

Tarija, Bolivia 2020



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
BOLIVIANA
TARIJA

“PARTICULARIDADES DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR EN LOS JOVENES DE LA CIUDAD DE TARIJA

**Ricardo Jesús Rivera Chacón
Diego Ramiro Velarde Aramayo
Adriana Nicole Zenteno Gutiérrez**

RESUMEN EJECUTIVO

PARTICULARIDADES DEL ESPIRITU EMPRENDEDOR EN LOS JOVENES DE LA CIUDAD DE TARIJA

Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Tarija
Departamento de Ciencias Empresariales
Programa VLIR UOS

Directora:
María Carolina Soto Montenegro

Autores:
Ricardo Jesús Rivera Chacón
Diego Ramiro Velarde Aramayo
Adriana Nicole Zenteno Gutiérrez

Apoyo institucional
Subgobernación de la Provincia Cercado Tarija
Gestión Dr. Johnny Torres Terso

Impresión:
Corpografica S.R.L.
Depósito Legal:
ISBN: 978-9917-0-0702-9
Tarija, Bolivia 2020

En marzo de 2016 la Universidad Católica Boliviana San Pablo a través de un convenio de cooperación interinstitucional firmado con la Sub Gobernación de la provincia Cercado es que se da inicio a la investigación denominada “Particularidades del Espíritu Emprendedor en los jóvenes de la ciudad de Tarija” tomando como poblaciones a los jóvenes estudiantes de 5to y 6to de secundaria y jóvenes de 1er y 2do año de universidad.

Utilizando a estas poblaciones como elementos de estudio que nos permita describir cual es el perfil que poseen los jóvenes en estas edades comprendidas entre los ciclos secundarios e inicio de universidad con respecto al espíritu emprendedor.

Para poder caracterizar a los jóvenes de la ciudad de Tarija con respecto al espíritu emprendedor se utilizaron variables que según la teoría son las que todo emprendedor si es que se puede considerar así debe contar como: necesidad de logro, constancia, confianza en sí mismo, liderazgo y autonomía.

La presente investigación aporta datos muy importantes sobre el perfil que cuentan nuestros jóvenes tanto de colegio como universidad desde un punto de vista científico , lo cual será de mucha utilidad para posteriores investigaciones como también para poder plantear estrategias y políticas públicas con respecto a despertar el espíritu emprendedor en los jóvenes tanto de colegio como de universidad, para que en un futuro puedan ser gestores de cambio a través del inicio de actividades empresariales que logren un efecto positivo en el desarrollo de la región y del país.

Por otro lado, es importante mencionar que la información que aporta este documento puede servir como el punto de partida para que los colegio y las universidades puedan tener otra visión de la formación de nuestros jóvenes con respecto a la necesidad del mercado laboral de nuestra región y país, para la cual se podría lograr a través de esta información la modificación y ajuste de planes de estudio de las carreras como también de las diferentes materias de bachillerato.

Principalmente la presente investigación tiene el objetivo de analizar las características potenciales que presentan los jóvenes de los últimos años de colegio como del inicio de universidad para promover iniciativas relacionadas al emprendimiento, a través de políticas públicas sobre todo por parte de la sub gobernanación y otras instituciones del estado y estrategias por parte de los colegios y universidades.

El presente documento está conformado por cinco capítulos los mismos están distribuidos de la siguiente manera: en el primero, el perfil del proyecto en el cual se muestra elementos muy importantes de la investigación que son sobre todo los que darán una orientación de la misma como la problemática y los objetivos tanto general como específicos de la investigación, el segundo capítulo, el marco teórico , en el cual se sienta toda la base teórica del documento, tercer capítulo, marco metodológico, en el cual se muestran los instrumentos de recolección de información en la investigación, cuarto capítulo, análisis de resultados y los hallazgos y conclusiones más importantes de la presente investigación en el capítulo final.

CONTENIDO

CAPITULO I.....	12
1.1 Antecedentes	12
1.1.1. Emprendedurismo en Bolivia	14
1.1.2. Emprendedores por necesidad	16
1.1.3. Cómo es el emprendedor boliviano	16
1.2. Planteamiento del Problema	17
1.2.1. Formulación del Problema.....	17
1.3. Objetivos de la Investigación.....	17
1.3.1. Objetivo General.....	17
1.3.2. Objetivos específicos	17
1.4. Diseño de la Investigación.....	18
1.4.1. Tipo de Investigación.....	18
1.4.2. Tipo de muestreo e instrumentos	18
1.5. Cronograma de actividades.....	18
1.6. Presupuesto	18
CAPITULO II	20
2. MARCO TEORICO.....	20
2.1. Importancia del Emprendimiento en el desarrollo económico	20
2.2. El emprendimiento y los jóvenes.....	21
2.3. Perfil del emprendimiento en Bolivia según el GEM.....	22
2.3.1. Género.....	23
2.3.2. Emprendimiento por sectores	24
2.4. Emprendimiento en Bolivia	25
2.4.1. Valoración social sobre emprendimiento	25
2.4.2. Atributos individuales hacia el emprendimiento.....	26
2.4.3. Percepciones hacia el emprendimiento en Bolivia	27
2.5. Factores determinantes para emprender.....	29
2.5.1. Emprender.....	29
2.5.2. Personalidad.....	29

2.5.3. Empresa familiar	30
2.5.4. Innovación.....	30
2.5.5. Oportunidades de negocio.....	31
2.5.6. Riesgo	32
2.5.7. Solución de problemas.....	32
2.5.8. Trabajo en equipo.....	32
2.6. Variables relevantes del emprendimiento	33
2.6.1. Factores de éxito	33
2.6.2. Estrategias de la empresa.....	33
2.6.3. Características de los emprendedores	34
2.7. Emprendedurismo.....	35
2.7.1. Concepto de Emprendedor.....	35
2.7.2. Emprendimiento.....	36
2.7.3. Características del emprendedor	37
2.7.4. Importancia del emprendimiento	39
2.7.5. Formación Emprendedora.....	39
2.8. Etapas del proceso emprendedor	41
2.8.1. Proceso emprendedor y sus fases.....	41
2.8.2. El proceso emprendedor	43
2.8.3. Competencias para emprender.....	44
CAPITULO III.....	48
3. MARCO METODOLÓGICO.....	48
3.1. Planteamiento del problema.....	48
3.1.1. Formulación del problema	48
3.1.2. Objetivos de la investigación	48
3.2. Tipo de investigación	49
3.2.1. Fuentes de información	49
3.2.2. Diseño muestral.....	49
3.2.2.1. Definición de la población objetivo	49
3.2.2.2. Determinación del marco muestral	50
3.2.2.3. Técnica de muestreo.....	50
3.2.2.4. Determinación del tamaño de la muestra	51
3.2.2.5. Instrumentos de recolección de datos.....	52
3.2.3. Operacionalización de variables.....	52

CAPITULO IV.....	54
4. ANÁLISIS DE DATOS	54
4.1. Descripción general	54
4.2. Empezar.....	55
4.3. Personalidad.....	59
4.4. Empresa familiar.....	62
4.5. Innovación.....	67
4.5. Oportunidades de negocio.....	71
4.7. Riesgo	75
4.8. Solución de problemas.....	80
4.9. Trabajo en equipo.....	81
4.10. Percepción de capacidades.....	84
CAPITULO V.....	88
CONCLUSIONES	88
ANEXOS.....	91
BIBLIOGRAFÍA.....	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables	18
Tabla 2 Operacionalización de Variables	97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Género de emprendedores en etapa inicial	23
Figura 2 Sectores en los que inician los emprendedores	24
Figura 3 Fases del proceso emprendedor	43
Figura 4 Las competencias como virtudes de un emprendedor	46
Figura 5 Género jóvenes encuestados	54
Figura 6 Emprender/Estudios	55
Figura 7 Porque emprender/Estudios	56
Figura 8 Cuando emprender/Estudios	57
Figura 9 Motivos por los que no emprender	58
Figura 10 Optimista	59
Figura 11 Positivo	59
Figura 12 Persistencia	60
Figura 13 Éxito (grupo)/Estudios	61
Figura 14 Empresa Familiar	62
Figura 15 Tu familia tiene alguna empresa	63
Figura 16 Actividad Empresa Familiar/ Estudios	64
Figura 17 Trabajaste en algún negocio	65
Figura 18 A futuro dirigir la empresa familiar	66
Figura 19 Haces cosas nuevas	67
Figura 20 Haces cosas nuevas/ Estudios	67
Figura 21 Ideas de negocio	68
Figura 22 Desean emprender	69
Figura 23 Ideas de negocio/ Estudios	70
Figura 24 Invertirías tu negocio	71
Figura 25 Facilidad de crear en Bolivia	72
Figura 26 Venta local, nacional o internacional	73
Figura 27 Conocimiento de donde está el mercado	74
Figura 28 Confianza de vender	74
Figura 29 Acciones que realizaría para no perder el dinero	75
Figura 30 Con quién emprendería	76
Figura 31 Venta local, nacional o internacional/ Estudios	77
Figura 32 Qué acciones haría para crear su empresa si no tiene dinero	78

Figura 33 Terminando la universidad/ Estudios	79
Figura 34 Solución de problemas/ Estudios	80
Figura 35 Las cosas son difíciles	80
Figura 36 Emprender/ Universidad	81
Figura 37 Decisiones	82
Figura 38 Trabajo en equipo	82
Figura 39 Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo	83
Figura 40 Capacidad emprendedora	84
Figura 41 Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo	84
Figura 42 La universidad te ensaña más sobre emprendimiento que el colegio	85
Figura 43 Adquisición de capacidades/ Estudios	86

A stylized background graphic consisting of a large circle with a vertical line passing through its center. The circle is divided into four quadrants by the vertical line. The top and bottom quadrants are light gray, while the left and right quadrants are a slightly darker shade of gray. The vertical line is white.

CAPITULO

Introducción

1.1. Antecedentes

La Universidad Católica con la finalidad de continuar con su política y lineamientos de investigación en acuerdo a un convenio interinstitucional de cooperación con la Sub Gobernación de la provincia Cercado para contribuir al bien estar de nuestra comunidad y de nuestra sociedad en Gral.; se centra en una problemática muy actual como respuesta a una tendencia global y que incumbe la inserción de un sector muy importante de nuestra sociedad, como son los jóvenes en su formación y proyección como futuros Emprendedores, sobre quienes estará la responsabilidad de poder llevar adelante el desarrollo de nuestra región y sociedad a través de la canalización de aspectos y características propios de la conducta y el comportamiento que forman parte del espíritu emprendedor desde el punto de vista de la identificación con los factores que influyen en el compromiso de asumir una responsabilidad de generar ideas de negocios que puedan ser transformadas en innovación para su posterior implementación a través de empresas que puedan generar movimiento económico como también fuentes de trabajo y que las mismas puedan convertirse en determinantes económicos para el desarrollo de la región como el bien estar de sus habitantes dejando de depender de la inversión pública que cada vez se hace más escasa.

Según el Diccionario de la Lengua Española (2014), Emprendedor Que emprende con resolución acciones y empresas innovadoras

Otras definiciones son: Emprendedor es una persona con una marcada determinación a enfrentarse a situaciones que conllevan un riesgo. En el ámbito laboral, la palabra emprender significa aprovechar una oportunidad de negocio y organizar los recursos necesarios para llevarla a cabo.

Espíritu Emprendedor Hablamos de un concepto multidimensional, que incluye valores personales, tales como la creatividad, la disposición positiva para la innovación y el cambio, la confianza en uno mismo, la motivación de logro, el liderazgo, la aceptación del fracaso como fuente de experiencia, y las actitudes de cooperación y de trabajo en equipo.

¿Las personas emprendedoras características en común, que los hace diferentes a los demás? Psicólogos, sociólogos y economistas han pretendido dar una respuesta a esta pregunta y han descubierto que los emprendedores comparten con frecuencia ciertos rasgos psicológicos y que los motivan aspectos similares, pero, por su propia naturaleza resulta difícil clasificar y generalizar. Parece existir cierto consenso en que los alumnos más emprendedores cumplen con las siguientes características:

- **Necesidad de logro:** Este concepto se encuentra íntimamente ligado con el de motivación. Y podríamos definirlo como el impulso de hacer las cosas bien, de tener éxito en sus actuaciones y de alcanzar ciertos estándares de excelencia. La persona con elevada necesidad de logro suele sentirse inclinada hacia tareas que considera retadoras o difíciles, de forma que, cuando alcanza el éxito en su realización, siente la satisfacción de haber conseguido un logro personal.
- **Constancia:** Empezar de forma autónoma una tarea, implica más tiempo que obedecer de forma mecánica, y requiere del uso adecuado de la planificación y esquematización de los planes para alcanzar los objetivos y considerar que lo que han logrado, es fruto del propio esfuerzo.
- **Confianza en sí mismos:** Si tienen una sólida y ajustada visión de quienes son y de qué son capaces, podrán afrontar adecuadamente los problemas y desafíos que se les presentan en cualquier circunstancia de la vida. Si uno desconfía de sí mismo, es posible que adopte una actitud pasiva (no emprendedora) y que sea menos persistente ante las dificultades que se le presentan.
- **Liderazgo:** El liderazgo implica influir sobre las personas para que voluntariamente se unan al logro de los objetivos grupales. Si emprender no se puede considerar una tarea individual, entonces se requiere fomentar las habilidades de comunicación, la visión de futuro y la pasión para aunar fuerzas en las tareas y los compromisos comunes.
- **La autonomía,** el sentirse dueño de uno mismo, ser el arquitecto de su

propia vida, se encuentra íntimamente ligada con el locus de control que poseen. Poseen un alto locus de control interno aquellas personas que creen que controlan lo que les pasa, mientras que poseen un alto locus de control externo aquellos que creen que lo que les pasa está controlado por fuerzas externas como la suerte y la oportunidad. Estudios han demostrado que los alumnos que poseen alto grado de control interno buscan tareas que requieren iniciativa e independencia de acción, mientras que los de locus externo prefieren trabajos estructurados y rutinarios. Mientras más elevado sea el locus de control interno, el alumno será consciente de que él controla lo que le pasa. El emprendedor necesariamente tiende a un fuerte locus de control interno.

1.1.1. Emprendedurismo en Bolivia

Comenzaré definiendo la palabra Emprendedor; es aquella persona que enfrenta con resolución, acciones difíciles. En economía, negocios, finanzas, etc., tiene el sentido más específico de ser aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico. Desde este punto de vista, el término se refiere a quien identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha.

Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa. Se ha sugerido que, el “ser emprendedor” es una de las cualidades esenciales de un empresario, u hombre de negocios, junto a la innovación y la organización. (Fuente: Wikipedia.org)

Con este término aclarado entraremos al tema de referencia para este artículo; “el emprendedurismo en Bolivia”

Actualmente en nuestro país (Bolivia) la tasa de emprendimientos se está viendo afectada de manera positiva, cada vez más personas por iniciativa propia y otros factores como el desempleo o por la mal llamada “crisis económica” han decidido “emprender” un negocio propio. Muchos de los cuales se encuentran en el mercado informal, y esto se da por la excesiva burocracia y desconocimiento de los pasos para tener un negocio legal en el país, la mayor parte de estos em-

prendimientos podemos citar a los negocios de comida, la venta de abarrotes y comercio al menudeo entre otros.

Ser una empresa Legal en el país es un tema de análisis para muchas personas que emprenden ya que esperan en muchos de los casos que el negocio surja para luego poner sus papeles en regla, trámites que pueden demorar entre uno y 3 meses en el peor de los casos, pero estos factores no impiden que personas con visión de negocios se lancen al mar de la empresa, ofreciendo productos y servicios cada vez más competitivos y de fácil acceso a la población en general.

Lastimosamente estos emprendedores sólo se quedan en “emprendedores” y no llegan a convertirse en empresarios, para ser más explícito: si al emprendedor le va mal con su negocio cambia de rubro varias veces y siempre está emprendiendo, pero no llega a ser empresario con un negocio estable y rentable que es lo que toda persona de negocios anhela. Y esa es la parte de la cultura emprendedora de nuestro país que está fallando actualmente y que debemos tomar en cuenta y crear una conciencia de “nacer emprendedores para crecer como empresarios”

Si bien existen varios factores que pueden afectar a nuestros emprendedores como las cuestiones de financiamiento, credibilidad de un nuevo producto/servicio, etc., nos damos el modo de sacar adelante muchos nuevos

Entre los principales resultados de este estudio, que se realizó por primera vez en el país, se encuentra que Bolivia, con el 29.8% de su población dedicada a actividades de emprendimiento inicial (emprendedores nacientes y nuevas empresas con menos de 3.5 años de existencia), es el país con mayor actividad emprendedora entre los 43 países que participaron de la investigación el 2008.

Por otra parte, la proporción de personas que poseen un negocio establecido con más de 3.5 años de antigüedad es de 19.1 por ciento. Por tanto, el 45.6% de la población boliviana entre 18 y 64 años de edad se encuentra realizando algún emprendimiento, señala el GEM.

Perfil del emprendimiento

1.1.2. Emprendedores por necesidad

Por otro lado, la motivación prevaleciente para emprender en países de menores ingresos, como Bolivia, es la necesidad, con un índice superior al 55 por ciento.

Es decir, que en Bolivia la gente decide emprender frente a la falta de un empleo o alguna fuente de ingresos. Por otro lado, el 45 por ciento dice haber emprendido por oportunidad, pero el mismo GEM estima que este dato está sobre estimado.

En cambio, en países de mayores ingresos y crecimiento, la principal motivación es la de incrementar su ingreso o tener independencia y libertad en su vida laboral.

Esos últimos son los emprendedores por oportunidad, pues en esa búsqueda crean empresas basadas en tecnología, conocimiento o innovación.

La población boliviana posee actitudes y percepciones favorables hacia el emprendimiento, y destaca la autopercepción sobre las capacidades y habilidades para emprender. Es decir, el boliviano se siente capaz de emprender, sin embargo, señala también el alto temor al fracaso.

Pero las perspectivas de crecimiento en la mayoría de los emprendimientos en etapas iniciales son muy bajas, apenas el 4.3 por ciento aspira a tener más 20 empleados en los próximos años.

1.1.3. Cómo es el emprendedor boliviano

El perfil del emprendedor boliviano es el de un hombre, aunque también la proporción de mujeres emprendedoras en Bolivia es muy alta, con una edad promedio de 34 años, con un nivel de ingresos aproximado de Bs 2.000 y que se desempeña en el sector de servicios al consumidor. Sus emprendimientos incorporan muy poca nueva tecnología y se orientan principalmente al mercado local. A pesar de que hay muchos emprendedores en Bolivia, muy pocos han recibido alguna capacitación en iniciar o gestionar un nuevo negocio.

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Formulación del Problema

¿Cuáles son las características que presentan los jóvenes en la ciudad de Tarija con respecto al emprendedurismo?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

El objetivo general se plantea de la siguiente manera:

Analizar las características potenciales que presentan los jóvenes de último año de colegio e inicio de la universidad para promover iniciativas relacionadas al emprendimiento.

Delimitación:

Unidad de estudio: Jóvenes de colegio de 5° y 6° de secundaria y jóvenes universitarios de 1° y 2° año

Temporal: Gestión 2016 y 2017

Geográfico: Ciudad de Tarija

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar los rasgos de emprendedor más frecuentes que presentan los (as) jóvenes.
- Determinar las principales habilidades y capacidades sobre emprendedurismo que presentan los jóvenes.
- Determinar los factores que influyen en la formación de jóvenes con espíritu emprendedor.
- Identificar las circunstancias en que se dan los emprendimientos (por necesidad o por oportunidad).

- Identificar la percepción de los jóvenes hacia el emprendimiento.
- Identificar cuáles son las condiciones necesarias para desarrollar el espíritu emprendedor desde la perspectiva de los jóvenes.
- Identificar los principales rubros que son de interés para emprender por parte de los jóvenes.

1.4. Diseño de la Investigación

1.4.1. Tipo de Investigación

Tomando en cuenta las características que presenta la investigación se propone realizar la investigación bajo el enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo.

1.4.2. Tipo de muestreo e instrumentos

Las principales unidades muestrales, instrumento y tipo de muestreo propuesto son los siguientes:

Unidad muestral	Instrumento	Tipo de muestreo
Jóvenes de colegio de 5° a 6° de secundaria y universitarios de 1° y 2° año	Encuesta	Muestreo probabilístico
Jóvenes de colegio de 5° a 6° de secundaria y universitarios de 1° y 2° año	Grupo Focal	Muestreo no probabilístico
Jóvenes Emprendedores de colegio de 5° y 6° de secundaria y universitarios de 1° y 2° año	Grupo Focal	Muestreo no probabilístico

1.5. Cronograma de actividades

1.6. Presupuesto



CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. Importancia del Emprendimiento en el desarrollo económico

El emprendimiento hoy en día ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. “Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis”.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aún si se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir. (Grasso Vecchio, 2013)

Los emprendedores son importantes para la economía porque al llevar a cabo sus proyectos de negocio fomentan el empleo y el incremento de ingresos a las arcas estatales. Dicha recaudación luego puede ser utilizada para invertir en nuevos emprendedores y continuar ampliando el sector económico y productivo de un país. (Abbate, 2015)

En muchos países (casi todos los países Latinoamericanos), para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente es mediante el desarrollo de un proyecto propio.

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de Vida.

El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual implica desarrollar una Cultura del Emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes. (Grasso Vecchio, 2013)

La importancia de los emprendedores para incrementar el bienestar en una economía, se refleja en las recientes declaraciones de Edmund Phelps, Premio Nobel de Economía, cuando afirmó que: “... si Europa y otros países en desarrollo quieren incrementar su crecimiento económico y recortar el desempleo, deben promover a sus emprendedores y hacerles la vida más fácil.” Los emprendedores son, por necesidad, personas de gran visión e influencia. No obstante, si no se pensara que es posible, y hasta necesario, aprender a emprender, no existirían cátedras dedicadas al tema en universidades alrededor del mundo. Por ejemplo, Jeffry Timmons, autoridad global en la materia, tiene 29 libros publicados sobre el tema.

Recientemente, Timmons afirmó que “ser un buen emprendedor es un largo proceso de aprendizaje más parecido a una maratón que a una carrera de cien metros planos”. La característica fundamental de la mentalidad emprendedora es pensar en términos de oportunidades, no de recursos. (Fuentes Brito, 2010)

2.2. El emprendimiento y los jóvenes

A los estudiantes les preocupa hoy día qué van a hacer cuando culminen sus carreras profesionales. Algunos planean conseguir un buen empleo, sin embargo, otros están resignados a simplemente subsistir. De todos modos la amenaza es ¿Cómo GANAR DINERO? Una de las maneras de conseguirlo sería obtener un buen empleo, pero, ¿es seguro obtenerlo por el solo hecho de tener un título?, según hemos visto en muchos casos, a profesionales conduciendo taxis, y aunque el trabajo no es deshonra, no creo que una persona se haya esforzado tanto para terminar haciendo otra cosa fuera de su área de ocupación.

El emprendimiento es una de las mejores formas de proyectar la creatividad en los jóvenes.

El emprendimiento es un importante vehículo para el crecimiento y desarrollo económico de los países y los jóvenes son quienes suelen liderarlo. Las condiciones sistémicas de los países de la región distan de ser ideales, y entre las debilidades más profundas están las que corresponden al capital humano emprendedor y a la calidad de los ámbitos formativos, pero durante la última década se han ampliado las posibilidades de la mano del ensanchamiento de las clases medias y de los mercados, y del mayor compromiso de gobiernos y organizaciones. Hay muchos fundamentos sólidos que justifican la promoción del emprendimiento juvenil en América Latina. (Kantis, 2013)

2.3. Perfil del emprendimiento en Bolivia según el GEM

El estudio identifica que el emprendedor boliviano promedio es de 25 a 34 años de edad, mayormente los emprendimientos son liderados por hombres que pertenecen a un área urbana. En otros términos, Bolivia se caracteriza por tener emprendedores jóvenes.

