

# PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES

## DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA 2018

Walter Alonso Iraheta Argueta  
William Rafael Rebollo Alvarado





# PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES

DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA 2018

Walter Alonso Iraheta Argueta  
William Rafael Rebollo Alvarado







## Misión

La formación de profesionales competentes, innovadores, emprendedores y éticos, mediante la aplicación de un proceso académico de calidad que les permita desarrollarse en un mundo globalizado.

## Visión

Ser la mejor universidad salvadoreña, con proyección global, que se caracteriza por la calidad de sus graduados, de su investigación, de su responsabilidad social y de su tecnología.

---

## Consejo Directivo

Presidenta: MEd. Rosario Melgar de Varela  
Vicepresidenta: Dra. Leticia Andino de Rivera  
Secretaria General: MEd. Teresa de Jesús González de Mendoza  
Primer Vocal: Dr. e Ing. Mario Antonio Ruiz Ramírez

## Rector

Dr. e Ing. Mario Antonio Ruiz Ramírez

## Vicerrectora

Dra. Leticia Andino de Rivera

## Secretaria General

MEd. Teresa de Jesús González de Mendoza

## Dirección y contacto

Universidad Francisco Gavidia: Calle El Progreso n.º 2748, Edificio de Rectoría, San Salvador, El Salvador.

Tel. (503) 2249-2700

[www.ufg.edu.sv](http://www.ufg.edu.sv)





### Misión

Diseñar, promover y acompañar iniciativas, políticas, programas y proyectos académicos empresariales para el desarrollo de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación que impacten en la productividad y competitividad de El Salvador.

### Visión

Ser el instituto científico líder en El Salvador en el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación.

### Director

Oscar Picardo Joao, PhD.

### UFG EDITORES

#### Coordinación

Jenny Lozano

#### Corrector de estilo

Carlos Alberto Saz

#### Diagramación y diseño

Gustavo A. Menjívar

### DIRECCIÓN Y CONTACTO

Calle El Progreso n.º 2748, Edificio de Rectoría, San Salvador, El Salvador, Centro América.

Tel.: (503) 2249-2700 y (503) 2249-2716

Correo electrónico: editores@ufg.edu.sv

www.ufg.edu.sv

---

### FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS

#### Decano

Lic. Roberto Antonio Morán

---

#### Consejo de Redacción

##### Oscar Picardo Joao

Director del Instituto de Ciencia, Tecnología e Innovación (ICTI-UFG).

Correo electrónico: opicardoj@ufg.edu.sv

##### Rainer Christoph

Investigador Nanotecnología ICTI-UFG.

Correo electrónico: rainer@nanotecnia.net

##### Rolando Balmore Pacheco

Director de Egresados y Graduados UFG.

Correo electrónico: rpacheco@ufg.edu.sv

### DE ESTA EDICIÓN

**Título:** Perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia 2018

**Autor:** Walter Alonso Iraheta Argueta, William Rafael Rebollo Alvarado

**Colección:** Ciencias Sociales

Primer edición

©Instituto de Ciencia, Tecnología e Innovación (ICTI), 2019.

ISBN 978-99923-47-77-5

El contenido y opiniones vertidas en la publicación son responsabilidad exclusiva del autor. Este documento puede ser utilizado atendiendo las condiciones de la Licencia Creative Commons: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Para citar:

Iraheta, W. y Rebollo, W. (2019). *Perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia 2018*. San Salvador: UFG Editores.

Hecho el depósito que dicta la ley.

Edición de 500 ejemplares.

Impreso en Diseño e Impresión

Agosto de 2019, San Salvador, República de El Salvador, América Central.



## Índice de contenidos

1. Introducción .....	11
1.1. Antecedentes .....	13
1.2. Justificación .....	16
1.3. Planteamiento del problema .....	17
1.3.1. Objetivo general.....	17
1.3.2. Específicos.....	17
1.4. Pregunta de investigación.....	17
2. Marco conceptual.....	19
2.1. Clasificación o tipologías de los emprendedores .....	19
2.2. Caracterización del emprendedor .....	20
2.3. Motivos para emprender .....	20
2.4. Contribuciones teóricas.....	21
2.5. El enfoque sociocultural y del entorno .....	24
2.6. Aportes recientes sobre el perfil emprendedor en Iberoamérica .....	26
3. Metodología .....	28
3.1. Metodología cuantitativa .....	28
3.2. Metodología cualitativa.....	31
4. Resultados .....	34
4.1. Resultados cuantitativos: caracterización del perfil emprendedor .....	34
4.2. Resultados cualitativos: percepciones y significados .....	49
5. Conclusiones y recomendaciones.....	67
5.1. Conclusiones .....	67
5.2. Recomendaciones.....	74
Bibliografía .....	77



## 1. Introducción

---

Emprender consiste en desarrollar un servicio o producto y llevarlo hasta las últimas consecuencias. La meta no es algo estable, un estado pasivo o permanente, sino que es el proceso mismo de altos y bajos en el desarrollo, consolidación y venta del producto o servicio. El emprendedor se somete constantemente al riesgo en los negocios, enfrenta nuevos retos, se desafía y lleva al producto o servicio a un constante crecimiento. Esta es la meta que permanentemente persigue el emprendedor, no se queda pensando en lo que hizo, pensando en que ya logró lo que esperaba, sino que piensa en cómo crecer y qué falta por hacer. Es un proceso dinámico de constante cambio y perfeccionamiento, en el que se piensa cómo ir más allá de lo establecido. Su mente piensa en grande, genera una visión de largo plazo y proyecta el futuro con ese producto o servicio.

El emprendedor es capaz y está dispuesto a equivocarse, a arriesgar dinero, porque el dinero no es la finalidad como tal, sino el proceso de crear algo único y de dejar una marca. Todas estas cualidades, evidentemente, no las posee cualquier individuo. Existen solo ciertos sujetos que logran desarrollar las características, los rasgos, las competencias y las habilidades necesarias para emprender, quienes bajo las condiciones del contexto socioeconómico y cultural del país emprenden por diferentes motivos. Así, en la medida en la que logran consolidar ciertas competencias, rasgos y habilidades; y cuenten con un contexto más favorable tendrán más posibilidades de éxito en sus emprendimientos.

Dada la relevancia que representa el emprendimiento como una acción que dinamiza la economía y como alternativa concreta para los estudiantes universitarios, este documento

titulado Perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia 2018 es un estudio que busca aproximarse al perfil individual y contextual del estudiante de la universidad.

### **Este estudio analiza descriptivamente las características, rasgos individuales, competencias y condiciones del ecosistema emprendedor que constituyen el perfil del estudiante emprendedor.**

La primera parte de este informe contiene los antecedentes en el abordaje del perfil emprendedor desde diferentes perspectivas. Así como el planteamiento del problema de investigación que tiene como objetivo identificar el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia y los factores asociados a su actividad emprendedora en el año 2018.

La segunda parte presenta un breve marco de referencia y distintas definiciones para conocer qué es un emprendedor, cuáles son las características individuales y de contexto que favorecen u obstaculizan la actividad emprendedora, los factores asociados, desde una perspectiva holística, que incluyen los elementos individuales y del contexto del emprendedor.

En la tercera parte se presenta la metodología de investigación empleada para el desarrollo de este estudio. En la metodología cuantitativa se diseñó una encuesta, la cual se administró entre 372 estudiantes universitarios activos de la Universidad Francisco Gavidia. La muestra estudiada está conformada por jóvenes entre 20 y

24 años de edad del área urbana. Las preguntas del cuestionario permitieron medir lo que se pretendía con la investigación. Por otro lado, la metodología cualitativa permitió profundizar en aspectos subjetivos en torno al perfil emprendedor desde los aspectos individuales y el contexto que rodea dicha actividad. En este sentido, se elaboró una guía de entrevistas con preguntas abiertas para estudiantes emprendedores de la UFG y representantes de instituciones del país involucradas en temas de emprendimiento. A través de este instrumento de recolección de información se obtuvieron datos únicos, los cuales fueron procesados sistemáticamente de tal manera que los resultados cualitativos expresaran exactamente las opiniones y el discurso de los informantes clave, involucrados en esta investigación.

La investigación ha sido relevante debido a que permitió estudiar el perfil emprendedor de los estudiantes universitarios para conocer sus características a nivel individual (aspectos demográficos, antecedentes, habilidades o capacidades) y de su contexto inmediato (apoyo familiar, institucional y obstáculos externos). En este sentido, se vuelve de sumo interés la profundización en el perfil emprendedor en el ámbito universitario al ser un espacio donde es factible potenciar las habilidades. Este estudio arrojó evidencias sobre las distintas variables que interactúan para determinar la actividad emprendedora y la intención por emprender, con lo que se podrá garantizar una mejor orientación de las estrategias dirigidas para la implementación de una cultura emprendedora. De la investigación surgieron posibles rutas de acción que se pueden desarrollar para mejorar la formación en emprendedurismo hacia el interior de la universidad. Asimismo, los resultados del estudio representan insumos para futuros programas enfocados en apoyar el emprendimiento dentro de la universidad, y para conocer los aspectos que se deben introducir

en los currículos de las carreras y los aspectos formativos que se deben enfatizar.

En la quinta parte se presentan los resultados de esta investigación. Para este estudio ha sido importante tomar en cuenta los aspectos individuales y sociales o de contexto y la interacción entre ambos para conocer el perfil de los emprendedores. Esto facilitó obtener resultados que reflejan el perfil emprendedor desde una perspectiva más integral. Los resultados indican que el emprendedurismo es concebido como una actividad que requiere de características muy propias del individuo, como una visión de largo plazo, capacidad de liderazgo, habilidades para establecer relaciones, desarrollar operativamente una idea de negocios, saber vender y descubrir nuevas ideas de negocios.

Los resultados indicaron que los emprendedores se definen como solucionadores de problemas, capaces de identificar problemas y resolverlos a través de un producto o servicio. Además, según el estudio existe una probabilidad del 26 % de que un estudiante de la UFG sea un emprendedor, y para la mayoría de encuestados resulta atractivo emprender y al terminar sus estudios piensan trabajar como fundadores de su empresa o como sucesores en la empresa de sus padres; y aquellos estudiantes cuyos padres son empleados por cuenta propia, residentes en el área urbana, en un entorno familiar favorable al emprendimiento y con ciertas habilidades que los destaquen tendrán más posibilidades de emprender. Es relevante destacar que los emprendedores tienden a concentrarse en las facultades de Economía y de Arte y Diseño; y la mayoría son jóvenes entre los 20 y los 24 años.

**Según el estudio existe una probabilidad del 26 % de que un estudiante de la UFG sea un emprendedor.**

En las últimas dos partes del informe se desarrollan las conclusiones y posibles implicaciones prácticas obtenidas de esta investigación. De acuerdo con lo planificado, se obtuvieron los resultados esperados conforme al planteamiento del problema. Se pudo identificar el perfil emprendedor o rasgos fundamentales que caracterizan a los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia, y los factores individuales y contextuales asociados a su actividad emprendedora, en el año 2018. Se requiere evidentemente de una visión de largo plazo en la cual se responda a qué tipo de emprendedor se requiere formar; cómo se incorporará el factor innovación en la formación emprendedora; qué habilidades y competencias se impulsarán; qué sectores y productos/servicios se apoyarán y en qué medida. En términos generales, se debe responder a ¿qué es lo que caracterizará al emprendedor de la UFG con respecto al resto?, y ¿qué ventajas competitivas obtendrá y ofrecerá al país? Se debe incorporar la formación en emprendedurismo en la currícula universitaria, tomando en cuenta los factores del ecosistema emprendedor y la realidad socioeconómica y cultural del país, ya que los factores propios de El Salvador son capaces de influenciar inevitablemente en la actividad emprendedora, por lo cual se deben tomar en consideración a fin de crear en los estudiantes la capacidad de resiliencia; es decir, la capacidad de adaptarse y aprender a desarrollar ideas de negocios en el contexto particular salvadoreño.

De esta manera, los resultados de esta investigación presentan la base para desarrollar nuevos proyectos de investigación en la línea del emprendimiento en la Universidad Francisco Gavidia, que sirvan para brindar seguimiento a los hallazgos obtenidos en este estudio y aborde aspectos más específicos que se requieran profundizar.

## 1.1. Antecedentes

El término “emprender” se origina del francés “entreprendre” y del alemán “unternehmen” (Veeraraghavan, 2009, citado en Toca Torres, 2010). Posteriormente los ingleses lo adoptaron como “entrepreneurship”, para describir las habilidades y los comportamientos propios de los emprendedores. De esa manera, el concepto emergió en 1700, cuando se intentó definirlo como término en sí. Originalmente, “entrepreneurship” ha sido asociado a la capacidad empresarial; sin embargo, se considera un concepto más amplio e inacabado (Toca Torres, 2010).

Desde el siglo XX ha habido teorías económicas y no económicas que intentaron explicar el fenómeno del emprendimiento. Las teorías económicas enfatizaron los aspectos vinculados a la creación de empresas y cómo influían en el desarrollo económico. A finales del siglo XX tomaron apogeo las teorías más integrales que estudiaron el emprendimiento desde una perspectiva multivariante, la cual involucra el enfoque conductual y el contexto socioeconómico de los países (Arias Ramírez, López Flores y Rodríguez Martínez, 2011). Una mención importante merece la Escuela Alemana, denominada “schumpeteriana”, surgida a comienzos del siglo XX con Joseph Schumpeter, que atribuyó a los emprendedores la función de innovación y calificó la acción emprendedora como un instrumento de desarrollo de las sociedades (Arias Ramírez *et al.*, 2011). Este último atributo de la actividad emprendedora actualmente prevalece y sigue siendo estudiado bajo esa concepción.

Fue hasta la década de 1960 cuando se empezó a hablar de un *perfil del emprendedor* para referirse a las características específicas que un emprendedor debía poseer, o los atributos, rasgos, cualidades, factores y hábitos que a ciertos miembros de la sociedad los

posibilitan para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado (McClelland, 1961, citado en Marulanda, Montoya y Vélez, 2014). McClelland (1961) creó inicialmente un listado sobre los atributos esenciales del emprendedor y enfatizó sus características personales internas bajo un enfoque psicológico. Estas características debían diferenciar a este grupo social de los demás, y también les facilitarían a estos individuos responder a su ambiente. Sobre la base de experimentos, McClelland (1961) descubrió que estos rasgos del perfil emprendedor no eran innatos, sino más bien desarrollados por los individuos y sus contextos inmediatos. Fue así como surgieron desde entonces planteamientos que se centraron en identificar los valores, capacidades, competencias y motivaciones de los emprendedores para perfilar, al igual que McClelland, un listado ideal de sus características para generar sus negocios. Se enlistaron características como estas: alta necesidad de logro, responsabilidad individual, conocedor de los resultados de sus decisiones, dinero como medida de resultados, habilidades organizacionales, entre otras (Marulanda *et al.*, 2014).

Pronto se vio que estos listados eran limitados para abordar el perfil emprendedor. Por ello, a partir de la década de 1980 se abordó el perfil emprendedor desde un enfoque demográfico y sociológico, cuyo objetivo ha sido identificar las características de contexto del emprendedor, como edad, sexo, lugar de residencia, educación, otros (Marulanda *et al.*, 2014). El objetivo siempre fue crear un listado de las características del perfil emprendedor, con la diferencia de que las variables de estudio son contextuales o externas al individuo, bajo el supuesto de que estas influyen en la actividad del emprendedor.

Ninguno de estos enfoques ha logrado sobreponerse en la actualidad. Todo indica que el perfil o listado de características del emprendedor es algo inacabado, no existe un “perfil de emprendedor típico” (Gartner, 1989, citado en Alda Varas, 2010);

es decir, que puede haber muchos perfiles según las disciplinas de estudio. En todo caso, si se crea un perfil único sería prácticamente imposible que alguien logre poseer todos los atributos. En este estudio, con propósitos pragmáticos y de investigación mixta, se pretende caracterizar un perfil sobre la base de un listado de rasgos proveniente de distintas disciplinas y estudios empíricos que logre contribuir al abordaje de la temática.

Así, como sugiere Marulanda *et al.* (2014), las perspectivas que actualmente permiten una mayor comprensión deben partir de las ciencias sociales, especialmente la demografía, la sociología y la psicología, las cuales facilitan identificar algunos elementos comunes para esbozar un perfil, tanto en rasgos de personalidad como en motivaciones, capacidades y su contexto inmediato. Si estos aspectos se toman en cuenta, especialmente por los encargados de promover y apoyar la actividad emprendedora, los esfuerzos se podrían dirigir hacia aquellas personas con mayores probabilidades de crear y gestionar su empresa hasta consolidarla.

Por otra parte, al abordar el tema del emprendimiento en el contexto salvadoreño, encontramos que existen antecedentes importantes sobre el mismo; sin embargo, estos no están vinculados directamente a la academia, sino más bien al Gobierno central. El Gobierno, a través de los programas administrados por la Comisión Nacional para la Micro y la Pequeña Empresa (CONAMYPE) y el Fondo de Asistencia Técnica (FAT), ha reorientado la visión para el desarrollo de las empresas, prestando gran interés al desarrollo de la competitividad de las Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) bajo la idea de que son los factores fundamentales para el desarrollo del país, porque generan empleos e ingresos directos a muchas personas y en especial a los jóvenes.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> La población juvenil es considerada central, porque representa la mayor proporción

Por ello, en el país existen instituciones para incentivar y apoyar la actividad emprendedora; en muchos casos se articulan para unificar esfuerzos y trabajar en los territorios.

Entre estas instituciones gubernamentales están las siguientes (Arias Ramírez *et al.*, 2011):

- Comisión Nacional para la Micro y la Pequeña Empresa: impulsa en el país una cultura emprendedora por medio de seminarios, conferencias, talleres de participación, concursos, entre otros; a los que la población en general puede acceder y contribuir a cultivar o despertar un hábito emprendedor que favorecerá a la formación y la creación de nuevas empresas.
- El Ministerio de Educación (MINED): evalúa y planifica, a través de acciones estratégicas, la necesidad de desarrollar una cultura emprendedora en el país.
- El Ministerio de Economía (MINEC): se involucra de forma específica en el acompañamiento de este proceso, de forma que pueda capitalizar estas iniciativas como parte del desarrollo de las economías locales y nacionales.
- El Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP): desarrolla una programación para jóvenes empresarios que requieran capacitación avanzada en áreas técnicas importantes para el mejor desempeño de las empresas.
- Existen otras instituciones que en sus programas están involucrando la actividad emprendedora: Instituto Nacional de la Juventud (INJUVE) y el Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (FISDL).

Así, en línea con el fomento de la actividad

---

poblacional, o el bono demográfico que debe ser aprovechado.

emprendedora, en 2014 se creó la Política Nacional de Emprendimiento, bajo la dirección de un Consejo Asesor que forma parte del Sistema Nacional para el Desarrollo de la MYPE. El objetivo es la ejecución de políticas, planes, programas, instrumentos y servicios a nivel nacional, departamental, municipal y sectorial para el fomento y el desarrollo de las micro y la pequeñas empresas, buscando su competitividad, asociatividad y encadenamiento productivo, así como el acceso a los mercados nacionales e internacionales (MINEC y CONAMYPE, 2014). Esta política parte de instrumentos como estos:

- Un fondo para el emprendimiento que permita financiar las etapas que implican esta clase de proyectos.
- Instituciones públicas y privadas comprometidas con la generación y el fomento de una cultura emprendedora.
- Avances en la articulación de los servicios de apoyo a los procesos de creación y formalización de emprendimientos.
- Creación de enfoques diferenciales y especializados para la atención a los segmentos de emprendedores.

**En el país existen instituciones para incentivar y apoyar la actividad emprendedora; en muchos casos se articulan para unificar esfuerzos y trabajar en los territorios.**

Los ejes estratégicos de la política son estos (MINEC y CONAMYPE, 2014): i) Innovación en la industria de soporte, como un esfuerzo interinstitucional público, privado y de la academia para apoyar los nuevos emprendimientos; ii) Acceso

a financiamiento, con el desarrollo de instrumentos de financiación para el emprendimiento (capital presemilla, capital semilla, redes de ángeles inversionistas, microcrédito, otros); iii) Articulación institucional a través del esfuerzo coordinado entre instituciones para lograr los impactos de la política; iv) Mentalidad y cultura emprendedora, referida al esfuerzo nacional por crear una cultura del emprendedurismo y visualizar la creación de empresas como una opción de vida; y v) Emprendimiento en el sistema educativo, para la incorporación del emprendimiento en el sistema nacional de educación desde los niveles primaria, media y superior.

Sin embargo, a pesar de los diferentes esfuerzos realizados por impulsar la iniciativa emprendedora en el país, de acuerdo con una investigación desarrollada por el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) en ese mismo año, El Salvador se ubicó por debajo del resto de América Latina en actividad de emprendedurismo (GEM y ESEN, 2015). No obstante, según el estudio, a nivel latinoamericano la tasa de emprendimiento temprano (emprendedores nacientes) fue de 19.9 % y la tasa de emprendimiento establecido (generando salarios durante más de 42 meses) fue de 8.1 %; en tanto las de El Salvador fueron de 19.5 % y 12.7 %, respectivamente. Significa que los emprendimientos tempranos se mantienen en promedio por debajo del de América Latina; mientras que los emprendimientos ya establecidos están por encima del promedio regional. También, el estudio revela que la principal fuente de financiamiento son los ahorros personales (45 %) y el crédito financiero (39.1 %). Esto significa que las personas que deciden emprender deben contar con capacidad de ahorro, y que, además, existe apoyo insuficiente de las instituciones estatales, y son las instituciones financieras las que están brindando esos apoyos.

Ante esta realidad, el emprendimiento al constituirse como un factor determinante del desarrollo de las economías requiere abordarse

desde un contexto académico y formativo que posibilite la adquisición de competencias en los individuos que toman este camino como fundamento para su existencia y el logro de estabilidad económica (Viloria Escobar, Daza Corredor y Miranda Terraza, 2016). De esta manera, el emprendimiento debe facilitar la articulación entre la Universidad y el entorno productivo, con el fin de propiciar escenarios para el desarrollo de nuevas ideas, para que con ello se favorezca la creación de empresas y se contribuya con el desarrollo socioeconómico.

## 1.2. Justificación

---

Las actuales condiciones económicas del país no permiten que la generación de empleo vaya a la par con la oferta profesional de las universidades. Así, el emprendimiento se convierte en una alternativa atractiva para los jóvenes que emergen de los diferentes programas académicos como una posibilidad de lograr la estabilidad financiera que les permita hacer realidad los planes programados en su proyecto de vida (Viloria Escobar *et al.*, 2016). El emprendimiento es un factor que genera desarrollo económico, tecnológico y social. Incluso, en el contexto de organizaciones los emprendimientos ligados con la innovación, pueden brindar una ventaja competitiva a los sujetos emprendedores en comparación con el resto (Rosero Sarasty y Molina, 2008). Así, la academia se convierte en una plataforma que adquiere el compromiso de impulsar las habilidades emprendedoras de los estudiantes y promover su participación en los diferentes eventos relacionados con esta actividad.

