



UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CUENCA

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

*Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo*

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**EVALUACIÓN DE LAS ACTITUDES EMPRENDEDORAS EN  
FUTUROS GESTORES EMPRESARIALES UNIVERSITARIOS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA: NOEMI ROCIO POMAVILLA ZHININ**

**DIRECTORA: ING. CRISTINA ORDOÑEZ ESPINOZA, PHD.**

**CAÑAR – ECUADOR**

**2025**

**DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

*Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo*

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**EVALUACIÓN DE LAS ACTITUDES EMPRENDEDORAS EN  
FUTUROS GESTORES EMPRESARIALES UNIVERSITARIOS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA: NOEMI ROCIO POMAVILLA ZHININ**

**DIRECTORA: ING. CRISTINA ORDOÑEZ ESPINOZA, PHD.**

**CAÑAR – ECUADOR**

**2025**

**DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO**

*Evaluación de las actitudes emprendedoras en futuros gestores  
empresariales universitarios*

**AUTORES**

Noemi Rocio Pomavilla Zhinin

[noemi99pz@gmail.com](mailto:noemi99pz@gmail.com)

Universidad Católica de Cuenca, Extensión Cañar Ecuador

<https://orcid.org/0009-0006-0836-9592>

Cristina Guadalupe Ordoñez Espinoza

[cgordoneze@ucacue.edu.ec](mailto:cgordoneze@ucacue.edu.ec)

Universidad Católica de Cuenca, Extensión Cañar Ecuador


<https://orcid.org/0000-0001-5781-7781>



## **DECLARATORIA DE AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD**

Noemi Roció Pomavilla Zhinin portador(a) de la cédula de ciudadanía N.º 0302903000  
**Declaro** ser la autora de la obra: “**Evaluación de las actitudes emprendedoras en futuros gestores empresariales universitarios**”, sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

Cañar, 17 de octubre de 2025

F: .....  


**Noemi Roció Pomavilla Zhinin**  
C.I. 0302903000

**CERTIFICADO DEL TUTOR**

Certifico que el presente trabajo denominado "Evaluación de las actitudes emprendedoras en futuros gestores empresariales universitarios" realizado por Noemi Roció Pomavila Zhinin, con documento de identidad No. 0302903000, previo a la obtención del título profesional de licenciada en Administración de Empresas, ha sido asesorado, supervisado y desarrollado bajo mi tutoría en todo su proceso, cumpliendo con la reglamentación pertinente que exige la Universidad Católica de Cuenca y los requisitos que determina la investigación científica.

Cañar, 17 de octubre de 2025



Ing. Cristina Ordoñez Espinoza.

DIRECTO/TUTOR

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a mis padres, por ser mi pilar fundamental en cada etapa de este camino. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo, por creer en mí cuando yo dudaba y por acompañarme con paciencia y amor. Cada logro que alcanzo lleva consigo su sacrificio silencioso. De manera en especial a mi padre, quien con su amor y ejemplo me han guiado en cada paso de mi vida. Gracias por enseñarme que los sueños se alcanzan con esfuerzo, perseverancia y fe. Esta tesis es fruto de sus enseñanzas, su ejemplo y su fe constante.

A mi familia, que con paciencia y comprensión me motivó a continuar incluso en los momentos más difíciles, por celebrar conmigo cada pequeño logro y por recordarme siempre el valor de la constancia y la humildad.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco, en primer lugar, a Dios, fuente de vida, fortaleza y sabiduría, por iluminar mi camino, brindarme salud, paciencia y la claridad necesaria para culminar este proceso. Sin su guía y bendición, nada de esto habría sido posible.

Mi más profundo agradecimiento a mis padres, pilares fundamentales de mi vida. Gracias por su amor inmenso, por los valores inculcados desde mi niñez y por ser mi mayor motivación para seguir adelante. Cada logro alcanzado es también de ustedes, porque detrás de mis esfuerzos están sus sacrificios y su constante apoyo.

A mis docentes, tutores y asesores académicos, quienes con su experiencia, compromiso y dedicación me orientaron en el desarrollo de este trabajo. Sus observaciones, consejos y enseñanzas han contribuido significativamente a mi formación profesional y personal.

## RESUMEN

El emprendimiento se ha convertido en un eje estratégico para el desarrollo económico y social, especialmente en contextos donde los jóvenes universitarios representan el principal motor de innovación y generación de empleo, formar profesionales con actitudes emprendedoras desde las aulas universitarias no solo contribuye a generar oportunidades, sino que también fortalece la capacidad de innovación y liderazgo en los futuros gestores empresariales. El presente estudio tuvo como objetivo analizar el perfil emprendedor de los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca, Extensión Cañar, con el fin de identificar sus principales fortalezas y debilidades en relación con su disposición hacia el emprendimiento. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo y nivel descriptivo, aplicando como instrumento una encuesta estructurada a una muestra de 71 estudiantes, seleccionados de una población de 90, utilizando un cuestionario adaptado del Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ) de Liñán y Chen, que evaluó criterios como autonomía, innovación, autoconfianza, tolerancia al riesgo, necesidad de logro, actitudes hacia el emprendimiento, influencia social, intención emprendedora y formación universitaria. Los resultados evidenciaron fortalezas en autonomía, innovación y necesidad de logro, reflejadas en la responsabilidad, creatividad, y orientación a metas. No obstante, se identificaron debilidades en la tolerancia al riesgo y la gestión del fracaso. Se concluye que los estudiantes poseen un perfil emprendedor favorable caracterizado por rasgos como la creatividad y la autoconfianza; sin embargo, este potencial debe ser consolidado a través de estrategias formativas que fortalezcan aspectos críticos como la tolerancia al riesgo y la toma de decisiones en contextos de incertidumbre.

**Palabras Clave:** actitudes emprendedoras; emprendimiento; innovación; tolerancia al riesgo; gestores empresariales.

## ABSTRACT

Entrepreneurship has become a strategic pillar of economic and social development, especially in contexts where young university students promote innovation and job creation. This study aimed to analyze the entrepreneurial profile of Business Administration students at the Catholic University of Cuenca, Cañar Campus, to identify their main strengths and weaknesses regarding their willingness to engage in entrepreneurship. The research adopted a quantitative approach and descriptive design, using a structured survey administered to a sample of 71 students selected from a population of 90, using a questionnaire adapted from the Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ) by Liñán and Chen, which evaluated criteria such as autonomy, innovation, self-confidence, risk tolerance, need for achievement, attitudes towards entrepreneurship, social influence, entrepreneurial intention, and university education. The results showed strengths in autonomy, innovation, and the need for achievement, reflected in responsibility, creativity, and goal orientation. However, weaknesses in risk tolerance and failure management were identified. It is concluded that students have a favorable entrepreneurial profile characterized by traits such as creativity and self-confidence; however, this potential must be consolidated through training strategies that strengthen critical aspects, such as risk tolerance and decision-making in contexts of uncertainty.

**Keywords:** entrepreneurial attitudes, entrepreneurship, innovation, risk tolerance, business managers.

## INDICE

|  |            |
|--|------------|
| <b>DECLARATORIA DE AUTORÍA Y RESPONSABILIDAD.....</b>      | <b>I</b>   |
| <b>CERTIFICADO DEL TUTOR.....</b>                          | <b>II</b>  |
| <b>DEDICATORIA.....</b>                                    | <b>III</b> |
| <b>AGRADECIMIENTO .....</b>                                | <b>IV</b>  |
| <b>RESUMEN.....</b>  | <b>V</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                      | <b>VI</b>  |
| <b>INTRODUCCION .....</b>                                  | <b>1</b>   |
| <b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>                            | <b>2</b>   |
| <b>METODOLOGÍA .....</b>                                   | <b>7</b>   |
| <b>RESULTADOS .....</b>                                    | <b>8</b>   |
| <b>DISCUSIÓN .....</b>                                     | <b>17</b>  |
| <b>CONCLUSIONES.....</b>                                   | <b>19</b>  |
| <b>REFERENCIAS CONSULTADAS.....</b>                        | <b>21</b>  |
| <b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO .....</b> | <b>24</b>  |

## INTRODUCCION

El emprendimiento se ha consolidado como un motor clave para el desarrollo económico y social, al impulsar la innovación, la generación de empleo y la competitividad en las economías emergentes (Guzmán & Trujillo, 2021). En el caso de Ecuador, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2023) destaca que el país mantiene una de las tasas más altas de emprendimiento temprano en América Latina, aunque también enfrenta elevados índices de desertión en los proyectos debido a limitaciones en la formación, la innovación y la sostenibilidad. En este contexto, el perfil emprendedor de los futuros profesionales universitarios constituye un factor estratégico para fomentar iniciativas productivas con impacto social y económico. En los últimos años, la educación ha emergido como una estrategia clave para impulsar tanto el desarrollo económico como la inclusión social (UNESCO, 2021). Las universidades se encuentran ante un reto considerable, ya no basta con impartir conocimientos técnicos específicos de cada disciplina; también deben cultivar competencias empresariales fundamentales que permitan a los futuros líderes adaptarse con rapidez a entornos inestables y altamente competitivos. Diversos estudios señalan que las actitudes emprendedoras se relacionan con dimensiones como la innovación, la autoconfianza, la tolerancia al riesgo, la orientación al logro y la creatividad (Mora et al., 2020; Martínez & González, 2022). Evaluar dichas actitudes en los estudiantes universitarios permite identificar fortalezas y debilidades que pueden orientar tanto las políticas educativas como las estrategias pedagógicas para el fomento del emprendimiento (Blanco, 2023).

