



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“FACTORES QUE CONDICIONAN EL POTENCIAL
EMPRESARIAL DE LOS ESTUDIANTES SECUNDARIOS
(BACHILLERES) DE LA CIUDAD DE LOJA”**

TESIS PREVIO A OPTAR EL GRADO
DE MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS MAE

AUTORES:

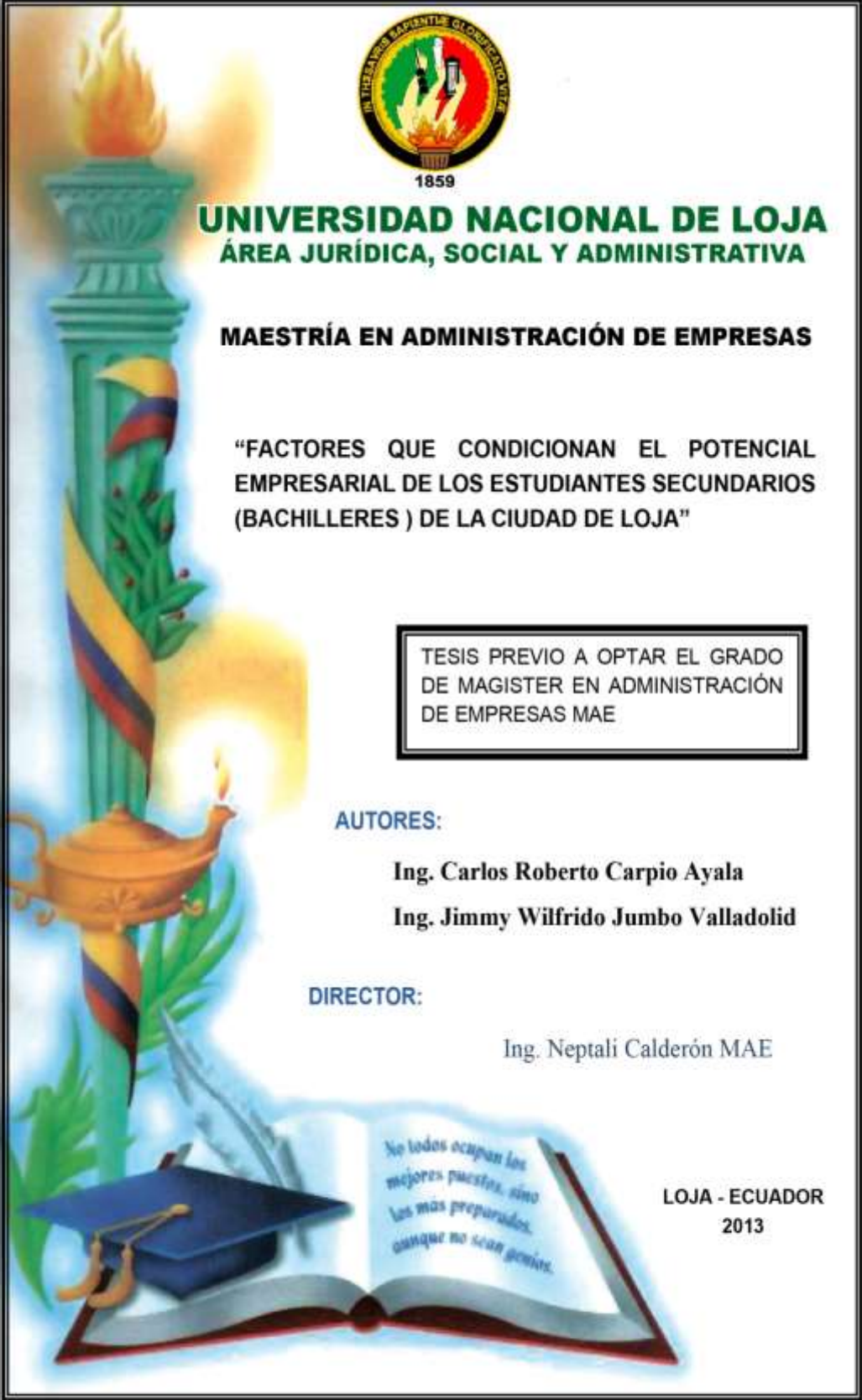
Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala

Ing. Jimmy Wilfrido Jumbo Valladolid

DIRECTOR:

Ing. Neptali Calderón MAE

**LOJA - ECUADOR
2013**



CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Manuel Neptali Calderón Sánchez MAE.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que los señores **Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala** e **Ing. Jimmy Wilfrido Jumbo Valladolid**, egresados de la Maestría en Administración de Empresas son autores de la tesis titulada “**FACTORES QUE CONDICIONAN EL POTENCIAL EMPRESARIAL DE LOS ESTUDIANTES SECUNDARIOS (BACHILLERES) DE LA CIUDAD DE LOJA**” la misma que fue revisada y corregida minuciosamente, por lo que se autoriza su reproducción y presentación al tribunal de grado.

Loja, Julio de 2013



Ing. Com. Manuel Neptali Calderón Sánchez MAE.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Nosotros, Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala e Ing. Jimmy Wilfrido Jumbo Valladolid declaramos ser autores del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de nuestra tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autor: Ing. Com. Carlos Roberto Carpio Ayala

Firma: 

Cédula: 1103418636

Fecha: 24 de Julio de 2013

Autor: Ing. Com. Jimmy Wilfrido Jumbo Valladolid

Firma: 

Cédula: 1103658686

Fecha: 24 de Julio de 2013

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR,
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y
PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO**

Nosotros, Ing. Carlos Roberto Carpio Ayala e Ing. Jimmy Wilfrido Jumbo Valladolid declaramos ser autores de la tesis titulada “**FACTORES QUE CONDICIONAN EL POTENCIAL EMPRESARIAL DE LOS ESTUDIANTES SECUNDARIOS (BACHILLERES) DE LA CIUDAD DE LOJA**” como requisito para optar el grado de **MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad , a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veinticuatro días del mes de Julio de dos mil trece, firma el autor

Firma:


Autor: Ing. Com. Carlos Roberto Carpio Ayala

Cédula: 1103418636

Dirección: Toronto y Praga **Correo electrónico:**
robertocarpioed@gmail.com

Teléfono: 2610078 **Celular:** 0985098229

Firma:


Autor: Ing. Com. Jimmy Wilfrido Jumbo Valladolid

Cédula: 1103658686

Dirección: Urb. La Laguna **Correo electrónico:**
jimmyjumbomed@gmail.com

Teléfono: 2547982 **Celular:** 0993936417

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Ing. Com. Manuel Neptali Calderón Sánchez MAE.

Tribunal de Grado: Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana MAE (**Presidenta**)

Ing. Talia Quizhpe Salazar MAE.

Ing. Mauricio Alfredo Guillen Godoy MAE.

DEDICATORIA

*A Dios por su inmenso amor, a mi familia y a mi pequeño hijo **ROBERTITO**, quienes se han convertido en mi razón de ser y a mi madre que con sus sabios consejos me ha sabido guiar en el duro camino de la vida.*

CARLOS ROBERTO CARPIO A.

Para con mi madre, por su pureza de alma y sus frecuentes muestras de amor, con mis hermanos, especialmente con Richard y Darwin, por todo su apoyo incondicional y confianza.

Para con mi esposa Elsie por su paciencia y apoyo, mis hijos Alejandro y David.

JIMMY WILFRIDO JUMBO VALLADOLID

AGRADECIMIENTO

Nuestro sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica Social y Administrativa, al nivel de Postgrado y a la planta docente del segundo programa de Maestría en Administración de Empresas, por haber contribuido de una u otra manera en nuestra formación académica, y de manera especial al Ing. Com. Manuel Neptali Calderón Sánchez MAE. Director de Tesis, así mismo a los estudiantes que cursan el bachillerato y a las autoridades de las instituciones educativas de la ciudad de Loja que nos dieron las facilidades necesarias para realizar el trabajo de investigación, y a todas las personas que de alguna u otra manera colaboraron y brindaron su apoyo para la realización y culminación del presente trabajo intelectual.

LOS AUTORES.

1. TÍTULO

“FACTORES QUE CONDICIONAN EL POTENCIAL EMPRESARIAL DE LOS ESTUDIANTES SECUNDARIOS (BACHILLERES) DE LA CIUDAD DE LOJA”

2. RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado “**Factores que condicionan el potencial empresarial de los estudiantes secundarios (bachilleres) de la ciudad de Loja**” es un estudio que entre su objetivo principal está el de conocer cuál es el potencial empresarial que existe en la juventud de la ciudad de Loja, específicamente en los estudiantes que cursan el bachillerato en las instituciones educativas de la ciudad.

Para el desarrollo del presente trabajo primeramente se construyó un fundamento teórico referente al tema a ser estudiado obtenido de un sinnúmero de documentos como libros, revistas y folletos con fundamentos sobre emprendimiento y potencial empresarial.

Uno de los primeros objetivos planteados es el de realizar un diagnóstico de la población estudiantil que cursa el bachillerato en las instituciones educativas de la ciudad de Loja, de este estudio se pudo determinar que en la ciudad existen 14 instituciones fiscales que cuentan con 5035 estudiantes de los cuales 2169 son hombres y 2866 son mujeres; en lo que respecta a las instituciones fiscomisionales podemos mencionar que existen 5129 estudiantes de los cuales 2751 son hombres y 2378 son mujeres; en las instituciones particulares existe una población estudiantil que cursa el bachillerato y que asciende a un total de 2978 estudiantes de

los cuales 1391 son hombres y 1587 son mujeres, con estos resultados podemos mencionar que el 52% de la población que cursa el bachillerato son mujeres frente al 48% que son hombres, datos que son más detallados y que se encuentra en su parte pertinente del trabajo investigativo.

Si bien es cierto los estudiantes de las instituciones educativas que cursan el bachillerato ya han escogido su especialidad de estudios llegando a determinar que el 46% de los estudiantes de las instituciones fiscomisionales cursan la especialidad de Estudios Sociales, el 31% de los estudiantes de instituciones particulares también siguen la carrera de Estudios Sociales, mientras que los estudiantes de instituciones fiscales siguen la carrera de Químico Biológicas con un porcentaje del 29% de aceptación; en lo que respecta al género con el 37% el género masculino sigue la carrera de Estudios Sociales y con el 30% los estudiantes de género femenino también han escogido la carrera de Estudios sociales.

En el desarrollo del estudio se determinaron 2 grupos de factores que condicionan el potencial empresarial de los cuales tenemos los factores del entorno individual y los factores del entorno empresarial; en los factores del entorno individual encontramos 7 características entre las cuales tenemos: el deseo o necesidad de independencia, el control interno, la necesidad de logro, la autoeficacia, la propensión a asumir riesgos, la creatividad o carácter innovador, y la personalidad proactiva.

En lo que respecta a los factores del entorno empresarial encontramos una subclasificación la primera se denomina los factores del entorno personal en el cual se encuentran las características de la formación, la experiencia laboral y la influencia de la familia y por último la siguiente subclasificación que se denomina los factores del entorno global en el cual se encuentran la característica del entorno sociocultural y el entorno económico político institucional.

Una vez determinada las características que condicionan el potencial empresarial y de los resultados obtenidos de la encuesta que se aplicó a los bachilleres de la ciudad de Loja se realizó un análisis comparativo con el objetivo de conocer en qué tipo de institución y en que género predominan las características del potencial empresarial pudiendo determinar en base a la obtención de un promedio que en las instituciones fiscomisionales predominan estas características con un promedio del 52,62% seguida de las particulares con el 51,58% y las instituciones particulares con el 50,38%; mientras tanto en lo que respecta al género con el 51,46% estas características predominan en el género masculino y el género femenino tiene un promedio del 49,38%

SUMMARY

This research entitled "Factors influencing the entrepreneurial potential of high school students (graduates) from the city of Loja" is a study among its main objective is that of knowing what the business potential that exists in the youth of the Loja, specifically on high school students studying in the educational institutions of the city.

For the development of this paper first constructed a theoretical foundation regarding the topic to be studied obtained a number of documents such as books, magazines and brochures with foundations on entrepreneurship and entrepreneurial potential.

One of the first objectives is to make a diagnosis of the student population attends high school in the educational institutions of the city of Loja, in this study it was determined that in the city there are 14 institutions prosecutors with 5035 students which 2169 are men and 2866 are women regarding fiscomisionales institutions we mention that there are 5129 students of which 2751 are men and 2378 are women, in particular institutions there is a student population that attends the school, amounting A total of 2978 students of which 1391 are male and 1587 are female, with these results we mention that 52% of the population attends high school are women and 48% men, data that are more detailed and is in its relevant part investigative work.

While students of educational institutions who attend the school have already chosen their field of study leading to determine that 46% of students enrolled in educational institutions specializing in Social Studies, 31% of students in institutions also follow the career of Social Studies, while students of technical institutions follow the career of Chemical Biology with a percentage of 29% acceptance, in regard to gender with 37% male gender follows the career of Social Studies and 30% female students have also chosen the career of social studies.

In developing the study identified two groups of factors that determine the business potential of which have single environmental factors and factors of the business environment, in single environmental factors we find seven features among which are: the desire or need independence, internal control, the need for achievement, self-efficacy, propensity to take risks, creativity or innovative, and proactive personality. Regarding the business environment factors found a sub the first is called the personal background factors which are the characteristics of training, work experience and the influence of family and finally the following subclassification is called the global environment factors which are characteristic of the sociocultural and institutional political economic environment.

After determining the characteristics that determine the business potential and the results of the survey that was applied to the graduate students in

the city of Loja comparative analysis was performed in order to know what kind of institution that dominated genre business potential characteristics can be determined based on obtaining an average fiscomisionales institutions predominate in these characteristics with an average of 52.62% followed by the individuals with the 51.58% and private institutions with the 50.38% , while both in terms of gender with 51.46% these features dominate the male and female gender has an average of 49.38%

3. INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación se puede resaltar algunos parajes importantes que fueron resultado de un proceso de obtención de información ya sea producto de los referentes bibliográficos obtenidos de libros, folletos y revistas los mismos que nos permitieron construir un marco teórico referencial sobre la teoría del emprendimiento.

Seguidamente se obtuvieron los resultados producto de la aplicación de un formato de encuesta la misma que fue aplicada a los bachilleres de la ciudad de Loja y sus resultados presentados por tipo de institución en este caso instituciones fiscales, fiscomisionales y particulares y por género masculino y femenino.

En la etapa de la discusión encontraremos un diagnóstico en donde se analiza primeramente la historia del bachillerato a nivel global o macro para posteriormente centrarnos en el bachillerato en el Ecuador determinando que en nuestro país existe el bachillerato en ciencias y el bachillerato técnico el cual se divide en bachillerato técnico productivo y bachillerato artístico. Así mismo se determina el número de instituciones educativas que brindan a la comunidad estudiantil la posibilidad de seguir su bachillerato llegando a un número de 41 instituciones las mismas que se dividen en 14 instituciones fiscales, 9 instituciones fiscomisionales y 18 instituciones particulares; en estas instituciones estudian un total de 13142 bachilleres de género masculino y femenino y que se dividen en los

tres tipos de instituciones existentes en la ciudad de Loja; además se determina la especialidad que prefieren seguir los estudiantes que cursan el bachillerato en estas mismas instituciones.

En el desarrollo del trabajo de investigación se lograron detectar los factores que condicionan el potencial empresarial determinando que son 12 factores y que se dividen en factores individuales y los factores del entorno empresarial, este último que se divide en dos grupos y que son los siguientes factores: los factores del entorno personal y los factores del entorno global.

Con todos estos datos y resultados obtenidos se procedió a cumplir el último objetivo el mismo que busca hacer un análisis y comparar la incidencia del potencial empresarial y sus características en los bachilleres de las instituciones fiscales, fiscomisionales y particulares y en el género masculino y femenino, resultados que son detallados y calculados con el fin de lograr tener un adecuado acercamiento a la realidad en base a promedio obtenidos de los resultados de la encuesta que fue aplicada a la población objeto de estudio en este caso los bachilleres de la ciudad de Loja; al final del presente trabajo se plantean las respectivas conclusiones y recomendaciones del trabajo, producto del cumplimiento y del proceso de investigación realizada de una manera confiable y fidedigna con el afán de garantizar sus resultados.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. EL ROL DEL EMPRENDIMIENTO EN LA ECONOMÍA GLOBAL

La mayoría de los formuladores de política pública y académicos están de acuerdo en que el emprendimiento es fundamental para el desarrollo y bienestar de la sociedad. Los emprendedores crean puestos de trabajo, impulsan y dan forma a la innovación, acelerando los cambios estructurales en la economía. Por medio de la introducción de nueva competencia, contribuyen indirectamente con la productividad. El emprendimiento es, entonces, un catalizador para el crecimiento económico y la competitividad nacional.

4.2. NIVEL DE DESARROLLO ECONÓMICO Y EMPRENDIMIENTO

Las bases de datos armonizadas del GEM permiten comparaciones de la actividad emprendedora alrededor del globo, dentro y a través de regiones geográficas. Este informe examina además grupos de economías de niveles de desarrollo similar. Siguiendo la tipología usada por el Foro Económico Mundial, el GEM clasifica los 59 participantes del GEM como economías "basadas en factores." "basadas en la eficiencia" o "basadas en la innovación" (Porter, Sachs & McArthur. 2002). La Figura ilustra las características de estos grupos económicos y el foco clave para el desarrollo en cada nivel.



Figura 2 – Características de los grupos económicos y factores claves para el desarrollo

A medida que se desarrolla una economía, la productividad aumenta y, consecuentemente, también lo hace el ingreso per cápita, esto es a menudo acompañado por la migración de mano de obra a través de los diferentes sectores económicos. Por ejemplo, la fuerza de trabajo puede desplazarse de los sectores agrícolas y extractivos hacia la fabricación y luego eventualmente a los servicios (Gries & Naude. 2010). En sus primeras etapas de desarrollo. Las economías tienen normalmente una proporción mayor de actividades basadas en la necesidad. Aquí, la demanda de puestos de trabajo en sectores de alta productividad supera con creces la oferta. Como resultado, muchas personas deben crear su propia fuente de ingresos.

El mayor desarrollo viene acompañado del crecimiento de los sectores productivos. Esto aumenta la capacidad de empleo pero conduce a la disminución gradual del nivel de emprendimiento por necesidad.

Al mismo tiempo, mejoras en la riqueza y la infraestructura estimulan el emprendimiento por oportunidad, cambiando la naturaleza de la actividad

empresarial; estas nuevas empresas están más probablemente asociadas con mayores aspiraciones de crecimiento, innovación e internacionalización. Se apoyan. Sin embargo, en las instituciones económicas y financieras creadas durante las fases de desarrollo. En la medida en que estas instituciones sean capaces de alojar y apoyar la actividad empresarial por oportunidad, firmas innovadoras y empresariales pueden emerger como importantes motores de la creación de riqueza y crecimiento económico (Henrekson. 2005).

La clave en las economías basadas en factores se encuentra en la construcción de los requisitos básicos tales como educación primaria, salud, infraestructura y otros. Factores propios de las fases finales, como programas de finanzas para emprendimientos o programas de dirección para empresarios es poco probable que tengan un impacto sustancial si por ejemplo, los empresarios no tienen buenos caminos para el transporte de mercancías o una fuerza de trabajo donde reclutar empleados lo suficientemente educada. En otras palabras, las inversiones en las condiciones macro específicas al emprendimiento pueden ser menos eficaces para facilitar la creación de empresas si se hacen a expensas de los requisitos básicos.

Los empresarios con altas aspiraciones obtienen mejores resultados en 103 países con economías y climas políticos estables e instituciones

bien desarrolladas. Esto. De hecho, puede explicar las actividades de cierto grupo de inmigrantes en las economías más ricas. Al mismo tiempo, el progreso económico engendro economías de escala. Las grandes empresas son más eficientes desde una perspectiva nacional y para muchos individuos, una alternativa de empleo más atractiva que el emprendimiento por necesidad.

Para reemplazar la migración de los emprendedores por necesidad hacia el empleo en las grandes empresas, las economías basadas en la eficiencia deben atraer más emprendedores por oportunidad. El segundo conjunto de condiciones marco representa potenciadores de la eficiencia. Estos son dirigidos a garantizar que los mercados funcionen correctamente. El apoyo a las economías de escala puede, de hecho, ser complementado por la aparición de emprendedores orientados al crecimiento y la tecnología, ampliando el ámbito del empleo en una sociedad.

Las economías avanzadas tienen una plataforma relativamente sofisticada de requisitos básicos y potenciadores de la eficiencia. Sí bien estos factores son esenciales para el sustento del emprendimiento por necesidad, pueden ser insuficientes para impulsar comportamientos basados en oportunidades. Aquí, prevalece el conocimiento, pero los costos laborales son altos. Las condiciones marco específicas para el

emprendimiento se transforman en palancas que impulsan comportamientos dinámicos, orientados a la innovación, mientras los requisitos básicos y los potenciadores de la eficiencia se mantienen.

4.3. UN BREVE ACERCAMIENTO AL ESTADO DEL ARTE DEL EMPRENDIMIENTO LATINOAMERICANO.

Latinoamérica es una región de países con abundantes recursos y con beneficios tan significativos que le han permitido afrontar con éxito numerosos cambios políticos, económicos, sociales y culturales. Por ello la tarea de cómo adecuar estos países a los cambios en este mundo globalizado se vuelve imperativa. No es solamente cómo adoptar y adaptar tecnología, sino entender y convencernos que elevar el nivel de productividad y competitividad mediante la investigación y el desarrollo con elementos técnicos y científico es prioritario; también es crucial entender que la verdadera fuente de riqueza de nuestras sociedades no son su nivel de productividad, ni su producto interno bruto, ni sus bienes tangibles, sino la inteligencia creativa y el potencial emprendedor de sus gentes.

Una de las premisas básicas para detectar oportunidades si buscamos el éxito, es "reconocer y aceptar a quienes tienen potencial emprendedor, sostenerlos técnica y socialmente y tener la suficiente confianza en sus proyectos para no dejar de brindarles el apoyo y los recursos necesarios

para su despegue; así mismo, debemos considerar al joven emprendedor creador de empresas como uno de los más valiosos componentes de nuestra sociedad, como agente de cambio y de su desarrollo". Lo anterior es un buen punto de la justificación del porqué emprender en Latinoamérica.

"Amigos: necesitamos crear sistemas que generen riqueza, la empresa, en el amplio sentido de la palabra (con fines de lucro, sin fines de lucro, altruista, intramuros) es la única organización capaz de generar la riqueza que requiere nuestra sociedad. Para que existan las empresas necesitamos a alguien que las haga posibles; éste es el emprendedor, y para que exista el emprendedor necesitamos quién lo apoye, lo guíe y le dé la confianza suficiente para crear las empresas que requiere la sociedad; éste es el rol que deberán asumir las instituciones comprometidas con el desarrollo de nuestros países".

El emprendimiento latinoamericano se fundamenta en diversas iniciativas llevadas a cabo por instituciones tanto en el plano público como en el privado. Los gobiernos, las organizaciones privadas y la sociedad civil fomentan el desarrollo de nuevas empresas apoyando técnica y financieramente a los emprendedores. De acuerdo con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en un ranking de las quince naciones latinoamericanas y del Caribe elaborado por la Economist Intelligence Unit

(EIU) a petición del BID y la Corporación Andina de Fomento (CAF), "la industria de las microfinanzas ha alcanzado un desarrollo notable en América Latina y el Caribe, donde hay unos seis millones de Clientes de microcréditos. Aun así, apenas se está llegando a una décima parte de los emprendedores más pobres de Latinoamérica". Según el estudio Bolivia es el país latinoamericano en donde existen "mejores condiciones" para las microfinanzas, mientras que El Salvador es el mejor posicionado en Centroamérica en ese rubro; a Bolivia le siguen Perú, Ecuador, El Salvador, República Dominicana, Nicaragua, Paraguay, Chile, México. Colombia, Guatemala, Brasil, Uruguay, Venezuela y Argentina. El reporte concluye que los países que tienen buenos ambientes para las microfinanzas pueden avanzar si mejoran su estabilidad política, el desarrollo de sus mercados de capitales y los sistemas judiciales, entre otros factores (difícil, pero no imposible).

Por otro lado, en el plano académico la mayoría de los países latinoamericanos ya cuentan con programas educativos encaminados a fomentar la cultura emprendedora. En este sentido, "las instituciones educativas son las que más han trabajado en forma decidida en el fomento de la creación de empresas por jóvenes emprendedores. Estas instituciones crean programas que permiten apoyar al joven a transformar sus sueños en realidad a través de actividades para el fortalecimiento de su potencial por emprender".

El desarrollo de conceptos teóricos y prácticos en el campo del emprendimiento ha permitido la edición de materiales académicos para el fomento de la cultura emprendedora, cuyo uso ha generado resultados diversos en programas emprendedores, centros empresariales, parques tecnológicos, centros de incubación, etc. Así mismo, a través de importantes eventos latinoamericanos que se realizan periódicamente se difunde el conocimiento de cómo crear empresas y productos.

El desarrollo emprendedor de cualquier región se fundamenta en cuatro factores básicos: el talento (la persona), la tecnología (las ideas), el capital (los recursos financieros) y el saber hacer (el conocimiento); así pues, el propósito del presente trabajo es mostrar a ustedes una perspectiva general del estado del arte del emprendimiento latinoamericano, comenzando con lo que se entiende con el concepto de emprender, hasta aterrizar en las experiencias y en la realidad de cada uno de nuestros países, apoyados en datos y estadísticas y finalmente se presentan conclusiones que abordan las lecciones aprendidas en el área.

4.4. FORMACIÓN Y EMPLEABILIDAD DE JÓVENES EN AMÉRICA LATINA

Los más de cien millones de jóvenes que hoy habitan el continente latinoamericano, son el eje central de uno de los principales problemas de la región: el desempleo. Sin embargo constituyen, a la vez, el eje central

de las nuevas estrategias de desarrollo basadas en una clara apuesta a la inversión en capital humano, como clave para ganar competitividad y recuperar el crecimiento económico estable que se requiere para contar con sociedades más prósperas. La problemática del desempleo juvenil es visualizada en el mundo, incluso en los países desarrollados, como un reto social altamente prioritario. El segmento de los jóvenes enfrenta las complejidades y obstáculos, pero con mayor dificultad que la media de la población: la tasa de desempleo juvenil duplica y triplica la tasa de desempleo general. Esta vulnerabilidad etaria se potencia si a la condición de joven se agrega la de pobreza, género, residencia rural o baja escolaridad, fenómenos que también suceden en los países desarrollados.

