

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Efecto de la esperanza y actitud hacia el largo plazo como determinantes
de la intención emprendedora de los guayaquileños: Un estudio
generacional

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Presentado por:

Milena Aracely Parrales Soledispa

Luis Armando Ribas Moreno

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2020

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a mis padres, quienes me han enseñado el valor del esfuerzo y la constancia para lograr las metas que me proponga; a mi abuelita, por los valores con los que me ha criado; y a mis hermanos, por ser ese apoyo incondicional en mi vida.

Luis Armando Ribas Moreno

El presente proyecto lo dedico a mis padres, quienes han sido ejemplo y motivación durante toda mi vida; a mis hermanos por ser incondicionales en toda adversidad que se me presenta; y a todos mis tíos, primos y abuelos, por estar siempre apoyándome en cada momento de mi vida.

Milena Aracely Parrales Soledispa

AGRADECIMIENTOS

Mis más sinceros agradecimientos a la ESPOL, por los valores y conocimientos que me ha brindado; a mis compañeros y amigos, quienes hicieron que esta etapa sea la más memorable; y por último a los autores Marcin Staniewski y Katarzyna Awruk por su valioso aporte a la presente investigación.

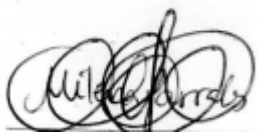
Luis Armando Ribas Moreno

Mis más sinceros agradecimientos a ESPOL, por todos los conocimientos brindados; a los autores Marcin Staniewski y Katarzyna Awruk por su aporte desinteresado en la presente investigación; a mi mejor amiga Denisse Villamar, por ser mi dupla en todo momento; a toda mi familia, por siempre darme aliento cuando sentía que ya no podía más; y por último a mi compañero de materia integradora Luis Ribas, sin él nada de esto hubiera sido posible.

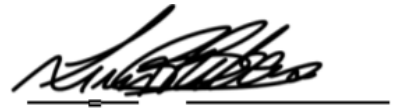
Milena Aracely Parrales Soledispa

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, me(nos) corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; (*nombre de los participantes*) y doy(damos) mi(nuestro) consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"



Autor 1
Milena Aracely Parrales
Soledispa



Autor 2
Luis Armando Ribas
Moreno

EVALUADORES

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a final vertical stroke on the right side.

.....
Tutor

Ronald Campoverde Aguirre, Ph.D.

RESUMEN

El presente trabajo busca determinar el efecto de la esperanza y la actitud a largo plazo en intención emprendedora, por medio de un estudio cuantitativo para comprensión de las evidencias significativas entre las generaciones. Se reconoce la importancia que tiene emprender actualmente, por lo que se aportó con información nueva con el fin de proveer un mayor entendimiento en la intención emprendedora, tomando como variable el efecto de la esperanza y la actitud a largo plazo acorde a las generaciones. Para la recolección de datos se contactó a los autores del Start-Up Intentions Questionnaire (SulQ), Marcin Staniewski y Katarzyna Awruk, quienes autorizaron su uso para la presente investigación. Además, se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, estimando los datos realizando los métodos de ecuaciones estructurales y análisis factorial confirmatorio. Los resultados obtenidos reflejaron que la Esperanza, como rasgo de personalidad cognitivo, incide de forma directa en la Intención Emprendedora. Además, se evidenció que la Generación Y mostró ser el grupo poblacional con los niveles más altos de Esperanza Disposicional e Intención Emprendedora, ya que ha sido la generación que más experiencia tiene en negocios propios además de contar con preparación académica.

Palabras Clave: intención emprendedora, esperanza disposicional, actitud, cambios generacionales, Start-Up Intentions Questionnaire.

ABSTRACT

This work seeks to determine the effect of hope and long-term attitude on entrepreneurial intent, by means of a quantitative study to understand the significant evidence between generations. It recognizes the importance that it currently has to undertake, so it was provided with new information in order to provide a greater understanding of the entrepreneurial intention, taking as a variable the effect of hope and long-term attitude according to the generations. The authors of the Start-Up Intentions Questionnaire (SuIQ), Marcin Staniewski and Katarzyna Awruk were contacted for data collection. In addition, non-probabilistic sampling was carried out for convenience, estimating the data using structural equations and confirmatory factor analysis methods. The results obtained reflected that Hope, as a trait of cognitive personality, directly affects the Entrepreneurial Intent. In addition, it was evident that Generation Y showed itself to be the population group with the highest levels of Dispositional Hope and Entrepreneur Intent, as it has been the generation that has the most experience in its own business as well as academic preparation.

Keywords: Entrepreneurial intent, dispositional hope, attitude, generational changes, Start-Up Intentions Questionnaire

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	I
ABSTRACT	II
ÍNDICE GENERAL	I
ABREVIATURAS	III
ÍNDICE DE FIGURAS	IV
ÍNDICE DE TABLAS	V
CAPÍTULO 1	1
1. Introducción	1
1.1 Descripción del problema	3
1.2 Justificación del problema	3
1.3 Objetivos	5
1.4 Marco teórico	5
1.5 Hipótesis	10
CAPÍTULO 2	11
2. Metodología	11
2.1 Diseño de la Investigación	11
2.2 Tipo de Investigación	11
2.3 Alcance de la investigación	12
2.4 Horizonte de Tiempo	12
2.5 Técnicas de recolección de datos	12
2.6 Población y muestra	13
2.7 Recolección de Datos	13
CAPÍTULO 3	16
3. Resultados Y ANÁLISIS	16
CAPÍTULO 4	18
4. Conclusiones Y RECOMENDACIONES	18

Recomendaciones	19
BIBLIOGRAFÍA	20
APÉNDICES	23

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
TCP	Teoría de Comportamiento Planificado
SulQ	Start-up Intentions Questionnaire
TEA	Tasa de Actividad Emprendedora Temprana
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
CIE	Cuestionario de Intención Emprendedora

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Modelo de Esperanza e Intención Emprendedora	10
Figura 3.1 Cargas factoriales del Modelo de Esperanza e Intención Emprendedora	16

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1 Comparación de las cargas factoriales estandarizadas	15
Tabla 3.2 Distribución de la muestra por generaciones	16
Tabla 3.3 Distribución de las generaciones por el grado académico culminado	16
Tabla 3.4 Distribución de las generaciones por el estado civil	16
Tabla 3.5 Distribución de las generaciones por la experiencia en negocios	17
Tabla 3.6 Influencia de la Esperanza y la Intención Emprendedora en las Generaciones	17
Tabla 3.7 Influencia de la Esperanza y la Intención Emprendedora en las Generaciones	17

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo busca conocer el efecto de la esperanza y actitud a largo plazo como determinantes de la intención emprendedora de los guayaquileños. Se considerarán a individuos mayores de edad que radiquen en la ciudad de Guayaquil. La investigación se basa en la Teoría de la Esperanza de Snyder (2002), la Teoría de la Intención Emprendedora de Krueger (1993) y la Teoría de Comportamiento Planificado (TCP) de Ajzen (1991), ya que cada elemento de estos estudios ha demostrado afectar de forma significativa la intención emprendedora.

