

EL PERFIL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO EN ECUADOR

(The university entrepreneurial profile: The case of Universidad de Especialidades Espíritu Santo in Ecuador)

Christian Moran-Montalvo *; Angélica Sánchez-Riofrío**

Fecha de recepción: 04/06/2017

Fecha de aceptación: 27/02/2018

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es identificar el perfil emprendedor universitario del alumnado de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES) a través de herramientas cualitativas. Así, se realizan encuestas a una muestra de estudiantes de las facultades de Economía, Comunicación, Arquitectura, Ingeniería Civil y Leyes. Se logró identificar que todavía falta por desarrollar el espíritu emprendedor entre los universitarios. Las características de los jóvenes que emprenden son hombres entre 21 a 25 años que no trabajan bajo relación de dependencia, la actividad más desarrollada es el comercio. La facultad que más emprende es la de Economía y Ciencias Empresariales. Este trabajo es una primera aproximación sobre un tema poco desarrollado en Latinoamérica: el emprendimiento en la universidad.

Palabras claves: emprendimiento, perfil emprendedor universitario, Ecuador

Clasificación JEL: L26, M13

ABSTRACT

The aim of this study is to identify the entrepreneurial profile of the students at the Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES) in Ecuador through qualitative and quantitative tools. Thus, surveys are conducted on a sample of students from the faculties of Economics, Communication, Architecture, Civil Engineering and Law. It was identified that it is still needed to develop the entrepreneurial spirit among university students. The characteristics of young entrepreneurs are men between 21-25 years, who are not working as employees. The new entrepreneurship is related to trade sector. The faculty with more entrepreneurs is Economics and Business Administration. This work is a first approach on an issue that has not been studied deeply in Latin America: entrepreneurship in a university level.

Keywords: entrepreneurship, university entrepreneurial profile, Ecuador

JEL Classification: L26, M13

*Profesor Universidad Espíritu Santo – Ecuador cmoranm@uees.edu.ec

** Profesora-Investigadora Universidad Espíritu Santo – Ecuador amsanche@uees.edu.ec

I. INTRODUCCIÓN

El mundo actual es de cambios constantes y es un desafío lograr enfrentar estos cambios y alcanzar el éxito. La economía de un país también necesita de una mentalidad de jóvenes emprendedores con ideas innovadoras y con una visión clara de donde quieren llegar. El presente trabajo tiene como objetivo identificar el perfil emprendedor universitario del alumnado de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES) a través de herramientas cualitativas y cuantitativas. Así, se realizan encuestas a una muestra de estudiantes de las facultades de Economía, Comunicación, Arquitectura, Ingeniería Civil y Leyes mediante preguntas seleccionadas sobre el deseo de emprender, la actividad de emprendimiento, entre otros aspectos.

Los resultados más relevantes indican que la actividad emprendedora en los jóvenes universitarios de la UEES aún es incipiente; pero se ha ido desarrollando a través de las distintas iniciativas que la universidad brinda para que los estudiantes motiven ese espíritu emprendedor. El perfil del emprendedor universitario que se identificó en este trabajo es el siguiente: las características de los jóvenes que emprenden son hombres entre 21 a 25 años que no trabajan bajo relación de dependencia, la actividad más desarrollada es el comercio. La facultad que más emprende es la de Economía y Ciencias Empresariales.

Para lograr el objetivo antes propuesto, el presente trabajo está organizado de la siguiente manera. Primero, se determinan los aspectos conceptuales del ensayo. Segundo, se analiza la metodología del presente trabajo. Tercero, se analizan los resultados de las diferentes encuestas. Cuarto, se determina el perfil universitario del alumnado de la UEES. Quinto, se explica el ecosistema empresarial actual y finalmente se determinan las conclusiones más importantes del presente trabajo.

II. ASPECTOS CONCEPTUALES

El *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), es un estudio amplio acreditado internacionalmente, que muestra el nivel de emprendimiento alrededor de todo el mundo. Desde 1999 se han realizado investigaciones a más de 100 países en donde se valoran los índices de emprendimiento de los mismos y establecen la relación que tienen e con el desarrollo económico de cada país analizado (Global Entrepreneurship Monitor, 2015).

El GEM describe el perfil del emprendedor y de su alrededor. Se identifican las variables que modifican el nivel de emprendimiento, así como también sus fases y tipos. Por tal motivo, los informes realizados por la GEM son de gran utilidad para la ejecución de un análisis comparativo entre países,

sobre todo para las instituciones que plantean proyectos de desarrollo al emprendimiento en todo el mundo.

