

Capítulo 7.

COMPARATIVO DE LA ACTITUD EMPREENDEDORA ENTRE ESTUDIANTES DE DOS ORGANIZACIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR: UNICUCES DE COLOMBIA Y ANDINA SIMÓN BOLÍVAR DE ECUADOR

*Comparison of the entrepreneurial attitude among students of two
higher education organizations: UNICUCES of Colombia and
Andina Simón Bolívar of Ecuador*

Saulo Bravo García

✉ sbravo@usc.edu.co

📄 <https://orcid.org/0000-0003-1510-1587>

Universidad Santiago de Cali

Andrés Argüello Salazar

✉ andres.arguello@uasb.edu.ec

📄 <https://orcid.org/0000-0002-0142-9007>

Universidad Andina Simón Bolívar

Wilson Araque Jaramillo

✉ wilson.araque@uasb.edu.ec

📄 <https://orcid.org/0000-0002-2626-8705>

Universidad Andina Simón Bolívar

Juan David Mera Porras

✉ mporrasdavid94@gmail.com

📄 <https://orcid.org/0000-0002-6086-2740>

UNICUCES

Mercedes Martínez Lizarralde

✉ emprendimiento@unicuces.edu.co

📄 <https://orcid.org/0000-0002-3852-6521>

UNICUCES

José Londoño-Cardozo

✉ jodlondonoca@unal.edu.co

📄 <https://orcid.org/0000-0002-5739-1191>

Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira.

Cita este capítulo:

Bravo García, S., Araque Jaramillo, W., Martínez Lizarralde, M., Argüello Salazar, A., Mera Porras, J. D. & Londoño-Cardozo, J. (2021). Comparativo de la actitud emprendedora entre estudiantes de dos organizaciones de Educación Superior: UNICUCES de Colombia y Andina Simón Bolívar de Ecuador. En: Londoño-Cardozo, J., Salcedo Serna, M. A. y Cifuentes Leitón, D. M. (Eds. científicos). *Emprendimiento y Universidad: Giros y desafíos de una relación problemática* (pp.291-317). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

COMPARATIVO DE LA ACTITUD EMPRENDEDORA ENTRE ESTUDIANTES DE DOS ORGANIZACIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR: UNICUCES DE COLOMBIA Y ANDINA SIMÓN BOLÍVAR DE ECUADOR

Saulo Bravo García
Wilson Araque Jaramillo
Mercedes Martínez Lizarralde
Andrés Argüello Salazar
Juan David Mera Porras
José Londoño-Cardozo

Resumen:

Objetivo: Identificar la presencia de características que favorecen el emprendimiento en estudiantes universitarios de una universidad en Colombia y otra en Ecuador. **Metodología:** Es un estudio mixto que aborda tanto componentes cuantitativos, como cualitativos. Se realizó una encuesta dirigida a los estudiantes de la Universidad Andina Simón Bolívar en Ecuador y una a los de UNICUCES – Corporación Universitaria Centro Superior– en Colombia; el análisis se ejecutó mediante R. **Resultados:** No existe mayor diferencia entre los estudiantes de ambas universidades. Es o podría deberse a la similitud de características sociales, económicas e institucionales de ambos países. Sin embargo, respecto a las características personales, los estudiantes ecuatorianos parecen tener una autoestima más baja y menor resistencia a la presión que los colombianos. **Conclusiones:** la percepción acerca de las diferencias culturales entre ecuatorianos

y colombianos frente a distintos aspectos económicos, políticos y sociales parece no cumplirse en los emprendedores de las dos universidades. Es necesario realizar un análisis más profundo que corrobore o refute ello que emplee este mismo tipo de variables pero que subsuma un mayor número de universidades de ambos países.

Palabras Clave: características emprendedoras, educación para emprender, actitud emprendedora.

Abstract

Objective: to identify the presence of characteristics that favor entrepreneurship in university students from a university in Colombia and another in Ecuador. **Methodology:** it is a mixed study that addresses both quantitative and qualitative components. A survey was conducted for students at the Universidad Andina Simón Bolívar in Ecuador and UNICUCES in Colombia, the analysis was carried out using R. **Results:** There is no major difference between students from both universities. It is or could be due to the similarity of social, economic, and institutional characteristics of both countries. However, regarding personal characteristics, Ecuadorian students seem to have lower self-esteem and less resistance to pressure than Colombians. **Conclusions:** the perception about the cultural differences between Ecuadorians and Colombians in the face of different economic, political, and social aspects does not seem to be fulfilled in the entrepreneurs of the two universities. It is necessary to carry out a more in-depth analysis that corroborates or refutes this that uses the same type of variables but that subsumes a greater number of universities in both countries.

Keywords: entrepreneurial characteristics, entrepreneurship education, entrepreneurial attitude.

