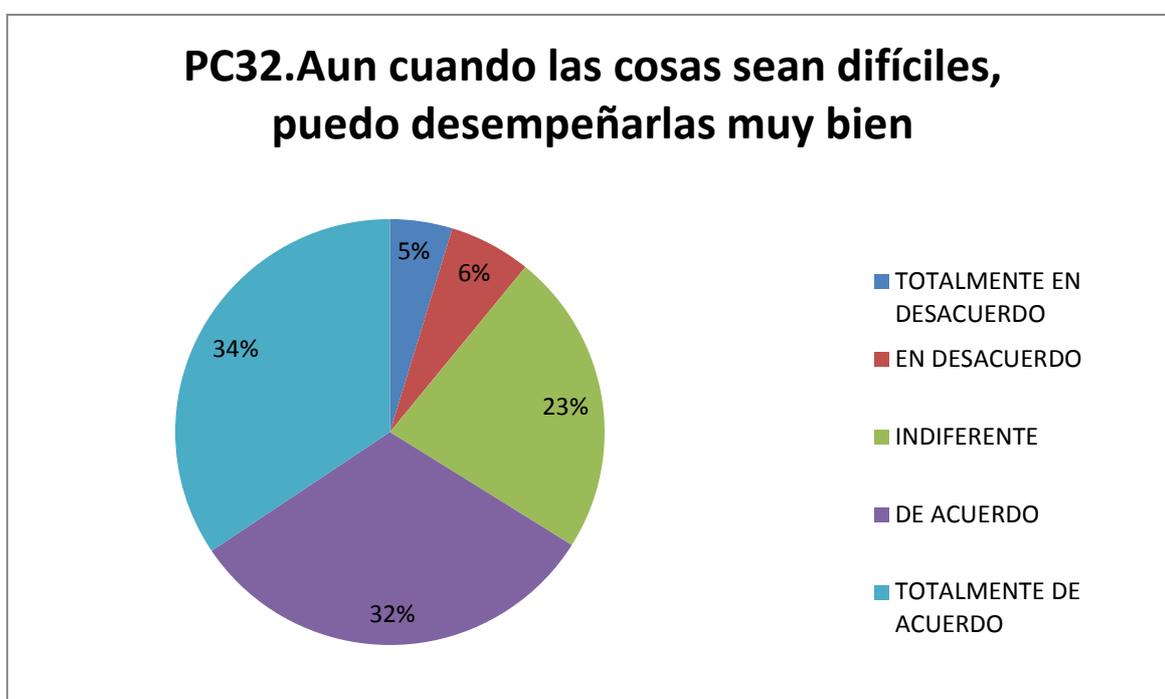


Figura 47. PC32. Aun cuando las cosas sean difíciles, puedo desempeñarlas muy bien.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 34% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 32% de acuerdo, el 23% indiferente, el 6% en desacuerdo y el 5% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en aun cuando las cosas sean difíciles, poder desempeñarlas muy bien.

#### 4.5.4 Normas subjetivas

#### NS33.El emprendimiento hace una importante contribución a la sociedad.

Tabla 40

Pregunta 33: El emprendimiento hace una importante contribución a la sociedad

	NS33
TOTALMENTE EN DESACUERDO	23
EN DESACUERDO	29
INDIFERENTE	81
DE ACUERDO	111
TOTALMENTE DE ACUERDO	160
TOTAL	404

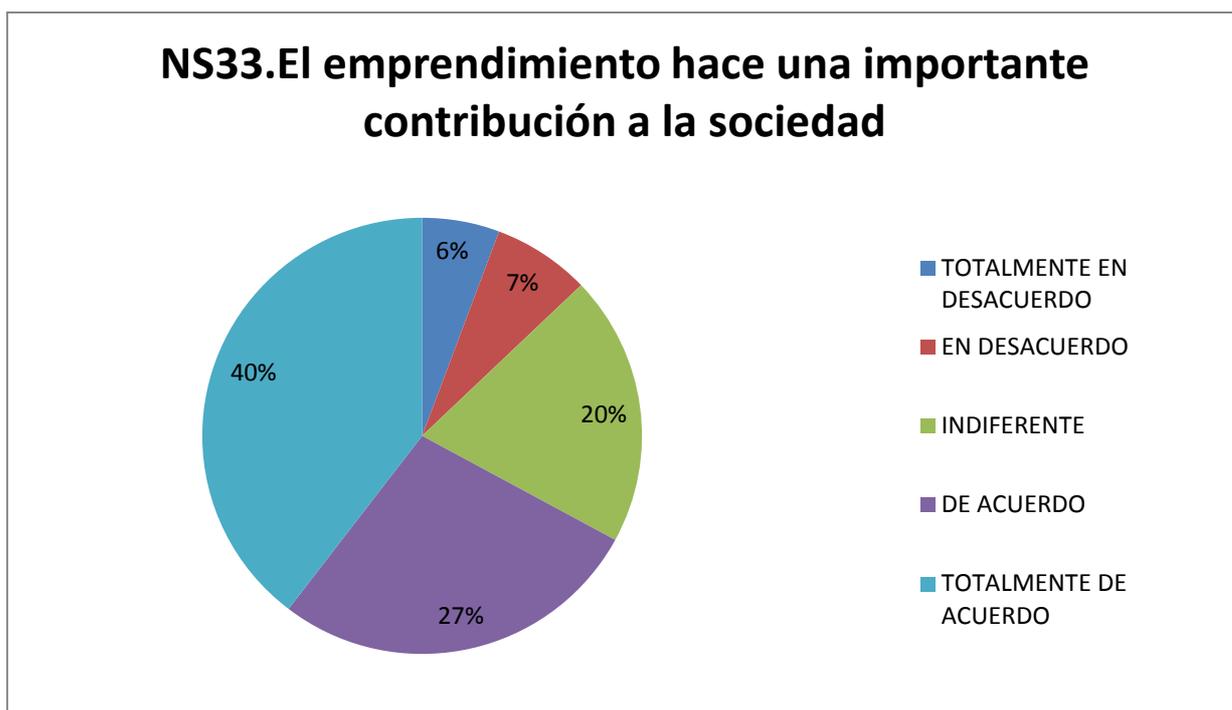


Figura 48. NS33. El emprendimiento hace una importante contribución a la sociedad.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 40% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 27% de acuerdo, el 20% indiferente, el 7% en desacuerdo y el 6% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en que el emprendimiento hace una importante contribución a la sociedad.

### NS34.Cualquiera puede ser un emprendedor.

Tabla 41

Pregunta 34: Cualquiera puede ser un emprendedor

	NS34
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	34
<b>EN DESACUERDO</b>	25
<b>INDIFERENTE</b>	136
<b>DE ACUERDO</b>	130
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	79
<b>TOTAL</b>	404

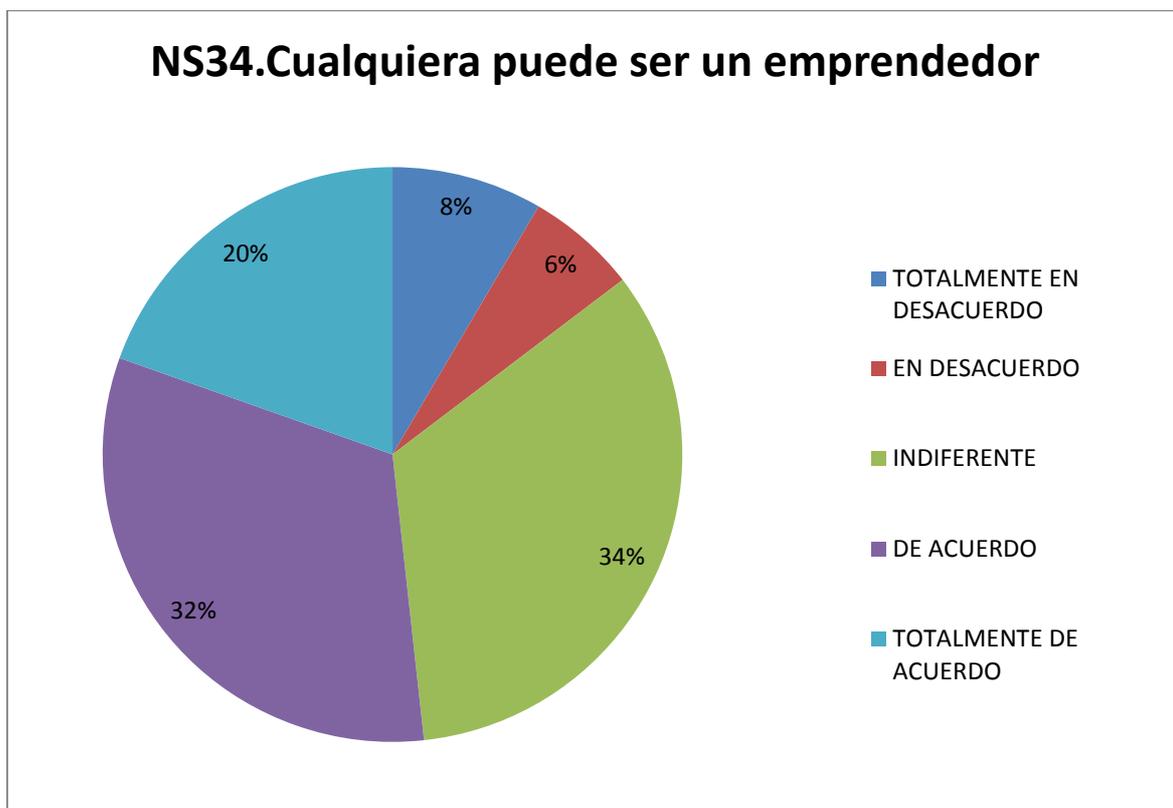


Figura 49. NS34. Cualquiera puede ser un emprendedor.

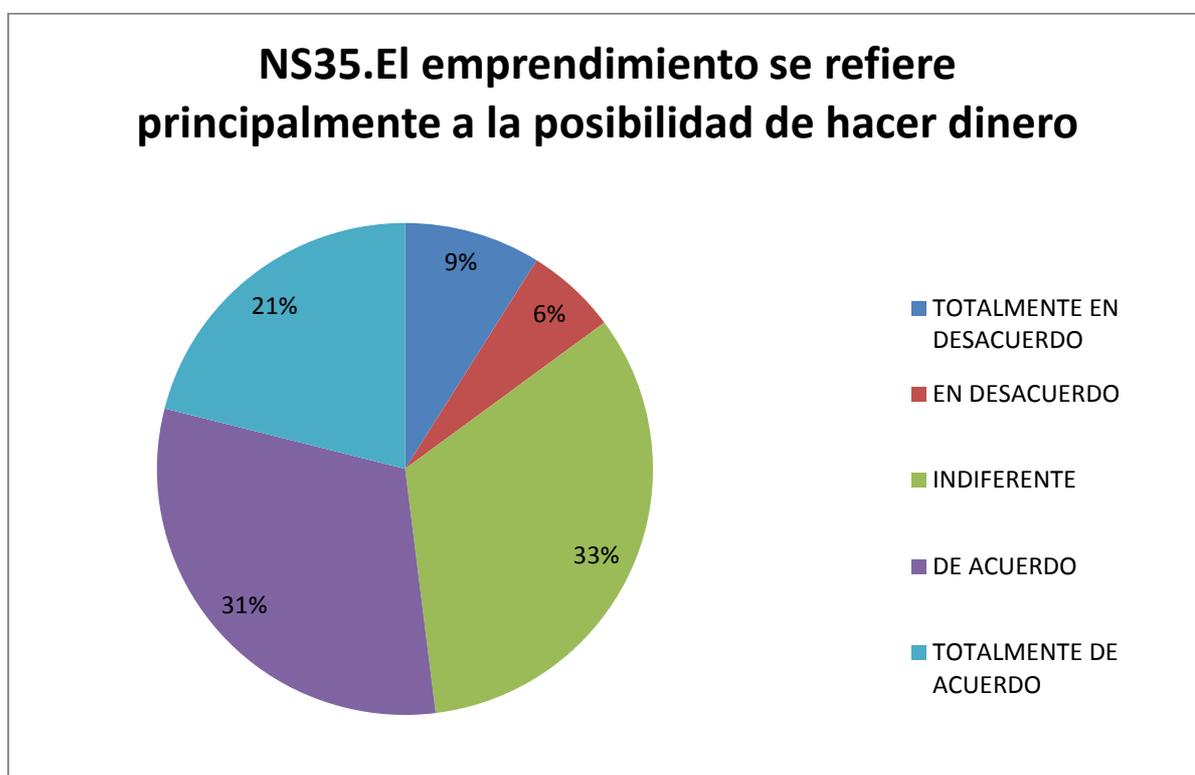
Análisis: En esta pregunta se observa que el 20% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 32% de acuerdo, el 34% indiferente, el 6% en desacuerdo y el 8% totalmente en desacuerdo, donde la mayoría de los encuestados respondieron estar indiferente en que cualquiera puede ser un emprendedor.

**NS35.El emprendimiento se refiere principalmente a la posibilidad de hacer dinero.**

Tabla 42

*Pregunta 35: El emprendimiento se refiere principalmente a la posibilidad de hacer dinero*

	<b>NS35</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	36
<b>EN DESACUERDO</b>	24
<b>INDIFERENTE</b>	134
<b>DE ACUERDO</b>	125
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	85
<b>TOTAL</b>	404



*Figura 50. NS35. El emprendimiento se refiere principalmente a la posibilidad de hacer dinero.*

Análisis: En esta pregunta se observa que el 21% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 31% de acuerdo, el 33% indiferente, el 6% en desacuerdo y el 9% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar indiferente en que el emprendimiento se refiere principalmente a la posibilidad de hacer dinero.

### NS36.El emprendimiento puede causar un perjuicio social.

Tabla 43

Pregunta 36: El emprendimiento puede causar un perjuicio social

	NS36
TOTALMENTE EN DESACUERDO	33
EN DESACUERDO	34
INDIFERENTE	117
DE ACUERDO	131
TOTALMENTE DE ACUERDO	89
TOTAL	404

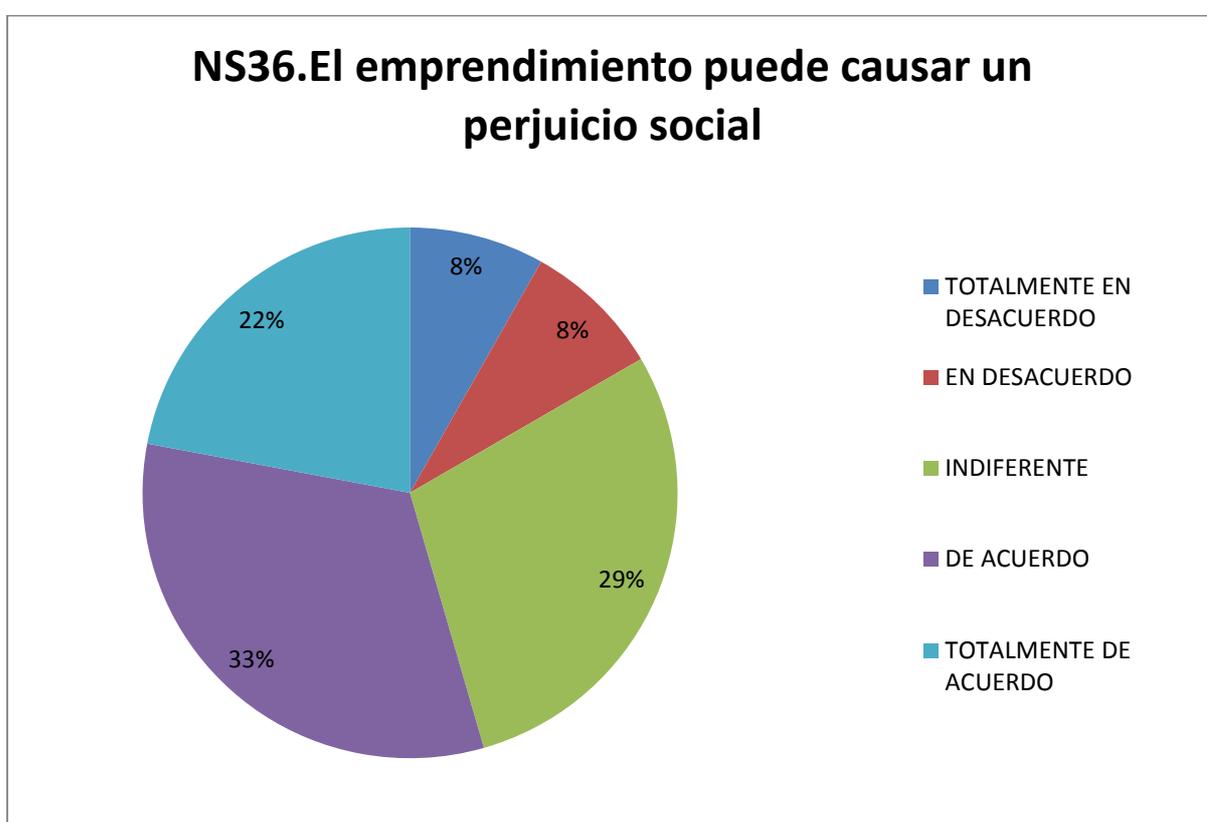


Figura 51. NS36. El emprendimiento puede causar un perjuicio social.

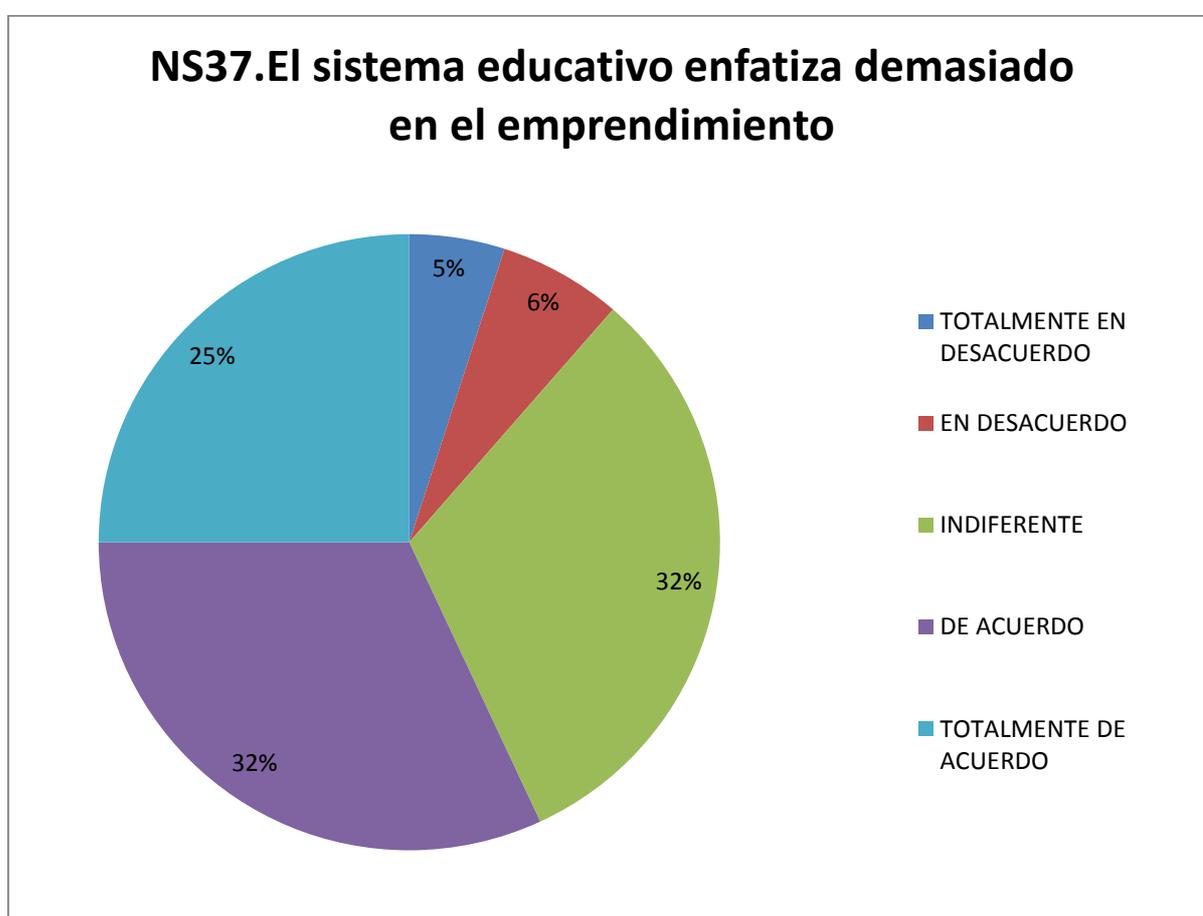
Análisis: En esta pregunta se observa que el 22% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 33% de acuerdo, el 29% indiferente, el 8% en desacuerdo y el 8% totalmente en desacuerdo, donde la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en que el emprendimiento puede causar un perjuicio social.