La actitud emprendedora, entendida como el comportamiento, los factores psicológicos y motivacionales dirigidos a crear valor, son fundamentales para impulsar proyectos sostenibles que unan una visión empresarial con un compromiso social. Estas conductas reflejan la capacidad de enfrentar riesgos de manera reflexiva y estratégica. Aspectos como: capitalizar las ventanas de oportunidad que se presentan, generar soluciones creativas y mantener la determinación cuando surgen obstáculos, son fundamentales para consolidar emprendimientos que realmente contribuyan tanto al crecimiento económico sustentable como al bienestar de la sociedad en general (Gómez, 2023).

La consolidación de actitudes emprendedoras en quienes asumirán roles de liderazgo y gestión empresarial no constituye un proceso espontáneo, sino que requiere una intervención pedagógica estructurada y sistemática, orientada al desarrollo de competencias clave como la resiliencia ante escenarios adversos, la creatividad aplicada a la resolución de problemas, la

motivación intrínseca para mantener el compromiso en contextos desafiantes, y la capacidad de análisis crítico frente a situaciones complejas y cambiantes.

Estas habilidades son fundamentales para que los futuros profesionales enfrenten los retos del entorno empresarial contemporáneo desde una perspectiva integral, sostenible y socialmente responsable. (Isea, J., Reyes, L., & Morffe, M., 2025) afirman que las universidades desempeñan un papel protagónico, ya que tienen la posibilidad de incidir directamente en la formación de individuos capaces no solo de generar innovación y valor económico, sino también de contribuir activamente al bienestar colectivo a través de decisiones éticas y transformadoras.

En este sentido, el presente trabajo tiene como objetivo analizar el perfil emprendedor de los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca, Extensión Cañar, con el fin de identificar sus principales fortalezas y debilidades en relación con su disposición hacia el emprendimiento.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

### **Emprendimiento y actitud emprendedora**

El emprendimiento se reconoce como un motor esencial del crecimiento económico, ya que impulsa la innovación, la competitividad y la generación de empleo en las economías emergentes (Mora & Perilla, 2020). En las décadas recientes, se observa cómo el emprendimiento ha evolucionado hasta convertirse en un fenómeno complejo y multifacético que adquiere cada vez mayor relevancia en la sociedad. Su conceptualización ha trascendido el enfoque tradicional centrado únicamente en el crecimiento económico, para convertirse en una herramienta estratégica frente a desafíos contemporáneos de carácter social, ambiental y tecnológico. Actualmente, el emprendimiento se entiende como un medio para generar soluciones sostenibles, promover la innovación disruptiva y facilitar la inclusión económica de grupos históricamente marginados (Condori, 2021). Desde una perspectiva clásica, Schumpeter (1934) definió el emprendimiento como el proceso mediante el cual un individuo introduce innovaciones que rompen con el equilibrio del mercado, generando transformaciones estructurales en la economía.

El emprendimiento constituye un proceso en el que individuos potencian su habilidad para identificar oportunidades significativas en su entorno, crear propuestas creativas que aborden necesidades auténticas y generar un valor real mediante la organización estratégica de los recursos que tienen a su disposición. Este proceso no solo puede materializarse en aquellos

emprendedores que deciden construir sus propias empresas, sino que también se manifiesta en profesionales que, desde organizaciones consolidadas, impulsan la innovación y el cambio (Condori, 2021). De acuerdo con Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2003) el emprendimiento abarca actividades encaminada a iniciar, administrar o expandir un negocio propio, sin importar su magnitud, grado de innovación o fase de desarrollo. Por lo tanto, el emprendimiento no solo supone a la creación de empresas, sino también la actitud, el comportamiento y la intención de emprender en diversas situaciones.

La actitud emprendedora trasciende la noción reduccionista de iniciar un negocio o emprender de manera inmediata, en realidad, constituye una mentalidad conformada por dimensiones psicológicas y conductuales, que impulsa a las personas a desarrollar esa capacidad especial para detectar oportunidades, evaluar y asumir riesgos de manera inteligente y reflexiva, actuar con autonomía y determinación, y enfocarse constantemente en generar valor real para su entorno (Araujo, 2023). Son precisamente estas características las que permiten que un emprendedor no solo logre sobrellevar los desafíos inevitables y superar los obstáculos que se presentan en el camino, sino que también desarrolle esa habilidad fundamental de adaptarse ágilmente a contextos que están en constante transformación y, lo más importante, crear soluciones realmente innovadoras que generen un impacto positivo tanto en el ámbito social como en el económico.

Es fundamental señalar que la mentalidad emprendedora no constituye un rasgo innato, sino una construcción que se desarrolla progresivamente a lo largo de la vida. Su formación responde a la interacción de múltiples factores: las influencias del entorno social, las experiencias acumuladas en distintos contextos y los rasgos psicológicos individuales. En este sentido, la actitud emprendedora se comprende como una disposición integral que combina dimensiones cognitivas, emocionales y conductuales, orientadas a reconocer oportunidades, asumir riesgos de manera estratégica, innovar y actuar con autonomía (Llanos, 2021). Dichas disposiciones permiten al individuo generar valor real en su entorno, aportando soluciones creativas a los problemas que enfrenta la sociedad contemporánea.

Entre los componentes centrales de esta mentalidad se encuentran la autoeficacia, entendida como la confianza en la capacidad personal para alcanzar objetivos; la autoestima sólida, que respalda la toma de decisiones en situaciones complejas; y la motivación intrínseca, que impulsa hacia el logro de metas ambiciosas. A estos elementos se suman la proactividad, que facilita anticiparse a los escenarios en lugar de reaccionar de forma pasiva; la resiliencia, que permite sobreponerse a las adversidades; la disposición a asumir riesgos cuando las circunstancias lo requieren; y la creatividad, que posibilita la generación de soluciones

innovadoras (Valdivieso & Cañar, 2025). La integración armónica de estas capacidades configura lo que puede denominarse un perfil emprendedor genuino: una persona capaz de concebir los desafíos de su entorno no como barreras insuperables, sino como oportunidades para demostrar iniciativa, innovar y construir alternativas de desarrollo (Costales, 2024).

### **Innovación y Emprendimiento**

La innovación constituye uno de los pilares centrales de la actitud emprendedora y empresarial, al ser el motor que impulsa la transformación y la competitividad en los distintos sectores productivos. Se concibe como la capacidad de generar y materializar ideas originales que aporten soluciones efectivas y valor agregado en diferentes contextos (Montes et al., 2023). Sus manifestaciones abarcan desde el diseño de productos que desafían paradigmas establecidos, el desarrollo de servicios que transforman la vida cotidiana, hasta la implementación de procesos que optimizan la eficiencia organizacional o la creación de estructuras empresariales disruptivas capaces de redefinir industrias completas (Ye et al., 2025).

Resulta interesante cómo Schumpeter, desde 1934, ya había logrado captar de manera asombrosa la función vital que tiene la innovación como motor del avance económico. Logró identificar al emprendedor como la pieza fundamental que funciona como agente de transformación, capaz de generar cambios que van más allá de su entorno personal y laboral para influir en sistemas económicos.

La innovación constituye un rasgo central del emprendimiento, aunque su relación con la creación de valor puede variar según el sector y la fase de desarrollo. Perspectivas neoschumpeterianas actuales reintroducen la innovación como fuerza evolutiva del cambio económico y debaten su responsabilidad social, lo que implica articular creatividad con resultados sostenibles (Śledzik, 2023; GEM, 2025; debates recientes en economía de la innovación).