Por otra parte, también se busca demostrar en qué medida difieren los efectos de la intención emprendedora en función de las generaciones existentes en la ciudad de Guayaquil, puesto que la revisión literaria puso en conocimiento que existen mentalidades distintas según las generaciones a las que pertenecen los individuos. Para lograr medir la intención emprendedora y a su vez conocer cuáles son los antecedentes capaces de explicarla de forma veraz, se toma como referencia el Start-up Intentions Questionnaire (SulQ).

Conocer las causas de la intención emprendedora ha sido foco de estudio e investigaciones en muchos países y por muchas generaciones. El Banco Mundial informó que en América Latina y el Caribe es donde más se emprende según cifras oficiales. Existe un número elevado de empresarios per cápita y la mayor cantidad de proyectos generados en comparación con otras regiones, pero esto no quiere decir que existe un crecimiento económico (Revista Líderes, 2020).

Emprender se ha vuelto muy común con el pasar de los años, no existe edad para emprender ni un mercado específico donde hacerlo. Una muestra de ello es el aumento de páginas en las redes sociales para promocionar productos. Según la revista Líderes (2020), 3.6 millones de personas emprendieron en el año 2019. Uno de cada tres adultos en el Ecuador inició un negocio en este año, esta información fue registrada por el reporte Monitor de Emprendimiento Global (GEM por sus siglas en inglés) del 2019. La

presentación de los resultados estuvo a cargo de ESPAE, la Escuela de Negocios de la Escuela Politécnica del Litoral (ESPAE, 2020).

Uno de los principales indicadores del GEM es la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), que incluye a todas las personas adultas que están en el proceso de comenzar un negocio o han iniciado uno de que no sobrepasa el umbral de 42 meses. Durante el año 2019, arrojó un valor de 36.2 % para Ecuador, que es superior a la de 2017 que fue de 29.6 %. El cambio se dio porque existen más personas con intención emprendedora, que toman acciones para poner en marcha su nuevo negocio que aún no está en funcionamiento (ESPAE, 2020).

La TEA reportó que las mujeres predominan en la actividad de emprender en el Ecuador y la mayoría reside en la zona urbana. También se dio a conocer que más de la mitad de las personas que deciden iniciar un negocio tienen menos de 35 años y son personas con mejor formación. Además, el sector predilecto para emprender es el comercio (ESPAE, 2020).

Ante la emergencia sanitaria que se vive actualmente, hay organizaciones que decidieron ayudar a los pequeños negocios apenas empezó la pandemia. Una de ellas fue la organización Épico, que es una empresa pública de emprendimiento e innovación del Municipio de Guayaquil. Esta organización implementó la mesa de trabajo 'Guayaquil se levanta', que aportó con una plataforma de comercio electrónico donde se registraron un total de 1500 emprendedores (Revista Líderes, 2020).

En el contexto emprendedor, los Baby Boomers son la generación con más experiencia, quienes han culminado su ciclo de trabajo e impulsado las innovaciones que actualmente son normales para todos. Existe también la generación X, quienes son elogiados por su entrega total al trabajo y también han sido los protagonistas de todos los cambios que la tecnología ha sufrido. Asimismo, los Millennials, conocidos también como los nativos digitales, son denominados una fuerza de trabajo en ascenso, ya que tienen como ventaja su capacidad de aprendizaje debido a la rapidez con la que la información viaja actualmente. Finalmente, se tiene a la generación Z, quienes se caracterizan por la aproximación única a las tecnologías de la información y por la edad de las personas que la componen (Inacap, 2017-2018).

En Ecuador, la Generación Z incorpora la mayoría de la población, representada por un 41 % según cifras oficiales del INEC en comparación con otras generaciones. Los Millennials el 25 %, la generación X un 17 %, los Baby Boomers acumulan el 13 % y otra categoría denominada Tradicionalistas el 13 % restante. Las diferencias generacionales, facilidad al acceso a la educación superior y la demanda laboral han cambiado la sociedad. Sin embargo, Ecuador es un país que no genera muchas plazas laborales, ya que las empresas y el tamaño del país no crecen a la par (Guapulo, 2018).

La intención se define como un proceso necesario antes de actuar, y de acuerdo con la investigación sobre comportamiento se afirma que es la mejor explicada en comparación con otros factores, como el psicológico. La intención emprendedora es un estado mental que los individuos tienen y que se relaciona con constructos de la personalidad positivos, los cuales se consideran de carácter cognitivo (Selgman & Csikszentmihalyi, 2000).

1.1 Descripción del problema

Según el informe “Emprendimiento: 10 años sin evolución sustancial” realizado por la Escuela de Negocios ESPAE, Ecuador tiene la tasa de emprendimientos más alta de la región andina: 29.6 %. Sin embargo, más de la mitad de estos no supera los tres años de vida (ESPAE, 2018) .

Con la actual situación generada por el COVID-19, el 82 % de la población ecuatoriana ha optado por emprender, debido a la falta de empleo y la necesidad de conseguir ingresos para sus hogares (El Universo, 2020). Dicha situación, ratifica lo sucedido en años pasados sobre los motivos de emprendimiento en el país, pues en el Ecuador se emprende más por necesidad que por oportunidad. Lo que resulta interesante para el presente proyecto, pues se busca conocer cómo influye las dimensiones de la esperanza y como estas afectan a los motivos y barreras que tienen los emprendedores guayaquileños, y su incidencia en el largo plazo.

1.2 Justificación del problema

Actualmente existen estudios sobre la intención emprendedora a través de varias metodologías que se apoyan en teorías muy conocidas, pero no existen muchas investigaciones que demuestren que el efecto de la esperanza y la actitud son

determinantes de la intención emprendedora, aplicando un análisis desde el punto generacional.

Cada generación comparte contextos históricos, sociales y culturales, incluso tienen su época de protagonismo y decadencia, en medida que logran alcanzar una posición mayoritaria en el mercado laboral y luego, a medida que envejecen, van disminuyendo su protagonismo dando paso a las generaciones futuras. Muchos autores han planteado clasificaciones, estableciendo diferencias entre los años en los que nacieron cada generación, pero lo importante es poder diferenciar a los grupos de individuos según los contextos históricos y sociales que tienen en común (Inacap, 2017-2018).

La presente investigación reconoce la importancia que tiene emprender actualmente, por lo que se aportó con información nueva con el fin de proveer un mayor entendimiento de la intención emprendedora desde una perspectiva general tomando en cuenta la influencia del efecto de la esperanza según las generaciones a la que pertenecen los individuos. Conociendo cual generación está más influenciada por la intención emprendedora podremos tener una pauta de cuáles son los factores motivacionales y replicarlos en las generaciones futuras de ser posible, para así tener una economía más estable con mayor oportunidad de empleo.

Según la investigación previamente realizada por Soria, Zúñiga y Ruiz (2016) concluyen que la TCP propuesta por Ajzen (1991) presenta que la actitud es lo que las personas opinan sobre si mismos, esto sea positivo o negativo; la presión social es la norma subjetiva para comportarse de cierta manera; y el control que se tiene de esta conducta es lo que el individuo piensa acerca de lo fácil o difícil que puede tornarse realizar determinado comportamiento. Es por esto, por lo que Ajzen propuso a la norma subjetiva y el control percibido de comportamiento como los factores que miden la intención a la actitud que, a su vez, ayudan a comprender los elementos y decisiones que motivan a una persona a realizar determinada acción (Soria et al., 2016).