**NS37.El sistema educativo enfatiza demasiado en el emprendimiento.**

Tabla 44

*Pregunta 37: El sistema educativo enfatiza demasiado en el emprendimiento*

	<b>NS37</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	20
<b>EN DESACUERDO</b>	26
<b>INDIFERENTE</b>	128
<b>DE ACUERDO</b>	129
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	101
<b>TOTAL</b>	404



*Figura 52.* NS37. El sistema educativo enfatiza demasiado en el emprendimiento.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 25% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 32% de acuerdo, el 32% indiferente, el 6% en desacuerdo y el 5% totalmente en desacuerdo, donde la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo e indiferente a que el sistema educativo enfatiza demasiado en el emprendimiento.

### NS38.Los políticos enfatizan muy poco en el emprendimiento.

Tabla 45

Pregunta 38: Los políticos enfatizan muy poco en el emprendimiento

	NS38
TOTALMENTE EN DESACUERDO	24
EN DESACUERDO	23
INDIFERENTE	120
DE ACUERDO	142
TOTALMENTE DE ACUERDO	95
TOTAL	404

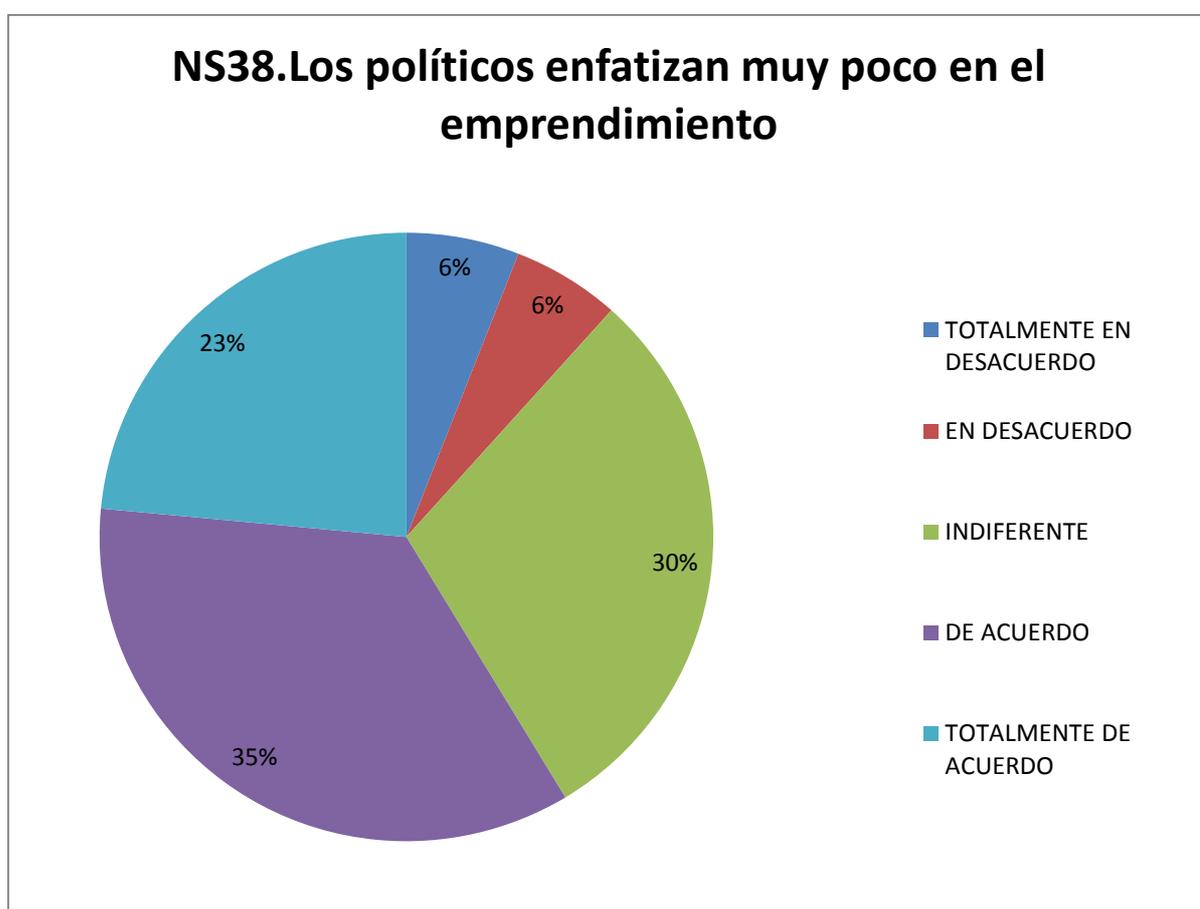


Figura 53. NS38. Los políticos enfatizan muy poco en el emprendimiento.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 23% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 35% de acuerdo, el 30% indiferente, el 6% en desacuerdo y el 6% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en que los políticos enfatizan muy poco en el emprendimiento.

### NS39.A mis padres les gustarían que yo me volviera un emprendedor.

Tabla 46

Pregunta 39: A mis padres les gustaría que yo me volviera un emprendedor

	<b>NS39</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	24
<b>EN DESACUERDO</b>	31
<b>INDIFERENTE</b>	114
<b>DE ACUERDO</b>	133
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	102
<b>TOTAL</b>	404



Figura 54. NS39. A mis padres les gustaría que yo me volviera un emprendedor.

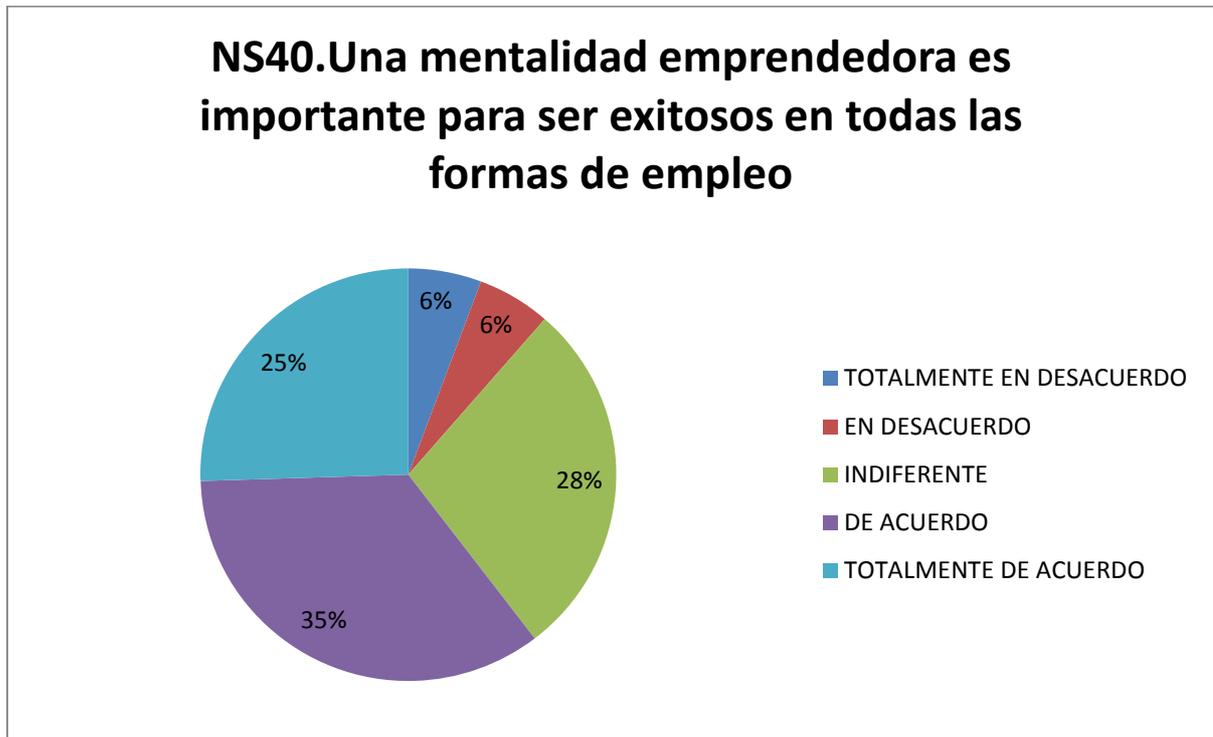
Análisis: En esta pregunta se observa que el 25% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 33% de acuerdo, el 28% indiferente, el 8% en desacuerdo y el 6% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en que a sus padres les gustaría que se volviera un emprendedor.

**NS40.Una mentalidad emprendedora es importante para ser exitosos en todas las formas de empleo.**

Tabla 47

*Pregunta 40: Una mentalidad emprendedora es importante para ser exitosos en todas las formas de empleo*

	<b>NS40</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	23
<b>EN DESACUERDO</b>	23
<b>INDIFERENTE</b>	114
<b>DE ACUERDO</b>	141
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	103
<b>TOTAL</b>	404



*Figura 55. NS40. Una mentalidad emprendedora es importante para ser exitosos en todas las formas de empleo.*

Análisis: En esta pregunta se observa que el 25% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 35% de acuerdo, el 28% indiferente, el 6% en desacuerdo y el 6% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en que una mentalidad emprendedora es importante para ser exitosos en todas las formas de empleo.

**NS41.El emprendimiento es un concepto sin sentido.**

Tabla 48

*Pregunta 41: El emprendimiento es un concepto sin sentido*

	<b>NS41</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	36
<b>EN DESACUERDO</b>	25
<b>INDIFERENTE</b>	96
<b>DE ACUERDO</b>	122
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	125
<b>TOTAL</b>	404

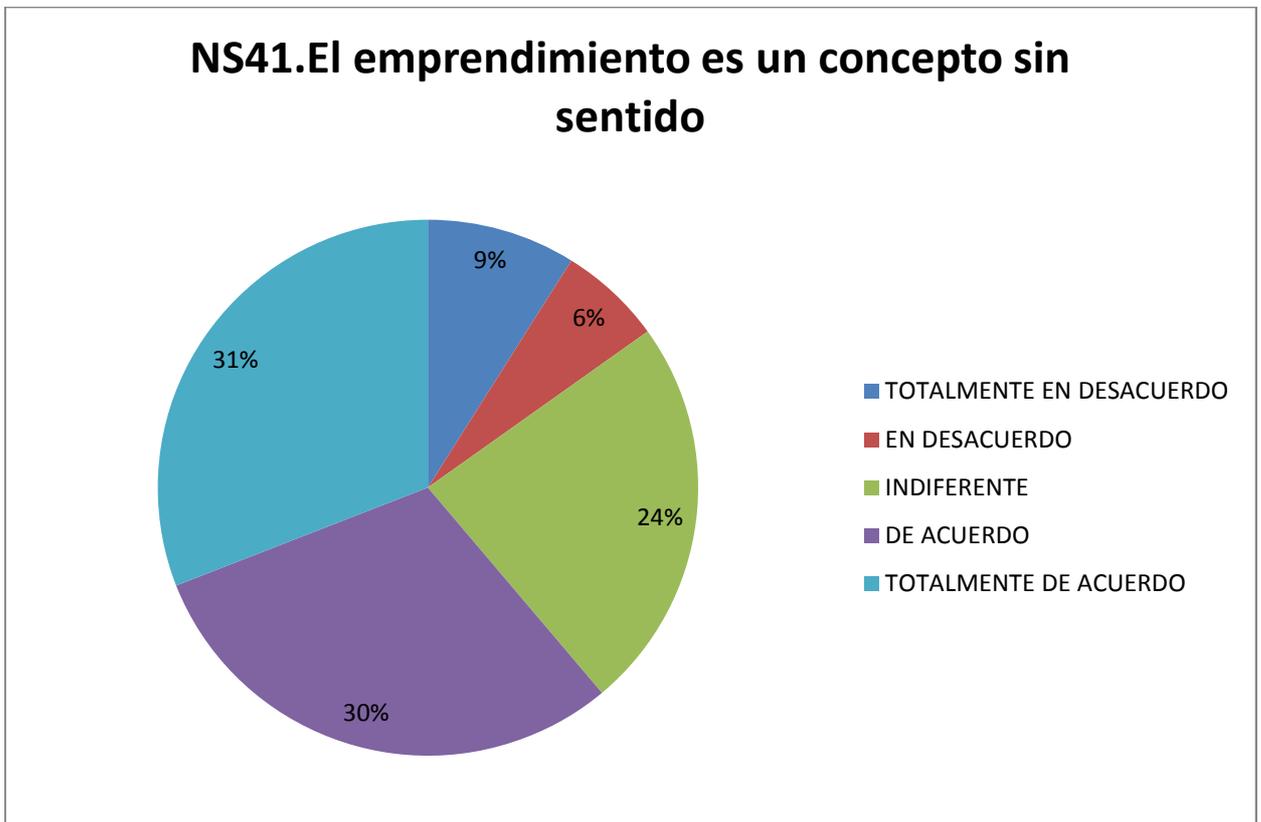


Figura 56. NS41. El emprendimiento es un concepto sin sentido.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 31% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 30% de acuerdo, el 24% indiferente, el 6% en desacuerdo y el 9% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en que el emprendimiento es un concepto sin sentido.

#### 4.5.5 Actitud

#### A42.Creo que emprender un negocio es algo beneficioso.

Tabla 49

Pregunta 42: Creo que emprender un negocio es algo beneficioso

	<b>A42</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	28
<b>EN DESACUERDO</b>	34
<b>INDIFERENTE</b>	72
<b>DE ACUERDO</b>	126
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	144
<b>TOTAL</b>	404

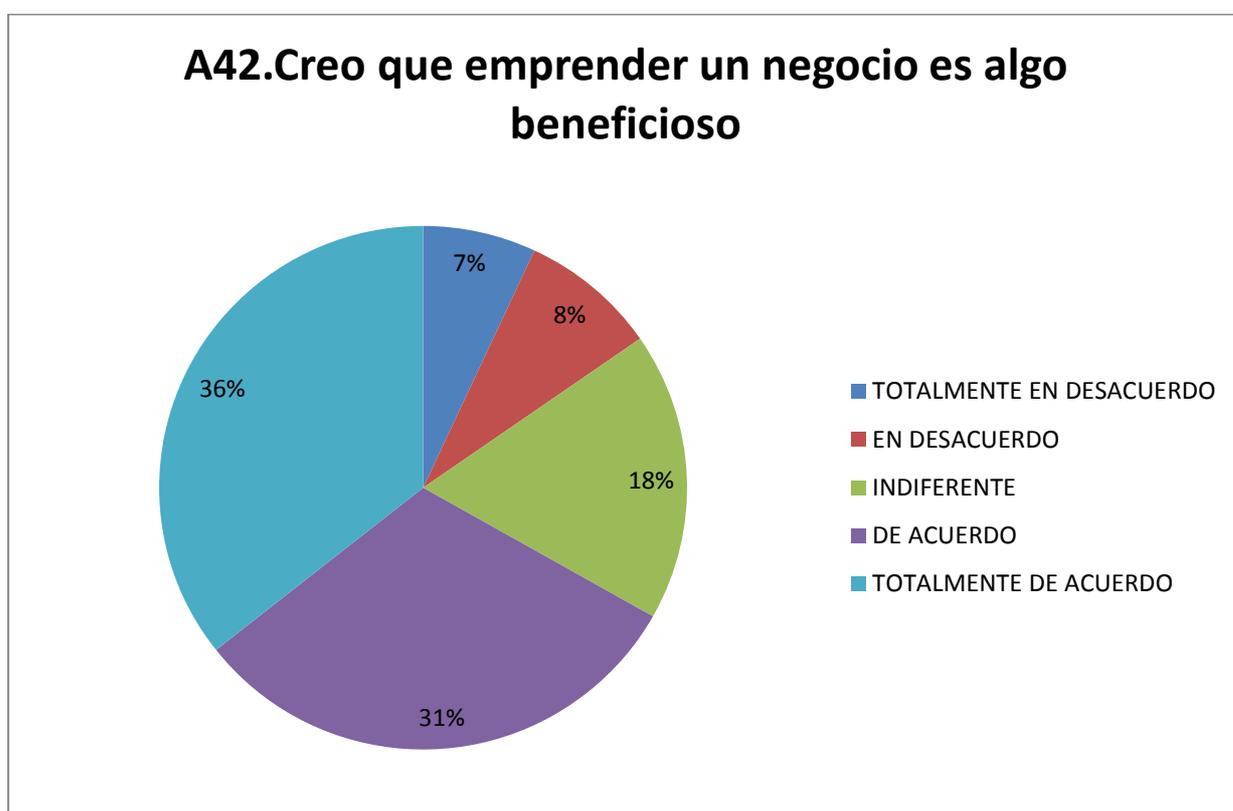


Figura 57. A42. Creo que emprender un negocio es algo beneficioso.