El GEM, establece a través de cada uno de sus informes, un marco teórico referente al emprendimiento y crecimiento de las empresas. Este se ha ido estructurando y perfeccionando a través de los años en el seno del Consorcio. En la ilustración 1 se puede observar el marco teórico publicado en el informe de la GEM de España (CISE, 2014).

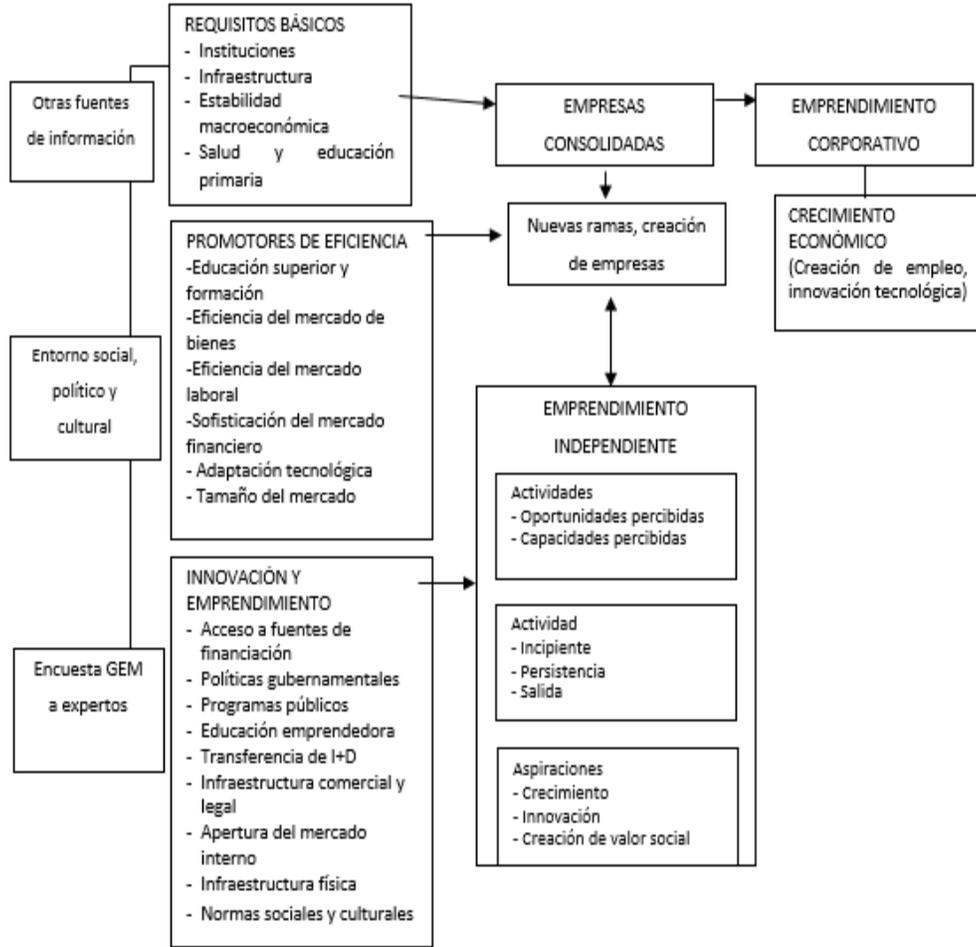


Ilustración 1.
Marco Teórico GEM

Fuente: GEM Global Report (Kelley, Bosma, & Amorós, 2011)

Como podemos observar, el progreso de la investigación global del emprendedor se va añadiendo cada año en el esquema. Una vez evidenciado que el desarrollo y las características del emprendedor guardan relación con la competitividad de los países, el grupo investigador de la GEM (CISE, 2014) consideró relevante expresar esta situación en el marco, incluyendo tres niveles de competitividad: el de los países con menos desarrollo, países con desarrollo medio y países más desarrollados. Valores, ideas, competencia y actitudes emprendedoras de la población son factores que influyen en el nivel de emprendimiento. Por otro lado, cabe mencionar que la actividad comercial consolidada y la diversificación de medianas y grandes empresas

darán lugar al crecimiento económico del país a través de la generación de fuentes de trabajo, riqueza e innovación (Espí, Arana, Heras Saizarbitoria, & Díaz de Junguitu González de Durana, 2007).

Veciana (1999) y Espí *et al.*, (2007) clasificaron los distintos enfoques teóricos para la creación de empresas en cuatro: económico, psicológico, sociocultural y gerencial relacionándolo a tres niveles: nivel individual, nivel de empresa y nivel global de economía.