Por esta razón fue pertinente estudiar el perfil emprendedor de los estudiantes universitarios para conocer sus características a nivel individual (aspectos demográficos, antecedentes, habilidades o capacidades) y de su contexto inmediato (apoyo

familiar, institucional y obstáculos externos), y así con base en evidencia se logró diferenciar a esta población de quienes no son emprendedores o no pretenden serlo. Se pudieron establecer los rasgos, cualidades, habilidades, características y contextos inmediatos que identifican a este grupo social y le ha llevado a ser un emprendedor. Este estudio arrojó datos que permitirán tomar medidas formativas para esta población; se podrán crear mecanismos o apoyos específicos para esta población y para quienes quieran ser emprendedores en el futuro.

En este sentido, se volvió de sumo interés la profundización en el perfil emprendedor en el ámbito universitario, al ser un espacio donde es factible potenciar las habilidades y capacidades técnicas en nuevas generaciones de profesionales (Roy y Das, 2016). El ámbito universitario es un escenario de interés para analizar el fenómeno del emprendimiento. Contar con evidencia sobre las distintas variables que interactúan para determinar la actividad emprendedora y la intención por emprender, garantizará una mejor orientación de las estrategias dirigidas para la implementación de una cultura emprendedora.

De la investigación surgieron posibles rutas de acción que se pueden desarrollar para mejorar la formación en emprendedurismo dentro de la universidad, lo cual genera una implicación práctica del estudio. Asimismo, los resultados de esta investigación representan insumos para futuros programas enfocados en apoyar el emprendimiento en la universidad, y para conocer los aspectos que se deben introducir en los currículos de las carreras y los aspectos formativos que se deben enfatizar.

### 1.3. Planteamiento del problema

#### 1.3.1. Objetivo general

- Identificar el perfil emprendedor de los

estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia y los factores asociados a su actividad emprendedora en el año 2018.

#### 1.3.2. Específicos

- Identificar el perfil emprendedor de los estudiantes de la UFG según características individuales y sociales de su contexto inmediato.
- Identificar los tipos de negocios que los estudiantes de la UFG han emprendido o potencialmente piensan desarrollar.
- Descubrir los tipos de emprendedores estudiantiles presentes en la UFG según sus motivaciones.
- Identificar los factores individuales o externos que obstaculizan o favorecen los emprendimientos en los estudiantes de la UFG.
- Explorar las percepciones sociales de los estudiantes de la UFG sobre las oportunidades y capacidades para emprender.
- Develar los apoyos que el estudiante universitario requiere para iniciar actividades emprendedoras.

### 1.4. Pregunta de investigación

A partir del objetivo general se respondió a la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Francisco Gavidia y los factores asociados a su actividad emprendedora en el año 2018?



# Marco conceptual

## 2. Marco conceptual

---

Definir el concepto de emprendedor ayuda a entender los elementos que lo componen y facilita su operacionalización con fines de investigación empírica. Emprendedor es una persona innovadora, que propone y aprovecha los cambios básicamente en cuatro ámbitos: la introducción de nuevos o mejores productos, nuevos o mejores métodos de producción, la apertura de nuevos mercados y la reorganización del proceso administrativo (Jaramillo Villanueva, Escobedo Garrido, Morales Jiménez y Ramos Castro, 2012). Por ello, algunos autores afirman que la innovación es el elemento principal en el concepto de emprendedurismo, debido a que representa una fuente de competitividad y crecimiento económico (Coe & Helpman, 1995; Nadiri, 1993; Wong, Ho, & Autio, 2005, citados en Jaramillo Villanueva *et al.*, 2012). Un concepto de emprendedor, que favorece la operacionalización para el trabajo empírico, es el que denomina como emprendedores a las personas que perciben oportunidades en el mercado, valoran el riesgo y gestionan los recursos para crear una empresa (Kirzner, 1997, citado en Jaramillo Villanueva *et al.*, 2012).

El desarrollo de las naciones está asociado en gran medida a los emprendedores, debido a que son los más comprometidos para identificar oportunidades y articular los recursos para aprovecharlas, razón por la cual es necesario comprender las características y, sobre todo, la naturaleza del ser emprendedor, ya que permite la creación de pequeñas empresas en la sociedad y genera crecimiento económico (Guerra Triviño, Hernández Castillo y Triviño Ibarra, 2015). En este mismo sentido, un emprendedor se identifica porque “es capaz de hacer algo novedoso, de dar otro uso a algo que ya existe y así participar en la transformación de su propia vida y la de su entorno, tiene capacidad para generar ideas, transformarlas,

adaptarlas, proponer diversas alternativas” (Duarte y Ruiz Tibana, 2009).

El enfoque sociológico enfatiza los factores externos al emprendedor como impulsores de la actividad emprendedora y la creación de empresas. Las personas con una amplia red de relaciones informales (familiares, amigos y vecinos) y formales (relaciones contractuales) son más propensas a crear empresas, aunque no necesariamente a innovar (Jaramillo Villanueva *et al.*, 2012). Otro factor externo determinante para que las personas realicen emprendimientos productivos es el arreglo institucional, es decir, las instituciones forman la estructura de incentivos que, si resultan los adecuados, favorecen la función emprendedora.

Por otra parte, la zona de residencia es un factor también influyente. Los emprendedores rurales enfrentan más dificultades que los emprendedores urbanos, por varias causas, entre ellas los limitados contactos (redes sociales) y nivel educativo formal bajo. Cabe destacar que la posición geográfica juega un papel significativo para explicar el espíritu emprendedor; pero no es la posición *per se*, más bien juega un papel importante el número de competidores, la infraestructura de comunicación y la densidad demográfica, que tiene implicaciones para el potencial de mercado (Jaramillo Villanueva *et al.*, 2012). Los empresarios y sus empleados ubicados en áreas urbanas tienen mayor acceso a la enseñanza superior y de calidad, además de una mayor dinámica en la innovación (Jaramillo Villanueva *et al.*, 2012).

### 2.1. Clasificación o tipologías de los emprendedores

---

Todos los emprendimientos son singulares, sin embargo, es posible establecer unas cuantas tipologías o grupos que suelen contar con características comunes. Un primer grupo lo conforman aquellos emprendedores que deciden fundar una empresa

basados en un producto, servicio o tecnología que les es propia, y aquellos que prefieren comprar la franquicia de un negocio (Subsecretaría de Desarrollo Económico, 2013, citado en Cantón Castillo, García Lira y Luit-González, 2014). Una segunda clasificación divide a los emprendedores entre los que “emprenden por necesidad”, los que “emprenden por oportunidad”, los “emprendimientos dinámicos” y los de emprendimientos de “estilo de vida”. Los emprendedores por necesidad son los que debido a situaciones de contexto o externas a su voluntad se ven obligados a emprender; mientras que los emprendedores por oportunidad son aquellos que emprenden porque han detectado un área vacante en el mercado. Luego vienen los “emprendimientos dinámicos”, cuyo objetivo es lograr un crecimiento en capital y empleo a una tasa mayor que la del promedio de sus competidores. El último grupo está formado por proyectos que se fundan con el objetivo de “vivir de lo que me gusta”. Se les conoce como emprendimientos de “estilo de vida”, cuyo objetivo es la búsqueda de un trabajo que les permita aplicar sus conocimientos al producto o servicio (Subsecretaría de Desarrollo Económico, 2013). Otra clasificación importante identifica dos tipos de emprendedores (Parker, 2009): a) El emprendedor tipo *intrapreneur*, que aplica sus conocimientos y capacidades dentro de una organización; y posee el mismo espíritu que cualquier emprendedor, con la diferencia de que utiliza sus capacidades e innova dentro de una organización ya establecida previamente; b) el emprendedor tipo *entrepreneur*, que crea su propia empresa o desarrolla su propio emprendimiento, ya sea de forma individual o con asociados.

## 2.2. Caracterización del emprendedor

---

Específicamente, en el perfil de los emprendedores para Latinoamérica, la mayoría de las empresas son creadas por equipos. Los casos de empresas unipersonales son poco frecuentes (Cantón Castillo *et al.*, 2014). El emprendedor

típico es una persona joven de clase media y de elevado nivel de educación. Siete de cada diez son graduados universitarios, la Ingeniería es la disciplina primordial en la que se formaron, seguida por las Ciencias Económicas (Cantón Castillo *et al.*, 2014). La mitad de los emprendedores proviene de hogares donde el padre ejercía una actividad independiente, bien sea como empresario, como profesional o en algún oficio o comercio.

También suele identificarse la preferencia por la autonomía: los individuos prefieren ser autoempleados que trabajadores asalariados, aun si su ingreso es menor. En este mismo sentido, una serie de trabajos empíricos (Carter, Gartner, Shaver y Gatewood, 2003; Feldman & Bolino, 2000, citados en Cantón Castillo *et al.*, 2014) da cuenta de que este factor es un determinante significativo de la decisión ocupacional de las personas. Esto se vincula directamente con los hallazgos de Moriano, Trejo y Palací (2001): “Se podría interpretar que los emprendedores dan más importancia a disfrutar con aquello que hacen, por tanto, una de las razones por las que crean su propia empresa o trabajan de forma independiente sería poder realizar aquello que realmente les agrada”.

## 2.3. Motivos para emprender

---

Los tres motivos principales para emprender son estos: el deseo de realización personal, el de aplicar los conocimientos adquiridos en el ámbito educativo y el de mejorar el ingreso personal (Cantón Castillo *et al.*, 2014). Los mayores contrastes entre las motivaciones para emprender en distintos países se relacionan con el contexto cultural de los emprendedores. En la mayoría de los países la universidad contribuye a la adquisición del conocimiento técnico, especialmente en cuanto a los más dinámicos; pero no de las demás competencias necesarias para emprender. Los emprendedores destacan la contribución de la

universidad a la formación de sus competencias para emprender: los emprendedores dinámicos valoran de manera especial el aporte de la universidad a la adquisición de capacidades, tales como manejar el riesgo, trabajar en equipo, negociar y ser creativos (Cantón Castillo *et al.*, 2014). En el aspecto de cultura y sistema educativo es donde las universidades pueden incidir de manera positiva. Esto es importante si consideramos que el empleo autónomo adquiere cada vez mayor importancia, como menciona Mastache (2007, citado en Cantón Castillo *et al.*, 2014): “La educación formal debe de considerar un nuevo enfoque, el del proceso emprendedor, para preparar a los adultos a transitar a la transformación que enfrentan, y a los jóvenes para encarar la vida laboral”. Esta intervención de las instituciones de educación superior cobra particular importancia al considerar que buena parte de las empresas “dinámicas” orientadas al crecimiento las fundan emprendedores con formación universitaria (Kantis, Angelelli y Moori, 2004).

## **Los tres motivos principales para emprender son estos: el deseo de realización personal, el de aplicar los conocimientos adquiridos en el ámbito educativo y el de mejorar el ingreso personal.**

Por otro lado, según la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991, citado en Fuentes García y Sánchez Cañizares, 2010) los individuos adquieren un comportamiento u otro en función de que ese comportamiento tenga consecuencias deseables o indeseables para dicho individuo. En ello influye cómo evalúan de forma favorable o desfavorable un determinado comportamiento, es decir, cómo las personas de

su alrededor (familia, amigos, grupos étnicos, entorno educativo y profesional, otros) valorarán esa conducta, en este caso, cómo influirá en la decisión de crear una empresa.

### **2.4. Contribuciones teóricas**

Rodríguez y Jiménez (2005) realizaron una revisión detallada sobre las teorías en torno al emprendedor. Abordaron la contribución de los autores neoclásicos más influyentes de la economía en tratar el emprendimiento. Sin llegar a acuerdos generales, los neoclásicos caracterizaron al emprendedor como un sujeto con capacidad de tomar riesgos al adquirir medios de producción y organizar la actividad económica para obtener algún beneficio al final del proceso (Sung Park y Duarte Masi, 2015); como un líder con capacidad de mando o trabajador superior; capaz de transformar su actividad en una profesión de vida, lo cual lo lleva a poseer su propio código de conducta distintivo y a buscar multiplicar su riqueza con base en el espíritu acumulativo del capitalismo; y con un impulso espontáneo a la acción de emprender (ver Tabla 1).

Particularmente, Rodríguez y Jiménez (2005) centran la atención en las contribuciones de Joseph Schumpeter e Israel Kirzner sobre el emprendimiento. Analizaron a estos dos autores como parte de la contribución de los neoclásicos de la economía en el abordaje del emprendedurismo. Para Schumpeter, en su artículo *Unternehmer*, el emprendedor es un sujeto con una idea clara de negocio, es innovador, es capaz de operacionalizar o echar a andar las ideas, las vuelve sobresalientes y las convierte en rentables. Para Schumpeter la función del emprendedor consiste en tomar la iniciativa y crear.

Por tanto, para Schumpeter lo que caracteriza al emprendedor es la función de dirección. Esta

**Tabla 1**

*Caracterización del emprendedor según autores neoclásicos de la economía*

Neoclásicos	Caracterización del emprendedor
Hawley	Tomador de riesgo
Marshall, Keynes, Weber	Líder superior, capacidad de mando (carismático)
Keynes	Actor espontáneo
Weber	Trabajador superior

Fuente: Elaboración propia con base en Rodríguez y Jiménez (2005).

no solo consiste en efectuar una dirección sobre actividades rutinarias o habituales en la economía, porque esto solo requeriría de una jerarquía administrativa para que cada sujeto cumpla con sus respectivos roles (Rodríguez y Jiménez, 2005). La función de dirección en el emprendedor surge cuando es necesario ir más allá de la jerarquía administrativa y de los procesos habituales, es decir, cuando se identifican vacíos en el mercado y se ofrece nuevos productos o servicios a los consumidores. En este punto preciso es indispensable la función de dirección propia del emprendedor.

Cuando surge esta nueva idea de producto o servicio, el emprendedor ejerce su rol de dirección no solo en su participación en la concepción del mismo, sino también para influenciar al resto del equipo de trabajo mediante la motivación (Rodríguez y Jiménez, 2005). Esto facilita que el resto cumpla con sus roles y favorece que el emprendimiento tome nuevos rumbos en el mercado donde obtiene una mayor ventaja competitiva. Así, para Schumpeter el emprendedor se caracteriza principalmente por su capacidad de motivar a otros y ante todo de ser un líder.

Por consiguiente, para Schumpeter el emprendedor se consagra en momentos determinados, cuando se requiere cumplir con algo fuera de rutina o algo nuevo, por lo que esos momentos son muy específicos y determinantes.

Como consecuencia, donde prevalece la regularidad, la rutina y la repetición de una misma mentalidad y rutina económica no se manifiesta la función de dirección del emprendedor de Schumpeter. De acuerdo con Veciana (1988; citado en Sung Park y Duarte Masi, 2015) el emprendedor schumpeteriano es innovador y promotor del desarrollo económico y de la evolución social. Así, el emprendedor es el elemento quebrantador del equilibrio en el mercado al crear nuevas empresas que rompen la rutina de la vida económica.

De acuerdo con Schumpeter, esta característica de dirección del emprendedor puede desarrollarse debido a tres causas principales (Rodríguez y Jiménez, 2005, p. 77-78):

- 1<sup>a</sup>. El crecimiento continuo de la población y del aparato productivo: la economía obedece a un proceso dinámico mantenido por algunos individuos: los emprendedores.
- 2<sup>a</sup>. La evolución del entorno con un impacto sobre la economía (cambios sociales, decisiones políticas, etc.): el emprendedor sólo puede enriquecer la sociedad cuando él evoluciona en un entorno social y culturalmente favorable.
- 3<sup>a</sup>. El reconocimiento y la puesta en aplicación de nuevas posibilidades en la vida económica: el progreso científico constituye especialmente

una fuente casi permanente para dar nacimiento estas novedades. Por ejemplo, la aparición de monopolios es un medio de prolongar la dinámica del emprendedor.

Así, el emprendedor no solo depende de sí mismo para desarrollar sus funciones y características propias. El desarrollo de la función de dirección del emprendedor requiere también de un contexto favorable que es determinante, el cual existe independientemente de la voluntad del emprendedor individual. En la medida en que el contexto es favorable, el emprendedor puede contribuir y enriquecer a la sociedad favoreciendo su evolución. De la misma forma, se requiere de un contexto de progreso científico que favorece la innovación y la función de dirección del emprendedor. Al emprendedor le favorecen estos elementos del contexto porque cuenta con mayores incentivos socioeconómicos para desarrollar su actividad.

Según Schumpeter la actividad emprendedora se efectúa cuando se ejecutan cinco actividades diferentes (Rodríguez y Jiménez, 2005), así:

- 1ª. Producción y puesta en marcha de nuevos productos o servicios, o de una nueva calidad de los mismos.
- 2ª. Desarrollo e introducción de nuevos métodos de producción.
- 3ª. Desarrollo de nuevas formas de organización de la industria.
- 4ª. La conquista de nuevos mercados a través de nuevas ideas, procesos, productos, servicios y métodos de producción.
- 5ª. El acceso a nuevas fuentes de suministro.

La tarea del emprendedor consiste en sobrepasar las dificultades que se le presenten.

El emprendedor de Schumpeter se caracteriza individualmente por su voluntad de ser un fundador, un promotor, es decir, de lanzar un nuevo proceso, producto o servicio y obtener los resultados de rentabilidad que cumplan o sobrepasen con los objetivos planteados. Así, el emprendedor es capaz de marcar un punto de inflexión o un antes y después en la actividad productiva, es decir, que puede explorar y desarrollar nuevas posibilidades hasta el momento desconocidas en el contexto económico. Ser emprendedor es una cuestión de voluntad y de comportamiento, por lo que todas estas funciones las puede ejercer un emprendedor en su propia empresa como fundador y también como asalariado, bajo contrato de trabajo en el campo público y privado. Por lo tanto, el perfil del emprendedor schumpeteriano no es necesariamente un inventor, sino que es aquel que logra detectar innovaciones ya existentes y las transforma en objetos aceptables para la sociedad, es decir, que las vuelve rentables en la esfera económica (Rodríguez y Jiménez, 2005). Pueda que la idea, producto o servicio no sea totalmente nuevo para la empresa; pero el emprendedor detecta que sí lo son para el entorno social y económico, y aprovecha esta oportunidad para ser un pionero, es decir, que es el primero en explotar el potencial de la idea innovadora; es el que percibe esa oportunidad y mejor le saca provecho productivo.

Por otra parte, el emprendedor schumpeteriano ejerce sus competencias individual y colectivamente. La función emprendedora no necesariamente se concentra en un solo sujeto, sino que se puede ejercer en equipos de trabajo conformados por el emprendedor, con el objetivo de rodearse de otros sujetos con competencias de las que él carece.

Por otro lado, para Israel Kirzner el emprendedor permanece en alerta constante ante los cambios y condiciones del mercado, lo cual le facilita anticiparse de mejor manera y tomar las

medidas necesarias. Identificó al emprendedor como aquel elemento empresarial que ejecuta la acción humana de forma distintivamente activa, creadora y, por tanto, dotado de una intencionalidad claramente definida, es decir, de una visión determinada que establece la finalidad de la actividad emprendedora. Así, no consiste en una acción pasiva, automática y mecánica, sino que son individuos comprometidos en la acción humana creativa y con un rol activo o protagónico.

Kirzner habla del empresario puro, como aquel que está alerta a las oportunidades hasta el momento ocultas (Veciana, 1988). Incluso, Kirzner habla de un emprendedor que comienza sin medios, es decir, que inicialmente debe esforzarse por alcanzar los medios necesarios para desarrollar el emprendimiento. Por tanto, la actividad emprendedora comienza desde cuando no se dispone de medios y se está alerta a las oportunidades que ya existen para obtener dichos medios y echar a andar la idea de negocio. Así, contrario a Schumpeter, para Kirzner la característica más importante del emprendedor no consiste en la capacidad de apartarse de la rutina, sino la de identificar y explotar nuevas oportunidades que aún no han sido advertidas (Rodríguez y Jiménez, 2005).

En este sentido, para Kirzner la principal característica del emprendedor es la habilidad de identificar nuevos productos que se han convertido en válidos e indispensables para la población consumidora, y de implementar nuevos métodos de producción que se han vuelto factibles.

## 2.5. El enfoque sociocultural y del entorno

---

Uno de los enfoques más explicativos de la actividad emprendedora es el socio-cultural y del entorno. Este enfoque toma en cuenta los factores sociales, políticos, familiares y la incidencia del

apoyo institucional en la iniciativa emprendedora. En este enfoque se derivan distintas teorías que toman en consideración diferentes factores externos que influyen en la iniciativa emprendedora.

Dentro de este enfoque se ubica la teoría de la marginación, en la cual los factores externos, sobre todo negativos, influyen en el emprendimiento. Se plantea que un emprendimiento se inicia debido a un suceso crítico, negativo, que acelera su surgimiento como un suceso disparador (Shapiro, 1982). Se plantea que sujetos en situación de marginación pueden conformar grupos étnicos, inmigrantes, religiosos o desempleados con mayores posibilidades de crear un emprendimiento como consecuencia de los factores críticos negativos. Por ejemplo, si hay pocas oportunidades económicas, momentos de crisis como desempleo o la existencia de sectores productivos poco desarrollados, pueden llevar a los individuos a emprender. Así, un suceso disparador provoca el surgimiento del emprendimiento como respuesta a ese factor crítico negativo.

En este enfoque también se ubica la Teoría del rol. Esta teoría explica por qué en determinadas zonas geográficas se concentra mayoritariamente la actividad emprendedora en comparación con otras. Esto puede responder a que en el entorno existen modelos de emprendimiento que estimulan el nacimiento de otros emprendedores (Nuño, 1996). Por ejemplo, los factores externos como la presencia de emprendedores en la zona urbana pueden ser vistos como modelos ideales que afectan en la decisión de crear nuevos emprendimientos. Del mismo modo, las experiencias emprendedoras del pasado, de éxitos y fracasos, visualizadas en el contexto inmediato o como antecedentes familiares de emprendedores, influyen en la iniciativa emprendedora del presente. Así, mientras más favorables sean los valores sociales en torno a la actividad emprendedora, mayor será la presencia de emprendedores en el contexto inmediato como modelos ideales o existan

antecedentes familiares de emprendedores; estos factores actúan como incentivos en el proceso de creación de emprendimientos. También podría decirse que estos factores aumentan la legitimación social para emprender.

En este enfoque también se ubica la Teoría de redes. En esta teoría se plantea que el conjunto de relaciones e interacciones entre grupos o sujetos crea reacciones en cadena (Sung Park y Duarte Masi, 2015). El resultado de estas interconexiones es la circulación de ideas y de información, lo cual favorece la creación de nuevos emprendimientos a partir de esa información valiosa que sirve como incentivo. Por ejemplo, como resultado de la interacción entre sujetos o entre sujetos e instituciones, surge información valiosa que puede servir como aprendizaje, como incentivo, intercambio de ideas o para la difusión de oportunidades para emprender con el apoyo institucional. En este punto resultan de vital importancia los canales adecuados para transmitir la información valiosa entre los potenciales emprendedores.

Otra teoría en este enfoque es la Teoría de la incubadora. Esta teoría plantea que los individuos que poseen más posibilidades de emprender, son quienes provienen de una institución en la que fueron formados para ese fin, es decir, para ser emprendedores (Sung Park y Duarte Masi, 2015). La institución u organización funciona como una incubadora en la que se adquieren habilidades o competencias previamente a la actividad emprendedora, las cuales le servirán posteriormente para iniciar y desarrollar el emprendimiento (Bull y Willard, 1993). Incluso, la incubadora puede proveer otra clase de incentivos, como capital semilla o redes de contactos, que favorecen el emprendimiento. También, las empresas en las que el emprendedor ha trabajado con anterioridad le sirven como incubadora, ya que es donde descubre la oportunidad de negocio

y madura la idea hasta llevarla a cabo (Aldrich y Wiedenmayer, 1993).