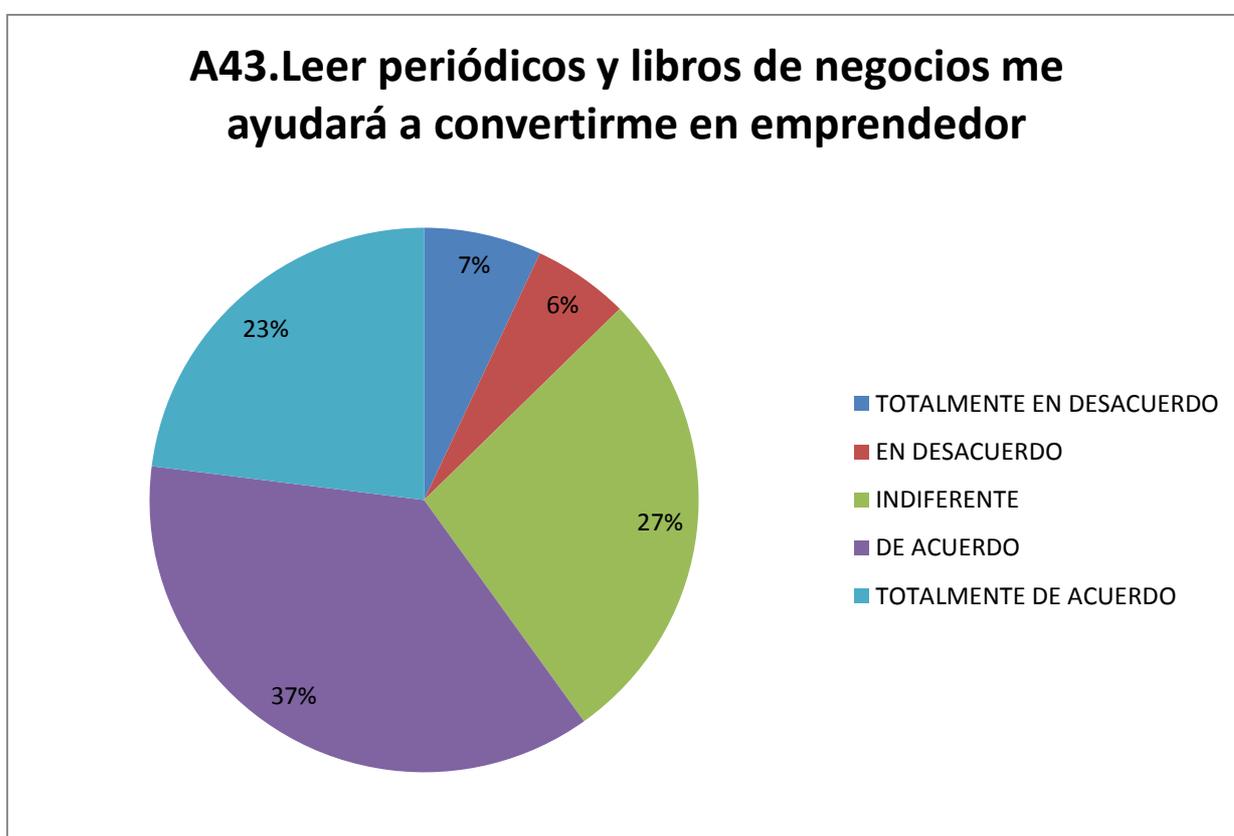
Análisis: En esta pregunta se observa que el 36% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 31% de acuerdo, el 18% indiferente, el 8% en desacuerdo y el 7% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en creer que emprender un negocio es algo beneficioso.

**A43. Leer periódicos y libros de negocios me ayudará a convertirme en emprendedor.**

Tabla 50

*Pregunta 43: Leer periódicos y libros de negocios me ayudará a convertirme en emprendedor*

	<b>A43</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	28
<b>EN DESACUERDO</b>	23
<b>INDIFERENTE</b>	111
<b>DE ACUERDO</b>	149
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	93
<b>TOTAL</b>	404



*Figura 58. A43. Leer periódicos y libros de negocios me ayudará a convertirme en emprendedor.*

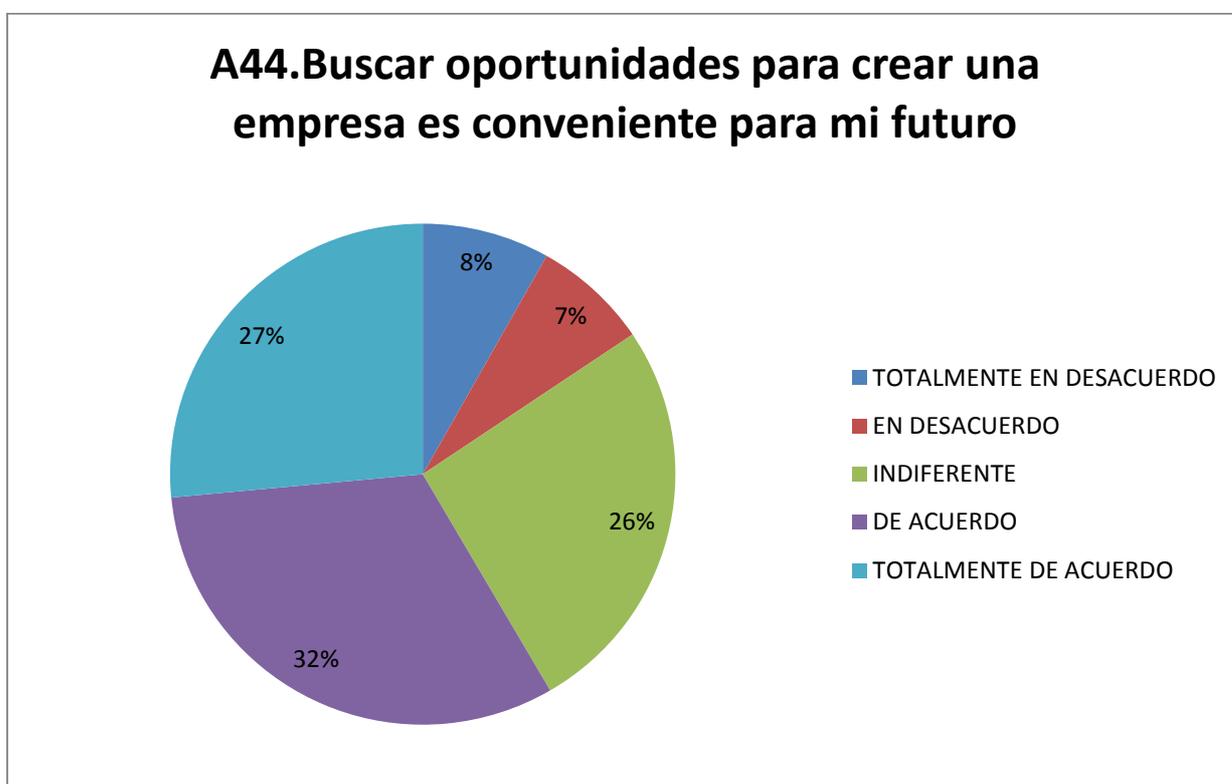
Análisis: En esta pregunta se observa que el 23% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo, el 27% indiferente, el 6% en desacuerdo y el 7% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en que leer periódicos y libros de negocios ayudara a convertirse en emprendedor.

**A44. Buscar oportunidades para crear una empresa es conveniente para mi futuro.**

Tabla 51

*Pregunta 44: Buscar oportunidades para crear una empresa es conveniente para mi futuro*

	<b>A44</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	33
<b>EN DESACUERDO</b>	30
<b>INDIFERENTE</b>	105
<b>DE ACUERDO</b>	129
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	107
<b>TOTAL</b>	404



*Figura 59. A44. Buscar oportunidades para crear una empresa es conveniente para mi futuro.*

Análisis: En esta pregunta se observa que el 27% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 32% de acuerdo, el 26% indiferente, el 7% en desacuerdo y el 8% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en buscar oportunidades para crear una empresa es conveniente para mi futuro.

#### A45.Dedico tiempo para aprender acerca de cómo crear una compañía.

Tabla 52

Pregunta 45: Dedico tiempo para aprender acerca de cómo crear una compañía

	<b>A45</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	26
<b>EN DESACUERDO</b>	36
<b>INDIFERENTE</b>	93
<b>DE ACUERDO</b>	151
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	98
<b>TOTAL</b>	404

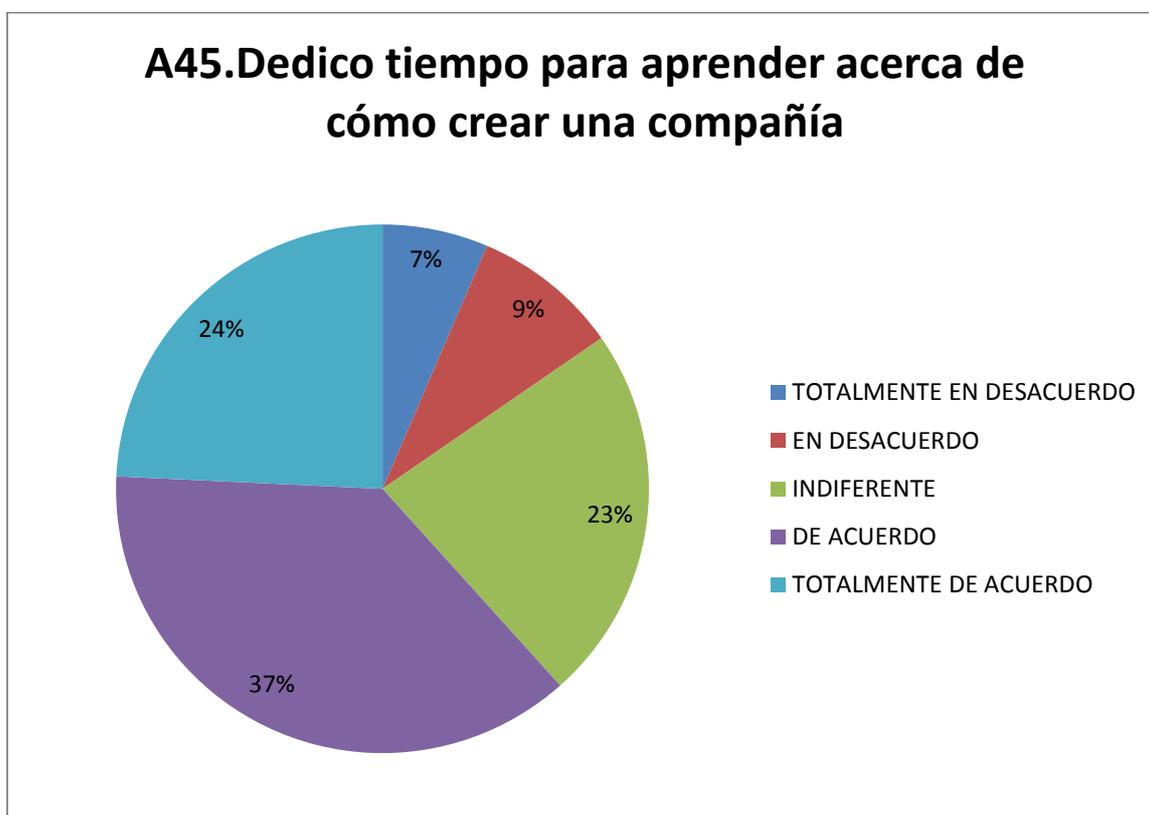


Figura 60. A45. Dedico tiempo para aprender acerca de cómo crear una compañía.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 24% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo, el 23% indiferente, el 9% en desacuerdo y el 7% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar de acuerdo en dedicar tiempo para aprender acerca de cómo crear una compañía.

### A46.Elegir emprender me brindará bienestar.

Tabla 53

Pregunta 46: Elegir emprender me brindará bienestar

	<b>A46</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	22
<b>EN DESACUERDO</b>	34
<b>INDIFERENTE</b>	87
<b>DE ACUERDO</b>	128
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	133
<b>TOTAL</b>	404

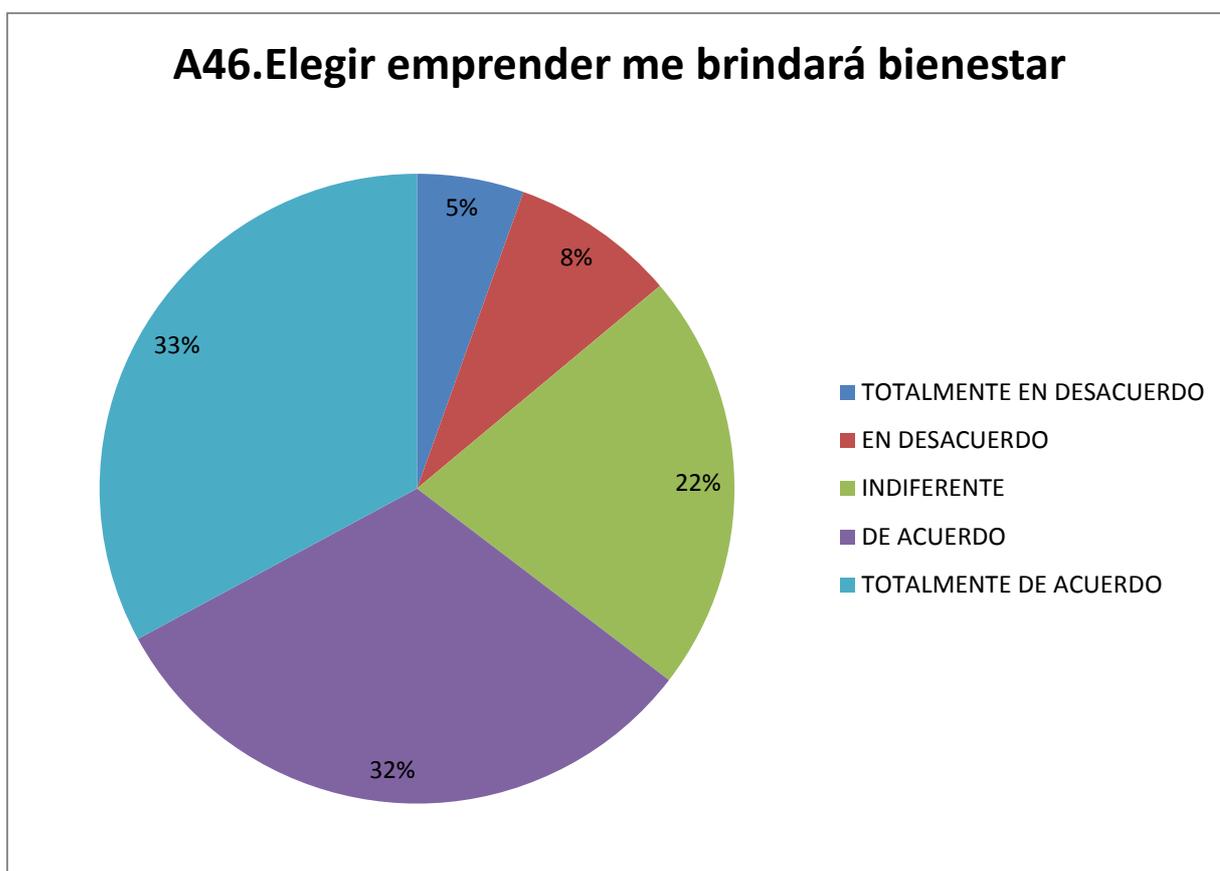


Figura 61. A46. Elegir emprender me brindará bienestar.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 33% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 32% de acuerdo, el 22% indiferente, el 8% en desacuerdo y el 5% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en elegir emprender brindará bienestar.

#### 4.5.6 Escala Individual De Intención De Emprendimiento

##### IE47.Yo trataré de emprender un negocio en el futuro.

Tabla 54

Pregunta 47: Yo trataré de emprender un negocio en el futuro

	<b>IE47</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	17
<b>EN DESACUERDO</b>	4
<b>INDIFERENTE</b>	68
<b>DE ACUERDO</b>	138
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	177
<b>TOTAL</b>	404

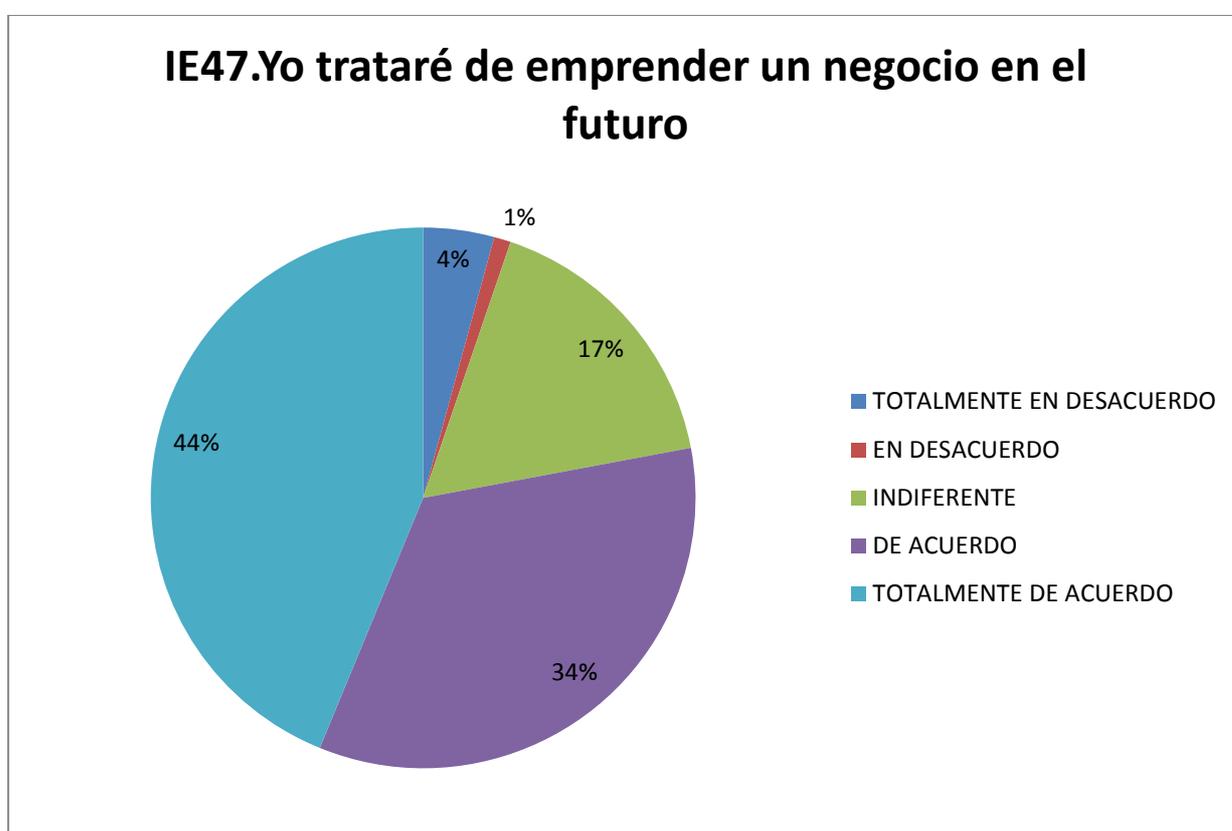


Figura 62. IE47. Yo trataré de emprender un negocio en el futuro.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 44% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 34% de acuerdo, el 17% indiferente, el 1% en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo, donde la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en tratar de emprender un negocio en el futuro.