A principios del nuevo siglo, el asunto del empleo de los jóvenes latinoamericanos continúa persistiendo y existe un número desproporcionadamente elevado de hombres y mujeres jóvenes en situación de desempleo a largo plazo u obligados a trabajar precariamente o con contratos de corta duración. Como resultado de esta situación, muchos abandonan la fuerza de trabajo, o no consiguen entrar satisfactoriamente a su primer empleo y por ello, dejan de ser activos. Los jóvenes socialmente desfavorecidos suelen verse particularmente afectados perpetuándose así un círculo vicioso de pobreza y exclusión social. En los países en desarrollo, donde muy pocos pueden "permitirse el lujo" de estar desempleados, el problema del desempleo es más un

problema de subempleo y de puestos de trabajo de poca remuneración y mala calidad en el gran sector no estructurado. Como consecuencia, la promoción del empleo productivo para los jóvenes es especialmente importante en el programa de trabajo decente de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Los esfuerzos desplegados en este campo se rigen por el reconocimiento de la necesidad de políticas y programas eficaces para mejorar el nivel de vida de los jóvenes y para facilitar su integración total en la sociedad.

La gravedad del problema y la urgencia en buscar soluciones se ven reforzadas por los datos socio demográficos actuales para América Latina y el Caribe, que permiten inferir la persistencia de dos características relevantes: el elevado porcentaje de menores de 24 años que hoy representa el 50% de la población, y las condicionantes de la pobreza estructural: la extrema segmentación tradicional de la región y la implementación de cambios estructurales con altas tasas de desempleo. El 39% de los habitantes de América Latina y el Caribe se encuentran por debajo de la línea de pobreza.

4.5. EMANCIPACIÓN JUVENIL: LA FORMACIÓN Y EL EMPLEO EN LOS JÓVENES DE AMÉRICA LATINA

Diferenciando a los jóvenes de América Latina según sexo, edad, zona de residencia y nivel socioeconómico, podemos identificarlos en alguna de las cuatro categorías:

- ✚ **Adolescentes:** jóvenes que estudian y no trabajan, con dependencia económica, viviendo con sus padres.
- ✚ **Adultos:** Desertores del sistema de enseñanza formal integran la población económica activa (PEA).
- ✚ **En transición:** trabajan y estudian, en tránsito hacia la vida adulta.
- ✚ **Desterrados:** no estudian ni trabajan, pierden la identidad ante sus padres y no logran entrar al circuito social del mundo adulto.

Resulta lógico plantear que los jóvenes deberían estar reflejados en la primera categoría y que la cuarta no debería estar integrada por ningún joven. Pero la realidad de los jóvenes latinoamericanos está lejos de este modelo deseable.

4.5.1. JUVENTUDES

El término juventud se refiere al periodo del ciclo de vida en que los individuos transitan de la niñez a la condición adulta. La extensión de esta etapa varía según las sociedades, las culturas, las etnias, las clases sociales y el género. Debido a la heterogeneidad se llega a la convención que para reconocer a la población juvenil, el criterio más simple es la edad, variable incluida en las principales mediciones estadísticas y sin problemas de confiabilidad.

La juventud es una construcción cultural y administrativa, una parte de la imagen que una sociedad tiene de sí misma.

Durante los procesos de modernización productiva, "ser joven" se integraba al devenir del país, la región se sentía pujante, joven y optimista respecto a su futuro, con gran confianza en el sector juvenil. La crisis de la deuda, con los cambios estructurales posteriores, modifica la imagen que la sociedad llene de los jóvenes: la sociedad se ha vuelto "dualista" y la división entre los jóvenes está dada por los que participan de la carrera y los que han tenido que renunciar.

La aceptación de la heterogeneidad y diversidad de la categoría "Juventud" es igualmente joven. Durante mucho tiempo, la juventud se visualizó como una categoría universal y neutra, la aceptación de que hay muchas modalidades de "ser joven", es reciente.

La noción de "juventudes" se acompasa a los procesos inocultables de segmentación, discriminación y exclusión. Ya no se corresponde únicamente con la etapa de transición de la niñez a la adultez, sino que se correlaciona más bien al grupo de pertenencia: de ahí, las distintas categorías de "jóvenes".

El excedente económico, la plusvalía, se yergue como límite diferenciados; los sectores poseedores de excedente, cualquiera sea la edad de sus integrantes, lo usufructúan en consumo y en inversiones aseguradoras de la reproducción de la riqueza.

Si se es joven de un estrato social privilegiado, el excedente se utiliza en la moratoria acumuladora de competencias multivariadas y de excelencia, dilatando la inserción laboral hasta lograr el trabajo de calidad deseado. Estos beneficios que disfrutaban determinados y escasos jóvenes, se acompañan por los procesos de identificación y de codificación entre sus grupos de pares. Junto a las vastísimas redes sociales de que disponen. En el otro extremo, están los jóvenes pobres, indigentes, en contingentes cada vez más numerosos. En una imagen especular, en lugar de estar ungidos por factores "favorecedores", solo paseen "carencias o ausencias, consolidando la reproducción transgeneracional de la pobreza, fenómeno que también se observa en los países desarrolladas.

4.5.2. LAS MUJERES JÓVENES Y EL MERCADO LABORAL

Las radicales transformaciones en el mundo del empleo y en la producción del conocimiento generan un cambio sustantivo en la naturaleza, estructura, organización, cultura y en la división sexual del trabajo (a partir de la irreversibilidad de la participación femenina).

Las mujeres, ya no son más una fuerza de trabajo secundaria, su voluntad de formación no ofrece dudas: se han incrementado notoriamente sus niveles educativos y se ha constatado que asisten más que los hombres a actividades de calificación, actualización y reconversión ocupacional, han consolidado el modelo de "doble presencia", lo que implica enfrentar la difícil compaginación entre ciclo

laboral y vida familiar. El empleo se transforma en un componente determinante del proyecto de vida, de la auto afirmación y de la valorización social. Su derecho al trabajo es uno de los aspectos sustantivos de sus derechos humanos y la cuestión pasa, entonces, porque el trabajo desempeñado les permita no sólo alcanzar su sustento sino que habilite su desarrollo personal y su autonomía.

Sin embargo, las desigualdades y discriminaciones continúan, demostrando que, en verdad, varones y mujeres no compiten en el mismo mercado sino que tienen exigencias diferentes, tanto en la demanda, como en la oferta de mano de obra. A este respecto se mencionan algunos pocos y diversos recordatorios:

Mayor tasa de desempleo, mayor informalidad, las ocupaciones "femeninas" se concentran en los estratos inferiores del mercado de trabajo en términos de remuneración, calificación, condiciones ocupacionales, estabilidad, reconocimiento social y perspectivas de desarrollo.

Menor salario para trabajo de igual valor, diferencia que se agudiza en los trabajos más calificados. Exigencia de escolaridad significativamente superior a la de los varones para acceder a las mismas oportunidades de empleo.

4.5.3. COMPETENCIAS: EDUCACIÓN, FORMACIÓN, CAPACITACIÓN

La educación tradicional de la región muestra un campo segmentado con un acceso diferencial según estrato social.

La educación es uno de los factores determinantes en el nivel y calidad de la inserción laboral y social. Son notorios los avances de la región (la educación media y la superior se corresponden en espacios abiertos a grupos mucho más amplios) pero persiste la segmentación y los distintos niveles de calidad dentro de la oferta formativa de la enseñanza formal.

La segmentación actual se manifiesta principalmente en el acceso a la educación de calidad. Las grandes masas de alumnos latinoamericanos asisten a escuelas de muy baja calidad. En cambio la calidad de la educación impartida en las escuelas elitistas se puede comparar a la de los países desarrollados.

4.5.4. PROGRAMAS DE FORMACIÓN DIRIGIDOS A JÓVENES

El objetivo de los programas de formación para jóvenes implementados en la región, se centró en la inserción laboral, a pesar de que la noción más actualizada de formación incluye un aporte "educativo" en conocimientos y valores que trascienden la aplicabilidad al trabajo.

Tracemos ahora algunas de las características principales del modelo de programa "Joven". En primer lugar, y en su dimensión más filosófica, las políticas de empleo y capacitación dirigidas a los jóvenes comparten la

idea central del nuevo modelo económico y de sus bases doctrinarias: debe prepararse a las personas para su inserción en el mercado de trabajo antes que protegerlas de las fluctuaciones del mismo.

En segundo término, se trata de instrumentos de política diseñados específicamente para la población juvenil o sectores de ésta, lo que en la jerga especializada se conoce como políticas sociales "focalizadas". En tercer lugar, y en sus versiones más innovadoras, buscan una combinación de esfuerzos y recursos públicos y privados que permitan trabajar, tanto sobre la oferta laboral, como sobre la demanda de empleo. Cuarto, las nuevas políticas y sus diversos programas representan un cambio en el rol del estado. Sintéticamente, este rol puede caracterizarse como un papel subsidiario, por lo cual el estado abandona la ejecución directa de las acciones, delegándola en oferentes privados y eventualmente públicos, sometidos a competencia a través de licitaciones. El estado asume el diseño y financiamiento de los programas, definiendo la población objetivo y mecanismos de evaluación y control. Quinto, también resulta delegada la cuestión acerca de la pertinencia de las diversas acciones, que resulta generalmente orientada por las denominadas "señales de mercado".

El objetivo de empleo resultó exitoso en los países con expansión económica, con tasas bajas de desempleo. Como valor aditivo, estos programas aportaron a los jóvenes algunas actividades de socialización y de ciudadanía, no medibles por el salario o el empleo de corto plazo.

Forman parte de las denominadas "competencias clave o blandas", con éxito a largo plazo en el mejoramiento de la vida y de la ciudadanía, en un mundo en que se integran vida y trabajo, comprensión y desempeño. ¿Podremos desarrollar mecanismos licitatorios o institucionalizados que acepten la idea de formar, por sobre la de entrenar?

El escollo principal detectado en los programas, fue ajustarlos a la demanda, cayendo en la "crónica enfermedad de la sobreoferta". Como la demanda del mercado es muy escasa en épocas de recesión, y absorbe sólo a los más calificados, la formación juvenil se tensiona entre la demanda del mercado y la demanda social de los jóvenes que buscan que el programa les provea de una ocupación.

El contexto socioeconómico definiría la trayectoria: si la crisis es larga, brindar capacitación para que los jóvenes no estén inactivos no es una buena solución porque la capacitación es más cara que la educación académica, no ofrece inserción laboral y se desprestigia. En recesión, es más sensato persistir en la buena calidad y la buena focalización de los programas orientados por la demanda, en tanto la mayoría de los jóvenes continúa en la educación formal.

4.5.5. EMPRENDIMIENTO Y JUVENTUDES

La emprendibilidad o la capacidad emprendedora se incluyen dentro de las estrategias de autoempleo y de micro y medianas empresas, como fuentes generadoras de empleo juvenil.

El emprendimiento es una actitud ante los desafíos de la vida, favorecida por un entorno de figuras emprendedoras legitimadas como modelos por el joven. Por tanto, si bien la emprendibilidad puede encontrarse en todos los sectores sociales y en todas las épocas, la pertenencia a estratos favorecidos y el auge económico, son dos factores facilitadores, al incrementar las probabilidades de éxito, factor positivo de identificación para el grupo juvenil.

Las competencias individuales de un joven emprendedor son: creatividad, innovación, autoestima, iniciativa, tolerancia al riesgo y al fracaso, independencia, autoconfianza, orgullo profesional, flexibilidad, adaptabilidad, asunción de riesgos razonables.

Un estudio de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en treinta y seis países, mostró el perfil imperante del emprendedor, siendo este: de sexo masculino, de entre 25 y 34 años, y que busca emprendimientos "por oportunidad" (a diferencia de las mujeres que emprenden más "por necesidad"). Este perfilamiento ubica a los jóvenes como sector potencial de los nichos creados. Buscando la mejor focalización, y como la acepción "jóvenes" nos remite a "juventudes", las topologías de los emprendimientos identifican los segmentos juveniles a los que se dirigen.

4.5.6. EMPRENDIMIENTOS DE SUBSISTENCIA

Se corresponden con jóvenes de bajos recursos, que no acceden a préstamos financieros, sino que la inversión se solventa con ahorros

propios o familiares (a su vez, de difícil acumulación). Son muy precarios e informales: el solo costo de la formalización legal, administrativa, sanitaria, o laboral los hace desaparecer. Las ganancias son tan escasas que sorprende el esfuerzo de la inversión en relación a los resultados del emprendimiento. Este sector juvenil demanda poco al Estado, y atribuye su fracaso a razones personales, por lo que se genera un mecanismo perverso de reproducción de la pobreza y del estigma, con pérdida significativa de la autoestima. El emprendimiento no es, por tanto, una estrategia favorable a este sector de juventudes.

4.5.7. EMPRENDIMIENTOS SUSTENTABLES

Corresponden a jóvenes de clase media o media baja, que acceden a préstamos bancarios de poca monta, logran una remuneración acorde con su trabajo, se capitalizan o mantienen la capitalización. Constituyen un grupo de jóvenes que pueden beneficiarse con el autoempleo o las Pymes.

4.5.8. EMPRENDIMIENTOS SUSTENTABLES Y CON POTENCIAL DE DESARROLLO

Corresponden a jóvenes de sectores favorecidos, con amplias competencias y redes sociales, que muestran un desarrollo sustentable, con fácil capitalización y expansión, tecnificación y gestión profesionalizada. Integran el sector de juventudes que de modo autónomo o asalariado, acceden a los empleos de excelencia.¹

¹ ABDALA, Ernesto. Jóvenes, educación y empleo en América Latina. Papeles de Población. Toluca, Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). 2009.

4.6. EVOLUCIÓN DE LA PALABRA EMPRENDIMIENTO

La palabra "emprendimiento" se deriva del término francés *entrepreneur*, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. Al describir la evolución histórica del término emprendedor, Verin (1982) muestra cómo a partir de los siglos XVII y XVIII se calificaba de emprendedor al arquitecto y al maestro de obra. De esta manera se identificaba en ellos características de personas que emprendían la construcción de grandes obras por encargo, como edificios y casas. Esta concepción se asocia con el concepto de empresa que se identifica como una actividad económica particular, que requiere de evaluación previa sobre la producción y su equivalente en dinero, que en todo momento de la ejecución los criterios para evaluar la empresa ya están determinados en variables de producto y dinero.

Según la evolución del pensamiento económico clásico, la economía actual se originó a comienzos del siglo XVIII en Francia con los fisiócratas, cuyo autor más representativo fue Richard Cantillón (1680-1734), que introduce por primera vez el concepto moderno de ***entrepreneur***, definido como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en "contratados", que reciben salarios o rentas fijas, y los "emprendedores", que reciben ganancias variables e inciertas. Según Cantillón (1755), una de las primeras apariciones del término se describe como el hombre racional por excelencia, que actuaba en una sociedad mercantil donde la competencia

y la incertidumbre hacen evaluar las probabilidades para tomar decisiones. Los fisiócratas, economistas clásicos y políticos, complementaron los planteamientos relativos a la fuente de capital disponible para innovación económica y su relación con los entrepreneurs. Jaques Turgot (1727-1781), Barón de Laune, en su obra *Reflexiones sobre la formación y distribución de la riqueza* (1766), afirmó que los riesgos que asume el *entrepreneur* son respaldados por su propia porción de capital, y distinguió cinco formas de emplear el capital: la compra de tierras, la inversión en agricultura, la industria, el comercio, y los préstamos a interés, que proporcionan ganancias distintas.

Adicionalmente, el concepto de emprendedor se caracterizaba por dos tipos de individuos: el guerrero arriesgado que emprendía una lucha o hazaña, reconocido por sus características personales; y el rey o jefe de estado que planeaba sus estrategias y políticas para obtener con éxito sus metas, y era reconocido por sus funciones. Casson (1982) propone dos caminos similares de características personales y funcionales para definir el concepto de emprendedor, con base en la economía, diferenciando al emprendedor del inversionista.

La definición del término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado con base en estas dos concepciones, hasta hoy en día, que caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas

características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquiva a la comprensión de sus propias dinámicas.

Para Noselita (1960) Jean Baptista Soy (1767-1832) es uno de los grandes colaboradores del emprendimiento en este período, al manifestar que el empresario representaba o se constituía en el catalizador para el desarrollo de productos, y lo definía como un "trabajador superior". Consideraba que el fundamento del valor está en la utilidad que los distintos bienes reporten a las personas. Esta utilidad puede variar en función de la persona, del tiempo y del lugar en el contexto del emprendimiento. La concepción de Soy es, por lo tanto, que el valor es subjetivo para el empresario.

Simultáneamente, la escuela inglesa, con Adam Smith (1723-1790), manifestó inferencias indirectas sobre el papel del empresario en la economía, y reconoció la innovación como un sello de actividad profesional en el trabajador superior (Herbert & Link, 1988). Complementariamente, en su obra Teoría de los sentimientos morales explica el origen y funcionamiento de los sentimientos morales: el resentimiento, la venganza, la virtud, la admiración, la corrupción y la justicia. La conclusión es una concepción dinámica e histórica de los sistemas morales en oposición a visiones más estáticas, es decir que la naturaleza humana estaría diseñada para avanzar fines que no necesariamente son conocidos por los empresarios, que seguían por las causas eficientes. Y en la Riqueza de las naciones sostiene que la

riqueza procede de la división del trabajo, de su especialización basada en la moral práctica, profundizando a medida que se amplía la extensión de los mercados y por ende la especialización. Para resaltar el planteamiento de que, gracias a la apelación al egoísmo de los particulares se logra el bienestar general, pues la empatía con el egoísmo del otro y el reconocimiento de sus necesidades es la mejor forma de satisfacer las necesidades propias. Incluye una filosofía de la historia, en la cual la propensión a intercambiar, exclusiva del hombre, se convierte en el motor del desarrollo humano. De esta forma Smith da algunas interpretaciones de trabajador superior aproximadas al concepto de superyó que Freud posteriormente trataría de analizar en el psicoanálisis.

La definición de emprendimiento, emprendedor y emprender está más enfocada a preguntar: ¿cómo puedo hacer que la innovación, la flexibilidad y la creatividad sean más operacionales? (Simmons, 1998). Para ayudar a descubrir algunas respuestas, primero, se debe analizar el comportamiento que se deriva del espíritu emprendedor. Es más realista considerar el espíritu emprendedor en el contexto de un rango de comportamiento.

Teniendo en cuenta la relación persona, empresa y entorno, las características de los estudios del emprendimiento se refieren a empresarios de otras culturas, que nada tienen que ver con el entorno latinoamericano; de aquí se desprende que la concepción latinoamericana del emprendimiento sea diferente de la de otras latitudes, donde las

concepciones culturales y económicas influyen mucho el fenómeno emprendedor. Por ello, hay que estudiar el fenómeno emprendedor ecuatoriano para entender qué características culturales y económicas que influyen tanto en la creación de nuevas empresas como en el crecimiento de las que ya existen.

4.7. PERSPECTIVAS DEL EMPRENDIMIENTO

Como se ha observado, existen varias tendencias y modelos de emprendimiento que han desarrollado diversos autores. Es indispensable tener la concepción de emprendedor que se quiere estudiar, y analizar las tendencias culturales y su aplicación en el ámbito empresarial, pues esto servirá de base para el desarrollo de un modelo de emprendimiento.

Esta mirada interdisciplinaria permite observar lo complejo y variado que es el fenómeno del emprendimiento. Un punto de partida para estudiar el emprendimiento es reconocer su complejidad y variedad en su análisis.

4.7.1. LA PERSPECTIVA COMPORTAMENTAL O DE COMPORTAMIENTO

Se refiere a la exaltación de la influencia de la persona, sin mucho impacto. Su propósito es identificar el perfil psicológico que diferencia al emprendedor exitoso; no reconoce la complejidad del fenómeno emprendedor por lo que sus resultados no fueron satisfactorios. Gartner (1985) señala que existen muchos tipos de emprendedores, muchas maneras de ser emprendedor y sus características de empresas son muy variadas como las condiciones del entorno en que se desarrollan. En

consecuencia, el análisis del emprendimiento debe cambiar hacia modelos interdisciplinarios o cultivaríamos que perciban la complejidad de la persona, la empresa y el entorno; por lo tanto, cualquier modelo que trate de interpretar el emprendimiento debe tener características económicas, psicológicas, sociales, y culturales.

Al efectuar un análisis de los estudios sobre la personalidad de los emprendedores, Gartner (1988) manifiesta que presentan necesidades de cumplimiento y de dependencia, un gusto por el riesgo y un sentimiento por controlar su destino, anotando que este tipo de estudios son vanos y no contribuyen a su definición, siendo fundamental volver al estudio de los mecanismos por los cuales la organización existe, donde el agente empresarial se permite existir. De esta forma la personalidad emprendedora está al servicio del comportamiento de los emprendedores, lo cual es un enfoque conductista que considera al emprendimiento como un evento contextual, resultado de varias influencias.

4.7.2. PERSPECTIVA PSICOLÓGICA O COGNITIVA

Es una tendencia relacionada con las representaciones o esquemas que el individuo desarrolla de sus comportamientos; es más cognitiva, debido al conocimiento que se genera. Esta perspectiva responde a la comportamental, y desarrolla dos corrientes (Fon rouge, 2002):

1. La definición de emprendimiento como "eso que es el emprendedor", no se prescribe al estudio de los lineamientos de

personalidad como el análisis del lugar de control, de la aversión al riesgo o de los deseos de independencia; y

2. La definición de emprendimiento de "por eso que hace el emprendedor", donde se analizan contextos de las representaciones de los fracasos o los éxitos, los resultados deseados, la perseverancia, o la información para la toma de decisiones.

(Cooper et al., 1995). Buenita y Barnes (1997) señalan que los empresarios pueden exhibir fuertes predisposiciones en la toma de decisiones en el sentido de que son propensos al "exceso de confianza" y a "generalizar demasiado a partir de unas pocas características y observaciones". Palucha y Babi (1995) descubrieron que "los empresarios categorizan situaciones en forma más positiva que otras personas.

Por ejemplo, los empresarios perciben más virtudes que fallas, más oportunidades que amenazas y un mayor potencial de mejora que deterioro".

4.7.3. LA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Relaciona una comprensión del fenómeno de emprendimiento desde las acciones del individuo, asumiendo la calificación de "homo economicus" para justificar la maximización de la utilidad y, por ende, su bienestar. Concibe el emprendedor como el dinamizador del desarrollo económico (Schumpeter, 1949; McClelland, 1961; Hagen, 1962; Casón, 1982).

Esta perspectiva se construye mediante el debilitamiento de la práctica para identificar, apoyar y aconsejar al emprendedor potencial mediante la estructura de modelos asociados a los objetivos de maximización de beneficios, caracterizándose por su aporte teórico. La existencia o la falta de emprendimiento es la razón de los desarrollos económicos de una sociedad. La perspectiva behaviorista o psicológica estudia el fenómeno para explicarlo en dimensiones conductuales y en rasgos personales que identifican un perfil determinado, pero la complejidad del tema de emprendimiento ha impedido establecerlo. Esto ha llevado a estudiar y establecer el proceso de emprendimiento (Gartner, 1985; Bygrave & Hofer, 1991). Adicionalmente, las contribuciones de Filion (1998), Bruyat (1993), Julien (1999), Cunnighan y Lischeron (1991), Verstraete (1999) han apoyado el desarrollo del emprendimiento desde la perspectiva conductual. Por último, la perspectiva antropológica (Rosa & Bowes, 1990) concibe el emprendimiento como representaciones del cambio social y de la integración a las fuerzas económicas y sociales, lo que evidencia la importancia del emprendimiento como la imagen en el desarrollo de la sociedad.

4.7.4. LA PERSPECTIVA DE PROCESOS

Aquí el individuo es el centro de atención, en una relación dialógica entre su desarrollo y la creación de valor económico. Sus relaciones repercuten en el desarrollo de la persona, como característica humanista, estableciendo retos para el fenómeno del emprendimiento.

Se caracteriza por su definición de procesos de emprendimiento de todas las acciones, actividades y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la creación de empresas, para su desarrollo (Bygrave & Hofer, 1991). Se ha observado que el área de la estrategia o la planeación estratégica se enfoca hacia el estudio de los procesos estratégicos en las empresas, para de esta forma analizar el emprendimiento como proceso que se inicia en el mercado y se dirige hacia el mercado, como proceso empresarial. Se fundamenta en recursos y capacidades, relacionada con la lógica económica, razón por la cual la posición que asume la persona es limitada y reactiva frente a las condiciones del mercado.

4.7.5. PERSPECTIVA CULTURAL

Desde una perspectiva antropológica, Aktouf (2001) señala que decidir es transformar una voluntad humana en acto; es el elemento intermediario entre el pensamiento y la acción, es el momento del paso al acto emprendedor propiamente dicho. Dice que en todo momento tenemos infinidad de actos posibles o probables; decidir se convierte entonces en hacer elecciones de manera constante, en seleccionar en cada circunstancia dada un acto emprendedor.

El proceso de decisión es la forma como se obra y se actualiza esta opción emprendedora. Aktouf señala que es evidente todo el peso que puede tener la decisión, elemento del proceso administrativo considerado desde siempre como el más importante; es el elemento que influye en el

emprendimiento y por ende en la vida de las organizaciones, porque es el momento en que se actualiza la concepción que uno se hace de la empresa y de sus componentes. Es en la toma de decisiones donde se manifiesta con máxima claridad la naturaleza del emprendimiento, de las relaciones que discurren en la organización, la forma en que se considera al personal y el alcance de su aporte a la empresa.

Dependiendo del grado de incertidumbre y riesgo, el emprendedor busca tomar decisiones para aprovechar oportunidades que existen en el entorno, con base en su pensamiento creativo e innovador para elaborar, mejorar y transformar productos y servicios, para sacarlos al mercado, decidiendo sobre sus especificaciones y características. En este contexto, las decisiones desde lo antropológico son producto de los imaginarios, representaciones o mentalidades sobre la forma de concebir las oportunidades de innovación, de creación y de negocio.

4.7.5.1. REPRESENTACIONES / MENTALIDADES Y EMPRENDIMIENTO

Según Mucchielli (1985, 145), la mentalidad se puede definir como "un sistema de referencia implícito de una sociedad o grupo social, homogéneo desde el punto de vista del espíritu común. Este marco de referencia permite a las personas percibir e interpretar la realidad de cierta manera y por tanto ver las reacciones y conductas de acuerdo con esa percepción del mundo".

La mentalidad es construida por todos los factores que inciden en la educación, por las experiencias de la vida social y por la participación en diferentes grupos que tienen sus hábitos de comportamiento que se reflejan en forma cotidiana y automática. El estudio de las mentalidades comprende las influencias que a lo largo de la vida se perciben, las maneras como actuamos, la forma de relacionar las ideologías, los imaginarios, las representaciones, creencias, principios y valores, y la forma cómo evoluciona, transforma y cambia el pensamiento en el tiempo y el espacio, como una forma de trascendencia de las ideas del hombre. Desde este punto de vista, las mentalidades se asimilan a representaciones sociales y colectivas que el hombre reproduce en su relación con su entorno.