JEL: L26, M13

Introducción

El emprendimiento se consolida como una respuesta a la escasez de puestos laborales, dados por las distintas crisis (Lederman et al., 2014), y a los cambios culturales e institucionales que surgen con la entrada de las generaciones más jóvenes a la denominada edad productiva (Fontaines-Ruiz et al., 2016; Londoño-Cardozo, 2018).

El principal impulsor del emprendimiento en la actualidad es la universidad (Arroyo, 2016) mediante políticas de fomento como las incubadoras de negocio, o unidades de emprendimiento, (Bravo, 2011, 2012) y de la transmisión de conocimiento desde la investigación a través de la conformación de *Spin-off* académicas (Bravo et al., 2019, 2020).

Este capítulo presenta los resultados de una investigación que buscó identificar la actitud de los estudiantes de la Corporación Universitaria Centro Superior UNICUCES de Colombia y la Universidad Andina Simón Bolívar de Ecuador frente a las necesidades del entorno, el apoyo institucional desde las universidades y el Estado y su influencia sobre su actitud emprendedora. Se diseñó un cuestionario semiestructurado que se aplicó a estudiantes de ambas universidades. Los temas que se incorporaron en este instrumento abordaron desde factores genéricos como conocimientos conceptuales y teóricos, hasta aspectos personales como las motivaciones y su entorno familiar, entre otros (tabla 7-1).

Para cumplir con el objetivo planteado, en el documento se presenta en primer lugar, el sustento teórico en el que se tratan conceptualmente, la actitud emprendedora, la motivación para emprender y el concepto de emprendimiento. Se presentan resultados alrededor de percepciones personales de los emprendedores de ambas universidades respecto a las condiciones sociales, económicas y políticas de cada país y su relación con su deseo de emprender. También en lo relativo al reconocimiento de las características culturales y personales identificadas por cada emprendedor, que desfavorecen o fortalecen su impulso emprendedor. Los resultados respecto a temas teóricos del emprendimiento, la edad, el género, la influencia de la familia, sostenibilidad y responsabilidad social organizacional y la competitividad del mercado, abordados por la investigación, son objeto de trabajos posteriores.

Tabla 7-1. *Temáticas del instrumento*

Temáticas abordadas
Teorías sobre el emprendimiento, definición y contextualización
Emprendimiento (comportamiento según el género, masculino y femenino)
Emprendimiento según la edad del individuo
Ser padres y su influencia en las actitudes en el emprendimiento
Comportamiento según el entorno familiar
Motivaciones del emprendedor
Inteligencia emocional
Liderazgo, aptitudes y talentos
Comportamiento bajo presión
Sostenibilidad ¿en qué consiste?

Sustentabilidad como herramienta emprendedora
Responsabilidad social, un componente relevante
Competencia en el mercado

Fuente: Elaboración propia

El proceso de formulación partió de dos hipótesis. En la primera, se consideró que los emprendedores universitarios de Ecuador y Colombia presentan actitudes diferentes respecto al emprendimiento empresarial. Esto dado que su entorno social, político y cultural es distinto. Ello podría originar diferencias en la actitud emprendedora. Es decir, podría motivar positivamente la idea de emprender o generar una idea general hacia el fracaso. En la segunda, se pensó que las características de un emprendedor universitario, sin importar el contexto, son determinantes en el momento de la creación de una nueva organización. Estas características pueden modificarse por rasgos culturales y a través de la educación. Sin embargo, el documento no aborda estos dos últimos ítems. Los resultados de la investigación falsearon la primera hipótesis y confirmaron la segunda.

En todas las variables analizadas, las estadísticas fueron similares y por lo tanto se consideró que existía poca diferencia entre las características de los emprendedores universitarios de ambas universidades. Sin embargo, la forma de percibir el entorno tuvo ligeras diferencias entre los estudiantes ecuatorianos y los colombianos. Ello, especialmente en lo relacionado a su interpretación del contexto político y social de cada país. A pesar de esto, para los emprendedores de ambas universidades el entorno no es un factor que afecte, de forma positiva o negativa, su actitud frente a emprender.

La principal diferencia entre los estudiantes emprendedores de ambas universidades es la percepción que tienen de sí mismos. Los estudiantes de la Universidad Andina Simón Bolívar tienen una mayor propensión hacia el rechazo de trabajos con incertidumbre y bajo presión que los colombianos. Por otro lado, los colombianos tienen una menor apertura hacia nuevos escenarios e ideas. En todas las variables analizadas las diferencias entre los resultados para ambos países son mínimas.

Actitud emprendedora

Es difícil definir la actitud emprendedora (Espíritu, 2011) ya que algunos autores consideran que es un conjunto de variables que no se le pueden responsabilizar únicamente al sujeto (Alanya, 2012). Es por ello, que se dificulta encontrar una aproximación conceptual exacta. Por lo general, la actitud emprendedora se comprende como la predisposición de un sujeto frente a la acción de emprender (Espíritu y Sastre, 2007).