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar el efecto de la esperanza y la actitud hacia el largo plazo en la intención emprendedora, por medio de un estudio cuantitativo para la comprensión de las evidencias significativas entre las generaciones.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Analizar la intención emprendedora de los individuos que habitan en la ciudad de Guayaquil mediante una encuesta para el conocimiento de la relación que existe entre la esperanza y la actitud hacia el largo plazo con la intención emprendedora.
2. Determinar si existen diferencias en la esperanza disposicional y la intención emprendedora de acuerdo con las generaciones a las que pertenecen los encuestados, para la comprensión de la problemática y su reflexión.
3. Analizar las diferencias generacionales de los encuestados para comprender su comportamiento referente a la intención de emprender un nuevo negocio.

1.4 Marco teórico

En el presente Marco Teórico se presentarán las secciones relacionadas a la esperanza desde una perspectiva psicológica, la intención emprendedora, la relación que existe entre la esperanza con la intención emprendedora y las principales características de las generaciones poblaciones y su relación con el emprendimiento.

Para la revisión de la literatura se usaron palabras claves como: esperanza, psicología positiva, intención emprendedora, generaciones y emprendimiento. La búsqueda se realizó en español e inglés en artículos de revistas indexadas a Researchgate y Scielo, como también tesis doctorales e investigaciones realizadas por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Para la sistematización de la revisión de la literatura se buscó identificar los modelos, su aplicación y los principales resultados, así como también la metodología aplicada.

1.4.1 La Esperanza desde la Psicología

La Psicología es “el estudio de la mente y el comportamiento” (American Psychological Association) y basa su razón de ser en tres ejes principales: fomentar el talento personal, cooperar para que la sociedad goce de una vida plena y satisfactoria, y tratar padecimientos mentales. Este último eje tuvo gran importancia en épocas de posguerra, haciendo que los profesionales de esta rama basaran sus estudios e investigaciones en la cura de enfermedades mentales que había dejado la Segunda Guerra Mundial en la sociedad, principalmente en los veteranos de guerra (Lupano & Castro, 2010).

Los otros dos ejes de la Psicología se encuentran dentro del concepto denominado Psicología Positiva, el cual fue definido por Seligman (1998) como el estudio científico que enfatiza en la comprensión y construcción de las cualidades positivas del individuo. Esta rama de la Psicología se fundamenta en tres pilares: el estudio de las emociones positivas, de los rasgos positivos y de las instituciones positivas (Lupano & Castro, 2010).

La esperanza se encuentra enmarcada en la Psicología Positiva a un nivel subjetivo enfocada hacia experiencias futuras (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). Está definida como un estado motivacional positivo que surge por la interacción de sus dos componentes, agencia y vías, donde el primero se refiere a la voluntad que tiene el individuo en creer que logrará los objetivos que se haya planteado, y el segundo hace alusión a la creencia de diseñar “camino” para alcanzar esas metas (Snyder, 2002).

La esperanza es la fuerza que ayuda a motivar a los individuos a través de un pensamiento firme que permite iniciar y sostener el esfuerzo a lo largo del camino. La teoría de la Esperanza determina que las emociones positivas se derivan de la esperanza, cuando las personas creen que tienen suficientes recursos para alcanzar el éxito en una situación específica, perciben una alta probabilidad de alcanzar sus metas, y se concentran más en el éxito que en el fracaso (Azanza et al., 2014).

La teoría de la esperanza conceptualiza este término como un proceso cognitivo, el cual se ha comparado con teorías de optimismo aprendido, optimismo de autoeficacia y de autoestima. Además, se puede decir que a mayor esperanza consistentemente se van a poder evidenciar mejores resultados, ya sean académicos, físicos, psiquiátricos, psicológicos o psicoterapéuticos (Snyder, 2002).

A partir de la Teoría de Snyder (2002) se han desarrollado y validado escalas para la medición de la Esperanza: la Escala de Esperanza Disposicional (Dispositional Hope Scale) mide sus componentes en situaciones orientadas al logro de metas (Snyder et al., 1991) ; la Escala de Estado de Esperanza (State Hope Scale) es una versión reducida de la Escala de Esperanza Disposicional y mide la esperanza en un momento concreto (Snyder et al., 1996); y la Escala de Esperanza de Niños (Children's Hope Scale) es una adaptación de la escala para adultos y se ha validado para niños entre 8 y 16 años (Snyder et al, 1997).

En el presente estudio se hará uso de la Escala de Esperanza Disposicional, que está compuesta por 20 ítems de los cuales, 12 están destinados a medir los caminos o *pathways* y agencia o *agency*. Originalmente, se puede encontrar con opciones de respuesta de 4 y 8 puntos Likert, sin embargo, en la presente investigación se hará una adaptación en una escala de 5 puntos Likert con cinco niveles de intervalo.

1.4.2 Intención Emprendedora

La intención emprendedora es definida como el compromiso para llevar a cabo un nuevo negocio (Krueger N. , 1993) donde las actitudes tomadas deben estar enfocadas al mismo objetivo de la intención (Ajzen I. , 1987).

La teoría del comportamiento planificado (TCP) de Ajzen (1991) expone que en la medida en que las personas tienen las oportunidades, los recursos necesarios y, además, la intención de realizar el comportamiento, tarde o temprano lo terminarán desarrollando.

De acuerdo con Ajzen (1991) deben ser considerados los constructos de actitud, normas subjetivas y control de comportamiento concebido para que exista la acción buscada, que es emprender. Estas variables independientes preceden la formación de la intención emprendedora y, a su vez, el comportamiento. La actitud, permite determinar el momento favorable para determinado comportamiento; las normas subjetivas hacen referencia a la percepción que un individuo tiene sobre la comunidad que lo rodea, o el medio en el que vive, que puede influenciar su comportamiento; y el control, refleja el grado de percepción de control individual, que induce al individuo a tener un comportamiento determinado.

Existen varias herramientas para medir la Intención Emprendedora, entre las que destaca el Cuestionario de Intención Emprendedora (CIE), el cual ha sido desarrollado en castellano y sirve para medir la intención emprendedora de forma veraz. Según este modelo, la intención se forma a partir de los constructos de la Teoría del Comportamiento Planificado. Está formado por 19 indicadores con tres constructos exógenos (actitud, normas subjetivas y autoeficacia) y uno endógeno (intención emprendedora) medidos en una escala de Likert de siete puntos de 0 (nada interesado) a 6 (muy interesado) (Rueda et al., 2015).