## IE48.Yo Planeo emprender un negocios en el futuro.

Tabla 55

Pregunta 48: Yo Planeo emprender un negocios en el futuro

	<b>IE48</b>
<b>TOTALMENTE EN DESACUERDO</b>	14
<b>EN DESACUERDO</b>	9
<b>INDIFERENTE</b>	67
<b>DE ACUERDO</b>	155
<b>TOTALMENTE DE ACUERDO</b>	159
<b>TOTAL</b>	404

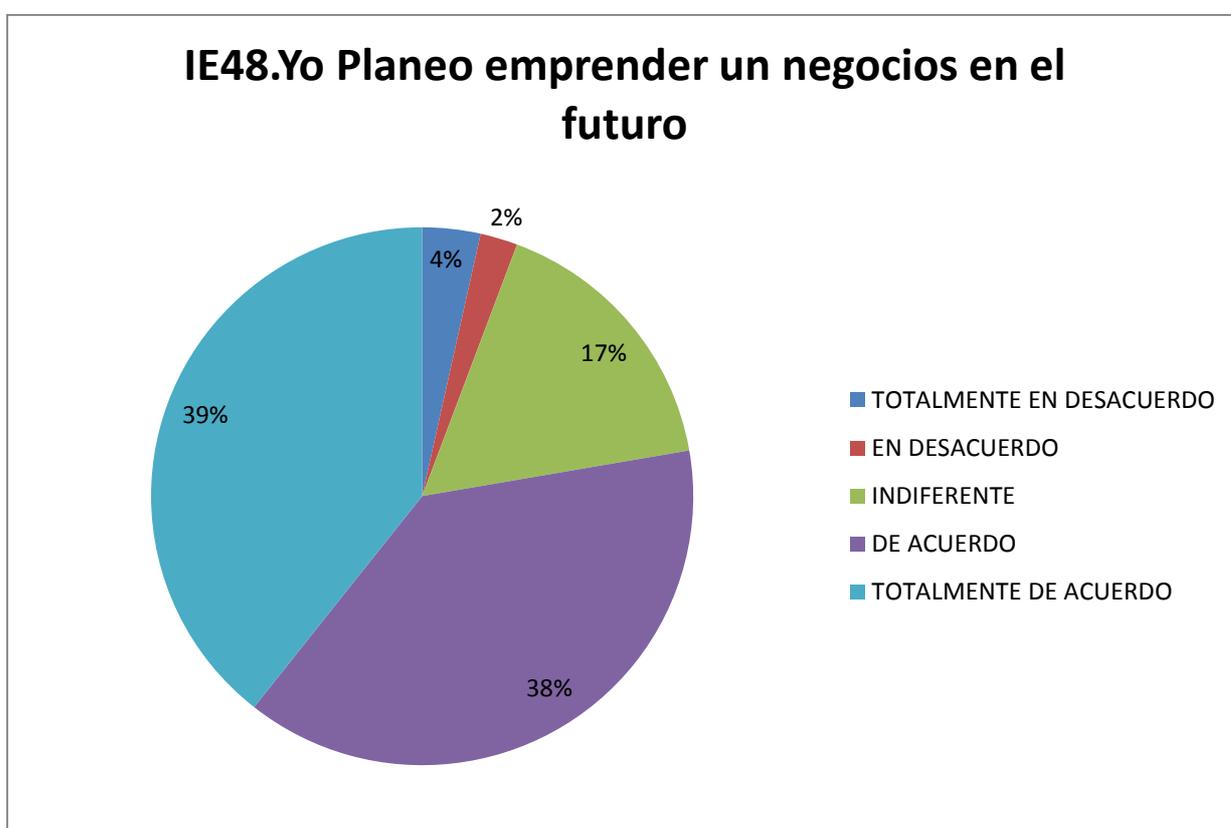


Figura 63. IE48. Yo Planeo emprender un negocios en el futuro.

Análisis: En esta pregunta se observa que el 39% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 38% de acuerdo, el 17% indiferente, el 2% en desacuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo, donde la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en planear emprender un negocio en el futuro.

### IE49.Pretendo emprender y ahorrar para iniciar un negocio en el futuro.

Tabla 56

Pregunta 49: Pretendo emprender y ahorrar para iniciar un negocio en el futuro

	IE49
TOTALMENTE EN DESACUERDO	6
EN DESACUERDO	10
INDIFERENTE	81
DE ACUERDO	140
TOTALMENTE DE ACUERDO	167
TOTAL	404

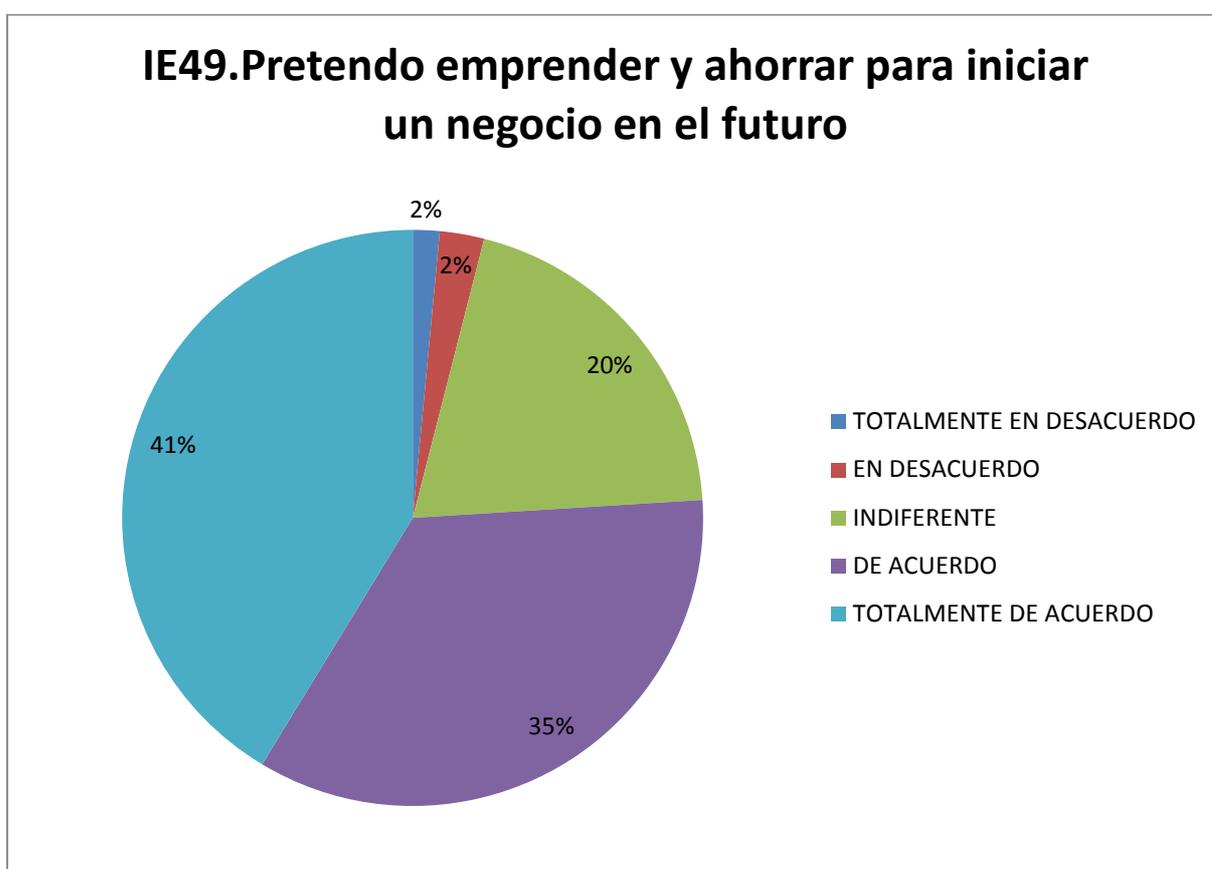


Figura 64. IE49. Pretendo emprender y ahorrar para iniciar un negocio en el futuro

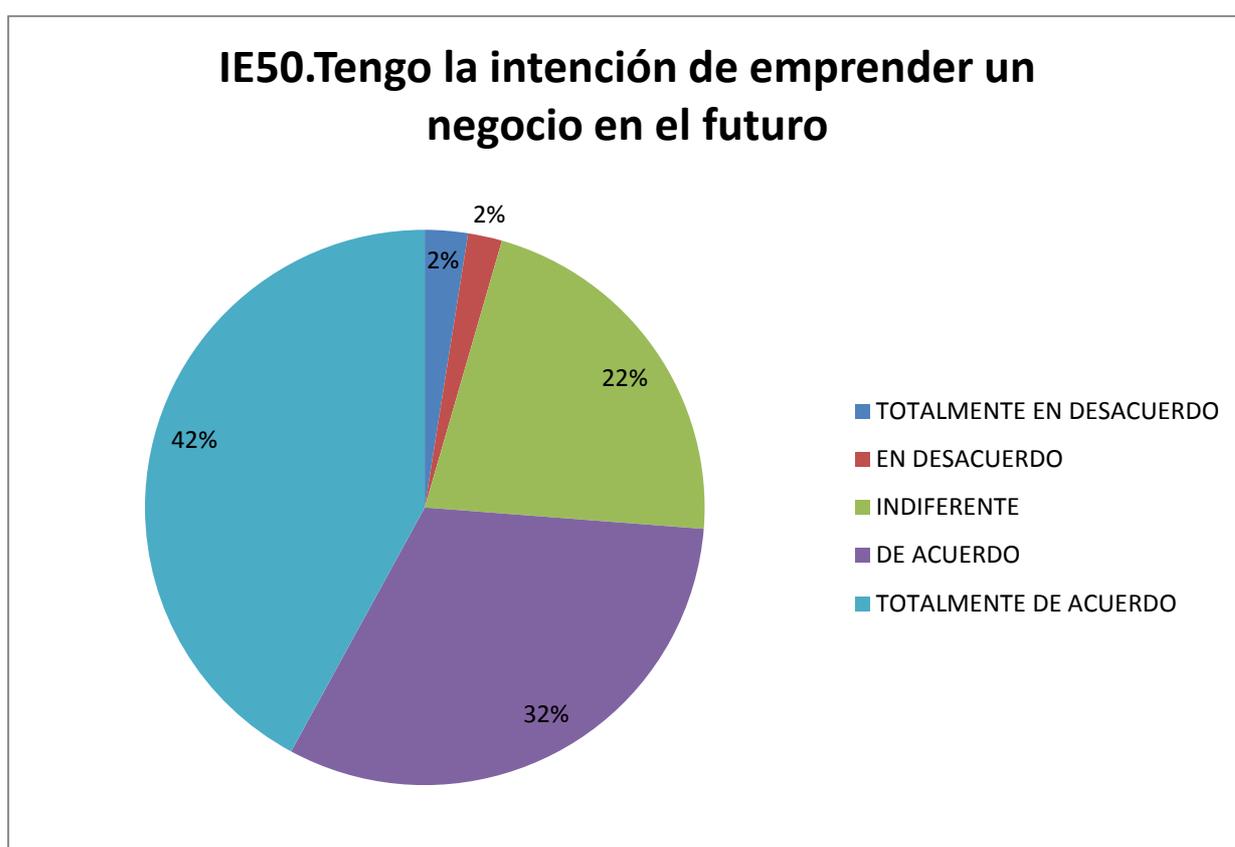
Análisis: En esta pregunta se observa que el 41% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 35% de acuerdo, el 20% indiferente, el 2% en desacuerdo y el 2% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en pretender emprender y ahorrar para iniciar un negocio en el futuro.

## IE50.Tengo la intención de emprender un negocio en el futuro.

Tabla 57

Pregunta 50: Tengo la intención de emprender un negocio en el futuro

	IE50
TOTALMENTE EN DESACUERDO	10
EN DESACUERDO	8
INDIFERENTE	88
DE ACUERDO	128
TOTALMENTE DE ACUERDO	170
TOTAL	404



**Figura 65. IE50. Tengo la intención de emprender un negocio en el futuro.**

Análisis: En esta pregunta se observa que el 42% de los encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo, el 32% de acuerdo, el 22% indiferente, el 2% en desacuerdo y el 2% totalmente en desacuerdo, por lo tanto la mayoría de los encuestados respondieron estar totalmente de acuerdo en tener la intención de emprender un negocio en el futuro.

#### 4.6 Análisis de resultados

En la siguiente sección se realizará un análisis basado en los datos previamente presentados donde se puede observar su significancia y la relación entre los diferentes constructos: A) Liderazgo b) Capital social de las familias y amigos, c) Control, d) Normas Subjetivas, e) Actitud, f) Intención de emprendimiento, para luego determinar la incidencia del liderazgo y demás factores en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la ciudad de Guayaquil

Con los datos previamente presentados, se procedió por medio del software IBM SPSS 23 e IBM AMOS 23 a analizar las estimaciones, los pesos de las regresiones, correlaciones y demás cálculos que dieron lugar a determinar los p-value y los resultados correspondientes.

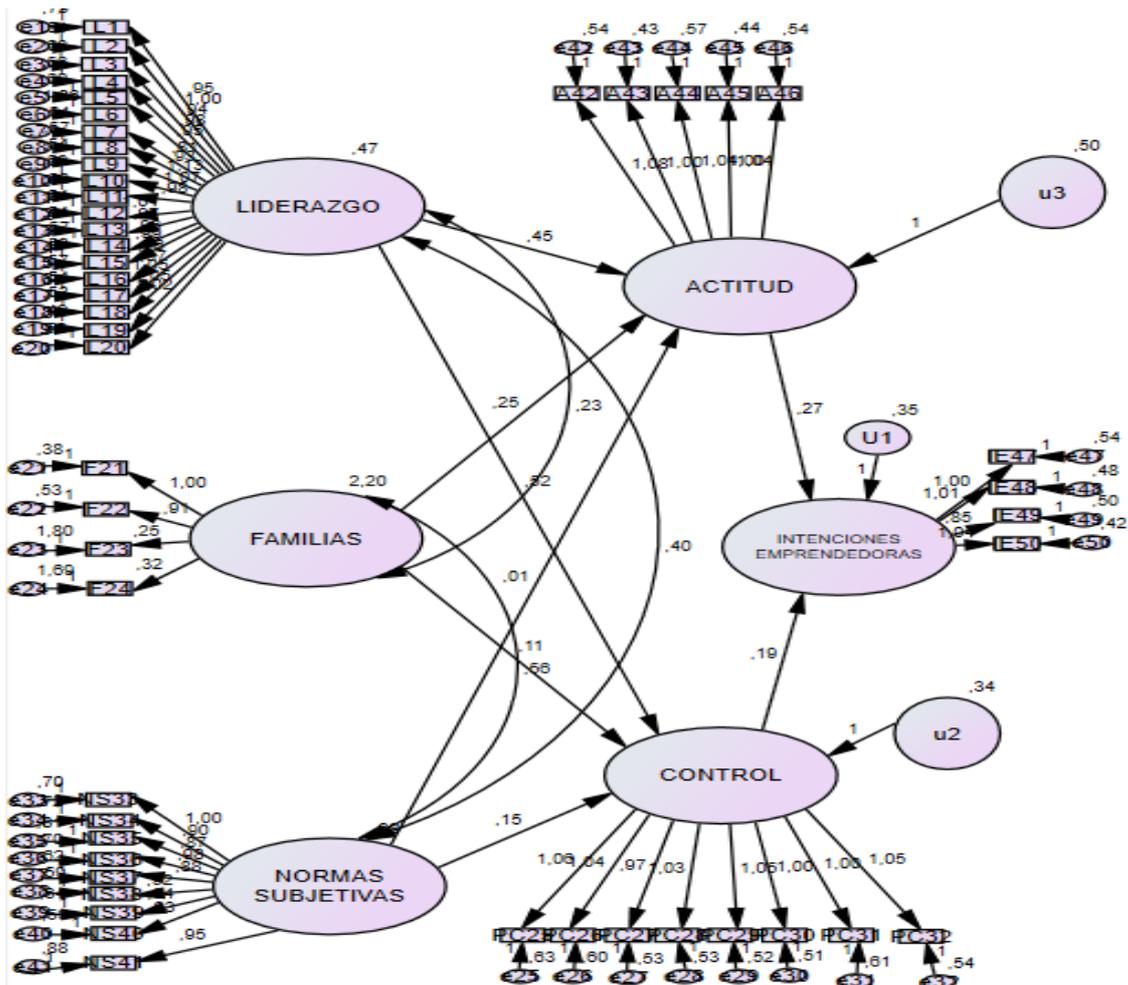


Figura 66. Modelo en AMOS 23

Tabla 58  
Resultados del Modelo en AMOS 23

	Relación		Estimate	S.E.	C.R.	P
ACTITUD	<---	FAMILIAS	0.246	0.035	6.974	***
CONTROL	<---	FAMILIAS	0.107	0.028	3.834	***
ACTITUD	<---	NORMAS SUBJETIVAS	0.014	0.088	0.164	0.87
CONTROL	<---	NORMAS SUBJETIVAS	0.154	0.074	2.083	0.037
ACTITUD	<---	LIDERAZGO	0.448	0.098	4.595	***
CONTROL	<---	LIDERAZGO	0.518	0.085	6.088	***
LIDERAZGO	<-->	FAMILIAS	0.225	0.057	3.967	***
LIDERAZGO	<-->	NORMAS SUBJETIVAS	0.708	0.047	8.536	***
FAMILIAS	<-->	NORMAS SUBJETIVAS	0.461	0.565	7.073	***
INTENCIONES EMPRENDEDORAS	<---	ACTITUD	0.268	0.049	5.436	***
INTENCIONES EMPRENDEDORAS	<---	CONTROL	0.19	0.053	3.605	***

Para el presente análisis se toma en consideración un P value de 0.05, demostrando si existe significancia o no.

**Capital social cognitivo Familiar, Normas Subjetivas y Liderazgo**

H1a: El capital social cognitivo al proceder de familias emprendedoras influye en la actitud para la intención de emprender Aceptada

H2a: El capital social cognitivo al proceder de familias emprendedoras influye en la percepción del control. Aceptada

H1b: Las normas subjetivas influyen en la actitud para la intención de emprender. Rechazada

H2b: Las normas subjetivas influyen en la percepción del control. Aceptada

H3: Las habilidades de liderazgo influyen en la actitud para la intención de emprender Aceptada

H4: Las habilidades de liderazgo influyen la percepción del control Aceptada

**Validación de variables de segundo orden**

H5: La actitud influye en las intenciones de emprender. Aceptada

H6: La percepción de control influye en las intenciones de emprender Aceptada

**HG: El modelo de la teoría del comportamiento planificado explica la intención emprendedora, considerando al liderazgo** Aceptada

**como una variable que influye en dicha intención**

Análisis: Con los resultados obtenidos de la Tabla 58 llegamos a las siguientes conclusiones:

- El Capital social cognitivo familiar tiene su influencia sobre la actitud dado que el p value fue un valor inferior al nivel de significancia requerido.
- El capital social cognitivo familiar tiene su influencia sobre la percepción del control dado que el p value fue un valor inferior al nivel de significancia requerido.
- En el caso de las Normas Subjetivas dado que su resultado fue un p value no significativo, se puede concluir que la opinión de terceras personas no influyen en la actitud hacia la intención emprendedora.
- Las Normas Subjetivas tiene su influencia sobre la percepción del control dado que el p value fue un valor inferior al nivel de significancia requerido.
- El liderazgo tiene su influencia sobre la actitud dado que el p value fue un valor inferior al nivel de significancia requerido.
- El liderazgo tiene su influencia sobre la percepción del control dado que el p value fue un valor inferior al nivel de significancia requerido.
- La actitud tiene su influencia sobre las intenciones emprendedoras dado que el p value fue un valor inferior al nivel de significancia requerido.
- La percepción del control tiene su influencia sobre las intenciones emprendedoras dado que el p value fue un valor inferior al nivel de significancia requerido.
- Finalmente la Hipótesis general es aceptada ya que las variables de segundo orden como la actitud y la percepción del control son significativas al igual que las preguntas que conforman las intenciones emprendedoras, validando el presente estudio.

