

Resiliencia y percepción de oportunidades de negocio de los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador

Resilience and perception of business opportunities from the students of Technical University of Machala

Oscar Mauricio ROMERO Hidalgo [1](#); Marcia Fabiola JARAMILLO Paredes [2](#); Martha Cecilia AGUIRRE Benalcázar [3](#); Jonathan Alexander RUIZ Carrillo [4](#)

Recibido: 10/07/2017 • Aprobado: 30/07/2017

Contenido

[1. Introducción](#)

[2. Metodología](#)

[3. Resultados](#)

[4. Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

Este estudio tiene como objetivo analizar la resiliencia y su influencia en la percepción de oportunidades de negocio de los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala. Mediante una metodología estadística descriptiva y correlacional, con una muestra de 670 estudiantes se demuestra la dependencia entre las variables analizadas. Identificándose patrones de comportamiento para que el nuevo empresario se conozca a sí mismo y; si tiene las cualidades, podría ingresar a un mercado competitivo de negocios. **Palabras clave** Resiliencia. Percepción. Emprendimiento. Estudiantes

ABSTRACT:

This study try to analyze the resilience and its influence on perception of business opportunities for Technical University of Machala students. Using a descriptive and correlational statistical methodology, a sample of 670 students demonstrates the dependence between the variables analyzed. Patterns of behavior are identified for the new entrepreneur knows himself and; if they have the qualities, they could insert in a competitive business market. **Keywords** Resilience, Entrepreneurship. Students.

1. Introducción

El emprendimiento es clave para el desarrollo de las sociedades y las personas (OCDE, 2013), esta palabra proviene del vocablo francés entrepreneur mismo que data del siglo XVI (Peñaherrera León & Cobos Alvarado, 2012) y que se entiende como una persona que empieza una actividad (Ortiz García, 2016), aparece por primera vez en el escrito de Richard Cantillon en 1755 en su obra titulada "Essai Sur la Nature du Commerce en Général" (Acosta Guzmán, 2015) (Marulanda Valencia, Montoya Restrepo, & Vélez Restrepo, 2014), este término nació asociado al riesgo que se asume en torno a generar una negociación (Piña López, 2015) y está fundamentado en el hecho de transformar ideas en acciones (Oliver, Galiana, & Gutiérrez-Benet, 2016). Por tanto un emprendedor es cualquier persona que ejecuta la creación de empresa a pesar del riesgo que esto implica (Salinas Ramos & Osorio Bayter, 2012), mediante el planteamiento de soluciones apoyadas de estrategias innovadoras (Del Valle Calánchez & Mezher, 2015).

Iniciar un negocio supone haber desarrollado la capacidad emprendedora (García Pardo, 2014), la misma que aparece al generarse nuevas alternativas de inversión (Cabana, Cortes, Plaza, Castillo, & Alvarez, 2013) y depende de la creatividad para materializar una idea en una actividad rentable y productiva (Malinowski Stuardo, 2011), empero ser parte de las estadísticas de emprendedores requiere de hacer frente a muchos retos, pues en un mundo altamente competitivo únicamente se mantienen en pie aquellos que se adaptan al mercado (Vázquez, 2015) pues un problema latente para quienes empiezan una actividad económica es el fracaso (Fuentelsaz & González, 2015) dado que la sostenibilidad de una negocio a través del tiempo es una tarea complicada (Morales-Gualdrón & Pineda Zapata, 2015).

Sin embargo, a pesar de los embates del entorno, algunas empresas logran mantenerse (Peñaloza, Ramírez, & Barrios, 2016) y otras prefieren reiniciar con una nueva organización aun cuando llegaron a decaer (Rodríguez Moreno & Gómez Murillo, 2014), respuesta atribuida a la característica resiliente de los emprendedores (Bishop & Shilcof, 2017). Para Forés I Miravalles & Grané Ortega (2012) resiliencia se deriva del latín resilio-resilere término que proviene de las ciencias físicas (Rosas de León & Labarca Reverol, 2016) (Grotberg, 2009), apareció en el año de 1824 en la Enciclopedia Británica (Palekiene, Simanaviciene, & Bruneckiene, 2015) su concepto refiere que, la autoestima, la capacidad de creer en uno mismo y la autoconfianza permiten sobreponerse a los tropiezos y adversidades de la vida (Cejudo, Lopez, & Rubio, 2016), se concibe como un proceso de construcción social en donde intervienen características personales así como variables del entorno (Madariaga, 2014).