Otra herramienta es el Start-up Intentions Questionnaire (SulQ), el cual ha sido desarrollado por los autores Staniewski y Awruk basándose en la teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen. Está compuesto por 23 preguntas formuladas para evaluar la intención de mostrar un comportamiento relacionado con los negocios y se divide en cuatro subescalas: La participación empresarial, evalúa los planes relacionados con el acto de iniciar un nuevo negocio y su participación en la gestión de este; la actitud empresarial, evalúa la actitud de la persona en dirigir su propio negocio; la presión, evalúa la influencia que tiene el entorno cercano del individuo sobre la creación de un negocio propio; y el control, evalúa las creencias de la persona sobre sus propias competencias como dueño de una empresa (Staniewski & Awruk, 2016).

1.4.3 La Esperanza y la Intención Emprendedora

La esperanza es definida como un estado motivacional positivo formado por la interacción de la creencia de planificar caminos hacia los objetivos deseados por medio de las habilidades y capacidades del individuo, rutas; y la creencia de la motivación a través del pensamiento para usar estas vías, agencia. Por lo tanto, la esperanza es una variable cognitivo-emocional que se enfoca en el logro de metas, considerando las expectativas sobre el futuro, la motivación y la planificación para su consecución (Snyder, 2002).

El emprendimiento es definido como un estilo de pensamiento que identifica de forma intencional las oportunidades de negocios (Krueger et al., 2000). La conducta emprendedora es comúnmente asociada a rasgos de la personalidad. Por ejemplo,

McClelland (1985) expone que tal conducta se asocia a una alta motivación, estimulando al emprendedor a mejorar, afrontar objetivos desafiantes y asumir riesgos calculados.

Debido a la falta de evidencias empíricas, la esperanza se puede relacionar con las actitudes emprendedoras a través de los constructos de rasgos de personalidad, en especial la autoeficacia, locus control y proactividad pues están grandemente asociados (Royo, 2015).

La autoeficacia se entiende como la convicción para organizar y ejecutar acciones para lograr unos resultados (Bandura, 1987); el locus de control se refiere a la percepción que tiene un individuo sobre las causalidades de su entorno (Rotter, 1966); y la proactividad hace alusión a aquel rasgo de la personalidad donde el individuo realiza cambios en su entorno, identificando oportunidades y actuando sobre ellas. Las personas proactivas muestran iniciativa, actúan y perseveran hasta lograr un cambio significativo (Crant, 1996).

1.4.4 Las Generaciones y la Intención Emprendedora

Generación poblacional se define como al conjunto de individuos que han nacidos en fechas próximas y han experimentado eventos que han influenciado en su desarrollo como personas durante un período de tiempo determinado (Pilcher, 1994). En el presente estudio se tendrá en consideración las siguientes generaciones:

La generación Baby Boomers, nacidos entre 1946 y 1964, recibe este nombre debido al aumento significativo en la tasa de natalidad que ocurrió después de la Segunda Guerra Mundial. Se los suele asociar con movimientos en pro de los derechos civiles (ESIC Business & marketing school, 2018).

La generación X, nacidos entre 1965 y 1980, se caracterizan por sobrevivir a la fiebre comunista de los 80 y la gran depresión del 90. Con características rebeldes y contracorriente, luchaban por tener un empleo digno y fueron capaces de equilibrar la familia, el trabajo y el esparcimiento (University of Michigan, 2011). Su capacidad de adaptación, ambición y de relacionarse hacen que sean líderes innatos para la creación de empresas (Grupo Cajamar, 2020).

La Generación Y o Millennials, nacidos entre 1981 y 1996, se caracterizan por incluir la tecnología de forma protagónica en su vida y sufrieron de forma directa la última crisis económica, lo que incentivó el emprendimiento entre los individuos de esta generación y la creación de startups (ESIC Business & marketing school, 2018).

Los individuos que forman la generación Z, nacidos entre 1997 y 2012., son considerados nativos digitales y crecieron durante la última crisis económica, generando actitudes precavidas, realistas y responsables hacia el consumo (ESIC Business & marketing school, 2018). Esta generación concibe al emprendimiento como el empleo ideal (ATREVIA; Deusto Business School, 2017).

1.5 Hipótesis

Las hipótesis evaluadas se derivan del modelo que guía el presente proyecto y son:

- H1: La Esperanza Disposicional incide de forma directa en la Intención Emprendedora.
- H2: La incidencia de la Esperanza Disposicional en la Intención Emprendedora cambia de acuerdo con el grupo generacional que pertenece la población.

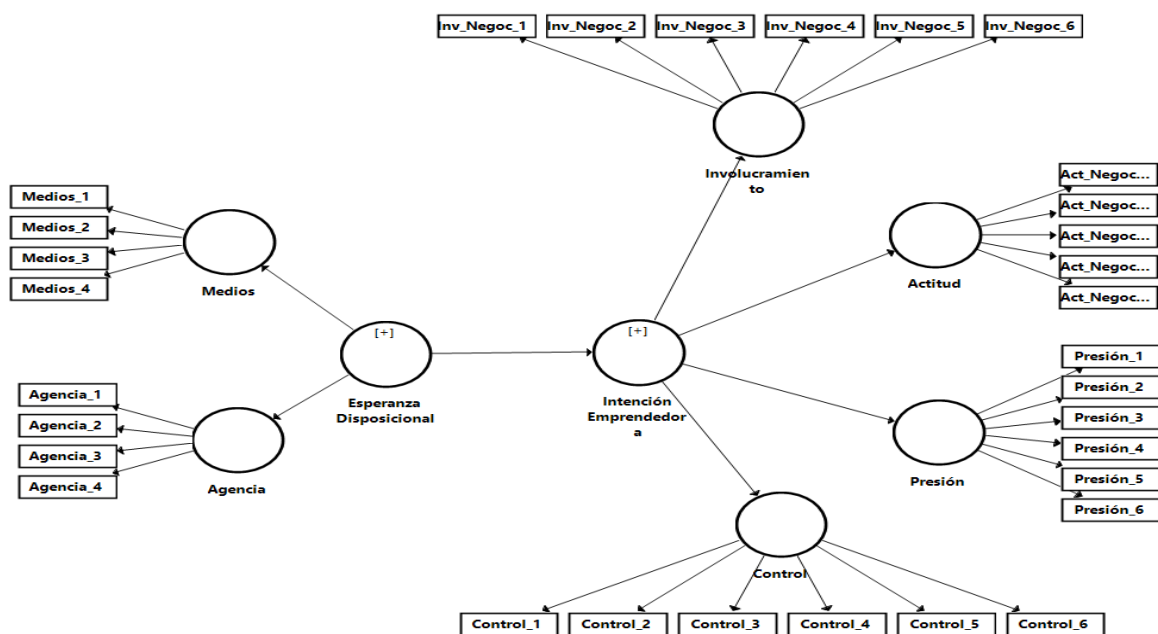


Figura 1.1 Modelo de Esperanza e Intención Emprendedora

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

2.1 Diseño de la Investigación

El diseño de investigación indica el contexto donde se lleva a cabo la problemática planteada, en este caso se usa un diseño no experimental. Es decir, no se construye ninguna situación, sino que se observan las situaciones que ya existen con anterioridad. Ni las variables de investigación, ni los sujetos involucrados serán manipulados. Adicional, en un diseño no experimental se usa una encuesta para poder levantar los datos de la población que es objeto de estudio. Conjuntamente, la investigación recolectó datos en un tiempo determinado, es decir que utilizo un estudio transversal (Hernandez et al., 2010).