La Teoría de la ecología de la población es otra teoría dentro del enfoque sociocultural y del entorno. Esta teoría plantea que el éxito en la creación de empresas lo determina el entorno más que las habilidades y características individuales del emprendedor (Sung Park y Duarte Masi, 2015). Así, las empresas que mejor se adapten al entorno sobrevivirán y las que no lo logren, no sobrevivirán, es decir, que los emprendimientos requieren capacidad de resiliencia para adaptarse a las condiciones del entorno. Como consecuencia, los cambios en el entorno pueden provocar el surgimiento de nuevos tipos de empresas con características apropiadas al contexto. También, los cambios en los emprendimientos pueden obedecer a procesos demográficos en los que los cambios generacionales generan otro tipo de emprendedor con otras mentalidades y capacidades de identificar y aprovechar vacíos presentes en el mercado.

También encontramos en este enfoque la Teoría institucional. Esta teoría explica cómo las instituciones crean condiciones para emprender. Las instituciones pueden crear un entorno favorable o desfavorable para los emprendedores, poseen la capacidad de establecer o redefinir las reglas del juego, crear incentivos o instaurar obstáculos a la interacción humana (North, 1990; citado en Sung Park y Duarte Masi, 2015). Puede tratarse de instituciones públicas o privadas, ya que ambas en distintos ámbitos cuentan con las posibilidades de moldear las reglas de juego en la sociedad, aunque el sistema de instituciones gubernamentales son las que cuentan con mayor capacidad de establecer condiciones favorables o desfavorables para los emprendedores al cubrir un mayor espectro en diferentes sectores (economía, finanzas, impuestos, educación en todos sus niveles y otros). Dentro de las instituciones están las universidades que, desde el ámbito de la educación superior, tratan de crear

ciertas condiciones para los emprendedores, aunque envueltas en un contexto en el que entran en juego otras instituciones de tipo gubernamental y privado que establecen sus propias reglas del juego.

Finalmente, encontramos la Teoría de la acción planificada (Ajzen, 2005; citado en Ortiz García y Millán Jiménez, 2011), la cual toma en consideración los aspectos personales o individuales y los sociales para estudiar la conducta emprendedora. El núcleo de esta Teoría consiste en argumentar la importancia que juega el entorno familiar, educativo y social en el surgimiento de los emprendimientos. Es decir, que los grupos de referencia juegan el papel de modelos o estereotipos a seguir para el sujeto que emprende (Ortiz García y Millán Jiménez, 2011). Así, este planteamiento no enfatiza solamente lo individual ni solo los aspectos del contexto, sino que toma en consideración la interacción entre ambos tipos de elementos que pueden influir en la intención de emprender.

## 2.6. Aportes recientes sobre el perfil emprendedor en Iberoamérica

---

Algunos autores recientemente han aportado en el perfil emprendedor y han señalado una serie de características del emprendedor. El emprendedurismo es protagonizado en menor medida por mujeres, en comparación con los hombres, en quienes es más intensa la actividad emprendedora (Kantis, 2004; Martín Cruz, Barahona y Rodríguez Escudero, 2005; Ruiz Navarro, Camelo Ordaz y Codura Martínez, 2012),

es caracterizado por su imaginación y capacidad anticipatorio del futuro para planificar (Alcaraz Rodríguez, 2011; De Castro e Costa Rizzato, 2012); por su fluidez de pensamiento e ideas que le permiten identificar oportunidades de negocio en el entorno y resolver problemas (Alcaraz Rodríguez, 2011; De Castro e Costa Rizzato, 2012; García Ramos, Martínez C., & Fernández Gago, 2010; Vargas Hernández & Campos Álvarez, 2011); por su creatividad (Puchol, 2012); la capacidad de llevar a cabo sus ideas (Alcaraz Rodríguez, 2011); capacidad de adaptación ante cualquier situación (Alcaraz Rodríguez, 2011; Coque Martínez, Díaz Bretones y López Mielgo, 2013; Vargas Hernández & Campos Álvarez, 2011); disposición para tomar riesgos (Alcaraz Rodríguez, 2011; Alonso Nuez, 2011; Coque Martínez *et al.*, 2013; Graña, 2002; M., E., & J., 2010; Vargas Hernández y Campos Alvarez, 2011); espíritu de investigación (Alcaraz Rodríguez, 2011); por sus habilidades de comunicación (Puchol, 2012); su nivel de autonomía (Alonso Nuez, 2011; Poncio, 2010; Puchol, 2012); su perseverancia (Brenes Leiva, 2007; Poncio, 2010; Puchol, 2012; Vargas Hernández y Campos Álvarez, 2011); por su orientación al equipo (Poncio, 2010; Puchol, 2012); su vocación de liderazgo e innovación (Bilbao y Pachano, 2002; De Castro e Costa Rizzato, 2012; M. *et al.*, 2010; Poncio, 2010; Saboia Laitao y Cruz, 2006); su capacidad de aprender de los demás y de la autocrítica (Alcaraz Rodríguez, 2011; Poncio, 2010; Ruiz Navarro *et al.*, 2012) y el respaldo familiar e institucional favorable (Coque Martínez *et al.*, 2013; Quintana García, 2001; Saboia Laitao y Cruz, 2006).



# Método

### 3. Metodología

La investigación se desarrolló con base en las metodologías cuantitativa y cualitativa. En este proceso las metodologías cualitativas y cuantitativas se fortalecieron mutuamente para alcanzar los objetivos de la investigación (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2010). La metodología cuantitativa se empleó para generar resultados de inferencia en la población de estudio; y la metodología cualitativa se utilizó de forma complementaria para profundizar en algunos tópicos.

#### 3.1. Metodología cuantitativa

##### 3.1.1. Diseño de investigación

Se desarrolló una investigación de corte transversal tomando datos específicos del año 2018 (como una toma de fotografía del perfil emprendedor en un espacio y un tiempo determinados).

##### 3.1.2. Alcance de investigación

El alcance de la investigación fue inicialmente exploratorio para identificar las características del estudiante emprendedor de la UFG; se analizaron las variables independientes unas de otras. Posteriormente el estudio fue descriptivo, para analizar los factores asociados a la actividad emprendedora de los estudiantes de la UFG, según lo planteado en la literatura científica.

##### 3.1.3. Delimitación espacial y temporal del estudio

La investigación se desarrolló en la sede central de la Universidad Francisco Gavidia y en el Centro Regional de Occidente (CRO), en la ciudad

de Santa Ana. El estudio se implementó entre abril y octubre del año 2018.

#### 3.1.4. Muestra estratificada

##### 3.1.4.1. Población

La población total es de 12,050; entre quienes 10,894 son estudiantes activos de 2018, y 1,156 son egresados con dicho estatus en el mismo año. Estas fueron las unidades de análisis consideradas para seleccionar la muestra en este estudio:

- a) Criterios de inclusión: ser estudiante activo en la UFG durante 2018, sin importar el año ni la carrera de estudio; ser egresado y mantener dicho estatus durante el 2018.
- b) Criterios de exclusión: estudiantes de posgrado.

##### 3.1.4.2. Selección de la muestra

Para seleccionar la muestra se utilizó la siguiente fórmula (Camarero, Almazán, Arribas, Mañas, & Vallejos, 2013):

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{e^2(N - 1) + Z^2 PQ}$$

Donde:

$Z^2$  = nivel de confianza considerado en el estudio correspondiente al 95% y su correspondiente valor Z asociado (1.96).

N = Población total.

P = Proporción poblacional de la ocurrencia del evento.

Q = Proporción poblacional de la no ocurrencia del evento.

$e^2$  = Error máximo aceptado, en este caso del 5%.

Al sustituir:

$$n = \frac{1.96^2 * 12050 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(12050 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 372$$

Así, la muestra considerada en el estudio fue de 372 unidades de análisis. Se estratificó según facultades, como se muestra en la Tabla 2.

La muestra fue de 372 unidades de análisis, de las cuales el 54.6 % son mujeres y el 45.4 % son

hombres. Es decir, que la muestra estudiada no difiere de la población objetivo. Las edades de la mayoría oscilaron entre los 20 y los 24 años, lo cual significa que la muestra estudiada es joven, como es normal entre la población estudiantil universitaria (ver Gráfico 1).

La mayoría de la muestra estudiada reside en el área urbana, y el nivel de estudio superior que estaban cursando en el momento de la encuesta fue de pregrado (Licenciatura, Ingeniería o

**Tabla 2**

*Muestra estratificada seleccionada en el estudio*

Estrato/Facultad	Población por facultad (estudiantes y egresados)	Fracción constante (b)	Muestra (c)
Facultad de Ciencias Económicas (SS)	4879	0.0309	151
Facultad de Ciencias Económicas (CRO)	203	0.0309	6
Facultad de Ingeniería y Sistemas (SS)	2628	0.0309	81
Facultad de Ingeniería y Sistemas (CRO)	87	0.0309	3
Facultad de Ciencias Jurídicas (SS)	1577	0.0309	49
Facultad de Ciencias Jurídicas (CRO)	136	0.0309	4
Facultad de Ciencias Sociales (SS)	1169	0.0309	36
Facultad de Arte y Diseño (SS)	1371	0.0309	42
Total	12050		372

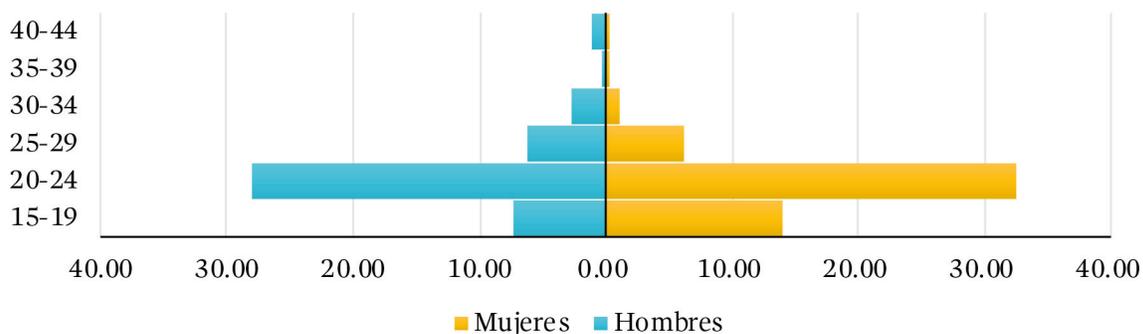
Notas:

(a) = SS, San Salvador; CRO, Centro Regional de Occidente.

(b) Resultado de dividir la muestra entre la población total.

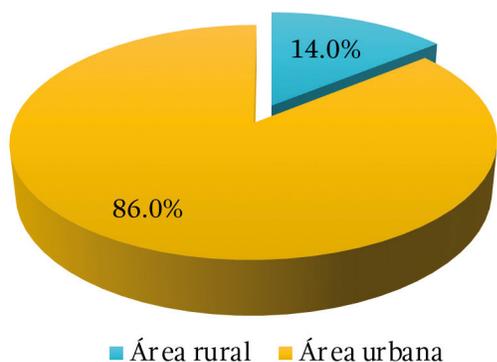
(c) = Muestra seleccionada por cada estrato o Facultad. El total debe ser igual a la muestra seleccionada.

Fuente: Elaboración propia con base en registros oficiales de la UFG.

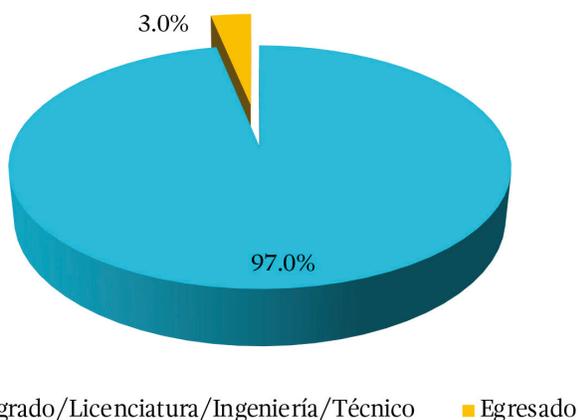


**Gráfico 1. Pirámide poblacional.** Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

Técnico) (ver Gráficos 2 y 3). Esto significa que el perfil estudiado proviene de un segmento poblacional joven, principalmente urbano y que cursa estudios superiores.



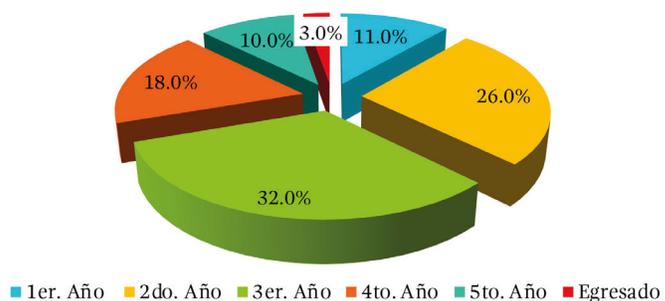
**Gráfico 2. ¿De qué área proviene?**  
 Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.



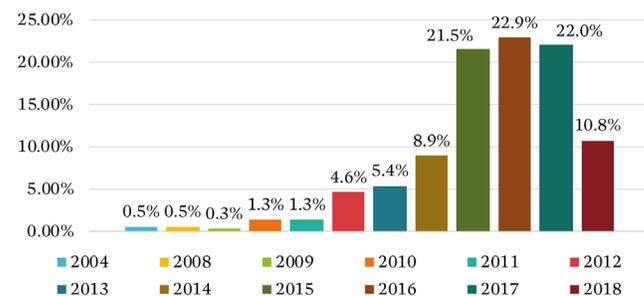
**Gráfico 3. ¿Qué nivel de estudios está cursando?**  
 Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

La mayoría de las unidades de análisis de la muestra estudiada cursaban el primero, segundo o tercer año de sus respectivas carreras (ver Gráfico 4). La mayoría ingresó a la Universidad entre los años

2015 y 2018. Casi un 20 % entró entre los años 2012 y el 2014; apenas un pequeño porcentaje ingresó entre los años 2004 y el 2011 (ver Gráfico 5).



**Gráfico 4. ¿Qué año universitario cursa?**  
 Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.



**Gráfico 5. ¿En qué año ingresó a la UFG?**  
 Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

### 3.1.5. Procedimientos de recolección de información

#### 3.1.5.1. Fuentes de información

Las fuentes de información fueron las encuestas realizadas con estudiantes de la UFG en la sede central y en el CRO.

### 3.1.5.2. Instrumentos

Cuestionario: Consistió en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir (Hernández Sampieri *et al.*, 2010). Se elaboró un cuestionario para recolectar la información sobre las variables de interés del estudio. Este fue congruente con el planteamiento del problema. El cuestionario tomó aspectos clave de los enfoques que han estudiado el perfil emprendedor, incluyendo elementos de nivel individual, social o de contexto. Esto permitió disponer de un instrumento más integral que incluyó los aspectos más esenciales del perfil emprendedor.

### 3.1.5.3. Control de calidad

Durante la recolección de datos, cada encuesta fue verificada por el supervisor y el investigador principal. Las encuestas que manifestaron inconsistencias fueron devueltas nuevamente al encuestador encargado para que volviera a administrar la boleta a la unidad de análisis. Asimismo, cada encuestador fue supervisado para comprobar el cumplimiento de los procedimientos técnicos y éticos determinados. El llenado de las boletas fue con bolígrafos, para garantizar la legibilidad de la información durante la tabulación de la información y para evitar pérdida de datos. Cada boleta que fue llenada se almacenó y se organizó según número de registro único y facultad, para agilizar el proceso de tabulación de la información. Se llevó a cabo una bitácora detallada del proceso de recolección de información, así como también el nivel de avance del proceso de recolección, según lo proyectado y en el estrato de cada Facultad, las boletas con inconsistencias, los imprevistos durante el levantamiento de la información y las posibles mejoras.

Para garantizar la calidad de los datos durante la tabulación se utilizó el software CSPRO. Este programa facilitó el ingreso de la información en una plataforma especialmente diseñada para la boleta y las preguntas incluidas en las boletas, es decir, que este software se

manejó exclusivamente para la tabulación de datos. Esta plataforma se creó bajo dos propósitos: agilizar el proceso de tabulación al poder visualizar la boleta en la computadora e ir solo llenando cada campo según la boleta en papel; y no distorsionar la base de datos, duplicar o modificar la información, porque esta no es visible. A continuación, con el software se importó la información al formato sav para analizarla con el programa SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Se utilizó el software SPSS para procesar y analizar los datos recolectados. Se construyó una base de datos donde se introdujeron todas las respuestas de las boletas; cada una fue introducida como una unidad de análisis. Con este software también se creó el diccionario de variables con sus respectivos códigos, extensión, etiquetas y tipo de medida.

### 3.1.5.4. Técnicas de análisis

Análisis descriptivo: Se empleó un análisis de frecuencias simples para identificar el perfil emprendedor de los estudiantes; se realizaron cruces de variables (actividad emprendedora según facultad, sexo y grupos de edad) y también se calcularon porcentajes y razones.

Se utilizó el software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) para procesar y analizar todos los datos. Con este software también se creó el diccionario de variables.

## 3.2. Metodología cualitativa

### 3.2.1. Muestra

El muestreo cualitativo se basó en seleccionar actores clave (por conveniencia, muestra de expertos y participantes voluntarios) que brindaron información útil para profundizar en aspectos de la actividad emprendedora. Entre los tipos de actores clave se seleccionaron los siguientes:

- a) Actores clave de la UFG vinculados al emprendimiento como emprendedores incubados.
- b) Actores clave de instituciones vinculadas con actividad emprendedora.

El acceso a los informantes clave fue posible mediante contactos o *gatekeepers* (Hernández Sampieri *et al.*, 2010), quienes facilitaron este proceso y el acceso a los informantes. Mediante esta muestra se recolectó la información útil para profundizar en el objeto de estudio (ver Tabla 3).

**Tabla 3**  
*Muestra cualitativa seleccionada para el estudio*

Tipo de informantes	Muestra cualitativa
Emprendedor incubado de la UFG	4
Informante institucional	3
Total	7

Fuente: Elaboración propia.

### 3.2.2. Instrumentos de recolección de información

La entrevista enfocada: Es una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado). A través de las preguntas y las respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (Hernández Sampieri *et al.*, 2010). En la entrevista enfocada se identificaron y consolidaron las principales

categorías o ideas centrales de los actores sobre dicha temática, cuya finalidad fue responder a los objetivos de la investigación.

Se asumió que el entrevistado es el experto todo el tiempo, por lo que los investigadores escucharon con atención; no interrumpieron, a menos que se perdiera la dirección del objetivo de la entrevista; no se realizaron preguntas que denoten prejuicios; no se indujeron las respuestas de antemano (si se requería profundizar en ciertas categorías, se repreguntaba con nuevas frases o palabras). Se creó un clima de confianza con cada informante, para garantizar que la entrevista arrojara información más rica y profunda.

Las entrevistas se desarrollaron sobre la base de una guía semiestructurada, la cual contenía las principales preguntas de interés; pero en la medida en que transcurrieron las entrevistas, se pudieron incluir aquellas interrogantes para profundizar y enriquecer la recolección de datos. Todas las entrevistas fueron almacenadas (con autorización de los actores clave) y transcritas para el análisis de datos.

### 3.2.3. Análisis de datos

El análisis de datos se desarrolló sobre la base de selección de categorías centrales que surgieron durante las entrevistas. Se utilizó el software Nvivo para el análisis sistemático y exhaustivo de datos.



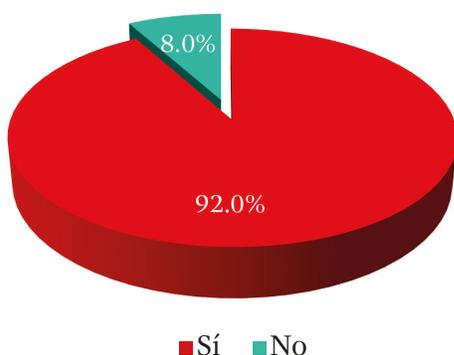
# Resultados

## 4. Resultados

Se han dividido los resultados en dos secciones: resultados cuantitativos y resultados cualitativos. Primero, se presentan los resultados de la encuesta para medir aspectos del perfil emprendedor del estudiante universitario. En lo cualitativo, se presentan los resultados de las entrevistas y las principales categorías identificadas con base en los discursos de los informantes clave, que permiten profundizar en aspectos subjetivos y simbólicos entorno al fenómeno del emprendimiento.

### 4.1. Resultados cuantitativos: caracterización del perfil emprendedor

Al preguntar sobre la percepción de la actividad emprendedora, la mayoría de los encuestados manifestó que es atractivo ser emprendedores como ocupación o profesión, contra una pequeña parte que expresó que no es una actividad atractiva (ver Gráfico 6).

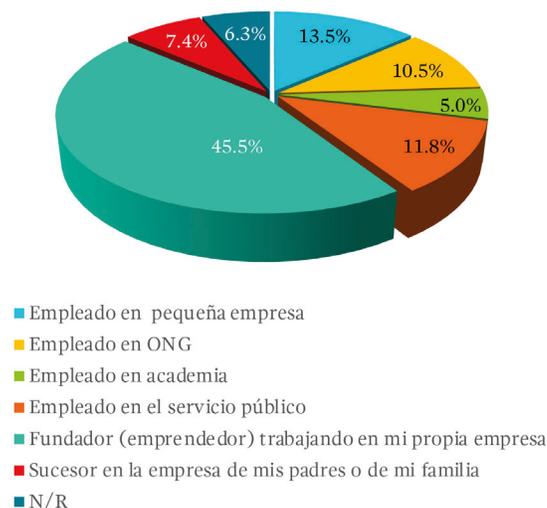


**Gráfico 6. ¿Es atractivo ser emprendedor?**  
Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

La mayoría manifestó que al terminar sus estudios universitarios se dedicará a emprender

como fundadores de su propia empresa o como sucesores en la empresa de sus padres.

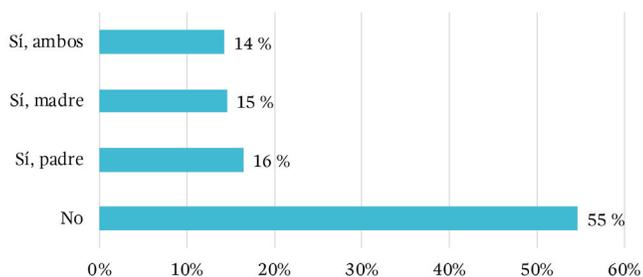
El resto expresó que al terminar sus estudios se ocupará de vender su fuerza de trabajo en instituciones públicas o empresas (Ver Gráfico 7).



**Gráfico 7. ¿Qué harás al terminar tus estudios?**  
Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

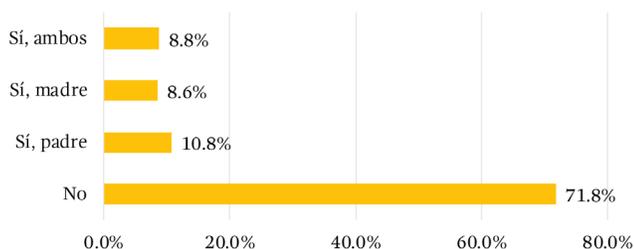
La mayoría de encuestados expresó que ninguno de sus padres es trabajador por cuenta propia, mientras que el restante manifestó, que ya sea la madre, padre o ambos son trabajadores por cuenta propia. Es decir que la mayoría no posee antecedentes de autoempleo en su núcleo familiar (ver Gráfico 8).