La psicología social la define como la habilidad que tienen las personas para enfrentarse ante situaciones de adversidad (Turienzo & Salas, 2011); es la cualidad humana para superar traumas (Vanistendael, y otros, 2013), así como también permite llevar el control de las emociones ante situaciones de estrés (Gómez-Acebo, Bravo Ibáñez, Fernández Carmena, Mur de Viu, & Navarro Álvarez,

2013); es hacer frente a eventos del hecho de sobreponerse y transformarse ante situaciones difíciles (Kalbermatter, Goyeneche, & Heredia, 2006). La resiliencia y las oportunidades de negocio son factores determinantes para alcanzar metas de emprendimiento (Fontaines, Palomo, & Velásquez, 2014), la asociación de estos elementos conlleva a cambiar una situación de dificultad a otra de resultados exitosos, lo cual es generado por la capacidad que desarrolla el emprendedor para enfrentar a las adversidades (LAVERDE-Verástegui & RIVERA-Rodríguez, 2017).

Según Escamilla Salazar, Caldera González, & Cruz del Castillo (2014) las oportunidades de negocio incluyen tres etapas, tales como: identificación, evaluación y aprovechamiento; mientras que para Peñaherrera León & Cobos Alvarado (2012) el entrepreneurship las toma como oportunidades de mercado. En el plano psicológico una de las variables consideradas relevantes para emprender son las alertas de oportunidades (Fuentelsaz & Montero, 2015); un negocio se inicia cuando se detecta una opción real en función de una idea (Jolonch & Ferreira, 2016). Es así que un emprendedor es desarrollador de oportunidades de negocio (Galindo-Martín, Méndez-Picazo, & Castaño-Martínez, 2016) y su actividad expone que emprender es un factor que estimula el crecimiento económico.

2. Metodología

La metodología empleada es de sistematización bibliográfica en la parte contextual, exploratoria y estadística descriptiva para la parte analítica, abarcando elementos de correlación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). La muestra es estadística, calculada a partir de ecuaciones para poblaciones normales. Con un universo de 10807 estudiantes, se determinó una muestra correspondiente a 670. Para el análisis estadístico, luego de haber aplicado los instrumentos de investigación, con los datos procesados, se procedió en primera instancia a realizar un análisis de fiabilidad para las variables identificadas, con la ayuda del software IBM SPSS Statistics 23 versión de prueba. (Gutiérrez P. & de la Vara S., 2008)

2.1. Criterios aplicados

El instrumento utilizado para medición aplica una ponderación con escala de Lickert a cuatro niveles, siendo 4 el valor más alto. Los datos extraídos se revisaron inicialmente con una prueba con alfa de Cronbach, resultando un alto nivel de confiabilidad de la información cercano al tercer cuartil (Anexos, Tabla 1). Los ítems se describen en la Tabla 2. Dado el tamaño de la muestra, para las interpretaciones con la prueba de correlación de Spearman, se establece un nivel de significancia igual o menor al 0.1% (elementos en verde) para los factores de mayor relevancia; mientras que, igual o menor al 0.5% pero mayores a 0.1% se muestran (elementos en amarillo) pero no se consideran notables y menos aún aquellos mayores a 0.5%. Esto se puede revisar en la Tabla 3.

De esta forma, a un alto nivel se pretende demostrar que la resiliencia (variable independiente) influye de forma considerable en la percepción de oportunidades de negocio (variable dependiente) para los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH). El presente análisis no se centra en el valor del coeficiente de correlación, dado que el tamaño de la muestra es 670, lo cual reduce la significancia estadística (Montgomery, 2013; Lind, Marchal, & Wathen, 2012). El resumen de correlaciones de Spearman entre las variables más relevantes se visualiza en la Tabla 4, y un extracto jerarquizado de los principales factores en función de la calificación se presenta en la Tabla 5.

3. Resultados

El análisis inicial muestra un Alfa de Cronbach de 0.74, lo que refleja datos confiables cerca del tercer cuartil total de las relaciones que se puedan identificar o corroborar. De acuerdo a lo evidenciado, existe una relación inversa entre el elemento resiliente de abandonar las ideas de propuesta o inversión ante resultados adversos y el hecho de ver a las dificultades como oportunidades de éxito. Se evidencia también una relación negativa entre la poca flexibilidad ante el criterio de otras personas y el objetivo de un estudiante de desear montar un negocio propio.