Esta predisposición está influenciada por factores como: a. Entorno, b. Nivel educativo, c. Condiciones sociales, d. Conocimiento previo, e. Nivel de educación, f. Capacidad económica o la facilidad de acceso a créditos y g. Inteligencia emocional y predisposición (Alanya , 2012; Durán-Aponte, 2013, 2013; Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2016; Espíritu & Sastre, 2007; Fernández et al., 2014).

Por esto, la mayoría de los estudios previos sobre actitud emprendedora en estudiantes universitarios toma en cuenta varios de estos factores como referentes para su medición. En tal sentido, se pueden encontrar documentos como el de Novillo et al. (2017)

que abordó adicionalmente la perspectiva de género. Fernández (2014) indagó sobre la actitud emprendedora en estudiantes de una universidad española. En esa misma línea Bretones & Silva (2009), indagaron sobre la actitud emprendedora desde una postura del comportamiento y su relación con la cultura la sociedad y la educación del sujeto.

Otros estudios indagaron acerca de la actitud emprendedora, las emociones y su relación con la formación (Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2016). Dicha investigación buscó relacionar la inteligencia emocional de los sujetos y, a partir de los resultados, diseñar estrategias pedagógicas para capacitar futuros emprendedores. En la misma línea, el trabajo de Duarte (2013), en el Paraguay, buscó identificar la relación entre la actitud emprendedora y la investigación, relacionando estas dos acciones, el investigar y el emprender, como un mecanismo necesario para la creación de empresas efectivas y la transferencia de conocimiento. Algo que podría llamarse como *spin-off* académicas, lo que también es abordado por Bravo et al. (2020) al indagar sobre la inteligencia emocional, la investigación en las universidades y los mecanismos de transferencia de conocimiento.

En todas las investigaciones revisadas se identificó cierta aleatoriedad en algunas de las variables empleadas para medir la actitud emprendedora. En todo caso, las variables que se mantuvieron fijas fueron las relacionadas con el concepto emprender, motivación e infraestructura institucional, tanto de las universidades como del Estado.

A partir de lo anterior, se pudo identificar los aspectos que debían contener los instrumentos que se emplearan para la investigación (Tabla 7-1). Además, a partir de la revisión se estableció que la

técnica de recolección de información mayormente usada en las investigaciones es la encuesta, seguida por la entrevista dirigida. La primera se usó en mayor medida con grupos muestrales grandes y diferenciados en ubicaciones diferentes donde es difícil aplicar entrevistas individuales. La segunda se emplea en grupos pequeños o específicos. Esto quiere decir que la amplitud de la muestra condiciona la técnica que se usa en estas investigaciones.

De otro lado, no se encontraron publicados trabajos previos que indagaran sobre este tema en ninguna de las universidades estudiadas. Tampoco fue posible localizar en los archivos o en los repositorios de investigación internos de estas organizaciones universitarias, alguna investigación que sirviera como punto comparativo previo.

Diseño metodológico

Este es un estudio mixto pues aborda consideraciones de un estudio cualitativo al indagar sobre la percepción de los estudiantes de las dos universidades estudiadas y cuantitativo al emplear métodos numéricos y estadístico para la comparación de los resultados obtenidos. La técnica para recoger la información fue un cuestionario que contenía las variables de características del emprendedor y la intención de generar ideas de negocio. Este se envió a trescientos estudiantes de las dos universidades. La tasa de respuesta del cuestionario fue del 60%. El instrumento constó de noventa y seis preguntas con opciones de respuesta en escala Likert de hasta 5 puntos. Cincuenta y dos fueron contestadas completamente. El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a septiembre del año 2019. Posteriormente, se analizaron los datos mediante el programa SPSS.

El proceso de formulación partió de dos hipótesis: Hipótesis 1. Los emprendedores universitarios de Ecuador y Colombia presentan actitudes diferentes respecto al emprendimiento empresarial. Esto dado que su entorno social, político y cultural es distinto. Ello podría originar diferencias en la actitud emprendedora, podría motivar positivamente la idea de emprender o generar una idea general hacia el fracaso; Hipótesis 2: Las características de un emprendedor universitario, sin importar el contexto, son determinantes en el momento de la creación de una nueva organización.