Un aspecto importante a mencionar acerca de los enfoques de la creación de empresas es la relación existente entre el empresario, la empresa y el entorno. Ciertos elementos son analizados

individualmente, a pesar de ello a través de los años más autores coinciden en realizar un análisis en conjunto de estos elementos y las acciones que ejercen recíprocamente. Por tal motivo y en base a estas consideraciones se propone una clasificación similar a la de Veciana (1999) que se aplica en los tres elementos antes mencionados y en el que se distinguen los siguientes factores:

1) **Enfoque Económico:** En el enfoque económico Veciana (1999) recopila las distintas teorías económicas las cuales se refieren a cómo funciona la creación de una empresa, esto como resultado de la racionalidad económica a nivel de empresario, empresa o sistema económico.

a) Empresario

Desde este punto de vista se pretende describir la función que realiza el mismo en la economía. Dentro de esta explicación interviene Say (2001), Mill (1909) y Marshall (2006), los mismos que otorgan gran relevancia a la administración de una compañía, identificando al empresario como el cuarto factor de producción, diferente a un terrateniente, trabajador o inversionista. El empresario tiene la función de utilizar la tierra del terrateniente, las capacidades del trabajador y el capital del inversionista con el fin de organizar de la mejor manera estos factores en el sistema económico de un país (Jurado, 2015). La más reciente versión de este enfoque fue propuesto por Kilhstron y Laffont (1979) y Chamley (1983), los mismos que se basan en que todas las personas son capaces de dejar de ser trabajadores y transformarse en un empresario sin inconveniente alguno. Schumpeter (1984) menciona que una nueva compañía será la ejecución de nuevas acciones con los medios de producción y los empresarios serán los responsables de la administración de dichas acciones. Esto define al empresario como un factor indispensable de características innovadoras y capaz de romper el equilibrio dentro del sistema administrando de diferente forma la producción. Se trata de romper con la rutina de la vida económica a través de la creación de nuevas empresas utilizando distintas combinaciones productivas. En base a estas doctrinas se podrá diferenciar

un empresario organizador, dispuesto al riesgo e innovador.

b) Empresa

Dentro del enfoque de la empresa se refiere a la teoría de los costes de transacción, el mismo que se refiere a la creación de una compañía basada en estos costos. Coase (1937), se refiere a la empresa y al mercado como dos formas distintas de organización económica ya que el mercado trabaja de modo descentralizado y la empresa es una organización jerárquica. La teoría de los costos de transacción basa la creación de las empresas en la estructura del gobierno más apropiada, la venta de la nueva idea o fórmulas híbridas como las redes y alianzas. Por otro lado, Coase (1937) también determinó que los mercados eficientes sólo sucedían cuando no se tomaban en cuenta los costos de negociación.

2) **Enfoque Psicológico**

Dentro del enfoque psicológico se estudia al empresario como persona, su perfil y las características que identifican a los empresarios con éxito. Básicamente se refiere a las características personales del empresario (Entrialgo, 1998).

Las personas presentan distintas personalidades, en algunas ocasiones más enfocadas al espíritu empresarial a diferencia de las que no la tienen. El enfoque psicológico explica el por qué ciertas personas deciden crear una empresa (Veciana, 1999). Las teorías que se encuentran incluidas dentro de este enfoque son la teoría de los rasgos de personalidad y la teoría de Kirzner.

a) Teoría de los rasgos de personalidad

Existen diversos estudios de varios autores en donde se han analizado los rasgos de personalidad de los emprendedores como elementos esenciales en el momento de la creación de una empresa.

Dentro de todos los rasgos estudiados y analizados, se mencionan como más relevantes los siguientes:

- Necesidad de logro o de autorrealización: McClelland (1961), estableció esta característica la cual define la personalidad empresarial y menciona que personas que tienen la necesidad de auto-superarse estarán más cercanos

a ser dueños de sus empresas. Todo emprendedor que sienta que sus ambiciones superan sus competencias y un anhelo de progreso, lo llevarán por el camino de la mejora continua y el empleo de nuevas combinaciones de los factores productivos.

- Control interno y autoconfianza: Las personas que poseen esta característica son las que mantienen una alta confianza en sí mismas y que son capaces de controlar su camino. Asimismo, se ha demostrado que aquellas personas son las que consiguen obtener un éxito empresarial. Los emprendedores que mantienen un alto control interno son también creativas y con una mejor capacidad para tomar riesgos y así crear su propia empresa (Harper, 1968).