En cuanto al nivel de educación de los emprendedores bolivianos, 47,9% de la población señala tener educación secundaria y el 18% señala que alcanza el nivel de licenciatura. El sector preferido de los emprendedores es el servicio al consumidor, siendo que el 41% se enfoca en comercio y 15% en alojamientos y restaurantes.

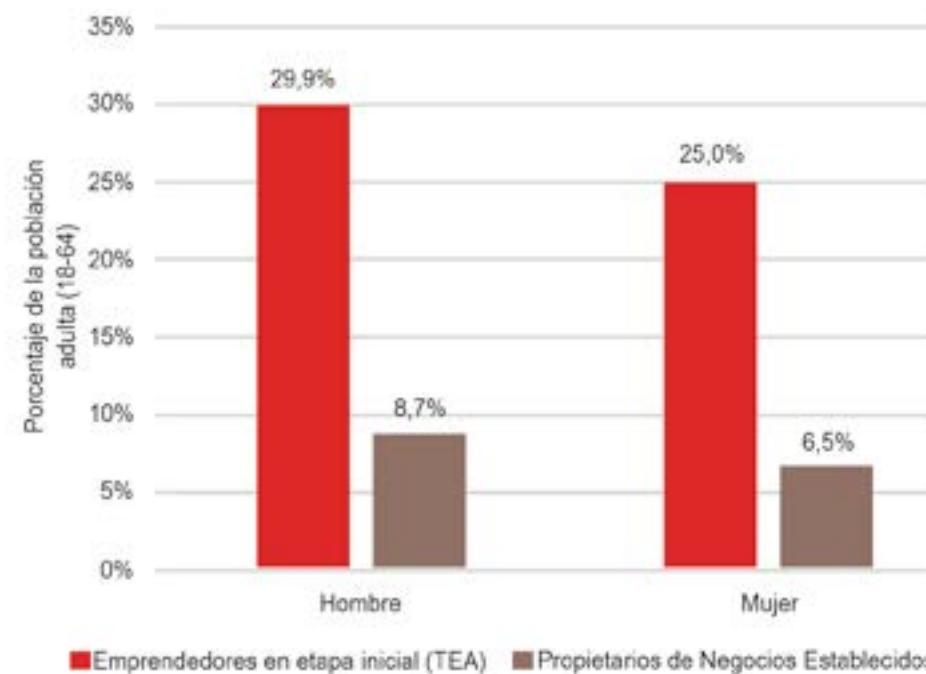
En cuanto al financiamiento de los emprendimientos, sólo un 20% requiere una inversión inicial mayor a 50.000 bolivianos. La fuente predilecta de estos fondos son los ahorros familiares y tan sólo un 38,5% recurrirá a bancos o entidades financieras, siendo la principal razón la excesiva burocracia bancaria.

2.3.1. Género

En Bolivia, la observación de las actividades emprendedoras en etapa inicial muestra que existen más emprendedores iniciales entre el género masculino que entre el género femenino, patrón que se mantiene desde las investigaciones realizadas el año 2008.

Por otro lado, se advierte que existen más emprendedores nacientes hombres que mujeres, mientras que los porcentajes por género de propietarios de nuevos negocios son casi similares.

Figura N° 1
Género de emprendedores en etapa inicial



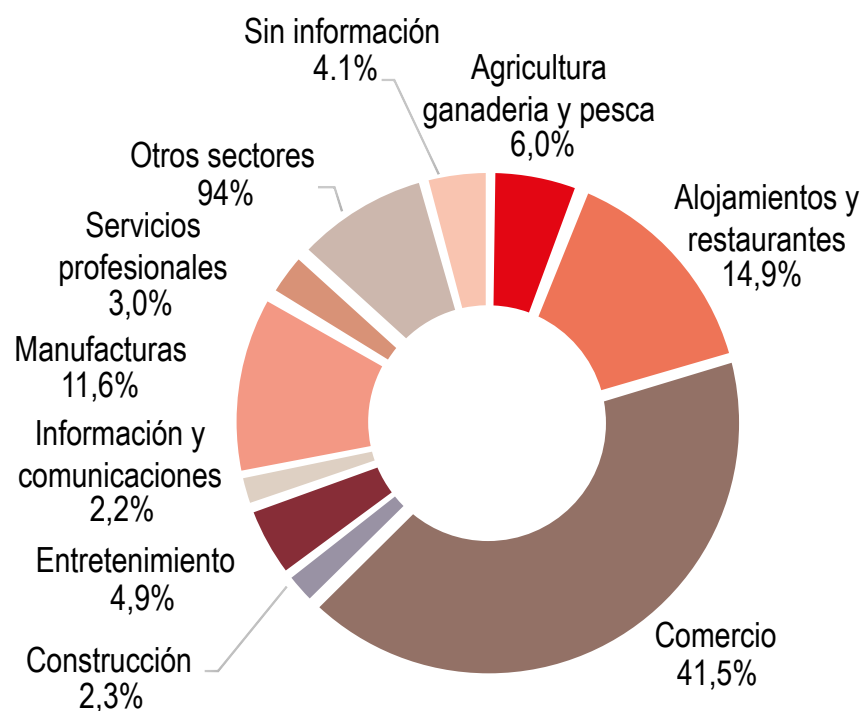
Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS).

2.3.2. Emprendimiento por sectores

El informe señala en qué sector inician sus actividades los emprendedores nacientes y los propietarios de nuevos negocios el 41,5% de los negocios nacientes corresponde al sector comercio, seguido por el sector de alojamientos y restaurantes con el 15%.

Únicamente el 12% emprende en el sector de las manufacturas y apenas el 6% de los negocios nacientes lo hace en el sector de la agricultura, la ganadería y la pesca. Con esos datos, es posible concluir que la mayoría de los negocios nacientes en Bolivia está en el sector terciario de la economía.

Figura N° 2
Fases del proceso emprendedor



Fuente: GEM Bolivia 2014, Encuesta a la Población Adulta (APS)

2.4. Emprendimiento en Bolivia

2.4.1. Valoración social sobre emprendimiento

El emprendimiento es un proceso que se desarrolla en un contexto cultural y social específico. De ahí que las percepciones que la sociedad tiene sobre el emprendimiento, es decir los valores sociales, juegan un rol importante y forman parte de la condición necesaria para motivar a las personas en este desafío.

En Bolivia, el 76,5% de la población adulta señala que los medios de comunicación prestan atención a las actividades emprendedora. A su vez, el 77% de la población comprendida entre 18 y 64 años de edad sostiene que un emprendedor exitoso goza de un buen estatus social, mientras que el 70,3% de los encuestados considera que iniciar un nuevo negocio es una buena opción de carrera, pero sólo el 48,1% conoce a personas emprendedoras.

En comparación con años anteriores, la percepción que la sociedad tiene sobre la atención que brindan los medios de comunicación a las actividades emprendedoras se ha incrementado, al igual que la percepción sobre el estatus social del que gozan los emprendedores exitosos. La opción de emprender como carrera deseable, si bien es mayor que en la versión pasada, es menor a lo que se observó el año 2008. Adicionalmente, a diferencia de lo registrado en el pasado, el porcentaje de bolivianos adultos que conoce a otras personas en actividades de emprendimiento prácticamente se ha mantenido.

La valoración social o actitud de la sociedad hacia el emprendimiento, por departamento, muestra que la percepción más positiva sobre la cobertura de los medios de comunicación ocurre en Beni (83,8%), Pando (82,1%) y Santa Cruz (81,9%), mientras que en los departamentos de Potosí y Tarija se encuentran las menores percepciones de la población sobre la atención de los medios a las actividades emprendedoras, con porcentajes del 64,7% y del 63,1%, respectivamente.

Así mismo, la población adulta en Bolivia percibe que los emprendedores exitosos gozan de un alto nivel de estatus social. Las mayores percepciones sobre el estatus social de los emprendedores se dan en Beni (87,6%), Santa Cruz (86,9%) y Oruro (83,1%). Contrariamente, la percepción de la valoración social es menor en Potosí (70,8%), Cochabamba (68,2%) y Tarija (64,4%). En cuanto a iniciar un emprendimiento como opción deseable de carrera, las mayores percepciones se

dan en las poblaciones de Santa Cruz (79,9%), Beni (75,2%) y La Paz (74,9%), mientras que las poblaciones con una menor percepción hacia el emprendimiento como carrera deseable están en los departamentos de Pando (60%), Cochabamba (54,2%) y Tarija (48,6%).

Sobre el componente social referido al conocimiento de las personas emprendedoras, los departamentos de Beni, Pando y Cochabamba muestran los porcentajes más altos a nivel nacional, en tanto que Tarija, La Paz, Potosí, Chuquisaca y Oruro son los departamentos donde menos del 50% de la sociedad señala conocer a personas emprendedoras.

2.4.2. Atributos individuales hacia el emprendimiento

El GEM considera cuatro atributos individuales de la población adulta: a) percepción de oportunidades, b) percepción de capacidades propias para emprender, c) temor al fracaso y, por último, d) intención de emprender.

Estos atributos son condiciones definidas por la situación particular del entorno emprendedor existente en cada país.

Es importante señalar que a la hora de expresar sus percepciones, las personas encuestadas tienen ideas diversas sobre las oportunidades y, por ende, acerca de sus respectivas capacidades. En general, a nivel global, las capacidades percibidas son mayores que las oportunidades percibidas, aunque las primeras declinan a mayor nivel económico de desarrollo son algo mayores entre las mujeres. El caso es opuesto cuando se evalúan temas como el estatus social y el conocimiento de personas emprendedoras, observación acompañada de una comparación temporal con las versiones GEM Bolivia 2010 y 2008.

En las economías más desarrolladas, el temor al fracaso es mayor en comparación con las percepciones expresadas por pobladores de economías basadas en recursos y de economías basadas en la eficiencia.

Cuando se observan las intenciones de emprender, éstas son mayores en las economías basadas en recursos y menores en las economías basadas en la innovación, lo que confirma un patrón que señala que comenzar un nuevo negocio es dominante donde otras opciones de generar un ingreso para vivir son más limitadas.

En una comparación por regiones geográficas a nivel mundial, se pueden obtener los promedios de esos cuatro componentes de la valoración social. Es de particular interés observar a Bolivia en el contexto de América Latina y el Caribe, con indicadores muy por encima del promedio regional en cuanto a la percepción de oportunidades y a la percepción de capacidades y de intenciones de emprender, incluso con porcentajes mayores sobre el temor a fracasar.

2.4.3. Percepciones hacia el emprendimiento en Bolivia

Al comparar las percepciones existentes en Bolivia con los resultados obtenidos en las investigaciones GEM 2008 y 2010, es posible notar que mientras la percepción de oportunidades es mayor, la percepción de capacidades para emprender se ha reducido para la gestión 2014. Por otra parte, el temor al fracaso es creciente y la intención de emprender un negocio en los próximos tres años es menor que en la encuesta inmediata anterior, aunque mayor que el indicador mostrado seis años atrás.

Las percepciones de la sociedad hacia el emprendimiento son en especial importantes para los emprendimientos por oportunidad. Cuando el emprendimiento es motivado por no existir otra alternativa para la generación de ingresos, es decir, emprendimientos por necesidad, tales percepciones pierden relevancia. Al realizar un análisis por cada uno de los componentes y, en particular, por departamento, se advierte que:

La percepción de oportunidades refleja el porcentaje de individuos que consideran que, en su ambiente económico, existe la ocasión para iniciar un nuevo negocio en los próximos seis meses. En Bolivia, 57,7% de la población considera que existen oportunidades para emprender.

El indicador desglosado muestra que la percepción de oportunidades es mayor en los departamentos de Pando (73,5%), Beni (71,1%) y Santa Cruz (65,9%), mientras que los porcentajes son menores en los departamentos de Chuquisaca (53,8%), Cochabamba (52,7%) y, finalmente, La Paz, donde únicamente el 50,9% de la población considera que existen oportunidades para emprender.

- La percepción de capacidades muestra el porcentaje de individuos que creen tener las destrezas necesarias, el conocimiento requerido y la experiencia suficiente para iniciar un negocio. En Bolivia, el 73,1% de la población adulta considera tener la preparación suficiente para iniciar un negocio. Quienes confían más en sus habilidades y en su conocimiento son los pobladores de Beni (84,6%), Santa Cruz (78,5%) y la Paz (74,5%). Los departamentos de Cochabamba y Chuquisaca muestran los menores porcentajes de pobladores con la confianza necesaria para emprender, con el 65,9% y el 65,7%, respectivamente.
- El indicador de miedo al fracaso cuando se trata de iniciar un negocio sólo aplica a quienes perciben oportunidades. En el país, únicamente el 38,4% de la población que percibe oportunidades expresa temor a fracasar. Ese temor es mayor entre los pobladores de Cochabamba (43,4%), Pando (39,8%), Santa Cruz (39,7%) y Beni (39,6%), mientras que es menor entre los pobladores de Oruro y Potosí, ambos con el 35,2% de la población adulta que menciona la existencia de oportunidades en su entorno. Es importante señalar que el temor al fracaso es un fuerte inhibidor para una consideración favorable de las oportunidades y de la transformación de las intenciones emprendedoras en actividades de emprendimiento.
- Las intenciones de emprender son definidas como el porcentaje de individuos que esperan iniciar un negocio en los próximos tres años. Aquellas personas que ya están inmersas en la actividad emprendedora son excluidas de la medición. A nivel nacional, el 46,9% de la población comprendida entre 18 y 64 años tiene intención de emprender. Los departamentos de Beni (72,3%), Pando (60,8%) y Oruro (57,9%) son los que muestran los mayores porcentajes de población con esa intención, mientras que Santa Cruz (42,7%), Chuquisaca (37,9%) y Tarija (27,7%) son los que presentan menores porcentajes de población con intenciones emprendedoras en los próximos tres años.

2.5. Factores determinantes para emprender

2.5.1. Emprender

Emprender es tener iniciativa, proponerse un objetivo y trabajar consecuentemente utilizando una serie de habilidades, así como los recursos disponibles hasta cumplirlo.

Para emprender con éxito cualquier proyecto resultan necesarias algunas competencias y características en la persona que impulsa las acciones tales como: Visión, Persistencia, Tomar Riesgos Calculados, Identificar Oportunidades, Redes de Apoyo, Cumplimiento, Calidad, Confianza en sí mismo, entre otras.

Emprender es acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro. (Diccionario de la Real Academia Española, 2017)

2.5.2. Personalidad

La personalidad es el conjunto de características físicas, genéticas y sociales que reúne un individuo, y que lo hacen diferente y único respecto del resto de los individuos.

La personalidad está compuesta por dos elementos: temperamento y carácter, uno tiene un origen genético y el otro de tipo social, es decir, lo determinará el ambiente en el cual vive el individuo, respectivamente.

Diferencia individual que constituye a cada persona y la distingue de otra. (Diccionario de la Real Academia Española, 2017)

2.5.3. Empresa familiar

La Empresa Familiar es una figura empresarial dominante en la economía de la mayoría de los países.

Las Empresas Familiares son una realidad de todos los escenarios económicos e interactúan con las demás empresas, comercializando como clientes y proveedores de las diferentes cadenas de valor. Tienen características que las hacen muy convenientes y ágiles para negociar con las empresas no familiares, grandes empresas y empresas exportadoras. Su constitución, cultura empresarial, modelo de gestión y disposición para el comercio están relacionados con la historia familiar, la formación y la experiencia en actuaciones de los integrantes y conductores de las empresas, por lo que cada empresa familiar es única e irrepetible. (Bronzino, 2016)

2.5.4. Innovación

Innovación es una acción de cambio que supone una novedad. Esta palabra procede del latín innovatō, -ōnis que a su vez se deriva del término innovo, -are “hacer nuevo”, “renovar”, que se forma con in- “hacia dentro” y novus “nuevo”.

La innovación se acostumbra a asociar con la idea de progreso y búsqueda de nuevos métodos, partiendo de los conocimientos que le anteceden, a fin de mejorar algo que ya existe, dar solución a un problema o facilitar una actividad.

La innovación es una acción continua a lo largo del tiempo y abarca diferentes campos del desarrollo humano.

Entre otros términos que tienen un significado similar y se pueden emplear como sinónimo están adelanto, invento, reforma, renovación, entre otros.

El término innovación refiere a aquel cambio que introduce alguna novedad o varias en un ámbito, un contexto o producto. (DefinicionABC, 2017)

2.5.5. Oportunidades de negocio

Una idea de negocio se convierte en oportunidad de negocio cuando al proyecto se le pueden poner las características de: realista, añade valor y da beneficio. Sin embargo, detectar si una empresa o producto tiene valor o no, se puede hacer a través de un proceso de evaluación y toma de decisiones:

- Gestación de ideas: las fuentes de las ideas de negocio.
- Reconocimiento de oportunidades de negocio.
- Evaluación y valoración: previabilidad del proyecto.
- Plan de empresa.
- Puesta en marcha.

Una oportunidad de negocios es un tipo de arreglo de negocios en el cual el vendedor proporciona bienes o servicios por una cuota inicial para equipar al comprador con los materiales básicos para empezar un negocio, aunque manteniendo que a) existe un mercado para el producto o servicio y/o que el vendedor proporcione un plan de comercialización; y b) el negocio le permita ganar al comprador una cantidad mayor que la que requiere la inversión. Sin embargo, el vendedor de una oportunidad de negocios que no sea franquicia no tiene tantas obligaciones con el comprador como el propietario de una franquicia.

Con frecuencia, con una oportunidad de negocios el vendedor puede hacer legalmente a los compradores en prospecto, uno de diversos tipos de declaraciones acerca del potencial de lucro de la oportunidad de negocios, una opción que no siempre está disponible para los propietarios de franquicias.

En algunos Estados, las oportunidades de negocios son llamadas “Venta de Planes de Comercialización Asistidos” (SAMPs). Pero, en el caso de una franquicia, el franquiciatario opera bajo el plan de mercadeo del franquiciante u opera el negocio bajo el control del franquiciante. Esto se debe a que el franquiciatario normalmente espera que el franquiciante haga su negocio exitoso o al menos que mejore las posibilidades de su éxito. (Abogado, 2017)

2.5.6. Riesgo

Riesgo es una medida de la magnitud de los daños frente a una situación peligrosa. El riesgo se mide asumiendo una determinada vulnerabilidad frente a cada tipo de peligro. Si bien no siempre se hace, debe distinguirse adecuadamente entre peligrosidad (probabilidad de ocurrencia de un peligro), vulnerabilidad (probabilidad de ocurrencia de daños dado que se ha presentado un peligro) y riesgo (propiamente dicho).

Más informalmente se habla de riesgo para hablar de la ocurrencia ante un potencial perjuicio o daño para las unidades, personas, organizaciones o entidades (en general “bienes jurídicos protegidos”). Cuanto mayor es la vulnerabilidad mayor es el riesgo, pero cuanto más factible es el perjuicio o daño, mayor es el peligro. Por tanto, el riesgo se refiere sólo a la teórica “posibilidad de daño” bajo determinadas circunstancias, mientras que el peligro se refiere sólo a la teórica “probabilidad de daño” bajo esas circunstancias.

2.5.7. Solución de problemas

El concepto de resolución de problemas está vinculado al procedimiento que permite solucionar una complicación. La noción puede referirse a todo el proceso o a su fase final, cuando el problema efectivamente se resuelve.

En su sentido más amplio, la resolución de un problema comienza con la identificación del inconveniente en cuestión. Después de todo, si no se tiene conocimiento sobre la existencia de la contrariedad o no se la logra determinar con precisión, no habrá tampoco necesidad de encontrar una solución.

2.5.8. Trabajo en equipo

Trabajo en equipo es el trabajo hecho por varios individuos donde cada uno hace una parte pero todos con un objetivo común. Pero para que se considere trabajo en equipo o cooperativo, el trabajo debe tener una estructura organizativa que favorezca la elaboración conjunta del trabajo y no que cada uno de los miembros realicen una parte del trabajo y juntarlas.

Es una de las condiciones de trabajo de tipo psicológico que más influye en los trabajadores de forma positiva porque permite que haya un compañerismo. Puede dar muy buenos resultados, ya que normalmente genera entusiasmo y produce satisfacción en las tareas recomendadas, que fomentan entre los trabajadores un ambiente de armonía y obtienen resultados beneficiosos.

En los equipos de trabajo, se elaboran unas reglas, que se deben respetar por todos los miembros del equipo. Son reglas de comportamiento establecidas por los miembros del mismo. Estas reglas proporcionan a cada individuo una base para predecir el comportamiento de los demás y preparar una respuesta apropiada. Incluyen los procedimientos empleados para interactuar con los demás. La función de las normas en un equipo es regular su situación como unidad organizada, así como las funciones de los miembros individuales.

2.6. Variables relevantes del emprendimiento

2.6.1. Factores de éxito

Se pueden identificar diversos factores que influyen en el proceso emprendedor, los cuales han sido clasificados o agrupados por diferentes autores, siendo objeto de estudio para diferentes poblaciones de emprendedores. En esta investigación se seleccionaron los factores más usuales en este tipo de trabajo, los cuales pueden clasificarse en aquellos que hacen referencia a las características de los emprendedores y los factores referidos a las estrategias seguidas por la empresa.

2.6.2. Estrategias de la empresa

A continuación se recogen estudios que identifican las estrategias tomadas por la empresa como factores de éxito (fuentes de financiación, apertura a mercados externos, planificación y cantidad de socios).

Las fuentes de financiación utilizadas contribuyen a explicar la puesta en marcha y el crecimiento de las empresas. Otero (2011) concluye que aquellas empresas que se financiaron únicamente con fondos propios lograron menores niveles de crecimiento.

Algunos estudios han verificado que aquellas empresas orientadas hacia la comercialización en mercados externos muestran, generalmente, tasas de crecimiento más altas (Beck, Demirgüç-Kunt y Maksimovic, 2002).

Cuando la creación de una empresa es fruto de la planificación sistemática, la misma tiene más probabilidades de crecer más rápidamente (Capellares & Kantis, 2009).

Las empresas fundadas por un equipo armónico y complementario entre sí, tienen más perspectivas de crecimiento que las creadas por un único individuo (Harper, 2008).

2.6.3. Características de los emprendedores

En este grupo se incluyen factores que hacen referencia a las características de los emprendedores (edad, capital humano y redes).

La edad del empresario en el momento de la creación de la empresa tiene un efecto negativo sobre el desarrollo temprano del nuevo negocio. Mientras los empresarios más jóvenes son más ambiciosos y tienen más energía, los empresarios más viejos son generalmente más cautelosos y conservadores. (La Fuente, Vaillant, & Gómez, 2011)

El perfil y el nivel de capital humano del fundador (o fundadores) sobre el crecimiento empresarial es otro de los factores relevantes. El capital humano comprende: el conocimiento, las habilidades y las capacidades del emprendedor o equipo emprendedor; siendo esta consecuencia del nivel educativo y de la experiencia previa.

Un nivel educativo alto incrementa las oportunidades de crecimiento empresarial. Un mayor nivel de educación brinda habilidades que permiten identificar y explotar las nuevas oportunidades de negocio (Alemany, Álvarez, Planellas & Urbano, 2011). También, la educación proporciona los conocimientos que pueden ayudar a superar las dificultades financieras.