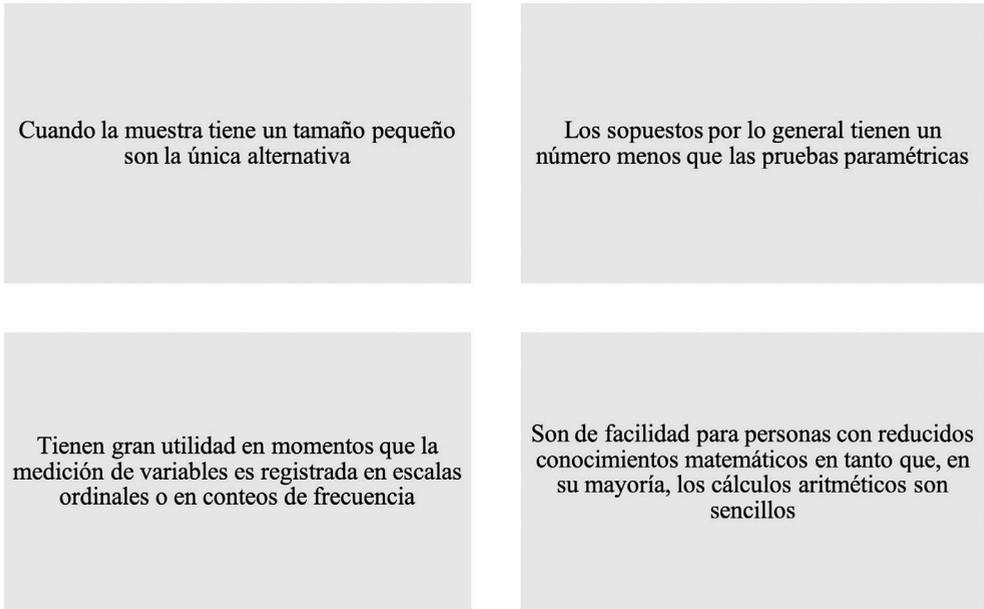
Se aplicó una prueba de estadística no paramétrica a los estudiantes de las dos universidades que hacen parte del estudio en los dos países, con fin de relacionar o comparar los resultados de estas organizaciones. Esto debido a que las técnicas paramétricas hacen referencia a las pruebas inferenciales o de inferencia¹⁸, que se basan en los datos distribuidos normalmente (Nordness, 2006). Por otro lado, hay procedimientos que no precisan la estimación de parámetros y tampoco suponen la probabilidad en la población de donde se extrae la muestra, denominados técnicas no paramétricas¹⁹ o contrastes de distribuciones libres, y son más simples de aplicar, no exigen condiciones sobre la muestra que provenga de algún tipo de distribución y son más generales (Rius & Barón, 2005). Además, se emplean como sustitutos sencillos de pruebas más complicadas (Spiegel & Stephens, 2009). Según Celis & Labrada (2014) los métodos no paramétricos tienen algunas ventajas para estudios de este tipo

18 El proceso de la inferencia estadística es extraer conclusiones en relación con una población, el cual se basa en el estudio de sólo una parte o muestra de los miembros de dicha población (Nordness, 2006), las mediciones incluidas en la muestra determinan cuánto se aproxima el estadístico, es decir, “el valor numérico obtenido de la muestra, al valor real del parámetro poblacional” (Vidal, 2014).

19 Se denominan pruebas no paramétricas las que no establecen el supuesto de normalidad (Nordness, 2006).

de investigación (ver figura 7-1). Igualmente se pueden encontrar algunas desventajas como que tienen menos poder y son menos eficientes que las pruebas paramétricas.

Figura 7-1. ventajas de los estudios paramétricos



Fuente: Elaboración propia a partir de Celis de la Rosa & Labrada Martagón (2014)

Para el cálculo de la muestra u se efectuó la prueba U de Mann-Whitney. Este método obtiene las sumas de los rangos R_1 y R_2 siendo que N_1 y N_2 sean los tamaños muestrales, cuyos estadísticos son:

$$U_1 = n_1 n_2 + \frac{n_1 (n_1 + 1)}{2} - R_1$$

$$U_2 = n_1 n_2 + \frac{n_2 (n_2 + 1)}{2} - R_2$$

Esta distribución muestral de U es simétrica y tiene como media y varianza

$$\mu_U = \frac{n_1 n_2}{2}$$

$$\sigma_U = \frac{n_1 n_2 (n_1 + n_2 + 1)}{12}$$

Si N_1 y N_2 son mayores o iguales a 8 grupos entonces el estadístico T tiene una distribución aproximada a la normal (0,1) (Spiegel & Stephens, 2009):

$$Z = \frac{U - \mu_U}{\sigma_U} - R_1$$

Resultados

Los resultados que aquí se presentan son estadísticos. Es decir, no comparan porcentualmente una variable frente a otra, sino que permiten analizar las diferencias de un resultado frente a otro o la consistencia de las variables entre sí. En las tablas 7-2 y 7-3 se presenta un comparativo entre las medidas de tendencia central, específicamente, la media, moda, mediana y la desviación estándar para cada pregunta y en cada país para las temáticas que aborda el documento. En la columna de la izquierda de la tabla se muestra

la pregunta. A la derecha aparecen dos agrupaciones. En primer lugar, Ecuador y posteriormente Colombia, que subsumen las medidas de tendencia central correspondientes a las respuestas de los universitarios de cada país.