2.2 Tipo de Investigación

La presente investigación tiene un diseño no experimental, podría definirse como una investigación que se llevara a cabo sin alterar las variables de forma arbitraria. En otras palabras, es una investigación donde no se hacen variar las variables independientes intencionalmente para saber cuál es su efecto sobre otras variables. Una investigación no experimental, se dedica a observar los fenómenos en su forma natural, para posteriormente poder analizarlos (Lind et al., 2012).

Cabe recalcar que en este tipo de investigaciones no se generan situaciones nuevas, sino que las situaciones ya existentes son motivo de observación. Asimismo, las variables independientes ocurren y no pueden ser manipulados, no se tiene el control directo sobre esas variables y tampoco se puede tener influencia sobre ellas, ya que estas ya sucedieron, así como sus efectos (Lind et al., 2012).

Adicional, durante esta investigación se busca segregar grupos de estudio para compararlos con las distintas variables a estudiar, para conseguir esto se decide utilizar un diseño de alcance explicativo. Es decir, se trata de responder el porqué de los eventos y fenómenos físicos o sociales, y en qué condiciones se presenta, o por qué se manifiestan más de dos variables (Hernandez et al., 2010).

2.3 Alcance de la investigación

Se puede afirmar que la siguiente investigación tiene un alcance correlacional puesto que busca medir la relación entre dos o más variables, es decir, busca medir cada variable relacionada para después medir y analizar correlación; y explicativo ya que busca explicar el porqué de la ocurrencia del fenómeno y en cuales son las condiciones en las que se desarrolla (Lind et al., 2012).

Como se mencionó anteriormente, se pueden relacionar las distintas variables mencionadas en la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991) y la Teoría de la Intención Emprendedora de Krueger (1993) de los individuos que residen en la ciudad de Guayaquil.

2.4 Horizonte de Tiempo

Como se ha dicho veces anteriores, la investigación utilizó un horizonte de tiempo transversal. Busca observar los fenómenos tal y como se presentan en su contexto natural, para después poder analizarlos (Lind et al., 2012). La recolección de los datos se llevó a cabo en la ciudad de Guayaquil en el mes de diciembre del 2020, a las personas que residen en la ciudad de Guayaquil sin rango de edad.

2.5 Técnicas de recolección de datos

La investigación utilizó fuentes primarias y secundarias para la recolección de datos durante el desarrollo de la investigación, que son todos los medios de los cuales se obtiene la información, estos aportan con la información necesario de la situación o problema descrito, para después ser utilizados y conseguir los objetivos planteados (Torres et al., 2013).

La fuente de información primaria que se utilizó en la investigación fue el cuestionario descriptivo. El cuestionario está dividido en tres secciones. La primera sección consulta datos demográficos para conocer acerca del encuestado: sexo, edad, nivel de estudios alcanzados, estado civil y experiencia en negocios propios.

La siguiente sección evalúa la Esperanza Disposicional y corresponde a una adaptación de la encuesta creada por Snyder (1991). Está conformado por 12 afirmaciones, donde cuatro corresponden a la variable de agencia, otras cuatro a caminos y cuatro de relleno.

Estas son medidas en una escala de Likert de 5 puntos en un rango de 1 a 5, donde 1 corresponde a totalmente en desacuerdo, 2 a en desacuerdo, 3 a neutral, 4 a de acuerdo y 5 a totalmente de acuerdo. Para su medición se procederá a realizar un puntaje total contando los resultados correspondientes a caminos y agencia para analizar su incidencia en las generaciones estudiadas.

La última sección busca medir la Intención Emprendedora y usa al cuestionario elaborado por Marcin Staniewski y Katarzyna Awruk (2016) llamado Start-up Intentions Questionnaire. Está conformada por 23 preguntas divididas en cuatro subescalas: involucramiento en los negocios, actitud en los negocios, presión y control. Se mide en una escala de Likert de 5 puntos en un rango de 1 a 5, donde 1 corresponde a Totalmente en desacuerdo, 2 a en desacuerdo, 3 a neutral, 4 a de acuerdo y 5 a totalmente de acuerdo. Para su medición se procederá a realizar un puntaje total por subescalas y un puntaje total de la Intención Emprendedora para analizar su incidencia en las generaciones estudiadas.

Las fuentes de información secundaria son aquellas que parten de datos que han sido elaborados previamente (Torres et al., 2013) como artículos científicos, libros de texto, entrevistas, reportes estadísticos, y demás que ayudaron en la elaboración del marco teórico, así como investigaciones y estudios similares, teoría del comportamiento planificado, teoría de la intención emprendedora, teoría de la esperanza, entre otros.

2.6 Población y muestra

Se tomó como población a los individuos mayores de edad que residen en la ciudad de Guayaquil.

2.7 Recolección de Datos

En la presente investigación se realizó un muestreo no probabilístico, por conveniencia. La encuesta fue difundida por redes sociales como Facebook, WhatsApp, LinkedIn, entre otras, teniendo un alcance de 751. Se tuvo una tasa de éxito de respuesta de 59.3 %, ya que 445 personas respondieron la encuesta. Posteriormente, se realizó un análisis de filtrado y se obtuvo 435 encuestas completas y válidas.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Los análisis estadísticos en el presente estudio se realizaron con el uso del programa SmartPLS 3 para Windows. Los resultados se estimaron realizando el método de Ecuaciones Estructurales basados en la varianza.

La primera parte del análisis consistió en evaluar las cargas factoriales y el Alfa de Cronbach de cada constructo para determinar su validez, la cuales se valoraron bajo el criterio de Kline (2005). Debido a que la variable Control_1 reflejó una carga factorial muy baja, se procedió a eliminarla. También, se eliminaron las variables Presión_3, Presión_4, Presión_5 y Presión_6 debido a que las cargas factoriales presentaban valores por debajo de 0.6 presuponiendo que se debe a que estas tenían una connotación negativa en el cuestionario.