En cambio, el factor de conformidad con el estilo de vida influye positivamente en la sobrevaloración del criterio propio del estudiante, perfil visionario que tiene, antelación a las necesidades del mercado, generación de ideas de negocio con poca inversión y alta rentabilidad, el visualizar en una etapa de crisis algunas fuentes de nuevos negocios y la capacidad de rodearse de personas que comparten las mismas ideas de emprendimiento que tiene el estudiante.

Es importante acotar que el hecho de sobresalir promueve la generación de nuevos negocios con ideas innovadoras, en donde el sentido visionario es una fortaleza para el emprendedor pues le permite detectar oportunidades no observadas por los demás (Mota Rodrigues, Dos Anjos, & Añaña, 2017), las cuales en algunos casos son resultado de las crisis económicas, pues el panorama negativo del entorno es fuente de inspiración para aquellos que vivenciaban problemas de empleo para inducirse al emprendimiento (Ortiz García, 2016), iniciativa que toma forma en la vida real con el financiamiento, pues si es un negocio naciente requiere de inversión inicial (Moscoso Escobar & Botero Botero, 2013).

Cuando se empieza la aventura en territorios extraños para algunos emprendedores resulta difícil por la condición de foráneos, pero la perspectiva positiva de emprender oportunidades poco explotadas sustenta estas acciones (Zunino, Espinoza Arévalo, & Vallejos-Romero, 2016). El factor de conservar la serenidad ante la adversidad influye de forma inversamente proporcional con el acto de justificar los medios para alcanzar los fines y visualizar oportunidades de éxito en etapas difíciles o adversas. Las actitudes de creatividad para emprender y su relación con algunas variables socio demográficas propenden a la experiencia laboral en donde el desarrollo de un negocio y la asistencia financiera infieren en la percepción para un emprendimiento (Loli, Dextre, Del Carpio, & La Jara, 2010).

También se verifica una relación directa entre la dificultad del estudiante para trabajar en equipo, y la generación de ideas de negocio con poca inversión y alta rentabilidad. En lo concerniente a la parte asociativa en algunos emprendedores prefieren trabajar de manera individualizada debido a la limitada confianza en los demás (Rodríguez Moreno & Gómez Murillo, 2014).

La actitud de estancamiento ante nuevos elementos muestra una influencia directamente proporcional a la sobrevaloración del criterio propio del estudiante y la generación de ideas de negocio con poca inversión y alta rentabilidad, e inversamente proporcional con la capacidad de visualizar oportunidades de éxito en etapas difíciles o adversas. Se logra identificar además, que hay una relación negativa entre el criterio conservador al momento de invertir y la actitud emprendedora del estudiante. Y finalmente, se estima una relación positiva o directa del criterio individualista con la sobrevaloración del criterio propio del estudiante y su generación de ideas de negocio con poca inversión y alta rentabilidad.

4. Conclusiones

La resiliencia influye de forma considerable en la percepción de oportunidades de negocio para los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala. Los elementos resilientes son los que se detallan a lo largo de los ítems de la variable independiente. El factor de conformidad con el estilo de vida es el que más interconexiones presenta con otros. Pese a que los de mayor impacto fueron los de justificar los medios para alcanzar los fines y la actitud emprendedora del estudiante; se menciona el anterior factor dado su operatividad con los otros seis, además de ser el que tiene el coeficiente de correlación más alto de los analizados.

Las estrategias a planear dependen del enfoque general con que se desee abarcar los negocios, las más factibles encabezan la lista. La encuesta planteada contribuye a encontrar patrones de comportamiento para que el nuevo empresario se conozca a sí mismo y evalúe cualidades al ingresar a un mercado competitivo de negocios. El emprendedor ha de conocer sus fortalezas y cuáles son sus motivaciones principales, y eso les permite aprovechar mejor las oportunidades para ser pioneros e innovadores en el ámbito que se desenvuelvan.

En la investigación se aprecian situaciones tales como, que mientras más reducidas sean las ideas de abandonar una propuesta dada ciertas adversidades, mejor será la predisposición del estudiante para visualizar a las dificultades como oportunidades de éxito; o que si el estudiante mejora su flexibilidad para aceptar el criterio de otras personas, se reduce su motivación para montar un negocio propio; es decir, es probable que una persona que valora más su propio criterio emprenda en un nuevo negocio, frente a otra alguien que valore el criterio de otras aparte del suyo. Todos estos datos alimentan las estrategias a impulsar, para reducir el efecto de la resiliencia en la percepción de oportunidades de negocio en los estudiantes de la Universidad Técnica de Machala.