- Espíritu de riesgo o instinto a tomar riesgos: Los empresarios están dispuestos a asumir riesgos si obtienen beneficios, sin embargo los emprendedores miden el riesgo que el proyecto comprendería.

El empresario conoce la existencia del nivel de riesgo que conlleva la creación de empresas, el mismo se conduce controladamente por medio del tamaño de la posible pérdida, el porcentaje de probabilidad de que suceda la misma y la resistencia del empresario ante esta situación (Brockhaus, 1980).

- Necesidad de poder: Según Ettinger (1983), el emprendedor busca principalmente ser independiente y responsabilizarse por sus propios proyectos. El deseo que el mismo posee por poder e independencia se enfoca como ventaja ante la creación de una empresa más que cualquier otro factor.

La independencia está relacionada con la autorrealización, la misma que incluye responsabilidad en la toma de decisiones, establecimiento de objetivos y el cumplimiento de los mismos a través del esfuerzo empleado (Ettinger, 1983).

- Compromiso: La inclinación a los logros de las personas que presentan la necesidad de autorrealización se presenta como un impulso para entregarse totalmente al trabajo. Esta característica es como mejor se define a un empresario ya que la entrega total conlleva a trabajar en el nuevo proyecto hasta que el mismo culmine exitosamente (Begley & Boyd, 1987).
- Tolerancia a la ambigüedad: De acuerdo a la tolerancia de la ambigüedad Robinson (1996) establece que antes de tomar una decisión empresarial se realizan una serie de investigaciones y verificación de información, la misma que no siempre se encuentra completa y bien estructurada. Por tal motivo se deberán tomar decisiones con información incompleta, en este caso, el empresario que tolere las ambigüedades podrá recibir mayores oportunidades lo cual fomenta la guía hacia el éxito de sus empresas.

b) Teoría del empresario de Kirzner

Esta teoría se considera como un caso particular del enfoque psicológico, en el mismo se explica cómo funciona el mercado a partir de la intuición del empresario que se diferencia de toda la población. Kirzner menciona que "la relación entre la consecución del beneficio y una habilidad empresarial se explica porque individuos difieren en su capacidad para sugerir las oportunidades empresariales" (Kirzner, 1979, pág. 179)

Tomando en consideración como define Schumpeter (1984), al empresario se puede diferenciar de la definición establecida por Kirzner en que el primero se refiere al mismo como un impulso que fracciona el equilibrio que existe en el mercado, enseñando a los consumidores a necesitar nuevas cosas. Por otro lado, Kirzner define al empresario como alguien que distingue las oportunidades en el mercado que aún nadie ha revelado y que se presentan por medio de un posible rendimiento.

Según Kirzner (1979), una de las cualidades que debe presentar un emprendedor es el de revelar oportunidades de negocio dentro del

mundo que los rodea. La mayoría de las definiciones del emprendedor giran en torno a las ideas de oportunidad, lo que conduce a que muchos autores entiendan al emprendedor como aquel que distingue las oportunidades, calcula amenazas y peligros además de que emplea dinero, tiempo y conocimientos en la constitución de su empresa.

3) **Enfoque Socio-cultural**

Dentro de este enfoque se explica la creación de empresas a partir de factores externos a las mismas o del entorno. Arenius (2005) y otros autores han expuesto que las apreciaciones sobre el ambiente son un factor determinante en la decisión de una persona en el momento que crea su empresa. Dentro de este enfoque se incluyen distintas teorías, de las cuales se explicaran las más relevantes a continuación:

a) Teoría de la marginación: Se consideran importantes los factores externos en el futuro de un empresario, esta teoría menciona que cuando se crea una empresa empieza con hechos cruciales, casi siempre negativos, lo que la hace precipitar, a esto se le llama deterioro del rol.

Brunet y Alarcón (2004), mencionan que para transformarse en un empresario se debe considerar lo siguiente:

- Un periodo de incubación, de maduración de la idea que se concibió tiempo atrás.
- Un suceso disparador que origine el proceso de constitución de una empresa, sin esperar un beneficio, sino más bien algún factor negativo. Alguno de estos hechos puede ser el desempleo con una alta duración, despidos, inseguridad en el empleo, negaciones de ideas, entre otros.