Las representaciones/mentalidades son lógicas de pensamiento heterogéneos que adquieren las personas y/o colectividades por influencia de las diferentes culturas predominantes (Maruyama, 1998). De acuerdo con lo anterior, las personas difieren no solo en sus aptitudes para desarrollar tareas específicas, en temperamento y gustos, sino también en estructura de pensamiento y acción, o de emprendimiento; en otras palabras, varían en los tipos de esquemas mentales, que inciden en la toma de decisiones de las organizaciones.

El objetivo de la mentalidad empresarial revela parte del misterio y de la mitología del empresariado (Timmons, 1989, 20). "Una vez que se sabe cómo piensan, actúan y se desenvuelven los empresarios, se podrán

establecer metas para emular esas acciones, actitudes, hábitos y estrategias, considerando de manera más inteligente si la soledad de la vida empresarial se condice con su modalidad". De esta forma la toma de decisiones es el referente o expresión automática y cotidiana que reflejan las acciones del hombre en un ámbito determinado, influenciado y determinado por la mentalidad empresarial predominante en la organización, para satisfacer las necesidades de la comunidad. En consecuencia, la toma de decisiones es un producto de la mentalidad empresarial prevaleciente.

4.7.5.2. PARADIGMA ANTROPOLÓGICO

La mentalidad/emprendimiento empresarial en el paradigma antropológico se expresa por los motivos trascendentes, que son los resultados de la influencia de personas diferentes a la que ejecuta la acción, perseguidos explícitamente por el valor de dichas consecuencias para aquellas otras personas que reciben la acción. La toma de decisiones como acción trascendente (Aktouf, 2001) constituye la manifestación más auténtica de la mentalidad/emprendimiento empresarial en la que el gerente delega funciones y autoridad para que se cumpla la opción o acción seleccionada. Parte del problema para explicar la mentalidad empresarial está relacionado con el hecho de que la motivación de las personas es la consecuencia de tres tipos diferentes de fuerza (Perez, 1997); dos de ellas, (extrínseca y trascendente) dependen de las propiedades del entorno (lo que ocurre fuera de la gente), pero depende a la vez de dos características diferentes, a menudo opuestas del entorno:

1. Cuanto más influencia y "poderoso" es el entorno, mayores son las posibilidades de que sea una fuente de motivos extrínsecos.
2. Cuanto más débil es el entorno, mayores son las posibilidades de que sea una fuente de motivos trascendentes.

De ahí de que las decisiones tomadas por los directivos tengan una relación directa con el entorno empresarial. De esta manera, los paradigmas de motivación describen la mentalidad/ emprendimiento empresarial en las organizaciones con base en:

1. Metas externas: la mentalidad empresarial se expresa como un sistema mecánico;
2. Metas Externas e internas: la mentalidad empresarial se manifiesta como un sistema biológico.
3. Metas externas, internas y trascendentes: la mentalidad empresarial se fundamenta como un agente en libertad o sistema libremente adaptativo.

Así, la toma de decisiones tiene como fuente directa las metas organizacionales en una relación causa — efecto. El paradigma antropológico supone que el comportamiento de las personas en conjunto, y sus representaciones colectivas, es motivado por causas trascendentes, que son consecuencia de la toma de decisiones del directivo o líder y que afectan a sujetos ajenos a quien ordena una acción. De esta manera se identifican fenómenos como el imaginario, la identidad y la ideología, en la medida en que esas consecuencias satisfacen

necesidades y deseos del agente que realiza la acción. La mentalidad empresarial crea el imaginario, la ideología, la representación y el pensamiento colectivo en las organizaciones, lo cual genera identidad, soberanía y diferenciación en la empresa. Luego, la toma de decisiones se fortalece en la identidad, el liderazgo y la diferenciación en la relación con su entorno o medio ambiente, durante el acto de emprendimiento.

En la descripción de las representaciones, el imaginario, la identidad y la ideología del emprendedor reflejan los fenómenos propios del paradigma antropológico, estructurando el sistema de producción de bienes inmateriales que relaciona la toma de decisiones internas con las externas de la empresa, es decir, enlaza el imaginario del emprendedor con sus signos, esquemas, arquetipos, símbolos y su cosmovisión con la identidad y liderazgo colectivo reflejados en el entorno de la organización. Así pues, se consolidan la identidad, el liderazgo y la diferenciación como resultado de las representaciones y percepciones del emprendedor.

En consecuencia, lo que explica el emprendimiento humano dentro del paradigma antropológico son los motivos trascendentes, que son consecuencias de la toma de decisiones que afectan a personas diferentes a la que ejecuta la acción, quien mediante manifestaciones simbólicas como valores, principios y creencias generan fenómenos de diferenciación e identidad en aquellas personas que reciben la acción, es decir, generan un ambiente humano propicio para el establecimiento del emprendimiento o mentalidad empresarial.

4.7.6. PERSPECTIVA PSICOANALÍTICA

El aporte de Lacan (1953), con los datos de la lingüística, dan elementos para entender el desarrollo del fenómeno del emprendimiento, pues desde que nace el individuo es introducido en el lenguaje, que le da consistencia, una definición de identidad, una imagen de sí mismo. De esta forma el individuo se constituye con la ayuda de palabras, llamadas significantes, provistas de sentido generalmente diferente para los demás. Lacan señala que el inconsciente está compuesto de significantes, de pensamientos, donde el sujeto se ubica allí donde no piensa, y desaparece allí donde piensa. Como una manera de representación, el existir es mantenerse fuera de sí (ex)(istir), que significa no mirarse actuar, escucharse hablar, etc. Es decir, el sujeto existe en una relación constante entre un significante y su significado. En consecuencia, el inconsciente está allí donde menos se espera, en el existir, en una atención flotante; se compone de palabras que se insertan en el discurso, pueden oírse y generan a veces trastornos, gramática que no tiene en cuenta el sentido común, la lógica, la moral, ni la ortografía, sino un sentido oculto que hay que descifrar a través de las palabras. Para ello, Lacan analiza la realidad humana.

Lacan (1953) hizo tres registros de la realidad humana: lo real, lo imaginario y lo simbólico, que están ligados de manera indisociables. En lo real el individuo carece del sentimiento de identidad, de forma de sí mismo o de unidad de su cuerpo; es un fragmento rodeado de objeto, sin

diferencia exterior/interior, llamada vivencia fragmentada del cuerpo, asimilándose a la posición relativa de la realidad por parte del individuo, donde cada uno tiene una percepción diferente. La imagen es producto de la percepción de la realidad que vive el individuo, donde todo lo fragmentado y relativo se transforma en imaginario, como producto de la naturaleza humana, del fenómeno "biopsíquico" del pensamiento del hombre. De esta forma, el imaginario de cada individuo pone fin a su realidad "relativa, corporal y fragmentada", reemplazándola por una imagen, convirtiéndola en una forma, una unidad; transformando la vivencia fragmentada en una vivencia unificada, sentimiento de identidad necesario para toda la vida. Cuando el imaginario logra la salida de lo real, a partir de allí se establece de manera irreversible como determinante de la constitución del individuo y de sus construcciones futuras, es decir, de la personalidad del individuo. En este contexto se podría interpretar que la personalidad emprendedora se establece en la capacidad del individuo para interpretar la realidad a través de imágenes, producto de su experiencia, formación, actitudes y costumbres.

Según Lacan, el "estadio del espejo" es determinante en las relaciones con los otros y consigo mismo, pues de esta manera el individuo interviene en los acontecimientos relacionados con la empresa. Este fenómeno bio - psíquico de intervención se cumple en tres etapas:

1. El individuo percibe su imagen como un reflejo del espejo, como un ser real, al que intenta aproximarse, reaccionando como si la imagen fuera la realidad o la imagen de otro.

En las organizaciones esto ocurre cuando la persona pasa por la inducción, adoptando una personalidad protagonista, reaccionaria para hacerse notar en el trabajo y adaptándose a las condiciones del ámbito empresarial; en el emprendimiento el individuo construye su imagen cuando reacciona ante los cambios del entorno o mercado, estando alerta a cualquier oportunidad que perciba en el mercado.

2. El individuo comprende que el otro del espejo no es más que una imagen y no un ser real, dejando de aproximarse o apoderarse del otro que está detrás.

En las organizaciones ocurre cuando el individuo observa que la imagen inicial concebida dentro de la organización va desapareciendo, producto de la adaptación a la empresa, dejando de aproximarse a ella; en el contexto del emprendimiento, se observa cuando el emprendedor estando alerta a la oportunidad, no percibe la imagen de la oportunidad o comete alguna falta que dificulta aprovechar la oportunidad, dejando de aproximarse al negocio producto de emprendimiento, la cual constituye un "error" que va a servir de experiencia para futuros emprendimientos, pero la imagen de oportunidad de negocio permanece en su pensamiento.

3. El individuo reconoce al otro como imagen, pero también lo reconoce como su imagen, sabe que su reflejo no es más que una imagen, estableciendo una relación entre su cuerpo y su reflejo, constituyendo su Mí. Para salir de lo real, o sea del Mí, la imagen aliena al individuo en la imagen dada por el otro, de la cual deberá salir para existir como sujeto, como yo.

De ahí la frase de Freud: "allí donde estaba el ello, debe advenir el yo". Lacan la transforma en: "Allá donde estaba el mí, debe advenir el yo". Este reconocimiento de la imagen se transforma en símbolo, que luego es expresado a través del lenguaje para entender la relación entre su cuerpo y su reflejo, con significante y significado.

En el contexto organizacional, el individuo entiende que su imagen, es decir, su relación consigo mismo, es un reflejo de su relación con los demás, interactuando para construir su imagen consigo mismo y con los demás; en el emprendimiento la persona construye su imagen y su reflejo de sí misma como emprendedor de empresa y de negocio, recolectando, procesando información e interactuando, para construir su imagen de negocio, aprovechando la oportunidad que existe en el mercado para darle sentido a su emprendimiento.

A través del registro de lo simbólico hay una superposición del reino de la naturaleza con el reino de la cultura, de los valores socioculturales, del respeto a las reglas y las normas de emprendimiento empresarial, de negocios, donde lo simbólico libera la percepción de la imagen de espejo ilusorio, y de una identificación con su propia imagen, para decir yo, donde se da una identificación como sujeto de persona emprendedora con todos sus atributos y en la realidad, por medio de signos, esquemas y arquetipos de oportunidades de negocio (Durand, 1982). Esto se refleja cuando la persona emprendedora se precipita en la búsqueda de nuevos símbolos, de existir y sentir placer, del placer de emprender y de crecer.

De esta manera el símbolo resulta ser uno de los elementos claves del proyecto y de la cultura de emprendimiento. Del mismo modo, el entorno da respuestas que pueden influenciar el desarrollo futuro de sus negocios y en su actitud frente a las dificultades que puedan surgir dentro de su actividad emprendedora, y a través de alientos y motivaciones, conquistará progresivamente sus logros; pase lo que pase, no se cuestiona su derecho a vivir, a hacerse su lugar, a perseverar, a salir ganando y finalmente a asumir riesgos; a emprender con libertad para desarrollar su prudencia y hacer historia, creando, innovando y trascendiendo en la sociedad.

Para Bruneau (1991, p. 39), "la transferencia es la proyección del propio pasado en el presente de los otros o de los objetos que nos rodean; sus movimientos: fusionarse con el otro, empresa y madre, colega y hermano, es decir, es el error, el drama, la vida." La vida de la empresa constituye una lucha permanente de las pulsiones de vida con las pulsiones de muerte, y la transferencia permite establecer un elemento provisorio que soporta esa lucha sin que los actores resulten engañados. La transferencia es el motor de estudio, donde se analizan términos como "fantasías", "líbido" o "sublimación".

La noción de "placer" es indisoluble de los procesos de motivación y emprendimiento. Determina al mismo tiempo la atención que el dirigente podrá poner en la realización de sus empleados, por intermedio de una cultura y un proyecto de empresa. En consecuencia, la reflexión sobre la

articulación de lo real, lo imaginario y lo simbólico en la creación, desarrollo o transmisión de una empresa, y cómo todos estos conceptos explican a veces la dificultad para hacerse un lugar en la empresa y después conservarlo, constituyen aspectos básicos para el entendimiento del emprendimiento y creación de cultura empresarial. Una vez se hace lugar al símbolo, el despegue de la imagen de emprendedor al descubrir la existencia en el "allí donde no se piensa", abre su lugar de sujeto que desea, sujeto de su historia, es decir, el paso de lo imaginario a lo simbólico para hacerse un lugar en la sociedad, dentro de una seguridad básica necesaria a toda toma de riesgos, a todo encuentro con lo nuevo (Bruneau, 1991, p.50).

La creación y consolidación de una empresa es similar a una proyección sobre la amplia pantalla o espejo del mercado. Prueba la capacidad de relación y de escucha, obligando al emprendedor a poner en práctica su capacidad de convencimiento para implementar su proyecto, a vender su idea, a utilizar una denominación con significantes. El proyecto de empresa entraña significantes. El conjunto de significantes constituye una cultura, es decir, un registro simbólico ofrecido al individuo por la sociedad que lo acoge, fundamental para el desarrollo de la persona en el curso de su evolución para "salir" de su relación consigo mismo, y por ende adoptar comportamientos emprendedores. Por medio del lenguaje las personas toman forma y gusto por crear, inventar, crecer y progresar. Se puede hacer una analogía con la organización donde los símbolos reúnen las individualidades, obedeciendo ellos mismos a una dinámica que instituye

su valor. De esta manera, el emprendimiento aparece como resultante de la capacidad de hacerse su lugar, de afrontar la mirada de los otros, de tomar el poder, en suma de persistir en el juego de ser emprendedor.

4.7.7. PERSPECTIVA DE LAS CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALISTAS

Según este enfoque, el emprendedor posee básicamente rasgos individualistas, como por ejemplo: motivación al logro y al crecimiento personal, deseo de ser su propio jefe, toma de iniciativa, atracción por los retos, competencia consigo mismo, búsqueda de actividades que produzcan ingresos, la responsabilidad personal, tolerancia a la presión, manejo de la ambigüedad, independencia, autonomía, liderazgo, capacidad de decisión, persuasión, etc.

4.7.8. PERSPECTIVA DE LAS CARACTERÍSTICAS COLECTIVAS

Según este enfoque corresponde a los autores como Omar Aktouf (1996), Alain Chanlat y Gareth Morgan (1991), de la Escuela de Altos Estudios Comerciales de Montreal, Canadá, el espíritu empresarial que surge en entornos económicos, sociales y políticos de Europa y Japón, muy diferentes a los de Estados Unidos, enfatiza en aspectos colectivos y sociales, en los cuales las iniciativas empresariales las generan los grupos dentro de las organizaciones.²

² ALFONSO RODRÍGUEZ RAMÍREZ, „Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial,

4.8. EMPRENDIMIENTO UN ENFOQUE CONCEPTUAL

El emprendimiento es un fenómeno nuevo y complejo, pues abarca una gran variedad de contextos aún no comprendidos. De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), principal proyecto de análisis sobre procesos emprendedores a nivel internacional, la existencia de una gran variedad de definiciones y literatura sobre emprendimiento refleja esta complejidad. Por un lado, se considera el papel que toman los individuos en el proceso emprendedor; por el otro, se estudia el comportamiento de los individuos con respecto al inicio y administración de un proyecto empresa. El GEM analiza el emprendimiento como un proceso y considera a las personas en las actividades emprendedoras a través de diferentes fases desde el inicio de la gestación de la empresa o negocio hasta la fase de establecimiento y posible disolución de la misma o del mismo.⁴

La palabra emprendimiento es considerada como "un neologismo derivado de la libre traducción del término entrepreneurship y designa principalmente las actividades de quien se dedica a la generación de riquezas, sea transformando conocimientos en productos o servicios, generando conocimiento propio o innovando en áreas como marketing, producción, organización, etc." De acuerdo con Fernando Dolabela, consultor y coordinador de programas de emprendimiento en Brasil, existen dos corrientes principales para definir el emprendimiento: por un lado la de los economistas, que asocian al emprendedor con la

innovación; por el otro, la de los comportamentalistas, que enfatizan aspectos actitudinales como la creatividad y la intuición. Asimismo existen dos formas de emprender: una, a través de la pequeña empresa y otra a través del autoempleo. El emprendimiento es considerado una rama de la administración de empresas dirigida generalmente por las escuelas de negocio o áreas de concentración administrativa.

La palabra emprendedor y su significado pueden cambiar de acuerdo con el país y la época. El emprendedor "es alguien que define por sí mismo lo que va a hacer y en qué contexto será hecho. Al definir lo que va hacer, él tiene en cuenta sus sueños, deseos, preferencias, y el estilo de vida que quiere tener; de esta forma, consigue dedicarse intensamente, ya que su trabajo se confunde con el placer". El GEM establece que el proceso emprendedor inicia antes de que el proyecto empresa comience operaciones. Alguien que está solamente iniciando un negocio y tratando de establecerlo dentro de un mercado altamente competitivo es un emprendedor a pesar de no tener expectativas de alto crecimiento. Por otro lado, también se considera como persona emprendedora a quien es dueño de un negocio establecido, que ha estado en los negocios desde hace tiempo y todavía continúa siendo innovador, competitivo y de mente innovadora.

Los datos estadísticos sobre emprendimiento están centrados en tres emprendedores principales: emprendedores nacientes (individuos que

reúnen los recursos necesarios para iniciar un negocio y administrarlo por sí mismos); propietarios de nuevos negocios (administran un nuevo negocio y han pagado salarios por más de tres meses pero no más de cuarenta y dos meses); y propietarios de negocios establecidos (son dueños y administradores de un negocio establecido que ha estado en operaciones por más de cuarenta y dos meses). A pesar de que la mayor parte de las personas se sienten atraídas hacia la actividad emprendedora al detectar oportunidades de negocio, otras son empujadas hacia el emprendimiento porque no tienen otro medio para sobrevivir. En esto último se pueden identificar dos líneas conductuales con respecto a las oportunidades de emprender: el primero porque desean independencia; y el segundo porque desean incrementar su ingreso respecto al de ser empleado.

De acuerdo con el especialista en emprendimiento Hugo Kantis, "el sistema de desarrollo emprendedor es definido como el conjunto de elementos y factores que contribuyen u obstaculizan el proceso de nacimiento y desarrollo de empresas y empresarios, tanto en términos cuantitativos como cualitativos". Estos factores pueden agruparse en forma simplificada en siete categorías principales:

4.8.1. CONDICIONES ECONÓMICAS Y SOCIALES

Considera las condiciones macroeconómicas del país así como el contexto en el cual tiene lugar la vida de las familias, y su distinto perfil socio demográfico.

4.8.2. CULTURA Y SISTEMA EDUCATIVO

Involucra los factores culturales que inciden en la formación de vocaciones para emprender, tales como la valoración social del emprendedor, las actitudes frente al riesgo de fracasar y la presencia de modelos de empresarios ejemplares.

4.8.3. ESTRUCTURA Y DINÁMICA PRODUCTIVA

El perfil sectorial y el regional y el tamaño de las empresas e instituciones en las que trabajan las personas pueden contribuir al desarrollo de competencias emprendedoras en la población trabajadora y en la formación de sus redes de relaciones.

4.8.4. ASPECTOS PERSONALES

Considera las competencias para emprender como la propensión a asumir riesgos, la tolerancia al trabajo duro, la capacidad de gestión, la creatividad, etc.

4.8.5. REDES DEL EMPRENDEDOR

Existen redes sociales (amigos, familia), institucionales (asociaciones empresariales, instituciones de conocimiento superior, agencias de desarrollo) y comerciales (proveedores, clientes) que facilitan el proceso emprendedor.

4.8.6. MERCADO DE FACTORES

Se refiere al acceso a los recursos financieros, a la oferta de trabajadores o de servicios profesionales, proveedores de insumos y equipamiento que inciden en la etapa de lanzamiento de la empresa y en su desarrollo inicial.

4.8.7. REGULACIONES Y POLÍTICAS

Conjunto de normas y políticas que inciden en la creación de empresas como impuestos, trámites necesarios para formalizar una nueva firma, iniciativas y programas de fomento a la empresariedad.

Las características de los emprendedores y el proceso emprendedor que los acompaña requieren ser altamente desarrollados. La economía mundial se ha vuelto cada vez más integrada y las oportunidades emprendedoras tienen una dimensión internacional; aprovechar estas oportunidades requiere acceso directo a los programas y proyectos que se generen, a mercados y reglas que permitan un medio ambiente predecible de negocios globales, a una flexible distribución de recursos domésticos, la expansión empresarial y un continuo crecimiento económico de los mercados emergentes y en desarrollo. Es importante que los intereses emprendedores estén bien representados en las estructuras institucionales que definen la economía mundial. En este contexto es importante pensar y considerar al joven emprendedor creador de empresas como uno de los más valiosos componentes de nuestra sociedad, como agente de cambio y de desarrollo.

4.9. OPORTUNIDAD EMPRESARIAL

Oportunidades e ideas son dos elementos necesarios en el proceso empresarial y cualquiera de las dos puede darse primero que la otra. Su

aparición es a menudo tema de discusión cuando se habla del proceso empresarial, pero lamentablemente con una gran variedad de definiciones y algunas veces sin definición alguna. En este artículo estos dos elementos del espíritu empresarial se van a referir a dos cosas diferentes, por ello se usarán las siguientes conceptualizaciones:

4.9.1. Oportunidad: cuando se encuentra una situación en la cual una o más personas pueden mejorar algo que ya existe.

4.9.2. Oportunidad de negocio: se define como una situación en la que un mejoramiento puede generar ganancias.

4.9.3. Oportunidad de empresa: se define como una situación en la cual el mejoramiento en cuestión puede dar lugar a la creación de una nueva empresa generadora de riqueza.

4.9.4. Ideas: en contraste con las oportunidades, se refieren a las diferentes formas de explotar las oportunidades y de hacer mejoramientos, ya sea a través de empresas establecidas o de nuevas empresas.

Para una oportunidad cualquiera puede haber múltiples ideas acerca de cómo sacarle el mayor provecho posible. También puede haber más de una oportunidad que puede ser explotada mediante la aplicación de una sola idea. Descubrir una oportunidad o una idea puede conducir al descubrimiento de otra o de muchas más.

4.9.5. Oportunidad y empresario: Se define oportunidad como "una situación que alguien puede mejorar" y empresario

como "una persona que introduce un producto o servicio mejorado al mercado a través de la creación de una nueva empresa"; por consiguiente, la existencia de una oportunidad comercial es una condición necesaria para que el proceso empresarial se dé.

La vida, vista en retrospectiva, es una serie de oportunidades que algunos toman y otros dejan pasar de largo. Bill Gates y Paul Alien, gracias a sus habilidades académicas y a sus padres, tuvieron la oportunidad de estudiar en Lakeside, un colegio privado de alta calidad en Seattle. En este colegio existían muchas oportunidades que ellos pudieron aprovechar o dejar pasar de largo. Una de ellas fue, que, gracias a uno de los benefactores del colegio quien había donado un computador, los estudiantes podían aprender de este. Gates y Alien tomaron esa oportunidad y gracias a ella aprendieron sobre programación de computadores.

4.10. EL POTENCIAL DEL EMPRENDIMIENTO EN EL ECUADOR

El Global Entrepreneurship Monitor GEM mide la actividad emprendedora de un país a través de las percepciones, actitudes, actividad y aspiraciones de los individuos adultos entre 18 y 64 años. Incluye empresas en proceso de creación, negocios jóvenes, autoempleo y en general la actividad empresarial formal e informal.

El índice TEA; que representa la actividad emprendedora temprana de un país, está compuesto por los emprendedores nacientes, proporción de aquellos adultos que están iniciando un negocio, y por los emprendedores nuevos, proporción de aquellos individuos que poseen un negocio de hasta 42 meses de vida.

Los sectores en los cuales los emprendedores han incursionado son, sector de servicios al consumidor; predomina, el de transformación, servicios, negocios en el sector extractivo.

Los emprendedores por oportunidad iniciaron negocios preferentemente en los sectores de servicios al consumidor y de transformación; aquellos motivados por la necesidad los iniciaron en los sectores de servicios al consumidor, transformación, y extractivo. En todos los sectores prevalecieron los negocios motivados por la oportunidad.

4.11. INICIATIVAS DE APOYO FINANCIERO

En el tema de financiamiento al emprendedor, además de las opciones de microcrédito ofertado por el sector financiero (banca y cooperativas), el sector gubernamental hasta 2010 maneja tres programas impulsados por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) que son: CreEcuador, InnovaEcuador y EmprendEcuador.

El Programa CreEcuador busca facilitar el acceso a la propiedad empresarial mediante su participación como accionista en empresas privadas y de propiedad del Estado, a través de un fondo de Capital de Riesgo que apoya proyectos de transformación productiva, cuyos montos

de inversión van de un mínimo de \$ 250.000 a un máximo de \$2'000.000. El programa a través de su fondo, podrá invertir máximo en el 49% del valor total del proyecto. El tiempo de permanencia del MCPEC como inversionista es de mínimo 3 años, máximo 6 años y dependerá del tiempo que le tome al proyecto alcanzar su punto de equilibrio. Se ha realizado la primera convocatoria la cual finaliza en agosto 15 de 2011.

InnovaEcuador se enfoca en proyectos con impacto en el aumento de la productividad y la competitividad del país, a través de dos fuentes de cofinanciamiento que son InnovaEmpresa e InnovaConocimiento.

InnovaEmpresa cofinancia hasta US\$50000 para la creación de nuevos productos y nuevos procesos de comercialización. InnovaConocimiento asigna hasta US\$ 300000 para la generación de nuevas tecnologías que mejoren la productividad sectorial. Hay 31 beneficiarios de las 2 convocatorias nacionales realizadas, con un total de 514 postulaciones siendo 334 de la línea Empresa y 180 de Conocimiento.

EmprendEcuador apoya a los emprendedores en la creación de negocios con potencial de crecimiento, que sean innovadores o altamente diferenciados, otorgándoles con financiamiento de hasta US\$ 10000 para la elaboración de planes de negocio o recibir asistencia técnica, y hasta US\$ 60000 para la elaboración de prototipos y formalización de la empresa. Se han realizado 3 convocatorias nacionales con un total de 4303 postulaciones, siendo beneficiados 308 proyectos, de los cuales 11 tienen planes de negocio terminados.

Entre otras fuentes de obtención de recursos está el sector bursátil, sin embargo, este se interesa en proyectos de alta inversión, que requieran al menos un millón de dólares de financiamiento, criterio compartido por agencias internacionales de fomento empresarial.

4.12. LA EDUCACIÓN EN EL EMPRENDIMIENTO

El nivel educativo alcanzado, los cursos de emprendimiento y creación de empresa, están positivamente relacionados con la intención de emprender y el inicio de un nuevo negocio. Un estudio reciente realizado por profesores de Babson College (Lange, Marram, Jawahar, Yong & Bygrave, 2011) ha encontrado que los cursos de emprendimiento son determinantes de la intención de emprender y la creación de un negocio. Otro hallazgo es que hacer un plan de negocio, si bien tiene un impacto menor, también determina la intención de emprender. En Ecuador algunas evaluaciones sobre el impacto de la educación en emprendimiento han encontrado que los cursos de emprendimiento contribuyen con el incremento de la eficacia personal, habilidad clave en la decisión de iniciar un negocio (Izquierdo, 2008; Rodríguez & Lacio, 2007). Debido a la importancia de la capacitación en Emprendimiento y creación de empresas.