Referencias bibliográficas

Acosta Guzmán, J. A. (2015). Compilación teórica: emprendimientos en la República Dominicana. *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 181-192.

Bishop, P., & Shilcof, D. (2017). The spatial dynamics of new firm births during an economic crisis: the case of Great Britain, 2004–2012. *Entrepreneurship and Regional Development*, 215-237.

Cabana, R., Cortes, I., Plaza, D., Castillo, M., & Alvarez, A. (2013). Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. *Journal of Technology Management & Innovation*.

Cejudo, J., Lopez, M. L., & Rubio, M. J. (2016). Inteligencia emocional y resiliencia: su influencia en la satisfacción con la vida de estudiantes universitarios. *Anuario de Psicología*, 46, 51-57.

Del Valle Calánchez, Á., & Mezher, T. (2015). Emprendedores sociales y su papel en el desarrollo integral de la comunidad. *Opción*, 162-175.

Escamilla Salazar, Z., Caldera González, D., & Cruz del Castillo, C. (2014). El emprendedor potencial: identificación de oportunidades relacionadas con algunas variables del capital humano y social. *Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 245-261.

Fontaines, T., Palomo, M., & Velásquez, M. V. (2014). Resiliencia como componente de la actitud emprendedora de los jóvenes universtarios . *Educación y desarrollo social* .

Forés I Miravalles, A., & Grané Ortega, J. (2012). *La resiliencia en entornos socioeducativos. Sentidos propuestas y experiencias*. Madrid: Narcea S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=rplPlxouciAC&printsec=frontcover&dq=La+resiliencia+en+entornos+socioeducativos.+Sentidos+propuestas+y+experiencias.&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwimjzJ25bPAhUFKh4KHVJzBnEQ6AEIHDAA#v=onepage&q=La%20resiliencia%20en%20entor>

Fuentelsaz, L., & González, C. (2015). El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. *Universia Business Review*, 64-81.

Fuentelsaz, L., & Montero, J. (2015). ¿Qué hace que algunos emprendedores sean más innovadores? *Universia Business Review*, 14-31. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/433/43341001001.pdf>

Galindo-Martín, M. Á., Méndez-Picazo, M. T., & Castaño-Martínez, M. S. (2016). Growth, economic progress and entrepreneurship. *Journal of Innovation & Knowledge*, 62–68.

García Pardo, E. (2014). *Actitud emprendedora y oportunidades de negocio UF1818*. España: Paraninfo. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=AcgUBQAAQBAJ&pg=PA1&dq=capacidad+emprendedora&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj_3pyQjpfPAhVNAX4KHVQQBDIQ6AEIHDAA#v=onepage&q=capacidad%20emprendedora&f=false

Gómez-Acebo, P., Bravo Ibáñez, C., Fernández Carmena, F., Mur de Viu, C., & Navarro Álvarez, I. (2013). *Resiliencia, gestión del naufragio*. Madrid: Lid Editorial. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=DJ76A_mJu50C&pg=PT72&dq=resiliencia&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=resiliencia&f=false

Grotberg, E. H. (2009). *La resiliencia en el mundode hoy: Cómo superar la adversidad*. Gedisa.

Gutiérrez P., H., & de la Vara S., R. (2008). *Análisis y diseño de experimentos* (Segunda ed.). Mexico: McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodologías de la Investigación* . México: Mc Graw Hill Educación.

Jolonch, X., & Ferreira, S. (2016). ¿De qué están hechos nuestros emprendedores? *Universidad & Empresa*, 179-189. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1872/187244133011.pdf>

Kalbermatter, M., Goyeneche, S., & Heredia, R. (2006). *Resiliente. Se nace, se hace, se rehace*. Córdoba: Brujas. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=OESqsKRXBzWC&pg=PA11&dq=resiliencia&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=resiliencia&f=false

LAVERDE-Verástegui, G. L., & RIVERA-Rodríguez, H. A. (2017). La disrupción: El punto de partida de la resiliencia o del fracaso empresarial (Reflexiones desde la ingeniería). *Revista Espacios*, 18.

Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y a la economía*. Mexico: McGraw Hill.

Loli, A., Dextre, E., Del Carpio, J., & La Jara, E. (2010). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio demográficas . *Revista IIPSI Facultad de Psicología Universidad Nacional Mayor de San Marcos* .