**La mayoría manifestó que al terminar sus estudios universitarios se dedicará a emprender como fundadores de su propia empresa o como sucesores en la empresa de sus padres.**



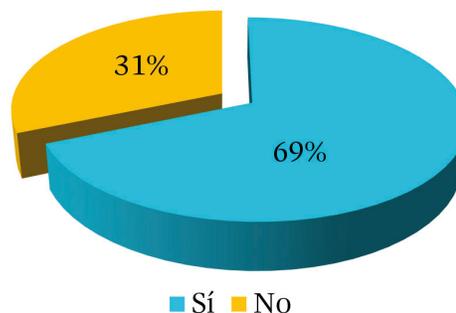
**Gráfico 8.** ¿Alguno de tus padres trabaja por cuenta propia? Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

En este sentido, la mayoría manifestó que ninguno de sus padres es propietario de una empresa, y prácticamente un tercio del total de los encuestados dijo que, ya sea la madre, padre o ambos poseen una empresa. Es decir, la mayoría no cuenta con antecedentes familiares en cuanto propiedad de empresa (ver Gráfico 9).



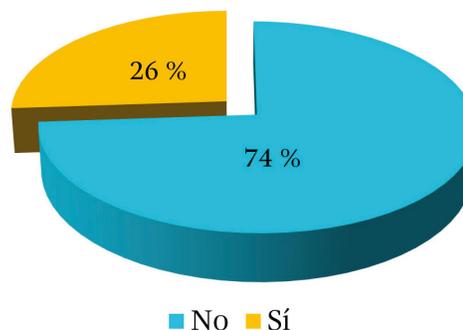
**Gráfico 9.** ¿Alguno de sus padres es propietario de una empresa? Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

De las personas que afirmaron tener el antecedente familiar de propiedad de una empresa, la mayoría externó haber trabajado en esa empresa, contra casi un tercio que manifestó que no ha trabajado en la empresa de sus padres (Gráfico 10).



**Gráfico 10.** ¿Has trabajado en ella? Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

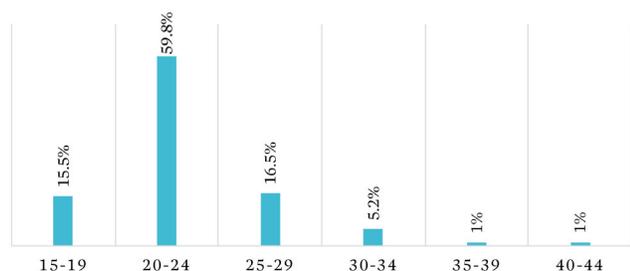
El estudio indica que, prácticamente, una cuarta parte de la muestra encuestada está emprendiendo su propio negocio o autoempleo, es decir, que en la Universidad Francisco Gavidia existe una probabilidad del 26% de que un estudiante elegido al azar sea un emprendedor activo. Mientras que la mayor parte afirmó que actualmente no estaba emprendiendo su propio negocio (ver Gráfico 11).



**Gráfico 11.** ¿Está emprendiendo su propio negocio / autoempleo? Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

**En el caso de los que están emprendiendo, la actividad emprendedora se concentra en el grupo quinquenal entre edades de 20 a 24 años, es decir, que representan una población joven.**

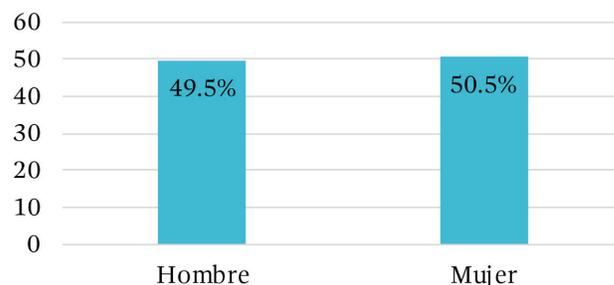
Luego, la actividad emprendedora se observa en menor medida entre las edades de 25 a 29, y entre los 15 a 19 años (ver Gráfico 12).



**Gráfico 12. Actividad emprendedora según grupos de edad (n = 97; 26.1%) Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.**

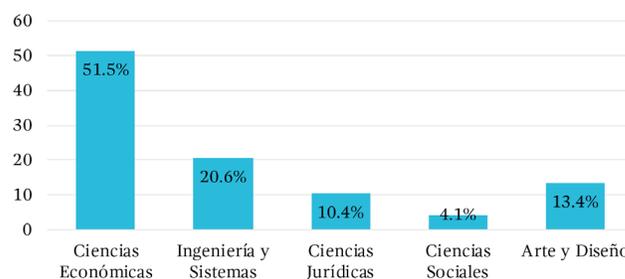
Por otra parte, la actividad emprendedora no se concentra en un sexo específicamente. Más bien, la actividad emprendedora se distribuye de manera muy similar entre hombres y mujeres, aunque en el sexo femenino es mayor la proporción; no es una diferencia considerable en comparación con el sexo masculino (ver Gráfico 13).

**La actividad emprendedora la desarrolla en mayor proporción la población femenina.**



**Gráfico 13. Actividad emprendedora según sexo (n = 97; 26.1 %) Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.**

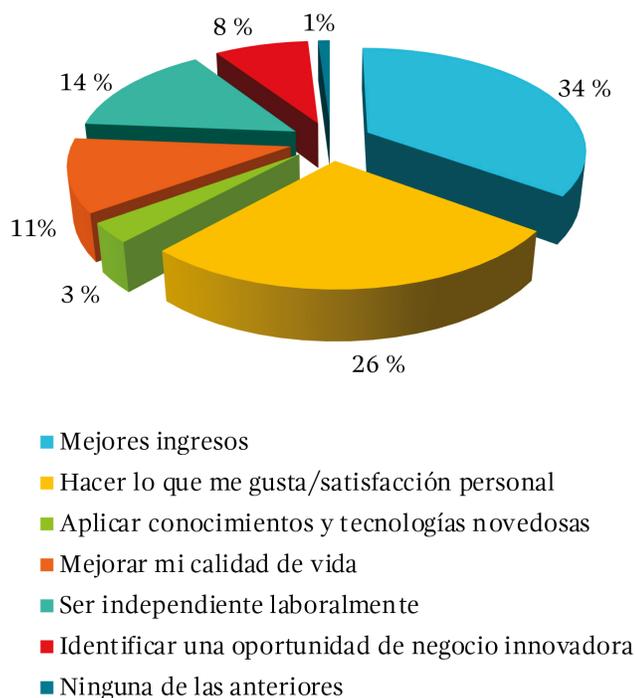
Los resultados muestran que la actividad emprendedora se concentra mayoritariamente en la Facultad de Ciencias Económicas, seguida por la Facultad de Ingeniería y Sistemas. La menor actividad emprendedora se observa sobre todo en la Facultad de Ciencias Sociales, en la Facultad de Ciencias Jurídicas y en la Facultad de Arte y Diseño. Así, la mayor parte de la actividad emprendedora proviene de la Facultad de Economía y de la Facultad de Ingeniería y Sistemas (ver Gráfico 14).



**Gráfico 14. Actividad emprendedora según facultad. Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.**

De acuerdo con los resultados del estudio, los principales motivos de los estudiantes para

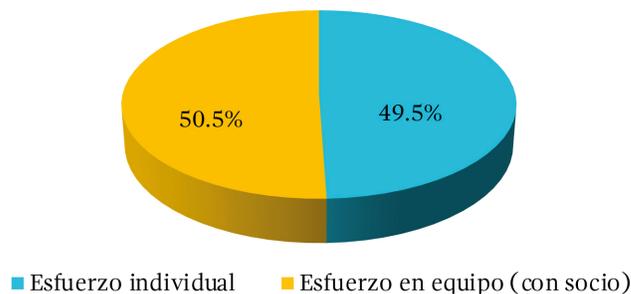
emprender son el de obtener mejores ingresos económicos y el deseo de hacer lo que les gusta por satisfacción personal. Así, existen dos tipos de emprendedores, principalmente: los que emprenden por necesidad (mayores ingresos) y los que emprenden por oportunidad (esperan la oportunidad para realizar lo que les gusta, buscan ser independientes laboralmente o esperan la oportunidad para identificar una oportunidad de negocio innovadora) (ver Gráfico 15).



**Gráfico 15. ¿Qué te motivó para emprender? (n = 97; 26.1 %) Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.**

Los resultados muestran que la actividad emprendedora es un esfuerzo individual y en equipo. Aunque se identificó mayormente un tipo de emprendimiento en equipo, es una diferencia mínima en comparación con el tipo de emprendimiento individual, es decir, que coexisten

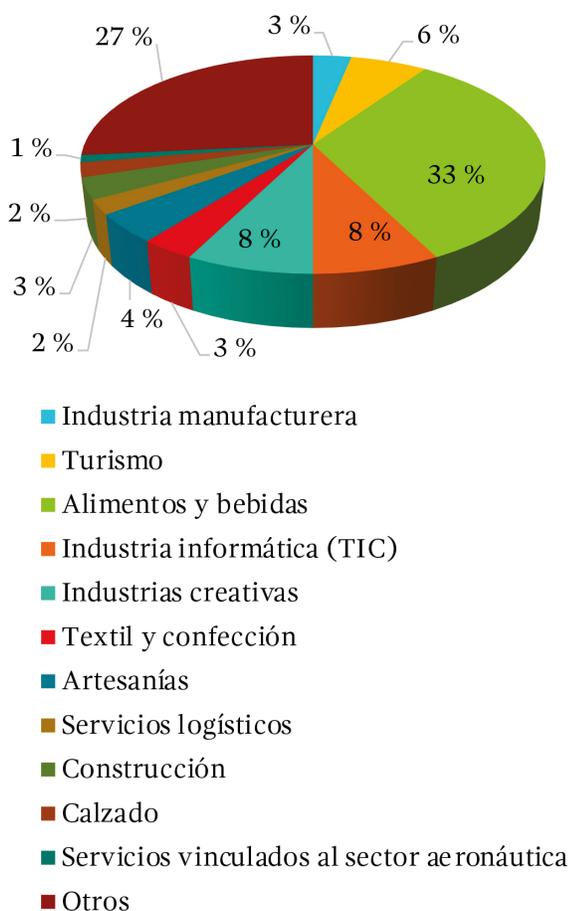
ambos tipos dentro del perfil de emprendedor universitario (ver Gráfico 16).



**Gráfico 16. ¿Ha sido un esfuerzo individual o con otro/s socio/s? (n = 91; 24.5 %) Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.**

Los resultados indican que un tercio de la actividad emprendedora se ubica en el sector alimentos y bebidas. Mientras que el resto de emprendimientos se distribuyen entre diferentes sectores, como la industria informática y la industria creativa; y en menor medida, en el sector turismo, de artesanías, textiles y confección, construcción, calzado, servicios logísticos y servicios vinculados a la aeronáutica. Es decir, que la actividad tiende a concentrarse en sectores en los cuales se aplica menos tecnologías (ver Gráfico 17).

**Los resultados indican que un tercio de la actividad emprendedora se ubica en el sector alimentos y bebidas.**

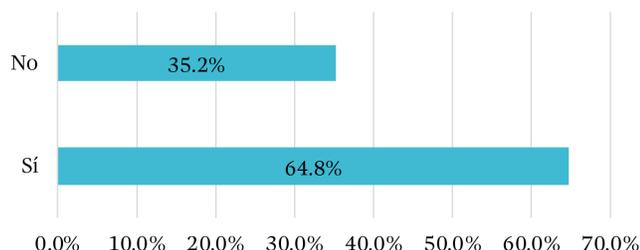


**Gráfico 17. ¿En qué sector se desarrolla tu negocio? (n = 94; 25.3%) Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.**

Al preguntarles a los encuestados sobre el producto o servicio que ofrecen en su emprendimiento, sobresalieron quienes ofrecen accesorios, los cuales a su vez pueden incluir muchos productos en sí mismo, que podrían ser artesanías, accesorios para celulares, bisutería, entre otros. En todo caso, se ubican en un sector tradicional, al igual que quienes ofrecen comida, bebidas frías, artículos, venta de ropa, panadería y maquillajes (ver Ilustración 1). Así, se puede observar que la mayoría de emprendimientos se ubica en el sector tradicional.

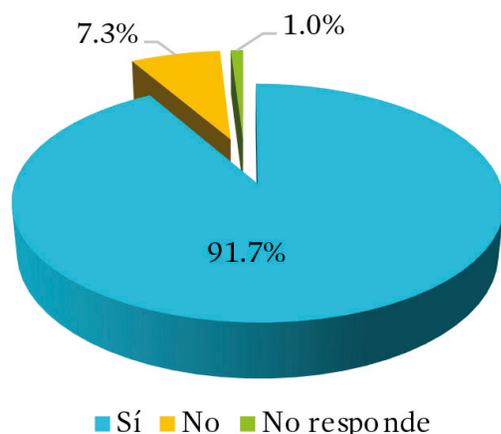


La mayoría de encuestados que emprenden actualmente manifestó que en su negocio ha empleado a otra persona, es decir, que ha tenido la necesidad y la posibilidad de emplear a alguien más, en contraparte con poco más de un tercio que no ha realizado esta acción (ver Gráfico 19).



**Gráfico 19. ¿Ha empleado a otra persona además de usted o planea hacerlo? (n = 91; 24.5 %)** Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

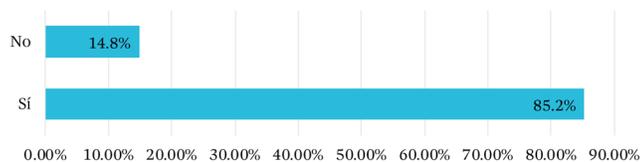
La mayoría de quienes emprenden actualmente externó que planea expandirse en el mercado para tener una mayor cobertura con su producto en una población más amplia, lo cual eventualmente podría favorecer la consolidación del emprendimiento (ver Gráfico 20).



**Gráfico 20. ¿Planea expandirse en el mercado? (n = 96; 25.8 %)**. Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

Para el caso de las personas que actualmente no están emprendiendo, se les preguntó si emprenderían al contar con la oportunidad y los recursos, y la

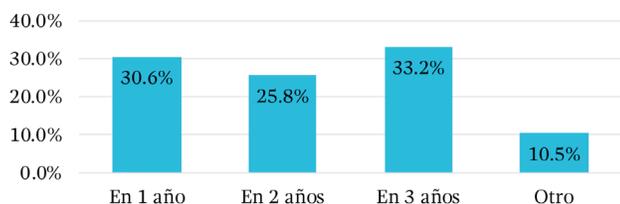
gran mayoría respondió que efectivamente sí emprenderían bajo esas condiciones más favorables; es decir, que son potenciales emprendedores y cuentan con una actitud positiva hacia la actividad emprendedora. Una minoría respondió que no emprenderían bajo estas circunstancias, es decir, que no están interesados en emprender de ninguna manera (ver Gráfico 21).



**Gráfico 21.** ¿Si tuvieras la oportunidad y recursos, serías emprendedor? (n = 277; 74.5 %)

Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

En el caso de las personas que sí emprenderían al tener las oportunidades y los recursos, se les preguntó cuándo emprenderían en términos de tiempo, y las respuestas fueron dispersas. Un tercio respondió que emprenderían en tres años, y la mayoría dijo que emprenderían entre uno y dos años (ver Gráfico 22).



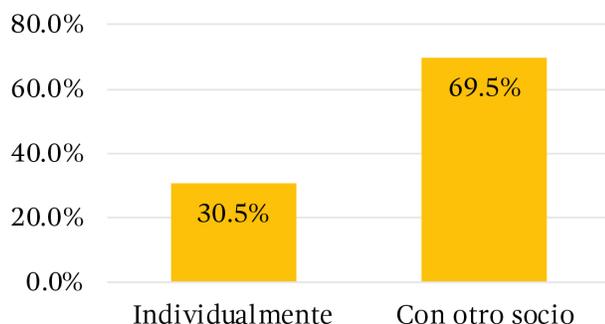
**Gráfico 22.** Si la respuesta anterior fue sí, ¿Cuándo? (n = 229; 61.6 %) Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

Se les preguntó a los encuestados que no están emprendiendo actualmente, si en caso de iniciar un negocio qué producto o servicio ofrecerían. Sobresalieron quienes respondieron que ofrecerían servicios vinculados con comida, restaurante, ropa, alimentos, accesorios, hoteles y artículos. Por tanto, los potenciales emprendedores enfocarían sus negocios en un rubro tradicional, al igual que quienes ya están emprendiendo. Llama la atención el hecho de que quienes aún no están emprendiendo, si tuvieran la oportunidad y los recursos incursionarían en el área de las tecnologías, el diseño, software y publicidad, aunque en menor medida que quienes se centrarían en el rubro más tradicional (ver Ilustración 2).



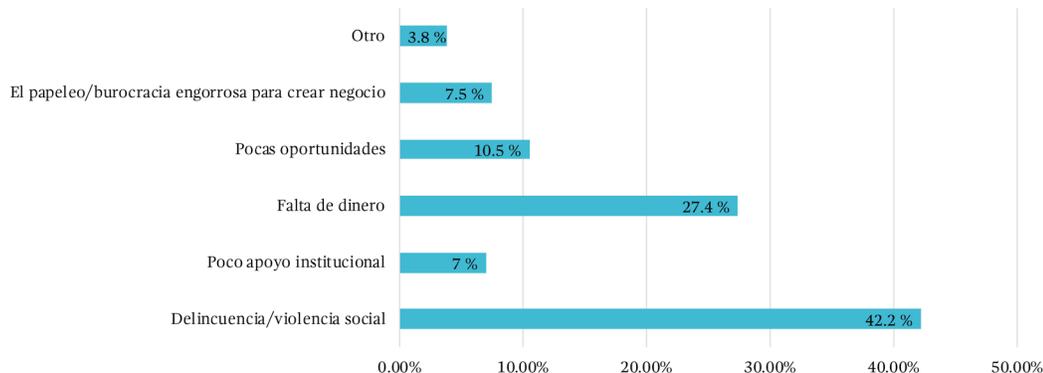
**Ilustración 2.** Nube de frecuencia de palabras con respecto al producto o servicio que ofrecerían los potenciales emprendedores de la UFG. Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

Prácticamente un tercio de la muestra estudiada respondió que al tener las oportunidades emprenderían individualmente (ver gráfico 23).



**Gráfico 23. ¿Emprendería de forma individual o con otro socio? (n = 233; 62.6 %)**  
**Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.**

Al preguntarles a los estudiantes sobre cuál es el factor que más afecta el desarrollo de emprendimientos en el país, la respuesta que más se repitió fue que la delincuencia o la violencia social. Casi un tercio respondió que la falta de financiamiento es lo que más afecta el emprendimiento. Por último, los factores que afectan en menor medida, según los encuestados, son las pocas oportunidades y el poco apoyo institucional (ver Gráfico 24).



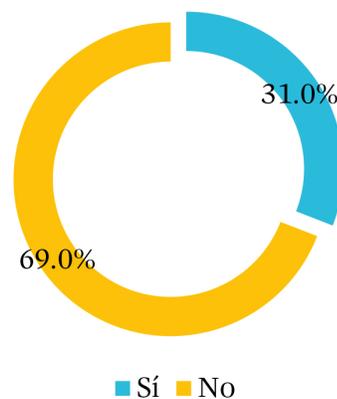
**Gráfico 24. Factor que más afecta el emprendedurismo. Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.**

Al preguntarles a los encuestados si la reacción de su entorno familiar sería favorable si se deciden emprender, la gran mayoría respondió que la reacción de su entorno sería favorable, contra una minoría que afirmó que la reacción de su familia no sería favorable (ver Gráfico 25).



**Gráfico 25.** ¿Sería favorable la reacción de la gente de tu entorno? Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

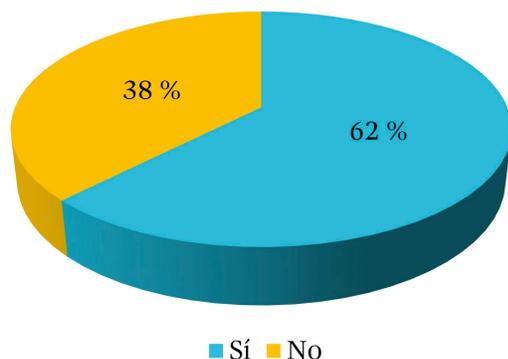
Al preguntarles a los estudiantes encuestados si han elegido esta universidad por su reputación en apoyo al emprendimiento, la mayoría respondió que no la eligieron por esos motivos, contra casi un tercio que dijo que sí la han elegido por esa razón (ver Gráfico 26).



**Al preguntarles a los encuestados si la reacción de su entorno familiar sería favorable si se deciden emprender, la gran mayoría respondió que la reacción de su entorno sería favorable,**

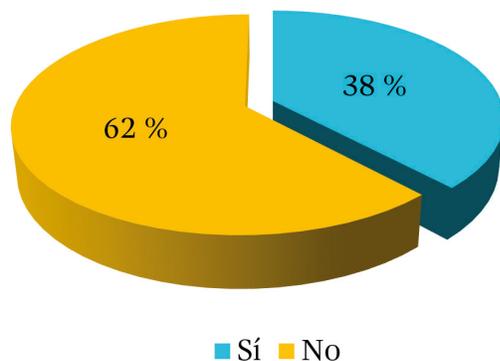
**Gráfico 26.** ¿Ha elegido esta universidad por su reputación en apoyo al emprendimiento? Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

La mayoría de estudiantes encuestados manifestó que en la UFG los estudiantes efectivamente sí son motivados para emprender, y poco más de un tercio respondió que no son motivados para emprender en la universidad (ver Gráfico 27).



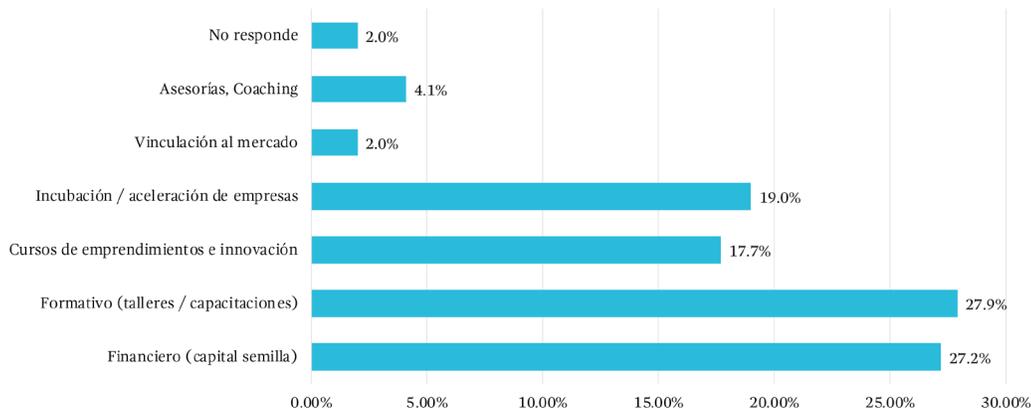
**Gráfico 27.** En la universidad, ¿los estudiantes son motivados para emprender? Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

Del total de encuestados, la mayoría contestó que no conoce de ningún tipo de apoyo que la UFG ofrece para emprender; contra un poco más de un tercio que dijo que sí conocen de algún tipo de apoyo. Es decir, que los apoyos que la Universidad ofrece a los emprendimientos no se promocionan lo suficiente (ver Gráfico 28).