Cuando una compañía no cumple con lo prometido a un empleado, el mismo pierde el interés de laborar en dicha empresa por lo que generalmente son estos tipos de empleados que buscan crear su propia empresa empleando los conocimientos y experiencias adquiridas rechazando la idea de trabajar de forma dependiente.

b) Teoría del rol: Esta teoría explica la razón por la cual en ciertas zonas geográficas existe mayor sector empresarial en comparación a otras,

recalcando que el factor externo que interviene y facilita la creación de las empresas es la existencia de acciones que lo prueben. Un ambiente en donde se muestren modelos exitosos de emprendimientos produce un efecto arrastre que motiva la aparición de nuevos empresarios (Nuño, 2003). Como se mencionó anteriormente, las características de un emprendedor son importantes, sin embargo, los factores externos y las experiencias de otros empresarios también influye fuertemente en los nuevos emprendedores que plantean iniciar una nueva empresa.

c) Teoría de la incubadora: En vista del aumento de interés por crear nuevas empresas, los gobiernos, instituciones educativas, empresas privadas y otras instituciones han empezado a formar parte del desarrollo empresarial. Las incubadoras tienen como propósito la cooperación a los futuros empresarios en el inicio de sus empresas, brindándoles infraestructuras básicas, recursos y otros servicios para el desarrollo próximo (OCDE, 2003).

OCDE (2003) refiere en que la mayoría de las investigaciones que se realizan giran en torno a las incubadoras y establecen una relación entre las organizaciones empresariales en donde el emprendedor ha laborado anteriormente, y la nueva compañía, refiriéndose que las mismas sirven de incubadoras del nuevo proyecto, ya que es aquí en donde el emprendedor descubre nuevas oportunidades de negocio y analiza su idea hasta constituir su empresa.

4) **Enfoque Gerencial**

En el enfoque gerencial se incluyen las distintas teorías que se exponen dentro de una empresa incurriendo sobre los factores de la misma y de su organización, no empleándose al estudio en la fase anterior de creación de una empresa. Las teorías que están integradas en el enfoque gerencial no explican el proceso de creación de empresa sino el rol que cumple el empresario dentro de ella (Veciana, 1999)

a) Teoría de la eficiencia-X de Leibenstein (1968), principalmente desarrollada con otros fines, ha sido empleada por el autor con el fin de analizar el rol del emprendedor. La

eficiencia-X es el nivel de ineficiencia en la utilización de recursos en una compañía, determinando la trascendencia de los fracasos de la misma correspondiente a las actividades productivas. Se considera también un nuevo paradigma que diverge con la teoría neoclásica. En la teoría neoclásica se presenta una racionalidad completa en donde se resuelven los problemas a través de la maximización, la eficiencia-X presenta los costes psicológicos lo cual restringe el alcance de los planes para aprovechar las oportunidades, cumpliendo con las restricciones a los que se encuentran sujetos.

Leibenstein (1968), establece cuatro principales diferencias entre la teoría de eficiencia-X y la teoría neoclásica:

- Los contratos establecidos en una empresa no están completos, ya que no valoran el esfuerzo indispensable a utilizar.
- El esfuerzo es facultativo, es decir que el empleado determina con qué esfuerzo trabajar. Los contratos son asimétricos ya que detallan los salarios de los trabajadores y las contraprestaciones del empleador, sin embargo no mencionan las obligaciones a los que están sujetos los trabajadores lo que hace que el factor trabajo sea distinto y difícil de maximizarlo en un largo plazo.
- La eficiencia afirma que el empeño es importante para movilizar la ubicación de los recursos.
- Leibenstein considera a la empresa como una estructura formada por un conjunto de individuos sin igualdad en sus objetivos. El empresario siempre buscará maximizar beneficios pero no necesariamente los agentes, quienes toman las decisiones y buscan sus propios objetivos, los mismos que no son semejantes a maximizar su esfuerzo.

El poco esfuerzo existente en otras personas y la eficacia de las compañías que las utilizan, crean oportunidades para los emprendedores. Las nuevas labores emprendedoras son una amenaza latente para una empresa ineficiente, lo que se

traduce en una presión sobre los agentes.

b) Intrapreneurship o Corporate Entrepreneurship:

Esta teoría estudia la iniciativa emprendedora cuando se desarrolla dentro de la empresa. Un intraemprendedor es una persona que ejecuta como emprendedor en una empresa. Este individuo conoce ampliamente los recursos que tiene la compañía, cómo manejarse dentro de ella y demuestra una alta colaboración entre el resto de los trabajadores para distribuir recursos en bien de la empresa (Pinchot, 1985)

Nueno (2003) menciona que el fenómeno de intraemprender es complicado ya que no sólo depende de la presencia de los emprendedores dentro de las empresas sino de las circunstancias para que los mismos aparezcan. Ciertas empresas no crean la cultura intraemprendedora entre sus miembros debido a los límites que la organización tiene o a la falta de oportunidades que motiven esa capacidad.