Tabla 7-2. medidas de tendencia central para Ecuador y Colombia parte 1

Pregunta	ECUADOR						COLOMBIA					
	Media	Moda	Mediana	Varianza	Desv. Stand.		Media	Moda	Media-na	Varian-za	Desv. Stand.	
3.1. Pienso algún día tener mi propia empresa	5	5	5	0	0		4,85	5	5	0,14	0,38	
3.2. La idea de tener mi propio negocio y no trabajarle a otra persona me llama la atención	4,43	5	5	1,29	1,13		4,62	5	5	0,42	0,65	
3.3 Haría un gran esfuerzo y estaría dispuesto para emplear el tiempo necesario para crear mi propia empresa	5	5	5	0	0		4,92	5	5	0,08	0,28	
3.5. Pienso que tengo habilidades para identificar oportunidades de negocios	4,71	5	5	0,24	0,49		4,23	5	4	0,69	0,83	
14.1. El éxito que logre en mis actividades depende poco de las condiciones sociales y/o económicas.	3	4	3	2,33	1,53		3,08	4	4	2,24	1,50	
14.2. Me gusta destacar en mi trabajo/ estudios	4,86	5	5	0,14	0,38		4,85	5	5	0,14	0,38	

14.3. Soporto bien las situaciones confusas y poco claras o de indefinición	3,71	4	4	1,90	1,38	4,54	5	5	0,60	0,78
14.4. Disfruto con las actividades que suponen un alto grado de aventura	4,57	5	5	0,62	0,79	4,08	5	4	1,24	1,12
14.5. Disfruto mucho hablando con la gente	4,43	5	5	1,29	1,13	4,77	5	5	0,19	0,44
14.6. En algunas ocasiones me siento inferior a los demás	2	1	1	1,67	1,29	1,62	1	1	1,09	1,04
14.7. Tiendo a pensar lo mejor de la gente	4,29	5	5	1,24	1,11	4,38	5	5	0,76	0,87
14.8. En el mundo empresarial el trabajo de la gente competente siempre es reconocido	3,57	4	4	1,95	1,40	3,31	3	3	1,23	1,11
14.10. Aguanto perfectamente las situaciones de incertidumbre	3,86	5	4	1,48	1,21	4,08	4	4	0,41	0,64
14.11. Me parece que si no asumo riesgos me quedaré estancado/a	4,86	5	5	0,14	0,38	3,92	5	4	1,08	1,04
14.12. Me gusta tener mucha gente al rededor	4	4	4	0,67	0,82	4,00	5	4	0,83	0,91
14.13. A veces las cosas me parecen demasiado sombrías y sin esperanza	2,71	1	3	2,24	1,50	1,92	1	2	1,08	1,04

14.14. Si alguien empieza a pelearse conmigo, yo también estoy dispuesto a pelear	2	2	0,67	0,82	2,00	1	2	1,17	1,08
14.15. Me gusta planear a tiempo las actividades que realizo	4,14	5	2,14	1,46	4,23	5	4	0,69	0,83

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7-3. Medidas de tendencia central para Ecuador y Colombia parte 2

Pregunta	ECUADOR					COLOMBIA				
	Media	Moda	Mediana	Varianza	Desv. S tand.	Media	Moda	Mediana	Varianza	Desv. Stand.
14.16. Me gusta trabajar para estar siempre entre los mejores diariamente	4,14	5	5	2,14	1,46	4,23	5	5	1,36	1,17
14.17. Soy muy receptivo a las nuevas ideas	4,86	5	5	0,14	0,38	4,31	5	5	1,23	1,11
14.18. Las personas que asumen riesgos tienen más probabilidades de salir adelante que las que no se arriesgan	4,71	5	5	0,57	0,76	4,38	5	5	0,92	0,96
14.19. No soy tan vivo ni tan animado como otras personas	2,29	2	2	1,24	1,11	2,69	2	3	0,90	0,95

14.20. Cuando estoy bajo un fuerte estrés, a veces siento que me voy a desmoronar	1,86	1	2	0,81	0,90	3,08	4	4	2,08	1,44
14.21. Cuando me han ofendido, lo que intento es perdonar y olvidar	4,14	5	4	0,81	0,90	3,69	4	4	1,06	1,03
14.22. El éxito de la organización se basa en poner gente competente	4,43	5	5	1,29	1,13	3,77	4	4	1,03	1,01
14.23. Estoy orgulloso de los resultados que he logrado en mis actividades	4,86	5	5	0,14	0,38	4,77	5	5	0,19	0,44
14.25. Me atrevo a afrontar cualquier situación para mejorar mi desempeño o lograr mis propósitos	4,57	5	5	0,62	0,79	4,23	5	5	1,86	1,36
14.26. En las reuniones, por lo general prefiero que hablen de otros	2,71	3	3	2,24	1,50	3,15	4	3	1,47	1,21
14.27. A veces me he sentido amargado y resentido	2,29	1	2	2,24	1,50	1,92	2	2	0,58	0,76
14.28. Mi primera reacción es confiar en la gente	3,71	4	4	1,90	1,38	3,77	4	4	1,19	1,09
14.29. Analizo los errores para aprender de ellos	4,29	5	5	1,24	1,11	4,69	5	5	0,23	0,48