Madariaga, J. M. (2014). *Nuevas miradas sobre la resiliencia. Ampliando ámbitos y prácticas*. Barcelona: Gedisa. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=UCsIBQAAQBAJ&pg=PT150&dq=resiliencia&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=resiliencia&f=false

- Malinowski Stuardo, E. M. (2011). *Integración del emprendimiento en la gestión del conocimiento*. Nettpreis. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=sQkyAwAAQBAJ&pg=PA10&dq=emprendimiento&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=emprendimiento&f=false
- Marulanda Valencia, F., Montoya Restrepo, I., & Vélez Restrepo, J. (2014). Aporte teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de administración. Revista de administración y administración*, 5-13.
- Montgomery, D. C. (2013). *Design and analysis of experiments* (Eighth ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Morales-Gualdrón, S. T., & Pineda Zapata, U. (2015). Factores del perfil del emprendedor y de la gestión del servicio que inciden en la supervivencia empresarial: casos del oriente de Antioquia (Colombia). *Pensamiento & Gestión*, 176-207.
- Moscoso Escobar, J., & Botero Botero, S. (2013). Métodos de valoración de los nuevos emprendimientos. *Semestre Económico*, 237-263.
- Mota Rodrigues, G., Dos Anjos, F., & Añaña, E. (2017). El perfil emprendedor y la predisposición para innovar de los gestores de las mpe's turísticas. El caso del barrio de Praia Grande en São Luís, Maranhão, Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 107-127.
- OCDE, E. O. (2013). *Panorama del emprendimiento 2012*. Monterey: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Oliver, A., Galiana, L., & Gutiérrez-Benet, M. (2016). Assessment and promotion policies of entrepreneurship in students. *Anales de Psicología*, 183-189.
- Ortiz García, P. (2016). Actitud emprendedora de los jóvenes españoles en un contexto de crisis. *Revista de Ciencias Sociales*, 139-152.
- Palekiene, O., Simanaviciene, Z., & Bruneckiene, J. (2015). The application of resilience concept in the regional development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 179-184.
- Peñaherrera León, M., & Cobos Alvarado, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 238-247.
- Peñalosa, M., Ramírez, D., & Barrios, M. (2016). Factores de permanencia y éxito competitivo en la PyMI del municipio Libertador de Mérida, Venezuela. *Economía*, 151-175.
- Piña López, L. E. (2015). El emprendimiento desde la perspectiva de los tecnólogos populares de Miraca. *Multiciencias*, 29-40.
- Rodríguez Moreno, D. C., & Gómez Murillo, A. X. (2014). Las competencias emprendedoras en el departamento de Boyacá. *Apuntes del CENNES*, 217-242.
- Rosas de León, Y. E., & Labarca Reverol, C. (2016). Violence, spirituality and resilience in students of Education Unit Archdiocesan "Bicentenario del Natalicio de El Libertador". *Telos*, 302-317.
- Salinas Ramos, F., & Osorio Bayter, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidad y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de economía pública, social y cooperativa.*, 128-151.
- Turienzo, R., & Salas, P. (2011). *Gana la resiliencia*. Madrid: LidEditorial. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=tiRQ4XF_ncUC&printsec=frontcover&dq=resiliencia&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=resiliencia&f=false
- Vanistendael, S., Gaberan, P., Humbeeck, B., Lecomte, J., Manil, P., & Rouyer, M. (2013). *Resiliencia y humor*. Barcelona: Gedisa. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=vyslBQAAQBAJ&pg=PT2&dq=resiliencia&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=resiliencia&f=false
- Vázquez, J. A. (2015). *El Emprendimiento Empresarial: La Importancia de ser emprendedor*. CreateSpace Plataforma Independent Publishing. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=fYfJCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=emprendimiento%2Bconcepto&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=emprendimiento%2Bconcepto&f=false
- Zunino, H., Espinoza Arévalo, L., & Vallejos-Romero, A. (2016). Los migrantes por estilo de vida como agentes de transformación en la Norpatagonia chilena. *Revista de Estudios Sociales*, 163-176.