El otro componente del capital humano es la experiencia previa, particularmente, la experiencia previa como directivo y como emprendedor puede afectar el crecimiento empresarial. (García y Jiménez, 2012)

Para Capellares y Kantis (2009) la experiencia previa del empresario influye en el tiempo empleado para el proceso de creación de una nueva empresa.

Otro factor es la motivación que lleva a emprender (Sastre, 2013). Los individuos que emprenden motivados por una situación de desempleo podrían no tener suficientes habilidades, preparación o experiencia para crear y desarrollar un emprendimiento.

El conjunto de redes y el capital relacional del emprendedor inciden de manera determinante en la creación y en el éxito de nuevas empresas.

A través de sus redes, los empresarios pueden tener acceso a recursos, información y conocimientos muy importantes.

El apoyo recibido de las redes facilita tanto la rápida gestación de la nueva empresa como su posterior crecimiento.

2.7. Emprendedurismo

2.7.1. Concepto de Emprendedor

Un emprendedor es la persona capaz de percibir una oportunidad de negocio, y ante ella formula libre e independientemente una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha la empresa, que además de crear valor adicional para la economía, genera trabajo para él y muchas veces para otros. (Carreras, 2009)

Un emprendedor es una persona que desarrolla un proyecto nuevo en cualquier campo, con la convicción de que será exitoso; comprometiendo su tiempo, sus recursos financieros, su tiempo y, en ocasiones, hasta su vida personal. (Entrepreneur Media, 2011)

Un emprendedor es un individuo que es capaz de acometer un proyecto rechazado por la mayoría. Sabe interpretar las características reales del entorno a pesar de que no son aparentes. Es capaz de luchar ante cualquier inconveniente que se les atraviesa a su estrategia y no le teme al fracaso. Además, es capaz de crear un grupo con motivación suficiente que le da el apoyo que necesita. (A.C., s.f.)

Diversas definiciones de emprendedor son presentadas por el autor:

- Definición económica de emprendedor: realiza cambios de recursos de una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.
- Definición pragmática de emprendedor: es una persona que inicia su propio negocio nuevo y pequeño.
- Definición operativa de emprendedor: aplica su talento creador e innovador para iniciar su propia empresa o engrandecer una ya existente.
- Definición general de emprendedor: el que hace que las cosas sucedan. (Anzola, 2003)

2.7.2. Emprendimiento

El emprendimiento nace de las oportunidades que se puedan observar en el mercado. Y es aquí precisamente donde encontramos el primer punto de convergencia entre el emprendimiento y la teoría del mercadeo. Los nuevos emprendedores, deben tener la capacidad de leer a los nuevos consumidores. En esencia, esta es la base del nuevo emprendimiento: ¿qué tanto conocemos a nuestros clientes? Si nos lanzamos a una aventura empresarial, sin tener claro quiénes son nuestros clientes, y que quieren, el nivel de incertidumbre de fracaso de la nueva empresa se incrementaría considerablemente. Desde esta perspectiva, el mercadeo como disciplina debería ser el primer componente de formación en los nuevos emprendedores. (Romero, 2011)

2.7.3. Características del emprendedor

De acuerdo con John Kao (1989), el emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de problemas.
- Realismo.
- Autoconfianza.
- Altos niveles de energía.
- Busca de retroalimentación.
- Control interno alto.
- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de estatus y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio. (Alcaraz Rodríguez, 2011)

Según Sánchez Almagro (2003), los emprendedores poseen las siguientes características:

1. Factores motivacionales:

- Necesidad de logro
- Necesidad de reconocimiento
- Necesidad de desarrollo personal
- Percepción del beneficio económico
- Baja necesidad de poder y estatus
- Necesidad de independencia
- Necesidad de afiliación o ayuda a los demás
- Necesidad de escape, refugio o subsistencia

2. Características personales:

- Iniciativa personal
- Capacidad de decisión
- Aceptación de riesgos moderados
- Orientación hacia la oportunidad
- Estabilidad emocional/autocontrol
- Orientación hacia metas específicas
- Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre
- Es receptivo en sus relaciones sociales
- Posee sentido de urgencia/tiempo valioso
- Honestidad/integridad y confianza
- Perseverancia/constancia
- Responsabilidad personal
- Es optimista

3. Características físicas:

- Energía
- Trabaja con ahínco

4. Características intelectuales:

- Versatilidad/flexibilidad
- Creatividad/imaginación/innovación
- Búsqueda de la verdad e información
- Planificación y seguimiento sistemático de resultados
- Capacidad para analizar el ambiente (reflexión)
- Visión Comprensiva de los problemas
- Capacidad para solucionar problemas
- Planificación con límites de tiempo

5. Competencias generales:

- Liderazgo
- Orientación al cliente
- Capacidad para conseguir recursos
- Gerente/administrador de recursos
- Patrón de factores de producción
- Exige eficiencia y calidad
- Dirección y gestión de la empresa
- Red de contacto
- Comunicación (Alcaraz Rodríguez, 2011)

2.7.4. Importancia del emprendimiento

Para (Montealegre Painter, 2013), que está al frente de la División de Competitividad, Tecnología e Innovación, CTI, en el Banco Iberoamericano de Desarrollo, BID:

La importancia de promover el emprendimiento viene del impacto que tiene sobre la prosperidad nacional. Los emprendedores construyen nuevas empresas, que a su vez crean nuevos puestos de trabajo y aumentan la demanda en otros sectores con los que se vinculan, además mejoran la productividad de las firmas promoviendo cambios tecnológicos e innovaciones. Y, en términos agregados, contribuyen a elevar el nivel de competitividad de los países. Especialmente en tiempos de crisis económica, el emprendimiento gana importancia: es clave para facilitar los procesos de reestructuración productiva y de creación de empleo en nuevos sectores.

2.7.5. Formación Emprendedora

El contacto temprano con un entorno emprendedor incrementa las probabilidades de que el individuo decida emprender en algún momento de su vida. Ello queda demostrado con la evidencia de que los hijos de padres que han dirigido su propio negocio tienen mayores probabilidades de emprender ellos mismos, ya que han desarrollado tempranamente las habilidades necesarias mediante la observación de sus padres o mediante la participación en las actividades de la

empresa. La educación emprendedora es clave como condición del entorno que afecta las actitudes, actividad y aspiraciones emprendedoras.

El fundamento docente de la formación emprendedora actual en el sistema formal es que la actitud y la capacidad emprendedora se pueden enseñar en las aulas, en todos los niveles educativos. Aunque cuanto más temprano es mejor, es mucho lo que se puede hacer a nivel universitario o de maestrías y en talleres de capacitación para fomentar la cultura emprendedora y para formar individuos que se distingan por su capacidad emprendedora y su actitud innovadora. Se entiende que los emprendedores no sólo son quienes nacen con ciertas cualidades, sino que se pueden formar en cualquier etapa de su vida y lograr motivación y éxito emprendedor. Por tanto, las capacidades emprendedoras son adquiribles y el emprendimiento no depende de características personales sino de un comportamiento que puede ser cambiado y aprendido.

Las aproximaciones más exitosas en formación emprendedora son las que tienen un componente práctico o experimental, de “aprender haciendo”. En cuanto a los contenidos, se considera que además de inculcar habilidades empresariales concretas, la educación emprendedora debe cultivar dotes de liderazgo, motivación y creatividad para la detección de oportunidades y resolución de problemas.

La evidencia indica que la formación emprendedora puede tener un impacto en la orientación emprendedora de los individuos que participan de esta. La formación emprendedora incidiría en la necesidad de auto superación, mediante el fortalecimiento de un foco de control interno por parte de la persona. Otras investigaciones sostienen también que la formación emprendedora incide en la acción emprendedora al fortalecer las habilidades para poner en marcha y hacer crecer una empresa. (Corduras Martinez, 2010)

2.8. Etapas del proceso emprendedor

2.8.1. Proceso emprendedor y sus fases

El proceso emprendedor es el conjunto de funciones, actividades y acciones asociadas con la percepción de la oportunidad y la creación de la organización para explotarla. Esta concepción procesal es bastante más amplia que la idea de evento emprendedor, entendido como la creación de una nueva organización que persigue una oportunidad. (Pereira Laverde, 2003)

El proceso emprendedor puede separarse en dos etapas:

- Encontrar el modelo de negocio.- En esta etapa lo que importa es identificar el perfil de cliente, el producto o servicio a ofrecerle, el esquema de precios, los canales de ventas y la ecuación económica (costo de adquisición de un cliente vs ingreso por cliente). El proceso termina cuando los emprendedores sienten que ya encontraron un modelo de negocio que les permitirá crecer. La clave es estar en contacto directo con quienes serán los clientes, y entender de primera mano los problemas que tienen.
- Escalar el negocio.- Una vez que el modelo de negocio está claro, ahora sí es tiempo de escalar el negocio lo más rápido posible. Aquí se destina mayor cantidad de recursos a las acciones comerciales, se incrementa el equipo de ventas, se cierran alianzas, etc. Todas estas actividades no tendrían sentido si el modelo de negocio es disfuncional, por ejemplo si el producto no resuelve el problema de los clientes objetivo. En esta etapa la clave es ir profesionalizando la empresa: armar equipo y definir procesos. Los emprendedores empiezan a necesitar habilidades gerenciales. (Blog. emproware.com, 2013)

(Sánchez Checa, 2013) Se refiere a las fases y etapas del proceso emprendedor de la siguiente manera:

- Fase temprana: Comprende desde el instante en que el emprendedor se decide a emprender motivado por una idea hasta que empiezan las primeras ventas. Esta fase se caracteriza por las siguientes etapas:
 - * Etapa 1: Es el momento en que una persona tiene un sueño o idea, donde visualiza una oportunidad para desarrollar un emprendimiento. Durante esta etapa se valida y reformula el potencial de la idea u oportunidad detectada.
 - * Etapa 2: Cuando se crea formalmente la empresa para poder realizar operaciones en el mercado. En el medio de estas dos etapas se lleva a cabo el “proceso de modelización” que es cuando los distintos componentes interactúan (la oportunidad, el equipo y los recursos).
 - * Etapa 3: Es el momento en que la empresa empieza a facturar a través de sus primeras ventas. Entre las etapas 2 y 3 es lo que se conoce como Start-up o etapa de arranque.
- Fase Escalamiento: Comprende el momento en el que el emprendedor comienza la etapa de búsqueda de inversión para escalar el negocio de forma tal de aprovechar al máximo posible las oportunidades del mercado multiplicando de esta forma los márgenes de ganancia. En esta fase también se atraviesa por diferentes etapas.
 - * Etapa 4: Es el proceso de transformación de la empresa y es el momento en el que se busca el capital para poder expandir el negocio, etc. Esta etapa se caracteriza por la profesionalización de los recursos humanos.
 - * Etapa 5: Es cuando el negocio empieza a ser escalable logrando tener una posición en el mercado a través de una nueva forma de administrar la empresa que contempla el cumplimiento de planes estratégicos y modelos de negocio.
 - * Etapa 6: La empresa genera retornos económicos a los socios fundadores del emprendimiento.

2.8.2. El proceso emprendedor

(Schnarch Kirberg, 2014) Considera un proceso emprendedor de once pasos que contempla: sensibilización, idea, proyecto, comercialización y crecimiento. Esto es originar, formular, fortalecer y potencializar.

Para describir el proceso se consideran ciertas fases Alejandro Schnarch considera importante describirlas a continuación en la Tabla N°1 se presentan estas fases.

Figura N° 3
Fases del proceso emprendedor



Naturalmente este proceso de etapas es seguido por muchos, pero no siempre en la secuencia indicada y a menudo hay retroalimentaciones, por cuanto en cualquier etapa se puede encontrar un faltante debido a que alguna etapa previa no se realizó completamente.

- Motivación y competencias: Lo primero es tener las capacidades, conocimientos y habilidades para emprender, además de la estimulación para hacerlo.
- Identificación de la idea de negocio: buscar ideas mirando necesidades insatisfechas, entorno, competencia, etc.
- Selección y evaluación de la idea: analizar el potencial de cada propuesta y escoger algunas.
- Desarrollo del concepto de la oferta: transformar la idea en un concepto, es decir explicar cómo.
- Validación de la oportunidad de negocio: llevar esa idea al mercado para confirmar su aceptación, modificaciones o rechazo.
- Plan y modelo de negocio: describe la fórmula con la que una organización crea, entrega y captura valor.
- Análisis económico y recursos: desarrollar el plan de negocios; marketing, recursos humanos, finanzas y operaciones.
- Nacimiento y supervivencia: estrategias y planes para el lanzamiento y supervivencia de la organización,
- Crecimiento y desarrollo: procedimientos para desplegar estrategias competitivas.

2.8.3. Competencias para emprender

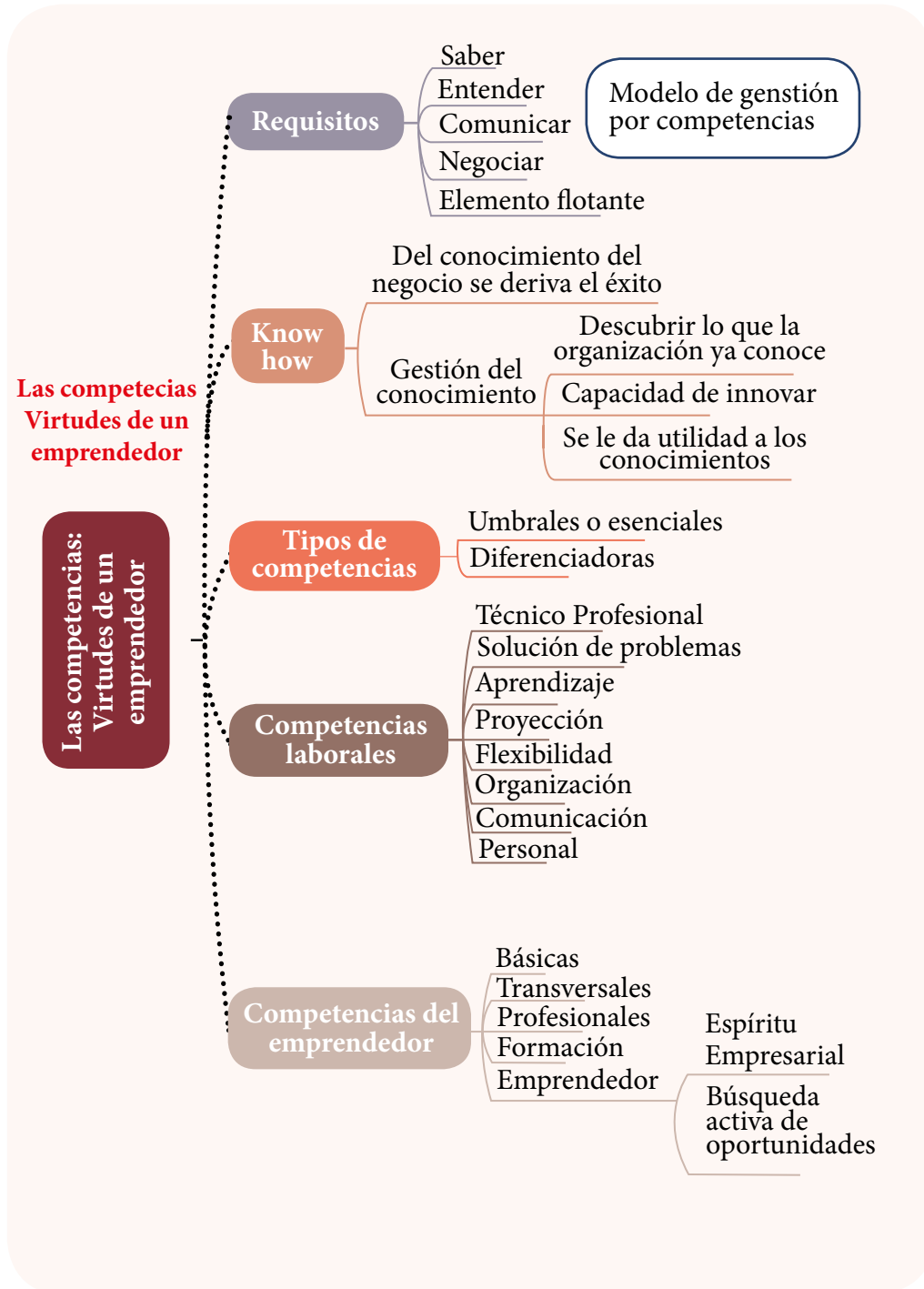
En primer lugar para emprender, como para casi todo, necesitamos motivación. Pero la motivación no entendida como “buen ánimo”, que es aquello que coloquialmente entendemos por motivación, sino que se trata de tener “motivos” para hacerlo. Decía Alfonso Alcántara que “estar motivado no es estar animado, sino tener motivos”, razones de peso que me van a llevar hacia la acción. Los motivos pueden ser internos (motivación intrínseca: siempre me ha atraído iniciar nuevos proyectos, liderar iniciativas, ser mi propio jefe, auto gestionarme, etc.) o externos (motivación extrínseca: no encuentro trabajo por cuenta ajena

y es una alternativa, necesito recibir ingresos, busco un horario que me permita compatibilizar mi vida laboral y familiar, etc.), pero necesito tenerlos para decidirme a emprender y empezar a hacer algo para conseguirlo. Evidentemente, cuanto más valor o peso tengan dichos motivos o razones para cada uno/a de nosotros/as, mayor probabilidad de éxito y capacidad de afrontar los momentos difíciles que aparecerán en el camino.

Las competencias entendidas como la capacitación necesaria para el desempeño con éxito de todo lo que va a suponer poner en marcha un negocio propio. En este apartado dividiría las competencias en dos tipos:

- Competencias técnicas: que serán todas aquellas relacionadas con la puesta en marcha y funcionamiento posterior de una actividad empresarial (plan de empresa y viabilidad empresarial, marketing y comercialización, gestión contable y económica, gestión de recursos humanos y materiales, etc.) y aquellas concernientes al sector de actividad concreto en cada caso. Evidentemente, no es necesario que una misma persona cuente con un alto grado de competencia en todas y cada una de las áreas de gestión de la empresa, ya que probablemente cuente con socios colaboradores internos y/o colaboradores externos que se encarguen de algunas funciones de la gestión del negocio, pero es el/la emprendedor/a promotor/a del negocio quien se debe asegurar que dichas competencias están cubiertas entre todos sus miembros, ya sean internos o externos (en el caso de externalización de servicios).
- Competencias transversales personales o interpersonales: son aquellas que implican habilidades y destrezas en relación con la persona emprendedora o su relación con otras personas, pero no se trata de conocimientos ni habilidades técnicas de gestión, ni tan solo exclusivas de personas emprendedoras, sino comunes a muchos empleos por cuenta ajena, pero imprescindibles para complementar la parte técnica en la puesta en marcha y gestión diaria del propio negocio, tales como la capacidad de planificación y gestión del tiempo, la capacidad de negociación, el liderazgo, la resolución de problemas y toma de decisiones, el trabajo en equipo, creatividad e innovación. Será clave autoevaluar mis competencias actuales, potenciar y aprovechar aquellas con que cuento en mayor grado y desarrollar y entrenar aquellas deficitarias en mi perfil competencial. (Castellary, 2013)

Las competencias como virtudes de un emprendedor se muestran a continuación en la figura N°4.



CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Planteamiento del problema

3.1.1. Formulación del problema

La presente investigación plantea como problema de investigación el siguiente:

¿Cuáles son las características que presentan los jóvenes en la ciudad de Taraja con respecto al emprendedurismo?

3.1.2. Objetivos de la investigación

Objetivo general:

Analizar las características potenciales que presentan los jóvenes de último año de colegio e inicio de la universidad para promover iniciativas relacionadas al emprendimiento.

Objetivos específicos:

- Identificar los rasgos de emprendedor más frecuentes que presentan los (as) jóvenes.
- Determinar las principales habilidades y capacidades sobre emprendedurismo que presentan los jóvenes.
- Determinar los factores que influyen en la formación de jóvenes con espíritu emprendedor.
- Identificar las circunstancias en que se dan los emprendimientos (por necesidad o por oportunidad).
- Identificar la percepción de los jóvenes hacia el emprendimiento.
- Identificar cuáles son las condiciones necesarias para desarrollar el espíritu emprendedor desde la perspectiva de los jóvenes.
- Identificar los principales rubros que son de interés para emprender por parte de los jóvenes.

3.2. Tipo de investigación

Tomando en cuenta las características que presenta la investigación se propone realizar la investigación bajo el enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo teniendo así información valiosa que pueda ser susceptible de generalizar (cuantitativo), pero al mismo tiempo logrando la profundidad y riqueza de la información (cualitativo).

La investigación será de diseño no experimental dado que no se realizará manipulación de las variables sino que las mismas serán estudiadas de acuerdo a como se presentan; por otro lado se elige un diseño transversal siendo los resultados de la investigación una imagen de la población tarajeña en un momento determinado, en este caso el periodo de estudio es de septiembre de 2016 a junio de 2017.

3.2.1. Fuentes de información

Primarias

El uso de información de primera mano es fundamental en el presente estudio por lo que se hace uso de diferentes técnicas para recabar información tanto de carácter cuantitativo como cualitativo; las mismas son la encuesta y el grupo focal.

Secundarios

Se utilizaron diversas fuentes de carácter secundario, teniendo como base los trabajos de investigación, así como diversos documentos que respaldan la presente investigación.

3.2.2. Diseño muestral

3.2.2.1. Definición de la población objetivo

Población 1

Unidad: Estudiantes de quinto y sexto de secundaria

Elemento: Estudiantes

Extensión: Ciudad de Tarija

Temporal: Septiembre

Parámetro: Estudiantes de quinto y sexto de secundaria

Población 2

Unidad: Estudiantes de primer y segundo año de la universidad

Elemento: Estudiantes activos

Extensión: Ciudad de Tarija

Temporal: Septiembre

Parámetro: Estudiantes activos de primer y segundo año de la universidad

3.2.2.2. Determinación del marco muestral

Población 1

Esta población no cuenta con marco muestral.

Población 2

Esta población no cuenta con marco muestral.

3.2.2.3. Técnica de muestreo

Población 1

Esta población se obtuvo a partir de una muestra no probabilística intencionada ya que se escogerá a la población intencionalmente, con intersección en centros comerciales

Población 2

Esta población se obtuvo a partir de una muestra no probabilística intencionada ya que se escogerá a la población intencionalmente.

3.2.2.4. Determinación del tamaño de la muestra

Población 1

$$n = \frac{z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 6872 \cdot 0,50 \cdot 0,50}{0,05^2 \cdot (6872 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}$$

$$n = 363,87$$

$$n = 364$$

n = Tamaño de la muestra (Nº de estudiantes de los colegios de la Ciudad de Tarija).

e2 = Limite aceptable de error muestral, que generalmente varia 0.01 y 0.09 para este caso se tomó el valor de 0.05.

N = 6872 estudiantes de quinto y sexto de secundaria

Z2 = El valor obtenido mediante nivel de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale al 1.96.

p= Probabilidad de éxito tomado en cuenta como 0,50.

q= Probabilidad de fracaso tomado en cuenta como 0,50.

Población 2

$$n = \frac{z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 8568 \cdot 0,50 \cdot 0,50}{0,05^2 \cdot (8568 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}$$

$$n = 367,72$$

$$n = 368$$

n = Tamaño de la muestra (N° de estudiantes de las universidades de la Ciudad de Taríja).

e_2 = Limite aceptable de error muestral, que generalmente varia 0.01 y 0.09 para este caso se tomó el valor de 0.05.

N = 8568 estudiantes de primer y segundo año de la universidad

Z_2 = El valor obtenido mediante nivel de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale al 1.96.

p = Probabilidad de éxito tomado en cuenta como 0,50.

q = Probabilidad de fracaso tomado en cuenta como 0,50.