14.30. Me propongo hacer algo importante y con sentido cada día	4,14	5	5	2,14	1,46	4,77	5	5	0,19	0,44
14.31. Para disfrutar unas vacaciones, es mejor no seguir un esquema y un horario previamente determinado	4	5	4	1,33	1,15	3,77	5	4	1,69	1,30
14.32. Pienso poco en los riesgos que conllevan mis decisiones	3	2	2	1,67	1,29	2,62	1	3	2,76	1,66
14.33. Me gusta estar donde está la acción	4,14	5	5	1,48	1,21	4,46	5	5	0,44	0,66
14.34. Rara vez estoy triste y deprimido	4,14	4	4	0,48	0,69	3,62	5	4	1,59	1,26
14.35. Trato de ser humilde	4,57	5	5	0,29	0,53	4,46	5	5	1,27	1,13
14.36. Creo que la mayoría de gente con la que trato es honrada y confiable	4,43	4	4	0,29	0,53	4,38	4	4	0,42	0,65

Fuente: Elaboración propia

En la agrupación de preguntas referidas hacia la intención emprendedora, –preguntas 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 y 3.5–, se evidencian resultados similares para ambas universidades. Esto permite inferir que los estudiantes de ambas universidades están dispuestos, se sienten en capacidad o piensan emprender en algún momento de sus vidas.

En el mismo sentido, se encontró una igualdad en la pregunta 14.1 referida a la percepción del éxito en las actividades emprendedoras y el entorno. La calificación recibida en escala Likert para esta pregunta tuvo una moda de 4 puntos en ambas universidades. Esto indica que, para los emprendedores, el éxito no depende en gran medida de las condiciones sociales y económicas en las que se encuentran, sino que reconocen otros factores que afectan positiva o negativamente su intención emprendedora.

Respecto a la capacidad de trabajo bajo presión, se encontró una leve diferencia entre los estudiantes de ambas universidades. Los estudiantes de Ecuador reconocen soportar menos bajo presión o de incertidumbre que los estudiantes de Colombia. En este mismo sentido, aparece la calificación de la autoestima. Los estudiantes ecuatorianos se consideran inferiores a otras personas en mayor medida que los colombianos. Sin embargo, los estudiantes de la Universidad Andina Simón Bolívar tienen una mayor disposición para asumir riesgos como mecanismo de cambio que los estudiantes de UNICUCES. Los potenciales emprendedores de ambas universidades consideran que planifican sus actividades como una forma de superación que podrían implementar en sus futuros emprendimientos.

En general, aunque no se encuentran grandes diferencias entre los emprendedores universitarios de ambos países, se pueden identificar características únicas de cada uno. En los ecuatorianos se identificó una mayor receptibilidad hacia nuevos escenarios e ideas, mientras que los colombianos declaran tener una mayor aceptación de la presión y el fracaso. El alcance de este estudio no permite identificar si estas son características culturales asociadas a la idiosincrasia y costumbres de cada país. Lo que sí es posible afirmar es la similitud absoluta entre los estudiantes emprendedores de ambas universidades.

Al comparar estos resultados con las dos hipótesis planteadas en la investigación se identificó como positiva la hipótesis dos, mientras que la primera fue negada por los resultados (ver figura 7-2). Esto significa que las posibles diferencias frente Ecuador y Colombia en cuanto al sistema político, social, legal, educativo e institucional no generan diferencias frente a la actitud emprendedora de los estudiantes.

Figura 7-2. Hipótesis aprobadas y falseadas en la investigación.



Fuente: Elaboración propia

Todo lo anterior indica que los estudiantes emprendedores de ambos países desean, o "...desean, o serían capaces, de crear su propia organización empresarial. Por otro lado, se puede deducir que las características de un emprendedor universitario, sin importar el contexto, son determinantes en el momento de la ejecución del impulso emprendedor. La prueba arroja que es mínima la variación reflejada en el resultado, lo que indicaría que existen algunos factores que influyen en el comportamiento y las actitudes que tiene una persona al emprender. Sin embargo, estas características podrían ser influenciadas por el entorno y nivel de desarrollo económico de cada región; Ecuador y Colombia tienen características económicas, políticas y sociales similares por lo que no es posible generalizar esta afirmación a partir de este estudio.

Discusión

Los resultados demuestran que uno de los factores esenciales para emprender es tener el deseo de hacerlo, no obstante la actitud emprendedora puede ser influenciada por el entorno y la educación (Bretones & Silva, 2009). Todo ello, sin dejar de lado el factor intrínseco que refleja el emprendedor y la oportunidad que se presente para tomar la determinación de actuar por sí solo en un proyecto de emprendimiento.