#### 4.6.1 Inventario De Liderazgo

Tabla 59  
*Inventario de liderazgo (Estadística Descriptiva)*

FACTORES	ITEMS / PREGUNTAS	X (media)	Desviación estándar
	L1.Disfruto trabajar en equipo	3.83	1.10
	L3.Disfruto las relaciones interpersonales	3.83	0.97
	L10.Podría delegar trabajo a otros	3.80	1.03
	L11.Quiero hacerme cargo	3.896	0.98
Habilidades Interpersonales / Intrapersonales	L15.Podría apreciar y proveer retroalimentación a los empleados	3.82	1.01
	L20.Uno de mis grandes deseos es llegar a ser líder	3.95	1.02
	L12.Dar orientaciones es agradable para mí	3.77	1.00
	L2.Soy capaz de hablar claramente con otros	3.87	0.99
	L4.Soy bueno para planear cosas	3.81	1.00
Habilidades de tareas específicas	L5.Puedo interpretar las reglas y regulaciones	3.84	0.97
	L13.Sé cómo desarrollar metas y llevarlas a cabo	3.79	0.99
	L8.Soy bueno para resolver problemas	3.79	0.98
	L7.Disfruto recolectando y analizando datos	3.88	0.91
	L14.Me siento cómodo implementando nuevas técnicas	3.87	1.00
Habilidades cognitivas	L17.Soy curioso(a)	3.87	0.94
	L9.Me siento cómodo escribiendo correspondencia de negocios incluyendo memos y correos electrónicos	3.75	1.06
	L6.Me siento cómodo pidiendo consejo a otros	3.77	1.03
	L16.Si cometo un error podría admitirlo y corregirlo	3.87	1.00
Habilidades de comunicación	L18.Creo en la diversidad en el lugar del trabajo	3.89	1.02
	L19.Prospero en el cambio	4.03	1.00
<b>TOTAL</b>		<b>3.85</b>	

Análisis: En la tabla 59 se puede observar que el promedio (media) de las respuestas de los 404 encuestados es 3.85 y las desviaciones estándar al ser mayor que 0 y menor al promedio, indican que las respuestas no tienen mayor variación.

Tabla 60  
*Inventario de Liderazgo*

	<b>Relación</b>		<b>Estimate</b>	<b>S.E.</b>	<b>C.R.</b>	<b>P</b>
<b>L1</b>	<---	LIDERAZGO	0.947	0.084	11.248	***
<b>L2</b>	<---	LIDERAZGO	1			
<b>L3</b>	<---	LIDERAZGO	0.942	0.075	12.609	***
<b>L4</b>	<---	LIDERAZGO	0.985	0.077	12.713	***
<b>L5</b>	<---	LIDERAZGO	0.952	0.075	12.742	***
<b>L7</b>	<---	LIDERAZGO	0.805	0.07	11.448	***
<b>L8</b>	<---	LIDERAZGO	0.928	0.076	12.223	***
<b>L9</b>	<---	LIDERAZGO	1.126	0.082	13.679	***
<b>L10</b>	<---	LIDERAZGO	1.074	0.08	13.458	***
<b>L11</b>	<---	LIDERAZGO	0.976	0.076	12.883	***
<b>L12</b>	<---	LIDERAZGO	1.014	0.078	13.032	***
<b>L13</b>	<---	LIDERAZGO	0.974	0.076	12.755	***
<b>L14</b>	<---	LIDERAZGO	0.962	0.077	12.47	***
<b>L15</b>	<---	LIDERAZGO	0.986	0.078	12.69	***
<b>L16</b>	<---	LIDERAZGO	0.956	0.077	12.437	***
<b>L17</b>	<---	LIDERAZGO	0.865	0.072	11.978	***
<b>L18</b>	<---	LIDERAZGO	1.046	0.079	13.273	***
<b>L19</b>	<---	LIDERAZGO	1.048	0.077	13.551	***
<b>L20</b>	<---	LIDERAZGO	1.023	0.079	12.964	***

Análisis: Con los datos obtenidos en la Tabla 60 se pudo analizar que los ítems correspondientes al inventario de liderazgo son aceptados ya que el p value fue un valor inferior al nivel de significancia requerido, por lo que cada ítem en esta sección es aceptable.

#### 4.6.2 Capital Social Cognitivo De Las Familia Y Amigos

Tabla 61  
*Capital Social Cognitivo de Familia y Amigos (Estadística Descriptiva)*

FACTORES	ITEMS / PREGUNTAS	X (media)	Desviación estándar
Familias Y Amigos	F21.Su padre o madre actualmente tienen su propio negocio	3.25	1.60
	F22.En su estancia en la universidad su padre o madre ha deseado establecer su propio negocio	3.26	1.53
	F23.Tienes personas cercanas o amigos que han establecido sus propios negocios	3.79	1.39
	F24.Cree que sus padres pueden ser motivadores para iniciar su propio negocio	3.66	1.38
<b>TOTAL</b>		<b>3.49</b>	

Análisis: En la tabla 61 se puede observar que el promedio (media) de las respuestas de los 404 encuestados es 3.49 y las desviaciones estándar al ser mayor que 0 y menor al promedio, indican que las respuestas no tienen mayor variación.

Tabla 62  
*Capital Social Cognitivo de Familia y Amigos (Modelo Estructural)*

	Relación	Estimate	S.E.	C.R.	P	
<b>F21</b>	<---	FAMILIAS	1			
<b>F22</b>	<---	FAMILIAS	0.907	0.047	19.236	***
<b>F23</b>	<---	FAMILIAS	0.248	0.048	5.171	***
<b>F24</b>	<---	FAMILIAS	0.322	0.047	6.842	***

Análisis: Con los datos obtenidos en la Tabla 62 se pudo analizar que los ítems correspondientes al inventario de Capital social familiar son aceptados ya que el p value fue un valor inferior al nivel de significancia requerido, por lo que cada ítem en esta sección es aceptable.

### 4.5.3 Nueva escala general de autoeficacia (Control)

Tabla 63  
*Control Percibido (Estadística Descriptiva)*

FACTORES	ITEMS / PREGUNTAS	X (media)	Desviación estándar
Control	PC25.Estaré en capacidad de lograr la mayoría de las metas que me he propuesto	3.85	1.14
	PC26.Cuando debo enfrentar tareas difíciles tengo la seguridad de que voy a poderlas llevar a cabo	3.69	1.12
	PC27.En general, pienso que puedo obtener logros que son importantes para mí	3.79	1.05
	PC28.Creo que puedo tener éxito en la mayoría de cosas que me proponga	3.73	1.08
	PC29.Estaré en capacidad superar exitosamente muchos desafíos	3.79	1.09
	PC30.Tengo la confianza en poder desempeñarme efectivamente en varios tipos de tareas	3.79	1.06
	PC31.Comparado con otras personas, puedo hacer muy bien más tareas	3.82	1.10
	PC32.Aun cuando las cosas sean difíciles, puedo desempeñarlas muy bien	3.84	1.10
	<b>TOTAL</b>		<b>3.79</b>

Análisis: En la tabla 63 se puede observar que el promedio (media) de las respuestas de los 404 encuestados es 3.79 y las desviaciones estándar al ser mayor que 0 y menor al promedio, indican que las respuestas no tienen mayor variación.

Tabla 64  
*Control Percibido (Modelo Estructural)*

	Relación		Estimate	S.E.	C.R.	P
<b>PC25</b>	<---	CONTROL	1.056	0.074	14.295	***
<b>PC26</b>	<---	CONTROL	1.044	0.073	14.388	***
<b>PC27</b>	<---	CONTROL	0.965	0.067	14.3	***
<b>PC28</b>	<---	CONTROL	1.027	0.07	14.732	***
<b>PC29</b>	<---	CONTROL	1.048	0.07	14.913	***
<b>PC30</b>	<---	CONTROL	1			
<b>PC31</b>	<---	CONTROL	1.002	0.071	14.06	***
<b>PC32</b>	<---	CONTROL	1.05	0.071	14.789	***

Análisis: Con los datos obtenidos en la Tabla 64 se pudo analizar que los ítems correspondientes al inventario de Percepción del Control son aceptados ya que el p value fue un valor inferior al nivel de significancia requerido, por lo que cada ítem en esta sección es aceptable.

#### 4.6.4 Normas subjetivas y actitud social hacia el emprendimiento

Tabla 65  
*Normas Subjetivas y Actitud Social hacia el Emprendimiento (Estadística Descriptiva)*

FACTORES	ITEMS / PREGUNTAS	X (media)	Desviación estándar
	NS33.El emprendimiento hace una importante contribución a la sociedad	3.88	1.17
	NS34.Cualquiera puede ser un emprendedor	3.48	1.12
	NS35.El emprendimiento se refiere principalmente a la posibilidad de hacer dinero	3.49	1.15
	NS36.El emprendimiento puede causar un perjuicio social	3.51	1.16
	NS37.El sistema educativo enfatiza demasiado en el emprendimiento	3.65	1.07
	NS38.Los políticos enfatizan muy poco en el emprendimiento	3.64	1.08
Normas subjetivas	NS39.A mis padres les gustaría que yo me volviera un emprendedor	3.68	1.08
	NS40.Una mentalidad emprendedora es importante para ser exitosos en todas las formas de empleo	3.68	1.22
	NS41.El emprendimiento es un concepto sin sentido	3.68	1.24
<b>TOTAL</b>		<b>3.63</b>	

Análisis: En la tabla 65 se puede observar que el promedio (media) de las respuestas de los 404 encuestados es 3.63 y las desviaciones estándar al ser mayor que 0 y menor al promedio, indican que las respuestas no tienen mayor variación.

Tabla 66

*Normas Subjetivas y Actitud Social hacia el Emprendimiento (Modelo Estructural)*

	Relación	Estimate	S.E.	C.R.	P	
<b>NS33</b>	<---	NORMAS_SUBJETIVAS	1			
<b>NS34</b>	<---	NORMAS_SUBJETIVAS	0.902	0.073	12.366	***
<b>NS35</b>	<---	NORMAS_SUBJETIVAS	0.867	0.074	11.657	***
<b>NS36</b>	<---	NORMAS_SUBJETIVAS	0.978	0.075	12.97	***
<b>NS37</b>	<---	NORMAS_SUBJETIVAS	0.884	0.07	12.703	***
<b>NS38</b>	<---	NORMAS_SUBJETIVAS	0.925	0.07	13.169	***
<b>NS39</b>	<---	NORMAS_SUBJETIVAS	0.941	0.072	12.995	***
<b>NS40</b>	<---	NORMAS_SUBJETIVAS	0.931	0.071	13.201	***
<b>NS41</b>	<---	NORMAS_SUBJETIVAS	0.953	0.079	12.049	***

Análisis: Con los datos obtenidos en la Tabla 66 pudimos analizar que los ítems correspondientes al inventario de las Normas subjetivas son aceptados ya que el p value fue un valor inferior al nivel de significancia requerido, por lo que cada ítem en esta sección es aceptable.

#### 4.6.5 Deseabilidad percibida del espíritu empresarial (actitud)

Tabla 67

*Actitud (Estadística Descriptiva)*

FACTORES	ITEMS / PREGUNTAS	X (media)	Desviación estándar
	A42.Creo que emprender un negocio es algo beneficioso	<b>3.80</b>	<b>1.20</b>
	A43.Leer periódicos y libros de negocios me ayudará a convertirme en emprendedor	<b>3.63</b>	<b>1.10</b>
	A44.Buscar oportunidades para crear una empresa es conveniente para mi futuro	<b>3.61</b>	<b>1.18</b>
Actitud	A45.Dedico tiempo para aprender acerca de cómo crear una compañía	<b>3.64</b>	<b>1.13</b>
	A46.Elegir emprender me brindará bienestar	<b>3.78</b>	<b>1.15</b>
<b>TOTAL</b>		<b>3.69</b>	

Análisis: En la tabla 67 se puede observar que el promedio (media) de las respuestas de los 404 encuestados es 3.69 y las desviaciones estándar al ser

mayor que 0 y menor al promedio, indican que las respuestas no tienen mayor variación.

Tabla 68  
*Actitud (Modelo Estructural)*

	Relación		Estimate	S.E.	C.R.	P
<b>A42</b>	<---	ACTITUD	1.081	0.066	16.388	***
<b>A43</b>	<---	ACTITUD	1.004	0.06	16.641	***
<b>A44</b>	<---	ACTITUD	1.035	0.065	15.923	***
<b>A45</b>	<---	ACTITUD	1.037	0.062	16.823	***
<b>A46</b>	<---	ACTITUD	1			

Análisis: Con los datos obtenidos en la Tabla 68 se pudo analizar que los ítems correspondientes al inventario de Actitud son aceptados ya que el p value fue un valor inferior al nivel de significancia requerido, por lo que cada ítem en esta sección es aceptable.

#### 4.6.6 Escala Individual De Intención De Emprendimiento

Tabla 69  
*Intención de Emprendimiento (Estadística Descriptiva)*

FACTORES	ITEMS / PREGUNTAS	X (media)	Desviación estándar
	IE47.Yo trataré de emprender un negocio en el futuro	<b>4.12</b>	<b>1.00</b>
	IE48.Yo Planeo emprender un negocios en el futuro	<b>4.07</b>	<b>0.97</b>
	IE49.Pretendo emprender y ahorrar para iniciar un negocio en el futuro	<b>4.11</b>	<b>0.91</b>
Intención emprendedora	IE50.Tengo la intención de emprender un negocio en el futuro	<b>4.08</b>	<b>0.96</b>
<b>TOTAL</b>		<b>4.10</b>	

Análisis: En la tabla 69 se puede observar que el promedio (media) de las respuestas de los 404 encuestados es 4.10 y las desviaciones estándar al ser

mayor que 0 y menor al promedio, indican que las respuestas no tienen mayor variación.

Tabla 70  
*Intención de Emprendimiento (Modelo Estructural)*

		Relación	Estimate	S.E.	C.R.	P
<b>IE47</b>	<---	INTENCIONES EMPRENDEDORAS	1			
<b>IE48</b>	<---	INTENCIONES EMPRENDEDORAS	1.01	0.091	11.124	***
<b>IE49</b>	<---	INTENCIONES EMPRENDEDORAS	0.848	0.082	10.291	***
<b>IE50</b>	<---	INTENCIONES EMPRENDEDORAS	1.042	0.091	11.407	***

Análisis: Con los datos obtenidos en la Tabla 70 se pudo analizar que los ítems correspondientes al inventario de las intenciones emprendedoras son aceptados ya que el p value fue un valor inferior al nivel de significancia requerido. Por lo que cada ítem en esta sección es aceptable.

## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

Con la evaluación y el análisis de datos se concluye que la definición de Ajzen (1991) y Henley, Contreras & Barbosa (2017) es abarcada y cumplida ya que el liderazgo es un factor influyente en las intenciones emprendedoras por definir que los individuos tienen la capacidad de generar beneficios y desarrollos sustentables en base a una intención.

Considerando los objetivos específicos planteados, se cumplieron favorablemente ya que se pudo determinar e identificar las principales teorías sobre el liderazgo y las intenciones emprendedoras, además de los factores que los conforman. Se pudo observar que estos conceptos están siendo englobados no solo a nivel universitario si no a nivel mundial, siendo un tema que va evolucionando año a año.

La caracterización del concepto planteado como objetivo número dos, fue abarcada en función de la metodología y realizada a través de la encuesta, la cual fue desarrollada por los estudiantes universitarios de pre-grado. Este instrumento permitió conocer bajo su contenido la relación entre los factores de estudio. Así mismo el levantamiento de información fue necesario para conocer las diferentes opiniones e identificar la influencia del liderazgo sobre las intenciones emprendedoras.

El análisis de resultados, propuesto como último objetivo específico, fue llevado a cabo exitosamente donde la metodología permitió la ponderación necesaria para evaluar el presente estudio. Después de estudiar y analizar el modelo planteado con los 6 constructos, se demostró con un coeficiente de 0.954 en el Alfa de Cronbach que el modelo planteado es excelente y confiable para su validación, además a esto los índices de bondad y ajuste están sobre los rangos óptimos siendo el CMIN/DF con un valor de 1.723, el RMSEA con un valor bajo 0.042 y los otros indicadores sobre el rango requerido,

demostrando que fiabilidad y confiabilidad del cuestionario y los datos son consistentes por la facilidad de esquematización y análisis.

Así mismo se analizó en base al género y la condición laboral donde mantenían rangos óptimos según el género en el CMIN/DF con valores de 1.621 en el género masculino y el género femenino con 1.391 y el RMSEA con valores de 0.057 y 0.043 respectivamente. Los otros indicadores se mantenían en rangos aceptables o de ajuste para los diferentes géneros pero determinando que las mujeres tienen mejor tendencia en cuanto a su liderazgo y sus intenciones de emprender negocios productivos formales.

Por el lado de la condición laboral el CMIN/DF con 1.423 en estudiantes que si laboran y la condición No labora con 1.604 se encuentran en el rango óptimo y el RMSEA con valores bajos de 0.058 y 0.047 respectivamente. Los otros indicadores se mantenían en rangos aceptables y otros óptimos para las diferentes condiciones, determinando que el tener un trabajo no es un factor que incrementa las intenciones emprendedoras y que el no tener un trabajo limita su intención hacia el emprendimiento.

Finalmente se pudo verificar la fluctuación de los datos con un promedio de la media de 3.76 y la desviación estándar de 1.14 en el modelo general y por medio del análisis de los p value se determinó que las Normas Subjetivas no influyen en la actitud por ende en las intenciones emprendedoras por su baja significancia, mientras que los demás constructos según los datos obtenidos son significativos y tienen influencia en las intenciones emprendedoras, validando las hipótesis general que es si el modelo de la teoría del comportamiento planificado explica la intención emprendedora, considerando al liderazgo como una variable que influye en dicha intención.

## **Recomendaciones**

- Para la presente investigación, se recomienda indagar y considerar incluir diferentes teorías como la del paradigma explicativo y predictivo de la creación de empresas (Bird, 1988; Gartner, 1985, 1988) en donde menciona que las intenciones se construyen bajo un concepto de rasgos

y decisiones o modelos como el de la red bayesiana teórica donde utiliza el riesgo económico personal, el riesgo en la carrera profesional y otras variables económicas que permiten conocer más a fondo la relación del liderazgo con las intenciones emprendedoras.