**Gráfico 28.** ¿Conoces de algún tipo de apoyo que la universidad ofrece para emprender? Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

Para el caso de las personas que dijeron que sí conocen algún tipo de apoyo por parte de la universidad, se les preguntó qué tipo de apoyo se ofrece. Los tipos de apoyo que conocen por parte de la universidad son, sobre todo, talleres, capacitaciones y capital semilla. Más de un tercio respondió que el tipo de apoyo que conoce son los cursos de emprendimiento e innovación y a través de la incubación de empresas (ver Gráfico 29).



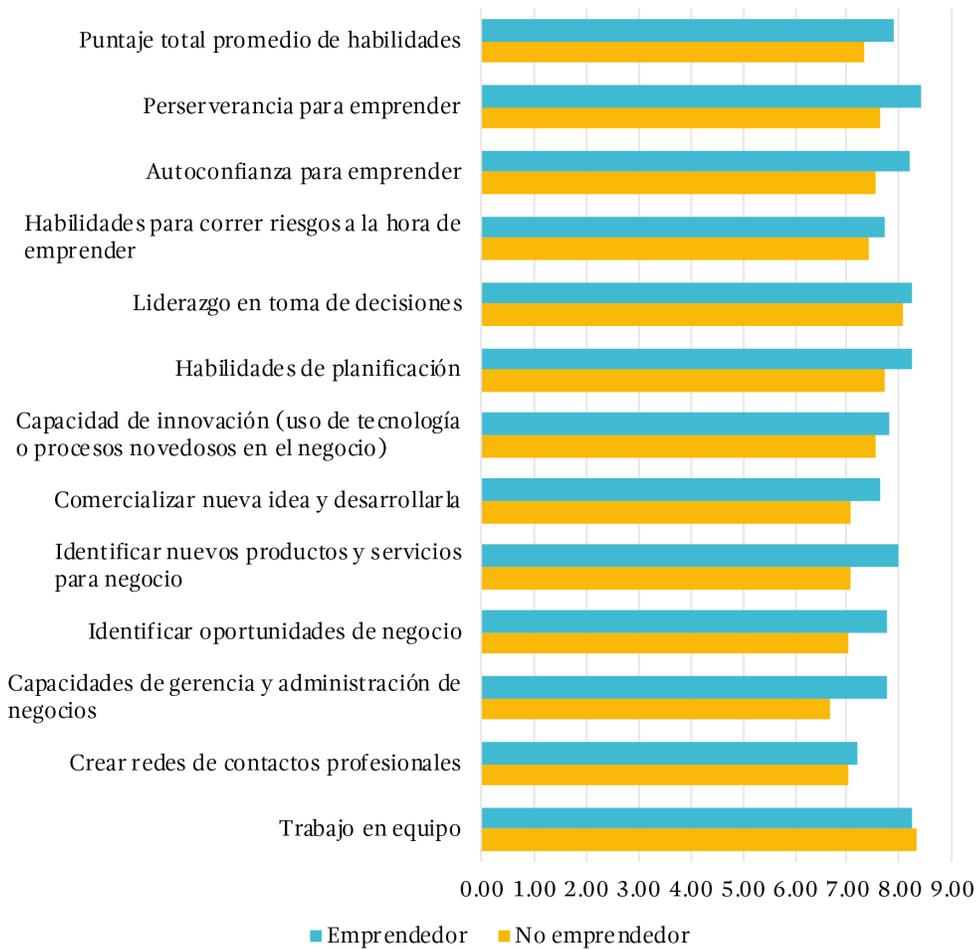
**Gráfico 29. Si la respuesta anterior fue sí, ¿Qué tipo de apoyo? Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.**

Al preguntarles sobre cómo se autoevalúan en cuanto a ciertas habilidades, en una escala de 0 a 10, el promedio global de habilidades fue de 7.47; es decir, que se aprueban en el puntaje global promedio. Las habilidades en las que se autoevaluaron con puntajes más bajos fueron en capacidades de gerencia y administración de negocios y en crear redes de contactos profesionales; luego, en comercializar una nueva idea, y desarrollarla y en identificar oportunidades de negocios. Aun así, en ninguna de las habilidades los puntajes llegan a 9. El puntaje más alto fue en trabajo en equipo (ver Gráfico 30).



**Gráfico 30.** Evalúe en una escala de 0 a 10 cómo se siente con las siguientes habilidades (donde 0 significa lo peor y 10 significa excelente) Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

Al comparar las habilidades entre el grupo que actualmente está emprendiendo y quienes no están emprendiendo, los puntajes son mayores en la gran mayoría de habilidades en el grupo que actualmente está emprendiendo. Las diferencias son mayores en el grupo emprendedor, en cuanto a capacidades de gerencia y administración de negocios, en la capacidad de identificar nuevos productos y servicios, en la autoconfianza para emprender y en la perseverancia del grupo que emprende (ver Gráfico 31).



**Gráfico 31. Puntaje promedio de habilidades por grupo. Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.**

Al aplicar un análisis con mayor profundidad en los datos, se encuentra como hallazgo interesante que en el caso de los estudiantes que cuentan con padres que trabajen por cuenta propia, poseen 4.023 más posibilidad de emprender, en comparación con quienes no cuentan con ese antecedente, es decir, que es un factor asociado a la actividad emprendedora en la UFG. Quienes provienen del área urbana poseen más posibilidades de emprender en comparación con los del área rural. En comparación con los estudiantes de la Facultad de Economía, en el resto de estudiantes de otras Facultades tienen una menor posibilidad de emprender. Por otra parte, el año académico que cursan los estudiantes no se relaciona con los emprendimientos. Cuando la actividad emprendedora resulta una actividad atractiva existen mayores posibilidades de emprender en comparación con quienes no es una actividad atractiva. Si el entorno familiar es más favorable existen mayores posibilidades de emprender en comparación con aquellos cuyo entorno familiar no

es favorable al emprendimiento. Por último, aquellos estudiantes cuyos puntajes de habilidades personales son mayores, poseen mayores posibilidades de emprender en comparación con quienes poseen un menor puntaje en sus habilidades, es decir, que las habilidades desarrolladas están vinculadas con el emprendimiento (ver Tabla 4).

**Quienes provienen del área urbana poseen más posibilidades de emprender en comparación con los del área rural.**

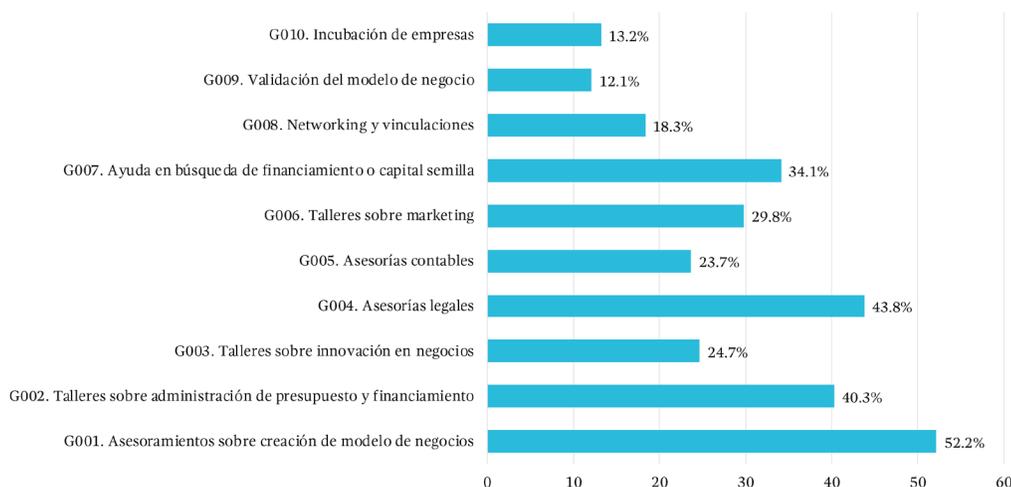
**Tabla 4**

*Caracterización del perfil emprendedor mediante razón de oportunidad (Odds Ratio)*

	Razón de oportunidad (Odds Ratio)	Sig.	95% C.I. para Odds Ratio	
			Inferior	Superior
¿Alguno de tus padres es trabajador por cuenta propia/autoempleado? (categoría de referencia = No)	4.023	0.001	2.695	6.006
¿De qué área proviene? (categoría de referencia = rural) A005(1)	4.901	0.001	2.451	9.799
¿A qué Facultad perteneces? (categoría de referencia = Ciencias Económicas) A008		0.009		
Ingeniería y Sistemas A008(1)	0.596	0.047	0.358	0.993
Ciencias Jurídicas A008(2)	0.495	0.022	0.271	0.904
Ciencias Sociales A008(3)	0.281	0.002	0.124	0.64
Arte y Diseño A008(4)	0.775	0.441	0.406	1.481
¿Qué año académico estás cursando actualmente? (categoría de referencia = Primer año) A009		0.028		
Segundo año A009(1)	0.455	0.023	0.231	0.896
Tercer año A009(2)	0.344	0.002	0.174	0.682
Cuarto año A009(3)	0.494	0.061	0.236	1.034
Quinto año A009(4)	0.457	0.071	0.195	1.068
Egresado A009(5)	1.45	0.584	0.384	5.47
¿Te resulta atractivo ser un emprendedor? (categoría de referencia = No) B001(1)	3.051	0.03	1.115	8.349
Si decides ser un emprendedor, ¿sería favorable la reacción de tu entorno familiar? (categoría de referencia = No) D002(1)	4.2	0.001	2.707	6.469
Puntaje promedio de habilidades (categoría de referencia = Menor de 7)	2.151	0.003	1.288	3.594

Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

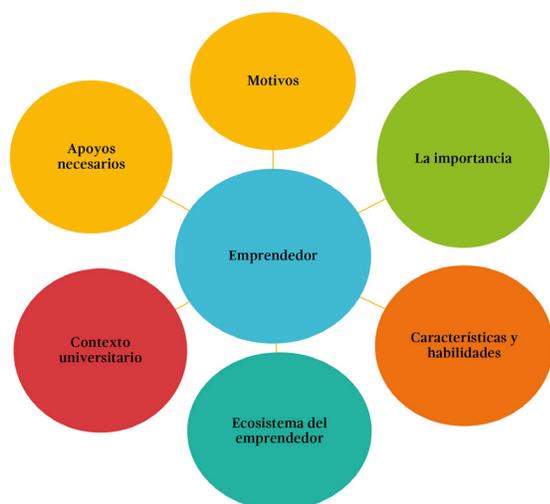
Al preguntarles a los estudiantes encuestados sobre los apoyos necesarios para desarrollar un emprendimiento, los apoyos que consideran más importantes son el asesoramiento sobre creación de modelo de negocios, asesorías legales y talleres sobre administración de presupuesto y financiamiento. Otras ayudas que consideran importantes son en la búsqueda de financiamiento, marketing y sobre innovación en negocios (ver Gráfico 32).



**Gráfico 32.** De las siguientes ayudas para crear un negocio, ¿cuáles considera que son las más importantes? (respuestas múltiples). Fuente: Encuesta sobre el perfil emprendedor del estudiante de la Universidad Francisco Gavidia (UFG), Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la UFG, 2018.

## 4.2. Resultados cualitativos: percepciones y significados

En los resultados cualitativos se identifican siete dimensiones temáticas del fenómeno estudiado, así: el emprendedor, los motivos, la importancia de emprender, las características y habilidades para emprender que identifican a un emprendedor, el ecosistema del emprendedor, el contexto universitario y los apoyos necesarios. La Ilustración 3 muestra la estructura de la presentación de los resultados con las dimensiones del problema investigado.



**Ilustración 3. Dimensiones temáticas identificadas.**  
**Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de contenido sobre las entrevistas.**

### 4.2.1. El emprendedor

*“Ser emprendedor es sobrepasar retos, romper paradigmas, cumplir sueños. Eso es ser emprendedor”.*  
 (Informante emprendedor 02).

De acuerdo con lo afirmado por los informantes clave, un emprendedor es un sujeto que identifica problemas y es capaz de resolverlos. Se fundamenta en que un emprendedor ve una oportunidad de negocio a partir de un problema que puede resolver o disminuir su incidencia mediante un producto o servicio.

*Si hay un problema, vamos a tener el problema y las posibles soluciones. Porque nosotros somos solucionadores de problemas, no somos dadores de problemas. Uno de los aspectos y uno de los principios que a mí me encanta tener en la compañía es que nosotros somos solucionadores de problemas, no creadores de problemas.* (Informante emprendedor 01).

*Mucha gente me dice: ¿Y qué vendo? Ve qué es lo que la gente necesita, ve un problema, eso es lo que he identificado. Yo he tenido la bendición, y creo*

*que es mi talento de ver oportunidades. Yo ando en la calle, voy manejando y todas las ideas se me vienen manejando. Entonces, para validar el producto, así fue como se me ocurrió, vi una necesidad insatisfecha, tuve un producto y lo validé. Ahí te dicen “no, muy caro; no, muy barato; no, no sirve; mucha tinta, no me funciona”. Entonces, tú vas perfeccionando.* (Informante emprendedor 01).

De acuerdo con los informantes clave, la actividad emprendedora facilita el aprovechar las potencialidades propias de cada individuo y, en su caso, emplear sus propias habilidades en una actividad que se los permite. De modo que las personas no están encerradas en una sola actividad bajo una lógica de uniformidad, sino que cada quien se dedica a actividades según sus capacidades particulares. Cuando los sujetos son capaces de aprovechar sus propias potencialidades; les brinda la posibilidad de perfeccionar una acción o actividad, es decir que se pueden enfocar en un rubro específico que los diferencie del resto.

*El emprendimiento le permite a alguien aprovechar sus propias potencialidades... No encajarse en algo para lo cual no utiliza sus potencialidades.* (Informante emprendedor 03).

*Entonces, si nosotros hacemos una sola cosa vamos a ser extraordinarios en esa sola cosa; si nosotros hacemos un montón de cosas, las vamos hacer promedio, y yo creo que el éxito del emprendimiento es que tenés que ser extraordinario en lo que vos hacés, sea lo que sea. Entonces, eso es lo que andamos buscando nosotros: que nos busquen por las materias primas para hacer reciclaje.* (Informante emprendedor 01).

El emprendimiento puede consistir en volver realidad y funcional una idea de negocio a través de acciones y con los recursos disponibles. Es decir, que el emprendedor es capaz de operativizar una idea de negocio mediante una administración eficiente de

los recursos disponibles, de modo que el producto o servicio que se ofrece destaque sobre las demás ideas y que represente un aporte para solucionar un problema o generar un impacto económico.

*Emprender es querer llevar a la realidad cualquier tipo de idea que uno tenga la pasión por realizar, porque no solo es llegar y poner un negocio de algo, sino realmente estar ahí día con día, tratando de esforzarse al máximo para que las cosas se aceleren y lograr resultados rápidos, y ver la manera en cómo optimizar recursos, hacer que la idea destaque sobre las demás, que realmente aporte en algo. Para mí eso es emprender. (Informante emprendedor 04).*

*Emprender no es poner un negocio de artesanía, es hacer algo mucho más ambicioso; pero la importancia del emprendimiento es que las empresas que están surgiendo como las “startup” que son las que están marcando la pauta para que más personas se animen e pensar en grande, no solamente en un negocio pequeño, que ofrezcan cosas que de verdad van aportar en el país. (Informante emprendedor 03).*

*Crear una empresa es formar un equipo con la gente más talentosa, tener una idea y llevarla hasta las últimas consecuencias; no es solo poner un negocio, es mucho más complicado que eso. (Informante emprendedor 02).*

*Consiste en la capacidad que tiene una persona de poder iniciar y hacer viva una idea de negocio, poner en marcha una idea de negocio; pero al mismo tiempo esta idea tiene que ser validada antes de ponerla en marcha. (Informante institucional 05).*

*El perfil emprendedor que actualmente tenemos son personas que tienen muchas ideas, se enamoran de sus ideas y que quieren echar a andar su negocio o empresa a como dé lugar. Sin embargo, el emprendedor es definitivamente aquella persona que tiene una idea y que quiere ponerla en marcha, quiere hacer viva esa idea. (Informante institucional 05).*

**“El emprendimiento le permite a alguien aprovechar sus propias potencialidades... No encajarse en algo para lo cual no utiliza sus potencialidades”. (Informante emprendedor 03)**

Uno de los informantes clave difirió del resto al manifestar que quienes venden accesorios o artesanías sí son emprendedores. Se trata de un tipo de emprendedor más tradicional, que desarrolla sus productos trabajando directamente con las materias primas; y, por tanto, es otro tipo de emprendedor cuyos productos incluyen características culturales relevantes. De hecho, el mismo informante expresó que todo depende del tipo de éxito que busque cada emprendedor. Quien se dedique a emprendimientos vinculados a los accesorios y las artesanías es capaz de sacrificar las ganancias económicas con tal de sentirse realizado en una actividad que lo satisface personalmente.

*Yo diría que los que venden accesorios, artículos o artesanías son emprendedores, y yo diría que son otro tipo. Es el tipo de emprendedurismo más antiguo que existe, que es el artesano. Entonces, el artesano tenía su pequeña fábrica, creaba sus productos y los vendía directamente... Yo siento que tienen un valor agregado al querer seguir con esas corrientes como tradicionales, porque también hay un legado cultural ahí. (Informante emprendedor 03).*

*Si se quiere vivir de algo que a mí me gusta manufacturar o hacer, tal vez voy a sacrificar el lado económico; pero es un tipo diferente de éxito y depende de la visión de éxito de cada quien. (Informante emprendedor 03).*

#### **4.2.2. La importancia**

*“Considero que los emprendedores hacen un aporte importante; todas las áreas tienen un aporte. Ese aporte puede depender de qué tan rápido crezca el emprendimiento y si logra sobrevivir” (Informante institucional 05).*

Los informantes clave manifestaron la importancia de ser emprendedores en el contexto salvadoreño. Según los discursos de los informantes el aporte más relevante ocurre en la economía

a través de los empleos, ingresos e impuestos que genera. El impacto que puede originar un emprendimiento depende de la cantidad de tiempo que logra permanecer en el mercado. Cuanto más tiempo logra permanecer un emprendimiento en constante crecimiento en el mercado, supone un mayor impacto económico. Por consiguiente, es fundamental para los emprendimientos lograr la sostenibilidad en el mercado para garantizar impactos en la economía. Incluso, los emprendimientos que son informales son capaces de generar desarrollo económico.

*El que realmente aporta es aquel que tiene algún impacto dentro de la economía o generando empleo, o generando ingresos, generando obviamente utilidades y, sobre todo, impuestos. (Informante emprendedor 02).*

*Hoy, esa gente, aunque todavía son informales, no se han formalizado, pero están generando desarrollo económico en el país, fomentan ingresos económicos para las familias. Están generando empleo. Aunque algunos de estos no están formalizados, pero sí generan desarrollo económico. (Informante institucional 06).*

*En esa lógica cuando hablamos de emprendimiento: los referimos a una posibilidad, una estrategia, que dé respuesta a las dinámicas en el crecimiento de los países, en este caso, de El Salvador. No solamente como el tema de crear empresas, sino cómo del tema emprendimiento resolvemos problemas de carácter más estructural del país, como son el crecimiento económico, como son las dinámicas de la creación de empleos, como es, inclusive la dinámica de posicionamiento del país en el marco regional e internacional. (Informante institucional 07).*

Es particularmente relevante que el poseer antecedentes familiares de emprendedores aumenta las posibilidades de emprender. Los sujetos cuya familia emprende poseen un mayor capital cultural que los lleva a emprender con la finalidad de

seguir con los pasos de la familia. En el caso de los emprendedores que no tuvieron esos antecedentes familiares de emprendimiento, narraron que las dificultades que enfrentaron fueron mayores al ser los primeros en su familia y no contar con la experiencia de parientes cercanos. En todo caso, si el núcleo familiar del que provienen los apoya, la posibilidad de desarrollar sus emprendimientos es mayor.

*Pues, fíjate que yo vengo de una familia de emprendedores; nosotros siempre hemos tenido pequeños negocios y eso me motivó más a tratar de no ser empleado... mi familia está en el área de transporte, así que somos dos emprendimientos totalmente distintos. Quiérase o no ellos me han echado la gana diciéndome que lo puedo lograr. (Informante emprendedor 03).*

*En el caso de mi papá me decía eso cuando nos poníamos a hablar con respecto a eso. Él me decía: “Yo no te puedo aconsejar en nada, porque yo, sobre lo que estás haciendo, no sé”. Él es mecánico... Me decía él: “en mi familia nunca nadie ha hecho algo como lo que estás haciendo ahorita, entonces no sé qué pueda decirte; lo más que puedo hacer es apoyarte”. (Informante emprendedor 04).*

### 4.2.3. Los motivos

*“Hay emprendedores que ya nacen siendo emprendedores, hay otros que se hacen”. (Informante institucional 06).*

Los informantes manifestaron que el principal motivo que lleva a los individuos a emprender es generar ingresos, es decir, que se trata de emprendedores por necesidad. Esto se vincula con las condiciones de desempleo que sufre el país.

*Hoy en día se está viendo que por la falta de empleo en El Salvador todos quieren tratar de ser emprendedores. (Informante emprendedor 04).*

*En este país el principal motivo, quizá del sesenta por ciento, setenta por ciento o más, emprende por una necesidad que hay en el mercado; más bien, por una necesidad que tiene la persona de generar ingreso. Ese es el principal motivo. (Informante institucional 05).*

*Creo que hoy en día va relacionado a la falta de empleo, que también tenemos en el país. (Informante institucional 06).*

*En nuestro país tiene que ver con el nivel de desempleo, demasiado vemos al emprendimiento en alguna medida como la solución a las personas que no alcanzamos un empleo o que hemos quedado sin un empleo. (Informante institucional 07).*

*Entonces, terminamos tomando la opción de emprender por la obligación de generar ingresos para la vida, ósea es un emprendimiento por necesidad, no por la generación de capacidades y competencias para aprovechar oportunidades de mercado. (Informante institucional 07).*

Un informante clave fue crítico al señalar que los emprendedores por necesidad poseen una limitante vinculada con su visión y propósito de corto plazo. Según este informante, los emprendedores por necesidad buscan metas salariales que no les permite crecer en su emprendimiento y, como consecuencia, su visión de negocio es de corto plazo. De hecho, afirma que el emprendedor por necesidad considera los ingresos como suyos, como su ganancia, y eso lo vuelve vulnerable a descapitalizar su emprendimiento al utilizar los ingresos para solventar necesidades propias. Así, aumenta el riesgo de no crecer y disminuye las posibilidades de que el emprendimiento genere un impacto o aporte al país. El emprendedor por necesidad corre el riesgo de no emplear inteligencia financiera para optimizar los ingresos u obtener nuevas fuentes de ingresos.