4.13. POLÍTICAS GUBERNAMENTALES.

Es un factor que preocupa a los expertos; la falta de una política comercial externa, la falta de incentivos para las inversiones, la rigidez laboral y las

constantes reformas tributarias, consideran son barreras para iniciar nuevos negocios. De todos modos algunos expertos ven ciertos aspectos de este factor como favorables para el emprendimiento; en este sentido mencionan: el nuevo Código de la Producción que favorecería a las pequeñas empresas, y la nueva ley antimonopolio. Al igual que en 2009, el impulso a la producción nacional y la restricción o incremento de aranceles a algunas importaciones, fueron consideradas por los expertos como políticas que directa o indirectamente favorecerían el emprendimiento. La inversión del estado en sectores estratégicos también fue destacada.³

4.14. CONCEPTO DE POTENCIAL EMPRESARIAL

El potencial empresarial es un concepto que aparece por primera vez en la obra de Shapero, “self-renewing economies”, para referirse a una capacidad latente en los individuos de una sociedad que resulta fundamental para que la misma sea económicamente “autorrenovada” o sostenible a largo plazo (Shapero, A., 1981, páginas 19-22). Este autor considera que el desarrollo económico de una sociedad no depende del volumen existente de empresarios en un momento determinado, sino de su nivel de potencial empresarial o potencial para aumentar la actividad empresarial. En este sentido, se ha señalado la necesidad de que una sociedad tuviese empresarios potenciales, individuos que poseyeran una

³ Global entrepreneurship monitor Ecuador 2010, ESPAE Graduate School of Management/ Escuela Superior Politécnica del litoral

actitud favorable hacia el desempeño de una actividad empresarial, como requisito fundamental para su desarrollo económico (Krueger, N. F. Jr. y Brazeal, D. V., 1994, páginas 91-105).

Según Guzmán Cuevas, el potencial empresarial de un individuo va a estar constituido por dos componentes: su “orientación hacia el trabajo por cuenta propia” y su “propensión hacia el empresariado” (Guzmán Cuevas, J. J., 1995, página 151). El primero indica la preferencia del individuo por el desempeño de un trabajo de este tipo frente a la opción de trabajar por cuenta ajena. Esta preferencia puede ser una manifestación de una característica personal, que según diversas investigaciones está presente en gran medida en los empresarios: “el deseo y necesidad de independencia”. En este sentido, Collins y Moore (1964) consideran que esta característica personal conduce a preferir trabajar por cuenta propia para poner en práctica sus propias ideas evitando someterse a la autoridad derivada de la estructura jerárquica propia de los trabajos por cuenta ajena.

La orientación hacia el trabajo por cuenta propia constituye una condición necesaria pero no suficiente, ya que no solo el empresario trabaja por cuenta propia, también lo hacen otros trabajadores autónomos. Para que una persona muestre un cierto potencial empresarial es necesario que, además, presente una propensión o predisposición hacia la actividad empresarial, la cual viene dada por una serie de elementos que

determinan la probabilidad que el individuo cree que tiene para llegar a convertirse en empresario. En función de estos dos elementos el nivel de potencial empresarial de una sociedad dependerá del porcentaje de personas con orientación hacia el trabajo por cuenta propia que estime probable o muy probable la posibilidad de que algún día se conviertan en empresarios.

De esta definición se puede deducir que la orientación de un individuo hacia la empresarialidad implicaría una preferencia en esta persona por desempeñar una actividad empresarial frente a otras opciones de trabajo por cuenta propia o ajena, así como una positiva percepción de la viabilidad de llegar a desempeñar esta actividad con éxito. Es decir, el potencial empresarial dependerá de las “preferencias” de los individuos relacionadas con sus opciones laborales y de sus “percepciones” acerca de la viabilidad de hacer realidad esas preferencias mediante el desempeño de una actividad laboral. Cuanto más positivas sean sus percepciones acerca de la viabilidad de iniciar una actividad empresarial, más alta será su estimación sobre la probabilidad de que este hecho llegue a producirse.

Por otro lado, las preferencias de los empresarios potenciales respecto a la actividad empresarial frente a otras actividades laborales alternativas dependerán de su impresión acerca de la conveniencia de desarrollar tal actividad (Krueger, N. F. JR.; Reilly, M. D. y Carsrud, A. L., 2000, páginas

411-443), puesto que son personas que actúan racionalmente, procesando toda la información disponible y decidiéndose a aprovechar o no una oportunidad comparando los resultados subjetivos de iniciarse en la actividad empresarial con los rendimientos subjetivos de una actividad alternativa (Minniti, M. y Bygrave, W., 1999, páginas 41-52). Cuanto mayores sean los rendimientos de todo tipo (satisfacción, realización, independencia, poder, dinero, reconocimiento, empleo, promoción, etcétera) que el empresario potencial estime podrá recibir si se decide a iniciar una actividad empresarial en comparación con otras actividades laborales alternativas, mayor será su preferencia por esta actividad y más positiva su actitud hacia la misma. Estos rendimientos serán valorados de forma diferente dependiendo de cuáles sean los motivos que le induce a decantarse por esta actividad.

En función de esto, se puede admitir que los motivos del empresario potencial van a afectar a sus intenciones de iniciar una actividad empresarial. De hecho, son varios los autores (Hisrich, 1990; Herron y Robinson, 1993; Santos Cumplido, 2000; Mueller y Thomas, B., 2001) que consideran que las motivaciones influyen en los comportamientos empresariales, estableciéndose que los motivos pueden llegar a ser un indicador del esfuerzo que el individuo planea realizar para llevar a cabo un comportamiento (Ajzen, I., 1991, página 181). Al mismo tiempo, los motivos del empresario potencial se van a ver condicionados por sus características personales y desde un punto de vista sociocognitivo, por los factores del entorno personal y global (Velaz Rivas, J. I. 1996).

En definitiva, el potencial empresarial de un individuo depende de sus preferencias o actitud respecto a esta actividad, es decir, lo que se ha denominado orientación hacia un trabajo por cuenta propia, así como de su propensión hacia la actividad empresarial. Ambos conceptos van a estar condicionados por las propias percepciones de los empresarios potenciales (respecto a la viabilidad de emerger como empresario y respecto a los rendimientos o resultados de todo tipo que puede alcanzar si se decide a desarrollar dicha actividad), por lo que, asumiendo que la percepción subjetiva de un hecho objetivo es el resultado de un proceso cognitivo, el potencial empresarial de un individuo, y por agregación de una sociedad, variará en función de sus características personales, de sus motivos y de las circunstancias de su entorno.

Por lo tanto, la existencia de un potencial empresarial alto en la sociedad no asegura una elevada emergencia empresarial, sino que además es necesario una serie de elementos o factores que inciden en los empresarios potenciales precipitando sus decisiones de emerger, de iniciar una actividad empresarial. En este sentido, son varios los investigadores de la Teoría del Empresario que indican que para que se produzca la emergencia empresarial son tan necesarios los empresarios potenciales como la existencia de “oportunidades reales” susceptibles de ser aprovechados o explotados por los mismos (Van Praag, C. M. y Van Ophem, H., 1995, páginas 513-540; Reynolds, P.D., 1992, páginas 47-70)⁴

⁴ TORIBIO MUÑOZ M^a DEL ROSARIO, RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ M^a JOSÉ, GARCÍA DE CASASOLA FRUCTOS CARMEN Boletín económico de ICE N° 2754, 2003

4.15. FACTORES DETERMINANTES DE LA POTENCIALIDAD EMPRESARIAL

En nuestro modelo teórico de los factores determinantes del potencial empresarial establecíamos, siguiendo a Shaspero 1981, que el desarrollo económico de una sociedad no depende del volumen de empresarios existentes, sino de su nivel de potencial empresarial o, dicho de otro modo, del número de individuos que estén dispuestos a ser empresarios. A su vez, determinábamos que el potencial empresarial de un individuo está constituido por dos componentes: su “orientación hacia el trabajo por cuenta propia” y su “propensión hacia el empresariado” (Guzmán, J, 1995, página 151), en función de lo cual establecimos que el potencial empresarial depende de las “preferencias” de los individuos relacionadas con sus opciones laborales y de sus “percepciones” acerca de la viabilidad de hacer realidad su proyecto (Toribio, et al 2003).

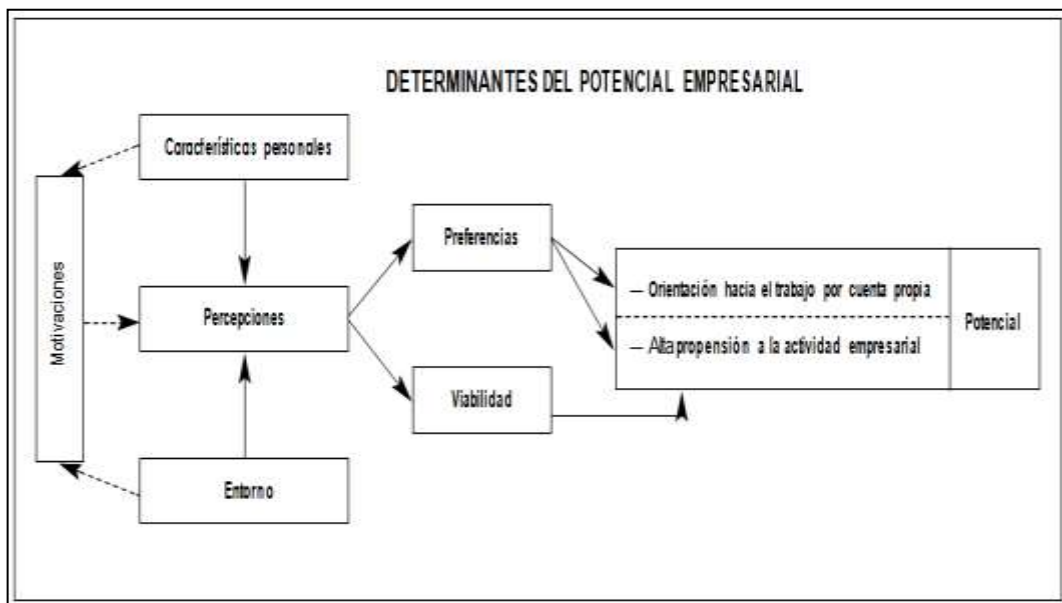
En este sentido, nos podríamos preguntar por qué algunos individuos deciden ser empresarios mientras otros deciden ser empleados. Para Douglas y Shephed esta decisión está ligada a la consecución por parte de los mismos de la máxima utilidad o satisfacción psicológica. (Douglas, E y Shepherd, DA, 2000, página 231). Así, los individuos manifestarán sus preferencias o aversión hacia cada tipo específico de las condiciones laborales y este grado de preferencia o aversión, junto a la posibilidad percibida de llevarlo a cabo, determinará la elección del individuo.

Desde esta perspectiva las preferencias de los empresarios potenciales están muy ligadas a su impresión sobre la conveniencia o no de desarrollar su actividad, ya que son personas que actúan racionalmente, procesando toda la información disponible y decidiéndose a aprovechar o no una oportunidad. Es más, la visión que tenga el empresario potencial sobre el éxito de su futuro negocio es muy particular, no respondiendo del mismo modo ni de manera automática a los estímulos del medio (Bruyat, C y Julián, PA, 2001, página 165).

En función de estas ideas, se podría afirmar que la existencia de un potencial alto en la sociedad no asegura una elevada emergencia empresarial, sino que además debemos tener en cuenta una serie de elementos o factores que incidan en los empresarios potenciales y precipiten su decisión de emerger. Para que una persona muestre un cierto potencial empresarial es necesario que, además presente una predisposición hacia la actividad empresarial, la cual viene dada por una serie de elementos, como son los factores individuales y empresariales, determinantes de la percepción del individuo sobre el éxito de su carrera.

En este sentido queremos señalar que un estudio completo debe contener, a nuestro entender un análisis tanto de los condicionantes personales como del entorno, siguiendo los trabajos realizados por autores como Gibb, 1994; Krueger y Brazeal, 1994, Guzmán Cuevas,

1995; y Cáceres Carrasco, 2001. Los factores condicionantes de la potencialidad empresarial vendrían recogidos en la figura.⁵



4.15.1. LOS FACTORES INDIVIDUALES QUE INCIDEN EN EL POTENCIAL EMPRESARIAL

En numerosas ocasiones, se ha señalado que la orientación de los individuos hacia el trabajo por cuenta propia y la propensión a la actividad empresarial depende fundamentalmente de las características personales de los individuos, especialmente de sus rasgos de personalidad. En este sentido, hay suficientes estudios dentro de la psicología que evidencian la influencia de la personalidad de un individuo en su comportamiento (Ben, D. J. y Funder, D. C., 1978, páginas 485-501). Estos rasgos psicológicos, que se consideran estables en el tiempo, pueden ser más fácilmente

⁵ TORIBIO MUÑOZ M^a DEL ROSARIO, RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ M^a JOSÉ, GARCÍA DE CASASOLA FRUCTOS CARMEN Boletín económico de ICE N° 2801, 2004

expresados en ciertos contextos (Schutte, N. A.; Kenrick, D. T. y Sadalla, E. K., 1985, páginas 121-128) lo que puede inducir a las personas a elegir diferentes situaciones en función de su personalidad (Snyder, M. y Ickes, W., 1985; en Lindzey, G. y Arosen, E., páginas 883-948). En otras palabras, la presencia de determinadas características psicológicas en los empresarios potenciales les predispone a elegir aquella profesión o actividad en la que dichas cualidades pueden ser más eficazmente expresadas (3). Esta predisposición psicológica podría indicar una propensión hacia la actividad empresarial.

Entre los rasgos de personalidad que en mayor número de ocasiones se han relacionado con el potencial empresarial destacan los siguientes:

4.15.1.1. EL DESEO O NECESIDAD DE INDEPENDENCIA

Característica que ya ha sido comentada anteriormente al definir el concepto de potencial empresarial, cuando se estableció que la preferencia de los individuos para el desempeño de un trabajo por cuenta propia frente a la opción de trabajar por cuenta ajena podía ser una manifestación del deseo y necesidad de independencia presente en los mismos.

4.15.1.2. EL CONTROL INTERNO

Concepto desarrollado dentro de la psicología para definir la percepción que tiene un individuo de que su destino depende de sus propios actos y no de factores externos que escapan a su control. Las personas con una

alta percepción de control interno confían en que sus posibilidades de éxito van a depender de sus propios comportamientos y forma de actuar. Desde este punto de vista, la percepción del empresario potencial sobre la viabilidad de iniciarse con éxito en la actividad empresarial se verá influida por su nivel de control interno. Si una persona no cree que los resultados de iniciar una aventura empresarial pueden depender más de su esfuerzo personal que de factores que escapen a su control, será menos probable que se exponga al riesgo e incertidumbre que toda actividad empresarial implica (Brockhaus, R. H., 1975, páginas 433-435).

4.15.1.3. LA NECESIDAD DE LOGRO

Característica estrechamente relacionada con el control interno y que fue definida por McClelland, como aquella cualidad que motiva a los individuos a realizar bien las tareas con el fin de alcanzar un sentimiento interno de logro personal (McClelland, D. C., 1971, páginas 104). Cuanto mayor sea la necesidad de logro del empresario potencial, más persistente será en su intención de crear un nuevo negocio.

4.15.1.4. LA AUTOEFICACIA

Grado en que una persona cree en su propia capacidad para realizar una tarea dada, es otro rasgo de personalidad que también ha sido íntimamente relacionado con el control interno, aunque la autoeficacia es un concepto más amplio que se refiere no sólo a las creencias de un

individuo acerca de sus capacidades, sino además la confianza en el que sus posibilidades de éxito van a depender de sus propios comportamientos y forma de actuar. De esta manera una persona puede tener un elevado nivel de control interno al considerar que el logro de sus objetivos depende fundamentalmente de su comportamiento, y al mismo tiempo desconfiar de sus propias capacidades para desenvolver tareas específicas que son necesarias para lograr dichos objetivos. Las personas con un mayor nivel de autoeficacia manifiestan una mayor probabilidad de llegar a ser empresarios (Chen, C. C.; Greene, P. G. y Crick, A., 1998, páginas 295-316).

4.15.1.5. LA PROPENSIÓN A ASUMIR RIESGOS

Rasgo de la personalidad de un individuo que se asocia a la autoeficacia y a la necesidad de logro (CáceresCarrasco, F. R., 2001). No existe un amplio consenso en la literatura sobre la incidencia de esta característica en los empresarios potenciales, aunque, en general, se acepta que el empresario presenta una mayor predisposición que el resto de la población a asumir riesgos, dado que tiene que tomar decisiones en un ambiente de incertidumbre, en el que los sucesos no pueden ser previstos, ni por tanto asegurados (Santos Cumplido, F. J., 2000, página 83). En función de esta observación, se puede admitir que esta característica suele aparecer en los individuos unida a la tolerancia a la incertidumbre.

4.15.1.6. LA CREATIVIDAD O CARÁCTER INNOVADOR

Relacionada con la actividad empresarial por primera vez por Schumpeter en su teoría del desenvolvimiento económico (Schumpeter, J. A., 1944, página 77). Se ha demostrado que los empresarios potenciales obtienen una puntuación significativamente más alta en capacidad de innovación que otros segmentos de población que prefieren trabajar como directivos de empresa por cuenta ajena (Sexton, D. L. y Bowman, N. B., 1984, páginas 513-5). En función de esto se podría pensar que los empresarios potenciales prefieren este tipo de actividad laboral porque les van a permitir desarrollar con mayor facilidad su creatividad.

4.15.1.7. LA PERSONALIDAD PROACTIVA

Concepto que se define como la disposición de la persona a iniciar y mantener un comportamiento proactivo por el cual actúan modificando su entorno. Las personas proactivas no están sujetas a las fuerzas del entorno, sino que actúan para cambiarlas identificando oportunidades y aprovechándolas a través de la iniciativa, acción y perseverancia. En este sentido, se ha considerado que la personalidad proactiva puede tener implicaciones para la vocación empresarial y que el grado en que una persona posee una personalidad proactiva está positivamente asociado con sus intenciones de iniciar una actividad empresarial (Bateman, T. y Crant, M., 1993, páginas 103-118)⁶

⁶ TORIBIO MUÑOZ M^a DEL ROSARIO, RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ M^a JOSÉ, GARCÍA DE CASASOLA FRUCTOS CARMEN Boletín económico de ICE N° 2754, 2003

4.15.2. LOS FACTORES DEL ENTORNO EMPRESARIAL

Las investigaciones y teorías que analizan la relación entre los factores del entorno de los empresarios potenciales y el fenómeno de emergencia empresarial tiene su origen en diferentes trabajos que desde enfoques sociológicos (Weber, Hoselitz, Hagen) o económicos (Fisiócratas, Baumol, Kirzner) han tratado de establecer cuáles eran estos factores y cómo afectan a la actividad empresarial. A partir de estos trabajos se empieza a investigar sobre diversos elementos del entorno como por ejemplo: la valoración social del empresario, la disponibilidad de recursos, la existencia de oportunidades de negocio, el grado de desregulación de la economía, la formación y experiencia laboral, la familia, etcétera.

No obstante, las aportaciones más reciente adoptan un enfoque multidisciplinar buscando integrar los resultados de esas primeras teorías para intentar explicar de forma más satisfactoria el fenómeno de emergencia empresarial. En este sentido se ha utilizado el término entorno empresarial para referirse a una combinación de factores económicos, socioculturales y políticos que influyen en las actitudes de las personas y en su habilidad para emprender una actividad empresarial y les facilita el proceso de creación de una nueva empresa suministrándoles asistencia y apoyos (Gnyawali, DR y Fogel, DS, 1994, página 112).

Aunque parece existir bastante acuerdo acerca de la influencia de los factores del entorno en los comportamientos empresariales en general, el

número de factores analizados es muy elevado, habiéndose realizado la mayoría de los estudios de forma fragmentada, sin tener en consideración las investigaciones realizadas por otros autores en este campo. Quizás por ello, los diversos elementos del entorno empresarial que han sido analizados en relación con los comportamientos empresariales, han sido clasificados por distintos autores en varios grupos atendiendo a diferentes criterios. En este trabajo vamos a diferenciar, entre factores del entorno personal del empresario y factores del entorno global (Santos Cumplido, FJ, 2000, página 112). Dentro del primer grupo, integraremos su formación, experiencia laboral así como la influencia de la familia en el potencial empresarial. En el segundo grupo, se incluirá elementos económicos, socioculturales y político-institucionales.

4.15.2.1. FACTORES DEL ENTORNO PERSONAL

La influencia de los factores del entorno personal del empresario: formación, experiencia laboral y elementos del entorno familiar, en los comportamientos empresariales ha sido objeto de análisis por una serie de investigaciones que consideran que estos elementos influyen en el desarrollo de su personalidad y en su comportamiento a través de los procesos cognitivos y de aprendizaje basado en la observación (Bandura, A, 1991, página 21). Desde este punto de vista parece lógico asumir que dichos factores también afectaran al potencial empresarial del individuo a través del proceso cognitivo y de socialización que este desarrolla a partir de la exposición a estos factores.

El papel que desempeña la educación y la experiencia laboral de un individuo en su potencial empresarial viene siendo analizado desde hace bastante tiempo, y a pesar de que son muchos los trabajos en los que se relaciona estas características, sus resultados son bastante controvertidos. No obstante, analizando detenidamente las diferentes aportaciones realizadas, se puede deducir que aunque no está claro que la educación pueda afectar al potencial empresarial de un individuo desarrollando en él características psicológicas y rasgos de personalidad de los que carece, sí parece que puede influir en su espíritu empresarial estimulando algunos de los rasgos y atributos empresariales que poseen de forma innata, con lo cual se podría establecer una relación entre la educación y la emergencia empresarial a través de su incidencia en los empresarios potenciales. Los rasgos de personalidad pueden ser reforzados o desarrollados durante los años de escolarización.

La **educación** ofrece al empresario más conocimientos y mejores medios, con lo que ampliar su capacidad de innovación e iniciativa (Hagen, E, 1971, página 224). Fillion en su definición de empresario establece que el rasgo fundamental que lo caracteriza es su capacidad para aprender (Fillion, LJ, 1994, página 69). Por otro lado, cuanto mayor es la formación del empresario, mayor es la influencia que este le atribuye a sus conocimientos como factor clave para tomar la decisión de crear su empresa (Díez de Castro, EP, 1998, página 50). De estas ideas se desprende que las personas con propensión hacia la actividad

empresarial que se someten a un proceso de formación adecuada, aumentarán su probabilidad de iniciarse en una actividad empresarial (Cáceres Carrasco, FR, 2001, página 235). En este sentido, parece lógico suponer que los empresarios potenciales con mayor formación tendrán más habilidad para percibir las oportunidades existentes en su entorno y mayor confianza en su capacidad para aprovechar esas oportunidades con éxito. En función de esto, se puede considerar que la probabilidad que un individuo cree que tiene de llegar a ser empresario aumenta en la medida en que su nivel de formación lo hace.

Por otra parte, Gibb sugiere que las dudas acerca de la eficacia de la educación en la formación de habilidades y destrezas empresariales se deben a la inadecuación del sistema educativo para potenciar actitudes emprendedoras (Gibb, AA, 1993, página 34). Para este autor, está clara la influencia de la educación en la emergencia empresarial, pero considera que el tipo de educación apropiada es aquélla que se orienta al desarrollo, no sólo de las capacidades y destrezas empresariales necesarias para desempeñar con éxito las funciones recogidas en la esfera gerencial, sino también las actitudes y habilidades directamente relacionadas con la formación de un espíritu empresarial. Por tanto, lo que si debemos tener claro es que este proceso de formación debe estar encaminado a la formación estrictamente empresarial, no gerencial. Como indica Finkle y Deeds, en la última década se han incrementado de manera importante el

número de programas o cursos en las llamadas escuelas de negocios para la formación tanto de gerentes como de empresarios, el problema es que no distinguen claramente los distintos procesos de formación. Lo positivo de este tema es cómo los empresarios se han concienciado sobre la necesidad de su formación personal. Lo negativo es ver si la formación que se les ofrece puede considerarse válida (Finkle, TA y Deeds, D, 2001, página 614).

Si la formación ofrecida por las instituciones que se ocupan de la misma es efectiva o no Liu y Dubinsky lanzan preguntas que sería necesario contestar en el sentido de si la formación universitaria implica incrementar las expectativas de éxito en los negocios, si realmente las Universidades se han concienciado de qué tipo de formación deben ofrecer y si la Universidad pública ofrece la misma calidad que las instituciones privadas, es decir si la preparación que estas últimas entidades es más útil en la práctica que la obsoleta formación pública que se ofrece en este tema (Liu, S y Dubinsky, AJ, 2000, página 133).

Se trataría de introducir en el sistema educativo formal una formación empresarial específica dirigida a estimular el espíritu empresarial desde las primeras fases del proceso educativo en los individuos que poseen un cierto potencial empresarial, para lo cual es muy importante incorporar la esencia de la empresa en el ambiente de clase y aplicar un método de

enseñanza empresarial en el que los alumnos aprendan a ser responsables, tengan libertad para tomar sus propias decisiones, aprendan de sus errores y en definitiva se vayan socializando en un entorno en el que sus conductas se van modelando con el objetivo de desarrollar en ellos un comportamiento empresarial (Gibb, AA, 1993, página 325). En este sentido debemos apuntar que la formación ofrecida varía según los países. Algunos continúan ofreciendo solamente formación gerencial, pero, sin embargo, otros ya han comenzado el proceso de formación de buenos empresarios (Zahra, SA, 2001, página 351).

Pero además de la formación estándar y de la formación específica, es posible que los comportamientos y actitudes de los empresarios potenciales se vean afectados por una tercera forma de aprendizaje, la que se deriva de la experiencia laboral. El aprendizaje a través de la experiencia laboral afecta al potencial empresarial de los individuos en la medida en que éstos desarrollan una serie de habilidades y conocimientos que les van a permitir aumentar su confianza en la posibilidad de llegar a desempeñar una actividad empresarial en el futuro. Gracias a la experiencia adquirida, el empresario potencial percibirá más fácilmente las oportunidades existentes en el entorno para ser aprovechada, oportunidades que valorará antes de decidirse a emerger como empresario. No obstante, a través de la experiencia laboral no sólo se adquieren conocimientos y habilidades técnicas, también se aprenden

ciertos valores y aptitudes sociales necesarias para desarrollar la función de promoción de una nueva actividad empresarial, se aprende a asumir responsabilidades, a tomar decisiones, a captar información, a resolver problemas.