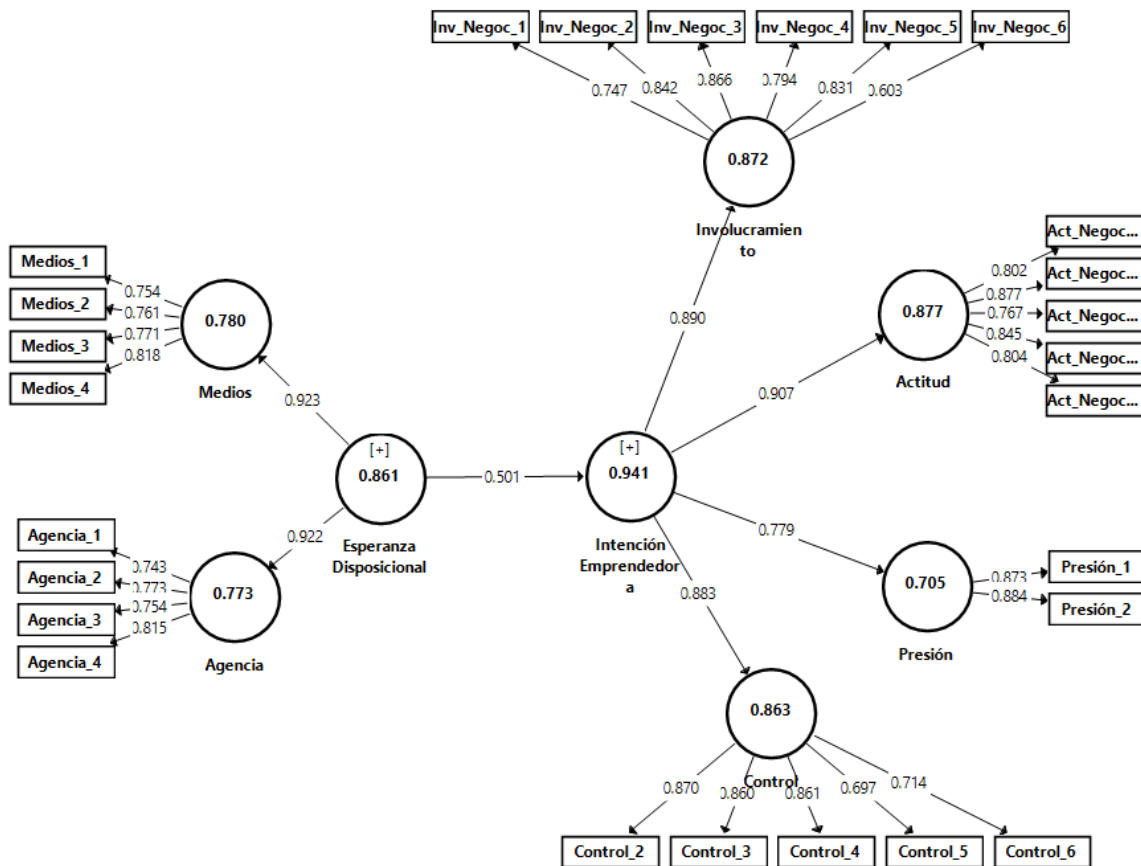


Figura 3.1 Cargas factoriales del Modelo de Esperanza e Intención Emprendedora

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio del método de Ecuaciones Estructurales, la hipótesis 1 se cumple pues la carga factorial es de 0.501. Es decir, la Esperanza Disposicional tiene una incidencia en la Intención Emprendedora.

Para evaluar la hipótesis 2, la cual enuncia que la Esperanza Disposicional influye en la Intención Emprendedora de manera distinta según la generación que pertenece la población, se estimó el modelo con los grupos generacionales que participaron en el presente estudio y se analizaron sus cargas factoriales. La Generación BaBy Boomers no pudo ser evaluada por este método debido a que la muestra era pequeña.

En las tres generaciones evaluadas, la Esperanza Disposicional arrojó datos similares para sus variables de medios y agencias. El modelo funcionó correctamente para las tres generaciones evaluadas, la dimensión que mejor la explica es la Actitud arrojando valores de 0.916, seguida del Involucramiento (0.893) y Control (0.88). En las dos generaciones restantes, las cargas factoriales del modelo dieron resultados por debajo de 0.5. Sin embargo, cabe resaltar que para la Generación X y Z la dimensión que más incide en la intención de emprender es la Actitud.

Tabla 3.1 Comparación de las cargas factoriales estandarizadas

		Modelo Completo	Generaciones		
			Generación X	Generación Y	Generación Z
Esperanza -> Intención Emprendedora		0,501	0,43	0,546	0,474
Esperanza Disposicional	Medios	0,923	0,89	0,94	0,9
	Agencia	0,922	0,888	0,938	0,922
Intención Emprendedora	Involucramiento	0,89	0,893	0,888	0,878
	Actitud	0,907	0,916	0,914	0,892
	Presión	0,779	0,774	0,732	0,727
	Control	0,883	0,88	0,891	0,879

En la segunda parte del análisis, se procedió a realizar un análisis descriptivo con los datos obtenidos en la encuesta para de esta forma evaluar las variables estudiadas en las generaciones a las que pertenecen los encuestados.

De los 435 encuestados, 12 corresponden a la generación Baby Boomers, 97 a la Generación X, 202 a la Generación Y y 124 a la Generación Z.

Tabla 3.2 Distribución de la muestra por generaciones

Generación	Total
Generación Baby Boomers	12
Generación X	97
Generación Y	202
Generación Z	124
Total	435

En referente a la variable Educación, la Generación Y y X mostró tener estudios superiores respecto a las demás generaciones. Asimismo, la Generación Y obtuvo mayores resultados en tener educación universitaria.

Tabla 3.3 Distribución de las generaciones por el grado académico culminado

Generación	Educación		
	Bachillerato	Educación Universitaria de grado	Educación de postgrado
Generación Baby Boomers	6	4	2
Generación X	28	48	21
Generación Y	30	151	21
Generación Z	68	56	
Total	132	259	44

En cuanto al estado civil, la población estudiada en su mayoría es soltera, teniendo resultados más elevados la Generación Y, además muestra resultados superiores a las otras generaciones en estados de unión libre y casado sin hijos. La Generación X muestra un resultado mayor en situaciones de casados con hijos.

Tabla 3.4 Distribución de las generaciones por el estado civil

Generación	Estado civil				
	Soltero	Unión libre	Casado con hijos	Casado sin hijos	Divorciado
Generación Baby Boomers			11		1
Generación X	20	8	55	2	12
Generación Y	129	12	37	16	8
Generación Z	122	1	1		
Total	271	21	104	18	21

La población encuestada, en su mayoría, no ha tenido experiencia en negocios propios. Sin embargo, la Generación Y ha mostrado resultados elevados en tener uno o más negocios.

Tabla 3.5 Distribución de las generaciones por la experiencia en negocios

Generación	Experiencia Negocios		
	Más de uno	No he tenido	Solo uno
Generación Baby Boomers	2	7	3
Generación X	23	40	34
Generación Y	22	119	61
Generación Z	4	97	23
Total	51	263	121

La Generación Y ha mostrado ser la generación que muestra niveles más altos de Esperanza Disposicional e Intención Emprendedora. Para su mejor comprensión, los datos fueron evaluados en una escala de 100.

Tabla 3.6 Influencia de la Esperanza y la Intención Emprendedora en las Generaciones

Generación	Esperanza	Intención Emprendedora			
		Involucramiento	Actitud	Presión	Control
Generación Baby Boomers	3,03	2,73	2,78	2,75	2,91
Generación X	22,97	22,76	22,68	22,75	23,58
Generación Y	46,68	46,68	46,84	46,45	47,32
Generación Z	27,32	27,82	27,69	28,06	26,20

Además, por medio de la encuesta usada se evaluó la actitud hacia el largo plazo entre los encuestados en una escala de 100. La Generación Y muestra valores más elevados en contraste con la generación Baby Boomers siendo la que menor puntuación refleja.