*Entonces, yo más creo que a las personas no les interesa emprender; yo, más lo que creo, es que las personas andan buscando cuatrocientos o quinientos pesos, mil pesos. Si crees que mil dólares te van a cambiar la vida, depende qué tan alta le tirás, pero aquí en El Salvador, no... (Informante emprendedor 01).*

*Lo primero que van a comprar con los cien dólares de capital semilla va a ser una computadora, un televisor, una cosita al niño o algo para la casa, y se acabaron el pisto. Yo no te estoy diciendo que comprarte esas cosas sea malo, sino que lo único que te estoy diciendo es que si tenés inteligencia financiera... pero mucha gente no sabe cómo. (Informante emprendedor 01).*

Los informantes identificaron otro tipo de emprendedor vinculado con las oportunidades. Los emprendedores por oportunidad identifican la oportunidad o la necesidad insatisfecha en el mercado y desarrollan una idea en forma de producto o servicio para solventarlo. En otros casos, los emprendimientos forman parte de un rubro tan poco desarrollado en el país, que la única alternativa de los emprendedores en estos rubros es crear sus propias empresas y ser pioneros en estos productos o servicios en el país; es decir, que la división social del trabajo no está muy desarrollada en esas direcciones. Incluso, se afirmó que los emprendedores por oportunidad poseen más posibilidades de emprender en rubros menos tradicionales y están más vinculados con las tecnologías, en comparación con los emprendedores por necesidad, que buscan rubros más tradicionales que incorporan menos tecnologías y son más rentables.

*Comencé hace diez años, comencé fabricando productos amigables con el medio ambiente. Siempre me ha llamado la atención el cuidado del medio ambiente y vi la oportunidad de negocio para ese rubro. (Informante emprendedor 01).*

*Bueno, realmente porque siempre quise tener una idea que me permitiera a mí, poder dejar alguna*

*marca, hacer algo más relevante que lo convencional y he identificado algo que pensé, una idea que surgió, pensé en cómo llevarla más allá. (Informante emprendedor 02).*

*Siempre había tenido el sueño de tener mi propio estudio, estoy involucrado en todo esto de las artes, por así decirlo, desde que estaba en noveno grado. También porque es bien difícil en nuestro rubro en tal empresa. Por ejemplo, si hay un mecánico hay varias empresas a las que puede aspirar. En el caso de la animación no hay una empresa que podamos ir a soñar trabajar dentro del país. Entonces, el único camino para continuar con el sueño de trabajar de la animación y vivir de ella, era emprender. (Informante emprendedor 03).*

*Los “millennials” hoy en día emprenden porque quieren sentirse independientes, no quieren tener jefes; por esa razón deciden emprender. (Informante institucional 05).*

*El millennial, si bien es cierto, emprende porque quiere sentirse independiente, no quiere tener jefes, quiere hacer algo que le apasiona, que le gusta, y hacer de un emprendimiento su estilo de vida. Si ellos identifican un problema en algún área tecnológica o en cualquier área de toda la industria o servicio, entonces hay más apertura de poder ir observando dónde existen esas oportunidades, y ellos aprovechan esas oportunidades para generar un emprendimiento. (Informante institucional 05).*

Los informantes identifican a un grupo poblacional que sencillamente no está interesado en emprender. Se manifestó que esto es necesario porque las empresas y los emprendimientos nacientes requieren de personas con capacidades y estén dispuestas a emplearse o vender su fuerza de trabajo a cambio de un salario. Este grupo asalariado es importante para los emprendimientos.

*Otros se deciden a trabajar porque lógicamente no todo mundo va a emprender...necesitamos también*

empleados para los que emprenden, para las grandes empresas que se van generando. (Informante institucional 05).

#### 4.2.4. Las características y habilidades del perfil emprendedor

*“Entonces, uno tiene que saber primero cuáles son sus talentos y fortalezas, sus habilidades y si uno no tiene, tiene que descubrirlas. Porque uno siempre tiene algo que lo hace diferente a otras personas. Los emprendedores tienen cualidades que son distintas a las de quienes no son emprendedores”. (Informante emprendedor 01).*

Los informantes clave manifestaron una serie de características y habilidades individuales que diferencian a un emprendedor. Tienden a asociar al emprendedor con la perseverancia y la resistencia emocional para desarrollar el emprendimiento, a pesar de las dificultades, y sin tener garantías de éxito. Debe ser capaz de soportar las presiones que implican el desarrollo de un emprendimiento.

*Para emprender aquí, uno tiene que tener mucho coraje, tiene que estar muy decidido de lo que uno quiere hacer, porque es más fácil no hacerlo. (Informante emprendedor 01).*

*Un emprendedor tiene que tener buenos intestinos. Las presiones son tan grandes aquí... si es que de verdad está emprendiendo a lo grande. Pero la cualidad primera es que deben tener buenos intestinos para soportar la presión, porque va a haber un montón de personas que te van a decir que no lo podés lograr, porque ellos no tienen sueños; entonces, como ellos no tienen un sueño te van a decir que no funciona. Entonces, tenés que tener la energía, la resiliencia para soportar la tenacidad de todos esos “no”. (Informante emprendedor 01).*

*Emprender es una cosa de sentirse bien y sentirse mal, casi que no hay puntos de sentirse feliz;*

*es bien complicado, tener una disciplina y soportar los puntos de presión, porque las cosas al final nunca salen como uno las quiere. Es complicado tener esa perseverancia. Pero si se logra pasar esa parte... (Informante emprendedor 02).*

De hecho, un informante narró detalladamente una situación particular que obligó emplear estas cualidades, así:

*Cuando yo quebré, yo me había asociado con un amigo que tiene mucho dinero y estábamos en la casa, así como estamos hablando nosotros, y me dijo: “mirá, y lo del dinero”, “yo ya no tengo, ahí nos fue mal en esto”, “bueno”, me dijo y me sacó la pistola. Vaya, “mira, Miguelito”, le dije yo, “conmigo no te metás así, porque yo no tengo miedo, si querés meteme cinco balazos y yo te pago a balas”. Entonces, vos, como emprendedor los tenés que tenerlos bien puestos para decir “sí o no”. Entonces, el carácter es bien importante porque si no la gente juega contigo. (Informante emprendedor 01).*

*Las cualidades son de que querrás hacer algo, que querrás tener perseverancia y que tengás aguante porque no todos están acostumbrados a que te tiren la puerta en la cara cuando estás ofreciendo un producto. La mayoría de la gente dice que eso no es para ellos. (Informante emprendedor 04).*

*Sí, yo creo que la consistencia es una cosa que cualquier emprendedor, que de verdad es emprendedor, debe de tener: persistir en lo que hace. (Informante institucional 05).*

Los informantes identificaron la inteligencia emocional y la capacidad de establecer relaciones como una habilidad imprescindible de todo emprendedor, ya que este frecuentemente debe tratar con clientes y saber entablar vínculos de negocios. Esta inteligencia emocional la asocian con la capacidad para resolver problemas de forma racional.

*Sí, definitivamente, su inteligencia, su forma de expresarse es muy importante. (Informante emprendedor 04).*

*Un emprendedor debe tener una inteligencia emocional bien alta, superalta a mi parecer, porque todos los días son problemas tras problemas. Tú lo que tienes que hacer es solucionar el problema de raíz. Entonces, una cualidad es la inteligencia, la capacidad de relacionarse con otras personas. Esta es bien importante; yo, gracias a Dios, cuando salgo a ofrecer mi producto y mi servicio, yo me termino haciendo amigo de las personas. Creo que ven la energía, yo salgo con las mejores vibras, con la mejor energía, y eso contagia. (Informante emprendedor 01).*

*Creo que involucra varios aspectos, y de lo más importante es ser un líder, y algo secundario es el cómo saberse mover en los negocios, ser una persona que busca estar conectada con las personas correctas. Estar en los lugares correctos, en los momentos correctos. (Informante emprendedor 03).*

Una habilidad del perfil emprendedor, muy vinculada con la inteligencia emocional, es la de saber vender. Esta habilidad se vincula con la inteligencia emocional y la capacidad de socialización que el sujeto puede poseer frente a los posibles clientes. Incluso, vinculan esta habilidad particularmente con el éxito del producto o servicio del emprendimiento en el mercado; es decir, que un emprendedor puede poseer un producto imprescindible para la sociedad, pero si no sabe cómo persuadir a otros para que lo adquieran no sirve de nada.

*Eso de saber venderle la idea a los inversionistas es súper importante. Yo soy informático, pero nunca pensé que me iba tocar ir a vender cosas, pero me tocó. No es que me crea un gran vendedor, pero hasta ahorita me ha tocado a mí ser parte fundamental en la parte de las ventas y ha sido bastante complicado. Es algo que se aprende, a no ser tímidos, expresarse con*

**Los informantes identificaron la inteligencia emocional y la capacidad de establecer relaciones como una habilidad imprescindible de todo emprendedor.**

gente, que se den cuenta de la importancia de invertir en ese tipo de tecnologías. Eso es importante, saber vender. (Informante emprendedor 02).

Tenés que aprender a vender o quitarte la pena ante alguien y te tenés que quitar la pena. Vos podés tener un buen producto, pero si no sabes venderlo, nadie va saber de vos. Hay que tener un buen producto y saberlo vender. (Informante emprendedor 04).

Existen habilidades que los informantes manifiestan que se desarrollan en la universidad y se asocian con habilidades duras. Es importante saber sobre finanzas, contabilidad, marketing y cómo administrar los recursos disponibles para brindarle sostenibilidad al emprendimiento.

También la capacidad de querer aprender cosas, aprender cosas de finanzas, de contabilidad, con lo del Ministerio de Hacienda con la declaración de IVA, todos los meses... todas esas cosas que uno puede aprender, cosas de marketing a las que uno tiene que estar abierto, la capacidad de adaptarse a cualquier aprendizaje que sea necesario para el emprendimiento. Es una forma de mentalidad abierta para aprender y cómo sirve para el emprendimiento. (Informante emprendedor 02).

Cuando no tenés para pagar tus cosas de la empresa, tratás de minimizar al máximo tus gastos para poder llegar, y al rato pasas de tener un cliente a tener diez clientes, y ya podés comprar tus cositas. Eso es lo que caracteriza a un emprendedor. (Informante emprendedor 04).

El emprendedor también necesita saber cuál es la visión a largo plazo con el emprendimiento. Si el emprendedor posee claridad sobre la visión, sabrá qué y cuál es la ruta para lograr lo que busca con el negocio. Así, el emprendedor es capaz de autovisualizarse en el futuro, y a partir de esto trazar la ruta que le permitirá llegar a ese punto. En este sentido, el emprendedor está permanentemente

buscando e identificando oportunidades de negocio en cada contexto y situación social determinados.

Creo que hay una que define todo y es tener visión, una visión clara de qué es lo que quiere lograr; porque, por trabajar con esa visión, se desglosa todo lo demás. Si yo me doy cuenta que quiero un estudio, que tenga esto, aquí, allá; si se tiene esa visión, ya se sabe lo que tiene que hacer: es trazar una ruta. (Informante emprendedor 03).

Entonces, sin una visión o si no sé para dónde voy, pues ¿para qué voy a trabajar tanto? Entonces, esa es la columna vertebral de un emprendedor: tener una visión clara. (Informante emprendedor 03).

Siempre están buscando una oportunidad, porque si hay un terremoto, hay una oportunidad de negocio para un emprendedor. Es una situación difícil, pero, para un emprendedor, siempre va ser una oportunidad de negocio, va ir a vender colchonetas, va a vender toallas, va a vender cualquier cosa: agua, soda a las instituciones, y va a ser una oportunidad de negocio. El emprendedor sí tiene esas características: que siempre busca la oportunidad. (Informante institucional 05).

Los informantes expresaron que el emprendedor siempre está dispuesto a asumir riesgos por el emprendimiento. Asocian el riesgo a la capacidad del emprendedor para relacionar los medios con los fines y valorar el futuro éxito sin tener las variables controladas, es decir, que no posee garantía total del éxito de la inversión. El emprendedor está dispuesto a arriesgarse sin pensar en recompensas inmediatas o de corto plazo, sino en asumir riesgos para obtener beneficios a largo plazo.

Siempre está dispuesto a correr un riesgo, porque a veces, sea como sea, solo el decir que voy iniciar algo ya es un pequeño riesgo, que a lo mejor la inversión no es tan grande, pero es un riesgo. Yo no tengo todavía

*todas mis variables controladas, pero estoy seguro que voy a vender. (Informante institucional 05).*

*Entonces, dejar todo y decidir emprender, es un riesgo alto, y ahí va a depender también de la persona, quién es, qué hace, cuál es el estilo de vida... Los emprendedores vamos más allá, nos arriesgamos... (Informante institucional 06).*

#### **4.2.5. Ecosistema del emprendedor**

*Yo siento que, como está ahorita, casi que todos los factores o ecosistema del emprendedor—el Gobierno, las instituciones educativas, la gran empresa que debería apoyar. Todos los factores están en contra del emprendimiento. (Informante emprendedor 03).*

Todos los informantes clave consideran que el ecosistema emprendedor o el contexto que rodea la actividad emprendedora en el país es desfavorable en muchos aspectos. Según los informantes, el factor que más afecta es la falta de financiamiento o capital para iniciar los emprendimientos. Muchas veces las ideas de negocio pueden ser innovadoras y se enfocan en solventar problemas a través de productos o servicios; pero no se cuenta con los insumos para operacionalizar la idea de negocio. Mencionan que es particularmente difícil conseguir financiamiento cuando la idea incorpora tecnologías, ya que los inversionistas deben ser convencidos de la importancia de dichas tecnologías en empresas o instituciones. Quizá por este motivo, para las personas es mejor dedicarse a áreas tradicionales más garantizadas o seguras, como alimentos o accesorios, en comparación con las tecnologías que suponen un mayor riesgo o complicación para conseguir los fondos.

*Uno de los factores que más afecta el emprendimiento son las redes de financiamiento. Te voy a contar. Hace diez años yo comencé a hacer mi modelo de negocios, pero como estaba bien joven*

*mentalmente, no tenía mentor. Yo hice mi plan de negocios y yo iba de CONAMYPE, que había terminado mis cursos; fui al Banco Agrícola, fui a todos los bancos y me decían: “Hijo, ahorita no le podemos prestar porque usted nunca ha facturado. Facture dos años y viene otra vez”. (Informante emprendedor 01).*

*Bueno, principalmente la parte de la inversión. Generalmente, cuando uno tiene una idea innovadora cuesta encontrar a la gente que pueda dimensionar o ver la finalidad que quieren los fundadores. Cuando eso pasa, cuesta bastante que alguien le pueda brindar los fondos necesarios. Por más buena que sea la idea, si no se tienen los fondos suficientes que le dan los inversionistas, es bien complicado. Esa es una de las partes complicadas, sobre todo con el área de las tecnologías. (Informante emprendedor 02).*

*Creo que uno de los más fuertes es la parte fiscal, porque es bien difícil ir acumulando capital, ni siquiera ganancia, solo ir recuperando quizá la inversión con la tasa de impuestos que está actualmente en el país. (Informante emprendedor 03).*

*Además de que cuesta conseguir una oportunidad, tenemos el déficit económico, porque la gente tiene ideas, pero no tienen el dinero para echarlo a andar. Esa combinación es a la que los emprendedores o deciden seguir o dicen que esto no es para ellos, que no es para aguantar para tanto. Porque te digo, hemos pasado tiempos en que a veces solo hemos tenido para pagar alquiler, o sea, no hay ni para comprarse una gaseosa; pero con la perseverancia hemos ido saliendo adelante. (Informante emprendedor 04).*

Otro dato interesante es el de que se asocian los problemas económicos de los emprendimientos activos con los bajos precios que se paga a los emprendedores, debido a la reputación del país, de poseer fuerza de trabajo barata. Esto provoca que los niveles de rentabilidad de los emprendimientos sean menores, porque deben cobrar a bajos precios

los servicios o productos. Como consecuencia, esto lleva a la fuga de cerebros del país en busca de una mayor valorización de su fuerza de trabajo en otras regiones.

*La mayoría de emprendedores que nos ha tocado salir a arañazos y nos ha tocado ir afuera, porque aquí no vendemos tanto como vender afuera, o no ganamos tanto como vender afuera. Se piensa que El Salvador es un país de obreros, de mano de obra barata, fuerza de trabajo barata y hay que ponerlos a hacer de todo; se mira como el país de las maquilas; y si es gente cualificada, se quiere pagar de la misma forma, lo cual se traduce en la salida de los cerebros a otros países. (Informante emprendedor 04).*

*A muchas empresas les conviene mantener esa visión porque pueden pagar un buen producto o una buena mano de obra, pero barato. Pero con eso nos estamos quedando a lo mediocre, es decir, queremos hacer las cosas bien, pero se quiere pagar poco. El salvadoreño dice “bien, denme cien pesitos y yo lo hago”, pero es por la necesidad de llevar el sustento a tu casa. (Informante emprendedor 04).*

El problema de financiamiento también se asocia con la no formalización legal de los emprendimientos, lo cual los limita de las oportunidades de obtener financiamiento.

*Otra dificultad que veo es que muchas veces la falta de oportunidades financieras; hay emprendedores que no se superan porque no tienen acceso al financiamiento porque no están formalizados, y esa es una limitante. (Informante institucional 06).*

Otro factor que afecta el emprendimiento es la violencia social que enfrenta el país. Esto genera temor y limita el acceso a los espacios para ofrecer sus productos o servicios a posibles clientes. Incluso, se afirma que la situación de inseguridad muchas veces proviene del interior del emprendimiento.

*La condición de inseguridad que estamos viviendo en nuestro país; a mí me da miedo irme a meter a cualquier lado, a veces no contestas el teléfono, la gente te quiere estafar. Tú tienes que tener esa tenacidad para cuando te hablan y saber si te van a comparar. A mí cuando me hablan por teléfono, ya sé cuándo me van a comprar o no me van a comprar, pero eso te lo va dando la experiencia. (Informante emprendedor 01).*

*Una vez me intentaron extorsionar. Las extorsiones vienen un ochenta por ciento de alguien de adentro, así funciona todo. Entonces, yo le dije “pues que me maten” y me dijo (un empleado) “mire, me están pidiendo quinientos dólares”, y yo le dije que no tenía, que si quieren venir que vengan y me maten. Por eso te digo que un emprendedor tiene que tener buenos intestinos. (Informante emprendedor 01).*

*La violencia es uno de los puntos que afectan el emprendimiento, porque no tenemos libertad de comerciar, hay lugares donde no podés ir a ofrecer tu producto, a menos que tengas tus vendedores y tengan el valor de ir a meterse ahí. Viéndolo desde cualquier punto, ya sea un producto tecnológico, un producto artesanal, es uno de los puntos que afecta al emprendimiento. (Informante emprendedor 04).*

Parte del ecosistema del emprendedor, que no lo favorece, es que en las instituciones y empresas existen resistencias a adoptar nuevas tecnologías.

*Lo complicado es que la gente quiere adoptar las nuevas tecnologías, que quizá en otros países ya está, pero en este país todavía no está ese tipo de cosas. (Informante emprendedor 02).*

*Sí, depende porque... A ver, el sector industria es el más complicado de desarrollar por todas las complicaciones que el producto per se puede tener en el desarrollo. Uno trabaja como emprendedor en el sector industria y uno quisiera que su margen de utilidad fuera mucho mayor para despegar, para crecer. Pero*

**“La violencia es uno de los puntos que afectan el emprendimiento, porque no tenemos libertad de comerciar, hay lugares donde no podés ir a ofrecer tu producto, a menos que tengas tus vendedores y tengan el valor de ir a meterse ahí”.**  
**(Informante emprendedor 04)**

*ahí es donde se tiene que balancear entre la parte del sector industria y cómo se comercializa ese producto, porque si ellos mismos lo pueden comercializar, pues, es mucho mejor que entrar con un intermediario. Sin embargo, al no utilizar un intermediario, se queda muy chiquito, se quedan como emprendedores bonsáis, que no crecen. (Informante institucional 05).*

Los informantes clave manifestaron que las partes jurídicas y burocráticas del país no favorecen a los emprendimientos. Representan un obstáculo importante para la actividad emprendedora, lo cual genera dificultades y disminuye el crecimiento y el impacto de los emprendimientos en el país.

*A los nuevos emprendedores les piden que se formalicen como una sociedad anónima de capital variable desde el inicio de sus proyectos. Consideramos que es un tema que tiene que verse, que no debería, pero es parte de las bases. Los emprendedores lo hacen con tal de tener su empresa y ejecutar su idea. Pero, ¿qué pasa?, ellos no están generando y les toca estar pagando carga patronal, contadores para que les lleven la contabilidad como empresas formales. Además de eso, una vez que empiezan a generar van de a poquito, pero ya tienen que estar pagando impuestos. (Informante institucional 05).*

Parte del ecosistema emprendedor es el sistema educativo del país. De acuerdo con los informantes el sistema educativo está diseñado para crear copias de obreros con el fin de ser trabajadores asalariados en las empresas existentes. Se están formando personas con moldes de habilidades y características similares; no se marcan diferencias, se está aprendiendo para consumir a partir de la venta de su fuerza de trabajo. Así, se trata de un problema estructural del sistema educativo en general que no aprovecha las distintas formas de inteligencia existentes, las diferentes potencialidades, las habilidades, las capacidades para que los alumnos las exploten de la mejor manera, para lo que se deben ofrecer diferentes opciones para emprender. Como consecuencia, aunque a alguien le llame la atención ser un emprendedor, es posible que no tenga las habilidades necesarias para serlo, porque está más formado dentro de un contexto que lo impulsa a ir a vender su fuerza de trabajo a una empresa como un asalariado.

*Por otro lado, también la parte académica, porque siento que el sistema en sí está diseñado para crear obreros, es decir, no emprendedores. Por ejemplo, va a una escuela y tiene que ir uniformado y todos se ven igual; aprendes a comportarte igual, a peinarte igual, es una producción en masa de obreros desde que estamos pequeños. (Informante emprendedor 03).*

*Entonces, desde ahí la visión del emprendimiento va quedando fuera, porque lo primero que la gente respeta es si vas a sacar una ingeniería e incluso si tenés un grado académico, que tener un grado académico es una meta que tenemos desde pequeños, es decir, llegar a la universidad. Y tener un título no te garantiza un empleo hoy en día. Entonces, creo que la cultura del emprendimiento está inexistente en el sistema educativo del país actualmente, porque está más diseñada a crear personas que vayan a trabajar a la gran empresa que ya existe. (Informante emprendedor 03).*

*El tema es que nos acostumbran, la sociedad misma nos acostumbra muchas veces, y les limita la capacidad de desarrollo de esos rasgos. De hecho, en nuestro país el sistema educativo ha venido formando personas para emplearse y no para emprender. (Informante institucional 07).*

*El entorno y las condiciones sociales no me lo han permitido, el mismo nivel educativo y la formación que he recibido en estos diferentes estadios no me lo han demandado. Más bien yo me he acomodado, me he acostumbrado a ser un empleado público o un empleado privado, entonces no tiendo a desarrollar mis competencias y mis habilidades para emprendimiento. (Informante institucional 07).*

Otro factor importante del ecosistema del emprendedor es la gran empresa. Los informantes manifestaron que la empresa no le abre las puertas a los emprendedores, y que no se realizan esfuerzos contundentes que acerquen a ambos actores. Aunque la empresa debería ser un aliado importante en el emprendimiento, está muy aislada de la problemática y los esfuerzos por vincular a ambos son poco perceptibles.

*Ahí todavía hay mucho trabajo que hacer en el país, porque no hemos logrado esa vinculación entre la gran empresa y los emprendedores. La gran empresa está pensando siempre en ellos, yo no veo que vayamos avanzando; por lo menos no se nota mucho. (Informante institucional 05).*

*Algunas empresas están tratando de hacer algo, pero no tanto como acercar tanto los productos que están generando los emprendedores con la gran empresa. (Informante institucional 06).*

De acuerdo con los informantes, el estado actual de la innovación en el país no es el mejor, y hay pocos avances. Se percibe un estancamiento de muchos emprendedores que están produciendo lo mismo y no están innovando en ningún proceso.