Los emprendedores que poseen una visión innovadora han experimentado un cambio notable, no solo se limitan a ofrecer alternativas diferentes a las tradicionales, sino que han desarrollado la habilidad esencial de adaptarse con gran agilidad y flexibilidad a entornos extremadamente cambiantes, marcados por una competencia más feroz y por cambios tecnológicos, sociales y económicos que ocurren a una velocidad casi sin igual en la historia. En este sentido, Ordoñez, (2020) indica que la actividad emprendedora se visualiza como una característica estructural de las economías latinoamericanas, en parte, como respuesta a los altos niveles de desempleo que enfrenta la región.

## **Autoeficacia emprendedora y autoconfianza**

La autoeficacia emprendedora (ESE) es uno de los predictores más robustos de la intención y del comportamiento emprendedor en la población universitaria. La evidencia indica efectos directos de la ESE sobre la intención y roles mediadores entre educación emprendedora e intención (Wu et al., 2022). Estudios recientes confirman que la ESE supera a otras variables psicológicas en su capacidad predictiva y que la educación puede potenciarla, aunque existen diferencias entre quienes han cursado formación específica y quienes no (Ye et al., 2025).

Al considerar las características que definen a los emprendedores que logran el éxito, la autoconfianza se destaca como una de las más cruciales. Refiriéndose a esa fe auténtica y profunda que ciertas personas poseen en su habilidad para cumplir con los objetivos que establecen, hacer elecciones correctas incluso en situaciones de tensión y para definir los problemas que surgen inevitablemente en el recorrido empresarial (Araya, 2021). En el ámbito empresarial, esta cualidad se torna realmente esencial.

Un concepto que está íntimamente ligado a la autoconfianza; es la autoeficacia, que se refiere a la creencia en la capacidad personal de realizar las tareas que ayudan a alcanzar objetivos determinados, esta autoeficacia se convierte en un elemento clave cuando se trata de tomar decisiones estratégicas complicadas, ya que permite al empresario desarrollar esa visión prospectiva especial para identificar posibles situaciones desfavorables y, al mismo tiempo, conservar la agilidad mental para identificar y aprovechar las oportunidades que surgen en el mercado.

## **Tolerancia al riesgo**

Se refiere a la capacidad que cada individuo posee para evaluar y determinar hasta qué nivel está dispuesto a afrontar circunstancias inciertas y posibles pérdidas, sin que eso afecte gravemente sus metas principales o amenace su estabilidad general, se trata de definir internamente cual es el límite de confort cuando las situaciones se tornan impredecibles y pueden resultar costosas. En el ámbito empresarial, por su propia naturaleza, constantemente se toma decisiones en entornos donde no se cuenta con todas las respuestas y donde los resultados son inciertos. Es precisamente en este contexto donde la habilidad para analizar, aceptar y manejar riesgos de forma estratégica se convierte en una de esas habilidades que realmente distinguen a los emprendedores exitosos de aquellos que no logran alcanzar. (Bautista Penna, 2021).

La aceptación del riesgo influye en la conducta empresarial, los emprendedores que han conseguido una mayor habilidad para gestionar la incertidumbre suelen ser más audaces en sus propuestas, se atreven a innovar con más libertad, no dudan en aventurarse en mercados que otros podrían considerar demasiado inestables o arriesgados, y cuando encuentran obstáculos importantes demuestran una resiliencia que les permite seguir adelante donde otros se detendrían. Por el contrario, aquellos con una tolerancia al riesgo más restringida tienden a adoptar estrategias más cuidadosas y conservadoras; la clave radica en identificar el nivel de tolerancia y avanzar con base en esa realidad personal (Hua et al., 2022).

### **Influencia social**

El entorno social tiene un impacto significativo en la manera en que se desarrolla y fomenta las actitudes hacia el emprendimiento (Donaldson, 2024). Los círculos familiares desempeñan un papel fundamental en este proceso, tanto como, crecer en hogares donde se valora la iniciativa empresarial como las amistades y los compañeros con los que se tiene contacto frecuente pueden actuar como impulsores para las aspiraciones empresariales, Méndez (2023).

El entorno cultural más amplio y el sistema institucional también configuran de manera decisiva las actitudes, las sociedades que fomentan la innovación, políticas favorables que benefician a los nuevos negocios, el fracaso como parte del aprendizaje y ecosistemas que ofrecen de apoyo robusto son elementos que tienden a generar más emprendedores (Fuente, 2024).

### **Universidad y formación de gestores empresariales**

Las universidades desempeñan una función clave como entidad encargada de generar conocimiento, desarrollar talento humano y promover habilidades enfocadas en la creatividad, el emprendimiento y la administración efectiva. Según (Coronel, 2023) la formación en gestión empresarial debe abarcar el desarrollo de actitudes y habilidades esenciales para los emprendedores tales como la resiliencia, el liderazgo, la creatividad y la capacidad de toma de decisiones. Estas habilidades resultan fundamentales para formar líderes que sean capaces de actuar de manera proactiva en entornos competitivos y en constante cambio. La educación emprendedora en el ámbito universitario ha demostrado tener un efecto que va más allá del aprendizaje técnico tradicional, desarrollando también habilidades emocionales, competencias sociales y pensamiento crítico, mediante métodos de aprendizaje activo y experiencial que unan la teoría con la práctica, así, los estudiantes no solo logran adquirir conocimientos operativos, sino que también desarrollan la mentalidad innovadora, la autonomía y la visión de

sostenibilidad que caracterizan a los emprendedores competentes, preparándolos para desenvolverse con éxito en escenarios empresariales dinámicos (Mukesh, 2023).

### **Importancia de la evaluación en contextos universitarios**

Es fundamental analizar las actitudes emprendedoras en alumnos universitarios de carreras relacionadas con empresas para determinar su grado de preparación, voluntad y capacidad para emprender, además de guiar políticas de promoción, rehacer programas académicos y fomentar una cultura emprendedora en el entorno educativo. Estos diagnósticos posibilitan el reconocimiento de fortalezas como la independencia, la iniciativa, el compromiso individual y la orientación hacia el mercado, así como de áreas que necesitan fortalecerse, tales como la creatividad, la planificación, la tolerancia al riesgo y la flexibilidad frente a las transformaciones (Instituto Tecnológico Superior de Centla, 2022).

Asimismo, entender las actitudes emprendedoras en etapas tempranas de formación posibilita el fortalecimiento del crecimiento de administradores de empresas que estén dedicados a la innovación, la sostenibilidad y la transformación social.

## **METODOLOGÍA**

La presente investigación adoptó un enfoque cuantitativo que se orientó a la recolección y análisis de datos numéricos con el fin de medir objetivamente las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas. El nivel de investigación fue descriptivo, pues se buscó caracterizar el perfil emprendedor de los futuros gestores universitarios sin establecer relaciones causales entre las variables.

La población de estudio estuvo conformada por 90 estudiantes matriculados desde el primer hasta el octavo ciclo en la Extensión Cañar de la Universidad Católica de Cuenca. De este grupo, se trabajó con una muestra de 71 estudiantes, seleccionada de manera intencional y no probabilística, considerando la disponibilidad y participación voluntaria de los encuestados.

Para la recolección de datos se utilizó una encuesta estructurada como instrumento, basada en el cuestionario adaptado del test de actitudes emprendedoras de Liñán y Chen, conocido internacionalmente como el Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ). Este instrumento, ampliamente validado en investigaciones previas, permite evaluar de manera integral las dimensiones que configuran la intención y actitud emprendedora.

El cuestionario se organizó en diferentes criterios de análisis: autonomía, innovación, autoconfianza, tolerancia al riesgo, necesidad de logro, actitudes y habilidades emprendedoras, actitud personal hacia el emprendimiento, normas subjetivas (influencia social percibida),

control conductual percibido (autoconfianza emprendedora), intención emprendedora (voluntad de emprender) y la formación como futuros gestores empresariales.