3.2.2.5. Instrumentos de recolección de datos

Población 1

Para esta población se realizará una encuesta y un grupo focal. (Ver Anexo 1)

Población 2

Para esta población se realizará una encuesta y un grupo focal. (Ver anexo 2)

3.2.3. Operacionalización de variables

Tomando en cuenta el objetivo planteado en el presente trabajo de investigación, se realizó la operacionalización de las variables sujeto de estudio logrando así una gran comprensión del panorama a investigar. (Ver anexo 3)



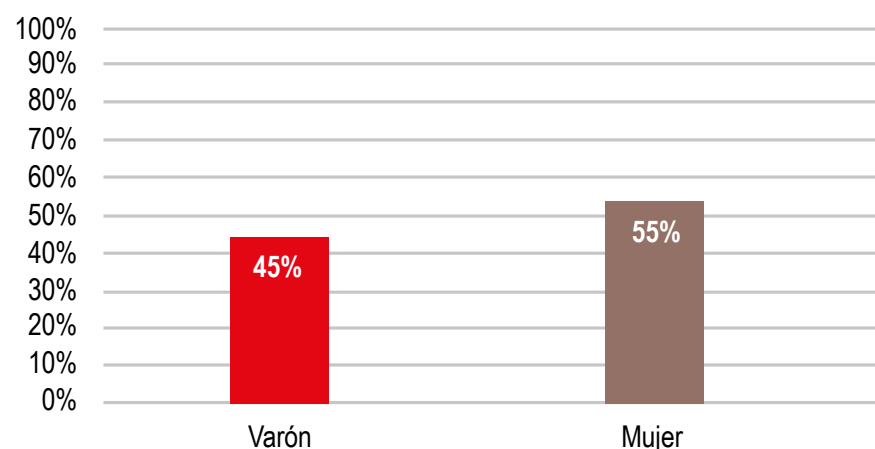
CAPITULO IV

ANÁLISIS DE DATOS

4.1. Descripción general

Es de vital importancia comprender las características generales de las poblaciones entrevistadas, mismas que más adelante servirán para poder comprender el comportamiento y determinar la influencia que tiene la misma en el perfil emprendedor de los jóvenes.

Figura N° 5
Género jóvenes encuestados
(Expresado en porcentajes)



Fuente: elaboración propia

Cabe resaltar que los jóvenes entrevistados se encuentran entre la edad comprendida entre los 16 a los 20 años, los mismos se encuentran en los últimos dos años de colegio es decir 5to y 6to de primaria, y los dos primeros años de universidad cabe decir 1er y 2do año, en diferentes aspectos se hace un análisis general desde la perspectiva de jóvenes de Tarija, y en algunas variables se considera representativo analizar los resultados diferenciando jóvenes de colegio y jóvenes de universidad.

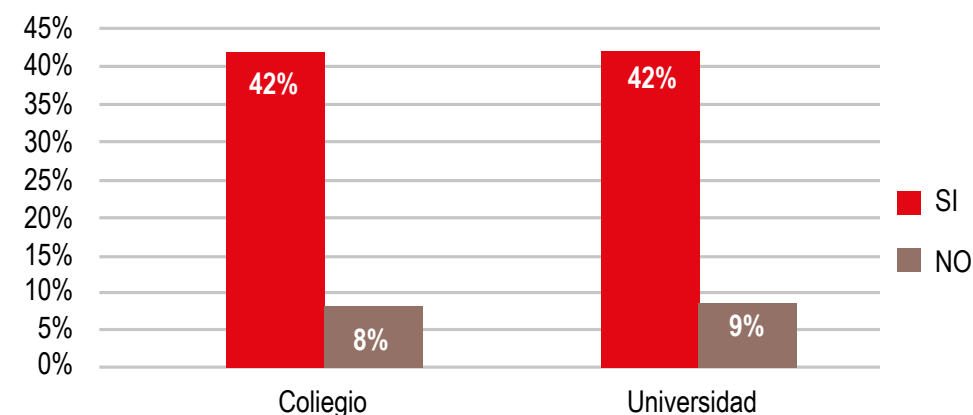
Los resultados arrojan una representatividad de género en la muestra, dado que el 55% de las personas pertenecen al género femenino y el restante al género masculino, esto permite tener un análisis representativo en género de la población estudiada, observándose lo mencionado en la Figura N° 5.

Por otro lado cabe recalcar que se ha considerado la muestra de los colegios fiscales, convenio y privados, en representación a su propia población, al igual que la representación de las tres universidades presentes en la ciudad de Tarija, hasta la gestión 2016.

4.2. Emprender

Teniendo en cuenta que el emprender es convertir una idea en un proyecto o una empresa que aporte valor a uno mismo y a la sociedad, de manera que se consigan unos resultados esperados, se puede observar que en la Figura N°6 no existe una diferencia entre los estudiantes de colegios y universidades, es decir que los jóvenes de 16 a 20 años tienen el espíritu emprendedor presente en ellos en ambas etapas de su formación.

Figura N° 6
Emprender/Estudios
(Expresado en porcentajes)

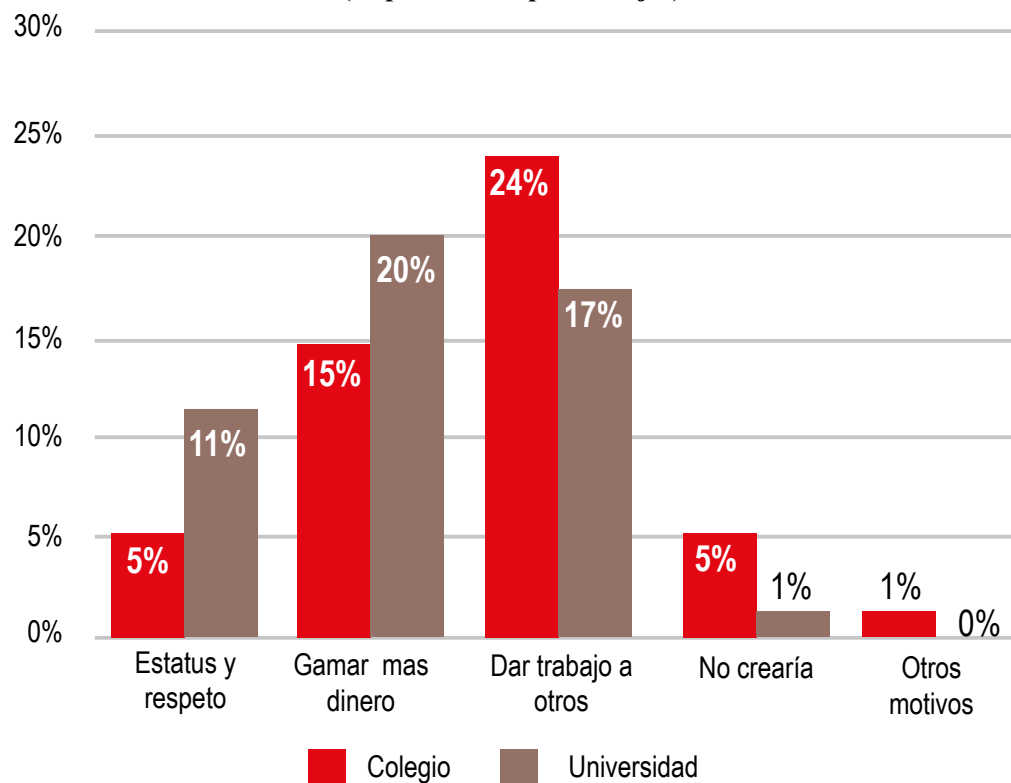


Fuente: elaboración propia

El emprender para los jóvenes es una manera de crear una empresa y el 76% de ellos lo harían cuando sean profesionales como se puede observar en la Figura N°7. El tener una profesión es una seguridad para los jóvenes pues el hecho de ser profesionales otorga una confianza relacionada a que en esta etapa la persona cuenta con todas las capacidades y habilidades que se requieren para poder emprender y a la vez tener el éxito que se espera.

Figura N° 7

Porque emprender/Estudios
(Expresado en porcentajes)



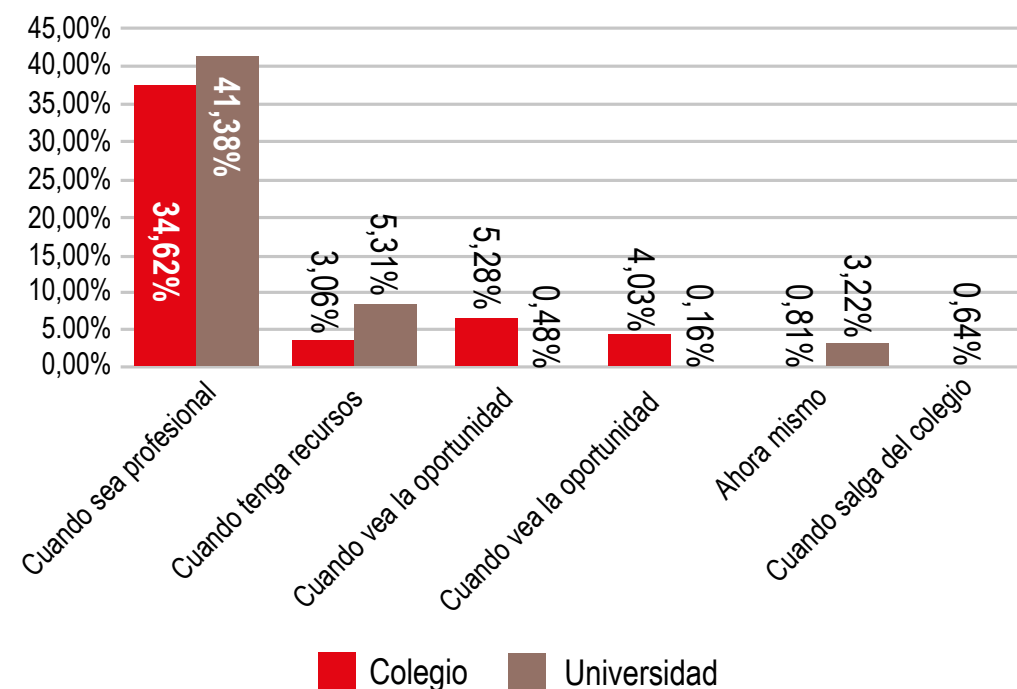
Fuente: elaboración propia

El 41% de los jóvenes de 16 a 20 años prefieren emprender porque consideran importante que el emprender es una manera de contribuir a la economía de la ciudad pues al crear una empresa al mismo tiempo se generan nuevas fuentes de empleo para otras personas, si esta variable seria constante estaríamos ante la presencia de jóvenes que desean un crecimiento económico, de los cuales el 24% de ellos son de colegio y el 17% de la Universidad, siendo esta variable más valorada por los estudiantes de colegio.

Por otra parte, el 35% de los estudiantes prefieren emprender para ganar más dinero, de los cuales el 20% son estudiantes de la Universidad y el 15% son estudiantes de los colegios como se muestra en la Figura N°7.

Figura N° 8

Cuando emprender/Estudios
(Expresado en porcentajes)



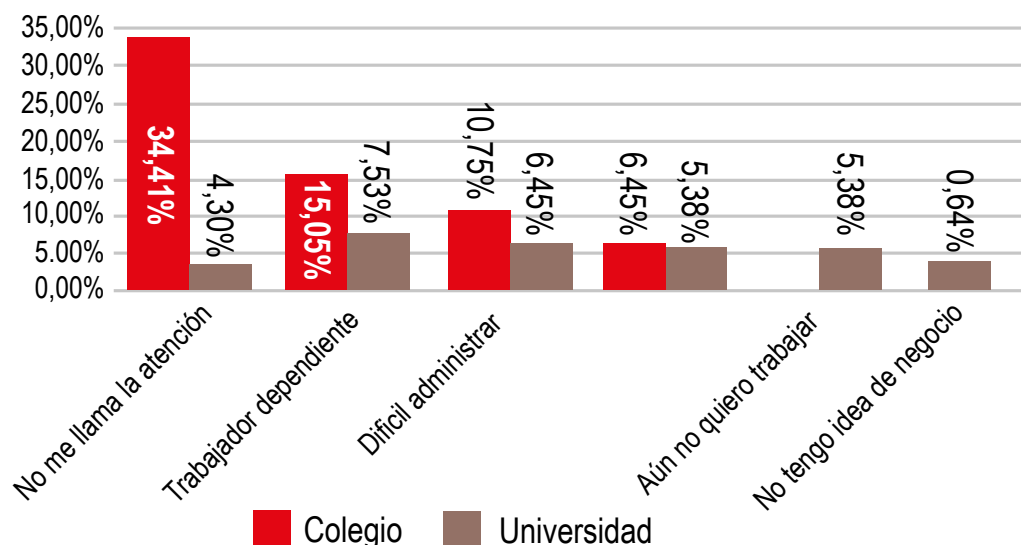
Fuente: elaboración propia

El 76% de los jóvenes comprendidos entre los 16 a 20 años de edad prefieren emprender, entendido este término como el crear una empresa, cuando sean profesionales de los cuales el 41% de ellos son estudiantes de las universidades y el 35% son estudiantes de los colegios.

Por otra parte, el 8% de los jóvenes prefieren crear una empresa cuando tengan los recursos necesarios para realizarlos, teniendo en cuenta que para ellos el no contar con los recursos económicos es un impedimento para poder emprender, de los cuales el 5% son estudiantes de las universidades y el 3% restante son estudiantes de los colegios como se muestra en la Figura N°8.

Figura N° 9

Motivos por los que no emprende/Estudios
(Expresado en porcentajes)



Fuente: elaboración propia

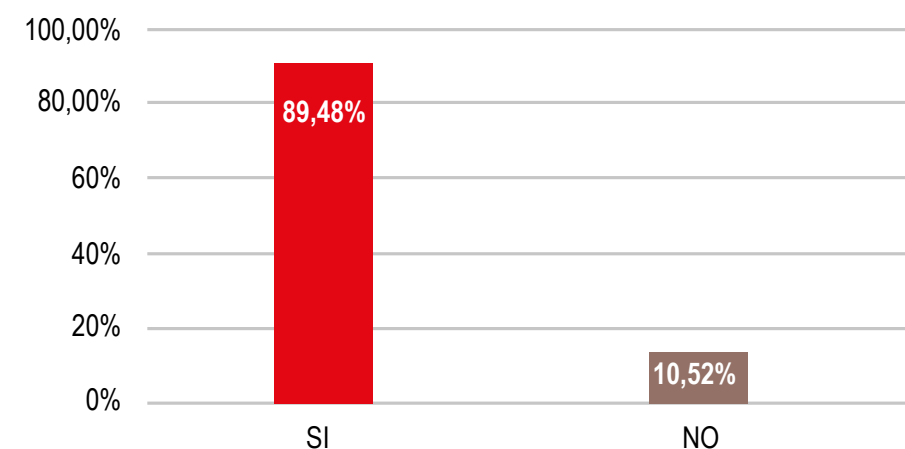
Como se observa en la Figura N°9 los jóvenes no desean emprender porque no les llama la atención el crear una empresa y a la vez dar trabajo a otras personas representados por el 38% de los cuales el 34% son estudiantes de colegio y el 4% restante son estudiantes de las universidades, observándose que en su mayoría no se el estudiante de colegio no tiene un espíritu emprendedor por falta de capacitaciones o porque simplemente no sienten interés en hacerlo.

Por otra parte, el 23% de los estudiantes no crearían su empresa porque prefieren ser trabajadores dependientes teniendo un trabajo estable y no así arriesgándose a invertir y fracasar de los cuales el 15% de ellos son estudiantes de los colegios y el 8% restante son estudiantes de las universidades.

Por todo lo expuesto anteriormente podemos concluir que los estudiantes tanto del colegio como de las universidades prefieren emprender cuando sean profesionales para generar nuevas fuentes de trabajo para otras personas y por obtener más dinero, por el contrario, los que no desean emprender es porque no les llama la atención el tener una empresa o porque prefieren ser trabajadores dependientes por miedo al porvenir en caso de fracasar al emprender o durante la camino de la muerte.

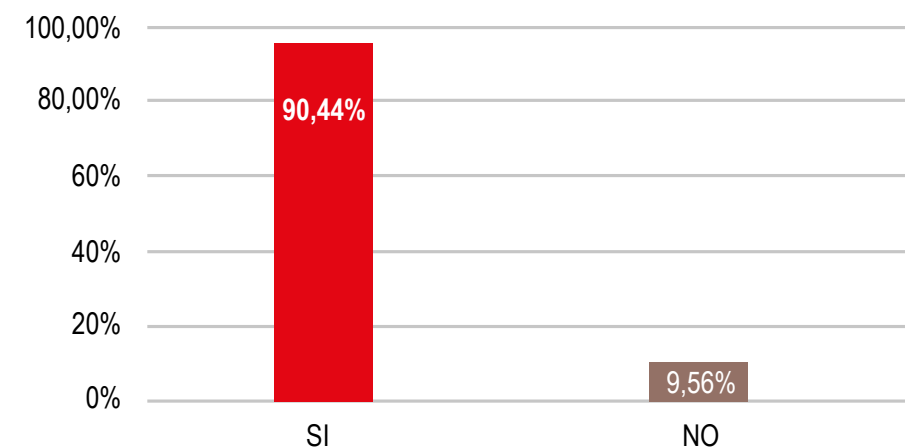
4.3. Personalidad

Figura N° 10
Optimista
(Expresado en porcentajes)



Fuente: elaboración propia

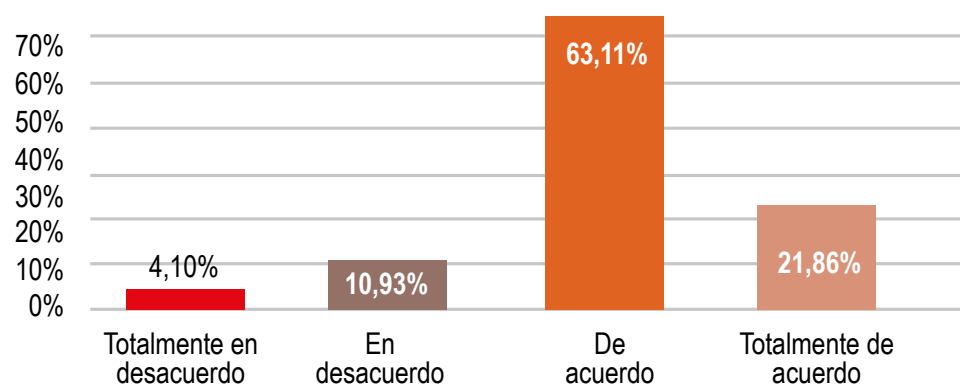
Figura N° 11
Positivo
(Expresado en porcentajes)



Fuente: elaboración propia

Figura N° 12

**Persistencia
(Expresado en porcentajes)**



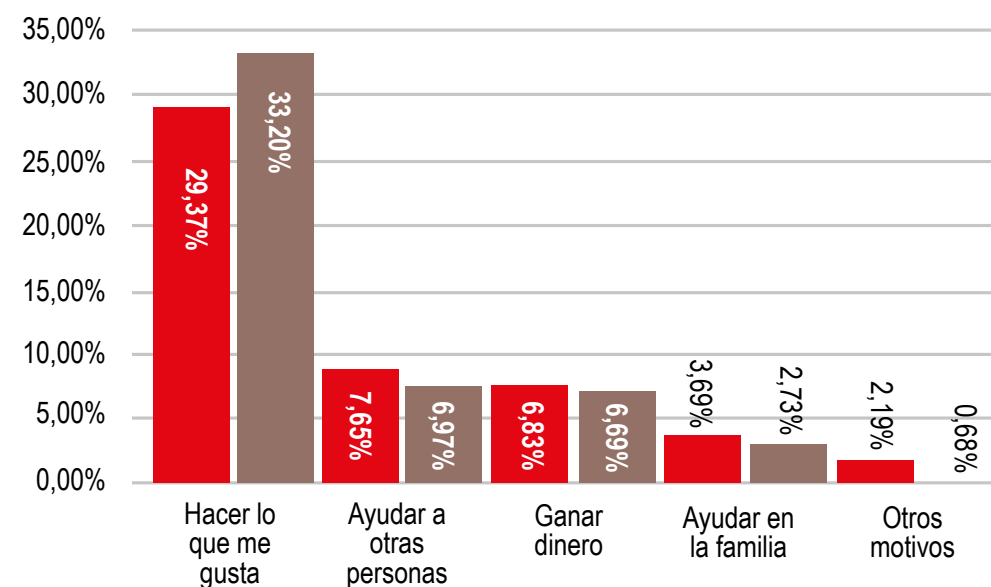
Fuente: elaboración propia

Una de las características más importantes que representan el espíritu emprendedor es la personalidad, que está considerada como el conjunto de rasgos que definen la conducta y el comportamiento de una persona, y a la vez esta característica tiene algunos rasgos importantes como el ser optimista lo cual se demuestra en la Figura N°10 que los jóvenes de colegio como de universidad mantienen un grado alto de optimismo similar en ambos casos, lo que podría denotar que los jóvenes a cierta edad mantienen un elevado optimismo pues ven la vida de una manera más sencilla sin complicaciones razón que los hace pensar que todo es posible y alcanzable. Como también podemos indicar que en esta etapa los jóvenes de colegio y universidades disfrutan de la vida y piensan positivamente en un gran porcentaje este resultado es muy importante pues podemos decir que contamos con una juventud que posee una mentalidad adecuada para generar emprendimiento como se muestra en la Figura N°11.

Como también existe una gran persistencia en el comportamiento de los jóvenes cuando estos deben atravesar situaciones problemáticas que los lleva a dar solución estos rasgos también son importantes pues podemos observar que los jóvenes de hoy mantienen una actitud bien formada y definida frente a situaciones donde deben tomar decisiones y donde debe prevalecer la convicción como se puede observar en la Figura N°12.

Figura N° 13

**Éxito (grupo)/Estudios
(Expresado en porcentajes)**

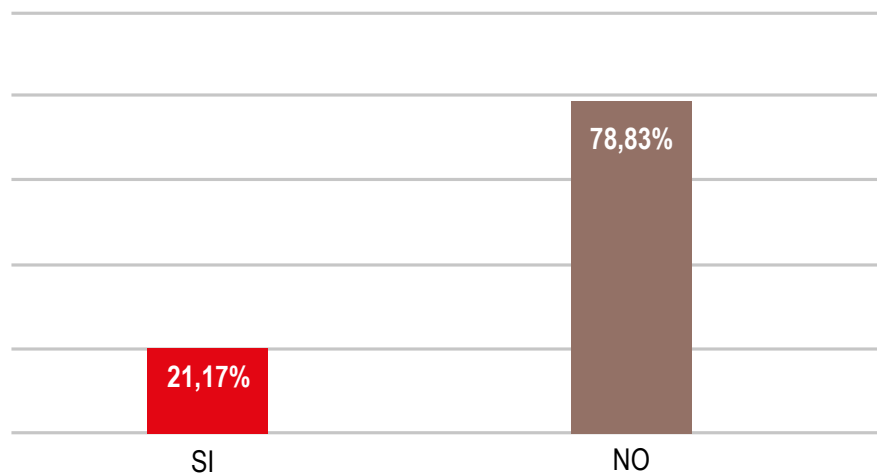


Fuente: elaboración propia

El éxito también un rasgo importante en el emprendedor el cual se refleja en los jóvenes de colegio y de universidad, el mismo se refleja de diferentes formas, principalmente como hacer lo que les gusta ósea en la actividad en la que más cómodos se sienten, como se observa en la Figura N°13.