Por otro lado, **la experiencia laboral** del empresario potencial no sólo afecta a su propensión hacia la actividad empresarial a través del aprendizaje obtenido por ese medio, sino que también puede influir en el mismo al condicionar su motivación. Los empresarios potenciales se pueden ver impulsados hacia la actividad empresarial motivados por la insatisfacción en su anterior puesto de trabajo, insatisfacción que puede sobrevenir por la producción de ciertos cambios en algunos de los aspectos de la actividad laboral desempeñada, como por ejemplo traslados a otras localidades, cambios organizacionales que pueden alterar las expectativas de promoción y de desarrollo profesional, etcétera. Sobre esta cuestión es preciso señalar que la falta de una alternativa profesional en las organizaciones existentes es considerada por Gibb Dyer como un elemento del entorno económico que influye en su elección de esta actividad profesional (Gibb Dyer, W Jr, 1994, páginas 7-21).

La influencia de la familia en los comportamientos empresariales se ha analizado fundamentalmente desde la perspectiva de la teoría del modelo a imitar, la cual afirma que el individuo observa la conducta de las personas que le rodean y se decide a imitarla dependiendo de que la

considere más o menos efectiva. En un principio, los primeros modelos a imitar serán los padres y demás miembros de la familia, posteriormente, a lo largo de su proceso de socialización el individuo se puede ver influenciado por otras personas con las que establezca contacto dentro de la sociedad (Casrud, AL y Johnson, RW, 1990, páginas 27-54). Recientemente estas teorías han sido utilizadas para analizar la relación entre un modelo empresarial familiar y el desarrollo de una preferencia por la actividad empresarial como opción profesional, llegándose a afirmar que el factor más influyente en la decisión de embarcarse en un proyecto empresarial es la presencia de un modelo empresarial familiar (Scherer, RF, Adams, JS y Wiebe, FA, 1989, páginas 53-71). Esta tesis explicaría por qué un elevado número de investigaciones empíricas han establecido una relación entre la propensión a la actividad empresarial y la pertenencia a familias en las que al menos uno de sus miembros, preferentemente uno de los padres, es empresario.

Pero la influencia del entorno familiar sobre el empresario potencial no se limita a la que se deriva de la observación de un comportamiento empresarial efectivo en uno de sus miembros, sino que además, la familia puede suministrar al empresario potencial una serie de apoyos (financieros, económicos, mano de obra, e incluso apoyo psicológico) que también pueden afectar su decisión de ejercer una actividad empresarial (Gibb Dyer, WJr, 1994, página 10). La influencia de estos apoyos en el potencial empresarial se manifiesta a través de la percepción que el

empresario potencial tiene acerca de la viabilidad de desarrollar con éxito una actividad empresarial. Cuanta más confianza tenga el empresario potencial en los apoyos familiares, mayor será su valoración de la probabilidad de iniciar una actividad empresarial, lo que reforzará su propensión a la misma.

Por último, hay que indicar que algunos autores opinan que aun cuando ninguno de los miembros de la familia sea empresario, esta puede influir en la personalidad y opción empresarial de los hijos a través de la creación de un entorno familiar en el que los valores culturales relacionados con la propensión a la empresarialidad estén presentes.

4.15.2.2. FACTORES DEL ENTORNO GLOBAL

Dentro del entorno global se van a considerar varios factores que inciden de diferente manera en los empresarios potenciales. Por un lado están los factores del entorno social y cultural, que afectarán a sus características personales, creencias y actitudes a través del proceso de socialización en el que se ve envuelto desde que nace. Por otro lado, están los factores del entorno económico y político institucional, que proporcionan oportunidades, recursos e información. En este sentido, numerosos investigadores han propuesto que la actividad empresarial está más fuertemente determinada por el entorno social que por las condiciones económicas o por el entorno político institucional.

4.15.2.2.1. ENTORNO SOCIOCULTURAL

Los factores socioculturales son el nexo entre la cultura y la orientación hacia la empresariedad. Eso explica que determinados países tengan un ratio de potencialidad empresarial superior a otros, y por tanto serán más competitivos en la llamada “aldea global” (Lee, SM y Peterson, SJ 2000, página 401). En este sentido es importante conocer la cultura organizacional de una sociedad para conocer el desarrollo de las actividades empresariales. Algunas culturas tienden a preservar los caminos tradicionales para hacer negocio, mientras que otras facilitan el cambio (May, A, Melón, L y Nordqvist, M, 2002, página 193).

Uno de los primeros autores en analizar la influencia de los factores del entorno sociocultural en la actividad empresarial fue el sociólogo M Weber (1969), quien en su obra *La ética protestante y el Espíritu del Capitalismo* relaciona las creencias religiosas con la propensión a la actividad económica y empresarial. De la obra de este autor se puede deducir que la actividad empresarial depende de la actitud de los empresarios, que a su vez está condicionada por la ética religiosa imperante. Posteriormente, P. Wilken (1979), consideró que para que se produjese la emergencia empresarial era necesario, entre otros factores, la existencia de una serie de elementos de carácter sociológico como son la legitimación social del empresario, la integración social, la marginalidad social, la movilidad social, la seguridad, la ideología, etcétera. De entre todos estos factores

han sido los dos primeros los que se han considerado en mayor número de ocasiones relevantes en relación con el potencial empresarial.

La “**legitimación social del empresario**” se refiere a la aceptación por parte de la sociedad de esta actividad, lo cual quedará reflejado en sus valores y normas sociales. En la medida en que la actividad empresarial reciba la confianza de la población, podrá decirse que quienes la desempeñan, los empresarios, gozan de legitimidad social. Pero no es suficiente con que exista una cierta legitimidad del empresario, sino que además, éste debe percibir esta aceptación para que su actitud empresarial sea más positiva. Desde este punto de vista los empresarios potenciales también se van a ver afectados por el nivel de legitimidad social del empresario, ya que su propensión a la actividad empresarial aumentará si perciben que esta actividad es aceptada o incluso valorada por la sociedad.

La “**integración social**” muestra la necesidad de que existan suficientes vínculos sociales como para permitir a los empresarios potenciales tener acceso a los factores y mercados adecuados para realizar su función (O’Kean, JM, 1991, página 81). Este punto de vista ha sido objeto de una amplia investigación por la denominada “teoría de redes”, en la que se considera los comportamientos empresariales desde una perspectiva dinámica. La teoría de redes parece tener su origen en los estudios sobre el concepto de “capital social”, dentro del cual se examinan las relaciones

entre las características culturales y el desarrollo económico y social. Precisamente el capital social es definido como el conjunto de redes y organizaciones horizontales a través de las cuales se materializa la acción colectiva (Rodríguez, MJ y Romero, I, 2001).

En relación con la actividad empresarial, a partir de las aportaciones de diversos autores (Sweeny 1988, Putnam 1993, Bryson, Wood, y Keebke 1993, Ozcan 1995), se ha sugerido que el capital social afecta a las actitudes del empresario al favorecer la formación de redes interconectadas de cooperación entre empresarios que pueden potenciar la actividad empresarial (Putnam, R 1993, páginas 35-42). Estas redes, que pueden estar relacionadas con la demanda (asociadas a clientes), con la oferta (asociadas a otras empresas suministradoras) o constituir redes de apoyo (asesores), proporcionan información, consejos técnicos, habilidades, recursos financieros y físicos, constituyendo un potencial sinérgico que impulsa la emergencia empresarial y los comportamientos empresariales dinámicos, como por ejemplo la innovación (Rodríguez, MJ y Romero, I, 2001). En función de estas ideas, se puede considerar que los empresarios potenciales tendrán una mayor confianza en la viabilidad de desarrollar una actividad empresarial con éxito dependiendo de su propio nivel de capital social y de la percepción que construyan del capital social civil.

En todas estas aportaciones aparece recogida de forma más o menos explícita la influencia de las características culturales de la sociedad sobre

la propensión de los individuos hacia la actividad empresarial. Por un lado, la legitimidad social del empresario forma parte directamente de la “cultura de empresa” de una sociedad tal y como la definió Gibb: “grupo de creencias, valores y actitudes de la población respecto a la actividad empresarial”. Por otro lado, el capital social estructural de una sociedad se va a ver afectado por algunos de los valores, creencias e ideas que conforman la cultura de una sociedad. El nivel de confianza mutua, reciprocidad, asociacionismo y compromiso cívico de una sociedad impulsa la aparición de un capital social estructural (Rodríguez, MJ y Romero, I, 2001). Estas características culturales afectarán al potencial empresarial al influir en las actitudes de los empresarios potenciales hacia el desarrollo de una actividad empresarial y a sus creencias respecto a cómo la sociedad piensa que él debe comportarse en relación con esta cuestión (Moreno, P, Rodríguez, MJ y Romero, I, 2001). Tal y como se señaló anteriormente, el empresario potencial va a valorar los resultados derivados de desarrollar una actividad empresarial en función de sus motivaciones, características personales y circunstancias del entorno, decidiéndose a emprender la misma si dicha valoración es más positiva que la derivada del desarrollo de comportamientos alternativos. Indudablemente esta valoración, en la que se incluye sus creencias acerca de cómo la sociedad va a evaluar tal comportamiento, se verá afectada por los valores culturales ampliamente compartidos por la sociedad y transmitidos por esta a través del proceso de socialización.

4.15.2.2.2. ENTORNO ECONÓMICO Y POLÍTICO INSTITUCIONAL

Los factores del entorno económico y político institucional están fuertemente relacionados, y aunque en diversos estudios se analiza su influencia en la actividad empresarial de forma separada, lo cierto es que estos elementos tienen en común que proporcionan oportunidades, recursos e información al empresario y al empresario potencial para el desarrollo de la actividad empresarial, pudiendo contribuir o frenar la aparición de nuevos empresarios. En este sentido, las características de las instituciones sociales y políticas en torno a las cuales se articula una sociedad, repercuten sobre los procesos económicos al condicionar las decisiones de los agentes sociales, entre los que se encuentran los empresarios actuales y empresarios potenciales. Estas instituciones desempeñan un papel crucial al actuar como un mecanismo de regulación de la dinámica económica. La consideración de la actividad empresarial por algunos autores como un “proceso en el cual el empresario persigue oportunidades con independencia de los recursos de los que disponga” (Hart, M y Stevenson, HJ, 1995), puede hacer pensar que los elementos del entorno económico y político institucional no pueden limitar la emergencia empresarial. Sin embargo, sí van a influir en el potencial empresarial del individuo a través de la percepción que de los mismos éste obtiene.

Además, aunque se asuma que son los empresarios potenciales los que crean las oportunidades de negocio en sentido amplio (disponibilidad de

recursos, capacidad suficiente, oportunidades en sentido estricto, obtención de información) con sus actuaciones, lo cierto es que esas oportunidades deben realmente existir para que se produzca la emergencia empresarial. A pesar de ello, se consideran más determinantes los factores del entorno sociocultural que los elementos del entorno económico y político institucional, pues como indica Wilken los factores económicos son condición necesaria para que se produzca el fenómeno de emergencia empresarial, pero además son necesarios otros elementos, principalmente los factores sociológicos (Wilken, P, 1979). En este sentido, Shane logró demostrar empíricamente que las variables económicas tenían una influencia menos significativa en los ratios de innovación que los valores culturales (Shane, S, 1993, páginas 59-73).

Los autores que relacionan las condiciones económicas del entorno y la actividad empresarial son muy numerosos. Las primeras aportaciones se producen dentro de la Ciencia Económica por autores que sin haberse propuesto elaborar una Teoría del Empresario señalan la importancia de algunos elementos del entorno económico para la aparición del empresario. Es por ejemplo el caso de A Smith, quien establece la necesidad de oportunidades de ganancias para la emergencia empresarial (Cáceres Carrasco, FR, 2000, página 30), o de JB Say, quien, según O'Kean, para la realización de sus funciones debe disponer de los fondos necesarios (O'Kean, JM, 1985, página 518). Más recientemente, dentro ya del marco de la Teoría del Empresario, Baumol establece como factor determinante de la oferta de empresarios la estructura de

recompensas de la economía, es decir, los incentivos económicos o de otro tipo que priman la actividad empresarial (Baumol, W, 1990, página 898). Desde el punto de vista de los enfoques multidisciplinares, será Leibenstein quien en mayor medida destaque la importancia de los factores económicos para los empresarios, especialmente las oportunidades de mercado (Leibenstein, H, 1978, páginas 72-83).

Más recientemente, varios autores establecen la necesidad de que existan oportunidades, capacidades y recursos para que se produzca la emergencia empresarial (Wilken 1979, Reynolds 1992, Blanchflower y Oswald 1994, Van Praag y Van Ophem 1995, Cáceres 2001) o aumente el potencial empresarial del individuo (Gnyawali y Fogel 1994, Gibb Dyer 1994, Cáceres 1999). Singh va más allá afirmando que si un individuo percibe que la situación económica es buena y que va a continuar así, se lanzará más fácilmente al campo empresarial afirmando que en vez de intentar definir qué es un empresario debíamos hablar de lo que son las oportunidades empresariales, (Sing, RP, 2001, página 10).

Por lo tanto, parece que uno de los elementos del entorno económico que más puede afectar a la emergencia empresarial es “el nivel de oportunidades económicas” existente en el entorno, entendiendo éstas como la posibilidad que el empresario percibe para emprender un nuevo negocio (Gnyawali, D y Fogel, D, 1994, páginas 43-61). Esas

oportunidades de negocio se van a ver afectadas por algunos elementos del entorno político institucional como son el nivel de desregulación de la economía y las políticas del gobierno, y por las características que presentan los mercados y factores de productos (Wilken, P, 1979, páginas 7-42). En relación con esta cuestión, P. Wilken elabora un modelo explicativo de la función empresarial en el que considera que las oportunidades económicas vienen determinadas por una serie de factores económicos que se podían dividir en dos grupos. Por un lado, estarían los que proporcionan incentivos de mercado y por otro los que facilitan recursos y capital. Al mismo tiempo, consideraba que algunos de estos elementos afectaban a los costes potenciales de iniciar una actividad empresarial (disponibilidad de capital, de materias primas, de mano de obra y tecnología y calidad de estos recursos) y otros a los ingresos (tamaño y composición del mercado) (Wilken, P, 1979, páginas 39-44). Otros factores del entorno económico analizados en relación con la actividad empresarial son la disponibilidad de capital (Cross 1981, Storey 1982, Gartner 1985), los indicadores económicos (Gould and Keeble 1984, Shutt and Whittington 1987), la tasa de desempleo y los ciclos recesivos (Pennings 1982, Gould and Keeble 1984).

En relación con el **“tamaño y composición del mercado”**, Gartner considera que es una realidad cambiante en la que la organización influye a través de la estrategia de actuación elegida por el empresario (tamaño de la empresa, ritmo de crecimiento, sector de actividad, etcétera),

(Gartner, WB, 1985, páginas 696-706). En este sentido, son varios los autores (Cooper y Dunkelberg 1987, Westhead y Moyes 1992, Birley y Westhead 1994)) que relacionan estos elementos con el nivel de potencial empresarial de una sociedad. Según Cáceres, el tamaño y composición del mercado va a afectar al nivel de oportunidades económicas existentes para ser aprovechadas o explotadas por los empresarios potenciales (Cáceres Carrasco, FR, 2001, página 272). Así, por ejemplo, Westhead y Moyes consideran que las barreras de entrada al mercado de nuevas empresas van a depender del sector de actividad dominante en el mismo, de la especialización regional (Gestead, P y Moyes, T, 1982, páginas 21-56).

Por último, hay que mencionar otro elemento del entorno económico que puede afectar a los motivos por los que los individuos deciden elegir una actividad empresarial como opción profesional, **“la falta de oportunidades de empleo o de oportunidades de promoción en las organizaciones existentes”**. Este factor está estrechamente relacionado con la valoración que el empresario potencial realiza de las alternativas existentes a la actividad empresarial y se considera afecta a las preferencias de los empresarios potenciales hacia a la actividad empresarial frente a otras actividades laborales alternativas. En este sentido, “en la medida que la escasez de dichas oportunidades crezca, menores serán los costes de oportunidades de desarrollar un trabajo asalariado frente al desarrollo de la actividad empresarial” (Cáceres

Carrasco, FR, 2001, página 218). Este es un factor un tanto difícil de situar porque, aunque existe suficiente evidencia empírica que demuestra que la falta de oportunidades de empleo o de promoción profesional es uno de los motivos que empuja a los individuos hacia la actividad empresarial (Hisrich y Brush 1985, Chaganti 1986, Romero López 1990, Buttner y Moore 1997), la valoración que el empresario potencial realice de este factor va a depender de sus propias características personales (nivel de formación, experiencia laboral, etcétera), por lo que parece más propio tratarlo desde una perspectiva individual y personal (Cáceres Carrasco, FR, 2001, página 219). No obstante, este elemento se sitúa dentro del entorno económico, y así se ha considerado en este trabajo. Además, el empresario potencial ve todos los elementos del entorno en función de sus características personales y motivos que le impulsan hacia la actividad empresarial. Precisamente esa valoración o percepción del entorno le va a permitir construir una idea subjetiva de la realidad objetiva, de la cual va a depender sus preferencias, propensión hacia la actividad empresarial, intención de iniciar esa actividad y, en definitiva, su comportamiento final.

Por lo que se refiere a los factores del **entorno político-institucional** se han considerado principalmente las políticas de apoyo de las agencias públicas (Gartner 1985, Young y Francis 1989, Walker y Greenstreet, 1990, Gnyawali y Fogel 1994). En este sentido Wilken afirma que al Estado le corresponde proteger, impulsar, corregir o desarrollar la

actividad empresarial, estableciendo que su influencia se ejerce tanto sobre los factores económicos, como sobre los no económicos, pudiendo llegar a afectar directamente a los comportamientos empresariales (Wilken, P, 1979, página 280). De acuerdo con esta tesis, Gnyawali y Fogel opinan que “los procedimientos y políticas del gobierno” pueden afectar al funcionamiento de los mercados y favorecer la creación de una cultura de empresa, es decir, pueden favorecer el surgimiento de oportunidades económicas y la creación de un clima social que afecte positivamente a la propensión hacia la actividad empresarial (Gnyawali, DR y Folgel, DS, 1994, páginas 43-44)⁷

⁷ TORIBIO MUÑOZ M^a DEL ROSARIO, RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ M^a JOSÉ, GARCÍA DE CASASOLA FRUCTOS CARMEN Boletín económico de ICE N° 2801, 2004

5. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización y el desarrollo del presente trabajo de investigación se aplicaron algunos métodos y técnicas que ayudaron a dar cumplimiento a los objetivos planteados en el anteproyecto de investigación, los mismos que son detallados a continuación:

Métodos: Se utilizaron los siguientes métodos:

Método Deductivo.- Es un proceso que parte de un principio general para inferir sobre las consecuencias particulares, por lo tanto es un método que permitirá obtener análisis bien definidos a partir de conocimiento y leyes universales planteadas por teóricos del conocimiento. Este método permitió recolectar y seleccionar toda la fundamentación teórica, misma que nos permitió construir el marco teórico, información que fue seleccionada de fuentes bibliográficas como, revistas, folletos y artículos científicos relacionados con la teoría del emprendimiento y que en el proceso de la investigación se fue descomponiendo o desfragmentando para obtener la información que fue necesaria para cumplir con los objetivos planteados.

Método Inductivo.- Es un proceso de investigación que va de hechos particulares para llegar a establecer hechos o aspectos generales, por lo tanto este método se lo utilizó en el planteamiento del tema como es el emprendimiento y en el desarrollo de cada uno de los objetivos

planteados en el procesos de la investigación ya que partimos en reconocer las particularidades como son las características de los emprendedores y que fue obtenida gracias a la fundamentación teórica que se la consiguió del marco teórico.

Método Analítico.- (Del griego análisis, que significa descomposición) Se define como un método que implica el análisis, esto es la separación de un todo en sus partes o en sus elementos que lo constituyen. Este método se utilizó en el desarrollo del proceso de investigación para descomponer en sus partes la idea a ser investigada o sea ir cumpliendo paso a paso cada uno de los objetivos planteados y así obtener los resultados deseados del proceso de investigación.

Método Descriptivo.- Este método se aplicó para formular, analizar e interpretar toda la información obtenida de las fuentes bibliográficas y de la aplicación de las encuestas, para describir cada una de las tablas y graficas estadísticas mediante la interpretación de cada una y posteriormente realizar el planteamiento de las conclusiones y recomendaciones.

Método Estadístico.- Se define como el conjunto de números que permiten contar o medir elementos obtenidos mediante un proceso de recopilación de información, este método se lo utilizó en las tabulaciones de la encuesta para la presentación de las tablas y gráficas estadísticas que se encuentran en el trabajo de investigación.

TÉCNICAS.

Encuesta.- La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones personales interesan al investigador. Para ello, se utiliza un listado de preguntas escrita que se entregan a los sujeto a fin de que las contesten igual por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

La técnica de la encuesta se aplicó a la población objeto de estudio en este caso a la población de bachilleres de la Ciudad de Loja, si bien es cierto por ser la población demasiado grande se procedió a determinar el tamaño de la muestra la misma que representa a la población y que fue aplicada en el presente estudio.

Muestra.- Consiste en seleccionar una parte de las unidades de un conjunto, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas al estudio; para el diseño del tamaño de la muestra se realizó el siguiente procedimiento:

1. Se determina el tamaño de la población objeto de estudio.
2. Se calcula el tamaño de la muestra.
3. Se diseña la distribución muestral.

Para realizar esta demostración se presenta la siguiente tabla:

Tabla N° 1							
N°	Nombre de Instituciones	Población			Muestreo		
		M	F	T	M	F	T
1	COLEGIO EXPERIMENTAL BERNARDO VALDIVIESO	1122	421	1543	33,1	12,4	46
2	I.S.TECNOLOGICO BEATRIZ CUEVA DE AYORA	0	1021	1021	0,0	30,2	30
3	TECNICO FISCAL MIXTO 27 DE FEBRERO	81	398	479	2,4	11,8	14
4	MANUEL CABRERA LOZANO	329	141	470	9,7	4,2	14
5	COLEGIO EXPERIMENTAL PIO JARAMILLO ALVARADO	22	409	431	0,6	12,1	13
6	COLEGIO NACIONAL ADOLFO VALAREZO	284	136	420	8,4	4,0	12
7	COLEGIO FISCAL MIXTO MANUEL ENRIQUE RENGEL	75	64	139	2,2	1,9	4
8	COLEGIO POPULAR A DISTANCIA PIO JARAMILLO ALVARADO	20	108	128	0,6	3,2	4
9	DOCTOR BENJAMIN CARRION	63	49	112	1,9	1,4	3
10	ISIDRO AYORA PRESIDENTE	63	41	104	1,9	1,2	3
11	MANUEL IGNACIO MONTERO VALDIVIESO	52	31	83	1,5	0,9	2
12	UNIDAD EDUCATIVA FERNANDO SUAREZ PALACIO	30	23	53	0,9	0,7	2
13	HERNAN GALLARDO MOSCOSO	23	22	45	0,7	1	1
14	UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL PARA CIEGOS LUIS BRAILLE	5	2	7	0,1	0,1	0
15	INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO DANIEL ALVAREZ BURNEO	685	807	1492	20,2	23,8	44
16	U E A DISTANCIA DE LOJA HNO A P C REGIMEN COSTA	543	543	1086	16,0	16,0	32
17	UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL VICENTE ANDA AGUIRRE	762	133	895	22,5	3,9	26
18	UNIDAD EDUCATIVA CALASANZ	366	403	769	10,8	11,9	23
19	UNIDAD EDUCATIVA A DISTANCIA DE LOJA EXT HNO ANGEL PASTRANA	190	319	509	5,6	9,4	15
20	UNIDAD EDUCATIVA SAN FRANCISCO DE ASIS	146	106	252	4,3	3,1	7
21	UNIDAD EDUC FISCOMISIONAL A DISTANCIA JOSE MARIA VELAZ	37	60	97	1,1	1,8	3
22	UNIDAD EDUCATIVA A DISTANCIA DE LOJA EXTENSION RENACIMIENTO	15	0	15	0,4	0,0	0
23	UNIDAD EDUCATIVA A DISTANCIA DE LOJA EXT BEATRIZ GARCIA DE J	7	7	14	0,2	0,2	0
24	JOSE ANTONIO EGUIGUREN LA SALLE	236	123	359	7,0	3,6	11
25	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR LA INMACULADA	0	294	294	0,0	8,7	9
26	COLEGIO PARTICULAR EUGENIO ESPEJO	131	160	291	3,9	4,7	9
27	COLEGIO PARTICULAR ISIDRO AYORA	131	128	259	3,9	3,8	8
28	UNIDAD EDUCATIVA TENIENTE CORONEL LAURO GUERRERO	162	76	238	4,8	2,2	7
29	UNIDAD EDUCATIVA SANTA MARIANA DE JESUS	0	222	222	0,0	6,6	7
30	PARTICULAR A DISTANCIA AMAZONAS	123	75	198	3,6	2,2	6
31	UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL SUDAMERICANO	97	50	147	2,9	1,5	4
32	COLEGIO PARTICULAR JUAN MONTALVO	91	51	142	2,7	1,5	4
33	COLEGIO PARTICULAR JOSE MARIA VIVAR CASTRO	86	52	138	2,5	1,5	4
34	COLEGIO PARTICULAR A DISTANCIA AMAZONAS- REGIMEN COSTA	77	51	128	2,3	1,5	4
35	UNIDAD EDUCATIVA LA PORCIUNCULA	0	126	126	0,0	3,7	4
36	LICEO DE LOJA	59	51	110	1,7	1,5	3
37	IBEROAMERICANO SAN AGUSTIN	53	36	89	1,6	1,1	3
38	CORDILLERA	47	28	75	1,4	0,8	2
39	COLEGIO PARTICULAR A DISTANCIA LIBERTAD	39	32	71	1,2	0,9	2
40	MIGUEL ANGEL SUAREZ ROJAS	39	13	52	1,2	0,4	2
41	TAGESSCHULE Y COLEGIO SAN GERARDO	20	19	39	1	1	1
TOTAL		6311	6831	13142	186	202	388
Fuente: Ministerio de Educación							
Elaboración: Los autores							

Como podemos darnos cuenta la población estudiantil que cursa el bachillerato en las instituciones educativas de la ciudad de Loja asciende a 13142 bachilleres de acuerdo a la tabla N° 1

Con estos datos aplicamos la fórmula del tamaño de la muestra:

$$n = \frac{13142}{1 + 0,05^2 (13142)} = 388,18 \implies 388 \text{ encuestas} .$$

Por lo tanto la muestra a aplicar será de 388 encuestas.