Tabla 3.7 Influencia de la Esperanza y la Intención Emprendedora en las Generaciones

Generación	Actitud al largo plazo
Generación Baby Boomers	2,91
Generación X	22,88
Generación Y	46,77
Generación Z	27,44

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente proyecto se ha comprobado la incidencia que tiene uno de los rasgos de la personalidad, la Esperanza Disposicional, en el espíritu emprendedor por medio de la herramienta Start-up Intentions Questionnaire. Este trabajo sirve como validación de la herramienta nombrada en el contexto ecuatoriano, usando como objeto de estudio la población guayaquileña. Esto deja la puerta abierta para estudiar la implicación de los demás rasgos con la finalidad de aportar a la sociedad propuestas para el desarrollo de estos y ofrecer mecanismos por parte de las autoridades para que los potenciales emprendedores puedan poner en marcha sus ideas de negocios.

Además, se ha podido evidenciar el grupo poblacional con más espíritu emprendedor de la ciudad de Guayaquil, la población Millennials, lo cual se podría relacionar con el entorno digital en el que se han formado y las circunstancias sociales y económicas que han experimentado durante su crecimiento. Este es un aporte significativo, pues se deberían crear propuestas para el fortalecimiento de sus habilidades y replicarlas en las generaciones venideras.

También, se resaltan las diferencias que existen entre las generaciones estudiadas en relación con la Esperanza Disposicional y la Intención Emprendedora, ya que, en contraparte, la generación Baby Boomers mostró resultados bajos, pudiéndose atribuir a la edad o estabilidad laboral que han alcanzado. Sin embargo, la generación posterior a los Millennials, la Generación Z, mostró resultados positivos, hecho que pudiera relacionarse con los avances tecnológicos, sociales y educativos.

Por último, se evidenció que los Millennials y la Generación Z tienen una actitud muy positiva en relación con la intención de emprender y mantener sus negocios en el largo plazo. Por lo que se espera que, para los futuros años, las estadísticas cambien y la vida emprendimientos en la ciudad de Guayaquil sea más duradera.

Recomendaciones

Se recomienda seguir realizando investigaciones que puedan servir de guía para fomentar el desarrollo de rasgos de personalidad que inciden en la actitud emprendedora. Además, el cuestionario usado en el presente proyecto sirve como referencia para ahondar más en este tema y realizar mejoras a la hora de levantar datos. Se recomienda que las preguntas con connotación negativa tengan un ítem distintivo para que la población pueda leerlas con más atención o reformularlas para que su connotación cambie.

Además, el presente estudio ha evidenciado que la generación Y o Millennials es la generación más motivada para iniciar un negocio propio, por lo que el estudio de su comportamiento y capacidades sirve como base para crear programas que incentiven este comportamiento en las generaciones venideras y se desarrollen y fortalezcan habilidades empresariales en la educación.

Otra recomendación va dirigida a nuestros futuros gobernantes, para que estos promuevan emprender desde jóvenes, dar las capacidades necesarias para iniciar una actividad emprendedora con el objetivo de promover el espíritu emprendedor en nuestras próximas generaciones, así lograremos crear una imagen positiva sobre la percepción de control de las aspiraciones que tienen los guayaquileños para llevar a cabo un emprendimiento.

También, se recomienda a los futuros padres de familia impartir desde un inicio aprendizajes y experiencias que llamen la atención de los más pequeños. Se destaca el rol importante que tienen los líderes de casa en la crianza de las futuras generaciones para crear una cultura emprendedora.

El estudio enseña un impacto positivo sobre la intención emprendedora en la generación Y, por este motivo se recomienda que la mayoría de los proyectos futuros se basen en lo que esta generación nos enseña y nos deja de legado, sean inclusivos y que permitan a todas las generaciones futuras gozar de las mismas oportunidades o inclusive mucho mejores.

BIBLIOGRAFÍA

- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1-63. doi:10.1016/S0065-2601(08)60411-6
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- American Psychological Association. (s.f.). *American Psychological Association*. Obtenido de APA Dictionary of Psychology: <https://dictionary.apa.org>
- ATREVIA; Deusto Business School. (Abril de 2017). *Generación Z: II Fase. El Dilema*. Madrid. Obtenido de Generación Z: II Fase. El Dilema.
- Azanza, G., Domínguez, Á., Moriano, J. A., & Molero, F. J. (Enero de 2014). Capital psicológico positivo. Validación del cuestionario PCQ en España. *Anales de Psicología*, 30(1), 294-301. doi:10.6018/analesps.30.1.153631
- Bandura, A. (1987). *Pensamiento y acción. Fundamentos sociales*. Barcelona: Martínez Roca.
- Crant, J. (Julio de 1996). The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intention. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.
- El Universo. (27 de Julio de 2020). 82 % de ecuatorianos emprenden por falta de empleo y otros por marcar una diferencia. Ecuador. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com>
- ESIC Business & marketing school. (Febrero de 2018). *Las 6 generaciones de la era digital*. Madrid. Obtenido de Las 6 generaciones de la era digital.
- ESPAE. (2018). *Emprendimiento: 10 años sin evolución sustancial*. Guayaquil.
- ESPAE. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020*. Guayaquil.
- Grupo Cajamar. (9 de Marzo de 2020). *Blog Grupo Cooperativo Cajamar*. Obtenido de 30 a 45: La Generación X: <https://blog.grupocajamar.com>
- Guapulo. (26 de Febrero de 2018). Antes de emprender en Ecuador, deberías conocer estas cifras. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://guapulo.com>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México D.F.: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de Metodo.

- Inacap. (2017-2018). *Emprendimiento en las 4 generaciones: Baby Boomers, X, Millenials, Z*. Los Ríos. Obtenido de *Emprendimiento en las 4 generaciones: Baby Boomers, X, Millenials, Z*.
- Kline, R. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (Segunda ed.). New York: The Guilford Press.
- Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*(18(1)), 5-21. doi:10.1177/104225879301800101
- Krueger, N., Reilly, M., & Casrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432. doi:10.1016/S0883-9026(98)00033-0
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2012). *Estadística aplicada a los Negocios y Economía* (Decimoquinta ed.). México D.F: McGraw-Hill Interamericana.
- Lupano, M., & Castro, A. (Mayo de 2010). Psicología Positiva: Análisis desde su surgimiento. *Ciencias psicológicas*, 4(1), 43-56. doi:10.22235/cp.v4i1.110
- McClelland, D. (1985). *Human Motivation*. San Francisco: Scott & Foresman.
- Pilcher, J. (1994). Mannheim's Sociology of Generations: An Undervalued Legacy. *The British Journal of Sociology*, 45(3), 481-495. doi:10.2307/591659
- Revista Líderes. (20 de Julio de 2020). 3,6 millones de personas emprendieron el año pasado. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de 3,6 millones de personas emprendieron el año pasado: <https://www.revistalideres.ec>
- Rotter, J. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1-28. doi:10.1037/h0092976
- Royo, F. (2015). *Optimismo, rendimiento académico y adaptación escolar. (Tesis doctoral)*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- Rueda, S., Moriano, J., & Liñán, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. En A. Fayolle, P. Kyroe, & F. Linan, *Developing, Shaping And Growing Entrepreneurship* (págs. 60-78). United Kingdom: Edward Elgar Publishing Ltd. doi:10.4337/9781784713584.00010
- Selgman, M., & Csikszentmihalyi, M. (Febrero de 2000). Positive Psychology: An Introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14. doi:10.1037/0003-066X.55.1.5
- Seligman, M. (Agosto de 1998). *American Psychological Association*. Obtenido de Positive Psychology News: <https://positivepsychologynews.com>