4.4. Empresa familiar

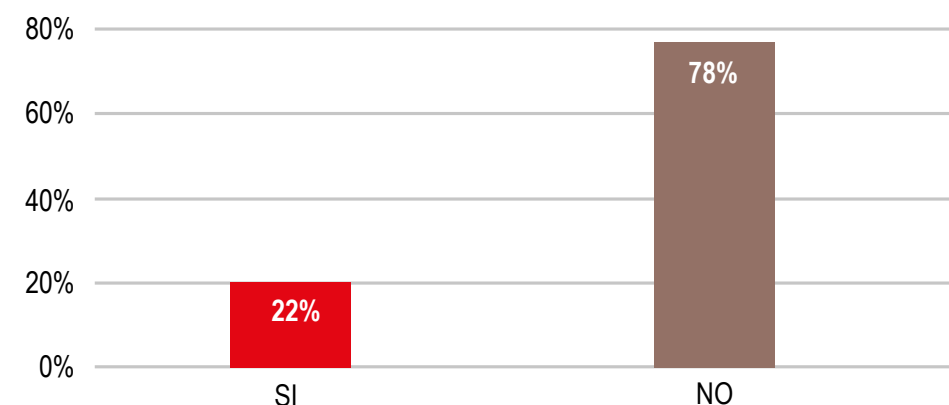
Figura N° 14
Empresa Familiar
(Expresado en porcentajes)



Fuente: elaboración propia

La presencia de una empresa familiar en los jóvenes podría ser importante en la formación de un espíritu emprendedor, por lo que en la Figura N°14 se puede observar que solo el 21% de los jóvenes tienen una empresa familiar, por lo que se puede concluir que mucho de ellos no tiene una influencia de emprender o tener su propio negocio tomando como ejemplo al espíritu emprendedor de sus padres pues en su mayoría trabajan en una empresa es decir son dependientes.

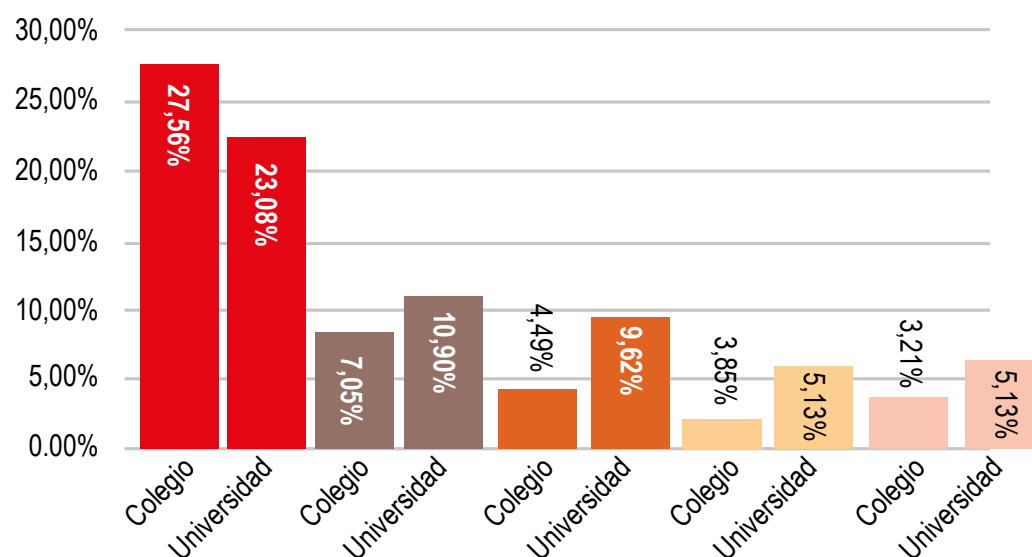
Figura N° 15
Tu familia tiene alguna empresa
(Expresado en porcentajes)



Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en la figura el 78% de los jóvenes encuestados no poseen familiar las cuales tengan alguna empresa y solo el 22% si vienen de familias que tienen una empresa, lo que no muestra que la mayoría de los jóvenes no tienen experiencia ni conocimiento de cómo se maneja, los riesgos que posee y tiene que pasar una empresa pues no tienen la posibilidad de contar con una, pues esto apoya de sobre manera el hecho de que si existe una empresa en la familia los jóvenes podrían aprender o despertar su espíritu emprendedor.

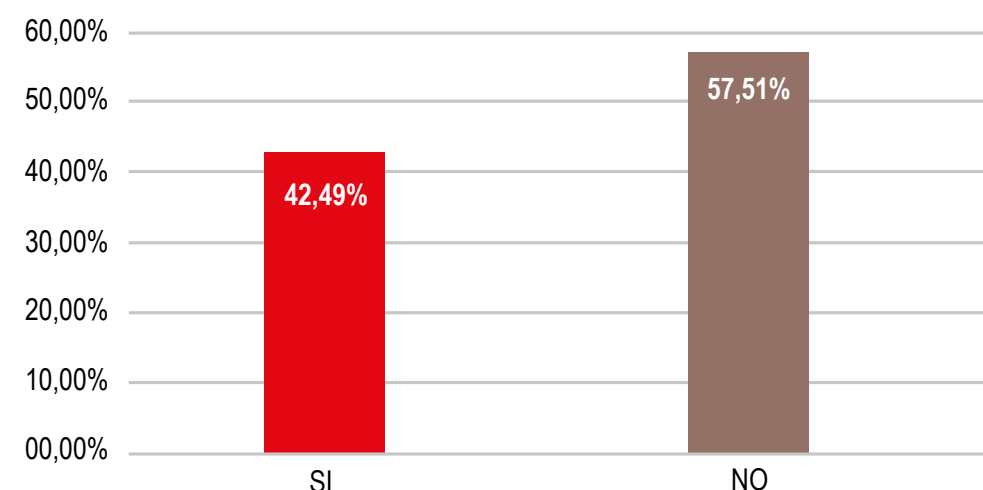
Figura N° 16
Actividad Empresa Familiar/Estudios
(Expresado en porcentajes)



Fuente: elaboración propia

Si bien el 21% es bajo, se debe destacar que es un dato importante para la región puesto que existe la posibilidad de creación de emprendimientos en la población, por lo que es importante tomar en cuenta los rubros en los que se desarrollan estas empresas, y como se puede observar en la Figura N°16 de manera general las principales actividades a las que pertenecen estas empresas familiares son del sector comercio representada por el 51%, comprendiendo comercio como la venta de productos o servicios, estas están representadas por el 28% en colegio y el 23% en universidades, seguida de alimentos y bebidas con el 7% en colegios y 11% en universidades; esto nos puede mostrar que el sector más interesante para las empresas es el comercio, mismo que en muchos casos no son planificados a largo plazo, mas por el contrario son consideradas de subsistencia o de urgencia mientras se encuentra un trabajo estable en alguna otra empresa o institución, al igual que empresas del rubro de alimentos y bebidas principalmente se refiere a negocios de comida que son una alternativa de ingresos para las familias ante la situación económica que viven las familias.

Figura N° 17
Trabajaste en algún negocio
(Expresado en porcentajes)



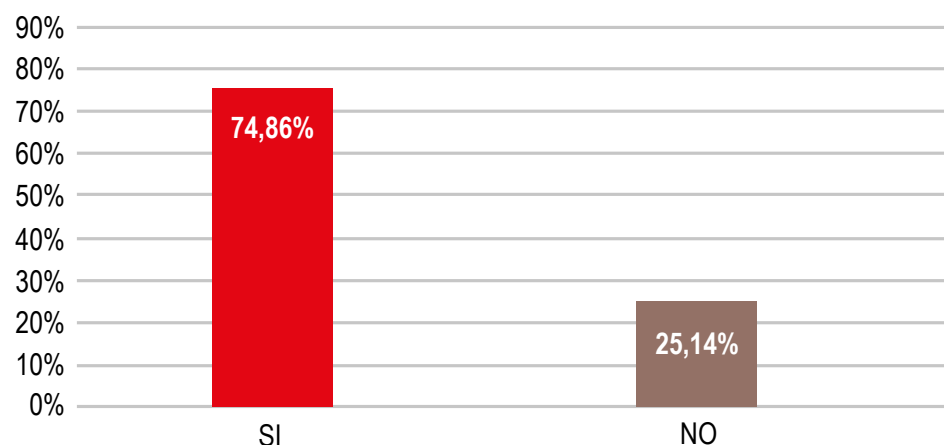
Fuente: elaboración propia

Es importante comprender si los jóvenes han tenido alguna experiencia de trabajo en su propia empresa familiar, por lo que en la Figura N°17 el 42% de los jóvenes indica que alguna vez ha trabajado en su empresa familiar por lo que han tenido experiencia de trabajo, sin embargo cuando este dato es contrastado con la figura anterior de porcentaje de personas que si tienen empresa, se puede identificar que el número de personas que ha trabajado es mayor a aquel que indica tener actualmente empresa familiar, observándose una disminución de jóvenes con negocio familiar, esto podría ser explicado por el rubro al que pertenecen que como se indicó anteriormente la mayoría de ellos son de comercio y de alimentos.

Sin embargo se destaca que casi la mitad de los jóvenes ha tenido experiencia de trabajo lo que podría llegar a reforzar el espíritu emprendedor, esta experiencia es importante en la formación de los jóvenes que hayan tenido una experiencia o cercanía al trabajo, por otro lado también llama a la reflexión el hecho de que la mitad de los jóvenes encuestados afirme que ya ha tenido experiencia de trabajo, si bien no es por periodos largos, esto refleja el aporte que hacen en la economía de las familias, ya sea que perciban o no un sueldo por el trabajo realizado.

Figura N° 18

**A futuro dirigir la empresa familiar
(Expresado en porcentajes)**



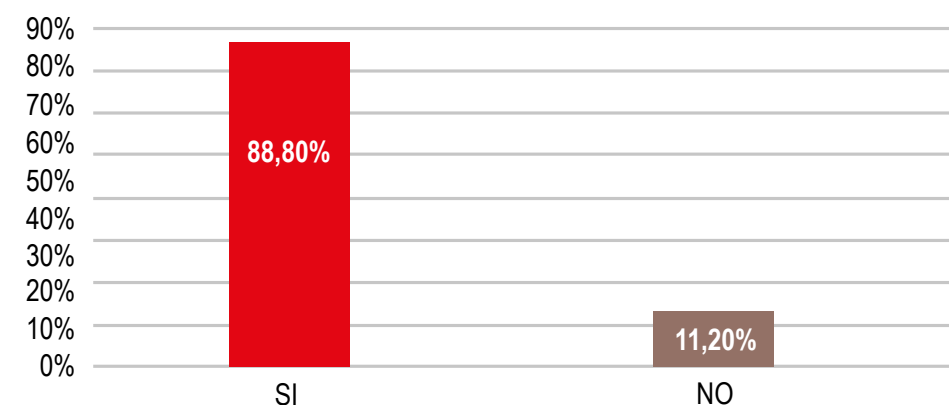
Fuente: elaboración propia

Así también es importante resaltar que el 75% de los jóvenes tiene interés y una visión de dirigir la empresa familiar en un futuro, sea que la tiene en este momento o si en un futuro se tendría una empresa familiar estos jóvenes manifiestan interés en mantener el negocio, esta variable es considerada importante dado que se podría ver reflejado los negocios que hoy encuentren un mercado o aceptación, se podrían mantener en el tiempo porque los hijos tienen interés en continuar con estos negocios, además que desean dirigir lo que ya se podría ver como una manifestación del perfil emprendedor en los jóvenes. De estos jóvenes la mayoría de ellos están dispuestos a tomar decisiones manifestando una vez más ese espíritu emprendedor. Así también se puede determinar que estos jóvenes tiene el deseo de emprender, lo que es importante resaltar dado que se podría concluir que más de la mitad de los jóvenes tiene interés en emprender, si esta variables se mantendría así en el tiempo estaríamos ante la presencia de un posible crecimiento económico por la cantidad de empresas que se crearían a futuro, por lo que es importante reflexionar acerca de cómo cada una de las instituciones públicas permite que este espíritu se mantenga, hasta lograr que los jóvenes puedan salir profesional y trabajar en esas empresas familiares, así también se destaca que muchos jóvenes no están interesados en ser empleados sino más bien en generar fuentes de empleo.

4.5. Innovación

Figura N° 19

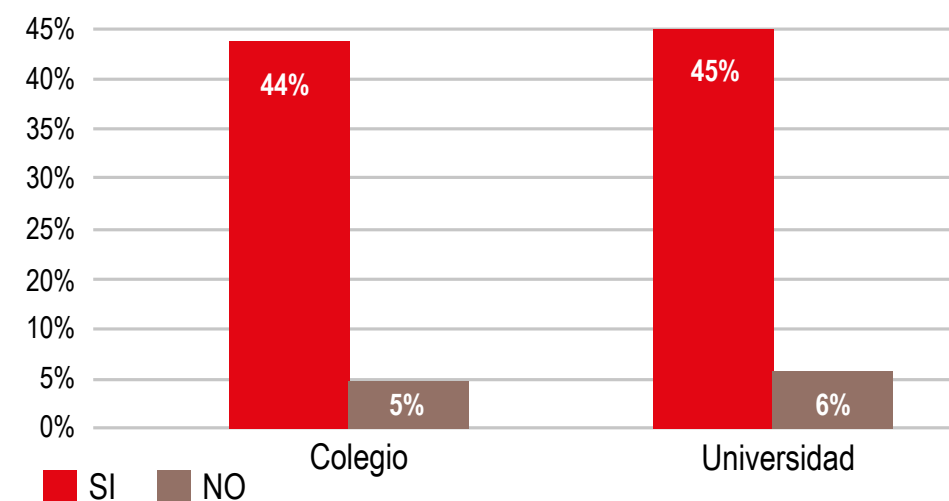
**Haces cosas nuevas
(Expresado en porcentajes)**



Fuente: elaboración propia

Figura N° 20

**Haces cosas nuevas/Estudios
(Expresado en porcentajes)**

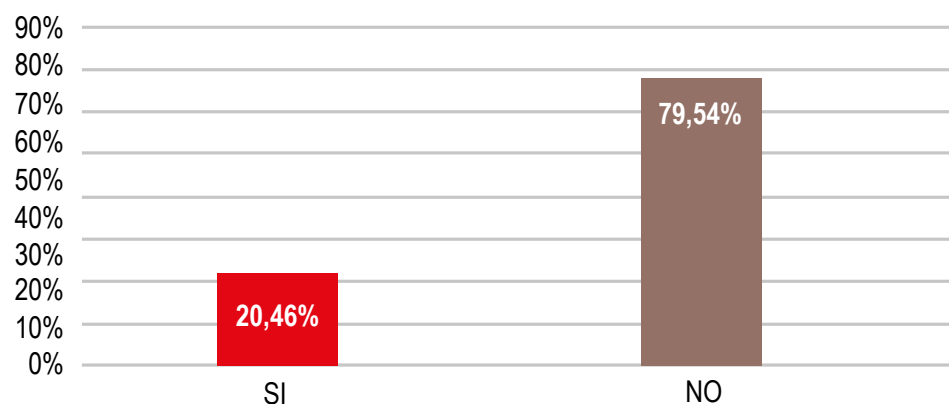


Fuente: elaboración propia

La innovación es considerada como un cambio o modificaciones a elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, renovarlos o introducir novedades en ellos, la innovación es utilizada en el sentido de lanzar nuevas propuestas, nuevos emprendimientos o empresas, de acuerdo con lo manifestado por las poblaciones estudiadas, este resultado se ve contrastado puesto que el 89% manifiesta que les interesa hacer cosas nuevas como se muestra en la Figura N°19.

Los jóvenes comprendidos entre las edades de 16 a 20 años que se interesan por hacer cosas nuevas se encuentran representados por el 89% de los cuales el 44% son estudiantes de los colegios y el 45% estudiantes de las universidades, es decir que no existe una representatividad significativa entre ambas poblaciones estudiadas como se puede observar en la Figura N°20.

Figura N° 21
Ideas de negocio
(Expresado en porcentajes)

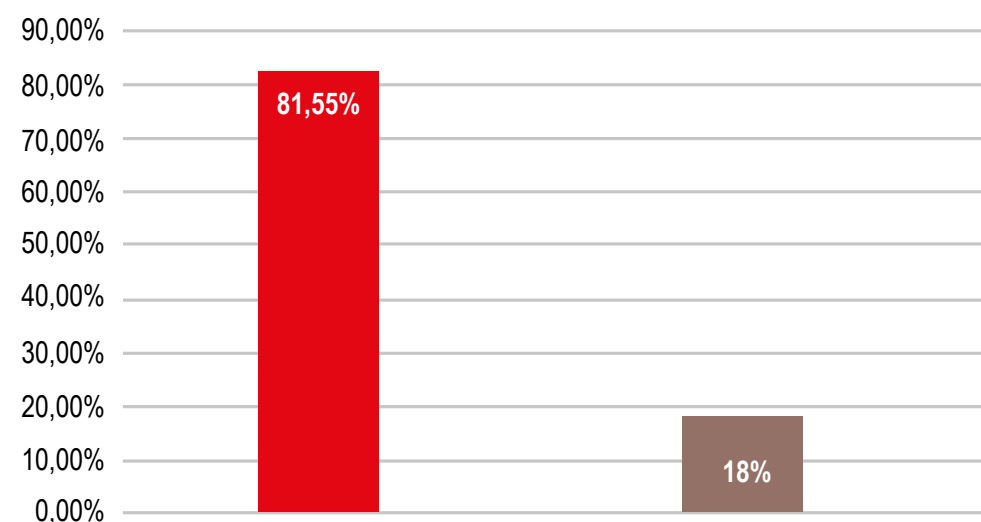


Fuente: elaboración propia

Las personas a las que les interesa hacer cosas nuevas tanto de colegios como de universidades tiene una actitud emprendedora para crear nuevas empresas con un nivel elevado demostrado anteriormente; sin embargo la mayoría de ellas no cuentan con una idea clara de negocio para poder realizar un emprendimiento, con lo que podríamos concluir que la actitud y aptitud emprendedora de estas personas está presente pero la idea clara del negocio que pretenden realizar no la tienen.

Figura N° 22

Desean emprender
(Expresado en porcentajes)

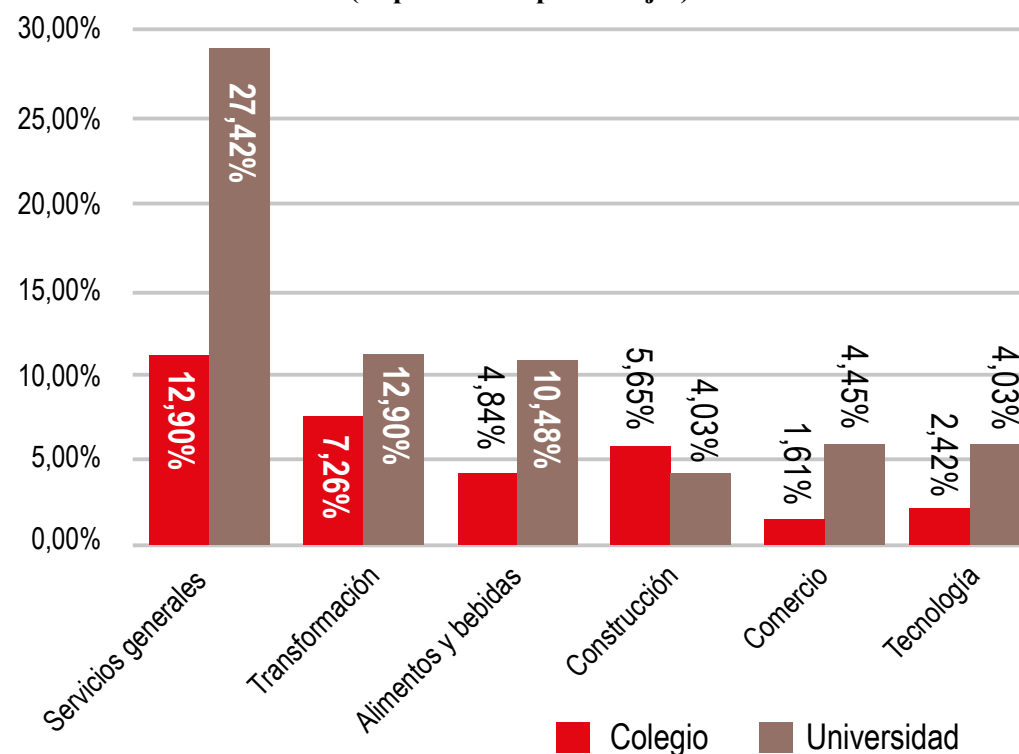


Fuente: elaboración propia

Los jóvenes tanto de colegios como de universidades tienen el mismo comportamiento desean emprender es decir que no existe una representatividad significativa entre ambas poblaciones estudiadas, el 82% de ellas desea emprender como se puede observar en la Figura N°22.

Figura N° 23

Ideas de negocio/Estudios
(Expresado en porcentajes)



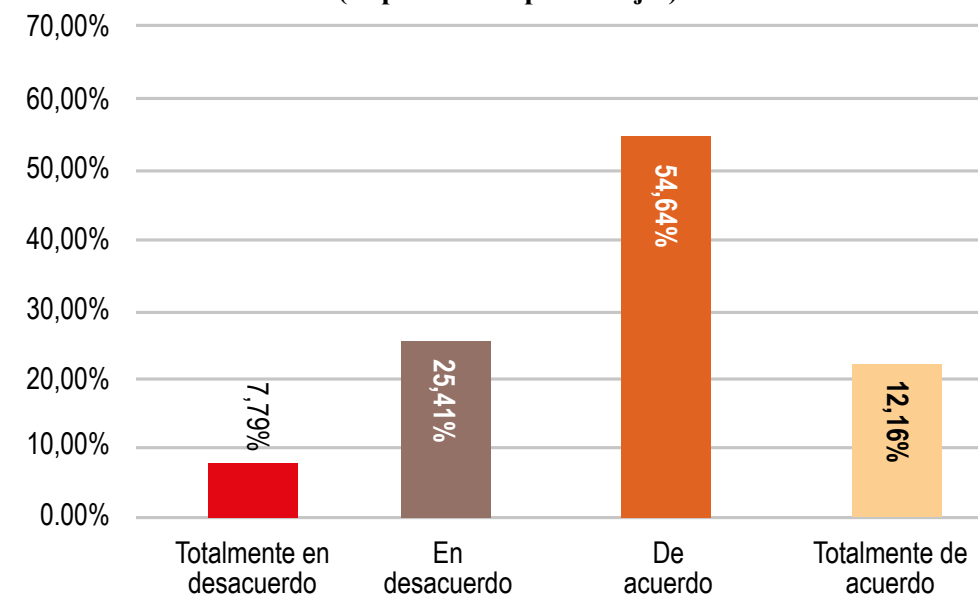
Fuente: elaboración propia

El 40% de las jóvenes de 16 a 20 años prefieren emprender en el sector de servicios generales debido a que consideran que es más fácil ofrecer un servicio que crear un producto que cumplan con las expectativas de los clientes.