III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El carácter de este estudio es descriptivo y exploratorio. La metodología empleada es cuantitativa y cualitativa. La recopilación de datos cuantitativos relevantes se realizó por medio de encuestas. La población comprende a los estudiantes de la Universidad de Especialidades Espiritu Santo. La encuesta fue aplicada a 443 estudiantes de la Facultad de Economía y Ciencias Empresariales. Los datos conseguidos se analizaron por medio de técnicas de estadística descriptiva usando el programa estadístico SPSS. A continuación se presentan los resultados más notables.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De los 443 encuestados 184 estudiantes eran de género masculino y 259 estudiantes de género femenino. Es decir que el 58% son de género femenino y el 42% restante son de género masculino. En lo correspondiente a la edad, el 42% tiene un rango de edad entre 17 a 20 años. El 53% tienen un rango de edad entre 21 a 25 años y el 5% restante tienen un rango de edad entre 26 a 35 años.

Asimismo, el 61% no trabaja bajo relación de dependencia. El 39% restante si trabaja bajo relación de dependencia. Del 39% que contestaron

que SI trabajan bajo relación de dependencia, el 38% trabaja en el sector del Comercio. El 15% de empresas labora en otros sectores como: el sector público, marketing deportes, recursos humanos, etc. El 13% se encuentra en el área administrativa. El 70% de los encuestados no trabaja en empresas familiares mientras que el 30% si lo hace. Del 30% de personas que respondieron que SI trabaja en una empresa familiar, que equivale a 134 estudiantes, el 88% son miembros de la familia propietaria del negocio. El 12% restante no tiene ninguna relación con los propietarios de la empresa.

Del 30% equivalente a 134 personas que trabajan en empresas familiares, el 40% de las empresas familiares se dedica al sector del comercio. El 19% se dedica al sector agrícola. El 13% se dedica al sector construcción y el 8% se dedica a otros sectores. El principal problema que afronta estas empresas es el de talento humano con 22%, seguido por problemas de avances tecnológicos con el 15% y el 14% tiene problemas de financiamiento. Del 30% que trabajan en empresas familiares el 37% trabajan en el área administrativa. El 16% trabajan en el área de ventas. El 13% trabaja en el área operativa y el 13% trabaja como asistentes.

De los 443 encuestados, 422 respondieron a la pregunta de si realizan alguna actividad de emprendimiento, 21 encuestados no contestaron (inconsistente). El 77% de los estudiantes no realizan ningún tipo de emprendimiento. El 23% restante de los estudiantes si lo realiza. De los 422 encuestados, los estudiantes respondieron que les gustaría emprender en los siguientes sectores de la economía. El 41% le gustaría emprender en el sector de comercio. El 11% en el sector agrícola. El 10% en servicios administrativos o de consultoría y el 7% en el sector de manufactura.

Por razones de edad, el 25% de los encuestados entre las edades 21-25 años si trabaja bajo dependencia. Entre las edades 17-20 años, el 11% si trabaja bajo dependencia. Mientras tanto, de los encuestados de 21-25 años el 26% no trabaja bajo dependencia. El porcentaje que trabaja en empresas familiares entre las edades 21-25 años es de 18%.

De la muestra 422 estudiantes, entre las edades de 21-25 años, respondieron que el 15% si realiza emprendimiento. Mientras el 38% entre las edades 21-25 años no realiza emprendimiento. El 43% de los estudiantes que no emprenden respondieron que les gustaría hacerlo en los sectores de comercio. Al 11% le gustaría emprender en actividades administrativas y al 10% le gustaría emprender en el sector agrícola.

IV.1. *Análisis del perfil emprendedor del estudiante de la UEES*

Los resultados muestran que tanto hombres como mujeres presentan un espíritu emprendedor. El porcentaje varía por factores como edad, sexo o actividad empresarial. Sin embargo, la actividad emprendedora en los jóvenes universitarios de la UEES aún es incipiente. El nivel del emprendimiento es medio bajo, porque del total de la muestra en las diferentes facultades, menos del 50% de estudiantes son emprendedores. En su mayoría los jóvenes entre 21-25 años son los que más emprenden.

Además se observa que el sector de la economía donde los estudiantes mostraron mayor interés para emprender, es el sector comercial. El comercio es la actividad productiva que más ingresos generan al país. Las ventas que tienen un alto dinamismo son: electrodomésticos, aparatos tecnológicos y textiles. Como muestra de ello, tanto hombres como mujeres se inclinan hacia esta industria; a pesar de limitaciones como barreras de entrada o la alta competencia que implica el comercio. Esta inclinación también tiene cierta variabilidad de acuerdo a la carrera del emprendedor. El mayor porcentaje de los estudiantes de leyes desean trabajar en actividades de carácter legal, a diferencia de los estudiantes de arquitectura e ingeniería civil que tienen como actividad preferencial el área de diseño. Los estudiantes de comunicación, sistema y economía prefieren actividades en la industria del comercio.