- Snyder, C. (2002). Hope Theory: Rainbows in the Mind. *Psychological Inquiry*, 13(4), 249-275. doi:10.1207/S15327965PLI1304_01
- Snyder, C., Harris, C., Anderson, J., Holleran, S., Irving, L., Sigmon, S., . . . Harney, P. (1991). The will and the ways: Development and validation of an individual-differences measure of hope. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(4), 570-585. doi:10.1037/0022-3514.60.4.570
- Snyder, C., Hoza, B., Pelman, W., Rapoff, M., Ware, L., Danovsky, M., . . . Stahl, K. (1997). The Development and Validation of the Children's Hope Scale. *Journal of Pediatric Psychology*, 22(3), 399-421. doi:10.1093/jpepsy/22.3.399
- Snyder, C., Sympson, S., Ybasco, F., Borders, T., Babyak, M., & Higgins, R. (1996). Development and Validation of the State Hope Scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(2), 321-335. doi:10.1037/0022-3514.70.2.321
- Soria, K., Zuniga, S., & Ruiz, S. (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. *Formación Universitaria*, 9(1). doi:10.4067/S0718-50062016000100004
- Staniewski, M., & Awruk, K. (2016). Start-up intentions of potential entrepreneurs – the contribution of hope to success. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 29(1), 233-249. doi:10.1080/1331677X.2016.1166345
- Torres, M., Paz, K., & Salazar, F. (2013). Métodos de recolección de datos para una investigación. *Boletín Electrónico de la Facultad de Ingeniería - Universidad Rafael Landívar*(3), 1-21. Obtenido de METODOS DE RECOLECCION DE DATOS PARA UNA.
- University of Michigan. (25 de Octubre de 2011). *Informe sobre la Generación X: una encuesta de la UM pinta un retrato sorprendentemente positivo*. Michingan. Obtenido de Informe sobre la Generación X: una encuesta de la UM pinta un retrato sorprendentemente positivo.

APÉNDICES

APÉNDICE A

18/1/2021

Encuesta de Esperanza e Intención Emprendedora. Sexo: ... | 15978502



Encuesta de Esperanza e Intención Emprendedora

[Abandonar->](#) [Continuaré más tarde](#)

El objetivo de la encuesta es determinar el efecto de la esperanza en la intención emprendedora de los guayaquileños. Para ello, deberá responder a las siguientes preguntas según corresponda. Los datos obtenidos serán manejados de manera confidencial y serán utilizados únicamente para los fines del estudio. El cuestionario le tomará menos de 5 minutos. De antemano, agradecemos su participación.

***1. Sexo:**

Masculino Femenino

***2. Edad:**

0/4000

***3. Nivel de estudios alcanzados:**

- Bachillerato
- Educación Universitaria de grado
- Educación de postgrado

***4. Estado civil**

- Soltero
- Casado con hijos
- Casado sin hijos
- Unión libre
- Divorciado

***5. Ha tenido negocios propios:**

- Más de uno
- Solo uno
- No he tenido

***6. A continuación, se presentan preguntas relacionada al comportamiento que tiene hacia el logro de objetivos. Para cada pregunta, deberá elegir la alternativa de respuesta que mejor corresponda, que va desde (1) Totalmente en Desacuerdo a (5) Totalmente de Acuerdo.**

	1. Totalmente en Desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Neutral	4. De Acuerdo	5. Totalmente de Acuerdo
Puedo pensar en algunas alternativas para resolver una situación difícil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me esfuerzo para conseguir mis objetivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me siento cansado la mayor parte del tiempo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hay muchas maneras para para solucionar cualquier problema.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soy fácilmente derrotado en una discusión.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puedo pensar en muchas maneras de obtener las cosas que son más importantes en mi vida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me preocupo por mi salud.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Incluso cuando otros se desaniman, yo se que puedo encontrar alguna forma de resolver los problemas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mis experiencias pasadas me han preparado bien para enfrentar mi futuro.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
He tenido mucho éxito en mi vida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frecuentemente me encuentro preocupado por algo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cumplo con los objetivos que me propongo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

***7. A continuación, se presentarán preguntas relacionadas a su intención emprendedora. Para cada pregunta, deberá elegir una alternativa de respuesta que van de (1) Definitivamente Falso a (5) Definitivamente Verdadero.**

1. Definitivamente Falso	2. Algo Falso	3. Ni falso ni verdadero	4. Bastante verdadero	5. Definitivamente verdadero
--------------------------------	------------------	--------------------------------	-----------------------------	------------------------------------

	1. Definitivamente Falso	2. Algo Falso	3. Ni falso ni verdadero	4. Bastante verdadero	5. Definitivamente verdadero
He considerado iniciar mi propio negocio en múltiples ocasiones.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy dispuesto a utilizar mi tiempo en mi propio negocio, incluso mi tiempo libre.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soy capaz de involucrarme profundamente en el desarrollo mi propio negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy listo para tomar cursos para obtener las habilidades y la experiencia necesarias para dirigir mi propio negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planeo poner mi propio negocio en un futuro próximo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy dispuesto a obtener un préstamos para poner mi propio negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considero que es una muy buena idea iniciar un negocio propio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pienso que un negocio mío podría tener éxito en el mercado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Creo que un negocio mío sería más competitivo que otros negocios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy seguro que comenzar mi propio negocio me generaría ganancias en el futuro.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considero que iniciar un negocio propio es la mejor manera de ganar dinero.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mis amigos piensan que es una muy buena idea que yo inicie mi propio negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi familia me anima a iniciar mi propio negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1. Definitivamente Falso	2. Algo Falso	3. Ni falso ni verdadero	4. Bastante verdadero	5. Definitivamente verdadero
Mis amigos me desalientan para que no inicie un negocio propio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi familia cree que tengo pocas posibilidades de éxito como emprendedor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La idea de iniciar mi propio negocio no es aprobada por mis familiares más cercanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mi familia y amigos no creen que yo pueda iniciar un negocio propio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Creo que la efectividad de un negocio depende en gran medida de la persona que la dirige.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy convencido de que tengo futuro como emprendedor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estoy convencido de que poseo los conocimientos y las habilidades necesarios para dirigir un negocio de forma eficaz.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Creo que soy capaz de enfrentar las dificultades de dirigir mi propio negocio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No veo nada difícil en poner un negocio propio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No veo nada difícil en dirigir un negocio propio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fin->

100%

Encuestafacil.com no es responsable de ningún contenido enviado y/o incluido en esta encuesta/examen.

Crea gratis tus encuestas/exámenes online [encuestafacil.com](https://www.encuestafacil.com)

¿Necesita tu empresa una red privada corporativa?. Prueba [makeanet.com](https://www.makeanet.com)