Anexos

Tabla 1.- Análisis de fiabilidad para las variables analizadas

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,735	30

Tabla 2.- Descripción de ítems de las variables independientes y dependientes

Ítem	Descripción
X1	He alcanzado metas por mera casualidad
X2	Cuando presento inconvenientes en la realización de mis tareas recurro a otras personas para que me resuelvan el conflicto
X3	Cuando algo me sucede, la responsabilidad es de otro
X4	Tiendo abandonar mis ideas cuando no logro lo que esperaba
X5	Con frecuencia mis amigos me deben convencer para aceptar sus puntos de vista
X6	Mi modo de vivir es el que merezco
X7	En ocasiones hay que dejar el logro de las metas en manos del destino
X8	Me quedo tranquilo cuando los proyectos no resultan como espero
X9	Con frecuencia tengo conflictos al trabajar en equipo
X10	Haga lo que haga, siempre viviré del mismo modo
X11	Montar un negocio propio supone riesgos que no asumiría
X12	Mejor es trabajar sólo que en equipo
Y1	Genero ideas innovadoras para satisfacer las necesidades del entorno
Y2	Mis ideas siempre son buenas
Y3	A menudo se me ocurren ideas de negocio
Y4	Genero ideas de negocio donde no hay competencias
Y5	Con frecuencia conozco lo que la gente necesita
Y6	Aprovecho las tecnologías para promocionar las ideas de negocio
Y7	Busco alternativas para lograr cubrir mis necesidades
Y8	Para lograr mis metas soy capaz de hacer cualquier sacrificio
Y9	Al culminar mi carrera he pensado en montar un negocio propio
Y10	Identifico como responder a las necesidades del colectivo a través de negocios
Y11	Genero ideas de negocio con poca inversión y alta rentabilidad
Y12	Veó en las dificultades oportunidades de éxito
Y13	Aporto a los demás ideas de negocios
Y14	Identifico necesidades para proyectar negocios
Y15	Identifico quienes pueden respaldar una oportunidad de negocio
Y16	Identifico en las crisis fuentes de nuevos negocios
Y17	Me rodeo de personas que comparten mis ideas de emprendimiento
Y18	A veces sin dinero se puede emprender un negocio

Tabla 3.- Matriz resumen de correlaciones de Spearman entre variables

Variables independientes / Variables dependientes	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Estadísticos
X1	-0,038	0,07	0,044	0,013	0,004	-0,038	Coefficiente de correlación
	0,334	0,071	0,255	0,747	0,926	0,326	Sig. (bilateral)
	665	663	663	665	662	666	Válidos
X2	0,014	-0,01	-0,037	0,076	-0,043	-0,028	Coefficiente de correlación
	0,722	0,798	0,347	0,049	0,272	0,469	Sig. (bilateral)
	666	664	664	666	663	666	Válidos
X3	-0,035	0,049	0,055	0,084	0,049	-0,027	Coefficiente de correlación
	0,373	0,207	0,155	0,030	0,205	0,484	Sig. (bilateral)
	664	661	663	664	660	664	Válidos
X4	-0,089	-0,018	-0,039	0,079	-0,100	-0,074	Coefficiente de correlación
	0,022	0,649	0,322	0,042	0,010	0,056	Sig. (bilateral)
	662	659	660	662	658	663	Válidos
X5	0,017	0,062	0,07	0,092	0,098	0,032	Coefficiente de correlación
	0,671	0,109	0,073	0,018	0,011	0,408	Sig. (bilateral)
	663	660	661	663	659	664	Válidos
X6	0,085	0,227	0,175	0,079	0,157	0,092	Coefficiente de correlación
	0,028	0,000	0,000	0,043	0,000	0,017	Sig. (bilateral)
	665	664	663	665	662	667	Válidos
X7	-0,014	0,043	0,016	0,062	0,053	-0,036	Coefficiente de correlación
	0,711	0,267	0,690	0,108	0,176	0,349	Sig. (bilateral)
	666	664	664	665	662	667	Válidos
X8	-0,001	0,088	0,016	0,042	0,086	0,012	Coefficiente de correlación
	0,976	0,023	0,690	0,282	0,027	0,764	Sig. (bilateral)
	663	661	661	662	659	664	Válidos
X9	-0,007	0,059	0,038	0,031	0,045	0,032	Coefficiente de correlación
	0,864	0,127	0,327	0,420	0,247	0,41	Sig. (bilateral)
	665	663	663	664	661	667	Válidos
X10	0,050	0,147	0,040	0,116	0,084	0,032	Coefficiente de correlación
	0,196	0,000	0,301	0,003	0,031	0,417	Sig. (bilateral)
	664	661	662	664	660	664	Válidos
X11	-0,056	0,073	-0,045	0,069	-0,051	-0,027	Coefficiente de correlación
	0,150	0,061	0,245	0,077	0,193	0,49	Sig. (bilateral)
	664	661	662	663	659	664	Válidos
X12	0,093	0,153	0,116	0,108	0,078	0,064	Coefficiente de correlación
	0,017	0,000	0,003	0,005	0,046	0,098	Sig. (bilateral)
	664	662	663	663	660	665	Válidos