- Así mismo se recomienda la identificación de otras variables como la cultura, la viabilidad la deseabilidad o las conductas preventivas, no solo considerar las cinco actuales que puedan influir en las intenciones emprendedoras y que van de la mano con el liderazgo, para así mediante la exploración y la investigación, se pueda medir una mayor incidencia.
- Mantener la metodología vigente para abarcar estudios futuros similares pero que se determinen por medio de ítems o preguntas concretas que no permitan la dispersión de datos.
- En el caso de utilizar el modelo presente, se recomienda analizar las normas subjetivas como un factor o variable influyente de manera directa a las intenciones emprendedoras, para conocer el grado de influencia o su relación.
- Finalmente se recomienda realizar nuevas líneas de investigación, asociando modelos y encontrando herramientas que aporten al proceso de estudio y aprendizaje relacionados con el emprendimiento y sus intenciones. Desarrollando nuevos conocimientos y aportes para que los estudiantes y demás personas de la sociedad tengan la posibilidad de incrementar y crear sus emprendimiento de carácter formal y productivo, generando valor a la economía.

## Bibliografía

- Acosta, M. M. (20 de Junio de 2017). Factores que conforman la intención emprendedora de estudiantes de la. *Dominio de las Ciencias*, 3(3).
- Acs, Z. (2003). Entrepreneurial capitalism: If America leads will Europe follow? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), págs. 113-117.
- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (2004). *The missing link: The knowledge filter and entrepreneurship in endogenous growth*. London.: Center for Economic Policy Research.
- Acs, Z. J., Braunerhjelm, P., Audretsch, D., & Carlsson, B. (2009). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32(1), 15-30.
- AECOP. (2012-2013). *Breve historia del liderazgo*. Obtenido de <http://aecop.net/es/articulos/breve-historia-del-liderazgo/34>
- Ajzen, & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood: Prentice Hall.
- Ajzen, I. (1985). Action-Control: From Cognition to Behavior, Springer, Heidelberg. En J.Kuhl, & J. B. (Eds.), *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior* en , pp. 11-39. (págs. 11-39).
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision*.
- AJZEN, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. En *Organizational behavior and human decision processes* (págs. 179-211).
- Andrade Espinoza, X. (2012). *Las trabas del emprendimiento en el Ecuador*. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LasTrabasAlEmprendimientoEnEcuadorTheObstaclesOfEn-6119296%20(1).pdf
- Alles. (2005, p.6). *Manual del Perfil del liderazgo empresaria*. Obtenido de [https://issuu.com/psicore/docs/perfil\\_de\\_liderazgo\\_empresarial\\_-\\_m](https://issuu.com/psicore/docs/perfil_de_liderazgo_empresarial_-_m)
- Allport, G. W. (1935). Handbook of social psychology. 768-844.
- Alonso Galicia, P. E. (2012). *La Configuración De La Intención Emprendedora Entre Académicos Responsables De Proyectos De Investigación En España. Un Enfoque De Género*. (U. A. Potosí, Ed.) Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/96916/TesisPEAG.pdf>
- Alonso, M. J., & Galve, C. (2008). Emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 26, 5-44.
- Álvaro, J. G. (1996). *Psicología social aplicada*. Madrid : Mac Graw-Hill.

- Anguizaca Yumbo, N. P. (2010). *Emprendimientos productivos: aspectos tributarios del proceso*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3007/1/UPS-CT002269.pdf>
- Avenecer. (Marzo de 2015). *LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN*. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Cano-Yeiny.pdf>
- Azanza, G. (2011). *“La intención emprendedora en estudiantes universitarios . El caso de la Universidad de Deusto”*. Bilbao, España: Universidad de Deusto.
- Bae T, Qian S, Miao C, Fiet J (2014) The relationship between entre-preneurship education and entre-preneurial intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepr. Theory Pract.* 38: 217-254
- Baldrige, M. (2006). *A Textual Analysis of Malcolm Baldrige National Quality Award Recipients to Explore Best Organizational Communication Models in American Companies*. Estados Unidos de América:: University of the Pacific.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Barber, M. y. (2007). *Cómo hicieron los sistemas educativos con mejor desempeño para alcanzar sus objetivos*. McKinsey & Company.
- Baron, R. A. (2006). *Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs "connect the dots" to identify new business opportunities*. *Academy of Management Perspectives*.
- Barreto Soria, K., Zuñiga Jara, S., & Ruiz Campo, S. (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio Formación Universitaria. (C. d. Serena, Ed.) 9(1), 25-34. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/3735/373544194004.pdf>
- Bass, B., & Riggio, R. T. (2006 p.6). *Transformational Leadership*. New York: Psychology Press.
- Baumol. (Octubre de 1990-1993). Productive, Unproductive and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98(5), 893-921.
- Bennis, W. (2000). El fin del liderazgo. *Harvard Deusto Business Review*, 4-12.
- Bercovitz, J., & Feldman, M. (2006). Entrepreneurial universities and technology transfer: A conceptual framework for understanding knowledge-based economic development. *The Journal of Technology Transfer*, 31(1), págs. 175-188.
- Bernal Guerrero, A. (2014). Competencia emprendedora e identidad personal. Una investigación exploratoria con estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria. *Revista Educación*, 384-411.

- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, 442-453.
- Bolívar, A. (2006). Familia y escuela: dos mundos llamados a trabajar en común. *Revista de Educación*, 339, 119-146.
- Bourdieu, P. (1980). *Le capital social. Actes de la Recherche en Sciences Sociales*.
- Brockhaus, R. H., & Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of the entrepreneur. En C. A. Kent, D. L. Sexton y K. Vesper (Eds.). (E. C. Hall., Ed.) *Encyclopedia of entrepreneurship*, 29-56.
- Burkhart, G. (2009). Creencias normativas en estrategias preventivas: una espada de doble filo. Efectos de la percepción de normas y normalidad en campañas informativas, programas escolares y medidas ambientales. *Revista Española de Drogodependencias*.
- Cabana-Villca R, Cortés-Castillo I, Plaza-Pasten D, Castillo-Vergara M, Álvarez-Marin A (2013) Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior. *J. Technol. Manag. Innov.* 8: 65-75.
- Caicedo, G. (16 de Junio de 2017). *El emprendimiento enfrenta una lista de tareas y desafíos*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/emprendimiento-enfrenta-lista-tareas-desafios.html>
- Camacho Caicedo, A. L. (2016). *El emprendimiento en la informalidad*. Obtenido de <https://www.monografias.com/docs111/emprendimiento-informalidad/emprendimiento-informalidad3.shtml>
- Cárdenas, M., & Mejía, C. (Marzo de 2007). *La informalidad en Colombia*. Obtenido de <http://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/805>
- Carlsson, B., Braunerhjelm, P., Mckelvey, M., Olofsson, C., Persson, L., & Ylinenpaa, H. (2013). The evolving domain of entrepreneurship research [El dominio evolutivo de la investigación sobre emprendimiento]. 1(41), 913-930.
- Castelao Naval, María Olga; González Pascual, Juan Luis; Jordán Ramos, Adolfo; Ruiz Pomedá, Alicia (2015) Universidad y emprendimiento: intención emprendedora en estudiantes de universidades privadas madrileñas Universidad Europea de Madrid  
<http://abacus.universidadeuropea.es/bitstream/handle/11268/4770/Emprendimiento%202015.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Castro, A. (2007). Estilos de liderazgo, inteligencia y conocimiento táctico. *Anales de Psicología*, 23(2), 216-22.
- Chicaiza Chiza, E. (2017). -----“Análisis Del Comercio Informal Y Su Incidencia A Los Comerciantes Regularizados En La Parroquia De Cotocollao, Cantón Quito En El Año 2015” . Obtenido de

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9931/1/T-UCE-0005-048-2017.pdf>

Chiavenato, I. (1993). *Administración de Recursos Humanos*. Editora: Mc Graw-Hill de México.

Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (Septima ed.). México: McGRAW-HILL/INTER AMERICANA.

Coase, R. H. (1937). *The Nature of the firm*. Obtenido de <https://www.colorado.edu/ibs/es/alston/econ4504/readings/The%20Nature%20of%20the%20Firm%20by%20Coase.pdf>

Comercio, E. (06 de Enero de 2017). *Apoyo al emprendedor se priorizará*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/emprendimientos-candidatos-elecciones-presidencia-ecuador.html>

Contreras, F. (2008). Liderazgo: Perspectivas de desarrollo e investigación. (U. d. Medellín, Ed.) *International Journal of Psychological Research*, 1(2), 64-72.

Contreras Torres, F., Barbosa Ramírez, D., & Castro . (2012). La organización como sistema complejo: implicaciones para la conceptualización del liderazgo. *Criterio Libre*, 193-206.

Contreras, F., Barbosa, D., & Castro, G. (2012). La organización como sistema complejo: implicaciones para la conceptualización del liderazgo. *Criterio Libre*, 10(16), 193-206.

Cortés, M. (2013). Su método: Liderazgo Transformacional. *Revista Anda*, 51, p.p. 32-35.

Covey, S. R. (2003). Los 7 Hábitos de la Gente Altamente Efectiva. En *La revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa* (Segunda ed., Vol. 1, págs. 1-205). Buenos aires: Paidós. Obtenido de <http://www.ntslibrary.com/PDF%20Books/7%20Habitos.pdf>

Cuenya, L., & Ruetti, E. (2010). Controversias epistemológicas y metodológicas entre el paradigma cualitativo y cuantitativo en psicología. *Revista Colombiana de Psicología*, 19(2), 271-277.

Daft, R. (2006). *La Experiencia del Liderazgo*. Ciudad de México: CENGAGE Learning.

Dallago, B. (2000). The case of SMEs, in Small Business Economics. En *The organisational and productive impact on the economic system* (Vol. 15, págs. 303-319.).

De los santos, E. (09 de Marzo de 2018). *Importancia del liderazgo*. Obtenido de <http://parquesalegres.org/biblioteca/blog/importancia-del-liderazgo/>

- Deci, E., & Ryan, R. (1990). A Motivational Approach to Self: Integration in Personality. En R. Dienstbier, *Nebraska Symposium on Motivation*. Nebraska: Lincoln: University of Nebraska Press.
- Del Rosario Maldonado, B., Lara Burbano, G., & Maya Carillo, A. (2018). Actividad Emprendedora y Competitividad en el Ecuador. *Revista Global de Negocios*, 6(1), 29-44.
- De Jorge Moreno J (2013) Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *Rev. Dig. Inv. Docencia* 1: 1-12
- Doepke, M., & Zilibotti, F. (2014). *Parenting with Style: Altruism and Paternalism in Intergenerational Preference Transmission*. *Human Capital and Economic Opportunity Global Working Group*.
- Druilhe, C., & Garnsey, E. (2004). Do academic spin-outs differ and does it matter? *The Journal of Technology Transfer*, 29(3), págs. 269-285. Obtenido de Druilhe, C. y Garnsey, E. (2004). Do academic spin-outs differ and does it matter? *The Journal of Technology Transfer*, 29(3), 269-285; 285.
- Dueñas, E., & Sabando, A. (2018). *La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Durán Aponte, E., & Arias Gómez, D. (Julio de 2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio personales. 6, 320-340. (R. C. Sociales, Ed.) Obtenido de file:///C:/Users/ASOECO/Downloads/Dialnet-IntencionEmprendedoraEnEstudiantesUniversitarios-5212099.pdf
- Durston, J. (1999). Construyendo capital social comunitario. *Revista de la Cepal*, 69, 103-118.
- Elmore, R. F. (2010). *Mejorando la escuela desde la sala de clases*. Obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S071869242010000200002&script=sci\\_arttext](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S071869242010000200002&script=sci_arttext)
- Erdos, K., & Varga, A. (2009). *The academic entrepreneur: Myth or reality for increased regional growth in europe? Working paper*. Obtenido de <http://www.regional-studiesassoc.ac.uk/events/2010/may-pecs/papers/Erdos.pdf>.
- Estrada, S. (2007). *Liderazgo a través de la historia*. *Scientia Et Technica*, 13(34), 343-348.
- ESPAE-ESPOL. (23 de Mayo de 2016). *Actividad de emprendimiento temprano reporte GEM*. Obtenido de <http://www.espae.espol.edu.ec/wpcontent/uploads/2017/06/ReporteGEM2016.pdf>

- Etzkowitz, H. (1983). Entrepreneurial scientists and entrepreneurial universities in American academic science. *Minerva*, 21(2), 198-233.
- Etzkowitz, H. y. (2010). Polyvalent knowledge and the entrepreneurial university: A third academic revolution? *Critical Sociology*, 36(4), 595-609.
- Expreso, E. (06 de Noviembre de 2017). *10 Factores que afectan el mundo de los negocios en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.expreso.ec/vivir/10-factores-que-afectan-el-mundo-de-los-negocios-en-ecuador-GY1818811>
- Evans, J., & Lindsay, W. (2008). Administración y control de calidad. México, D.F.
- Fayolle, A. (2006). "Evaluación del impacto de los programas de educación empresarial : una nueva metodología". (L. B. School, Ed.) *Esmeralda*, 30.EM.
- Fayolle A, Gailly B (2015) The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intentions: Hysteresis and persistence. *J. Small Bus. Manag.* 53: 75-93
- Fernald, L., Solomon, G., & Tarabishy, A. (2005). A new paradigm: Entrepreneurial leadership [Un nuevo paradigma: liderazgo empresarial]. 1(1), 1-10.
- Fernández, M., & Quintero, N. (2017). Liderazgo transformacional y transaccional en emprendedores venezolanos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22 (77), 56-74.
- Ferrando, Latorre, S., & Velilla, J. (2018). *La transmisión intergeneracional de la actividad emprendedora en las familias españolas*. Zaragoza, España: Universidad de Zaragoza.
- Ferreira, & Tiryaki, G. (Mayo de 2008). The informal economy and business cycle. *Journal of Applied Economics*, 11(1), págs. 91-117.
- Festinger, L. (1954). *A theory of social comparison processes and Human Relations*.
- Finkelstein, S., & Hambrick, D. (1990). Top-Management-Team Tenure and Organizational Outcomes: The Moderating Role of Management Discretion. *Administrative Science Quarterly*, 35,3, 484-503.
- Fischman, D. (2016). *El líder interior*. Santiago de Chile: Aguilar Chilena de Ediciones.
- Flores, M., & García, M. D. (14 de Septiembre de 2017). *Incidencia del perfil de liderazgo y su relación con la satisfacción laboral en las Pymes - Guayaquil de servicio de control de plagas*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9262/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-429.pdf>
- Flores, M., & Rello, F. (26 de Septiembre de 2001). *Capital social: virtudes y limitaciones*". Ponencia presentada en la Conferencia Regional sobre Capital Social y Pobreza. (S. d. CEPAL y Universidad del Estado de Michigan, Ed.) Obtenido de <http://www.eclac.org/prensa/noticias/comunicados/3/7903/flores-relo.pdf>

- Ford, R. M., Williams, K. J., Bishop, I. D., & Webb. (2009). A value basis for the social acceptability of clearfelling in Tasmania. *Landscape and Urban Planning* 90,, Australia. 196-206.
- Foss, K., & Foss, K. (2002). Economic organisation and the trade-offs between productive and destructive entrepreneurship. *Entrepreneurship and the firm: Austrian perspectives on economic organisation, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar*, 102-127.
- Freije, S. (2002). *El empleo informal en América Latina y el Caribe: Causas, Consecuencias y recomendaciones de política*. Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA), Venezuela. Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de <http://empresariosvenezolanos.com/EI%20empleo%20informal%20en%20A.L..pdf>
- Fritz, W. (26 de Abril de 2013). *Teoría del Control de las Percepciones-(Perceptual Control Theory)*. Obtenido de <https://www.intelligent-systems.com.ar/PCTSp.htm>
- (2007). From vulnerable to venerated: The institutionalization of academic entrepreneurship in the life sciences. . En *En Research in the Sociology of Organizations*.
- Fuentelsaz, L., González, C., Maicas, J. P., & Montero, J. (2015). How different formal institutions affect opportunity and necessity entrepreneurship. *Business Research Quarterly*, 18, 246-258.
- Giacomin, O., Janssen, F., Pruett, M., Shinnar, R. S., Llopis, F., & Toney, B. (2011). Entrepreneurial intentions, motivations and barriers: Differences among American, Asian and European students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), págs. 219-238.
- Gibb, A. A. (1993). Key factors in the design of policy support for the small and medium enterprise (SME) development process: an overview. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5, 1-24.
- Gil, I. M., & Ibarra, S. (2014). Incidencia del liderazgo en los factores críticos del éxito como estrategia competitiva empresarial. *Revista Dimensión Empresarial*, 12(2), 117-126.
- Giménez Costa , J. A. (Febrero de 2011). *Análisis de los determinantes cognitivos que subyacen a la conducta de Consumo Intensivo de Alcohol en jóvenes utilizando como marco de referencia la Teoría de la Conducta Planificada*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Giraldo, E. G. (8 de Julio de 2013). *Las Teorías gerenciales en base a la teoría de la malla gerencial de Blake & Mouton, 1964*.
- Giraldo, E. G. (8 de Julio de 2013). *Las teorías gerenciales en base a la teoría de la malla gerencial de Blake & Mounon (1964)*. Obtenido de

<https://www.larepublica.co/analisis/eduardo-gomez-giraldo-506274/las-teorias-gerenciales-2042245>

- Goldstein, J. (2010). *Complexity and Nexus of Leadership*,. Estados Unidos de América: Palgrave MacMillan.
- Goldstein, J. (2010). *Complexity and Nexus of Leadership*,. Estados Unidos de América: Palgrave MacMillan.
- Gómez, R. (2008). *El liderazgo empresarial para la innovación tecnológica en las micro, pequeñas y medianas empresas. Pensamiento y Gestión* (Vol. 24).
- Gómez, F. U. (2014). *LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE GRADOS DE DISEÑO*. (U. N. distancia, Editor) Obtenido de <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:CiencEcoEmp-Ubierna/Documento.pdf>
- González , O., & González, L. (2012). Estilos de liderazgo del docente universitario. *Multiciencias*.
- Govea, H., & Rodríguez, I. (2005). Capital social: proceso de aprendizaje para el empoderamiento ciudadano. *Multiciencias*, 5(2), 128-139.
- Grandi, A., & Grimaldi, R. (2005). Academics' organizational characteristics and the generation of successful business ideas. *Journal of Business Venturing*, 20(6), págs. 821- 845.
- Greenberg, J., & Baron, R. A. (1993). *Behaviour in Organizations*. . Boston: Allyn and Bacon.
- Grootaert, C. y. (2001). Understanding and measuring social capital: a synthesis of findings and recomendation of social capital iniciative. En *World Bank, Social Developmente Family Environmentally and Socially Sustainable Development Network SCI*. Working Paper N° 24 .
- Guzmán Facundo, F. R., García Salas, B. A., Rodríguez Aguilar, L. C., & Alonso Castillo, M. M. (ene./jun. 2014). *Actitud, norma subjetiva y control conductual como predictores del consumo de drogas en jóvenes de zona marginal del norte de México* (Vol. 26 ). México D.F, México: Frontera norte.
- Hambrick , D. C., & Mason , P. A. (1984). Upper-echelon: the organization as a reflection of its managers. *Academy of Management Review*, 193-206.
- Hecheverria, D. M. (2009). Cultural norms & businnes start-ups the impact of nations opportunity and necessity entrepreneurs.International. *Entrepreneurship Management Journal*, 100-109.
- Heckman , J. J., Stixrud , J., & Urzua, S. (2006). The Effects of Cognitive and Noncognitive Abilities on Labor Market Outcomes and Social Behavior. *Journal of Labor Economics*, 24(3), 411–82.