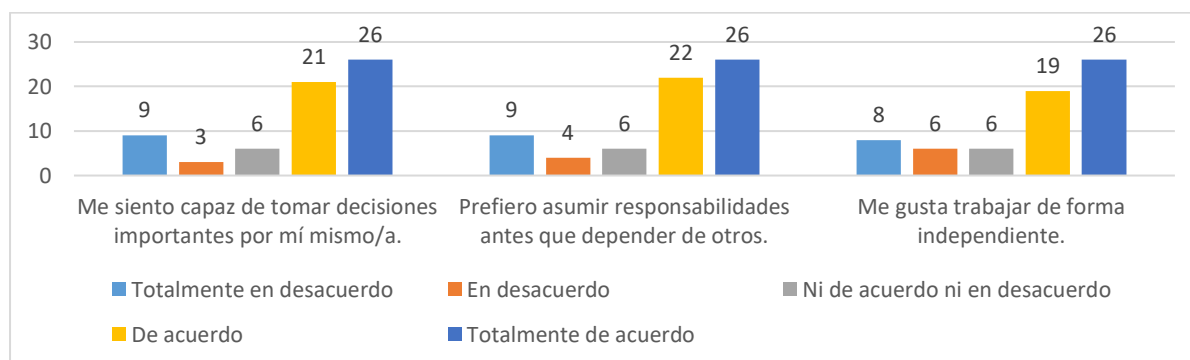
Los datos obtenidos fueron procesados mediante estadística descriptiva, lo que permitió identificar fortalezas y debilidades en el perfil emprendedor de los estudiantes, proporcionando información clave para el diseño de estrategias de formación orientadas al fomento del emprendimiento en el ámbito universitario.

## RESULTADOS

Los resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Extensión Cañar permiten identificar las actitudes emprendedoras presentes en su formación como futuros gestores empresariales. El análisis se organizó en torno a los principales criterios evaluados en el cuestionario adaptado del Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ) de Liñán y Chen, lo que permitió estructurar la información en dimensiones clave como: la autonomía, la innovación, la autoconfianza, la tolerancia al riesgo, la necesidad de logro, las actitudes y habilidades emprendedoras, así como la intención y disposición hacia el emprendimiento.

### Autonomía

Figura 1. Autonomía



Nota.

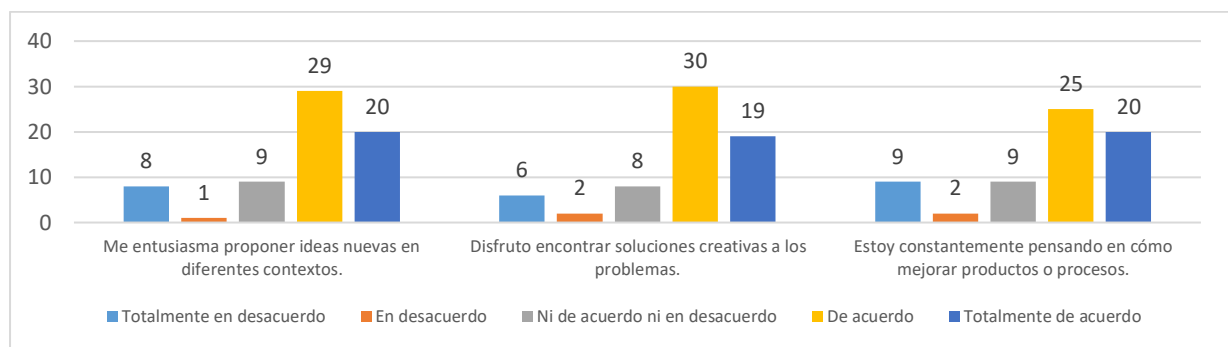
Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta (2025).

Los resultados indican que los estudiantes presentan una marcada inclinación hacia la autonomía, dimensión clave del perfil emprendedor, el cual se refleja en su disposición para tomar decisiones, asumir responsabilidades y trabajar de manera independiente. En términos generales, un 72,3% expresó acuerdo o total acuerdo con la afirmación sobre su capacidad para

tomar decisiones importantes por sí mismos, mientras que solo un 27,7% manifestó algún nivel de desacuerdo. De forma similar, al abordar la preferencia por asumir responsabilidades antes que depender de otros, un 71,6% se inclinó por las respuestas positivas, lo que confirma una marcada orientación hacia la autogestión, y el 69,2% de los estudiantes indicó que disfruta trabajar de manera independiente, frente a un 30,8% que no comparte esa percepción. Estos hallazgos concuerdan con investigaciones recientes que destacan la autonomía como un predictor clave de la intención emprendedora, al estar vinculada con la autoeficacia, la proactividad y la capacidad de liderazgo en contextos de incertidumbre (Liguori et al., 2021; Liñán et al., 2020).

## Innovación

Figura 2. Innovación



Nota.

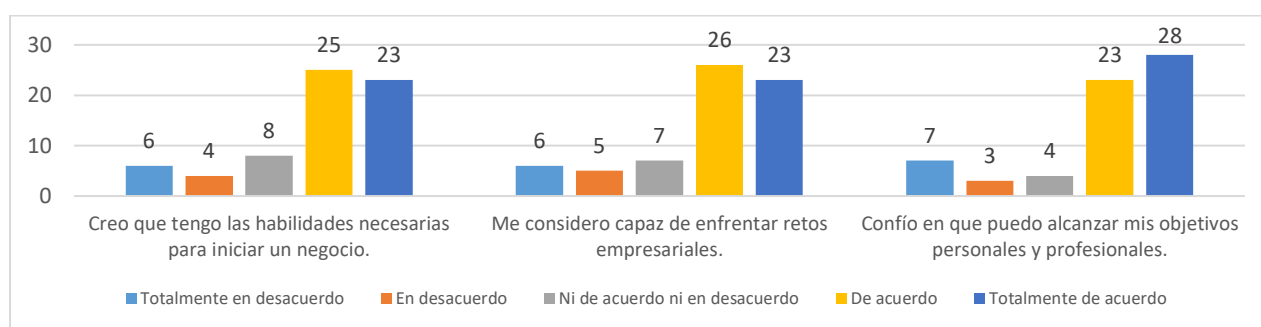
Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta (2025).

En cuanto a la innovación, los resultados muestran una tendencia positiva entre los estudiantes, reflejada en su entusiasmo por proponer ideas nuevas, encontrar soluciones creativas y mejorar continuamente productos o procesos. Un 81,8% manifestó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación sobre proponer ideas en diferentes contextos, mientras que apenas un 18,2% se ubicó en posiciones de desacuerdo. De igual forma, un 84,5% coincidió en que disfruta encontrar soluciones creativas a los problemas, en contraste con un 15,5% que expresó lo contrario, un 78,9% indicó que piensa constantemente en cómo mejorar productos o procesos, frente a un 21,1% que no comparte esa percepción. Estos hallazgos confirman que la creatividad y la innovación son componentes centrales en el perfil emprendedor, puesto que permiten transformar ideas en oportunidades de negocio sostenibles (Zhang & Huang, 2022). Estos resultados reflejan que la mayoría de los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas poseen una predisposición innovadora, lo cual constituye una fortaleza importante en su perfil emprendedor. Gámez y Toscano (2023) subrayan que los jóvenes con mayor

disposición hacia la innovación tienden a generar proyectos sostenibles y a mantener una ventaja competitiva frente a entornos tradicionales.

### Autoconfianza

Figura 3. Autoconfianza



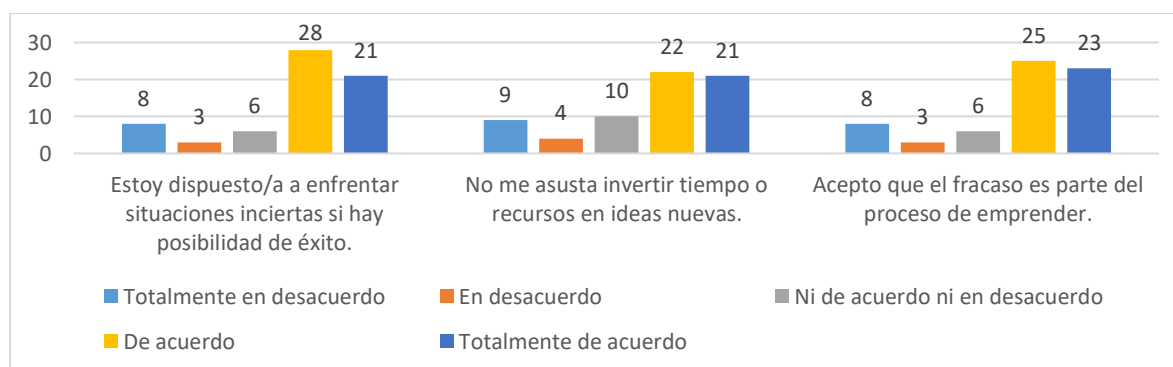
Nota.

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta (2025).