Es importante aclarar que el estudio está diseñado para los bachilleres de la ciudad de Loja, razón por la cual la distribución muestral está diseñada para hacer aplicada por tipo de instituciones y por género datos que son demostrados en la tabla N° 1

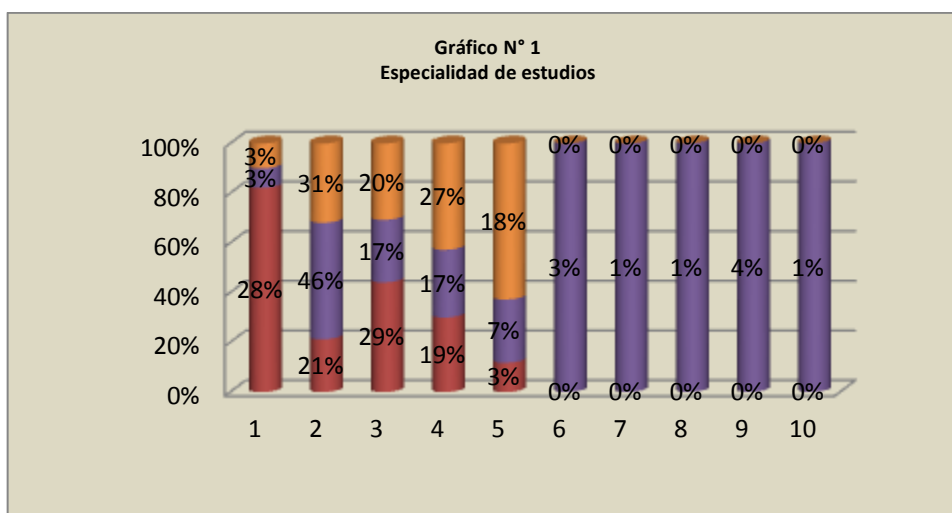
6. RESULTADOS

RESULTADOS OBTENIDOS POR TIPO DE INSTITUCIÓN

1. Especialidad de estudios

Tabla N° 2						
Especialidad de estudios						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Contabilidad administración	41	28%	4	3%	3	3%
Estudios Sociales	31	21%	70	46%	28	31%
Químico - Biológicas	43	29%	25	17%	18	20%
Físico Matemáticas	28	19%	26	17%	24	27%
Ciencias Básicas	5	3%	11	7%	16	18%
Mecánica	0	0%	5	3%	0	0%
Informática	0	0%	1	1%	0	0%
Electricidad	0	0%	2	1%	0	0%
Diseño grafico	0	0%	6	4%	0	0%
Marketing	0	0%	1	1%	0	0%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

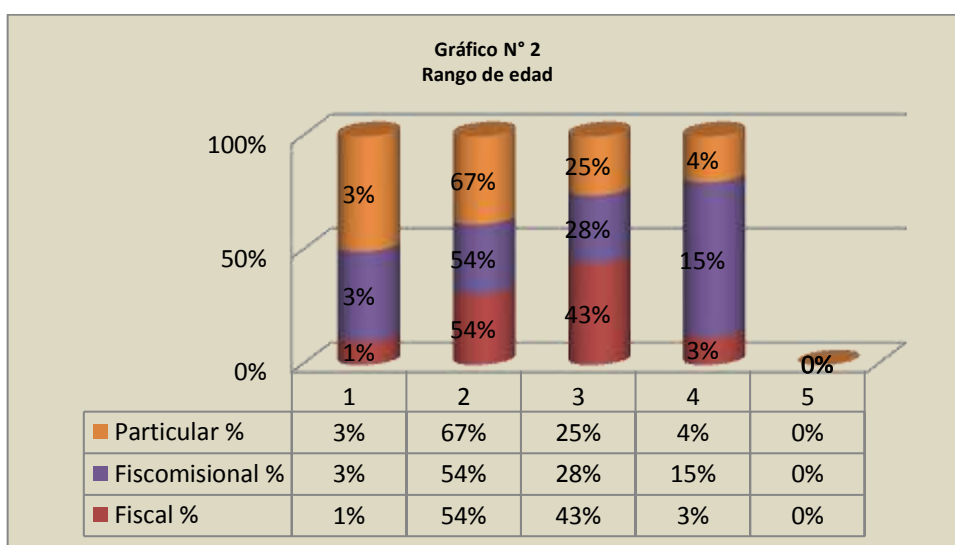
La presente tabla y gráfica nos demuestra que la especialidad de estudios que predomina en el bachillerato de la ciudad de Loja son las carreras de

químico biológicas, físico matemáticas, estudios sociales, contabilidad y administración en los tres tipos de institución fiscales, fiscomisionales y particulares.

2. Rango de edad

Tabla N° 3						
Rango de edad						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
12-14 años	1	1%	4	3%	3	3%
15-17 años	80	54%	81	54%	60	67%
18-20 años	63	43%	43	28%	22	25%
21-23 años	4	3%	23	15%	4	4%
más de 24	0	0%	0	0%	0	0%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



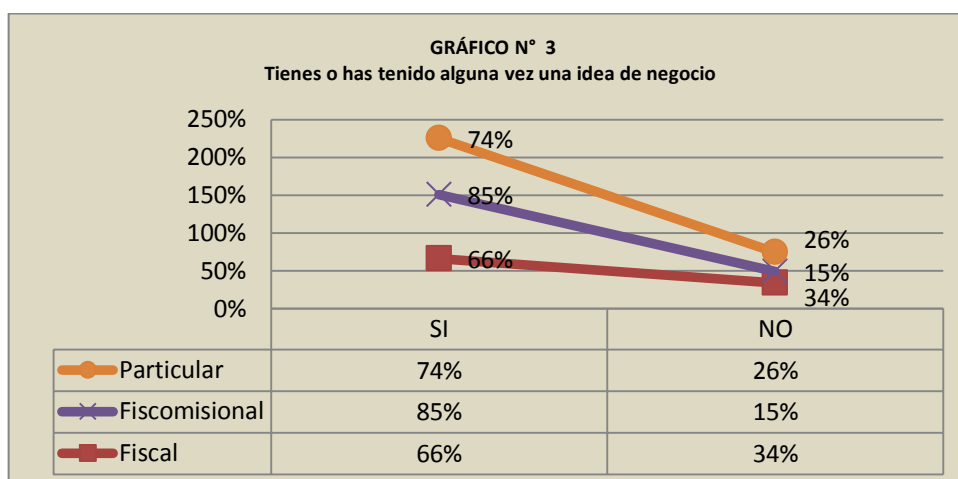
Análisis e interpretación:

La tabla y gráfica nos demuestra que el rango de edad que predomina en el bachillerato de la ciudad de Loja son las edades comprendidas entre los rangos de 15 a 17 años y de 18 a 20 años de edad tanto para los tres tipos de institución las fiscales, fiscomisionales y particulares.

3. ¿Tienes o has tenido alguna vez una idea de negocio?

Tabla N° 4						
¿Tienes o has tenido alguna vez una idea de negocio?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
SI	98	66%	128	85%	66	74%
NO	50	34%	23	15%	23	26%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



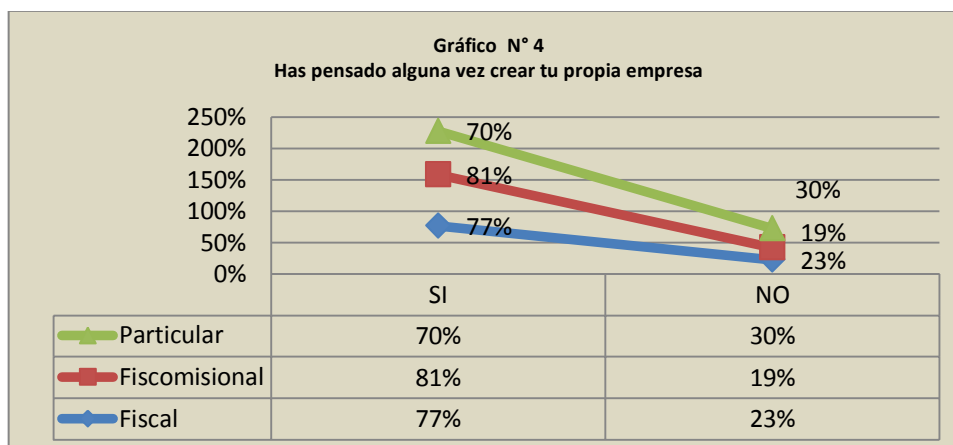
Análisis e interpretación

En la presente tabla y gráfica podemos observar que el 66% de los estudiantes que cursan el bachillerato en las instituciones fiscales si han tenido alguna vez una idea de negocios mientras que el 34% no lo han tenido, en lo que respecta a las instituciones fiscomisionales el 85% si han tenido una idea de negocio mientras que el 15% no lo han tenido, por último las instituciones particulares el 74% de sus estudiantes si han tenido alguna vez una idea de negocio frente al 26% que no lo han tenido.

4. ¿Has pensado alguna vez crear tu propia empresa?

Tabla N° 5						
¿Has pensado alguna vez crear tu propia empresa?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
SI	114	77%	122	81%	62	70%
NO	34	23%	29	19%	27	30%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



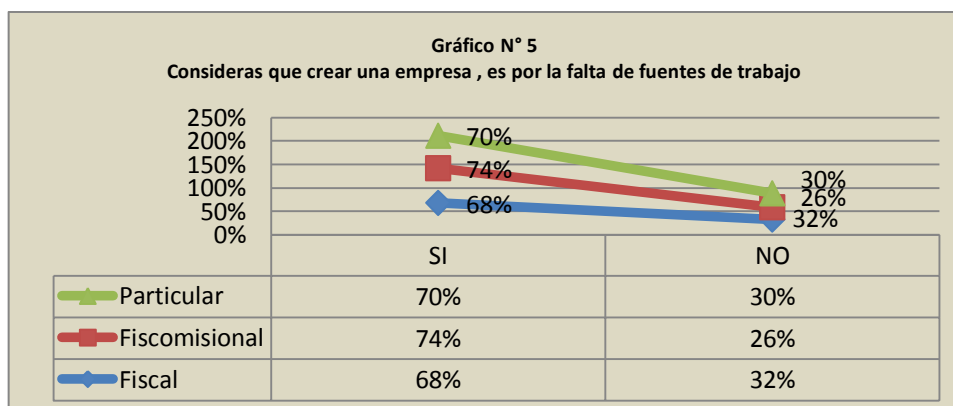
Análisis e interpretación:

En la presente tabla y gráfica podemos observar que el 77% de los estudiantes que cursan el bachillerato en las instituciones fiscales si han pensado en crear su propia empresa, mientras que el 23% no lo han tenido, en lo que respecta a las instituciones fiscomisionales el 81% si han pensado en crear su propia empresa mientras que el 19% no lo han tenido, por último las instituciones particulares el 70% de sus estudiantes si han pensado en crear su propia empresa frente al 30% que no lo han tenido.

5. ¿Consideras que crear una empresa, es por la falta de fuentes de trabajo?

Tabla N° 6						
¿Consideras que crear una empresa, es por la falta de fuentes de trabajo?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
SI	100	68%	112	74%	62	70%
NO	48	32%	39	26%	27	30%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



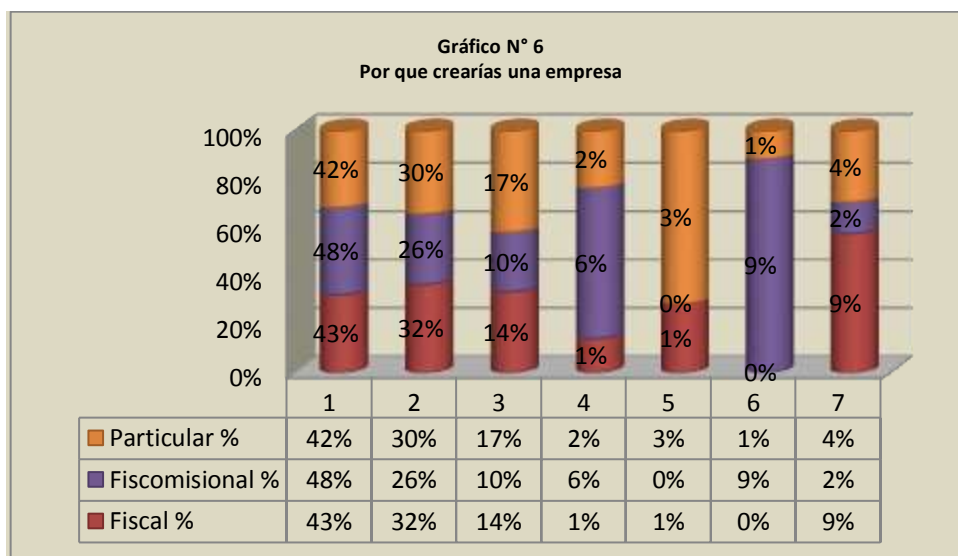
Análisis e interpretación:

En lo que respecta a que si los estudiantes que cursan el bachillerato consideran que crear una empresa es por la falta de fuentes de trabajo, la tabla y gráfica nos demuestra que los bachilleres de las instituciones fiscales el 68% dicen que si, mientras que el 32% dicen que no, en lo que respecta a las instituciones fiscomisionales el 74% de sus estudiantes dicen que si, mientras que el 26% dicen que no, en las instituciones particulares el 70% dicen que si que crear una empresa es por la falta de fuentes de trabajo, mientras que el 30% dicen que no.

6. ¿Por qué crearías una empresa?

Tabla N° 7						
¿Por qué crearías una empresa?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Fundamentalmente para ganar dinero.	63	43%	72	48%	37	42%
Porque soy una persona inquieta, independiente y me gustan los desafíos	48	32%	39	26%	27	30%
Porque quiero obtener reconocimiento.	20	14%	15	10%	15	17%
Otros. Para tener trabajo y dar trabajo a otras personas	2	1%	9	6%	2	2%
Otros. Ayudar a las demás personas	2	1%	0	0%	3	3%
Superación	0	0%	13	9%	1	1%
Blanco	13	9%	3	2%	4	4%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



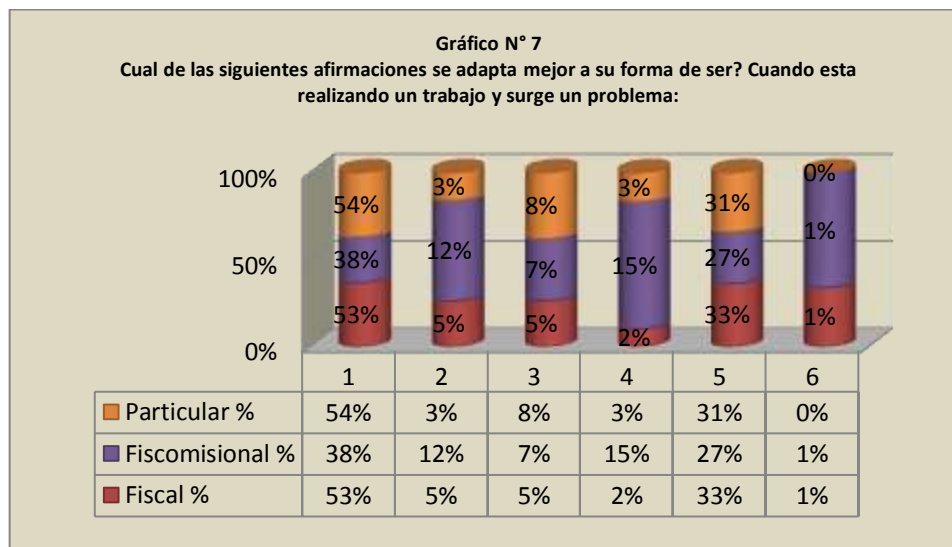
Análisis e interpretación:

La pregunta 6 que se refiere al siguiente criterio “por qué crearías una empresa”, en la tabla y gráfica se demuestra los siguientes resultados: que en las instituciones fiscales el 53% de los estudiantes de bachillerato

lo hicieran fundamentalmente para ganar dinero, el 32% porque son personas inquietas independientes y les gustan los desafíos, y el 14% porque quieren obtener reconocimiento; en las instituciones fiscomisionales el 48% porque quieren ganar dinero, el 26% porque son personas inquietas independientes y les gustan los desafíos, el 10% porque quieren obtener reconocimiento y el 9% por superación; en lo que respecta a las instituciones particulares, el 42% porque quieren ganar dinero, el 30% porque son personas inquietas independientes y les gustan los desafíos y el 17% porque quieren obtener reconocimiento.

7. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se adapta mejor a su forma de ser?

Tabla N° 8						
¿Cuál de las siguientes afirmaciones se adapta mejor a su forma de ser? Cuando está realizando un trabajo y surge un problema:						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Me desanimo, pero supero el desánimo y continuo	79	53%	57	38%	48	54%
Abandono el trabajo.	8	5%	18	12%	3	3%
Casi nunca llevo mis ideas hasta el final	8	5%	11	7%	7	8%
Lo delego a otras personas	3	2%	22	15%	3	3%
Cuando tengo un fracaso lo vivo a veces como una experiencia de la que puedo sacar algo positivo	49	33%	41	27%	28	31%
Blanco	1	1%	2	1%	0	0%
Total	148	100%	151	100%	89	100%
Fuente: Encuesta						
Elaboración: Los autores						



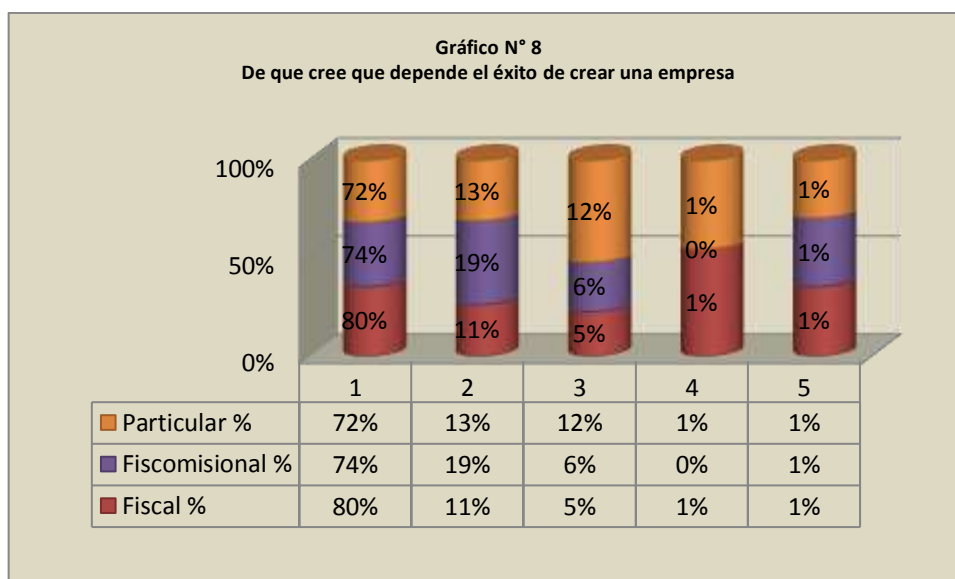
Análisis e interpretación:

Cuando está realizando un trabajo y surge un problema, en la tabla y gráfica se demuestran los siguientes resultados: a la primera opción de respuesta “me desanimo, pero supero el desánimo y continuo”, los bachilleres de las instituciones fiscales respondieron el 53%, los fiscomisionales el 38% y los particulares el 54%, la segunda opción “abandono el trabajo”, la respondieron de la siguiente manera: los bachilleres de las instituciones fiscales el 5%, de las fiscomisionales el 12% y de las particulares el 3%, a la tercera opción “casi nunca llevo mis ideas hasta el final”, los bachilleres de las instituciones fiscales respondieron el 5%, de las fiscomisionales el 7% y de las particulares el 8%; a la cuarta opción “lo delego a otras personas”, los bachilleres respondieron de las instituciones fiscales el 2%, de las fiscomisionales el 15% y de las particulares el 3%; a la quinta opción “cuando tengo un fracaso lo vivo a veces como una experiencia de la que puedo sacar algo

positivo” los bachilleres respondieron, de las instituciones fiscales el 33%, de las fiscomisionales el 27% y de las instituciones particulares el 31%

8. ¿De qué cree que depende el éxito de crear una empresa?

Tabla N° 9						
¿De qué cree que depende el éxito de crear una empresa?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
De la dedicación	119	80%	112	74%	64	72%
Del apoyo de otros	17	11%	28	19%	12	13%
De la oportunidad de una situación	8	5%	9	6%	11	12%
De la suerte	2	1%	0	0%	1	1%
Blanco	2	1%	2	1%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%
Fuente: Encuesta						
Elaboración: Los autores						



Análisis e interpretación:

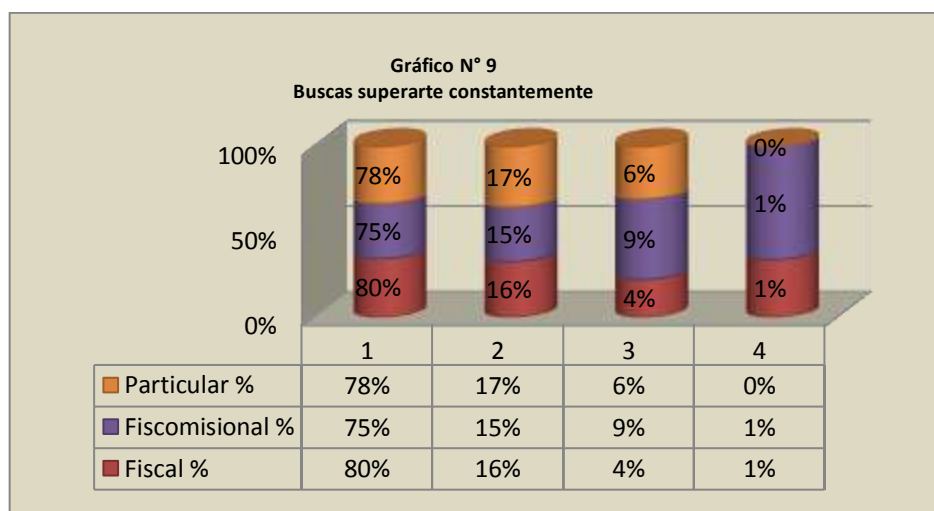
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 8 podemos decir, el 80% de los estudiantes de establecimientos fiscales consideran que el éxito de crear una empresa depende de la dedicación, en relación a un 74%, de estudiantes de establecimientos fiscomisionales y el 72% de los

estudiantes de establecimientos particulares. El 19% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que el éxito de crear una empresa depende del apoyo de otros, en relación a un 13%, de estudiantes de establecimientos particulares y el 11% de los estudiantes de establecimientos fiscales. El 12% de los estudiantes de establecimientos particulares consideran que el éxito de crear una empresa depende de la oportunidad de una situación, en relación a un 6%, de estudiantes de establecimientos fiscomisionales y el 5% de los estudiantes de establecimientos fiscales.

9. ¿Buscas superarte constantemente?

Tabla N° 10						
¿Buscas superarte constantemente?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Todo el tiempo, es lo más importante para mí	118	80%	113	75%	69	78%
Sólo cuando lo considero necesario	23	16%	23	15%	15	17%
Sólo cuando alguien más me motiva	6	4%	13	9%	5	6%
Blanco	1	1%	2	1%	0	0%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores

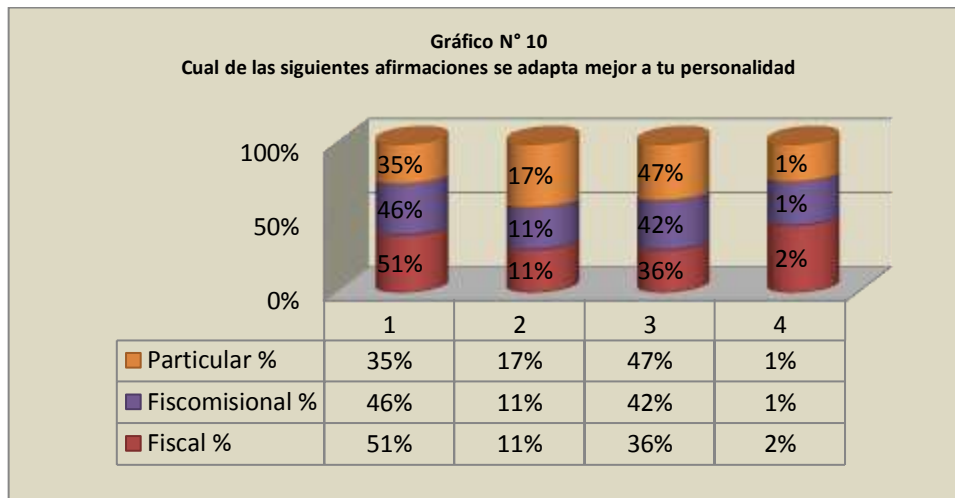


Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 9 podemos decir, el 80% de los estudiantes de establecimientos fiscales buscan superarse constantemente porque es lo más importante, en relación a un 78%, de estudiantes de establecimientos particulares y el 75% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales. El 17% de los estudiantes de establecimientos particulares buscan superarse constantemente solo cuando lo consideran necesario, en relación a un 16%, de estudiantes de establecimientos fiscales y el 15% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales, el 9% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales buscan superarse constantemente solo cuando alguien más los motiva, en relación a un 6%, de estudiantes de establecimientos particulares y el 4% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales.

10. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se adapta mejor a tu personalidad?

Tabla N° 11						
¿Cuál de las siguientes afirmaciones se adapta mejor a tu personalidad?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Acepto fácilmente los criterios de otros	75	51%	69	46%	31	35%
No me gusta desarrollar actividades	17	11%	17	11%	15	17%
Me gusta tomar la iniciativa	53	36%	63	42%	42	47%
Blanco	3	2%	2	1%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%
Fuente: Encuesta						
Elaboración: Los autores						



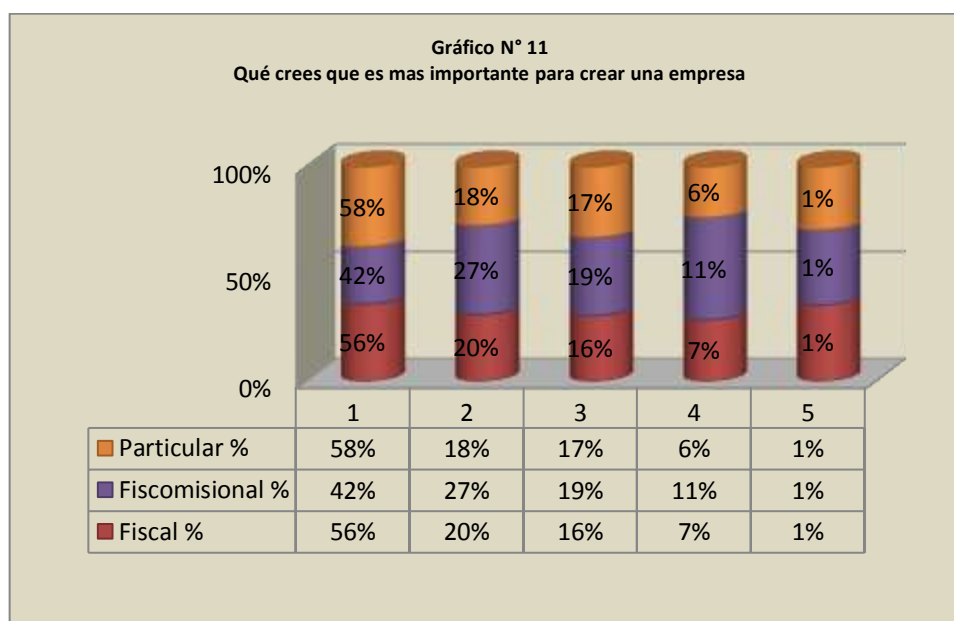
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 10 podemos decir, el 51% de los estudiantes de establecimientos fiscales consideran que aceptar fácilmente el criterio de otras personas se adapta mejor a su personalidad, en relación a un 46%, de estudiantes de establecimientos fiscomisionales y el 35% de los estudiantes de establecimientos particulares. El 47% de los estudiantes de establecimientos particulares consideran que tomar la iniciativa se adapta mejor a su personalidad, en relación a un 42%, de estudiantes de establecimientos fiscomisionales y el 36% de los estudiantes de establecimientos fiscales. El 17% de los estudiantes de establecimientos particulares consideran que el gusto por desarrollar actividades se adapta mejor a su personalidad, en relación a un 11%, de estudiantes de establecimientos fiscomisionales y particulares. Lo que podemos deducir que el 51% de los estudiantes de las instituciones fiscales aceptan fácilmente criterios de otras personas.