4.6. Oportunidades de negocio

Figura N° 24

Invertirías tu negocio
(Expresado en porcentajes)

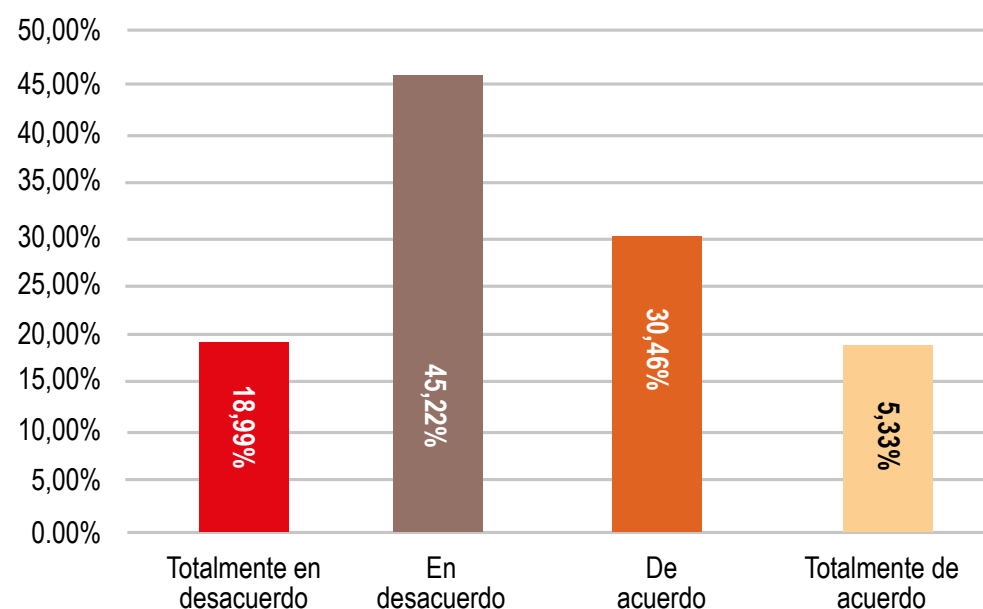


Fuente: elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos la mayoría de las personas encuestadas consideran estar de acuerdo con invertir su dinero en una nueva oportunidad de negocio que genere trabajo para otras personas y a la vez por ganar más dinero representados por el 54,64% del total, es decir que los jóvenes piensan invertir su dinero si es que lo tuvieran.

Figura N° 25

**Facilidad de crear en Bolivia
(Expresado en porcentajes)**

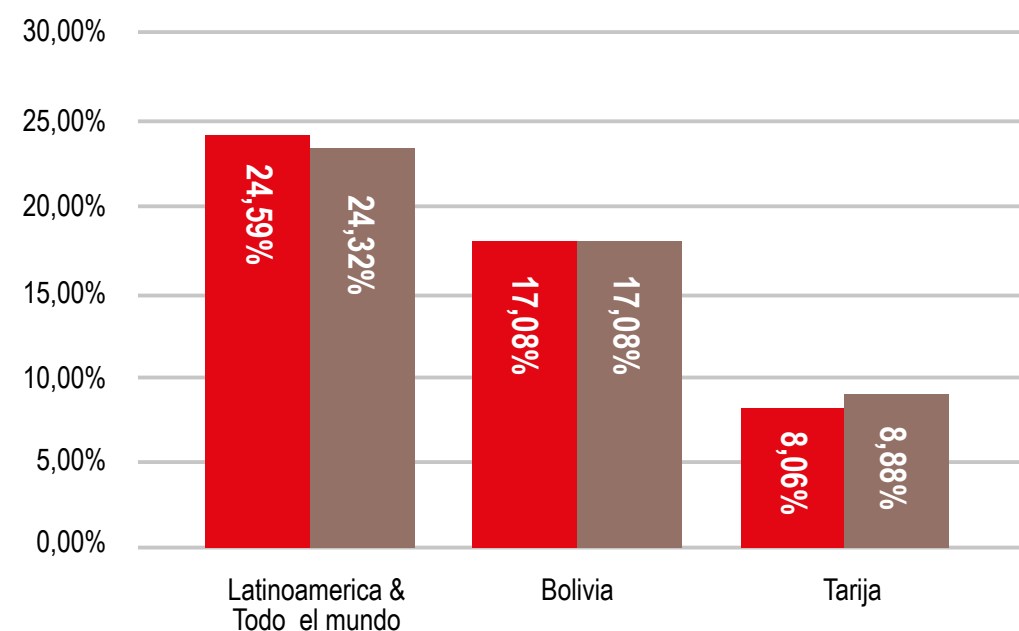


Fuente: elaboración propia

La mayoría de las personas encuestadas tanto de los colegios como de las universidades consideran estar en desacuerdo acerca de la facilidad de crear una empresa en Bolivia debido a las limitaciones a las cuales deben enfrentarse tales como impuestos, normativas legales, políticas de gobierno entre otras.

Figura N° 26

**Venta local, nacional o internacional
(Expresado en porcentajes)**

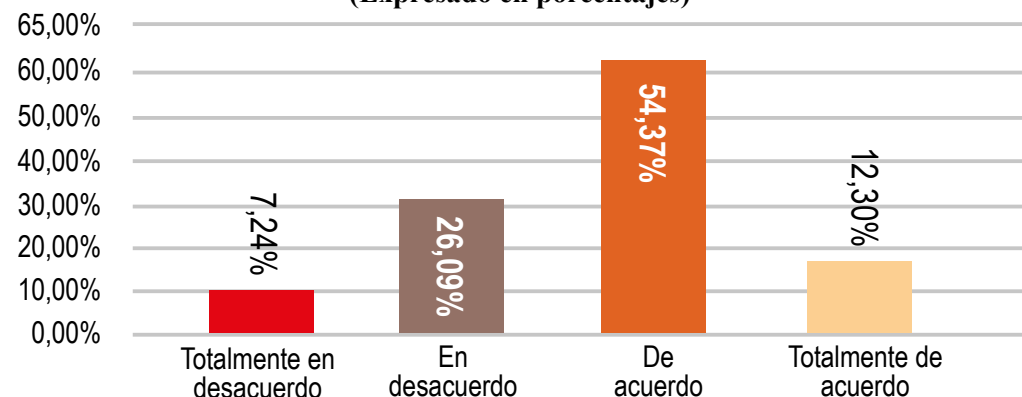


Fuente: elaboración propia

La mayoría de las personas encuestadas de los colegios consideran que prefieren vender sus productos en Latinoamérica y todo el mundo, es decir que tienen pensado en progresar de manera rápida y poder exportar los productos de acuerdo a las necesidades y al éxito que puedan llegar a tener sus empresas.

Figura N° 27

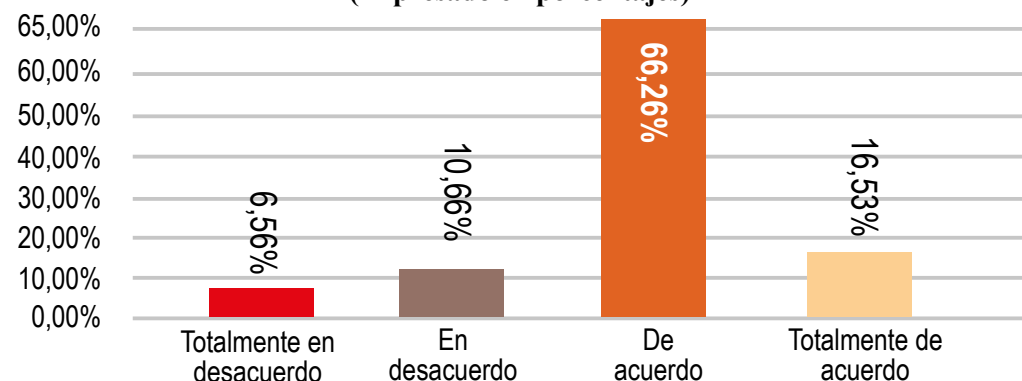
**Conocimiento de donde está el mercado
(Expresado en porcentajes)**



Fuente: elaboración propia

Figura N° 28

**Confianza de vender
(Expresado en porcentajes)**



Fuente: elaboración propia

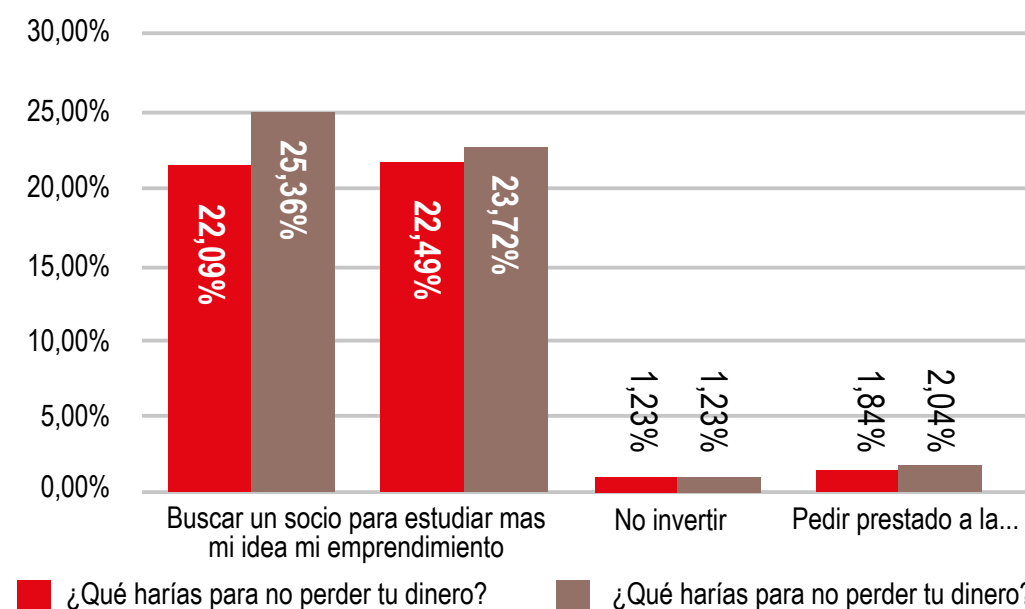
De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que la mayoría de las personas que piensan en emprender o cuentan con un pequeño o gran emprendimiento están seguros de conocer dónde está el mercado al cual se dirigen y por ende al que dirigen las estrategias de marketing para poder crecer día a día.

El 66,26% del total de jóvenes de 16 a 20 años de edad están de acuerdo en que tienen una confianza para vender en cualquiera de los sectores en los que ellos quieran emprender como se puede observar en la Figura N°28.

4.7. Riesgo

Figura N° 29

**Acciones que realizaría para no perder el dinero
(Expresado en porcentajes)**

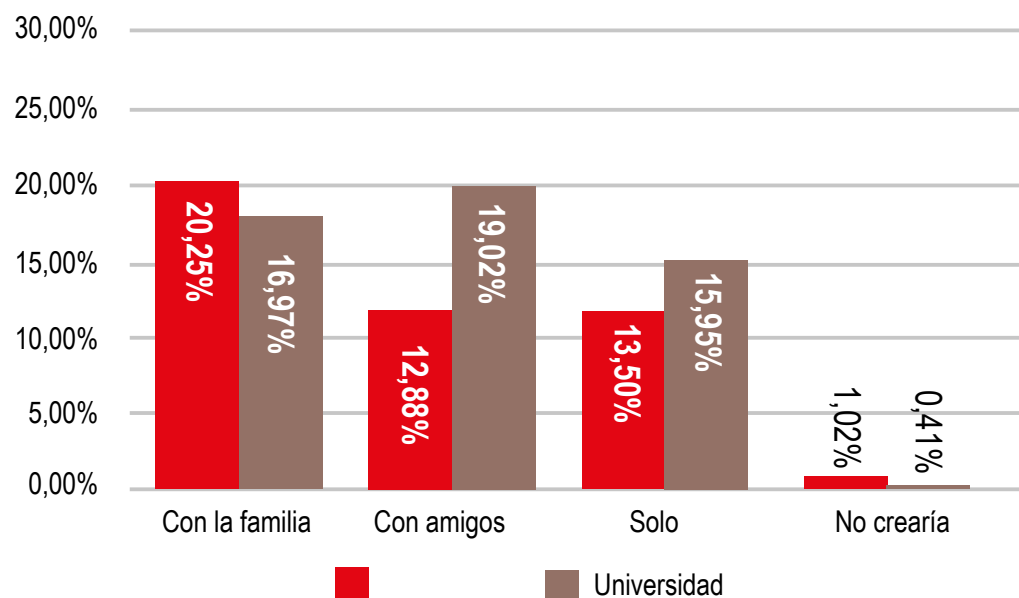


Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los estudiantes de colegio prefieren estudiar más la idea para recién emprender representados por el 22,49% del total, en cambio los jóvenes universitarios prefieren buscar un socio para su emprendimiento representados por el 25,36%, como se puede observar en la Figura N°29.

Figura N° 30

**Con quien emprendería/Estudios
(Expresado en porcentajes)**

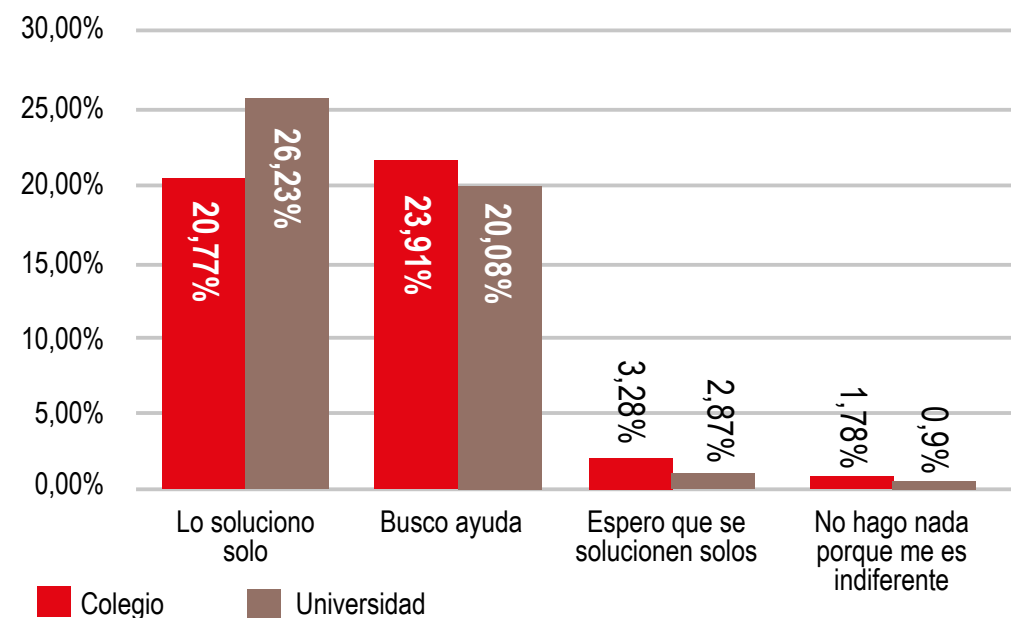


Fuente: elaboración propia

La mayoría de los estudiantes encuestados que se encuentran en el colegio prefieren emprender con la familia representados por el 20,25% en contraste a este resultado los estudiantes de la Universidad consideran que con las personas con las que emprenderían sería con amigos representados por el 19,02% resultado que se puede verificar en la Figura N°30.

Figura N° 31

**Venta local, nacional o internacional/Estudios
(Expresado en porcentajes)**

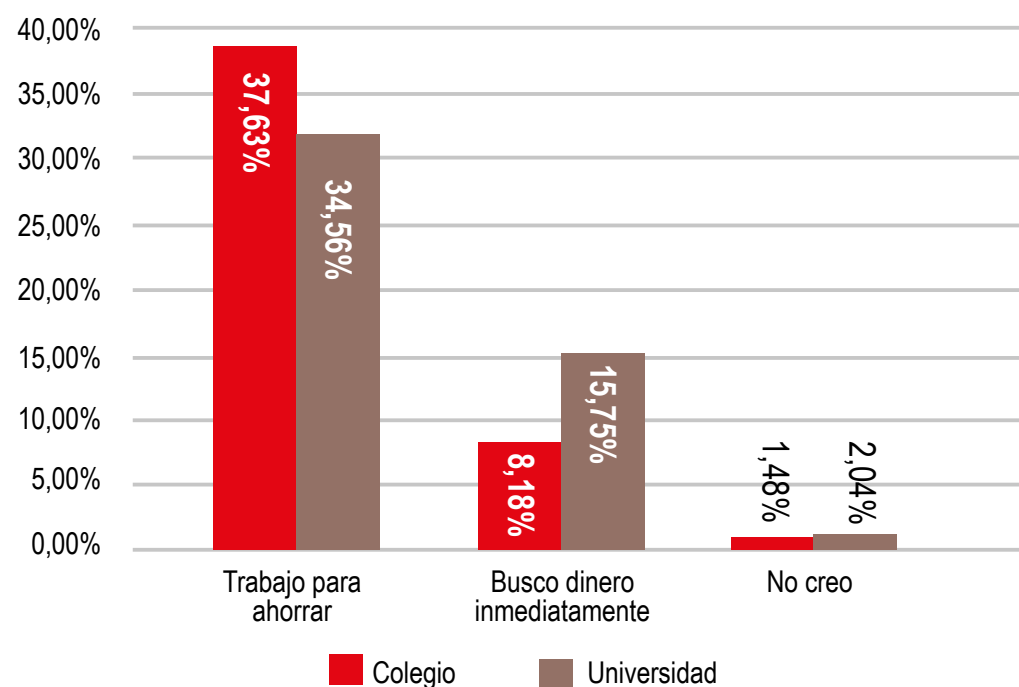


Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de los estudiantes tanto del colegio como de la universidad prefieren enfocar sus productos a la venta en Latinoamérica y todo el mundo representados por el 50,30% del total, como se puede observar en la Figura N°31.

Figura N° 32

Que acciones haría para crear su empresa si no tiene dinero
(Expresado en porcentajes)

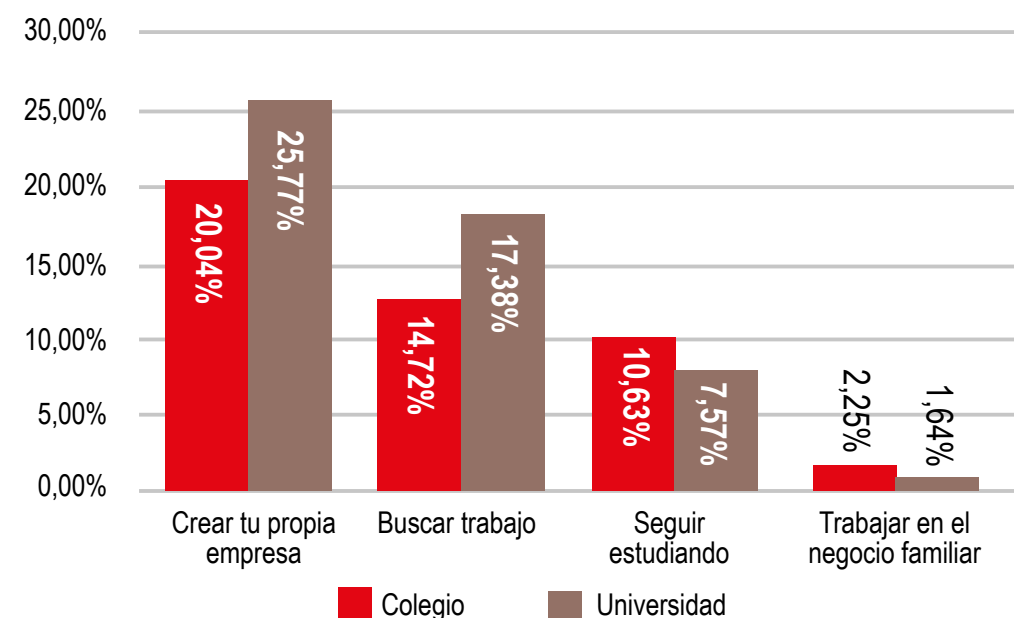


Fuente: elaboración propia

La mayoría de los estudiantes encuestados tanto del colegio como de la universidad consideran que si no tienen dinero para crear su empresa trabajarían el tiempo que sea necesario para poder ahorrar, representados por el 72,19% del total, como se puede observar en la Figura N°32.

Figura N° 33

Terminando la Universidad/Estudios
(Expresado en porcentajes)



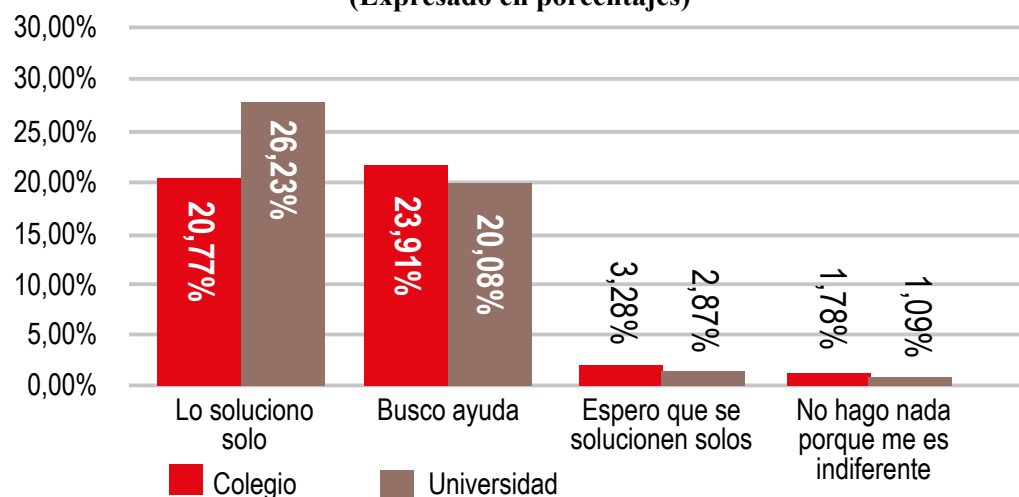
Fuente: elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos podemos observar en la Figura N°33 que la mayoría de los jóvenes de 16 a 20 años manifiestan que al momento de terminar su carrera universitaria crearían su propia empresa datos que al ser contrastado con el deseo de emprender en la que la mayoría desea hacerlo para dar trabajo a otras personas generando así fuentes de empleo.