Variables independientes / Variables dependientes	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Estadísticos
X1	-0,018	-0,010	-0,029	-0,071	-0,031	-0,087	Coeficiente de correlación
	0,651	0,792	0,453	0,069	0,430	0,024	Sig. (bilateral)
	664	663	664	662	664	665	Válidos
X2	0,060	0,083	0,037	-0,048	-0,051	0,059	Coeficiente de correlación
	0,124	0,032	0,336	0,214	0,185	0,130	Sig. (bilateral)
	664	664	665	663	664	666	Válidos
X3	-0,091	-0,073	-0,134	0,030	0,040	-0,113	Coeficiente de correlación
	0,019	0,061	0,001	0,445	0,301	0,004	Sig. (bilateral)
	662	662	664	662	662	664	Válidos
X4	-0,076	-0,036	-0,081	-0,101	-0,012	-0,130	Coeficiente de correlación
	0,051	0,361	0,038	0,010	0,749	0,001	Sig. (bilateral)
	661	660	662	659	661	663	Válidos
X5	-0,059	-0,100	-0,138	-0,011	0,101	-0,121	Coeficiente de correlación
	0,126	0,010	0,000	0,783	0,009	0,002	Sig. (bilateral)
	663	662	663	660	663	664	Válidos
X6	0,096	0,074	0,032	0,113	0,196	0,096	Coeficiente de correlación
	0,013	0,056	0,408	0,004	0,000	0,013	Sig. (bilateral)
	665	663	665	662	665	666	Válidos
X7	-0,127	-0,064	-0,111	-0,019	0,042	-0,086	Coeficiente de correlación
	0,001	0,101	0,004	0,620	0,285	0,027	Sig. (bilateral)
	665	664	665	663	665	666	Válidos
X8	-0,119	-0,138	-0,113	-0,054	0,094	-0,134	Coeficiente de correlación
	0,002	0,000	0,004	0,166	0,015	0,001	Sig. (bilateral)
	663	662	663	660	663	664	Válidos
X9	-0,023	-0,056	0,025	0,025	0,130	0,000	Coeficiente de correlación
	0,546	0,149	0,527	0,520	0,001	0,999	Sig. (bilateral)
	666	664	665	662	666	666	Válidos
X10	-0,106	-0,109	-0,109	-0,032	0,131	-0,165	Coeficiente de correlación
	0,006	0,005	0,005	0,418	0,001	0,000	Sig. (bilateral)
	663	663	663	661	663	664	Válidos
X11	-0,074	-0,011	-0,156	-0,084	-0,045	-0,098	Coeficiente de correlación
	0,058	0,786	0,000	0,031	0,242	0,012	Sig. (bilateral)
	663	663	663	661	663	664	Válidos
X12	0,030	-0,033	-0,067	0,015	0,148	0,034	Coeficiente de correlación
	0,444	0,392	0,087	0,691	0,000	0,380	Sig. (bilateral)
	663	662	663	661	663	664	Válidos