Los resultados reflejan que la autoconfianza constituye un rasgo destacado en los estudiantes encuestados, evidenciado en su percepción de poseer las habilidades necesarias para emprender y alcanzar objetivos personales y profesionales. En el ítem sobre contar con las competencias necesarias para iniciar un negocio, un 72,7% manifestó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo, frente a un 18,1% que expresó desacuerdo y un 9,2% que se mantuvo neutral. De igual manera, un 70.49% coincidió en sentirse capaz de enfrentar retos empresariales, mientras que solo un 29.51% mostró desacuerdo. En relación con la confianza para alcanzar metas personales y profesionales, un 78.46 % indicó respuestas positivas, frente a un 21.54% de respuestas negativas, según Valdivieso y Cañar (2025), la autoconfianza es uno de los predictores más sólidos de la intención emprendedora, ya que permite superar barreras psicológicas y enfrentar riesgos con mayor seguridad. Asimismo, Pailaqueo (2021) sostiene que los estudiantes con altos niveles de confianza personal muestran mayor persistencia en la consecución de objetivos emprendedores.

### Tolerancia al riesgo

Figura 4. Tolerancia al riesgo



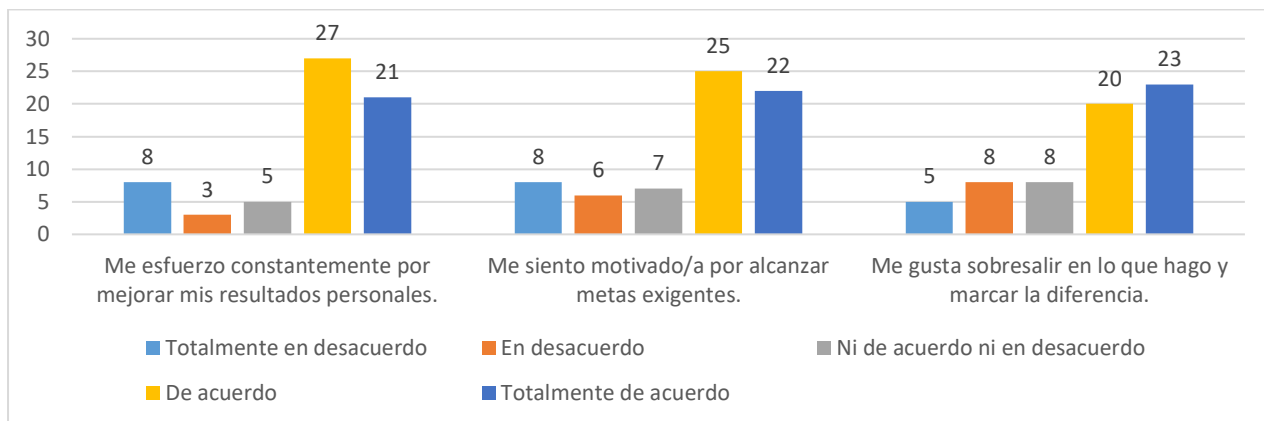
Nota.

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta (2025).

En cuanto a la disposición a enfrentar situaciones inciertas si existe posibilidad de éxito, un 79,5% manifestó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo, frente a un 15,9% que se mostró en desacuerdo y un 4,6% en total desacuerdo. De manera similar, el 78,8% indicó que no le asusta invertir tiempo o recursos en nuevas ideas, mientras que solo un 14,5% expresó desacuerdo, un 77,5% reconoció aceptar que el fracaso forma parte natural del proceso emprendedor, en contraste con un 22,5% que manifestó alguna postura negativa. Los resultados muestran que los estudiantes presentan una predisposición favorable hacia la asunción de riesgos, condición clave para el emprendimiento. La tolerancia al riesgo constituye un rasgo característico en los futuros gestores empresariales, Vega y Sanhueza (2020) destacan que el manejo del riesgo y la aceptación del fracaso fortalecen la capacidad de los emprendedores para sostener proyectos en el tiempo.

### Necesidad de logro

Figura 5. Necesidad de logro



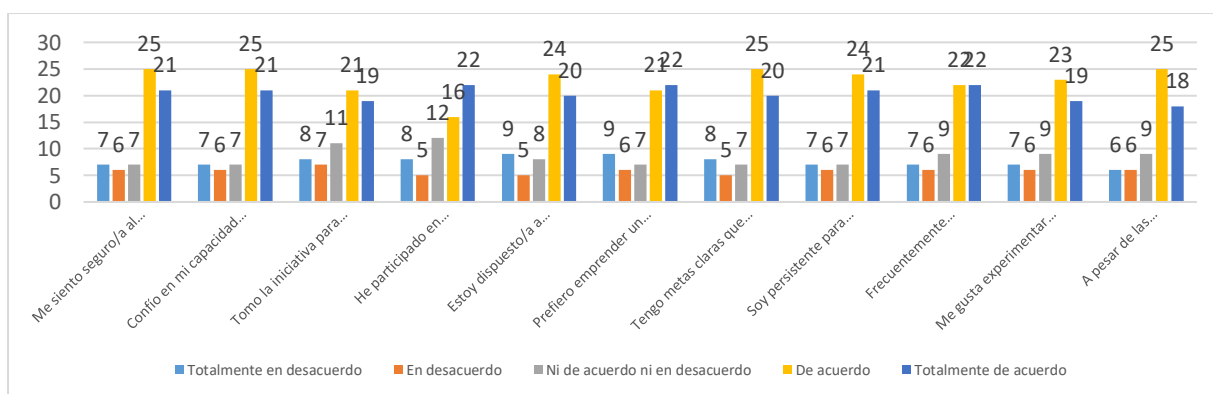
Nota.

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta (2025).

Los resultados evidencian que los estudiantes presentan una marcada orientación hacia la necesidad de logro, lo cual se refleja en su empeño por mejorar sus resultados, asumir metas exigentes y diferenciarse en lo que hacen, puesto que, en el ítem relacionado con el esfuerzo constante por mejorar el desempeño personal, un 68,2% manifestó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo, mientras que un 13,7% expresó desacuerdo y un 18,1% se mantuvo neutral. De manera similar, un 66,1% afirmó sentirse motivado a alcanzar metas exigentes, frente a un 19,1% que manifestó desacuerdo y el 67,6% coincidió en que le gusta sobresalir en lo que hace y marcar la diferencia, en contraste con un 18,1% que se inclinó por posturas negativas. Martínez y González (2022), señalan que la necesidad de logro es un motor clave para el emprendimiento y la innovación en jóvenes universitarios.

## Actitudes y habilidades emprendedoras

Figura 6. Actitudes y habilidades emprendedoras



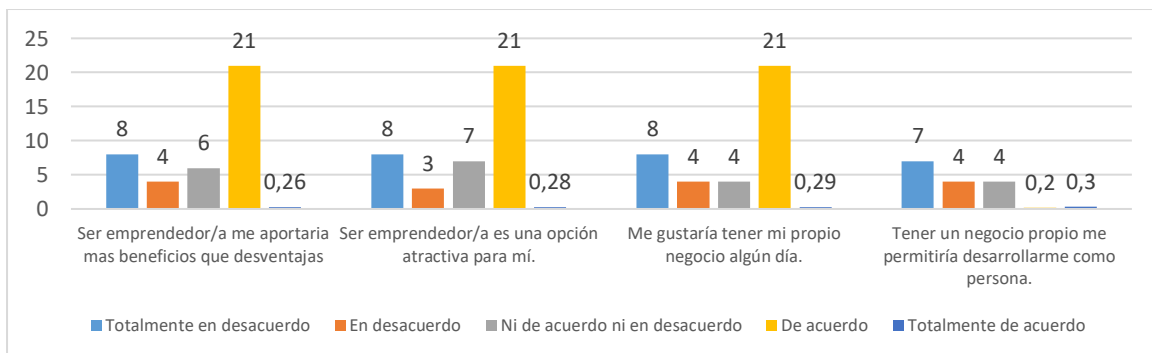
Nota.

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta (2025).