En este estudio se pudo evidenciar que las variables que mantuvieron relevancia respecto al análisis de la literatura, para los emprendedores de las dos universidades estudiadas, fueron la motivación y la infraestructura institucional. Estas se encuentran relacionadas con las universidades y el Estado, lo que hace suponer que, para que un proceso de emprendimiento pueda llegar a tener

éxito, este puede darse desde la universidad, ya que es vista como un escenario ideal para el desarrollo de estos proyectos.

En las universidades estos proyectos suelen ser articulados con la investigación, a la vez que se entienden como una oportunidad de desarrollo de conocimiento a partir de la identificación de ideas; en este caso es trascendental el papel de las incubadoras de empresas (Aernoudt, 2004; Bravo, 2011, 2012). En la mayoría de estos casos surgen modelos de negocios denominados *spin-off* (Bravo et al., 2019, 2020; Duarte, 2013) y convierten a la universidad en una fuente de emprendimiento sostenible (Arroyo Vázquez, 2016).

Lo anterior permite reflexionar sobre los resultados del estudio. Se confirma que la variación de algunos factores que pueden influir en el comportamiento y las actitudes que tiene una persona al emprender estos podrían ser reforzados desde los aspectos de inteligencia emocional (Bravo et al., 2020). También se brindan espacios ecosistémicos donde se establecen estrategias de fortalecimiento al emprendedor universitario, no solamente con apoyo técnico para la idea de su propuesta, sino que adicionalmente se le permite encontrar un lugar para conocerse a sí mismo.

Uno de los factores primordiales para el emprendedor es su esencia, sus características emocionales y la adaptabilidad al contexto donde pertenezca, por lo que se puede deducir que una universidad podría ser la respuesta a las expectativas que un profesional pueda tener para ser empresario. Sin embargo, esta debe estar organizada de manera sistemática, preparada para influir en el diseño de estrategias de autoconocimiento de emociones en los emprendedores.

Este proyecto permite dejar abiertas posibilidades de ampliar el conocimiento hacia experimentos más detallados con una población más amplia entre estudiantes universitarios. Estos estudios deben tender a identificar cuáles serían los ecosistemas internos de las universidades, idóneos para el desarrollo de emprendimientos de crecimientos rápidos y sostenibles.

Desde esta perspectiva, se hace pertinente que los procesos formativos hagan énfasis en las competencias emprendedoras y en pensamientos innovadores, no solo para identificarlos sino también para incentivarlos creando contenidos que redunden en enfoques experienciales de tal forma que los estudiantes encuentren coherencia entre sus talentos y los procesos formativos en la Universidad. Investigar desde los contenidos programáticos hasta las evidencias de aprendizaje, mediado por los laboratorios de emprendimiento para la co-creación y el fortalecimiento de las competencias individuales, es una propuesta que, como continuidad, puede arrojar grandes resultados para la academia en general.

Conclusiones

La tendencia de los estudiantes de una universidad, la Andina Simón Bolívar, de tomar mayores riesgos, pero aceptar en menor medida la incertidumbre y el trabajo bajo presión, frente a lo expuesto por los estudiantes de UNICUCES podría dar a suponer que tal vez el contexto en el que se encuentran y sus raíces culturales y/o familiares puedan influir en su reacción frente a tomar riesgos. Con respecto al estrés se puede percibir que éste puede depender del medio en que se desarrolle según la dinámica social y económica de donde se ejecute su espíritu emprendedor. Sin embargo, esto no es concluyente en el

presente estudio que se consolidó como un piloto de colaboración entre ambas organizaciones universitarias. El tema del manejo de la presión, las características socio culturales en ambos países y su influencia en la actitud emprendedora podría ser un tema que puede servir para futuras investigaciones.

Por otro lado, de acuerdo con el análisis se puede deducir que, sin importar el área donde se encuentre, al emprendedor universitario le gusta ser exitoso en sus actividades sin depender de lo social y económico. Es aventurero ya que tiene más probabilidad de salir adelante; le gusta ser destacado y reconocido en su trabajo. En el ámbito empresarial planea sus actividades y analiza los errores para no cometerlos nuevamente.

El análisis dio cuenta que el emprendedor de ambos países tiene buenas relaciones interpersonales. En este sentido, consideran que las personas son honradas, confiables y disfrutan el compartir con ellas. Por otro lado, no se siente o no sabe controlar situaciones donde hay discusiones o enfados. Nuevamente, habría que identificar si esta tendencia, encontrada en ambas universidades está relacionada con la idiosincrasia de los habitantes de ambos países o quizá con el contexto latinoamericano en general.

La percepción que se tiene acerca de las diferencias culturales entre ecuatorianos y colombianos frente a distintos aspectos económicos, políticos y sociales parece no cumplirse en los emprendedores de las dos universidades analizadas. Se sugiere efectuar un análisis con mayor profundidad que emplee este mismo tipo de variables pero que subsuma un mayor número de universidades de ambos países. Lo anterior podría ayudar a dilucidar si la igualdad encontrada es un tema general o específico únicamente para los casos estudiados.