Las características de los universitarios que emprenden son hombres que tienen entre 21 a 25 años de edad, las actividades de emprendimiento además del comercio, son actividades administrativas, agrícolas y manufactura. La facultad que más emprende es la de Economía y Ciencias Empresariales.

IV.2. *El ecosistema empresarial para el emprendedor universitario ecuatoriano*

Las incubadoras de negocios son organizaciones que buscan y potencian ideas de emprendimiento que resulten innovadoras para establecer consultoría de especialistas, infraestructuras, aperturas de recursos financieros, sistemas de contacto y preparación continua en un ambiente empresarial positivo (Maroto Sánchez & Tabuenca García, 2014).

Las ventajas de las incubadoras de negocios son las siguientes: aumentan las probabilidades de éxito de la organización porque reciben conocimientos empresariales y prácticos durante 3 años de expertos en negocios, minimiza los riesgos de errores en las actividades, recluta a

personal altamente calificado, facilidad de acceso a recursos financieros, brinda una mejor imagen a la empresa y genera publicidad gratis. Reduce la inversión de recursos y los directivos se enfocan en la ejecución del plan de negocios con mayor eficiencia, así como en la entrada al mercado de nuevos productos y servicios.

Por decisión de organismos privados y públicos y de educación, se creó la Fundación Incubadora de Empresas de Innovación, Competitividad y Valor. En el Ecuador hay 4 incubadoras: Incoval, Ade, Impulsa y Emprender, ubicados en las ciudades de Guayaquil, Quito, Loja y Cuenca. Otro punto relevante es que en algunas universidades existen centros de emprendimiento, que incentivan el espíritu emprendedor de los estudiantes.

Los emprendedores universitarios en formación, necesitan incentivos y medios en donde puedan desarrollar sus ideas innovadoras y sobre todo llevarlas a cabo. Los *business angels* son personas naturales o jurídicas que aportan capital, experiencia y una combinación de herramientas a personas emprendedoras con el fin de lograr un rendimiento futuro. El estudio para el fomento de las redes de ángeles de negocio en España, indica las principales características de estos inversores: trabajan en compañías que se encuentran en la etapa de expansión, invierten su capital en sectores que conocen, su capacidad financiera está entre los 25,000 y 250,000 dólares. Además, se comprometen con la organización con aportes valiosos para su crecimiento y cadena de valor (Martínez, 2015).

La creación, el desarrollo y la puesta en marcha de nuevas empresas innovadoras y con visión a crecer pueden obtener un financiamiento por parte del capital semilla, una nueva forma que ayuda a los emprendedores a obtener recursos que permitan plasmar la idea.

El *spin-off* es otra actividad que se desarrolla en las universidades, por iniciativa de directivos, personal docente, su característica principal es promocionar nuevos procesos, productos o servicios que se sustentan con el conocimiento adquirido en las clases a través de ferias que brindan la oportunidad de darse a conocer y poder emprender en un futuro el proyecto creado.

Es importante que el ecosistema de emprendimiento universitario sea dinamizador para la creación de empresas sostenibles e innovadoras en el tiempo. De esta forma, estas nuevas empresas podrán contribuir con valor agregado a los sectores de la economía.

V. CONCLUSIONES

El estudio del emprendimiento universitario está tomando mayor relevancia entre los académicos latinoamericanos. Lamentablemente, en Ecuador, muchas veces el proyecto empresarial iniciado en las aulas universitarias queda sólo como una actividad aislada para una calificación de clases por la falta de motivación y apoyo para convertir esta visión en una realidad. "A veces lo imposible sólo tarda un poco más" (Leibenstein, 1968) es una frase que engloba lo difícil que puede ser emprender, pero con esfuerzo y las herramientas necesarias el negocio puede proyectarse inclusive internacionalmente.

La presente investigación señala que el emprendimiento nace como una idea, la cual puede surgir en la universidad, es por esto que las instituciones educativas deben crear planes de desarrollo empresarial para motivar a los alumnos a emprender. Si se toman los ejemplos anglosajones y europeos, las universidades juegan un rol importante para impulsar la economía de un país.