Los resultados muestran que los estudiantes presentan un perfil mayoritariamente favorable en actitudes y habilidades vinculadas al emprendimiento, lo cual evidencia confianza, iniciativa y creatividad en su formación profesional. En el ítem “Me siento seguro/a al presentar nuevas ideas frente a un grupo”, un 73% manifestó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo, reflejando seguridad en la comunicación de propuestas innovadoras. De manera similar, un 77,2% confió en su capacidad para liderar un proyecto emprendedor, lo que evidencia confianza en sus competencias directivas. En cuanto a la iniciativa personal, un 71,8% afirmó tomar decisiones sin necesidad de que se le solicite, mientras que un 69% indicó haber participado en actividades de liderazgo o emprendimiento universitario. Asimismo, un 75,3% declaró estar dispuesto a iniciar un negocio incluso con riesgo de fracaso y un 70,4% prefirió emprender aun cuando no contaba con todos los recursos. Por otro lado, un 74,6% aseguró tener metas claras de emprendimiento, un 72,1% se reconoció persistente para alcanzar sus objetivos y un 71,8% afirmó proponer ideas originales de manera frecuente. Un 74,6% declaró que disfruta experimentar con nuevas formas de resolver problemas y un 73,2% señaló que, pese a las limitaciones de recursos, busca soluciones creativas. Guerrero et al. (2021) subrayan que la iniciativa, la confianza y la creatividad son determinantes en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y que las competencias emprendedoras fortalecen la autopercepción de eficacia y predisponen al individuo a materializar sus ideas en proyectos viables.

### Actitudes hacia el Emprendimiento (Actitud Personal)

Figura 7. Actitud personal

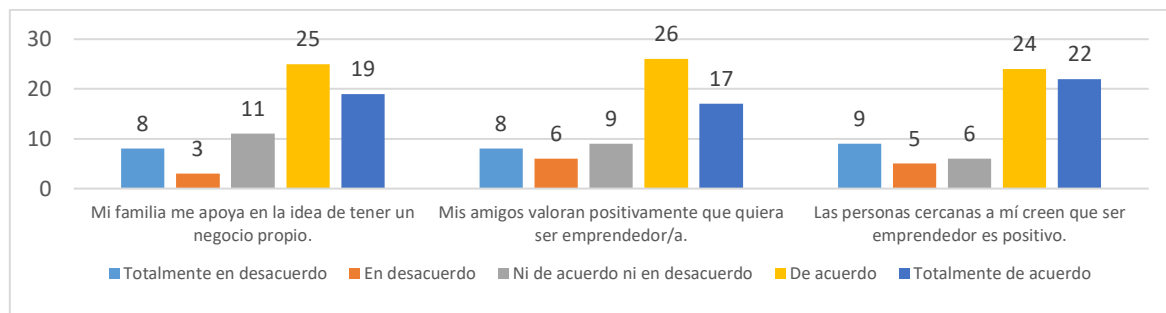


Nota.

Los resultados reflejan que los estudiantes presentan una predisposición positiva hacia el emprendimiento como proyecto de vida, destacando percepciones favorables sobre sus beneficios y posibilidades de desarrollo personal y profesional. En el ítem “Ser emprendedor/a me aportaría más beneficios que desventajas”, un 73,8% de los encuestados se mostró de acuerdo o totalmente de acuerdo, frente a un 26,2% que expresó desacuerdo. De manera similar, un 76,1% consideró que el emprendimiento es una opción atractiva para su futuro, mientras que un 23,9% manifestó posturas negativas. Un 74,6% indicó que le gustaría tener su propio negocio algún día, en contraste con un 25,4% en desacuerdo. En el ítem “Tener un negocio propio me permitiría desarrollarme como persona” obtuvo un 79% de acuerdo o total acuerdo lo que confirma la fuerte valoración del emprendimiento no solo como fuente de ingresos, sino también como vía de crecimiento integral. Nabi et al. (2018), argumentan que la actitud personal positiva hacia el emprendimiento es uno de los predictores más sólidos de la intención emprendedora en estudiantes universitarios.

### Normas subjetivas (influencia social percibida)

Figura 8. Influencia social



Nota.

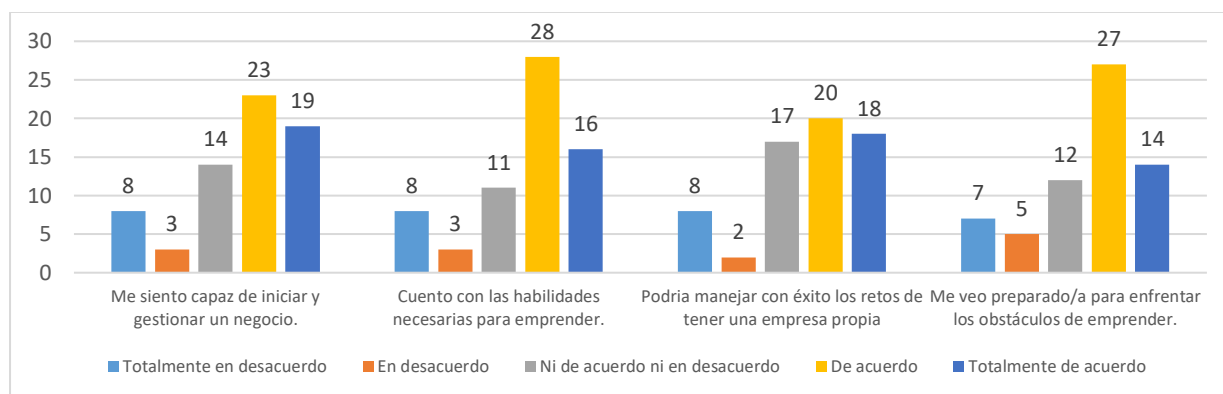
Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta (2025).

En el ítem “Mi familia me apoya en la idea de tener un negocio propio” un 76% expresó acuerdo o total acuerdo, frente a un 12% que manifestó desacuerdo. De igual forma, un 72,6% señaló que sus amigos valoran positivamente la decisión de emprender, mientras que solo un 11,3% se inclinó por posturas negativas. Un 73,2% indicó que las personas cercanas consideran positivo que opte por ser emprendedor, en contraste con un 11,2% en desacuerdo. Los resultados indican que los estudiantes perciben un fuerte respaldo social hacia el

emprendimiento, lo que refuerza la importancia del entorno cercano en la formación de actitudes emprendedoras. La literatura reciente respalda estos hallazgos, destacando que el apoyo social constituye un predictor indirecto pero relevante de la intención emprendedora, al fortalecer la autoconfianza y las actitudes positivas hacia la creación de negocios (García-González et al., 2020; Elnadi & Gheith, 2021)

### Control conductual percibido (Autoconfianza emprendedora)

Figura 9. Autoconfianza emprendedora



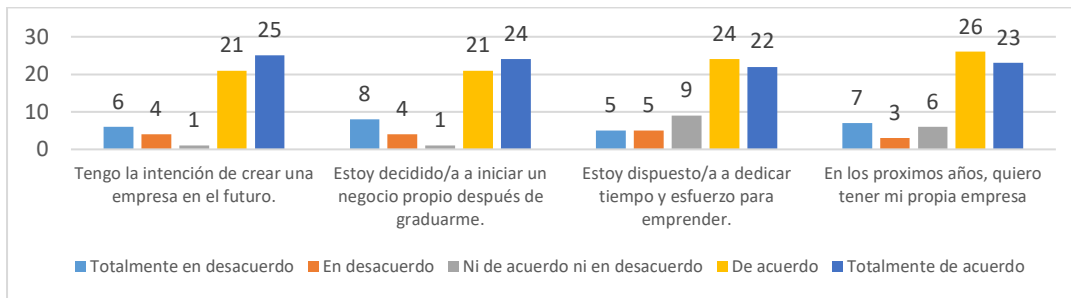
Nota.

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta (2025).

En el ítem “Me siento capaz de iniciar y gestionar un negocio”, un 71,8% se mostró de acuerdo o totalmente de acuerdo, mientras que solo un 11,2% expresó desacuerdo. De manera similar, un 74,6% indicó contar con las habilidades necesarias para emprender, frente a un 11,3% que manifestó posturas negativas. En relación con la afirmación “Podría manejar con éxito los retos de tener una empresa propia”, un 69% mostró confianza en sus capacidades, aunque un 14% se declaró en desacuerdo. Un 72,1% expresó sentirse preparado para enfrentar obstáculos en el proceso emprendedor, en contraste con un 11,2% que manifestó desacuerdo. Estos hallazgos coinciden con la literatura reciente que resalta la autoeficacia emprendedora como un factor determinante en la intención de emprender, ya que influye directamente en la disposición a actuar, superar barreras y sostener la persistencia en escenarios de incertidumbre (Newman et al., 2022; Ferreira et al., 2020).