Variables independientes / Variables dependientes	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Estadísticos
X1	0,052	-0,002	-0,033	0,001	-0,044	-0,054	Coeficiente de correlación
	0,179	0,962	0,396	0,984	0,255	0,165	Sig. (bilateral)
	665	665	664	665	666	667	Válidos
X2	0,034	-0,015	0,049	0,063	0,000	0,035	Coeficiente de correlación
	0,383	0,705	0,203	0,107	0,998	0,371	Sig. (bilateral)
	665	665	665	666	666	667	Válidos
X3	0,000	0,029	-0,016	0,019	-0,007	0,002	Coeficiente de correlación
	0,996	0,460	0,673	0,622	0,867	0,950	Sig. (bilateral)
	663	663	663	664	664	665	Válidos
X4	-0,095	-0,053	-0,019	-0,049	-0,106	-0,095	Coeficiente de correlación
	0,015	0,173	0,620	0,209	0,006	0,015	Sig. (bilateral)
	661	662	662	663	663	663	Válidos
X5	-0,001	0,010	0,025	0,017	0,041	-0,038	Coeficiente de correlación
	0,975	0,803	0,517	0,655	0,295	0,333	Sig. (bilateral)
	663	663	663	664	664	664	Válidos
X6	0,052	0,108	0,095	0,140	0,171	0,085	Coeficiente de correlación
	0,177	0,005	0,014	0,000	0,000	0,028	Sig. (bilateral)
	665	666	665	666	667	667	Válidos
X7	0,012	-0,008	-0,030	0,029	0,025	-0,005	Coeficiente de correlación
	0,754	0,844	0,446	0,456	0,521	0,906	Sig. (bilateral)
	666	666	665	666	667	668	Válidos
X8	0,019	-0,039	-0,050	0,011	-0,002	-0,034	Coeficiente de correlación
	0,624	0,315	0,195	0,786	0,951	0,379	Sig. (bilateral)
	663	663	663	664	664	664	Válidos
X9	0,000	0,000	0,082	0,046	0,004	-0,004	Coeficiente de correlación
	0,991	0,998	0,035	0,237	0,923	0,918	Sig. (bilateral)
	666	666	665	666	667	667	Válidos
X10	-0,063	0,012	-0,020	-0,019	0,034	-0,003	Coeficiente de correlación
	0,103	0,753	0,610	0,618	0,379	0,938	Sig. (bilateral)
	664	664	663	664	664	665	Válidos
X11	-0,031	-0,051	-0,085	-0,005	0,003	-0,059	Coeficiente de correlación
	0,424	0,189	0,030	0,901	0,946	0,129	Sig. (bilateral)
	664	663	663	664	664	665	Válidos
X12	0,023	0,028	0,045	0,116	0,102	0,021	Coeficiente de correlación
	0,553	0,476	0,242	0,003	0,008	0,595	Sig. (bilateral)
	664	664	663	664	665	666	Válidos

Tabla 4.- Resumen de correlaciones de Spearman entre variables más relevantes

Relaciones	Y2	Y3	Y5	Y8	Y9	Y11	Y12	Y16	Y17	Estadísticos
X4							-0,130			Coeficiente de correlación
							0,001			Significación (bilateral)
X5					-0,138					Coeficiente de correlación
					0,000					Significación (bilateral)
X6	0,227	0,175	0,157			0,196		0,140	0,171	Coeficiente de correlación
	0,000	0,000	0,000			0,000		0,000	0,000	Significación (bilateral)
X8				-0,138			-0,134			Coeficiente de correlación
				0,000			0,001			Significación (bilateral)
X9						0,130				Coeficiente de correlación
						0,001				Significación (bilateral)
X10	0,147					0,131	-0,165			Coeficiente de correlación
	0,000					0,001	0,000			Significación (bilateral)
X11					-0,156					Coeficiente de correlación
					0,000					Significación (bilateral)
X12	0,153					0,148				Coeficiente de correlación
	0,000					0,000				Significación (bilateral)

Tabla 5.- Resumen jerarquizado de los principales factores en función de la calificación

Ítem	Descripción	Mediana	Moda	Desviación estándar
Variables dependientes				
Y8	Para lograr mis metas soy capaz de hacer cualquier sacrificio.	4	4	0,793
Y9	Al culminar mi carrera he pensado en montar un negocio propio.	4	4	0,801
Variables independientes				
X6	Mi modo de vivir es el que merezco.	3	3	0,919
X2	Cuando presento inconvenientes en la realización de mis tareas recurro a otras personas para que me resuelvan el conflicto.	3	3	0,946

1. Doctor en Ciencias Administrativas (Universidad Nacional Mayor de San Marcos). Magíster en Dirección de Empresas (Universidad Andina Simón Bolívar). Profesor Titular de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales (Universidad Técnica de Machala). Ingeniero Comercial (Universidad Técnica de Machala). romero@utmachala.edu.ec

2. Magister en Administración de Empresas (Universidad Técnica de Machala). Profesora Titular de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales (Universidad Técnica de Machala). Ingeniera en Banca y Finanzas (Universidad Técnica de Machala). mjaramillo@utmachala.edu.ec

3. Doctora en Ciencias Administrativas (Universidad Nacional Mayor de San Marcos). Master en Administración de Empresas (Universidad Técnica de Machala). Profesora Titular de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales (Universidad Técnica de Machala). Economista (Universidad de Cuenca). maguirre@utmachala.edu.ec

4. Magíster en Docencia Universitaria e Investigación Educativa (Universidad Técnica de Machala). Profesor Ocasional de la Unidad Académica de Ciencias Empresariales. (Universidad Técnica de Machala). Ingeniero Industrial (Universidad Politécnica Salesiana). jruiz@utmachala.edu.ec

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 38 (Nº 50) Año 2017

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a webmaster]

©2017. revistaESPACIOS.com • Derechos Reservados