El perfil del emprendedor universitario que se identificó en este trabajo es el siguiente: las características de los jóvenes que emprenden son hombres entre 21 a 25 años que no trabajan bajo relación de dependencia, la actividad más desarrollada es el comercio y más del 30% de los encuestados trabajan en empresas familiares en cargos como asistentes administrativos. La facultad que más emprende es la de Economía y Ciencias Empresariales.

Como todo trabajo, esta investigación también presenta sus limitaciones. Por falta de espacio se ha revisado un número limitado de trabajos, aunque se han incluido investigaciones relevantes sobre el emprendimiento a nivel mundial. Como futuras líneas de investigación, sería interesante replicar este cuestionario e identificar el perfil del emprendedor universitario en Ecuador y poderlo comparar con otros países. Sin embargo, este trabajo otorga una primera aproximación al tema de emprendimiento universitario en el desarrollo local por lo que los esfuerzos se consideran válidos.

REFERENCIAS

- Arenius, P. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics Journal*, 24(3), 233-247
- Begley, T.M. & Boyd, D.P. (1987). Psychological Characteristics Associated with Performance in Entrepreneurial Firms and Small Businesses. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79-93.
- Brockhaus, R.H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Brunet, I. & Alarcón, A. (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. *Papers*, 73(2), 81-103.
- Chamley, C. (1983). Entrepreneurial Abilities and Liabilities in a Model of Self-Selection. *The Bell Journal of Economics*, 14(1), 70-80.
- CISE (2014). Informe GEM España 2014. Extraído el 12 de diciembre de 2015, de <http://www.cise.es/wp-content/uploads/Informe-GEM-Espa%C3%B1a-2014.pdf>
- Coase R.H. (1937). The Nature of the Firm. *Económica*, 4(16), 386 - 415.
- Entrialgo, M. (1998). Características Psicológicas y Procesos. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 4(3), 57-72.
- Ettinger, J.C. (1983). Some Belgian evidence on entrepreneurial personality. *European Small Business Journal*, 1(2), 48-56.
- Espí, M.T., Arana, G., Heras Saizarbitoria, I., & Díaz de Junguitu González de Durana, A. (2007). El perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Gipuzkoa de la UPV-EHU. *Revista de Dirección y Administración de Empresa*, 14, 83-110.
- Global Entrepreneurship Monitor (2015). ¿Qué es GEM?. Extraído el 12 de diciembre de 2015, de <http://gem.ufm.edu/que-es-gem/>.
- Harper, D. (1998). Institutional conditions for entrepreneurship. *Advances in Austrian Economics*, 5 (2), 241-275.
- Jurado-Jurado, J.C. (2015). Hacia una arqueología de la administración. *Cuadernos de Administración*, 28(50), 113-136.
- Kelley, D., Bosma, N., & Amorós, J. E. (2011). Global Entrepreneurship Monitor 2010- Global Report. *Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report*, 1-83.
- Kihlstrom, R.E., & Laffont, J.J. (1979). A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion. *Journal of Political Economy*, 87(4), 719-748.
- Kirzner, I.M. (1979). *Perception, opportunity and profit. Studies in the theory of entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago.
- Knight, F.H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. Boston: Economics Classics.
- Leibenstein, H. (1968). Entrepreneurship and Development. *American Economic*, 58(2), 72-83.
- Maroto Sánchez, A., & Tabuenca García, A. (2014). El fenómeno de la incubación de las empresas. *Servilab*, 40(2), 1-33.
- Marshall, A. (2006). *Principios de Economía*. Madrid: Síntesis.
- Martínez, J. (2015). Guía Logic de Inversión en Startups 2015. *Bigbangels*, 38(3), 2-102.
- McClelland, D.C. (1961). *The achieving society* (ilustrada, reeditada ed.). New York: Simon and Schuster.
- Mill, J. (1909). *Principles of Political Economy with some of their Applications to Social Philosophy*. Londres: Longmans, Green and Co.
- Nueno, P. (2003). *El espíritu emprendedor*. Barcelona: Ariel.

- OCDE. (2003). *El proceso de creación de una empresa*. Barcelona: Ariel.
- Pinchot, G. (1985). *Intrapreneuring*. New York: Harper & Row.
- Robinson, S. (1996). Trust and breach of the psychological contract. (C. U. Management, Ed.) *Administrative Science Quarterly*, 574-599.
- Say, J. B. (2001). *Tratado de Economía Política*. Madrid: S.L. Fondo de cultura económico de España.
- Schumpeter, J.A. (1984). *The Theory of Economic Development*. New York : German.
- Veciana, J. M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-36.