### Intención emprendedora (Voluntad de emprender)

Figura 10. Voluntad de emprender



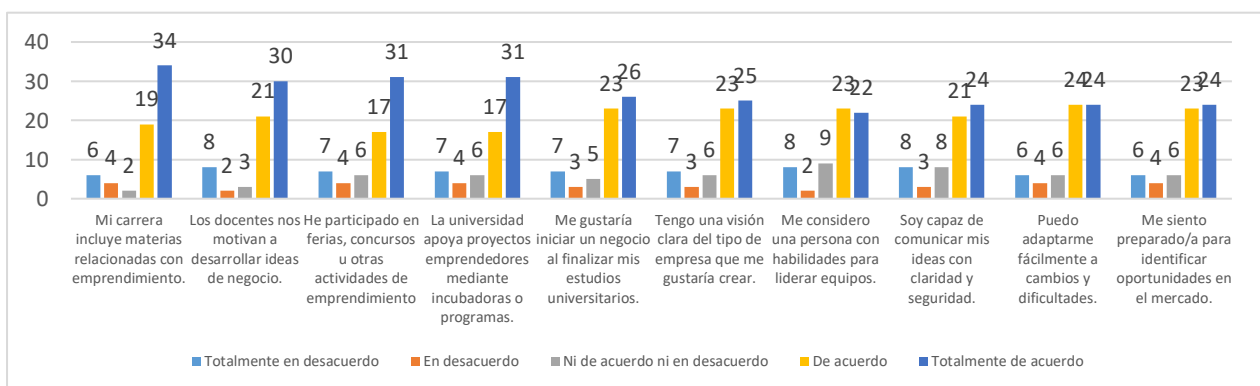
Nota.

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta (2025).

Los resultados reflejan que los estudiantes presentan una fuerte intención emprendedora, lo cual confirma su disposición a transformar sus ideas en proyectos concretos. En el ítem “Tengo la intención de crear una empresa en el futuro”, un 71,8% manifestó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo, en contraste con un 14% que expresó desacuerdo. De manera similar, un 65,6% afirmó estar decidido a iniciar un negocio propio después de graduarse, aunque un 15,5% se mostró en desacuerdo. En cuanto a la disposición a dedicar tiempo y esfuerzo para emprender, un 71,9% indicó respuestas positivas, mientras que un 12,7% mantuvo posturas negativas. Un 69% declaró que en los próximos años desea tener su propia empresa, frente a un 12,6% en desacuerdo. Este resultado revela que, si bien la mayoría de los estudiantes poseen una clara orientación emprendedora, aún persisten dudas que podrían ser reducidas mediante programas formativos de incubación, mentoría y acceso a financiamiento. Tal como señalan González y Martínez (2022), las universidades desempeñan un papel decisivo al reforzar la intención emprendedora mediante experiencias educativas prácticas que permitan a los estudiantes visualizar el emprendimiento como una opción viable y sostenible.

### Formación como futuros gestores empresariales

Figura 11. Formación como futuros gestores empresariales



*Nota.*

*Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta (2025).*

Estos datos evidencian que los estudiantes reconocen en su formación universitaria un fuerte componente orientado al emprendimiento, lo cual se refleja en la valoración positiva de las materias, el acompañamiento docente y las oportunidades prácticas que ofrece la institución. Un 74,6% señaló que su carrera incluye asignaturas vinculadas con el emprendimiento, mientras que un 72,1% afirmó que los docentes los motivan a desarrollar ideas de negocio. Asimismo, un 69% indicó haber participado en ferias, concursos u otras actividades relacionadas, y un 71,8% manifestó que la universidad apoya proyectos emprendedores mediante incubadoras o programas de apoyo. En cuanto a sus aspiraciones, un 75,3% expresó interés en iniciar un negocio al finalizar los estudios y un 72,5% aseguró tener una visión clara del tipo de empresa que desearía crear. Del mismo modo, un 73,2% se reconoció con habilidades para liderar equipos, un 74,6% afirmó poder comunicar sus ideas con claridad, un 71,9% destacó su capacidad de adaptación a cambios y un 73,2% manifestó sentirse preparado para identificar oportunidades en el mercado. Estos hallazgos coinciden con investigaciones recientes que resaltan el papel de la formación universitaria en emprendimiento como un factor determinante para fortalecer la intención emprendedora, al promover competencias prácticas, liderazgo, desarrollo de competencias blandas y resiliencia frente a escenarios dinámicos (Fayolle & Liñán, 2020; Nabi et al., 2018; Walter & Block, 2021).

## **DISCUSIÓN**

Los resultados obtenidos en este estudio evidencian que los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca, Extensión Cañar, poseen un perfil emprendedor favorable, caracterizado por altos niveles de autonomía, innovación, autoconfianza y tolerancia al riesgo. Estas dimensiones se constituyen en pilares fundamentales del emprendimiento, en tanto facilitan la toma de decisiones independientes, la generación de ideas novedosas y la disposición a enfrentar contextos de incertidumbre.

La autonomía y la autoconfianza fueron dimensiones destacadas, ya que más del 65% de los estudiantes manifestó sentirse capaz de tomar decisiones, asumir responsabilidades y trabajar de manera independiente, los hallazgos coinciden con lo señalado por Liguori et al. (2021) y Ferreira et al. (2020), quienes destacan que la autonomía y la autoconfianza emprendedora fortalecen la capacidad de liderazgo y la persistencia en escenarios adversos. La dimensión de innovación se mostró como una de las más consistentes, con estudiantes que manifestaron

entusiasmo por proponer ideas y mejorar procesos. Esto confirma lo planteado por García et al. (2020), al señalar que la creatividad y la innovación no solo son rasgos deseables, sino también factores que potencian la intención emprendedora en universitarios. De igual manera, la necesidad de logro se posiciona como un motor interno que impulsa a los jóvenes hacia metas exigentes y retos empresariales, lo cual concuerda con lo encontrado por Karimi (2020), quien enfatiza el papel de esta dimensión en la consolidación de emprendimientos sostenibles.

En relación con la tolerancia al riesgo, los resultados reflejan una disposición mayoritaria de los estudiantes a enfrentar la posibilidad de fracaso como parte natural del proceso emprendedor. Este hallazgo resulta relevante, ya que investigaciones como las de Neneh (2022) y Elnadi & Gheith (2021) han demostrado que aceptar la incertidumbre y aprender del fracaso son elementos que incrementan la resiliencia y favorecen la sostenibilidad de los proyectos. Otro aspecto relevante corresponde a las actitudes emprendedoras y habilidades transversales, donde predominan percepciones positivas en torno a la iniciativa, la persistencia, la comunicación de ideas y la capacidad de adaptación. Estos resultados coinciden con Newman et al. (2022), quienes subrayan que la combinación de actitudes favorables con competencias blandas aumenta significativamente la probabilidad de convertir la intención en acción emprendedora. La influencia social también emergió como un factor determinante, dado que la familia, los amigos y el círculo cercano fueron percibidos como un soporte en la decisión de emprender. Esto respalda lo señalado por García et al. (2020), para quienes el entorno social actúa como un elemento motivador y de validación que impacta indirectamente en la intención de crear empresas. La formación universitaria se destacó como un eje central, pues los estudiantes valoraron positivamente las asignaturas relacionadas con emprendimiento, el acompañamiento de los docentes y la participación en actividades prácticas como ferias y programas de incubación. Este hallazgo coincide con Fayolle & Liñán (2020) y Nabi et al. (2018), quienes resaltan que la educación en emprendimiento con metodologías activas es determinante para fortalecer la intención emprendedora, consolidar competencias y facilitar la transición de las ideas a la acción empresarial. Por su parte, Cisneros y Hernández (2022), sostienen que la educación emprendedora debe trascender la teoría y vincularse con experiencias prácticas que fortalezcan la confianza y la resiliencia empresarial. Los hallazgos de esta investigación ratifican que el perfil emprendedor de los futuros gestores empresariales no se construye únicamente a partir de rasgos individuales como la autonomía o la autoconfianza, sino también de factores contextuales como el apoyo social y la formación universitaria. Así, se configura un ecosistema de competencias y condiciones que, cuando se

articulan, incrementan la probabilidad de generar emprendimientos sostenibles e innovadores en el contexto local.

## CONCLUSIONES

El análisis del perfil emprendedor de los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Extensión Cañar permitió identificar un conjunto de fortalezas y debilidades que configuran su disposición hacia el emprendimiento. A partir de los resultados obtenidos y del contraste con la literatura reciente, se plantean las siguientes conclusiones:

Los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca, Extensión Cañar, presentan un perfil emprendedor favorable, caracterizado por altos niveles de autonomía, innovación, autoconfianza y tolerancia al riesgo, dimensiones que constituyen bases sólidas para el desarrollo de iniciativas empresariales.

La necesidad de logro y las actitudes emprendedoras se consolidan como motores internos que impulsan a los estudiantes hacia metas exigentes, persistencia frente a obstáculos y disposición a convertir ideas en proyectos concretos, lo que evidencia un potencial significativo para la creación de emprendimientos sostenibles.