- Helliwell, J. F. (2004). *The social context of wellbeing*. (3. 1.-1. Royal Society of London, Ed.) Obtenido de <http://rstb.royalsocietypublishing.org/content/359/1449/1435.full.pdf>.
- Hellriegel, Jackson & Slocum . (2008, p.14). *Liderazgo. Teoría, Aplicación y Desarrollo de Habilidades* (Sexta ed.). Lussier. Obtenido de [https://issuu.com/cengagelatam/docs/liderazgo\\_lussier\\_issuu](https://issuu.com/cengagelatam/docs/liderazgo_lussier_issuu)
- Henley, A., Contreras , F., Espinosa, J. C., & Barbosa, D. (2017). Intenciones empresariales de estudiantes de negocios colombianos: comportamiento planeado, habilidades de liderazgo y capital social. *Revista Internacional de Comportamiento e Investigación Empresarial*, 23(6), 1017-1032. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2017-0031>
- Hernandez, S., Fernández, R., & Baptista, C. (2004). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hills, G. E. (1988). Variations in university entrepreneurship education: an empirical study of an evolving field. *Journal of business venturing*, 3(2), 109-122.
- Hisrich, R. D., & Brush, C. G. (1986). *The Woman Entrepreneur: Starting, Financing and Managing a Successful New Business*. Lexington: Lexington Books.
- Ibarra, D. R. (2016). *Emprendimiento y entorno emprendedor*. Obtenido de [https://biblioteca.unirioja.es/tfe\\_e/TFE001264.pdf](https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE001264.pdf)
- Kalleberg, R. (2007). A reconstruction of the ethos of science. *Journal of Classical Sociology*, 7(2), págs. 137-160.
- Kautonen, T., Gelderen, M. van y Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655- 674.
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity and profit. Studies in the theory of entrepreneurship* (Vol. 8). The university of Chicago Press.
- Kliksberg, B. (1999). Capital social y cultura, claves esenciales del desarrollo. *Revista de la Cepal*, 69, 85-102.
- Kim, W. & Mauborgne, R. (2014). Los cuatro pilares del liderazgo en la Estrategia del Océano Azul. *Revista Gestión & Desarrollo*, 11, 205-209.
- Kotter, J. (1996). *Leading Change*". Harvard Business School Press.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Casrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(6), 411-432.
- Krueger, N. F. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15 (5), 411–432.

- Krueger, N. F., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
- Küttim, M., Kallaste, M., Venesaar, U., & Kiis, A. (2014). *Entrepreneurship Education at University Level and Students' Entrepreneurial Intentions*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.910>
- Lam, A. (2011). *Factores psicológicos y motivaciones que influyen en la comercialización de la investigación---* Lam, A. (2011). *What motivates academic scientists to engage in research commercialization: 'Gold', 'ribbon' or 'puzzle'?* Obtenido de [https://econpapers.repec.org/article/eeerespol/v\\_3a40\\_3ay\\_3a2011\\_3ai\\_3a10\\_3ap\\_3a1354-1368.htm](https://econpapers.repec.org/article/eeerespol/v_3a40_3ay_3a2011_3ai_3a10_3ap_3a1354-1368.htm)
- Lascano Pérez, L., Lascano Pérez, M., & Santiago Chávez, N. (2017). El modelo de emprendimiento universitario y el entorno empresarial en la zona tres de la república del Ecuador. *Revista Publicando*, 4(12), 703-727.
- Lee, S. H. (2002). An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 7-28.
- Leibenstein, H. (Mayo de 1968). Entrepreneurship and Development. *American Economic Review*, 58(2), págs. 72-83.
- Leithwood, K., Day, C., Sammons, O., Harris, A., & Hopkins, D. (2006). *Successful school leadership: What it is and how it influences pupil learning*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/238717790\\_Successful\\_School\\_Leadership\\_What\\_It\\_Is\\_and\\_How\\_It\\_Influences\\_Pupil\\_Learning](https://www.researchgate.net/publication/238717790_Successful_School_Leadership_What_It_Is_and_How_It_Influences_Pupil_Learning)
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- Londoño Roldán, J. C., & Osorio, F. F. (2015). *Entrepreneurial intention in middle and high school students: Using the exposure effect to extend the theory of planned behaviour*. Obtenido de <https://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieee>
- López, A. R. (2011). *Mujeres y liderazgo*. VALENCIA: PUV.
- Lortie, J., & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: What we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 935-957. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-015-0358-3>
- Lucas de Souza, E. C., López Júnior, G. S., Bornia, A. C., & Alves, L. R. (2013). Entrepreneurship attitude: validation of a measurement instrument based on graded response model of the item response theory. *Revista de Administração Mackenzie*, 14(5), 230- 251.

- Lupano, M., & Castro, A. (2008). Estudios sobre el liderazgo. En *Teorías y Evaluación* (Vol. 6, págs. 107-122). Psicodebate.
- Lussier & Achua . (2005, p.6). *Manual del perfil del Liderazgo*. Obtenido de [https://issuu.com/psicore/docs/perfil\\_de\\_liderazgo\\_empresarial\\_-\\_m](https://issuu.com/psicore/docs/perfil_de_liderazgo_empresarial_-_m)
- Macías, E., Enríquez, E., & Zepeda, E. (2012). Identificación del Tipo de Liderazgo en un Centro Automotriz: Un Diagnóstico y Una Crítica. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 5(3), 89-102.
- Maxwell, J. (2011). *Liderazgo Carismático*. Executive Excellence.
- Mcclelland. (1973). Testing for competence rather than for intelligence. En *American psychologist* (Vol. 28).
- McGregor, D. (1960). *The Human Side of Enterprise*. Estados Unidos de América: McGraw Hill.
- Michelacci, C. (2003). Low returns in R&D due to the lack of entrepreneurial skills. *The Economic Journal*, 113, págs. 207-225.
- Millán. R. y Gordon, S. (2004). Capital social: una lectura de tres perspectivas clásicas. *Revista Mexicana de Sociología*, 66(4), 711-747.
- Miller, D. (1986). Configurations of strategy and structure: Towards a synthesis. *Strategic Management Journal*, vol. 7, núm.3, 233-249.
- Minniti, M. (2012). *El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones*. Obtenido de <https://www.emelarevista.com/wp-content/uploads/2016/09/Emprendimiento.pdf>
- Mokyr, J. (2004). *The gifts of Athena: Historical origins of the knowledge economy ..* Princeton University Press.
- Molina, J. A., Ortega, R., & Velilla, J. (2017). *Older entrepreneurs-by-necessity using fuzzy set methods: differences between developed and developing countries*. Obtenido de <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/83567/>
- Montoya Restrepo, A., Montoya Restrepo, I., & Valencia Arias, A. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *Intangible Capital*, 12(4), 881-922.
- Montoya, O. (25 de Agosto de 2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico. *Scientia et Technica*, 209-213.
- Morales González, M. G. (2015). *Análisis de relación de intención emprendedora y la experiencia laboral en el contexto universitario*. (U. A. Tamaulipas, Ed.) Durango, México:  
[http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/ANALISIS\\_DE\\_LA\\_RELACION\\_DE\\_LA\\_INTENCION\\_EMPRESARIAL\\_Y\\_LA\\_EXPERIENCIA\\_LABORAL\\_EN\\_EL\\_CONTEXTO\\_UNIVERSI.pdf](http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/ANALISIS_DE_LA_RELACION_DE_LA_INTENCION_EMPRESARIAL_Y_LA_EXPERIENCIA_LABORAL_EN_EL_CONTEXTO_UNIVERSI.pdf).

- Moreno Zacarías, H. M., & Espiritu Olmos, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *Revista Portes*, 106.
- Morlás Espinoza, C. (s.f.). *Ecuador ¿País de Emprendedores?* (U. p. Guayaquil, & la Universidad Ecotec, Edits.) Obtenido de <http://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigacion/libros/ecuador-pais-emprendedores.pdf>
- Mouton, R. B. (8 de Julio de 2013). *Las teorías gerenciales*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/analisis/eduardo-gomez-giraldo-506274/las-teorias-gerenciales-2042245>
- Murillo, F. J. (2006). Una dirección escolar para el cambio: Del liderazgo transformacional al liderazgo distribuido. *Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 1-14.
- Narvæz, V. P. (2010). *Metodología de la investigación científica y bioestática*. Santiago: Ril.
- Newcomb, T. (1959). *Individual Systems of Orientations*. In S. Koch, *Psychology: A Study of Science* (pp.384-422). New York: McGraw-Hill.
- Newstrom, J. (2011). *Comportamiento humano en el trabajo*. México, D.F.
- Noriega, M. G. (Septiembre de 2008). *La importancia del liderazgo en las organizaciones*. Obtenido de [http://www.utm.mx/edi\\_antiores/temas036/ENSAYO3-36.pdf](http://www.utm.mx/edi_antiores/temas036/ENSAYO3-36.pdf)
- Northouse, P. (2004). *Leadership : theory and practice*.
- Novillo Maldonado, E. F., Sarmiento, C. B., & Espinosa Galarza, M. O. (2017). Análisis del desarrollo de la actitud emprendedora en estudiantes universitarios al participar en la asignatura de emprendimiento. *Revista Espacios*, 38(45), 1-37.
- Oliveira, B. M., Vieira, D. A., Laguía, A., Moriano, J. A., & Salazar Soares, V. J. (2017). Entrepreneurial intention among university students: Adaptation and validation of a scale (QIE). *Avaliação Psicológica*. 15(2), 187-196.
- Olmos, R. E. (09 de Septiembre de 2007). *La actitud emprendedora durante la vida*. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/CESE/article/viewFile/CESE0707110095A/9419>
- Osorio, F., & Londoño Roldán, J. (Julio-Diciembre de 2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición Cuadernos de Administración. *Pontificia Universidad Javeriana*, 28(51), 103-131.
- Páez, T. (2009). *Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones: estrategia de formalización económica*. Obtenido de <https://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/118.pdf>

- Palacio, J., & Sabater, C. y. (2004). El capital social como apoyo a la solución de problemas en la población desplazada por la violencia. *Investigación y Desarrollo*, 9(2), 514-535.
- Parragúe, M. M. (2011). "El clima de emprendimiento, un determinante clave en la intención emprendedora de los estudiantes de Escuelas de Negocio". Universidad de Chile.
- Pascual, J. A. (2011). *Tècniques e instruments para la recogida de informacìon*. Madrid: UNED.
- Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2009). Strategic entrepreneurship at universities: Academic entrepreneurs' assessment of policy programs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 319-340.
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). *Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship*. Entrepreneurship Theory and practice.
- Phillips, D. J., & Zuckerman, E. W. (2001). Middle-Status conformity: Theoretical restatement and empirical demonstration in two markets. *American Journal of Sociology*, 107(2), págs. 379-429.
- Pico Versoza, L. (2016). El emprendimiento por necesidad, una ventana hacia el desarrollo de oportunidades de negocios. *INNOVA Research Journal 2016*, 1(1), 131-136.
- Poole, M. S., & Van de Ven, A. H. (2004). Theories of organizational change and innovation processes. En *Handbook of organizational change and innovation* (págs. 374-397). Oxford University Press.
- Powers, W. (2008). *Sistemas de Control de vida III: El hecho de control. [Apéndice matemático por el Dr. Richard Kennaway. Incluye programas de computación para el lector demostrar y probar experimentalmente la teoría]*. New Canaan, CT: Publicacion.
- Prodan, I., & Drnovsek, M. (2010). *Conceptualizing academic-entrepreneurial intentions: An empirical test. Technovation*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2010.02.002>
- Psicore. (2014 ,p.3). *Manual del Perfil del liderazgo empresaria*. Obtenido de [https://issuu.com/psicore/docs/perfil\\_de\\_liderazgo\\_empresarial\\_-\\_m](https://issuu.com/psicore/docs/perfil_de_liderazgo_empresarial_-_m)
- Rasmussen, E. (2011). Understanding academic entrepreneurship: Exploring the emergence of university spin-off ventures using process theories. *International Small Business Journal*, 29(5), págs. 448-471.
- Real Academia Española. (2014). *LA RAE DEFINICIONES*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=NH60fdB>
- Rebollar, D. (31 de Enero de 2017). *¿Qué condiciones del entorno afectan al emprendimiento?* Obtenido de <https://emprenderyvivir.com/condiciones-entorno-emprendimiento/>

- Rincón Serrano, A. (2003). *Mauro: El camino del líder*. Barcelona: Robinbook, SL Cop.
- Rivera, M., & Macías, J. (2018). *El nivel de analfabetismo financiero en los hogares del sector urbano del cantón Coronel Marcelino Maridueña*. Marcelino Maridueña: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Riveros Barrera, A. (07 de Marzo de 2014). *La distribución del liderazgo como estrategia de mejoramiento institucional*. Obtenido de <http://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/1845/2890>
- Rivero, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Ediciones Shalom.
- Roberts, E. B., & Malonet, D. E. (1996). Policies and structures for spinning off new companies from research and development organizations. *R&D Management*, 26(1), 17-48.
- Rovayo, G. (2017). *El emprendimiento y la educación no siempre van en la misma dirección*. Obtenido de [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika002/polemika002\\_014\\_articulo010.pdf](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika002/polemika002_014_articulo010.pdf)
- Rueda Sampedro, M. (s.f.). *ESTUDIO DE LA ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA FACULTAD DE CC.EE. Y EMPRESARIALES DE CANTABRIA*. Obtenido de [http://www.aeca1.org/pub/on\\_line/comunicaciones\\_xvicongresoaecca/cd/36f.pdf](http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoaecca/cd/36f.pdf)
- Rodríguez Antón, J. F. (04 de Febrero de 2017). *Psicología industrial: "Efecto Hawthorne"*. Obtenido de <https://josefelixrodriguezantonweb.com/2017/02/04/psicologia-industrial-efecto-hawthorne/>
- Rodríguez, S., Díaz, D., Gutiérrez, S., & Guerrero. (2011). *Evaluación de un programa de prevención del consumo de drogas para adolescentes*. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-33252011000100004](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-33252011000100004)
- Rokeach, M. (1968). A theory of Organization and Change within Value-Attitudes systems. *Journal Sociology Issues*, 24, 13-33.
- Rosenberg, M. (1973). *La autoimagen del adolescente y la sociedad*. Biblioteca de Psicología Evolutiva: Serie 2. Paidós.
- Ruiz. (2015). Las Habilidades Directivas Y Estilos De Liderazgo En El Ambiente Laboral. En *Factores Claves Para Enfrentar Los Cambios En Las Organizaciones*. .
- Ruiz Alcántara, R. Y. (2017). *La actividad emprendedora formal e informal como generadora de capacidades individuales y colectivas en la República Dominicana: Caso del casco urbano de la provincia de San Cristóbal*. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/23471/1/TD00302.pdf>

- Ruíz, E. D. (2015,p.15). Factores claves para enfrentar los cambios en las organizaciones. En *Las habilidades directivas y estilos de liderazgo en el ambiente laboral* (pág. 96). GRIN Publishing.
- Sabino, C. (1996). *El proceso de investigación*. Buenos Aires: Lumen Humanitas.
- Salazar, Herrera, Rueda, & León. (2018). LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS Y EL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE. *Revista Global de Negocios*, 6(3), 1-12. Obtenido de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/rngneg/rngn-v6n3-2018/RGN-V6N3-2018-1.pdf>
- Sánchez, J. (2012). *Los métodos de investigación*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Sánchez, V. J. (2010). "Liderazgo: Teorías y aplicaciones". Publicaciones de la Universidad Pontificia de Salamanca.Demiurgo Colecciones.
- Santos, D., Requero, B., Candela, A., & Pedrazzo, A. (2017). *Juventud proactiva: Cómo crear unas actitudes fuertes y positivas hacia el emprendimiento*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/280088739\\_Juventud\\_proactiva\\_Como\\_crear\\_unas\\_actitudes\\_fuertes\\_y\\_positivas\\_hacia\\_el\\_emprendimiento](https://www.researchgate.net/publication/280088739_Juventud_proactiva_Como_crear_unas_actitudes_fuertes_y_positivas_hacia_el_emprendimiento)
- Schumpeter, J. A. (1934). An Inquiry into Profits, Capital, Interest, and the Business Cycle. En *The Theory of Economic Development* (pág. 255). Redvers Opie, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo . (2017). *Informe a la Nación 2007-2017- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades)*. Informe a la Nación sobre el PIB.
- Sexton , D. L., & Bowman, N. (1985). The entrepreneur: A capable executive and more. *Journal of Business Venturing*, 1(1), págs. 129-140.
- Shane, S. A. (1996). Explaining variation in rates of entrepreneurship in the United States: 1899-1988. *Journal of Management*, 22(5), págs. 747-781.
- Shapero , A., & Sokol, E. (1982). "The social dimensions of entrepreneurship", in C.A. Kent, D.L. Sexton e K. Vesper (orgs.),. (P. Hall., Ed.) *Encyclopedia of Entrepreneurship*.
- Solomon, G. T., & Winslow, E. K. (1988). Toward a descriptive profile of the entrepreneur. *Journal of Creative Behavior*, 22, págs. 62-171.
- Sopo Montero, G. R., Salazar Raymond, M. B., Guzmán Barquet, E. A., & Vera Salas, L. G. (2017). Liderazgo como competencia emprendedora. *Revista Espacios*, 38(24), 24.
- Stephan , P. E., & Levin, S. G. (2001). Career stage, benchmarking and collective research. *International Journal of Technology Management*, 22(7-8), 676-687.