11. ¿Qué crees que es más importante para crear una empresa?

Tabla N° 12						
¿Qué crees que es más importante para crear una empresa?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Tener una buena idea empresarial.	83	56%	63	42%	52	58%
Contar con suficiente respaldo económico	30	20%	41	27%	16	18%
Tener la formación académica adecuada	23	16%	28	19%	15	17%
Contar con la experiencia adecuada	10	7%	17	11%	5	6%
Blanco	2	1%	2	1%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

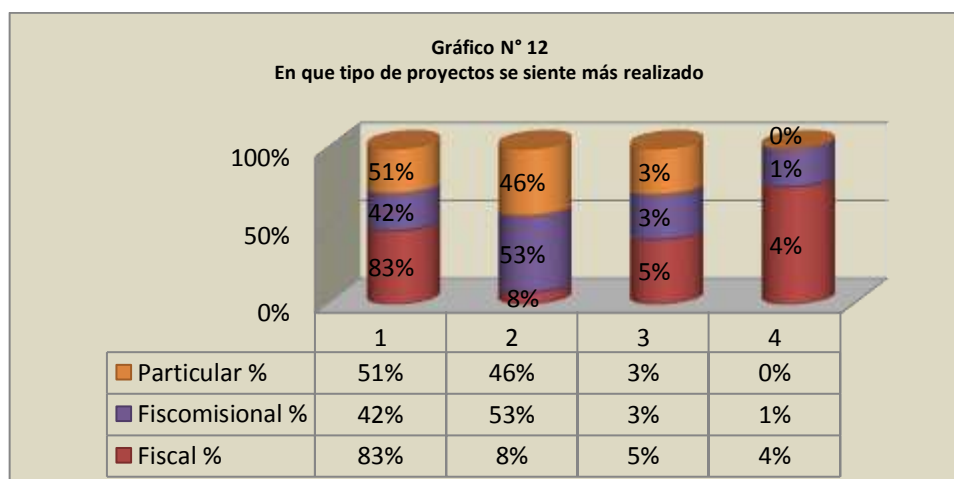
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 11 podemos decir que, el 58% de los estudiantes de establecimientos particulares consideran que lo más importante para crear una empresa es tener una buena idea empresarial, en relación a un 56%, de estudiantes de establecimientos fiscales y el 42% de los estudiantes de establecimientos

fiscomisionales; el 27% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que lo más importante para crear una empresa es el respaldo económico, en relación a un 20%, de estudiantes de establecimientos fiscales y el 18% de los estudiantes de establecimientos particulares. El 19% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que lo más importante para crear una empresa es la formación académica, en relación a un 17%, de estudiantes de establecimientos particulares y el 16% de los estudiantes de establecimientos fiscales.

12. ¿En qué tipo de proyectos se siente más realizado(a)?

Tabla N° 13						
¿En qué tipo de proyectos se siente más realizado(a)?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Un proyecto con cierto riesgo, pero que suponga un desafío personal	123	83%	64	42%	45	51%
Un proyecto con mucho riesgo y bastantes beneficios	12	8%	80	53%	41	46%
Un proyecto con poco riesgo y pocos beneficios	7	5%	5	3%	3	3%
Blanco	6	4%	2	1%	0	0%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores

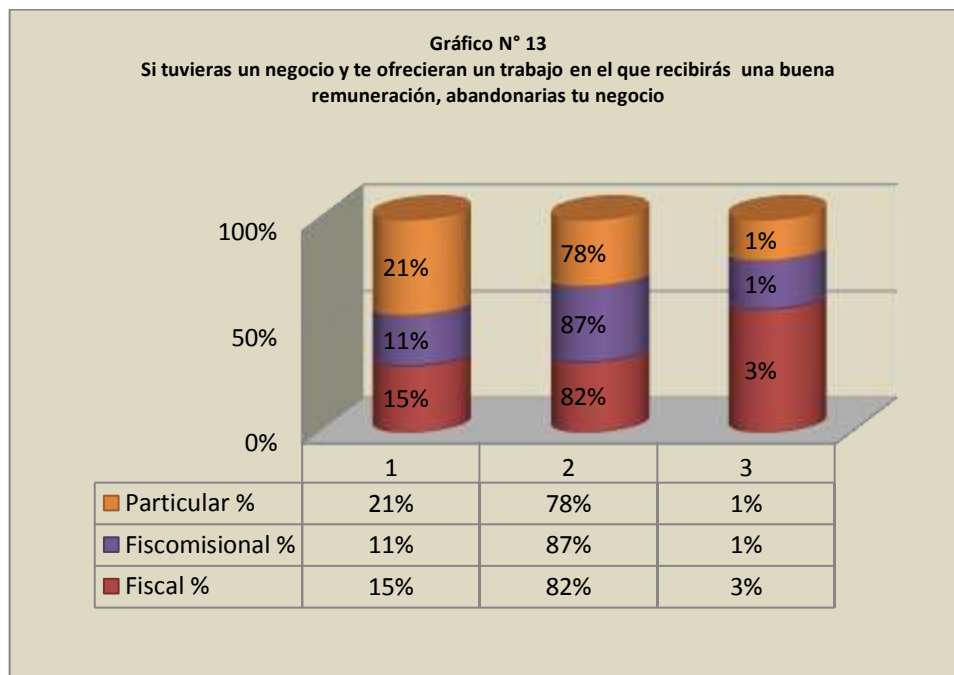


Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 12 podemos decir, el 83% de los estudiantes de establecimientos fiscales consideran que los proyectos en los que se sienten más realizados son aquellos con cierto riesgo pero que suponga un desafío personal, en relación a un 51%, de estudiantes de establecimientos particulares y el 42% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales. El 53% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que los proyectos en los que se sienten más realizados son aquellos con mucho riesgo y bastantes beneficios, en relación a un 46%, de estudiantes de establecimientos particulares y el 8% de los estudiantes de establecimientos fiscales.

13. ¿Si tuvieras un negocio y te ofrecieran un trabajo en el que recibirás una buena remuneración, abandonarías tu negocio?

Tabla N° 14						
¿Si tuvieras un negocio y te ofrecieran un trabajo en el que recibirás una buena remuneración, abandonarías tu negocio?						
	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
Alternativas	F	%	F	%	F	%
Si lo abandonarías	22	15%	17	11%	19	21%
No lo abandonarías	121	82%	132	87%	69	78%
Blanco	5	3%	2	1%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%
Fuente: Encuesta						
Elaboración: Los autores						



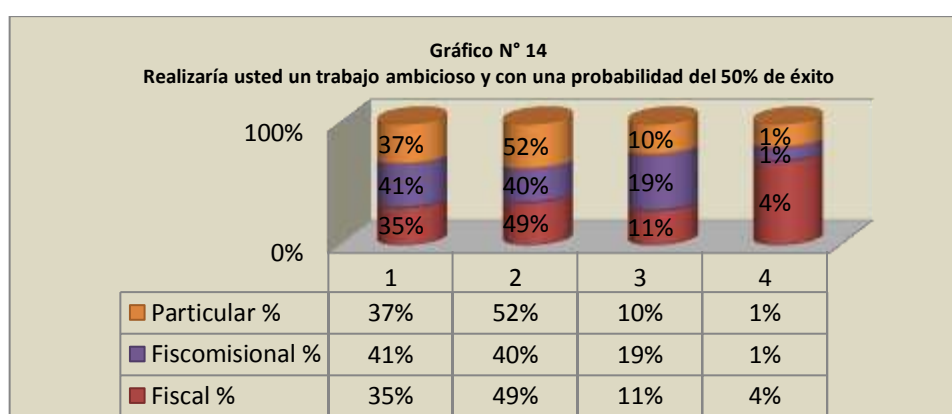
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 13 podemos decir, el 87% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que si abandonarían un negocio si le ofrecen un trabajo en el que recibiría una buena remuneración, en relación a un 78%, que señala que no lo abandonaría. El 15% de los estudiantes de establecimientos fiscales consideran que si abandonarían un negocio si le ofrecen un trabajo en el que recibiría una buena remuneración, en relación a un 82%, que señala que no lo abandonaría. El 11% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que si abandonarían un negocio si le ofrecen un trabajo en el que recibiría una buena remuneración, en relación a un 87%, que señala que no lo abandonaría.

14. ¿Realizaría usted un trabajo ambicioso y con una probabilidad del 50% de éxito?

Tabla N° 15						
¿Realizaría usted un trabajo ambicioso y con una probabilidad del 50% de éxito?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Sí, lo aceptaría, tiene muchas posibilidades de éxito	52	35%	62	41%	33	37%
Depende de lo que me recomienden	73	49%	60	40%	46	52%
No, son pocas posibilidades de éxito	17	11%	28	19%	9	10%
Blanco	6	4%	1	1%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

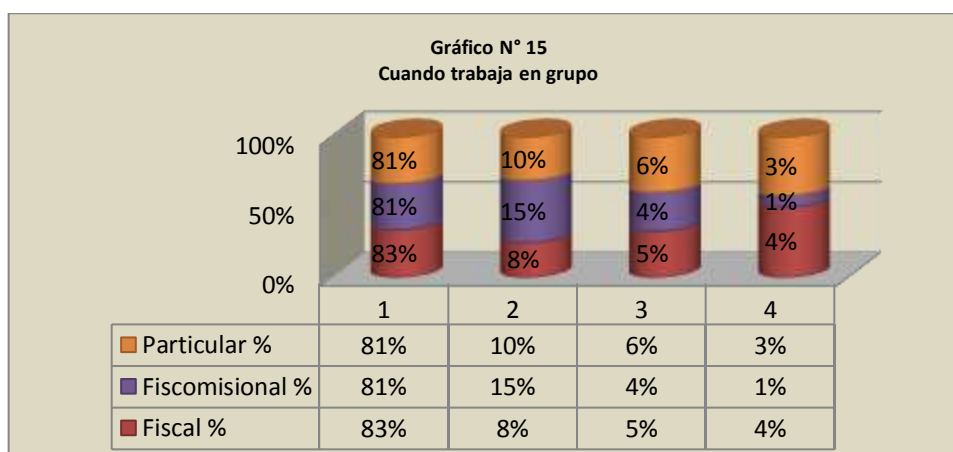
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 14 podemos decir que, el 52% de los estudiantes de establecimientos particulares consideran que dependiendo de lo que le recomienden realizaría un trabajo ambicioso con una probabilidad del 50% de éxito, en relación a un 49% de estudiantes de establecimientos fiscales y el 40% de estudiantes de establecimientos fiscomisionales. El 41% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que aceptarían realizar un trabajo ambicioso con una probabilidad del 50% de

éxito, en relación a un 37 %, de estudiantes de establecimientos particulares y el 35% de estudiantes de establecimientos fiscales. El 19% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que no aceptarían realizar un trabajo ambicioso con una probabilidad del 50% de éxito, en relación a un 11%, de estudiantes de establecimientos fiscales y el 10% de estudiantes de establecimientos particulares. Lo que podemos deducir que el 52% que es el mayor porcentaje y que pertenece a las instituciones particulares si realizarían un trabajo ambicioso dependiendo de lo que les recomienden.

15. Cuando trabaja en grupo...

Tabla N° 16						
Cuando trabaja en grupo...						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Da su opinión y escucha a los demás	123	83%	122	81%	72	81%
No le gusta tomar decisiones en grupo, prefiere hacerlas individualmente	12	8%	22	15%	9	10%
Le gusta dar su opinión, y que el resto lo obedezca	7	5%	6	4%	5	6%
Blanco	6	4%	1	1%	3	3%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores

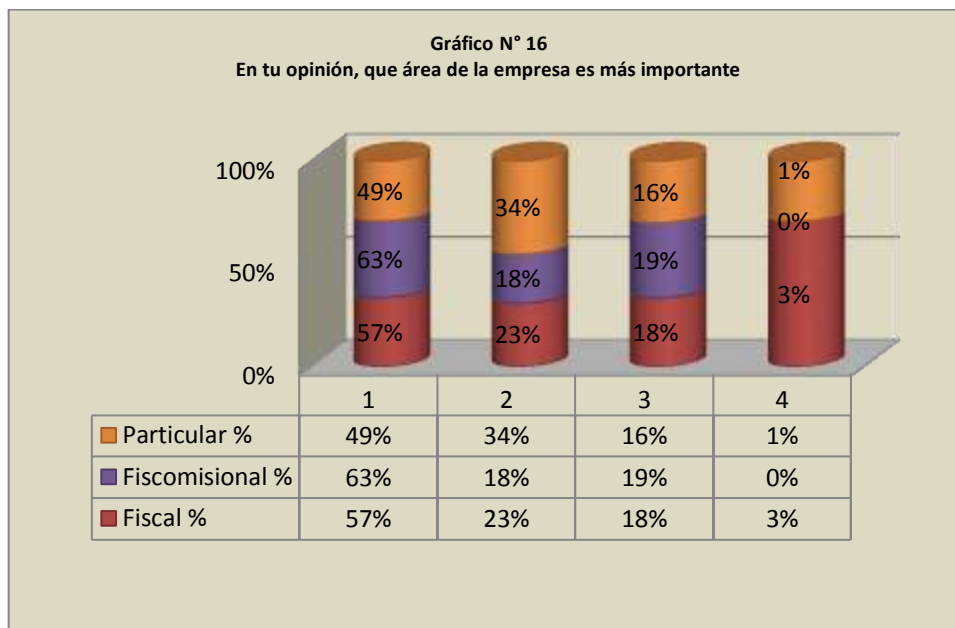


Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 15 podemos decir, el 83% de los estudiantes de establecimientos fiscales consideran que cuando trabajan en grupo da su opinión y escucha a los demás, en relación a un 81%, de estudiantes de establecimientos fiscales y particulares, El 15% de estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que cuando trabajan en grupo no le gusta tomar decisiones y prefiere hacerlo individualmente, en relación a un 10% de estudiantes de establecimientos particulares y un 8% de estudiantes de establecimientos fiscales. El 6% de estudiantes de establecimientos particulares consideran que cuando trabajan en grupo le gusta dar su opinión y que el resto le obedezca, en relación a un 5% de estudiantes de establecimientos fiscales y un 4% de estudiantes de establecimientos fiscomisionales.

16. En tu opinión, ¿qué área de la empresa es más importante?

Tabla N° 17						
En tu opinión, ¿qué área de la empresa es más importante?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Económico-Financiera	84	57%	95	63%	44	49%
Recursos Humanos	34	23%	27	18%	30	34%
Elaboración del producto o servicio	26	18%	29	19%	14	16%
Blanco	4	3%	0	0%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%
Fuente: Encuesta						
Elaboración: Los autores						

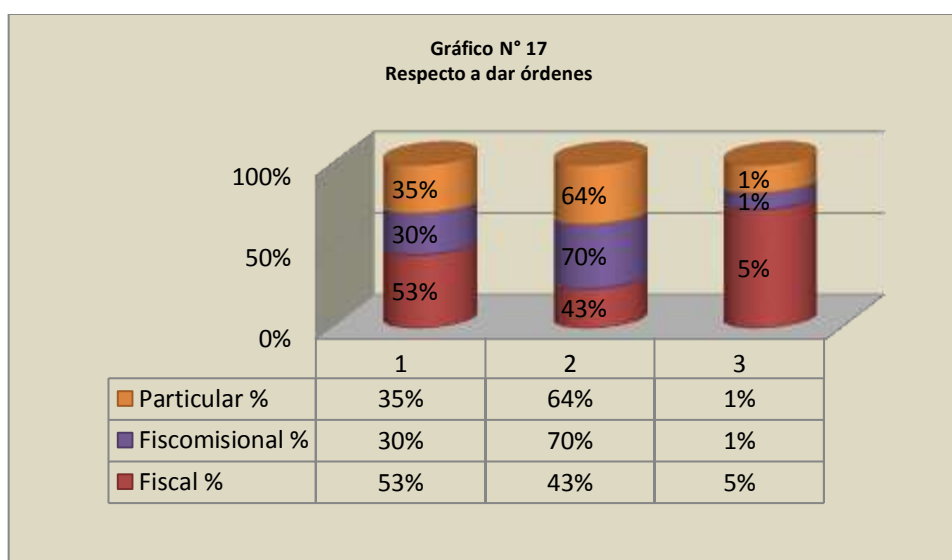


Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 16 podemos decir, el 63% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que el área económica-financiera es la más importante de la empresa, en relación a un 57%, de estudiantes de establecimientos fiscales y el 49% de estudiantes de establecimientos particulares, El 34% de los estudiantes de establecimientos particulares consideran que el área de recursos humanos es la más importante de la empresa, en relación a un 23%, de estudiantes de establecimientos fiscales y el 18% de estudiantes de establecimientos fiscomisionales, El 19% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que el área de producción o servicio es la más importante de la empresa, en relación a un 18%, de estudiantes de establecimientos fiscales y el 16% de estudiantes de establecimientos particulares.

17. Respeto a dar órdenes...

Tabla N° 18						
Respeto a dar órdenes...						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Prefiere que se las den.	78	53%	45	30%	31	35%
Prefiere darlas.	63	43%	105	70%	57	64%
Blanco	7	5%	1	1%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%
Fuente: Encuesta						
Elaboración: Los autores						



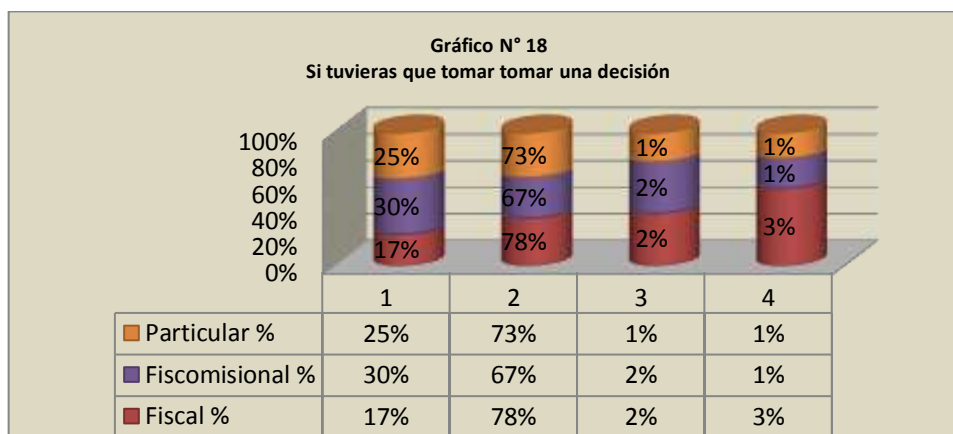
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 17 podemos decir, el 70% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que prefieren dar órdenes, en relación a un 64%, de estudiantes de establecimientos particulares y el 43% de estudiantes de establecimientos fiscales, El 53% de los estudiantes de establecimientos fiscales consideran que prefieren recibir órdenes, en relación a un 35%, de estudiantes de establecimientos particulares y el 30% de estudiantes de establecimientos fiscomisionales.

18. Si tuviera que tomar una decisión...

Tabla N° 19						
Si tuviera que tomar una decisión...						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Tomo rápidamente una decisión.	25	17%	45	30%	22	25%
Necesito pensarlo y verlo todo muy claro.	115	78%	101	67%	65	73%
No tengo problema, no suelo tomar ninguna decisión	3	2%	3	2%	1	1%
Blanco	5	3%	2	1%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



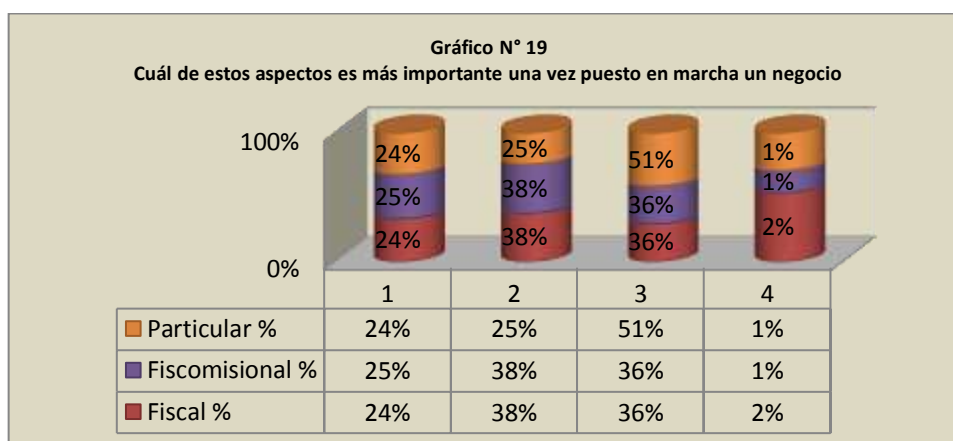
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 18 podemos decir, el 78% de los estudiantes de establecimientos fiscales consideran que si tuvieran que tomar una decisión necesitarían pensarlo y ver todo muy claro, en relación a un 73%, de estudiantes de establecimientos particulares y el 67% de estudiantes de establecimientos fiscomisionales, El 30% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que si tuvieran que tomar una decisión la tomarían rápidamente, en relación a un 25%, de estudiantes de establecimientos particulares y el 17% de estudiantes de establecimientos fiscales.

19. ¿Cuál de estos aspectos es más importante una vez puesto en marcha un negocio?

Tabla N° 20						
¿Cuál de estos aspectos es más importante una vez puesto en marcha un negocio?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Vender al máximo posible	36	24%	38	25%	21	24%
Obtener un buen margen de ganancia.	56	38%	58	38%	22	25%
Obtener beneficios y generar recursos que ayuden el sostenimiento y crecimiento del negocio	53	36%	54	36%	45	51%
Blanco	3	2%	1	1%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



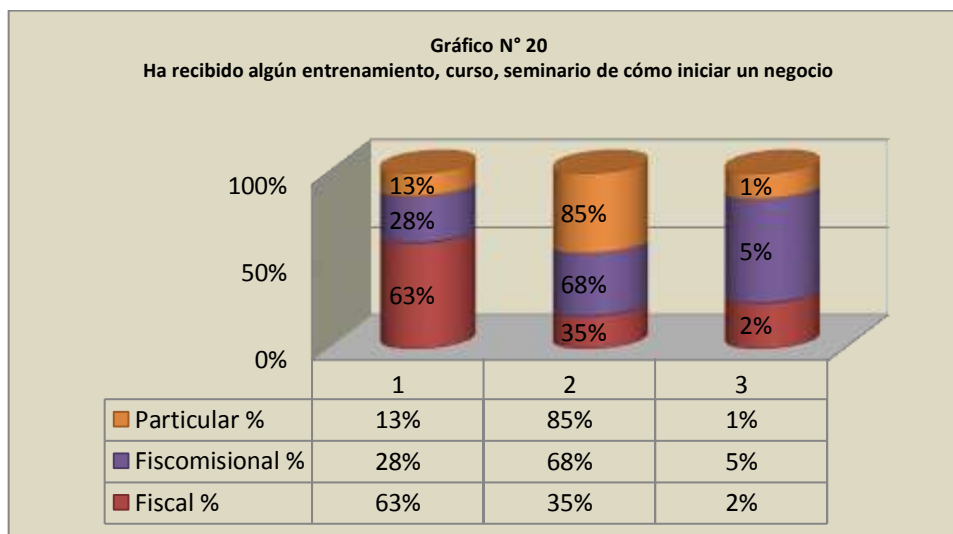
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 19 podemos decir, el 51% de los estudiantes de establecimientos particulares consideran que uno de los aspectos más importantes una vez puesto en marcha un negocio es obtener beneficios y generar recursos que ayuden al sostenimiento y crecimiento del negocio, en relación a un 36%, de estudiantes de establecimientos particulares y fiscales. El 38% respectivamente de los estudiantes de establecimientos fiscales y fiscomisionales consideran que uno de los aspectos más importantes una

vez puesto en marcha un negocio es obtener un buen margen de ganancia, en relación a un 25%, de estudiantes de establecimientos particulares. El 25% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que uno de los aspectos más importantes una vez puesto en marcha un negocio es vender al máximo posible, en relación a un 24% respectivamente de estudiantes de establecimientos particulares y fiscales.

20. ¿Ha recibido algún entrenamiento, curso, seminario de cómo iniciar un negocio. ?

Tabla N° 21						
¿Ha recibido algún entrenamiento, curso, seminario de cómo iniciar un negocio. ?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
SI	93	63%	42	28%	12	13%
NO	52	35%	102	68%	76	85%
Blanco	3	2%	7	5%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%
Fuente: Encuesta						
Elaboración: Los autores						

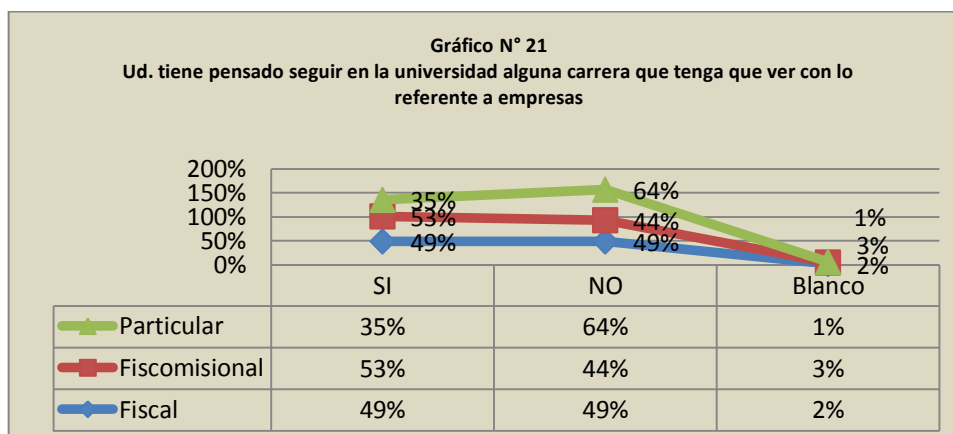


Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 20 podemos decir, el 63% de los estudiantes de establecimientos fiscales consideran que han recibido algún entrenamiento curso seminario de cómo iniciar un negocio, en relación a un 35% que manifiesta que no. El 28% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales consideran que han recibido algún entrenamiento curso seminario de cómo iniciar un negocio, en relación a un 68% que manifiesta que no. El 13% de los estudiantes de establecimientos particulares consideran que han recibido algún entrenamiento curso seminario de cómo iniciar un negocio, en relación a un 85% que manifiesta que no. Deduciendo que los estudiantes de instituciones fiscales si han recibido capacitación de cómo iniciar un negocio.