4.8. Solución de problemas

Figura N° 34

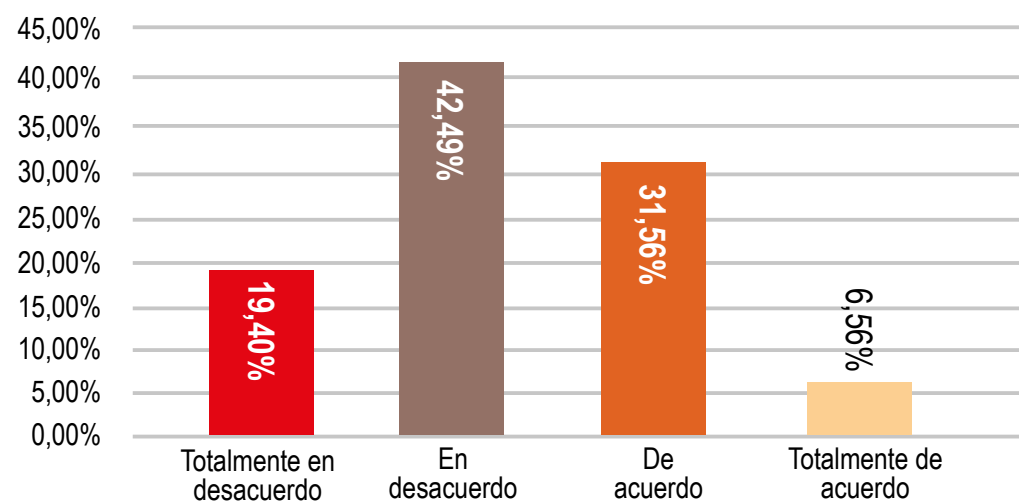
Solución de problemas/Estudios
(Expresado en porcentajes)



Fuente: elaboración propia

Figura N° 35

Las cosas son difíciles
(Expresado en porcentajes)



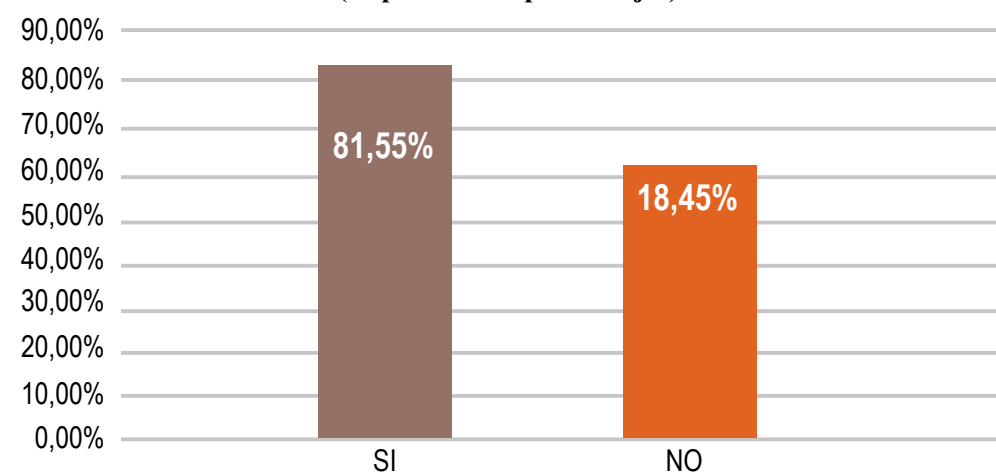
Fuente: elaboración propia

Otra variable importante para evaluar las características de la población de jóvenes de 16 a 20 años en relación a su espíritu emprendedor es la Capacidad que tienen para solucionar problemas donde se toman en cuenta cuatro factores importantes: el manejo de los problemas en general, donde el 47% afirma solucionar sus problemas por si solos según la Figura N°34, de los cuales el 26.23% corresponde a jóvenes universitarios y el restante a jóvenes de colegio, asimismo el 43.99% de los jóvenes buscan ayuda para solucionar sus problemas, esto es congruente con el grado alto de optimismo anteriormente expuesto puesto que este grupo percibe la vida de una manera más sencilla sin complicaciones lo cual los hace pensar que todo es posible, alcanzable y que tiene el apoyo de las personas que lo rodean, lo cual se refuerza con el factor percepción de las cosas, donde el 61.89% de los jóvenes están en desacuerdo que las cosas son difíciles dada su personalidad según el resumen de la Figura N°35, además se denota un mínimo porcentaje (6,56%) de jóvenes que manifiestan una actitud indiferente ante los problemas lo cual nos permite determinar que son cocientes de la existencia de los problemas y buscan siempre la solución a los mismos, los resultados son similares en ambos casos. (Figura N°35).

4.9. Trabajo en equipo

Figura N° 36

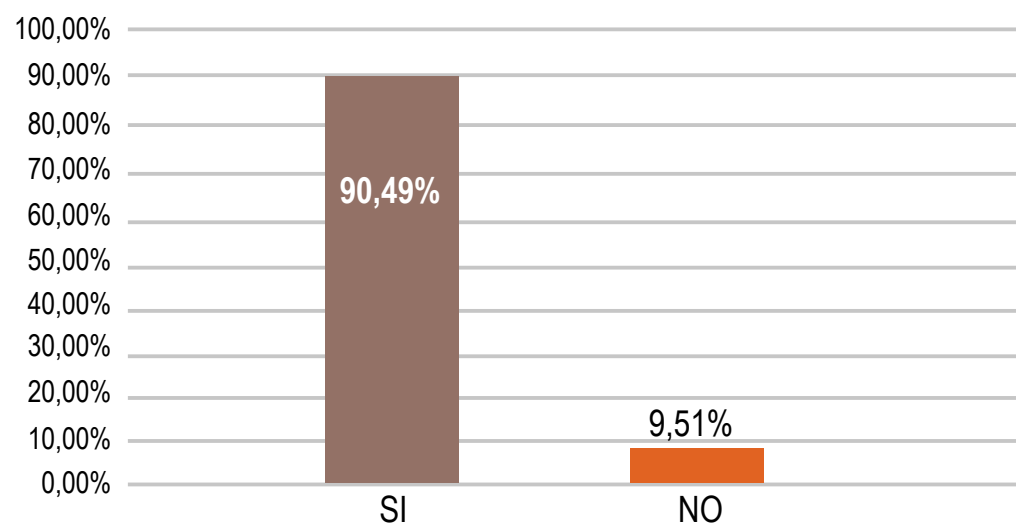
Emprender/Universidad
(Expresado en porcentajes)



Fuente: elaboración propia

Figura N° 37

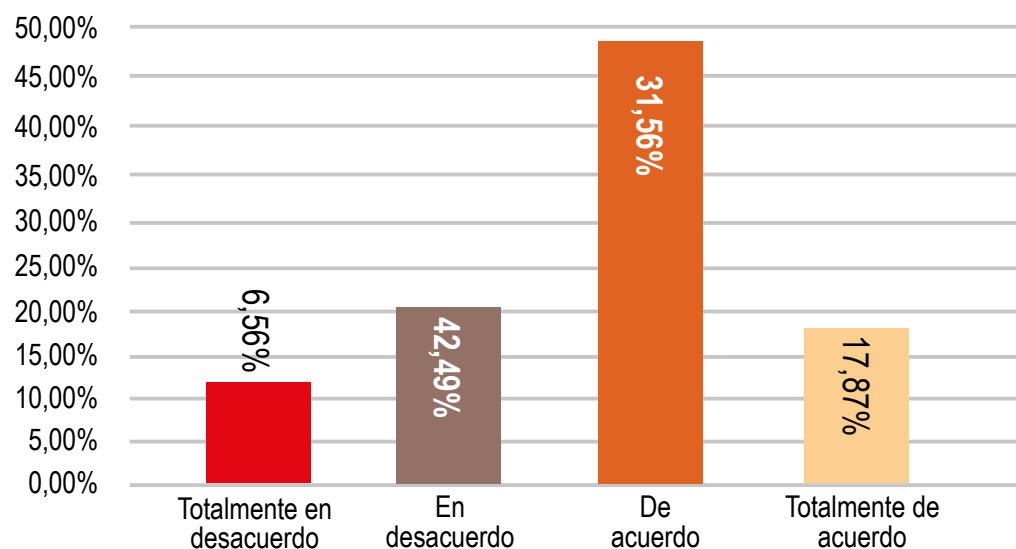
**Decisiones
(Expresado en porcentajes)**



Fuente: elaboración propia

Figura N° 38

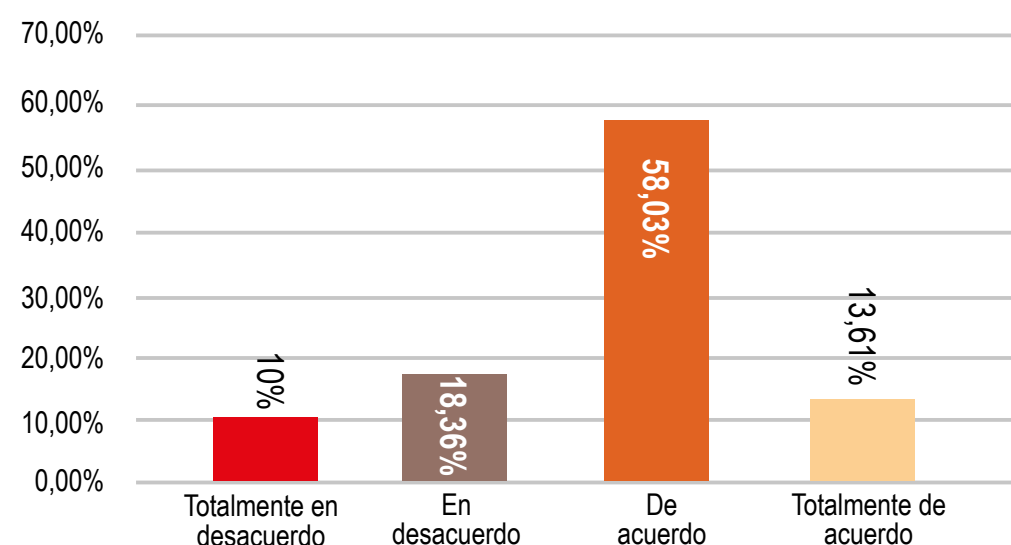
**Trabajo en equipo
(Expresado en porcentajes)**



Fuente: elaboración propia

Figura N° 39

**Capacidad de Liderazgo y Trabajo en equipo
(Expresado en porcentajes)**



Fuente: elaboración propia

Emprender no se puede considerar como una actividad individual por lo que se considera el liderazgo como variable importante, lo cual implica influir sobre las personas para que voluntariamente se unan al logro de los objetivos grupales fomentando las habilidades de trabajo en equipo, comunicación, y la pasión para aunar fuerzas en las tareas y los compromisos comunes, bajo este concepto se afirma que el 81.55% de los jóvenes de Tarija de entre los 16 y 20 años de edad les interesa emprender siendo similar en ambos casos (Figura N°36) asimismo, este factor se puede reforzar haciendo hincapié en que el 90.49% de los jóvenes universitarios prefieren tomar decisiones, dejando en claro que los jóvenes se inclinan más por una empresa propia como se puede observar en la Figura N°37. Por otra parte, el 65.90% de los jóvenes de la ciudad de Tarija reconoce que el trabajo en equipo es más fructífero que el trabajo individual siendo similar tanto para los colegios como para las universidades y el 71.64% considera que tiene capacidades de liderazgo y trabajo en equipo como se puede observar en las Figuras N°38 y 39.

4.10. Percepción de capacidades

Figura N° 40

Capacidad emprendedora
(Expresado en porcentajes)

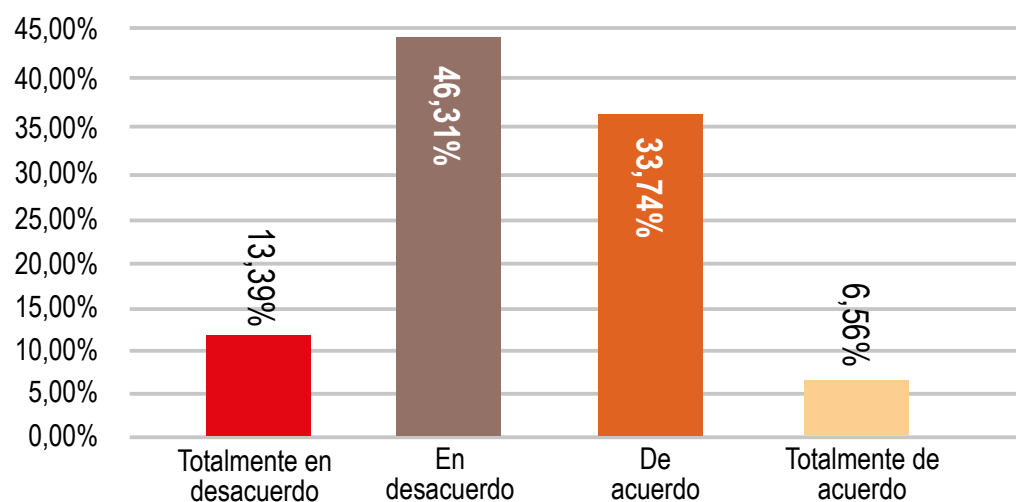
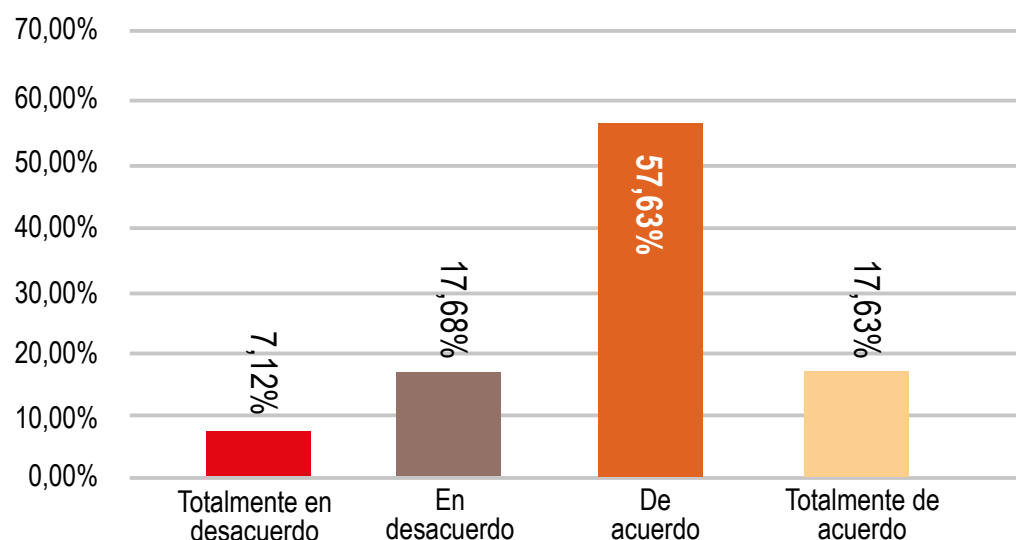


Figura N° 41

Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo
(Expresado en porcentajes)

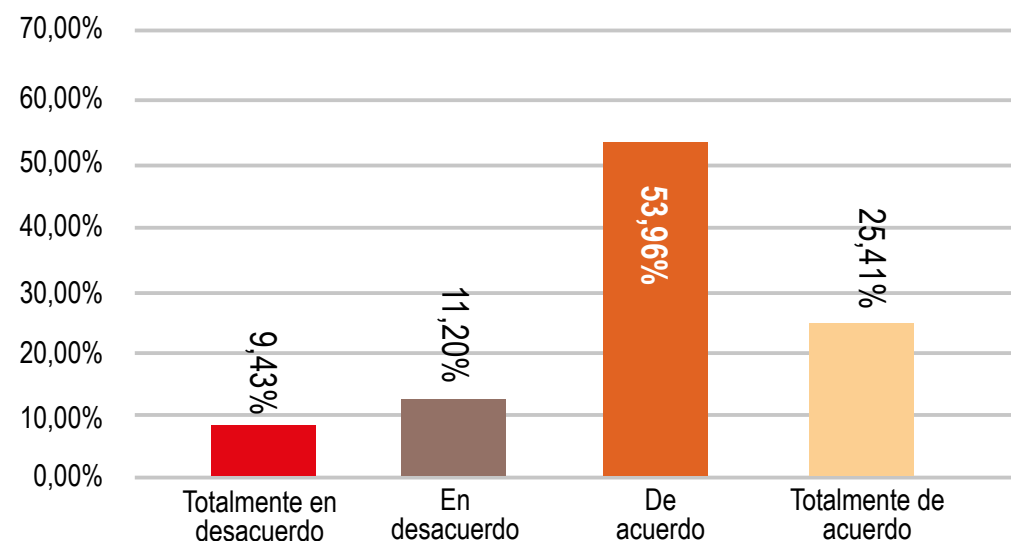


En cuanto a la percepción de capacidades, el 59.70% considera no tener las capacidades para crear su propia empresa, representado principalmente por los jóvenes de colegio y el 40.30% si considera tener las capacidades para crear su propia empresa de los cuales en su generalidad son los jóvenes universitarios como se puede observar en la Figura N°40.

Asimismo, de los jóvenes que consideran tener capacidades para emprender el 57.63% posee capacidades de liderazgo y trabajo en equipo y un adecuado manejo de sus situaciones problemáticas. (Figura N°41)

Figura N° 42

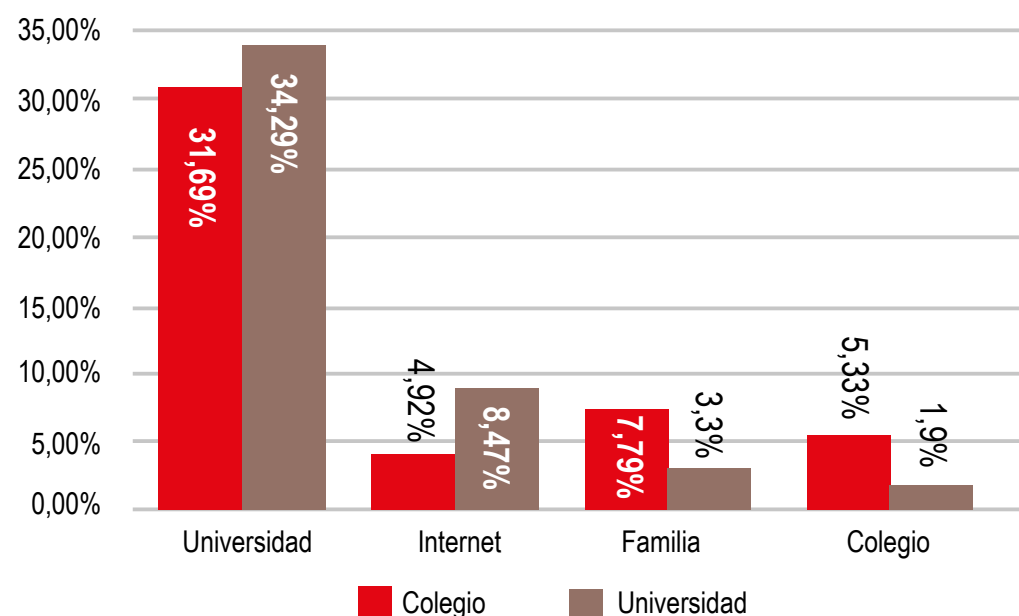
La Universidad te enseña más sobre emprendimiento que el Colegio
(Expresado en porcentajes)



De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que los jóvenes está de acuerdo en que los conocimientos acerca de los emprendimientos se los adquiere en la Universidad representados por el 79,37% como se puede observar en la Figura N°42.

Figura N° 43

**Adquisición de capacidades/Estudios
(Expresado en porcentajes)**



Por otra parte, el 65.98% de los jóvenes considera que la obtención de las capacidades para emprender se las puede adquirir en la universidad, el 13.39% considera que lo puede obtener del internet y la familia sería la última instancia donde se podría adquirir dichas capacidades. Asimismo, el 79.37% está de acuerdo en que la universidad es la que enseña más sobre emprendimiento que el colegio como se puede observar en la Figura N°43.

Según lo expuesto, se puede concluir que los jóvenes a esta edad tienen no consideran tener las capacidades suficientes para emprender, siendo sus expectativas poder adquirirlas en la Universidad, lo cual determina un aspecto importante a considerar para las universidades de nuestra ciudad.



CAPITULO V

CONCLUSIONES

Los jóvenes de 16 a 20 años tanto de colegio como de universidades, los mismos que se encuentran en los últimos dos años de colegio es decir 5to y 6to de secundaria, y los dos primeros años de universidad cabe decir 1er y 2do año, revelan que las características que debe poseer un emprendedor son: la formación académica, la innovación en lo que se desea ofrecer, la motivación para crear su propio empleo, ser optimistas debido a que la mayoría de los mismos se encuentran en una edad en la que ven la vida de una manera sencilla sin complicaciones, positivos, persistentes al momento de proponerse algún objetivo, pues los mismos luchan hasta lograrlos, además de brindar soluciones a las situaciones problemáticas que atraviesan aunque la mayoría de los estudiantes de colegios afirma solucionar sus problemas por si solos, por otro lado la mayoría de los jóvenes universitarios afirman buscar ayuda para solucionar sus problemas; una característica marcada en ellos es que desean ser exitosos entendido este término como el hacer lo que les gusta por lo tanto en base a estos datos importantes podemos decir que contamos con una juventud que posee una mentalidad adecuada para generar emprendimiento, a pesar de ellos considerar que no tienen todavía una capacidad por emprender desean mejorar y fortalecer más ese espíritu y esa idea. Asimismo, los jóvenes consideran poseer capacidades de liderazgo y trabajo en equipo.

Los jóvenes tanto de colegio como de universidad tienen un marcado interés en emprender para poder generar fuentes de trabajo, pero ambos sectores quieren hacerlo una vez concluyan con su formación tanto de colegio como universidad ósea cuando adquieran una profesión. Un aspecto importante que se puede destacar es que los jóvenes universitarios que al pasar de la etapa de colegio a universidad baja su motivación e interés por emprender y sube el deseo de ser dependientes debido a que estos buscan una estabilidad laboral.

Ambas poblaciones estudiadas, jóvenes de colegio y universidad en su mayoría no poseen empresas familiares, pero los que poseen están en el rubro del comercio, seguido de alimentos y bebidas, cabe hacer notar que el 42.49% de los que

poseen una empresa familiar alguna vez han trabajado y en un futuro quisieran dirigir la empresa de la familia.

Ambos sectores jóvenes tanto de colegio como de universidad tienen una importante tendencia a realizar cosas nuevas, se percibe un enfoque innovador, pero aún no han logrado generar alguna idea de negocio que les permita emprender, aun así, el interés de emprender se mantiene intacto y el mismo está orientado al sector de servicios.

En cuanto a las oportunidades de negocio los jóvenes manifiestan conocer el mercado y tienen la confianza suficiente para poder realizar ventas en los segmentos que quieren enfocarse, están de acuerdo en invertir dinero en su negocio para que este prospere y puedan así incrementar la participación de mercado en el cual se encuentran enfocados, para que más adelante puedan diseñar y dirigir estrategias a nuevos segmentos logrando vender sus productos o servicios en Latinoamérica y otros países del mundo, es decir que al inicio prefieren enfocarse en Bolivia pero sin dejar de la lado el objetivo de realizar exportaciones, puesto que debido a las nuevas políticas implementadas por el gobierno, impuestos y demás consideran que no es fácil crear una empresa o mantenerla dentro del mercado si es que esta no genera ingresos suficientes.

Los jóvenes de colegio como de universidad identifican al riesgo como algo que deben tomar muy en cuenta y sobre todo algo que puede perjudicarlos y hacerles perder dinero, por lo cual prefieren emprender con amigos y familiares en mercados latinoamericanos, pues encuentran en ellos alguien en quien confiar, para poder lograr esto deben trabajar antes para poder ahorrar y así generar el capital que necesitan para poder emprender

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA

Código:
Colegio/Universidad y Carrera:

ENCUESTA A ESTUDIANTES

Este cuestionario se elaboró para conocer la percepción que tienes como estudiante en relación a emprender tu negocio. Lee con detenimiento las preguntas y marca con una “X” la respuesta que mejor te identifique. No existen respuestas correctas o incorrectas, tómate el tiempo que necesites para completar el cuestionario.

Tipo:	☐ Varón	☐ Mujer				
Género:	☐ 5to secundaria	☐ 6to secundaria	☐ 1er.año de Universidad	☐ 2do.año de Universidad		
1. ¿Se considera una persona optimista y alegre?					☐ Sí	☐ No
2. ¿Qué es éxito para ti?						
☐ a) Ganar dinero	☐ b) Hacer lo que me gusta	☐ c) Ayudar a otra personas	☐ d) Tener amigos	☐ e) Ayudar en la familia	☐ Otro	
3. ¿Tienes problemas que no puedes solucionar?						
☐ 1) Totalmente en desacuerdo	☐ 2) En desacuerdo	☐ 3) De acuerdo	☐ 4) Totalmente de acuerdo			
4. ¿Buscas hacer constantemente cosas nuevas o diferentes?					☐ Sí	☐ No
5. ¿Disfrutas de la vida y piensas positivo?					☐ Sí	☐ No
6. ¿Cómo manejas situaciones problemáticas?						
☐ a) Busco ayuda	☐ b) Lo soluciono solo	☐ c) Espero que se solucionen solos	☐ d) No haga nada porque me es indiferente			
7. Prefieres.		☐ a) Tomar decisiones	☐ b) Seguir instrucciones			
8. ¿Consideras que las cosas son difíciles?						
☐ 1) Totalmente en desacuerdo	☐ 2) En desacuerdo	☐ 3) De acuerdo	☐ 4) Totalmente de acuerdo			
9. ¿Consideras que el trabajo en equipo es mejor que el trabajo individual?						
☐ 1) Totalmente en desacuerdo	☐ 2) En desacuerdo	☐ 3) De acuerdo	☐ 4) Totalmente de acuerdo			
10. ¿Te gustaría crear tu propia empresa?						
Sí ☐ ¿Cuándo?.....			No ☐ ¿Por qué?			