*Uno es que también el emprendedor en ese afán de hacer o de crear cosas, pero se quedan a estar creando más de lo mismo. Tienen que estar innovando. Entonces, una limitante es la falta de innovación. (Informante institucional 05).*

*He visto yo también que entre los mismos emprendedores están desarrollando las mismas jaleas, casi que los mismos productos. Entonces, eso limita muchas veces el emprendimiento y satura el mercado. Siento que esa es una limitante. (Informante institucional 06).*

*Normalmente en nuestro país la cultura del emprendedor tiende a copiar lo que ya existe en el mercado, y cuando hace estos procesos, pues facilita crear negocios de esta forma, pues termina siendo poco desarrollado, poco sostenible, incluso, por ende, el nivel de innovación es bajo. (Informante institucional 07).*

*Los indicadores de innovación de los países, pues nuestro país no estaba muy bien que digamos, eso significa que las capacidades instaladas de la población salvadoreña para innovar son limitadas. Por lo tanto, se vuelve un factor que también limita la capacidad de emprender, bajo este enfoque. (Informante institucional 07).*

Por último, el sistema de importaciones como parte del ecosistema no presta facilidades para los emprendedores cuando necesitan importar. La importación resulta demasiado cara para los emprendedores que inician y que cuentan con muy pocos recursos disponibles.

*El otro tema es la importación, la importación es carísima en nuestro país. Cuando los chicos importan equipos o accesorios para el desarrollo de sus productos es más o menos un treinta por ciento adicional lo que les toca pagar solo por el tema de importación. Entonces, eso es un dato que le afecta muchísimo en la bolsa a un emprendedor que sabemos*

que está empezando, que no tiene muchos recursos, que tiene muy poco. (Informante institucional 05).

#### 4.2.6. El contexto universitario

*No sé qué tanto profundiza la universidad y no sé cuál es el enfoque exactamente, si es para que aprendan a hacer negocios, si es para generar su propia empresa para que puedan relacionarse con la gran empresa. No tienen claridad, no hay una visión. (Informante institucional 07).*

Los informantes clave comentaron que en el contexto de la universidad no se percibe un interés real de los estudiantes por emprender. Más bien, el interés principal es generar ingresos rápidos, por lo cual carecen de una visión a largo plazo y tienden a centrarse en metas de corto plazo. Para los informantes esto no es un real interés por emprender, sino un emprendimiento pasajero cuya contribución al país es menor.

*Desde mi perspectiva, ahorita hay un concurso para ir a China, del estudiante emprendedor dos mil diecinueve. Vengo yo y si les digo, que hay un concurso emprendedor para ir a China y si tenés una idea de negocios, aplica, ahí está en Internet. Yo se los dije, pero no les importa, no les interesa. A un porcentaje de la población no le interesa. Yo tengo una cosa bien clara: el que busca, encuentra. (Informante emprendedor 03).*

*Entonces, yo más creo que a las personas no les interesa emprender, yo más lo que creo es que las personas andan buscando cuatrocientos o quinientos pesos, mil pesos. Si crees que mil dólares te van a cambiar la vida, depende qué tan alta le tirás, pero aquí en El Salvador, no... (Informante emprendedor 01).*

De acuerdo con el discurso de los informantes, hay aspectos emocionales y de personalidad como el carácter, que no se puede enseñar en la universidad. Más bien, la universidad puede enseñar aspectos más

técnicos y teóricos, vinculados con el emprendimiento; pero esto se convierte en una dificultad cuando el estudiante sale y no sabe cómo enfrentar situaciones y problemas reales con el emprendimiento. Esa incapacidad de desarrollar ciertas habilidades en el emprendedor, en la universidad la asocian con que, quienes orientan o desarrollan los procesos de enseñanza-aprendizaje, no poseen experiencia práctica en emprendimiento, son muy teóricos y esto los limita. Así, los informantes clave declaran que personas que nunca han emprendido dictan cátedras sobre emprendimiento y los alumnos notan ese vacío empírico de los docentes.

*Yo creo que no, yo creo que no se puede enseñar en la universidad cosas como el carácter. Cuando salen de la universidad los siento muy teóricos. Entonces, como nunca han validado, nunca se han dado contra la pared. Yo siento que el carácter se va formando con todas las veces que te caes, todas las veces que perdés dinero, las veces que recapitas y decís qué hiciste mal y qué hiciste bien. Entonces, es un cúmulo de experiencias malas, en teoría, que al final se vuelven buenas. Eso te va dando la tenacidad para decir sí o no. Estas habilidades toca aprenderlas afuera. (Informante emprendedor 04).*

*Y no hay como una orientación real de personas que de verdad hayan emprendido, que tengan una empresa exitosa, sino que hay gente que ha leído de emprendimiento y creen que ya saben lo que es emprender, y no es así. Entonces, sí hay un apoyo y creo que es importante, pero quizá hay que reenforcarlo un poco, es de darle un giro de tuerca, que sea realmente efectivo. (Informante emprendedor 02).*

*Está la materia de emprendedurismo, pero en la mayoría de casos que yo he visto, muchas veces son personas que nunca han ingresado a la fuerza laboral (como emprendedores), sino que son catedráticos que saben de otra área, pero no saben sobre emprendimiento, solo son teóricos, y ahí siento que no hay mucho aprendizaje. (Informante emprendedor 03).*

*En mi carrera, Sistemas, te enseñan que vas a ser programador, que vas a ser analista, pero no te dan el otro punto que es el hacer un software y venderlo afuera, para que ganes algo y no tengas que depender de alguien. Tenés una materia de Gestión Empresarial, pero se toca a penas el uno por ciento de lo que es “Vietnam” –como le digo yo-, que es el diario vivir de un emprendedor. Porque te dicen que tenés un buen producto y debes hacer un buen análisis de mercado, haga una buena matriz FODA y váyase, y va ver que va vender; pero no es así. (Informante emprendedor 04).*

Se percibe que la universidad brinda apoyos al emprendimiento para las personas que inician a través de cursos. En el caso de la incubadora de la UFG, GERMINA, afirman que sirve el espacio físico, pero el apoyo técnico, el coaching, networking, asesoramiento, no se ejecutan o no se recibe apoyo efectivo en estas áreas, es decir, que la parte fundamental a nivel técnico no se percibe que se esté desarrollando de forma eficiente. También se percibe un problema de comunicación al no promocionar suficientemente las oportunidades que ofrece la incubadora.

*Fíjate que una parte bien importante para cuando uno no tiene experiencia y va comenzando, son los cursos, cursos de finanzas, de mercadeo, de ventas, todo lo que está haciendo GERMINA, le enseñan a crear su modelo de negocio, su plan de mercadeo, todo eso que hace GERMINA junto con CDMYPE es excelente. (Informante emprendedor 02).*

*En el caso de la incubadora, sí nos hemos beneficiado por el espacio y porque podemos conseguir pasantes de la Universidad para poderlos ingresar a nuestro estudio, y les podemos pagar con horas sociales también, ese es un buen beneficio, pero ya para la parte de networking siento que se quedan un poco deficientes, creo que hasta el momento no hemos realizado algo parecido en los dos años que llevamos ya. (Informante emprendedor 03).*

*Pero falta, porque te das cuenta que hay un departamento de emprendedurismo porque a ti te nace ser emprendedor; pero si sos un alumno de aula a casa, o viceversa, no te das cuenta de eso. Porque no hay una comunicación de que en el D (edificio) está el área de GERMINA, de CDMYPE, o uno que está por aquí, no te das cuenta. No se promociona mucho. (Informante institucional 05).*

Los informantes clave afirmaron que los esfuerzos de la institución y de la incubadora se concentran demasiado en las fases iniciales de los emprendimientos; pero no trabajan bajo formas de seguimiento especializado y efectivo, según las características y fases de los emprendimientos. Así, el asesoramiento y el seguimiento no se adaptan a las necesidades de cada emprendimiento, según el sector en que se desempeñan, si ya inició, si no ha despegado, si se ha retrasado, si lleva años operando, si es el momento de expandirse o de efectuar cambios y según el tipo de producto o servicio que ofrecen. Así, se percibe una lógica muy lineal que considera que todos los emprendimientos son iguales, y los esfuerzos de la institución se centran mucho en los emprendimientos iniciales, pero no acoplan los seguimientos a quienes ya emprenden y atraviesan otras fases.

*Entonces, sí nos han invitado a unas charlas, capacitaciones, pero en el punto que estamos en nuestro emprendimiento ya no aplica mucho, pues, porque eso era para antes de emprender, no cuando ya estás en el agua –porque ya se requiere otro tipo de seguimiento-. (Informante emprendedor 02).*

*También siento que en este que estamos ahí, prácticamente somos los únicos que han quedado, o sea que casi todos son nuevos dentro de la incubadora. Todos los demás emprendimientos que estaban cuando nosotros entramos en 2016 ya no están; ya no están, no sé si sus emprendimientos cayeron, si decidieron dejar de emprender, no sé. Y el único emprendimiento que ha salido desde que la incubadora existe ha sido*

solo uno que ha tenido éxito, y no sé si todavía seguirá en marcha. (Informante emprendedor 03).

Las universidades están apoyando, pero solo en etapas iniciales. (Informante institucional 06).

#### 4.2.7. Los apoyos necesarios

El problema es que la Universidad enseña una cosa, y lo que hay afuera o lo que requieren las grandes empresas y lo que necesita la sociedad es otra cosa. Hay tantas brechas, la educación, por un lado, enseñando ciertas cosas, las empresas, por otro rumbo, enfocándose en cosas que la universidad no enseña, y la sociedad con necesidades no resueltas, que el emprendedor podría resolver si fuera apoyado como se debiera. (Informante emprendedor 02).

De acuerdo con los discursos de los informantes clave, los principales apoyos que se requieren para los emprendedores en la universidad son los siguientes:

1. Seguimiento adaptable a las características de cada emprendimiento.
2. Procesos de enseñanza en inteligencia y educación financiera y administrativa.
3. Mayor apoyo en el desarrollo de habilidades blandas.
4. Fortalecimiento de habilidades mediante procesos de enseñanza más prácticos.
5. Enseñanza en emprendimiento dirigida por personas con experiencia práctica en emprendimiento.
6. Incorporar la innovación en los emprendimientos de los rubros más tradicionales.

**Los informantes clave afirmaron que los esfuerzos de la institución y de la incubadora se concentran demasiado en las fases iniciales de los emprendimientos; pero no trabajan bajo formas de seguimiento especializado y efectivo, según las características y fases de los emprendimientos.**

7. Realizar un proceso constante de mejora en la incubadora GERMINA con base en evidencias.
8. Realizar procesos de articulación de esfuerzos con instituciones gubernamentales y el sector privado.
9. Promocionar en mayor medida las oportunidades que brinda la incubadora GERMINA en apoyo al emprendimiento.
10. Desarrollar una visión institucional sobre qué tipo de emprendedores se quiere formar en la Universidad.

#### **4.2.8. Consideraciones éticas**

Todas las entrevistas se grabaron, transcribieron y procesaron para el análisis, bajo el consentimiento de cada uno de los informantes clave. Los informantes del estudio decidieron participar voluntariamente. Por cuestiones éticas y metodológicas se omitieron los nombres de los informantes clave en el reporte de esta investigación.



# **Conclusiones y recomendaciones**

## 5. Conclusiones y recomendaciones

Las conclusiones se han dividido en dos apartados. En el primero se plantean las conclusiones acordes con los hallazgos y los objetivos de la investigación; en el segundo se formula una serie de recomendaciones con implicaciones prácticas para la formación académica en emprendimiento en la Universidad.

### 5.1. Conclusiones

Los resultados de la investigación permiten concluir lo siguiente sobre el perfil emprendedor del estudiante de la UFG:

1. En este estudio se analizaron descriptivamente las variables psicosociales que constituyen el perfil del estudiante emprendedor de la Universidad Francisco Gavidia. Acorde con lo que plantea Herrera Guerra (2012), esta investigación adoptó una visión más holística del emprendedor que incorporó aspectos individuales y contextuales que favorecen u obstaculizan la actividad emprendedora, por lo cual se contemplaron aspectos como el ecosistema del emprendedor, el entorno institucional, el contexto socioeconómico y sus particularidades individuales. Tal como indica la Teoría de la acción planificada (I. Ajzen, 2005; citado en Ortiz García & Millán Jiménez, 2011), ha sido importante tomar en cuenta los aspectos individuales y sociales o de contexto para estudiar a los emprendedores y la interacción entre ambos. Esto ha facilitado obtener resultados que reflejan esta realidad compleja.

2. Los resultados indicaron que los emprendedores se definen como solucionadores de problemas, capaces de identificarlos y resolverlos a través de un producto o servicio; como una actividad que favorece el aprovechamiento de las potencialidades de cada sujeto según sus

competencias; como alguien capaz de volver funcional una idea de negocio con los recursos disponibles. Esto sustenta la Teoría de Schumpeter, que define al emprendedor como un sujeto con una idea clara de negocios, con capacidad de innovar y operacionalizar sus ideas, de modo que las convierte en rentables y sobresalientes (Rodríguez y Jiménez, 2005). También sustenta el planteamiento de Kirzner sobre la capacidad del emprendedor para permanecer alerta ante los constantes cambios y condiciones variables del mercado, manteniendo una visión clara y su fin buscado, y con capacidad de identificar y explotar nuevas oportunidades aún no advertidas en el mercado (Veciana, 1988; citado en Rodríguez y Jiménez, 2005).

3. A la mayoría le es atractivo ser emprendedores, y al terminar sus estudios piensan desarrollar sus emprendimientos como fundadores de su propia empresa o sucesores en la empresa de sus padres.

4. Existe una probabilidad del 26 % de que un estudiante de la UFG sea un emprendedor; la mayoría de emprendedores son jóvenes entre los 20 y los 24 años, y la mayoría de ellos se concentran y poseen más posibilidades de emprender en la Facultad de Economía, seguido por la Facultad de Ingeniería y Sistemas. Los estudiantes del resto de Facultades poseen menos posibilidades de emprender. Los resultados concuerdan con los obtenidos por Cantón Castillo et al. (2014) en otro contexto latinoamericano (México), en los que las disciplinas primordiales en las que se forman los universitarios emprendedores son las de Ingeniería y Ciencias Económicas, lo cual indica una forma de pensar, contenidos propios de las carreras y Facultades y estatus social que convierte a los estudiantes de estas disciplinas académicas en más propensos a emprender.

5. Contrario a lo que se plantea en la teoría y hallazgos de otros estudios sobre emprendimiento,

que reflejan una mayor tendencia a emprender en hombres que en mujeres (Kantis et al., 2004; Martín Cruz et al., 2005; Ruiz Navarro et al., 2012), los hallazgos de este estudio no revelan una mayor actividad emprendedora en hombres que sea considerable en comparación con las mujeres. De hecho, la actividad emprendedora es prácticamente desarrollada en igualdad entre hombres y mujeres en la UFG.

6. Coexisten casi proporcionalmente emprendedores cuyo origen es el esfuerzo individual y otros cuyo esfuerzo es de equipo. Esto concuerda con el emprendedor schumpeteriano (Rodríguez y Jiménez, 2005), que ejerce sus competencias individual y colectivamente; de hecho, no necesariamente un emprendedor es un sujeto, sino que tienden a formar equipos de trabajo para aprovechar colectivamente las competencias de unos y otros. Los principales sectores en los cuales se desarrollan los emprendimientos son alimentos y bebidas, y en la industria informática y creativa. Los productos en los que se centra la actividad emprendedora son los accesorios, comida, bebidas, artículos, venta de ropa y calzado, los cuales son parte de un rubro tradicional. Así, la actividad emprendedora de los estudiantes de la UFG se centra en rubros tradicionales. Los potenciales emprendedores, al disponer de los medios necesarios, enfocarían sus negocios en un rubro tradicional, al igual que quienes ya están emprendiendo (comida, restaurantes, ropa, alimentos, accesorios y artículos varios).

7. En el contexto universitario coexisten dos tipos de emprendedores: emprendedores por oportunidad y emprendedores por necesidad. La principal motivación de los emprendedores es por la necesidad de generar ingresos, y en segundo lugar, por la satisfacción personal u oportunidad identificada en el mercado, lo cual sustenta la literatura que tipifica las motivaciones entre estas, principalmente (Cantón Castillo *et al.*,

**Los productos en los que se centra la actividad emprendedora son los accesorios, comida, bebidas, artículos, venta de ropa y calzado, los cuales son parte de un rubro tradicional.**

2014). Independientemente de esto, en la medida en que un emprendimiento logra mantenerse en crecimiento en el mercado durante más tiempo, mayor es el impacto que generará en la economía a través de empleos, ingresos e impuestos. Por tanto, es fundamental garantizar la sostenibilidad de los emprendimientos e inyectarles capital para que crezcan y generen los impactos esperados en la sociedad.

8. Las condiciones socioeconómicas del país provocan que los tipos de emprendedores que predominan son por necesidad y por generar ingresos, como el medio de desarrollo ante el desempleo y para el sustento familiar. Estos hallazgos sostienen lo planteado en la Teoría de la marginación (Shapiro, 1982), que sostiene que son los factores externos, muchas veces negativos, como el desempleo, que como un suceso crítico, acelera el surgimiento de los emprendimientos. Así, este tipo de factores del contexto se vinculan estrechamente con el surgimiento de emprendimiento por necesidad. Estos emprenden normalmente en rubros más tradicionales basados en la compra y la reventa (ropa, accesorios, alimentos, bebidas, otros), en productos y servicios que no requieren del uso de tecnologías ni incorporar aspectos de innovación, es decir, requieren menos recursos y competencias tan especializadas. Pueden ser rentables al corto plazo, y por ello los emprendedores por necesidad se centran en estos rubros. En tal sentido, los estudiantes de la universidad al desarrollar competencias más especializadas en sus carreras, pueden incorporar aspectos de innovación y marcar diferencias que posicionen de mejor manera en el mercado.

9. El emprendedor por necesidad puede poseer una visión de corto plazo, porque considera que los ingresos son suyos y los puede utilizar para suplir sus necesidades inmediatas. Es decir, que podría no visualizar su emprendimiento a largo plazo, y

corre el riesgo de descapitalizar su emprendimiento porque su meta, posiblemente, sea adquirir un producto o servicio. Así, el impacto que genera en la economía puede ser menor, ya que no se planea a largo plazo, y el riesgo de que no crezca o quiebre es mayor. Por otra parte, los emprendedores por oportunidad surgen en muchas ocasiones, cuando sus emprendimientos forman parte de un rubro poco desarrollado en el país, es decir, que la división social del trabajo no está bien desarrollada en ese rubro y la única alternativa es emprender en dicho sector y ser pioneros en el país.

10. Por su parte, los emprendedores por oportunidad pueden poseer más condiciones económicas para desarrollar el emprendimiento, desean ser independientes laboralmente, aprovechar un vacío o espacio en el mercado y ofrecer un producto o servicio que los posicione mejor que a la competencia. Estos cuentan con más posibilidades de desarrollarse en rubros vinculados con las tecnologías e innovación con ideas que les faciliten destacar. Estos hallazgos sustentan la Teoría de Schumpeter sobre la principal característica del emprendedor: la función de dirección. Esta función consiste en ir más allá de lo rutinario en el proceso productivo; consiste en identificar un vacío en el mercado y ofrecer a los consumidores nuevos productos o servicios, por lo cual el emprendedor schumpeteriano es un sujeto innovador y promotor del desarrollo y de la evolución social (Rodríguez y Jiménez, 2005; Veciana, 1988; citado en Sung Park y Duarte Masi, 2015). Los hallazgos indican que esta función de dirección se vincula más con el emprendedor por oportunidad que se enfoca más en aprovechar vacío del mercado y en rubros vinculados con las tecnologías e innovación.

11. Aunque de acuerdo con la encuesta, ambos tipos de emprendedores coexisten en la universidad; los resultados indicaron que los rubros en los que se concentran son tradicionales,

es decir, que en este rubro visualizaron la forma de emprender, ya sea por la necesidad de generar ingresos o por lograr independencia y dedicarse a lo que quieren.

12. Los emprendedores provienen en su mayoría de entornos familiares favorables a la actividad emprendedora. Los hallazgos sustentan la Teoría del comportamiento planificado y hallazgos de otros estudios (Icek Ajzen, 1991; citado en Fuentes García y Sánchez Cañizares, 2010; Cantón Castillo et al., 2014), ya que aquellos estudiantes cuyos padres son trabajadores por cuenta propia, o son propietarios de una empresa, poseen más posibilidades de emprender. Es decir, que quienes poseen antecedentes familiares en emprendimiento, autoempleo o son propietarios de empresa poseen más posibilidades de emprender. Pueden aprovechar el capital cultural que sus familias les heredan y socialmente les marcan el camino para seguir por la misma ruta de emprendimiento, aunque no necesariamente por el mismo rubro. Aquellos emprendedores que provienen de un contexto familiar favorable al emprendimiento poseen más posibilidades de emprender y desarrollar las habilidades necesarias para echar a andar el emprendimiento (Coque Martínez et al., 2013; Quintana García, 2001; Saboia Laitao y Cruz, 2006). Así, según la Teoría del comportamiento planificado, mientras sean más favorables los valores sociales en torno a la actividad emprendedora y haya una mayor presencia de emprendedores a su alrededor, estos funcionarán como modelos ideales e incentivos sociales que aceleran el surgimiento de emprendimientos.

13. Los emprendedores son fundamentalmente residentes del área urbana. Este hallazgo sustenta la Teoría del rol (Nuevo, 1996), ya que en la zona urbana suelen existir modelos de emprendimiento que pueden ser vistos como ideales y que estimulan el nacimiento de otros emprendedores. De igual forma, en el área urbana

**Los emprendedores  
provienen en su mayoría  
de entornos familiares  
favorables a la actividad  
emprendedora.**

se concentran las redes de contactos formales e informales que son permanentes incentivos para emprender, y las redes de comunicación también tienden a concentrarse más. Así, las condiciones más favorables se concentran en la zona urbana.

14. De las personas que no están emprendiendo, la mayoría desarrollaría esta actividad si tuvieran la oportunidad y los recursos, y lo desarrollarían entre 1 y 3 años. La mayoría emprendería con otro socio, es decir, que valoran emprender potencialmente aprovechando los recursos y las competencias de otro(s) para gozar de mayores posibilidades de éxito en el emprendimiento.

15. En términos generales, el ecosistema del emprendedor no es muy favorable en el contexto actual. Los factores que más afectan al emprendimiento son la delincuencia y la violencia social, y la falta de dinero o capital semilla. Las fuentes de financiamiento para emprendedores son escasas y estas son muchas veces la variable independiente que determina el desarrollo o no de los emprendimientos. Las condiciones de inseguridad que vive el país afectan los emprendimientos, ya que no pueden ofrecer libremente sus productos o servicios, y además por el riesgo de sufrir extorsiones. También, muchas instituciones muestran resistencias a adoptar nuevos productos o servicios vinculados con tecnologías que provienen de emprendedores por oportunidad, y por ello resulta la tendencia de los emprendedores a centrarse en rubros más tradicionales. La burocracia en el país es desfavorable al emprendimiento, limita a que los emprendedores quieran formalizarse, ya que esto implica asumir gastos en carga patronal, contadores y pagar impuestos, cuestiones que los emprendimientos nacientes no pueden asumir o cierran su actividad sin haber despegado y generado un impacto en el país. Por otra parte, se encuentra que el sistema de importaciones

no presta facilidades y resulta demasiado caro para los emprendedores que inician y poseen pocos recursos para pagar los altos impuestos por importación. Se observa, además, que la gran empresa y los emprendedores están separados, cada quien sigue su camino, y no existen esfuerzos efectivos por vincular a ambos; más bien, existe una desarticulación entre ambos.