La influencia social, especialmente el apoyo de la familia, amigos y entorno cercano, se reconoce como un factor clave en la formación de actitudes positivas hacia el emprendimiento, actuando como elemento de motivación y validación social.

La formación universitaria cumple un rol determinante en el fortalecimiento del perfil emprendedor, al integrar asignaturas, actividades extracurriculares, proyectos y programas de incubación que permiten a los estudiantes adquirir competencias prácticas, confianza y resiliencia en contextos de incertidumbre.

El perfil emprendedor de los futuros gestores empresariales se construye mediante la interacción de factores individuales, sociales y académicos, lo que subraya la importancia de potenciar ecosistemas universitarios de apoyo al emprendimiento que estimulen la creatividad, la innovación y la creación de empresas con impacto económico y social en el territorio.

La presente investigación ha contribuido a definir de forma integral el perfil emprendedor de los futuros gestores empresariales universitarios, resaltando que los hallazgos enfatizan lo crucial que es fortalecer la tolerancia al riesgo mediante métodos activos y empresariales, además de promover una educación universitaria enfocada en el emprendimiento para

fortalecer las habilidades necesarias. Asimismo, el estudio destaca la importancia del ambiente social y comunitario como un factor catalizador de las aspiraciones emprendedoras, lo cual indica que se debe incorporar este enfoque en las acciones educativas. Como líneas futuras de investigación, se sugiere ampliar la exploración de estudios longitudinales que analicen el efecto de distintos enfoques formativos en la intención emprendedora, investigar estrategias efectivas para fortalecer la tolerancia al riesgo en contextos académicos, y explorar con mayor detalle como variables del entorno (familia, pares, redes de apoyo) moldean el perfil emprendedor. Con ello, se enriquece el cuerpo teórico existente y se brinda orientaciones prácticas para fortalecer las actitudes emprendedoras en el ámbito universitario.

## REFERENCIAS CONSULTADAS

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Alcocer, E. (2021). Motivación y Emprendimiento Empresarial en Estudiantes Universitarios.
- Fayolle Alain, & B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.
- Araujo, A. L. (2023). Nivel de actitud emprendedora y su relación con la capacidad de crear un negocio. *Repositorio Universidad Nacional Federico Villarreal*.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W.H. Freeman and Company.
- Bautista Penna, R. (2021). Gestión estratégica del riesgo y su importancia en las buenas prácticas empresariales. *Revista Eruditus*, 2(1), 9–24.
- BBVA. (2023). ¿Qué habilidades son necesarias para ser emprendedor?
- Benoît, F. A. (2008). From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7).
- Calanche Urribarri, A. D.-P. (2023). Competencias e intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios. *Revista Universidad y Empresa*, 25(45), 1–32.
- Centla, I. T. (2022). Diagnóstico de las actitudes emprendedoras en estudiantes de ingeniería en Gestión Empresarial. *Revista Iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*.
- Coronel, M. L. (2023). Papel de la educación superior para el desarrollo de emprendimientos y emprendedores. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(3), 1833–1847.
- Cortés, L., Martínez, G., Torres, J., & Calvillo, M. (2024). Comunicación interna en las organizaciones: factores que revelan la difusión de la información, la sostenibilidad social, satisfacción y la productividad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(4), 2095–2103. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2396>
- Donaldson, F. (2024). Barreras emocionales y sociales en el emprendimiento social: el rol del miedo al fracaso. *Revista de Emprendimiento Social*, 3(1), 45–60.
- Escudero, A. L. (2023). Análisis factorial para la valoración de actitud emprendedora en estudiantes universitarios. *Revista Científica*.
- Fuentelsaz, L. C. (2020). El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. *Universia Business Review*, 47, 64–81.
- Gavilanes, M. E. O., Pillaga, R. T. R., & Espinoza, C. G. O. (2020). Reflexiones sobre emprendimiento comunitario y desarrollo local. *Dominio de las ciencias*, 6(3), 121-139.

- G.E.M. (2024). *Emprendimiento*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA), London Business School.
- Gámez, D., & Toscano, J. (2023). Importancia del liderazgo transformacional en la cultura y resultados organizacionales: una revisión sistemática. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(6), 1108–1126. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i6.8748](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i6.8748)
- García-González, A., Ramírez-Montoya, M. S., & Rodríguez-Abitia, G. (2020). Factors that influence entrepreneurial intention in higher education students. *Revista de Educación*, 389, 34–58. <https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2020-389-455>
- García-Solarte, M., & Botero, S. (2021). Liderazgo transformacional y cultura organizacional: una mirada desde Latinoamérica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), 793–812. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.94.21>
- Gómez, J., & Marín, A. (2021). Creatividad e innovación como ejes del emprendimiento en la educación superior. *Revista Educación y Humanismo*, 23(40), 1–15. <https://doi.org/10.17081/eduhum.23.40.4482>
- Gómez, M. O. (2023). Actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios: caso institución de educación superior en Colombia. *Revista Tendencias*, XXIV(1), 174–197.
- Guerrero, M., Herrera, F., & Urbano, D. (2021). Entrepreneurial universities and socio-economic development: A literature review. *Technological Forecasting and Social Change*, 170, 120872. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120872>
- Keller, V. A. (2021). Actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios de primer año en Chile. *Formación Universitaria*, 14(4), 103–114.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice* (10th ed.). Cengage Learning.
- Leal Morantes, M. E. (2021). Tecnología de información e innovación: factores clave de la competitividad en las pequeñas y medianas empresas. *Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), 84–97.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2023). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(2), 331–357. <https://doi.org/10.1108/IJEER-05-2022-0507>
- Martínez-López, J., & González-González, C. (2022). Liderazgo transformacional y su impacto en la motivación laboral. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(99), 899–915. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.99.26>
- Mora-Riapira, E., & Perilla-Toro, L. (2020). Liderazgo transformacional y bienestar en las organizaciones. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(3), 87–101. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33534>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2018). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 17(2), 277–299. <https://doi.org/10.5465/amle.2016.0026>

- Pailaqueo, M. P. V. (2021). Liderazgo transformacional: dimensiones e indicadores. *Revista Educación y Sociedad*. Redalyc. <https://www.redalyc.org/journal/6870/687072342001/>
- Paredes, L. (2024). Competencias emprendedoras para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior. *Revista de Ciencias Sociales*, 28, 297–313.
- Ratten, V. (2020). Coronavirus and international business: An entrepreneurial ecosystem perspective. *Thunderbird International Business Review*, 62(5), 629–634. <https://doi.org/10.1002/tie.22161>
- Sánchez, J. C. (2008). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2).
- Sánchez-García, J. C., Araya-Pizarro, S., & Palma, M. (2022). Desarrollo de competencias emprendedoras en educación superior: Un análisis comparativo. *Revista Española de Pedagogía*, 80(283), 207–228. <https://doi.org/10.22550/REP80-2-2022-05>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Sierra Bravo, G. (2015). La encuesta como técnica de investigación. *Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos*. Atención Primaria, 27.
- Solesvik, M. (2022). Entrepreneurial resilience: A review and future research agenda. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(6), 867–884. <https://doi.org/10.1108/JSBED-07-2021-0265>
- S., A. P. (2021). Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento: impulsores claves de la intención emprendedora. *Revista CIE*.
- UNESCO. (2021). *Education for Sustainable Development: A roadmap*.
- Valdivieso, D., & Cañar, J. (2025). El liderazgo transformacional en la toma de decisiones de la cooperativa de ahorro y crédito Virgen del Cisne, cantón Latacunga. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(1), 888–906. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3388>
- Vega-Muñoz, A., Araya-Castillo, L., & Sanhueza, A. (2020). Reconocimiento laboral y liderazgo en organizaciones latinoamericanas. *Revista Inclusiones*, 7(4), 146–163. <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/1803>
- Zamarripa Montes, J. M. (2022). El rol del líder transformacional en equipos diversos y sus efectos en el rendimiento. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*. SciELO México. <https://doi.org/10.20318/reviberoampsied.2022.04>



Universidad  
Católica  
de Cuenca

## AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

### AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

**Noemi Rocio Pomavilla Zhinin** portador(a) de la cédula de ciudadanía N° 030203000. En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación “**Evaluación de las actitudes emprendedoras en futuros gestores empresariales universitarios**” de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cañar, 17 de Octubre 2025

F:   
**Noemi Rocio Pomavilla Zhinin**  
C.I. 0302903000