11. ¿Has trabajado en tu negocio familiar?				☐ Si	☐ No
12. ¿Convinces a tus compañeros para trabajar contigo?					
☐ 1) Totalmente en desacuerdo	☐ 2) En desacuerdo	☐ 3) De acuerdo	☐ 4) Totalmente de acuerdo		
13. ¿Tu familia tiene alguna empresa propia?		Si ☐	¿En qué actividad?.....		☐ No
14. ¿Tienes alguna nueva idea para crear una empresa?		Si ☐	¿Cuál?.....		☐ No
15. Cuando termines la Universidad, preferirías:					
☐ a) Buscar trabajo	☐ b) Crear tu propia empresa	☐ c) Seguir estudiando	☐ d) Trabajar en el negocio familiar		
16. ¿Cuándo tienes algún problema persistes hasta solucionarlo?					
☐ 1) Totalmente en desacuerdo	☐ 2) En desacuerdo	☐ 3) De acuerdo	☐ 4) Totalmente de acuerdo		
17. Si tu familia tuviera una empresa ¿Te gustaría dirigirla cuando termines la Universidad?				☐ Si	☐ No
18. ¿Porque crearías una empresa?					
☐ a) Estatus y respeto	☐ b) Ganar más dinero	☐ c) Dar trabajo a otros	☐ d) No crearía	☐ e) Otro motivo	
19. ¿Confías en que la gente comprara tu producto?					
☐ 1) Totalmente en desacuerdo	☐ 2) En desacuerdo	☐ 3) De acuerdo	☐ 4) Totalmente de acuerdo		
20. ¿Sabes dónde venderías tu producto?					
☐ 1) Totalmente en desacuerdo	☐ 2) En desacuerdo	☐ 3) De acuerdo	☐ 4) Totalmente de acuerdo		
21. ¿Conoces quienes necesitan tu producto?					
☐ 1) Totalmente en desacuerdo	☐ 2) En desacuerdo	☐ 3) De acuerdo	☐ 4) Totalmente de acuerdo		
22. Prefieres vender tu producto en:		☐ a) Tarija	☐ b) Bolivia	☐ c) Latinoamérica	☐ d) Todo el mundo
23. ¿Consideras que el Bolivia es fácil crear tu propia empresa?					
☐ 1) Totalmente en desacuerdo	☐ 2) En desacuerdo	☐ 3) De acuerdo	☐ 4) Totalmente de acuerdo		
24. ¿Invertirías todos tus ahorros en una nueva empresa?					
☐ 1) Totalmente en desacuerdo	☐ 2) En desacuerdo	☐ 3) De acuerdo	☐ 4) Totalmente de acuerdo		
25. ¿Qué harías para no perder tu dinero?					
☐ a) Estudiar más mi idea	☐ b) Buscar un socio para mi negocio	☐ Pedir prestado a la familia	☐ d) No invertir		
26. Crearías tu empresa:					
☐ a) Solo	☐ b) Con amigos	☐ c) Con mi familia	☐ d) No crearía		

27. Si no tienes dinero para crear tu propia empresa. ¿Qué haces?			
☐ Busco dinero inmediatamente	☐ Trabajo para ahorrar	☐ c) No creo	
28. ¿Consideras que hoy tienes las capacidades para crear tu propia empresa?			
☐ 1) Totalmente en desacuerdo	☐ 2) En desacuerdo	☐ 3) De acuerdo	☐ 4) Totalmente de acuerdo
29. ¿Dónde consideras que adquiriste o puedes adquirir estas capacidades de la mejor manera?			
☐ a) Internet	☐ b) Colegio	☐ c) Universidad	☐ d) Familia
30. ¿El colegio te enseñó algo relacionado al emprendimiento?			☐ Si ☐ No
31. ¿Consideras que la Universidad te enseña más sobre emprendimiento que el Colegio?			
☐ 1) Totalmente en desacuerdo	☐ 2) En desacuerdo	☐ 3) De acuerdo	☐ 4) Totalmente de acuerdo

Muchas gracias por tu tiempo. :)

ANEXO 2

GRUPO FOCAL

1. Comentario

Continuando con el levantamiento de información para la investigación en propuesta se procede el grupo focal aplicado a:

- Población 1: Estudiantes de sexto de secundaria
- Población 2: Estudiantes de segundo año de la universidad

La naturaleza del grupo focal es informal y múltiple donde se expondrán todos los puntos de vistas, acuerdos y desacuerdos.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general de la investigación

Analizar las características potenciales que presentan los jóvenes de último año de colegio e inicio de la universidad para promover iniciativas relacionadas al emprendimiento.

2.2. Objetivos del grupo Focal:

Entre los principales objetivos que se quiere lograr con la realización del grupo focal:

- Generar datos para comprender mejor los resultados del estudio cuantitativo que se realizó.
- Identificar los rasgos de emprendedor más frecuentes que presentan los (as) jóvenes
- Identificar la percepción de los jóvenes hacia el emprendimiento
- Determinar los factores que influyen en la formación de jóvenes con espíritu emprendedor

3. Organización y metodología

3.1. Tamaño del grupo

Se realizarán dos grupos focales que estarán conformado entre 8 a 10 participantes cada uno

3.2. Composición

- Grupo 1: Estudiantes de sexto de secundaria
- Grupo 2: Estudiantes de segundo año de la universidad

3.3. Escenario físico

El lugar donde se realizará el grupo focal será en un aula bien iluminada, cómoda y limpia de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” ubicada en la calle Colon N° 734.

3.4. Duración

Se preve que el grupo focal dure 1:30 hrs.

3.5. Grabación

Se ubicará una cámara no visible en frente del grupo para grabar todos los pormenores, tanto en imagen como en audio.

3.6. Programa del grupo focal

El programa a seguirse en la ejecución del grupo focal se presenta a continuación:

1. Inauguración, bienvenida y presentación de objetivos
2. Explicación de la metodología
3. Discusión sobre las interrogantes planteadas
 - Lanzar las preguntas. Recuerde no hay respuestas correctas o incorrectas.
 - Análisis y discusión de cada pregunta con su respectiva respuesta.
 - Conclusiones y comentarios a cada pregunta.

4. Plenaria y conclusiones

3.7. Fecha de realización

- Viernes 11 de agosto de 2017 (Estudiantes de sexto de secundaria)
Horas: 17:00 a 18:30
- Sábado 12 de agosto de 2017 (Estudiantes de segundo año de la universidad)
Horas: 9:00 a 10:30

3.8. Preguntas guías

1. ¿Qué planes tienes una vez concluido el colegio/la universidad?
2. ¿Consideran que el Bolivia es fácil crear tu propia empresa?
3. ¿Consideran que hoy tienen las capacidades para crear una empresa propia?
4. ¿Dónde consideran que adquirieron o pueden adquirir estas capacidades de la mejor manera?
5. ¿Consideran que el trabajo en equipo es mejor que el trabajo individual?
6. ¿Ejercieron algún trabajo, sea este familiar o con terceros?

7. ¿Qué es emprendimiento?
8. ¿Hoy, si tuvieran que decidir sobre trabajar en una empresa o ser dependiente, cual elegirían?
9. ¿Qué es éxito?
10. ¿Invertirían todos sus ahorros en una nueva empresa y como harían para no perder ese dinero invertido?

4. Recomendaciones

- Enviar la carta de invitación y confirmas la asistencia mediante una llamada telefónica
- Presentar con claridad la directriz del grupo focal a los participantes para guiar su desenvolvimiento
- Otorgar un presente en agradecimiento a su participación

Carta de invitación modelo:

Estimado Estudiante:

Me dirijo a su persona con el fin de indicarle que usted ha sido seleccionado dentro de un grupo importante de estudiantes para participar de un grupo focal que consiste en emitir una serie de opiniones, pensamientos, ideas y propuestas sobre el tema “PARTICULARIDADES DEL ESPIRITU EMPRENDEDOR EN LOS JOVENES DE LA CIUDAD DE TARIJA”. El grupo focal se llevará a cabo el día viernes 11/08/201 en el domicilio de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” ubicada en la calle Colon N° 734 a horas 17:00. Como valoramos su tiempo, se iniciará puntual y al finalizar se entregará un presente en agradecimiento por su participación.

Se le ruega por favor confirmar su participación hasta horas 19:00 pm del jueves a los teléfonos o al celular

Atte.

ANEXO 3

OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Unidad Muestral	Tipo de muestro	Técnica	Instrumento	Tamaño de muestra
Adolescentes de 5° y 6° de Secundaria	Muestreo probabilístico aleatorio simple	Encuesta	Encuesta a adolescentes (Ver Anexo 1)	Se aplicaron 364 encuestas distribuidas proporcionalmente en los colegios de la ciudad de Tarija.
Informantes claves	Muestreo no probabilístico, sujetos tipo	Grupo Focal	Grupo Focal Adolescentes (Ver Anexo 2)	Se contó con la presencia de 8 informantes claves de los distintos colegios de la ciudad de Tarija.
Jóvenes de 1° y 2° año de la universidad	Muestreo probabilístico aleatorio simple	Encuesta	Encuesta a Jóvenes (Ver Anexo 1)	Se aplicaron 368 encuestas distribuidas proporcionalmente en las universidades de la ciudad de Tarija.
Informantes claves	Muestreo no probabilístico, sujetos tipo	Grupo Focal	Grupo Focal Jóvenes (Ver Anexo 2)	Se contó con la presencia de 8 informantes claves de las distintas universidades de la ciudad de Tarija.

ANEXO 4

CONCLUSIONES GRUPOS FOCALES

Dirigidas a jóvenes estudiantes de 5to y 6to curso de Colegio de la ciudad de Tarija:

Las conclusiones que se pudo obtener del grupo focal después de haber realizado las siguientes preguntas son las siguientes

1.- ¿Qué planes tiene una vez concluida la Universidad?

Los jóvenes de colegio que se encuentra cursando el quinto y sexto curso de secundaria, consideran que después de concluida la universidad desean postularse a becas fuera del país para continuar con su preparación profesional para enfrentar de mejor manera su futuro trabajo. Asimismo, les gustaría viajar mucho.

2.- ¿Considera que en Bolivia es fácil crear tu propia empresa?

Los estudiantes expresaron que emprender en Bolivia es fácil, lo difícil es solventarla y sustentarla dado los elevados impuestos y todas las obligaciones que se deben cumplir tanto en el aspecto legal como impositivo. Asimismo, consideran que el Estado no apoya a las nuevas empresas y no existen incentivos para crear empresas como hay en otros países.

3.- ¿Considera que hoy tiene las capacidades para crear una empresa propia?

Los estudiantes consideran que la preparación que se imparte en el colegio es mecanizada que impide a los alumnos sobresalir en lo que realizan y no existe motivación a pesar que el gobierno ayuda con becas y olimpiadas pero eso no resulta suficiente para desarrollar capacidades sólidas y estables para crear una empresa.

4.- ¿Dónde considera que adquirió o puede adquirir estas capacidades de la mejor manera?

Los estudiantes afirman que la universidad es el mejor lugar donde se puede adquirir las capacidades suficientes para crear una empresa y ser sus propios jefes en un futuro, sin embargo, resaltan puntos como la formación académica y la formación personal que consideran importantes al momento de prepararse en una universidad ya que asimilan que la universidad es una etapa de la vida crucial que define el destino de las personas en su futuro.

5.- ¿Considera que el trabajo en equipo es mejor que el trabajo individual?

Se considera que el trabajo en equipo es la mejor opción porque las personas se complementan, algunas tienen capacidades que otros no las tiene por tanto esto hace que las personas se complementen y alcancen objetivos más concretos de la mejor manera.

6.- ¿Ejercieron algún trabajo, sea este familiar o con terceros?

Dos estudiantes manifestaron que si ejercieron un trabajo con terceros y que la experiencia fue bastante satisfactoria porque aprendieron bastante lo que significa trabajar, el resto de los participantes aun no lo hicieron.

7.- ¿Que es Emprendimiento?

Los estudiantes dieron diferentes definiciones sobre emprendimiento:

- » Proyecto de vida propio llevado a la realidad.
- » Proponerse algo y luchar por alcanzarlo
- » Deseo de alcanzar algo
- » Colocar un negocio propio.

8.- ¿Si tuvieran que decidir hoy sobre trabajar en una empresa o ser dependientes, cual elegirían?

Todos los estudiantes que participaron de este grupo focal respondieron que en estos momentos elegirían trabajar en una empresa para conocer el manejo y como funciona para luego abrir una empresa o negocio propio que les permita ser independiente

9.- ¿Que es ÉXITO?

Todos los estudiantes que participaron coincidieron en que el éxito es:

- » Es el triunfar en la vida
- » Alcanzar sus cometidos y sentir satisfacción propia
- » Alcanzar y cumplir sueños
- » Realzar un trabajo de la mejor manera y disfrutarlo
- » “Hacer lo que te gusta”

10.- ¿Invertirían todos sus ahorros en una nueva empresa y como harían para no perder ese dinero invertido?

Los estudiantes consideran que primero tendría que analizar la realidad y la rentabilidad de un negocio para realizar una inversión, sin embargo, coincidieron que no invertirían todos sus ahorros en una empresa nueva. Se percibe un alto nivel de temor a la inversión en empresas nuevas por los motivos mencionados en referencia a las dificultades del país para emprender.

Dirigidas a jóvenes estudiantes de 1ro y 2do año de universidad de la ciudad de Tarija:

Las conclusiones que se pudo obtener del grupo focal después de haber realizado las siguientes preguntas son las siguientes

1.- ¿Qué planes tiene una vez concluida la Universidad?

Los jóvenes de la universidad que se encuentra cursando el primer y segundo año de estudio, consideran que después de concluida la universidad tiene planeado buscar trabajo el cual les permita adquirir experiencia como también reunir recursos económicos para luego pensar en llevar adelante un emprendimiento propio.

2.- ¿Considera que en Bolivia es fácil crear tu propia empresa?

Los estudiantes expresaron que emprender en Bolivia es muy complicado, esto debido a diferentes factores tales como:

- » Los impuestos representan el principal aspecto de fracaso de los empen-

dimientos en Bolivia, puesto que no tiene un enfoque de apoyo a las personas que inician un negocio propio.

- » No existe una cultura emprendedora visionaria o con objetivos a largo plazo, es decir, muchas personas emprenden, pero no tienen el objetivo claro como para mantener un emprendimiento estable a lo largo de sus etapas de desarrollo.
- » El gobierno no genera los espacios ni la motivación para emprender
- » Los jóvenes todavía no están preparados en aspecto legales que sobre todo el gobierno exige para dar formalidad a una empresa por lo que es más fácil que las empresas se cierren a que se abran
- » Existen muchas exigencias burocráticas que el gobierno pide para abrir una empresa lo cual desmotiva a emprender.

3.- ¿Considera que hoy tiene las capacidades para crear una empresa propia?

Los jóvenes universitarios se consideran emprendedores y desean en un futuro emprender sus propias empresas, pero mencionan que aún no se sienten con la preparación ni con el conocimiento necesario para emprender pues esto les genera temor tal vez lo harían con el acompañamiento necesario.

4.- ¿Dónde considera que adquirió o puede adquirir estas capacidades de la mejor manera?

Los estudiantes coinciden que el mejor lugar donde se puede adquirir las capacidades para crear una empresa es la universidad, sin embargo, ellos consideran que la teoría que se aprende no es suficiente por lo que expresan que la práctica es un pilar fundamental para desarrollar dichas capacidades y la transmisión de experiencia de empresarios y/o familiares es importante para el fortalecimiento de las mismas.

5.- ¿Considera que le trabajo en equipo es mejor que el trabajo individual?

A través del trabajo en equipo los estudiantes indican que se puede lograr mejores resultados como también mayor conocimiento, teniendo un mayor panorama de la situación mediante la asignación de responsabilidades específicas a cada miembro. Sin embargo, dos personas manifestaron que prefieren el trabajo individual ya que les permite alcanzar mejores resultados.

6.- ¿Ejercieron algún trabajo, sea este familiar o con terceros?

Tres personas de 15 en total, indicaron que ejercieron en algún momento de sus vidas un trabajo sin embargo están muy vinculados con empresas familiares. Una sola persona menciona que trabajo en una ONG, el resto de los participantes aun no lo hicieron.

7.- ¿Que es Emprendimiento?

Los estudiantes dieron diferentes definiciones sobre emprendimiento:

- » Empezar algo nuevo: actividades, sueños, ideas.
- » Poner en marcha una idea de negocios
- » Empezar una empresa en el mercado
- » Tener una idea y llevarla a la realidad
- » Empezar algo saliendo de la zona de confort
- » Identificar una necesidad y generar una solución creando una empresa
- » Realizar una actividad por voluntad propia.

8.- ¿Si tuvieran que decidir hoy sobre trabajar en una empresa o ser dependientes, cual elegirían?

Todos los estudiantes que participaron de este grupo focal respondieron que en estos momentos elegirían trabajar en una empresa como dependientes por diferentes motivos que se exponen a continuación:

- » No cuentan con las capacidades ni habilidades necesarias
- » No se cuenta con el tiempo necesario pues se encuentran en etapa de formación universitaria
- » Es importante ser dependiente primero para poder aprender y adquirir experiencia
- » No se posee recursos económicos para poder crear una empresa
- » No se cuenta con un equipo para hacerlo
- » Asimismo, coinciden que ellos seguirían la siguiente secuencia: dependiente para ganar experiencia y contar con capital para luego independizarse con lago propio.

9.- ¿Que es ÉXITO?

Todos los estudiantes que participaron coincidieron en que el éxito es:

- » Alcanzar objetivos personales, autorrealización personal, sentirse satisfechos con uno mismo.
- » Alcanzar y cumplir sueños
- » Alcanzar la felicidad
- » “Hacer lo que te gusta”
- » “Todo es un éxito, cuando te equivocas en realidad no es malo porque estas adquiriendo los conocimientos de cómo no hacerlo.” “De los errores aprendes”
- » Ser y estar, lo que quieras y donde quieras

10.- ¿Invertirían todos sus ahorros en una nueva empresa y como harían para no perder ese dinero invertido?

Los estudiantes indicaron que no invertirían todos sus ahorros en una empresa, podría ser parte de ellos, pero si realmente creen en su idea, además consideran que lo ideal es diversificar sus ahorros con lo que minimizarían el riesgo de fracaso en un negocio. Se percibe un alto nivel de temor a la inversión en empresas nuevas por los motivos mencionados en referencia a las dificultades del país para emprender.



BIBLIOGRAFÍA



A.C., D. e. (s.f.). Emprendedores UNET. Recuperado el 06 de abril de 2016, de Emprendedores UNET: http://www.unet.edu.ve/~ilabarca/concepto_emprendedor.htm

Abbate, P. (29 de septiembre de 2015). MasterMarketing. Obtenido de <http://mastermarketingla.com/por-que-los-emprendedores-son-importantes-para-la-economia/>

Abogado. (2017). Obtenido de <https://www.abogado.com/recursos/negocios-de-franquicias/qu-es-una-oportunidad-de-negocios.html>

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

Anzola, S. (02 de diciembre de 2003). El impacto de la cultura emprendedora. (Funda-Pro, Entrevistador)

Blog.empware.com. (16 de agosto de 2013). Las dos etapas del proceso emprendedor. Grandes Pymes. Recuperado el 06 de abril de 2016, de Las dos etapas del proceso emprendedor. Grandes Pymes: <http://jcvalda.wordpress.com/2013/08/16/las-dos-etapas-del-proceso-emprendedor/>

Bronzino, E. (09 de noviembre de 2016). Gestipolis. Recuperado el 12 de abril de 2018, de <https://www.gestipolis.com/definicion-gestion-empresas-familiares/>

Carreras, M. R. (2009). En M. R. Carreras, Creación de Empresas (pág. 333). Catalunya: UPC.

Castellary, P. (08 de septiembre de 2013). Pasen y lean. Recuperado el 13 de abril de 2016, de Pasen y lean: <http://pcastellary.blogspot.com/2013/09/que-ingredientes-necesito-para-empezar.html>

Corduras Martinez, A. (2010). Una Perspectiva Global sobre la Educación y Formación Emprendedora. Global Entrepreneurship Monitor Special Report. Obtenido de Global Entrepreneurship Monitor Special Report: Una Perspectiva Global sobre la Educación y Formación Emprendedora.

Cormane, J. (03 de junio de 2013). Las competencias: Virtudes de un emprendedor. Recuperado el 13 de abril de 2016, de Las competencias: Virtudes de un emprendedor: <http://www.xmind.net/m/aVtV>

DefinicionABC. (2017). Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/innovacion.php>

Diccionario de la Real Academia Española. (2017). Madrid-Catalunya: Libr. de Parmantier.

Entrepreneur Media. (31 de agosto de 2011). Recuperado el 14 de abril de 2016, de Entrepreneur Media: <https://www.entrepreneur.com/article/264590>

Fuentes Brito, F. (12 de mayo de 2010). El emprendedor en la economía. Listín Diario, págs. 5-6. Obtenido de <https://www.listindiario.com/economia/2010/05/12/141606/el-emprendedor-en-la-economia>

Grasso Vecchio, J. (02 de noviembre de 2013). Finanzas digital: Noticias de economía y finanzas. Obtenido de <http://www.finanzasdigital.com/2013/11/importancia-del-emprendimiento/>

Kantis, H. (2013). SEGIB. Obtenido de <https://segib.org/wp-content/uploads/013-HK.pdf>

La Fuente, E., Vaillant, Y., & Gómez, E. (2011). El impacto de factores socio-culturales sobre la actividad emprendedora de los jóvenes en España. Universidad Icesi.

Montealegre Painter, F. (21 de enero de 2013). No existe una receta general para promover el emprendimiento. (PRODEM, Entrevistador)

Querejazu, V., Zavaleta, D., & Mendizabal, J. (2014). Global Entrepreneurship Monitor - Reporte Nacional Bolivia 2014. La Paz: Artes Gráficas Sagitario SRL.

Romero, J. (26 de mayo de 2011). El País, Coloombia. Recuperado el 2016 de marzo de 02, de El País, Coloombia: <http://www.elpais.com.co/elpais/blogs/viga-en-ojo-ajeno/mercadeo-y-emprendimiento>

Sánchez Checa, F. (11 de marzo de 2013). Las distintas fases en el proceso emprendedor. Recuperado el 12 de abril de 2016, de Las distintas fases en el proceso emprendedor: <http://www.uiscumarr.org.ar/las-distintas-fases-en-el-proceso-emprendedor/>

Schnarch Kirberg, A. (2014). Emprendimiento exitoso como mejorar su proceso y gestión. Bogotá: Ecoe.

UNICEF. (08 de marzo de 2002). UNICEF. Recuperado el 09 de junio de 2017, de UNICEF: http://www.unicef.org/evaldatabase/files/ZAM_01-009.pdf