16. Lo planteado en el punto anterior se vincula con la Teoría schumpeteriana (Rodríguez y Jiménez, 2005) y la Teoría de la ecología de la población (Sung Park & Duarte Masi, 2015), según las cuales el emprendedor solo puede contribuir y enriquecer a la sociedad si el entorno social y cultural es favorable a su actividad. Así, el emprendedor no sólo depende de sus características propias, sino que existe un contexto o ecosistema que influye considerablemente en la voluntad individual de emprender y en el éxito que logre. De este modo, el contexto o ecosistema del emprendedor bajo las condiciones actuales no es muy propicio socioculturalmente y, además, el progreso científico que atraviesa el país no favorece de manera considerable o suficientemente la innovación. Como consecuencia, los incentivos sociales, económicos, institucionales, culturales y tecnológicos no son los mejores actualmente en el país. Por esta razón, es imprescindible que los emprendimientos desarrollen capacidades de resiliencia para soportar y adaptarse a las condiciones del entorno, y que las empresas nacientes surjan con características apropiadas a ese contexto.

17. Una de las barreras para emprender surge de la falta de apoyo social a los emprendedores y, también, de un contexto cultural que no valora ni impulsa el espíritu emprendedor. Por ejemplo, la mayoría de los docentes del sistema educativo tiende a considerar y formar a los alumnos como futuros empleados de empresas y no como emprendedores (Gasee, 1985; citado en Moriano

León, Palací Descals, Morales Domínguez, 2006). Así, es un sistema educativo en el que es inexistente la cultura del emprendedor y el apoyo social a dicha actividad, por lo cual representa un factor estructural del contexto que obstaculiza la actividad emprendedora.

18. La mayoría no ha elegido la universidad por su reputación en apoyo al emprendimiento, pero reconocen que dentro de la institución son motivados a emprender. Existen apoyos en el contexto universitario, pero muestran ciertas dificultades institucionales como para brindar seguimiento adaptado según las características de cada emprendimiento y las habilidades de *networking*. En cuanto al contexto de la universidad, no se percibe una visión acerca de qué clase de emprendedores se formarán y apoyarán, qué lo diferenciará del resto, en qué competencias deben formarse, cómo se articularán con la gran empresa y el sector público; no existe una claridad sobre la visión institucional del emprendedor. Se observa que en la universidad existen dificultades para desarrollar ciertas habilidades y competencias en los emprendedores, y esto se vincula con que los que dirigen procesos de enseñanza en emprendimiento no cuentan con experiencia práctica en el área, sino que solo a nivel teórico, y esto vuelve el proceso menos efectivo y menos apegado a la realidad de los emprendedores. Algunos apoyos a nivel técnico no se perciben como en el caso del *coaching*, *networking* y asesoramiento. Los esfuerzos de la universidad se enfocan demasiado en las etapas iniciales de los emprendimientos; pero no se adaptan los apoyos según las características de los tipos de emprendimientos, como las fases de desarrollo que atraviesan, el rubro y el tipo de producto que ofrecen, si requiere inyección de inversión para crecer, si requiere de cambios, el tipo de emprendimiento, entre otros. No existe una promoción suficiente de los apoyos que brinda la universidad para que más estudiantes puedan acceder a las oportunidades de emprender. Esto

resulta importante, ya que según la Teoría de redes (Sung Park y Duarte Masi, 2015) es imprescindible el funcionamiento de canales de transmisión de la información valiosa que sea de utilidad para los emprendedores y potenciales emprendedores. Como consecuencia, el flujo y la transmisión adecuados de la información es de suma relevancia a nivel institucional.

19. Los hallazgos del punto anterior concuerdan con la Teoría institucional (North, 1990; citado en Sung Park y Duarte Masi, 2015), ya que las instituciones -en este caso la universidad- tratan de crear las condiciones más favorables para los emprendedores, pero al tratar de definir y moldear las reglas del juego en apoyo al emprendimiento dejan vacíos importantes que deben llenarse con base en medidas concretas surgidas de evidencias científicas y diagnósticos oportunos de la situación institucional.

20. A nivel individual los emprendedores se autoevalúan bien en habilidades como perseverancia para emprender, autoconfianza para emprender, liderazgo y habilidades de planificación (Alcaraz Rodríguez, 2011; Bilbao & Pachano, 2002; Brenes Leiva, 2007; De Castro e Costa Rizzato, 2012; Poncio, 2010; Puchol, 2012; Saboia Laitao & Cruz, 2006; Vargas Hernández y Campos Alvarez, 2011). Las habilidades que requieren refuerzo son creación de redes de contactos profesionales, capacidad de innovación, comercializar y desarrollar nueva idea e identificar nuevas oportunidades; así como ideas de negocios.

21. Existen habilidades blandas que caracterizan a un emprendedor y lo diferencian de quienes no son emprendedores. Algunas habilidades blandas que los caracterizan se vinculan con la perseverancia; inteligencia emocional como la capacidad de resolver problemas bajo presión de forma racional; capacidad de establecer relaciones sociales con otros individuos (con inversionistas y

**A nivel individual los emprendedores se autoevalúan bien en habilidades como perseverancia para emprender, autoconfianza para emprender, liderazgo y habilidades de planificación**

posibles clientes), y la habilidad de saber vender, la cual se asocia con las anteriores porque implica capacidad de socialización y perseverancia.

22. Por otra parte, existen otras habilidades o competencias más duras que los emprendedores deben desarrollar necesariamente, y la universidad las fortalece en sus planes de carrera. Algunas de estas son las competencias en área de las finanzas, la contabilidad, marketing y administración de recursos humanos y financieros. Por último, un emprendedor debe ser capaz de visualizarse en el futuro, es decir, que debe desarrollar una visión de largo plazo y ser capaz de planear la ruta que le permita concretar esa visión de futuro. Parte de esta visión implica la disposición del emprendedor por asumir riesgos como la capacidad de relacionar los medios con los fines y valorar el futuro éxito sin tener las variables controladas, o sin contar con garantías de ese éxito.

23. Los apoyos que los estudiantes solicitan son en asesoramientos sobre creación de modelo de negocios; asesorías legales; administración de presupuesto y financiamiento; búsqueda de fuentes de financiamiento; marketing; talleres sobre innovación en negocios, *coaching* y seguimiento adaptado a las características de cada emprendimiento.

24. Los esfuerzos de la universidad deben articularse entre las Facultades para fomentar un modelo de emprendimiento que incentive el trabajo en equipo (Rosero Sarasty y Molina, 2008).

25. Es importante tomar en cuenta la investigación orientada a determinar las características o rasgos del perfil emprendedor del estudiante universitario para estimular los factores que refuercen esas características favorables. Por tanto, se deben incentivar las condiciones individuales y contextuales que favorecen la intención emprendedora.

26. A partir de esta investigación se presenta la base para desarrollar nuevos proyectos de investigación en la línea del emprendimiento en la universidad, que sirvan para brindar seguimiento a los hallazgos obtenidos en este estudio y aborde aspectos más específicos que se requiera profundizar.

## 5.2. Recomendaciones

Con base en los hallazgos obtenidos en esta investigación, a continuación, se presenta un conjunto de propuestas e implicaciones prácticas para la formación en emprendedurismo en la Universidad Francisco Gavidia.

1. Se debe incorporar en la currícula universitaria a nivel formativo y operativo el emprendedurismo como parte de la oferta educativa, según las características y especificidades de cada Facultad y carrera universitaria. Cada Facultad y carrera son diferentes, por lo cual, en cada una se debe desarrollar la formación en emprendimiento, según las características propias; y, por otro lado, se debe tomar la consideración de si en todas las carreras se puede formar en emprendimiento y qué tipo de emprendedores se requiere formar. Así, se puede desconcentrar la actividad emprendedora de una sola Facultad y expandirla en todas las Facultades.

2. Este último aspecto requiere indudablemente de una visión de largo plazo, en la cual se responda a qué tipo de emprendedor se requiere formar, cómo se incorporará el factor innovación en la formación emprendedora, qué habilidades y competencias se impulsarán, qué sectores y productos/servicios se apoyarán y en qué medida. En términos generales, se debe responder a ¿qué es lo que caracterizará al emprendedor de la UFG con respecto al resto?, y ¿qué ventajas competitivas obtendrá y ofrecerá al país?

3. Se debe incorporar la formación en emprendedurismo en la currícula universitaria

tomando en cuenta los factores del ecosistema emprendedor y la realidad socioeconómica y cultural del país. Los factores propios del país son capaces de influenciar inevitablemente en la actividad emprendedora, por lo cual se deben tomar en consideración para crear en los estudiantes la capacidad de resiliencia, es decir, la capacidad de adaptarse y aprender a desarrollar ideas de negocios en el contexto particular salvadoreño.

4. El proceso formativo en emprendimiento debe planificarse de modo que favorezca el desarrollo de competencias y habilidades necesarias para emprender. Para ello, debe existir una definición clara de qué tipo de habilidades y competencias se impulsarán según la visión que la Universidad determine.

5. Particularmente, se requiere reforzar en la enseñanza en inteligencia y educación financiera, administrativa y en gerencia, en la creación de contactos profesionales, capacidad de innovación, comercialización y desarrollo de nuevas ideas de negocio y en la identificación de nuevas oportunidades e ideas de negocios. Particularmente, los emprendedores solicitan apoyos en el asesoramiento en creación de modelo de negocio, asesorías legales, administración de presupuesto y financiamiento, búsqueda de fuentes de financiamiento, marketing y coaching.

6. Para el caso de la incubadora GERMINA se recomienda lo siguiente: El proceso formativo y de apoyo que desarrolle la incubadora GERMINA debe acompañarse de un proceso de seguimiento adaptable a las características de cada emprendimiento. Cada emprendimiento es distinto según el producto o servicio que ofrecen, el rubro en el que se desarrollan, al tipo de emprendimiento (por necesidad u oportunidad) y la fase en la cual se encuentra el emprendimiento (si no ha empezado, si inicia recientemente, si ya empezó, si muestra un nivel desarrollo mayor, si

requiere inyección de inversión para expandirse, otras). El seguimiento y coaching deben acoplarse a estas características de cada emprendimiento y no pensar en que todos los emprendimientos son iguales. Se trata de desarrollar apoyos más especializados y que estos no se concentren solo en las etapas iniciales de los emprendimientos, sino también en etapas intermedias y más avanzadas de los emprendimientos.

7. Se requiere de un mayor apoyo en el desarrollo de habilidades blandas como la capacidad de interrelacionarse con posibles clientes e inversionistas, inteligencia emocional para resolver problemas racionalmente en momentos de presión y crisis, la capacidad de saber vender ideas de negocio o saber vender el producto o servicio a los clientes e inversionistas y la capacidad de formar equipos de trabajo sólidos en los emprendimientos.

8. Metodológicamente, los procesos de enseñanza y fortalecimiento de habilidades deben desarrollarse de forma práctica o pragmática. A los estudiantes se les debe dotar de autonomía e iniciativa para que desarrollen habilidades y competencias de forma práctica, para que aprendan a equivocarse y a perfeccionar ciertos procesos, de modo que los estudiantes no salgan muy teóricos al tratar de emprender.

9. Acorde con este último punto, los procesos de enseñanza deben ser dirigidos por personas con experiencia práctica en emprendimiento. No deben ser personas que manejen el emprendimiento exclusivamente a nivel teórico, sino también a nivel práctico, para que la orientación sea más efectiva y apegada al contexto real donde se deben desarrollar los emprendimientos.

10. Se debe incorporar la innovación en los emprendimientos cuyos rubros de desarrollo son más tradicionales e implican menos tecnologías. Esto, con el objetivo de que los emprendimientos

tradicionales se diferencien o marquen una diferencia con respecto a otros emprendimientos que se desarrollan en el mismo rubro fuera de la Universidad, y así ofrecer mayor nivel de competitividad.

11. Se requiere de un proceso de seguimiento y evaluación que facilite tomar decisiones con base en evidencias. Este proceso debe permitir emitir juicios sobre la efectividad y los resultados obtenidos en apoyo al emprendimiento, por lo cual se debe responder a ¿cómo se medirán los resultados de los programas de apoyo al emprendimiento según la visión institucional?

12. Desarrollar procesos de articulación de esfuerzos con instituciones gubernamentales y del sector privado con el propósito de abrir canales de comunicación, redes de contactos y oportunidades de negocio a los emprendedores de la universidad.

13. Promocionar en mayor medida las oportunidades que brinda la incubadora GERMINA de la UFG en apoyo al emprendimiento, para que más estudiantes aprovechen las oportunidades que ofrece la institución.

14. Tomar en cuenta las características de los estudiantes y el perfil emprendedor para realizar cualquier proceso de formación en emprendimiento, ya que esto mejoraría los resultados esperados.



# Bibliografía

## Bibliografía

---

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Ajzen, I. (2005). *Attitudes, traits and actions: dispositional prediction of behaviour in social psychology* (Second Edi). New York: Open University Press.

Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito* (4 edición). México: Mc Graw Hill.

Alda Varas, D. R. F. (2010). *Perfil emprendedor de los estudiantes de la Facultad de Economía y Administración, de la Universidad Católica del Norte, Antofagasta, Chile*. Bilbao.

Aldrich, H. E., & Wiedenmayer, G. (1993). *From traits to rates: an ecological perspective on organizational foundings* (V1 ed.). JAI Press.

Alonso Nuez, M. J. (2011). El emprendedor y la empresa: Una revisión de los determinantes a su constitución, acciones e investigaciones sociales, 26.

Arias Ramírez, O. A., López Flores, J. A., & Rodríguez Martínez, W. S. (2011). *Programa de emprendedurismo juvenil con perfil cultural para el proyecto ESARTES de la Asociación de Arte para el Desarrollo (primer acto), que contribuya al desarrollo de la industria cultura en el municipio de Suchitoto, Departamento de Cuscatlán*. San Salvador.

Bilbao, A., & Pachano, S. (2002). *Rasgos y actitudes de los emprendedores: Proyecto andino de competitividad*. Venezuela.

Brenes Leiva, G. (2007). Emprendedores costarricenses revelando algunos de sus secretos. *Tec Empresarial*, 1(2), 16–19.

Bull, I., & Willard, G. E. (1993). Towards a Theory of Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8, 183–195.

Camarero, L., Almazán, A., Arribas, J. M., Mañas, B., & Vallejos, A. F. (2013). *Estadística para la investigación social*. México D.F.: Alfaomega Grupo Editor.

Cantón Castillo, L. C. G., García Lira, A., & Del Carmen Iuit González, M. (2014). El enfoque de competencias para formar emprendedores: evaluación del modelo de la Universidad Autónoma de Yucatán, México. *TEC Empresarial*, 8(2), 29–40.

Carter, N., Gartner, W., Shaver, K., & Gatewood, E. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 13–39.

Coe, D., & Helpman, E. (1995). International R & D spillovers. *European Economic Review*, 39(5), 859–887.

Coque Martínez, J., Díaz Bretones, F., & López Mielgo, N. (2013). Factores para la puesta en marcha y el éxito de microempresas asociativas creadas por jóvenes egresados universitarios. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 81.

De Castro e Costa Rizzato, S. (2012). *Dimensiones de personalidad, motivación de logro y expectativas de control en jóvenes emprendedores brasileños*. Universidad de León, España.

Duarte, T., & Ruiz Tibana, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica*, 15(43), 326–331.

Feldman, D., & Bolino, M. (2000). Career patterns of the self employed: Career motivations and career outcomes. *Journal of Small Business Management*, 38(3), 53–67.

Fuentes García, F. J. ., & Sánchez Cañizares, S. M. (2010). Análisis del perfil emprendedor : una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1–28.

García Ramos, C. G., Martínez C., A., & Fernández Gago, R. (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista Europea de Dirección Y Economía de La Empresa*, 19(2), 42.

Gartner, W. B. (1989). “Who Is an Entrepreneur?” Is the Wrong Question. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 13(4), 47–68.

Gasee, Y. (1985). *A strategy for the promotion and identification of potential entrepreneurs at the secondary school level*.

GEM, & ESEN. (2015). *El emprendimiento en El Salvador. Global Entrepreneurship Monitor. Informe nacional El Salvador 2014-2015*. Santa Tecla.

Graña, F. M. (2002). *Creación de empresas: Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas*. Mar del Plata, Argentina.

Guerra Triviño, O. L., Hernnandez Castillo, D., & Triviño Ibarra, C. G. (2015). Incubadora de empresas: vía para el emprendimiento en las universidades. *Revista Universidad Y Sociedad*, 7(2), 110–114. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta edi). México D.F.: McGraw-Hill. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Herrera Guerra, C. E. (2012). Una investigación en emprendimiento: caracterización del emprendedor. *Universidad Nacional de Colombia*, 33(1), 191–204.

Jaramillo Villanueva, J. L., Escobedo Garrido, J. S., Morales Jiménez, J., & Ramos Castro, J. G. (2012). Perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México. *Entramado*, 8(1), 133–135.

Kantis, H. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Washington DC, Estados Unidos de América: Banco Interamericano de Desarrollo.

Kantis, H., Angelelli, P., & Moori, V. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. (H. Kantis, P. Angelelli, & V. Moori, Eds.). Washington DC: BID.

Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60–85.

M., E., E., F., & J., V. C. (2010). El comportamiento emprendedor y el éxito de la PYME: Modelos de contingencia y configuraciones. *Dirección Y Organizaciones, Revista de Ingeniería de Organización*, 25.

Martín Cruz, N., Barahona, J. H., & Rodríguez Escudero, A. I. (2005). Análisis de la formación y la experiencia laboral como determinantes del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. *Revista Asturiana de Economía*, 134, 131–145.

Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración / Universidad Del Valle*, 30(51), 89–99. <https://doi.org/ISSN 0120-4645>

Mastache, A. (2007). *Formar personas competentes: desarrollo de competencias tecnológicas y psicosociales* (1a edición). Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico.

McClelland, D. C. (1961). *The Achieving society*. New York, USA: A Free Press Paperback.

MINEC, & CONAMYPE. (2014). *Trabajo De Emprendimiento. El Salvador*.

Moriano, J. A., Trejo, E., & Palací, F. J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, 16(2), 229–242. <https://doi.org/10.1174/021347401317351152>

Moriano León, J. A., Palací Descals, F. J., & Morales Domínguez, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología Del Trabajo Y de Las Organizaciones*, 22(1), 75–99.

Nadiri, M. (1993). Innovations and Technological Spillovers. C. V. Starr Center for Applied Economics. *National Bureau of Economic Research*, 93–31.

North, D. (1990). *Instituciones, institucional change and economic performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Nueno, P. (1996). Evolución de los conceptos de management. *Management Review*, 1, 73–83.

Ortiz García, P., & Millán Jiménez, A. (2011). Emprendedores y empresas. La construcción social del emprendedor. *Lan Harremanak*, 1(24), 219–236.

Parker, S. C. (2009). Intrapreneurship or Entrepreneurship?, (4195), 1–39.

Poncio, D. (2010). *Animarse a emprender*. Argentina: Eduvim Editorial Universitaria.

Puchol, L. (2012). El libro del emprendedor: *Cómo crear tu empresa y convertirse en tu propio jefe*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

Quintana García, C. (2001). Dimensiones del éxito de las empresas emprendedoras. *Investigaciones Europeas de Dirección Y Economía de La Empresa*, 26, 73–93.

Rodríguez, C., & Jiménez, M. (2005). Emprederismo, acción gubernamental y academia. *Revisión de la literatura. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas Y Sociales*, 15(26), 7389.

Rosero Sarasty, O. M., & Molina, S. L. (2008). Sobre la investigación en emprendimiento. *Informes Psicológicos*, 10, 29–39.

Roy, R., & Das, N. (2016). Cultivating Evidence-Based Entrepreneurship Education (EBEE): a review on synchronization process behind entrepreneurial spirit. *DLSU Business & Economics Review*, 25(2), 98–114.

Ruiz Navarro, J., Camelo Ordaz, M., & Codura Martínez, A. (2012). *Mujer y desafío emprendedor en España: Características y determinantes*. Cádiz: Economía Industrial.

Saboia Laitao, F. A., & Cruz, N. (2006). *Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial: Un estudio empírico de emprendedores brasileños*. León, España.

Shapero, A. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In Prentice-Hall (Ed.), *The encyclopedia of entrepreneurship*.

Subsecretaría de Desarrollo Económico. (2013). *Claves para emprendedores: conceptos básicos para planificar y desarrollar tu proyecto*. Buenos Aires: Ministerio de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Sung Park, S. I., & Duarte Masi, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Rev. Int. Investig. Cienc. Soc.*, 11(2), 291–314.

Toca Torres, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 41–60. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(10\)70133-9](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(10)70133-9)

Vargas Hernández, J. G., & Campos Álvarez, R. E. (2011). Habilidades emprendedoras en los jóvenes universitarios zacatecanos. *Ecorfan Journal*, 2(5), 70–90.

Veciana, J. M. (1988). Empresario y proceso de creación de empresas. *Revista Económica de Cataluña*, 8, 2–34.

Veeraraghavan, V. (2009). Entrepreneurship and innovation. *Asia-Pacific Business Review. Special Issue on Entrepreneurship and Innovation*, 5(1), 14–20.

Viloria Escobar, J., Daza Corredor, A., & Miranda Terraza, L. F. (2016). Perfil emprendedor de los graduados de administración de empresas de la Universidad del Magdalena, 2010-2014. *Contexto*, (5), 161–171.

Wong, P. K., Ho, y P., & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24(3), 335–350.





# PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES

## DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA 2018

Debido a la relevancia que cobra el emprendimiento como una actividad que impulsa la economía del país y que se ha convertido en una alternativa concreta para los estudiantes universitarios, a través de esta investigación se logra una aproximación al perfil del estudiante emprendedor de la Universidad Francisco Gavidia. Mediante una metodología cuantitativa y cualitativa se analizan las características, competencias, rasgos individuales y condiciones del ecosistema o contexto que constituyen en sentido amplio el perfil emprendedor de los estudiantes de la UFG.

---

Walter Alonso Iraheta es licenciado en Sociología e investigador social del Observatorio de Políticas Públicas de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Universidad Francisco Gavidia. Se especializa en investigación sociológica cualitativa de problemáticas territoriales urbanas y rurales. Ha sido docente de la Universidad de El Salvador. Fue consultor en la Organización Panamericana de la Salud (OPS).

William Rafael Rebollo Alvarado es licenciado en Ciencias Jurídicas, graduado de la Universidad de El Salvador, Máster Interuniversitario en Diplomacia y Relaciones Internacionales de la Escuela Diplomática-Universidad Complutense de Madrid, Magister en Gestión y Políticas Públicas de la Universidad de Chile, y Experto en Estudios Políticas Aplicadas por el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset de España.