Referencias bibliográficas

- Aernoudt, R. (2004). Incubators: Tool for Entrepreneurship? *Small Business Economics*, 23(2), 127–135. <https://doi.org/10.1023/B:S-BEJ.0000027665.54173.23>
- Alanya Reque, S. B. (2012). *Habilidades sociales y actitud emprendedora en estudiantes del quinto de secundaria de una institución educativa del distrito del Callao* [Tesis maestría en Educación Mención en Psicopedagogía, Universidad San Ignacio de Loyola]. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/123456789/1080>
- Arroyo Vázquez, M. (2016). *Emprendimiento y Universidad emprendedora: Conceptualización, propuesta metodológica y caracterización de la Universidad Politécnica de Valencia* [Tesis Doctoral, Universitat Politècnica de Valencia]. www.doi.org/10.4995/Thesis/10251/61459
- Bravo García, S. (2011). Incubadoras de empresas en Colombia. *Revista Ingenium*, 5(9), 5–13.
- Bravo García, S. (2012). *Incubadoras de empresas, creación de empresas y redes sociales* [Tesis doctorado en Administración y Economía]. Universidad de Sevilla.
- Bravo García, S., Benavides Bustos, J. P., Bravo, M. E., Wagner Martínez, M. A., & Londoño-Cardozo, J. (2020). *Características emprendedoras y modelos spin—Off académicas. Análisis de casos en Colombia* (Primera ed.). Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Bravo García, S., Wagner Martínez, M. A., Benavides, J., & Londoño-Cardozo, J. (2019). Perspectivas de las spin-off académicas como modelo de emprendimiento en las universidades colombianas. *Desarrollo Gerencial*, 11(1), 131 – 156. <https://doi.org/10.17081/dege.11.1.3443>
- Bretones, F. D., & Silva, M. (2009). Cultura, sociedad, educación y comportamiento emprendedor. En F. D. Bretones, *Comporta-*

- miento emprendedor en el ámbito universitario: *Personas y sociedad*. (pp. 93–109). Granada: Editorial de la Universidad de Granada.
- Celis de la Rosa, A. de J., & Labrada Martagón, V. (2014). *Bioestadística* (Tercera edición). Colombia: Editorial El Manual Moderno.
- Duarte Masi, S. (2013). Factores determinantes de la actitud emprendedora investigativa en científicos del Paraguay. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 23(8), 67–67.
- Durán Aponte, E. (2013). Distinción entre actitud emprendedora y autoeficacia: Validez y confiabilidad en estudiantes universitarios. *Educación y Futuro Digital*, 7, 59–69.
- Durán-Aponte, E. & Arias-Gómez, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Gestión de la educación*, 6(2), 83–102. <https://doi.org/10.15517/rge.v1i2.25490>
- Espíritu Olmos, R. (2011). *Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: Un análisis de factores explicativos en la Comunidad de Madrid* [Tesis para optar al título de doctor en Administración, Universidad Complutense de Madrid]. <https://core.ac.uk/download/pdf/19715383.pdf>
- Espíritu Olmos, R. & Sastre Castillo, M. Á. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de estudios empresariales*, 17, 95–116.
- Fernández Laviada, A., Rueda Sampedro, M. I. & Herrero Cresco, A. (2014). *Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la facultad de CC. EE. y empresariales de Cantabria*. Memorias del Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación. Buenos Aires, Argentina, Santander.
- Fontaines-Ruiz, T., Palomo de Rivero, M., Velásquez, M. V., & Aguirre Benalcázar, M. (2016). Actitud emprendedora: ¿qué es? ¿De qué se compone? *Ágora de Heterodoxias*, 2(1), 19–38.

- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina: Muchas empresas y poca innovación* (Primera ed.). Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial.
- Londoño-Cardozo, J. (2018). Educación para emprender ¿práctica o teoría? *Revista Argentina de Investigación en Negocios*, 4(1), 97–106.
- Nordness, R. J. (2006). *Epidemiología y bioestadística. Secretos* (1ª Edición). España: Elsevier España, S.A.
- Novillo Maldonado, E. F., Sarmiento Chugcho, C. B., Ollague Valarezo, J. K., & Ramón, D. I. R. (2017). Análisis de actitud emprendedora en estudiantes universitarios: Una perspectiva de género. *INNOVA Research Journal*, 2(8.1), 56–63. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.330>
- Rius Díaz, F., & Barón López, F. J. (2005). *Bioestadística* (Primera edición). Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Spiegel, M. R., & Stephens, L. J. (2009). *Estadística* (M. del C. E. Hano Roa, Trad.; Cuarta edición). México D. F.: Mc Graw Hill.
- Vidal, C. A. (2014). Estadística descriptiva y selección de la prueba. *Revista Mexicana de Cardiología*, 25(2), 129–131.