- Stuart, T. E., & Ding, W. W. (2006). When do scientists become entrepreneurs? the social structural antecedents of commercial activity in the academic life sciences. *The American Journal of Sociology*, 112(2), págs. 97-144.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (4 de Junio de 2017). *Portal de información/ Directorio de Compañías*: . Obtenido de [http://appscvs.supercias.gob.ec/portallInformacion/sector\\_societario.zul](http://appscvs.supercias.gob.ec/portallInformacion/sector_societario.zul)
- Tello, M. N., & Toaquiza, A. C. (2017). *Determinación de los factores relevantes en la sostenibilidad de emprendimientos del sector agrícola e industrial en el cantón Latacunga*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3871/1/T-UTC-0412.pdf>
- Thieme, C. P. (2005). *Liderazgo y eficacia en la educación primaria. El caso de Chile (Tesis doctoral)*. Universitat Autònoma de Barcelona: Bellaterra. Obtenido de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/3958/cptj1de1.pdf;jsessionid=16D38C5C5F5618AB404B9C4ED4D47DF9.tdx1?sequence=1>
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship*. En *Theory & Practice* (págs. 669-694).
- Thornberry, N. (2001). Corporate Entrepreneurship: Antidote or Oxymoron? *European Management Journal*, 19(5), 526-534.
- Thurstone, L. C. (1929). *The measurement of attitude*. Chicago: Chicago Univ. Press.
- Torío, S., & Hernández, J. y. (2007). Capital social familiar y expectativas académico-formativas y laborales en el alumnado de Educación Secundaria Obligatoria. *Revista de Educación*, 343, 559-586.
- Torres, J. A., Valencia, A., Bermúdez, J., Díez Echavarría, L. F., Urrego, M. L., & Maussa, F. O. (2017). Characterization of entrepreneurial intention in university students as from Systemic Entrepreneurship Intention Model: A case study. *Cuadernos*, 1-17.
- Tsai, K. H., Chang, H. C., & Peng, C. Y. (2016). Extending the link between entrepreneurial self-efficacy and intention: A moderated mediation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 445-463.
- Uphoff, N. (1998). *Understanding social capital: Learning from the analysis and experience of participation* En I. Serageldin y P. Dasgupta (eds.). *Social capital* (pp. 215-249). (O. O. Press., Ed.) Obtenido de [http://www.exclusion.net/images/pdf/778\\_ratur\\_uphoff.pdf](http://www.exclusion.net/images/pdf/778_ratur_uphoff.pdf).
- Uphoff, N., & Wijayaratra, C. M. (2000). Demonstrated benefits from social capital: the productivity of farmer organizations in Gal Oya, Sri Lanka. *World Development*, 28:11, 42. Obtenido de [http://www.arts.cornell.edu/poverty/Papers/Uphoff\\_GALLOYASK.pdf](http://www.arts.cornell.edu/poverty/Papers/Uphoff_GALLOYASK.pdf)
- Vainrub, R. (2009). *Una guía para emprendedores*. Ciudad de México: Peason.

- Valencia, A., Cadavid, L., Rios, C., & Awad, G. (2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 17(57), 132-148.
- Van Steal, A., Carree, M., & Thurik, R. (2005). The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth Small Business. *Economics Journal*, 24(3), págs. 311-321.
- Veciana, J. M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8, 11-36.
- Vega Roa, M. F. (2014). LOS COMPORTAMIENTOS DEL LIDERAZGO Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LOS MODELOS DE GESTIÓN. BOGOTÁ D.C.
- Velilla, J., & Ortega, R. (2017). Determinants of entrepreneurship using fuzzy-set methods: Europe vs non-Europe. *Applied Economics Letters*, 24(18), 1320-1326.
- Vohora, A., Wright, M., & Lockett, A. (2004). *Critical junctures in the development of university high-tech spinout companies*. Obtenido de <https://www.jsme.or.jp/tsd/ICBTT/conference02/LOCKETT&AndyPrint.pdf>
- Yukl, G. (2013). *Leadership in Organizations*. Estados Unidos de América: Pearson Education Inc.
- Yurrebaso, M. A. (2012). *La personalidad y los valores sociales: influencia en el emprendizaje*. Obtenido de <http://gedos.usal.es/jspui/handle/10366/121234>
- Zapkau, F. B., Schwens, C., Steinmetz, H., & Kabst, R. (2015). Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(3), 639-653.
- Zárate, R., & Matviuk, S. (2012). Liderazgo y Emprendimiento Innovador en Nuevas Empresas de Base Tecnológica. Un Estudio de Casos Basado en un Enfoque de Gestión del Conocimiento. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 5-50.

## APÉNDICE A.- Encuesta de Incidencia de liderazgo en intenciones emprendedoras

### ENCUESTA PARA EVALUAR

Incidencia del liderazgo en intenciones emprendedoras de emprendimientos productivos formales de estudiantes universitarios de pregrado en la ciudad de Guayaquil

Estos datos van a servir para un proyecto de investigación como un documento para la unidad de titulación de la carrera de administración de empresas. Si usted desea saber el resultado del análisis del trabajo de investigación, agregue su correo.

La encuesta utilizada como método de evaluación consta de las siguientes partes que permitirán determinar nivel de incidencia del encuestado: A) Liderazgo b) Capital social de las familias y amigos, c) Control, d) Normas Subjetivas, e) Actitud, f) Intención de emprendimiento.

En referencia a la siguiente encuesta, por favor señale, encerrando la opción que mejor represente su opinión.

Agradecemos de antemano su colaboración.

#### DATOS DEL ENCUESTADO

Género: Masculino  Femenino  Universidad: UCSG  ESPOL  U. Guayaquil

Edad (años): 18-20  21-23  24-27  28-30  Más de 31

Ciclo Actual..... Colegio De Procedencia..... Actualmente Labora: SI  NO

Nivel de ingresos Familiares o individuales: \$100 a \$400  \$401 a \$700  \$701 a \$1000  \$1001 a Más

Correo (Opcional).....

#### A) INVENTARIO DE LIDERAZGO

Este cuestionario está diseñado para obtener información acerca de su nivel de preferencia o comodidad con las siguientes características o habilidades de liderazgo. No hay respuestas correctas o incorrectas. Por favor marque su nivel de desarrollo en cada una de ellas.

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	
1. Disfruto trabajar en equipo .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
2. Soy capaz de hablar claramente con otros .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
3. Disfruto las relaciones interpersonales .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
4. Soy bueno para planear cosas .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
5. Puedo interpretar las reglas y regulaciones .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
6. Me siento cómodo pidiendo consejo a otros .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
7. Disfruto recolectando y analizando datos .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
8. Soy bueno para resolver problemas .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
9. Me siento cómodo escribiendo correspondencia de negocios incluyendo memos y correos electrónicos .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
10. Podría delegar trabajo a otros .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
11. Quiero hacerme cargo .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
12. Dar orientaciones es agradable para mí .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
13. Sé cómo desarrollar metas y llevarlas a cabo .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
14. Me siento cómodo implementando nuevas técnicas .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
15. Podría apreciar y proveer retroalimentación a los empleados .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
16. Si cometo un error podría admitirlo y corregirlo .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
17. Soy curioso(a) .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
18. Creo en la diversidad en el lugar del trabajo .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
19. Prospero en el cambio .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
20. Uno de mis grandes deseos es llegar a ser líder .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5

#### B) CAPITAL SOCIAL COGNITIVO DE LAS FAMILIA Y AMIGOS

En qué medida usted está de acuerdo con estas afirmaciones. Por favor indique su respuesta con base en la siguiente escala:

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	
1. Su padre o madre actualmente tienen su propio negocio .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5
2. En su estancia en la universidad su padre o madre ha deseado establecer su propio negocio .....	1	2	3	4	5	1 2 3 4 5

3. Tienes personas cercanas o amigos que han establecido sus propios negocios .....1 2 3 4 5  
 4. Cree que sus padres pueden ser motivadores para iniciar su propio negocio .....1 2 3 4 5

**C) NUEVA ESCALA GENERAL DE AUTOEFICACIA (CONTROL)**

En qué medida usted está de acuerdo con estas afirmaciones. Por favor indique su respuesta con base en la siguiente escala:

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	
1. Estaré en capacidad de lograr la mayoría de las metas que me he propuesto .....						1 2 3 4 5
2. Cuando debo enfrentar tareas difíciles tengo la seguridad de que voy a poderlas llevar a cabo .....						1 2 3 4 5
3. En general, pienso que puedo obtener logros que son importantes para mí .....						1 2 3 4 5
4. Creo que puedo tener éxito en la mayoría de cosas que me proponga .....						1 2 3 4 5
5. Estaré en capacidad superar exitosamente muchos desafíos .....						1 2 3 4 5
6. Tengo la confianza en poder desempeñarme efectivamente en varios tipos de tareas .....						1 2 3 4 5
7. Comparado con otras personas, puedo hacer muy bien más tareas. ....						1 2 3 4 5
8. Aun cuando las cosas sean difíciles, puedo desempeñarlas muy bien .....						1 2 3 4 5

**D) NORMAS SUBJETIVAS Y ACTITUD SOCIAL HACIA EL EMPRENDIMIENTO**

En qué medida usted está de acuerdo con estas afirmaciones. Por favor indique su respuesta con base en la siguiente escala:

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	
1. El emprendimiento hace una importante contribución a la sociedad .....						1 2 3 4 5
2. Cualquiera puede ser un emprendedor .....						1 2 3 4 5
3. El emprendimiento se refiere principalmente a la posibilidad de hacer dinero .....						1 2 3 4 5
4. El emprendimiento puede causar un perjuicio social .....						1 2 3 4 5
5. El sistema educativo enfatiza demasiado en el emprendimiento .....						1 2 3 4 5
6. Los políticos enfatizan muy poco en el emprendimiento .....						1 2 3 4 5
7. A mis padres les gustaría que yo me volviera un emprendedor .....						1 2 3 4 5
8. Una mentalidad emprendedora es importante para ser exitosos en todas las formas de empleo .....						1 2 3 4 5
9. El emprendimiento es un concepto sin sentido .....						1 2 3 4 5

**E) DESEABILIDAD PERCIBIDA DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL (ACTITUD)**

En qué medida usted está de acuerdo con estas afirmaciones. Por favor indique su respuesta con base en la siguiente escala:

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	
1. Creo que emprender un negocio es algo beneficioso .....						1 2 3 4 5
2. leer periódicos y libros de negocios me ayudará a convertirme en emprendedor .....						1 2 3 4 5
3. Buscar oportunidades para crear una empresa es conveniente para mi futuro .....						1 2 3 4 5
4. Dedico tiempo para aprender acerca de cómo crear una compañía .....						1 2 3 4 5
5. Elegir emprender me brindará bienestar .....						1 2 3 4 5

**F) ESCALA INDIVIDUAL DE INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO**

En qué medida usted  está de acuerdo con estas afirmaciones. Por favor indique su respuesta con base en la siguiente escala:

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	
1. Yo trataré de emprender un negocio en el futuro .....						<input type="checkbox"/> 1 2 3 4 5
2. Yo Planeo emprender un negocios en el futuro .....						1 2 3 4 5
3. Pretendo emprender y ahorrar para iniciar un negocio en el futuro .....						1 2 3 4 5
4. Tengo la intención de emprender un negocio en el futuro .....						1 2 3 4 5

## APÉNDICE B.- Resultados del Modelo por Género (Masculino y Femenino) en AMOS 23

	Relación		Estimate		S.E.		C.R.		P	
			Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
ACTITUD	<---	FAMILIAS	0.263	0.225	0.05	0.049	5.205	4.577	***	***
CONTROL	<---	FAMILIAS	0.115	0.098	0.041	0.038	2.825	2.58	0.005	0.01
ACTITUD	<---	NORMAS_SUBJETIVAS	0.051	-0.004	0.144	0.114	0.354	-0.032	0.723	0.975
CONTROL	<---	NORMAS_SUBJETIVAS	0.181	0.132	0.124	0.092	1.458	1.432	0.145	0.152
ACTITUD	<---	LIDERAZGO	0.469	0.556	0.12	0.145	3.904	3.841	***	***
CONTROL	<---	LIDERAZGO	0.329	0.547	0.135	0.122	2.447	4.49	0.014	***
LIDERAZGO	<-->	FAMILIAS	0.181	0.242	0.087	0.075	2.078	3.229	0.038	0.001
LIDERAZGO	<-->	NORMAS_SUBJETIVAS	0.422	0.365	0.07	0.061	5.984	5.978	***	***
FAMILIAS	<-->	NORMAS_SUBJETIVAS	0.467	0.63	0.106	0.115	4.409	5.46	***	***
INTENCIONES_EMPRENDEDORAS	<---	ACTITUD	0,282	0,273	0,073	0,067	3,867	4,067	***	***
INTENCIONES_EMPRENDEDORAS	<---	CONTROL	0,161	0,216	0,074	0,076	2,183	2,855	0,029	0,004

Para el presente análisis se toma en consideración un P value de 0.05, demostrando si existe significancia o no.

### Capital social cognitivo Familiar, Normas Subjetivas y Liderazgo

H1a: El capital social cognitivo al proceder de familias emprendedoras influye en la actitud para la intención de emprender

H2a: El capital social cognitivo al proceder de familias emprendedoras influye en la percepción del control.

H1b: Las normas subjetivas influyen en la actitud para la intención de emprender.

H2b: Las normas subjetivas influyen en la percepción del control.

H3: Las habilidades de liderazgo influyen en la actitud para la intención de emprender

H4: Las habilidades de liderazgo influyen la percepción del control

### Validación de variables de segundo orden

H5: La actitud influye en las intenciones de emprender.

H6: La percepción de control influye en las intenciones de emprender

**HG: El modelo de la teoría del comportamiento planificado explica la intención emprendedora, considerando al liderazgo como una variable que influye en dicha intención**

**Masculino      Femenino**

Aceptada      Aceptada

Aceptada      Aceptada

Rechazada      Rechazada

Rechazada      Rechazada

Aceptada      Aceptada

Aceptada      Aceptada

Aceptada      Aceptada

Aceptada      Aceptada

Aceptada      Aceptada

## APÉNDICE C.- Resultados del Modelo por Condición Laboral (Sí labora o No Labora) en AMOS 23

	Relación		Estimate		S.E.		C.R.		P	
			Si labora	No labora						
ACTITUD	<---	FAMILIAS	0.279	0.235	0.062	0.044	4.519	5.385	***	***
CONTROL	<---	FAMILIAS	0.189	0.076	0.052	0.034	3.609	2.277	***	0.023
ACTITUD	<---	NORMAS_SUBJETIVAS	-0.113	0.085	0.115	0.122	-0.978	0.697	0.328	0.486
CONTROL	<---	NORMAS_SUBJETIVAS	0.001	0.237	0.104	0.1	0.011	2.384	0.991	0.017
ACTITUD	<---	LIDERAZGO	0.495	0.425	0.15	0.127	3.294	3.355	***	***
CONTROL	<---	LIDERAZGO	0.593	0.477	0.146	0.105	4.063	4.527	***	***
LIDERAZGO	<-->	FAMILIAS	0.264	0.206	0.098	0.07	2.694	2.928	0.007	0.003
LIDERAZGO	<-->	NORMAS_SUBJETIVAS	0.391	0.397	0.086	0.055	4.561	7.194	***	***
FAMILIAS	<-->	NORMAS_SUBJETIVAS	0.63	0.542	0.151	0.094	4.159	5.773	***	***
INTENCIONES_EMPRENDEDORAS	<---	ACTITUD	0,28	0,272	0,097	0,058	2,874	4,694	0,004	***
INTENCIONES_EMPRENDEDORAS	<---	CONTROL	0,142	0,215	0,09	0,066	1,567	3,268	0,117	0,001

Para el presente análisis se toma en consideración un P value de 0.05, demostrando si existe significancia o no.

### **Capital social cognitivo Familiar, Normas Subjetivas y Liderazgo**

H1a: El capital social cognitivo al proceder de familias emprendedoras influye en la actitud para la intención de emprender

H2a: El capital social cognitivo al proceder de familias emprendedoras influye en la percepción del control.

H1b: Las normas subjetivas influyen en la actitud para la intención de emprender.

H2b: Las normas subjetivas influyen en la percepción del control.

H3: Las habilidades de liderazgo influyen en la actitud para la intención de emprender

H4: Las habilidades de liderazgo influyen la percepción del control

### **Validación de variables de segundo orden**

H5: La actitud influye en las intenciones de emprender.

H6: La percepción de control influye en las intenciones de emprender

**HG: El modelo de la teoría del comportamiento planificado explica la intención emprendedora, considerando al liderazgo como una variable que influye en dicha intención**

	Si labora	No labora
H1a:	Aceptada	Aceptada
H2a:	Aceptada	Aceptada
H1b:	Rechazada	Rechazada
H2b:	Rechazada	Aceptada
H3:	Aceptada	Aceptada
H4:	Aceptada	Aceptada
H5:	Aceptada	Aceptada
H6:	Rechazada	Aceptada
HG:	Aceptada	Aceptada



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **Pires Salazar Alan Matheus** con C.C: # **1310074099** autor del trabajo de titulación: **Incidencia del Liderazgo en la Intención de Emprendimientos Productivos Formales en Estudiantes de Pre-Grado en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **INGENIERO COMERCIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 17 de Septiembre de 2018

f. \_\_\_\_\_

**Pires Salazar Alan Matheus**

**C.C: 1310074099**



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **Almeida García María José** con C.C: # **1311114928** autora del trabajo de titulación: **Incidencia del Liderazgo en la Intención de Emprendimientos Productivos Formales en Estudiantes de Pre-Grado en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **INGENIERA COMERCIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 17 de Septiembre de 2018

f. \_\_\_\_\_

**Almeida García María José**

**C.C: 1311114928**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Incidencia del Liderazgo en la Intención de Emprendimientos Productivos Formales en Estudiantes de Pre-Grado en la ciudad de Guayaquil.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Almeida García María José – Pires Salazar Alan Matheus		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Ing. Bajaña Villagómez Yanina Shegía Ph.D (C)/ Ing. Barberán Arboleda, Rubén Patricio, Mgs.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
<b>CARRERA:</b>	Administración de Empresas		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero Comercial		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	17 de Septiembre de 2018	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	(189 páginas)
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Liderazgo, Emprendimiento, Estadística		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Liderazgo, intenciones, emprendimiento, habilidades, actitud, control		

#### RESUMEN/ABSTRACT:

El presente trabajo o proyecto de investigación tiene como objetivo demostrar las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de pre-grado en la ciudad de Guayaquil a través de la evaluación del liderazgo, así también los factores que inciden en dicha intención.

La investigación se fundamenta con la teorías modernas del liderazgo que se basan en Habilidades Interpersonales / Intrapersonales, cognitivas, de comunicación y tareas específicas, así también del comportamiento planificado de Henley, Contreras, Barbosa y Ajzen (1991), donde mencionaron que las intenciones son generadas por variables como: a) Liderazgo, b) Capital social Familiar, c) Normas Subjetivas, d) Percepción del control y e) Actitud. Estas variables fueron estudiadas en el Marco teórico junto a temáticas relacionadas con las intenciones emprendedoras.

La muestra con la que se trabajó fue de 404 personas tomada de manera aleatoria de las universidades más significativas a nivel de Guayaquil y medidas a través de un cuestionario de 50 ítems con respecto a los constructos y 7 preguntas demográficas en escala de Likert. También se realizó la validez y confiabilidad del cuestionario realizado a los estudiantes, para tener conocimiento de si este era comprendido por ellos.

Finalmente mediante un análisis correlacional y de los p value realizado, se demuestra efectivamente que el liderazgo es un factor influyente en las intenciones emprendedoras, teniendo un peso dentro del modelo de 0.45 sobre la actitud y de 0.52 en la percepción de control, con un Alfa de Cronbach de 0.954 siendo este mayor a 0.70 e indicándonos que el instrumento es óptimo para este estudio, además de mantener p valores significativos y llegando a la conclusión que estos deben ser de un rango muy alto para que esa intención termine en una acción.

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	Teléfono: +593-4-986390324 +593-4-984332895	E-mail: <a href="mailto:amps_225@hotmail.com">amps_225@hotmail.com</a> <a href="mailto:majoseag@outlook.com">majoseag@outlook.com</a>
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	Nombre: Paola Alexandra Traverso Holguín Teléfono: +593-4-999406190 E-mail: : <a href="mailto:paola.traverso@cu.ucsg.edu.ec">paola.traverso@cu.ucsg.edu.ec</a>	

#### SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	