21. ¿Ud. Tiene pensado seguir en la universidad alguna carrera que tenga que ver con lo referente a empresas. ?

Tabla N° 22						
¿Ud. Tiene pensado seguir en la universidad alguna carrera que tenga que ver con lo referente a empresas. ?						
	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
Alternativas	F	%	F	%	F	%
SI	72	49%	80	53%	31	35%
NO	73	49%	66	44%	57	64%
Blanco	3	2%	5	3%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%
Fuente: Encuesta						
Elaboración: Los autores						

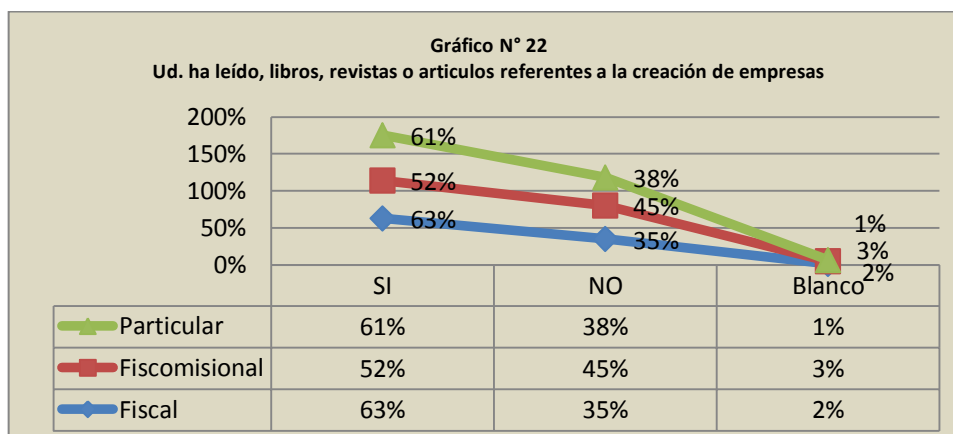


Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 21 podemos decir, el 53% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales tienen pensado seguir en la universidad alguna carrera que tenga que ver con lo referente a empresa, en relación a un 44% que manifiesta que no. El 49% de los estudiantes de establecimientos fiscales tienen pensado seguir en la universidad alguna carrera que tenga que ver con lo referente a empresa, en relación a un 49% que manifiesta que no, El 35% de los estudiantes de establecimientos particulares tienen pensado seguir en la universidad alguna carrera que tenga que ver con lo referente a empresa, en relación a un 64% que manifiesta que no.

22. ¿Ud. Ha leído libro, revistas, o artículos referentes a la creación de empresas. ?

Tabla N° 23						
¿Ud. Ha leído libro, revistas, o artículos referentes a la creación de empresas. ?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
SI	93	63%	78	52%	54	61%
NO	52	35%	68	45%	34	38%
Blanco	3	2%	5	3%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%
Fuente: Encuesta						
Elaboración: Los autores						

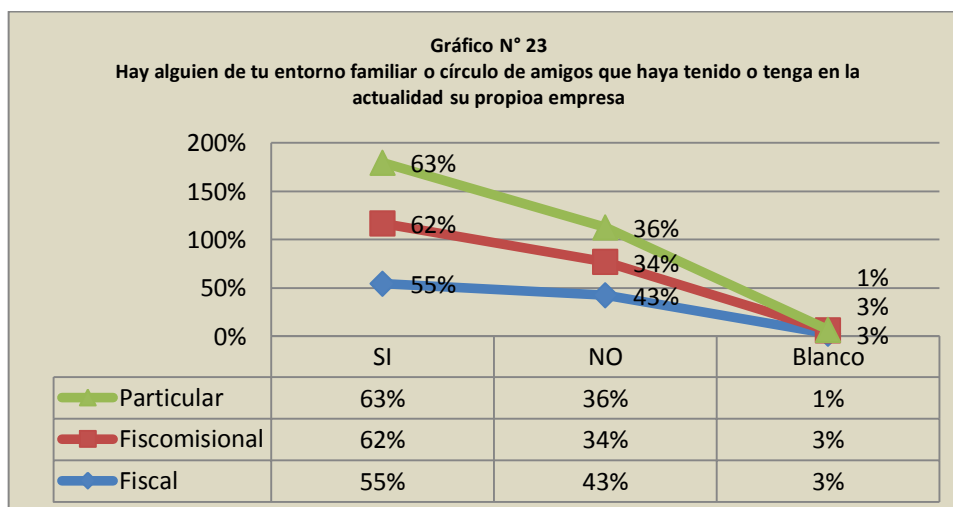


Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 22 podemos decir, el 63% de los estudiantes de establecimientos fiscales han leído libros revistas o artículos referentes a la creación de empresas, en relación a un 35% que manifiesta que no, El 61% de los estudiantes de establecimientos particulares han leído libros revistas o artículos referentes a la creación de empresas, en relación a un 38% que manifiesta que no, El 52% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales han leído libros revistas o artículos referentes a la creación de empresas, en relación a un 45% que manifiesta que no.

23. ¿Hay alguien de tu entorno familiar o círculo de amigos que haya tenido o tenga en la actualidad su propia empresa?

Tabla N° 24						
¿Hay alguien de tu entorno familiar o círculo de amigos que haya tenido o tenga en la actualidad su propia empresa?						
	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
Alternativas	F	%	F	%	F	%
SI	81	55%	94	62%	56	63%
NO	63	43%	52	34%	32	36%
Blanco	4	3%	5	3%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%
Fuente: Encuesta						
Elaboración: Los autores						

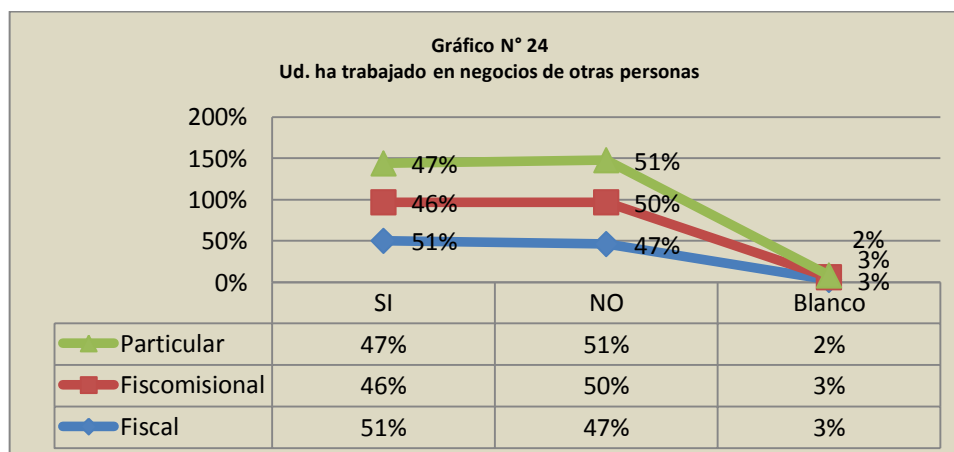


Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 23 podemos decir, el 63% de los estudiantes de establecimientos particulares han tenido en su entorno familiar alguien que haya tenido o tenga su propia empresa, en relación a un 36% que manifiesta que no, el 62% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales han tenido en su entorno familiar alguien que haya tenido o tenga su propia empresa, en relación a un 34 % que manifiesta que no, el 55% de los estudiantes de establecimientos fiscales han tenido en su entorno familiar alguien que haya tenido o tenga su propia empresa, en relación a un 43% que manifiesta que no.

24. ¿Ud. Ha trabajado en negocios de otras personas. ?

Tabla N° 25						
¿Ud. Ha trabajado en negocios de otras personas. ?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
SI	75	51%	70	46%	42	47%
NO	69	47%	76	50%	45	51%
Blanco	4	3%	5	3%	2	2%
Total	148	100%	151	100%	89	100%
Fuente: Encuesta						
Elaboración: Los autores						

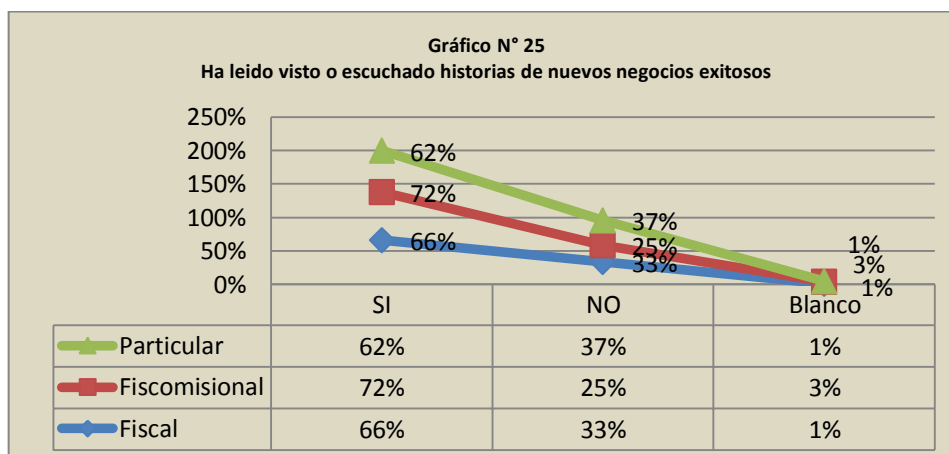


Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 24 podemos decir, el 51% de los estudiantes de establecimientos fiscales han trabajado en negocios de otras personas, en relación a un 47% que manifiesta que no, el 47% de los estudiantes de establecimientos particulares han trabajado en negocios de otras personas, en relación a un 51% que manifiesta que no, el 46% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales han trabajado en negocios de otras personas, en relación a un 50% que manifiesta que no.

25. ¿Ha leído, visto o escuchado historias de nuevos negocios exitosos. ?

Tabla N° 26						
¿Ha leído, visto o escuchado historias de nuevos negocios exitosos. ?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
SI	98	66%	108	72%	55	62%
NO	49	33%	38	25%	33	37%
Blanco	1	1%	5	3%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%
Fuente: Encuesta						
Elaboración: Los autores						



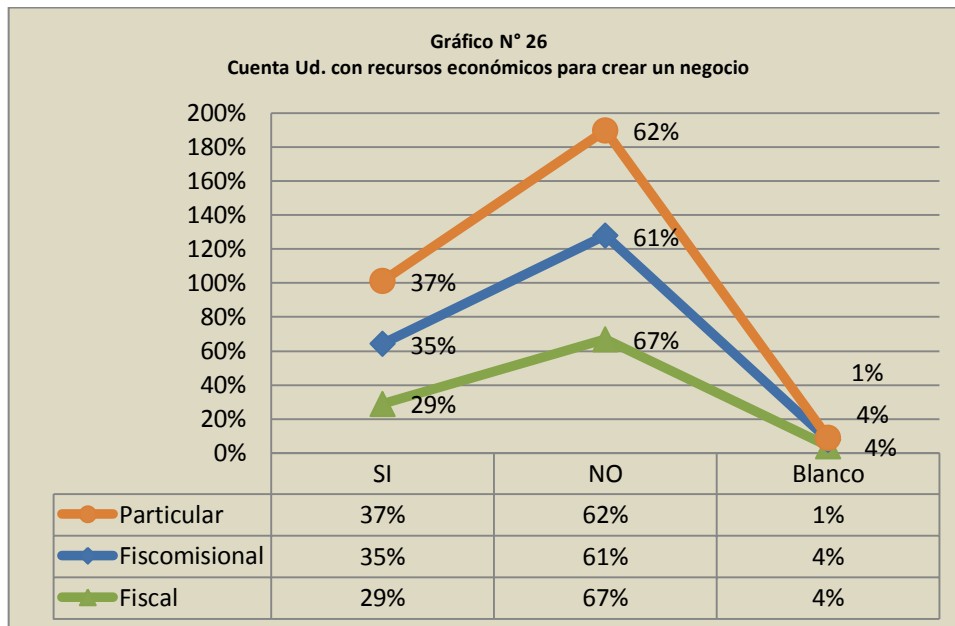
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 25 podemos decir, el 72% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales han leído visto o escuchado historias de nuevos negocios exitosos, en relación a un 25% que manifiesta que no, el 66% de los estudiantes de establecimientos fiscales han leído visto o escuchado historias de nuevos negocios exitosos, en relación a un 33% que manifiesta que no, el 62% de los estudiantes de establecimientos particulares han leído visto o escuchado historias de nuevos negocios exitosos, en relación a un 37% que manifiesta que no.

26. ¿Cuenta Ud. con recursos económicos para crear un negocio?

Tabla N° 27						
¿Cuenta Ud. con recursos económicos para crear un negocio. ?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
SI	43	29%	53	35%	33	37%
NO	99	67%	92	61%	55	62%
Blanco	6	4%	6	4%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



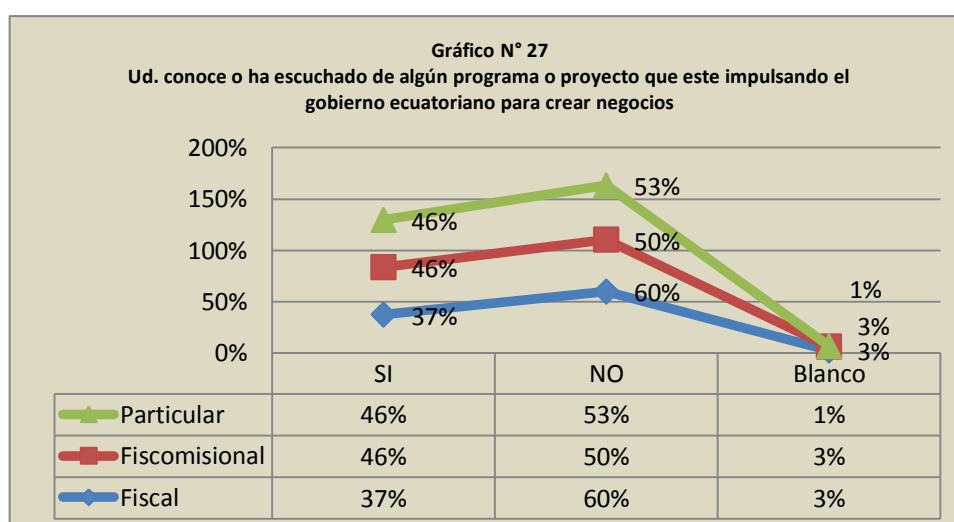
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 26 podemos decir, el 37% de los estudiantes de establecimientos particulares cuenta con recursos económicos para crear su propia empresa, en relación a un 62% que manifiesta que no, el 35% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales cuenta con recursos económicos para crear su propia empresa, en relación a un 61% que manifiesta que no, el 29% de los estudiantes de establecimientos fiscales cuenta con recursos económicos para crear su propia empresa, en relación a un 67% que manifiesta que no.

27. ¿Ud. Conoce o ha escuchado de algún programa o proyecto que este impulsando el gobierno ecuatoriano para crear negocios. ?

Tabla N° 28						
¿Ud. Conoce o ha escuchado de algún programa o proyecto que este impulsando el gobierno ecuatoriano para crear negocios. ?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
SI	55	37%	70	46%	41	46%
NO	89	60%	76	50%	47	53%
Blanco	4	3%	5	3%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

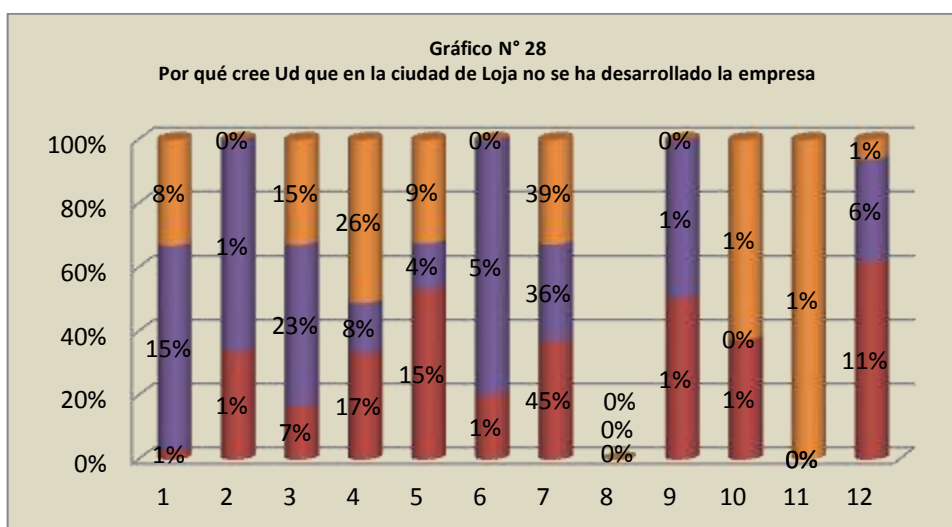
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 27 podemos decir, el 46% de los estudiantes de establecimientos particulares y fiscomisionales conocen o han escuchado algún programa o proyecto que este impulsando el gobierno ecuatoriano para crear negocios, en relación a un 53 y 50% respectivamente que manifiesta que no, el 37% de los estudiantes de establecimientos fiscales conocen o han escuchado algún

programa o proyecto que este impulsando el gobierno ecuatoriano para crear negocios, en relación a un 60% respectivamente que manifiesta que no.

28. ¿Por qué cree Ud. Que en la ciudad de Quito y Guayaquil hay mas empresas que en la ciudad de Loja?

Tabla N° 29						
¿Por qué cree Ud. Que en la ciudad de Loja no se ha desarrollado la empresa?						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Falta desarrollo	1	1%	23	15%	7	8%
No tiene puerto	1	1%	2	1%	0	0%
Falta recursos económicos	11	7%	34	23%	13	15%
Falta ayuda gobierno	25	17%	12	8%	23	26%
Falta iniciativa	22	15%	6	4%	8	9%
Falta información	2	1%	8	5%	0	0%
Ciudad pequeña	66	45%	55	36%	35	39%
Nivel de estudios	0	0%	0	0%	0	0%
Turística	2	1%	2	1%	0	0%
Alto nivel de competencia	1	1%	0	0%	1	1%
Poca competencia	0	0%	0	0%	1	1%
Blanco	17	11%	9	6%	1	1%
Total	148	100%	151	100%	89	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

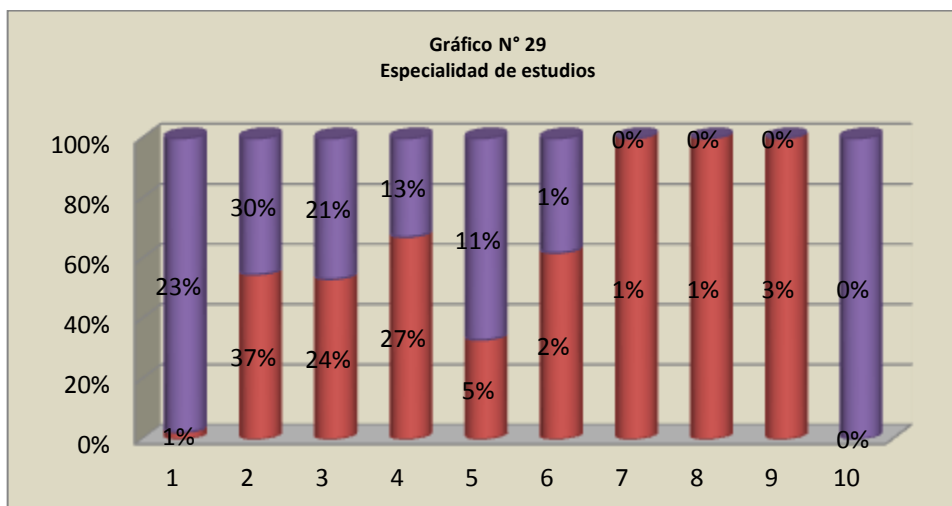
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 28 podemos decir, el 45% de los estudiantes de establecimientos fiscales creen que en la ciudad de Loja no se ha desarrollado la empresa porque es una ciudad pequeña, en relación a un 36% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales y 39% de los estudiantes de establecimientos particulares, el 26% de los estudiantes de establecimientos particulares creen que en la ciudad de Loja no se ha desarrollado la empresa porque falta ayuda del gobierno, en relación a un 17% de los estudiantes de establecimientos fiscales y 8% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales, el 15% de los estudiantes de establecimientos fiscales creen que en la ciudad de Loja no se ha desarrollado la empresa porque falta iniciativa, en relación a un 9% de los estudiantes de establecimientos particulares y 4% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales, el 23% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales creen que en la ciudad de Loja no se ha desarrollado la empresa porque falta recursos económicos, en relación a un 15% de los estudiantes de establecimientos particulares y 7% de los estudiantes de establecimientos fiscales. El 15% de los estudiantes de establecimientos fiscomisionales creen que en la ciudad de Loja no se ha desarrollado la empresa por falta de desarrollo, en relación a un 8% de los estudiantes de establecimientos particulares y el 1% de los estudiantes de establecimientos fiscales.

RESULTADOS OBTENIDOS POR GÉNERO

29. Especialidad de estudios

Tabla N° 30				
Especialidad de estudios				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Contabilidad administración	1	1%	47	23%
Estudios Sociales	68	37%	61	30%
Químico - Biológicas	44	24%	42	21%
Físico Matemáticas	51	27%	27	13%
Ciencias Básicas	10	5%	22	11%
Mecánica	3	2%	2	1%
Informática	1	1%	0	0%
Electricidad	2	1%	0	0%
Diseño grafico	6	3%	0	0%
Marketing	0	0%	1	0%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

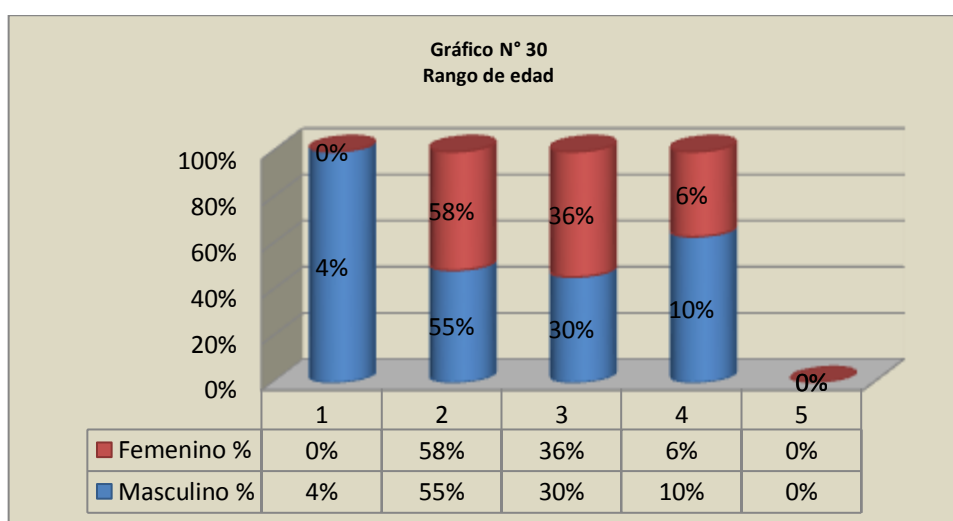
En lo referente a los datos obtenidos de la tabla 29, la cual tiene como propósito ayudar a filtrar o segmentar podemos decir, con respecto a las

especialidades de estudiantes por género, del total de la población estudiantil encuestada el 37% corresponde a hombres y 30 % a mujeres en la especialidad estudios sociales, el 24% hombres, el 21% mujeres en la especialidad químico-biologo, 27% hombres, 13% mujeres, en la especialidad físico matemático, 23% mujeres, 15 hombres en la especialidad contabilidad o administración, en lo referente a los datos más significativos.

30. Rango de edad

Tabla N° 31				
Rango de edad				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
12-14 años	8	4%	0	0%
15-17 años	103	55%	118	58%
18-20 años	56	30%	72	36%
21-23 años	19	10%	12	6%
más de 24	0	0%	0	0%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores

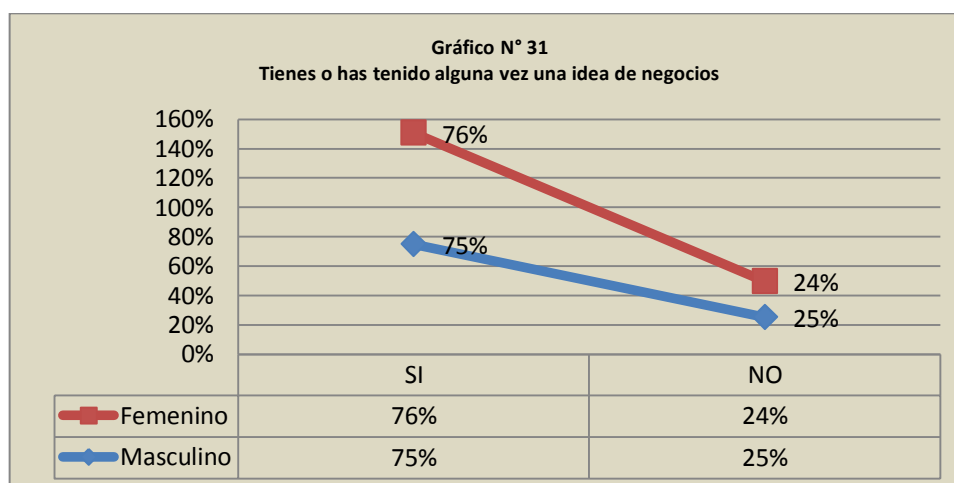


Análisis e interpretación:

En lo referente a los datos obtenidos de la tabla 30, la cual tiene como propósito ayudar a filtrar o segmentar podemos decir, con respecto a las edades de los estudiantes, del total de la población estudiantil encuestada el 58% corresponde a mujeres y 55% a hombres en un rango de edad de 15 a 17 años, El 36% corresponde a mujeres y 30% a hombres en un rango de edad de 18 a 20 años, El 10% corresponde a hombres y 6% a mujeres en un rango de edad de 21a 23 años, finalmente el 4% hombres se encuentra en un rango de edad de 12 a 14 años de edad.

31. ¿Tienes o has tenido alguna vez una idea de negocio?

Tabla N° 32				
¿Tienes o has tenido alguna vez una idea de negocio?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
SI	139	75%	153	76%
NO	47	25%	49	24%
Total	186	100%	202	100%
Fuente: Encuesta				
Elaboración: Los autores				



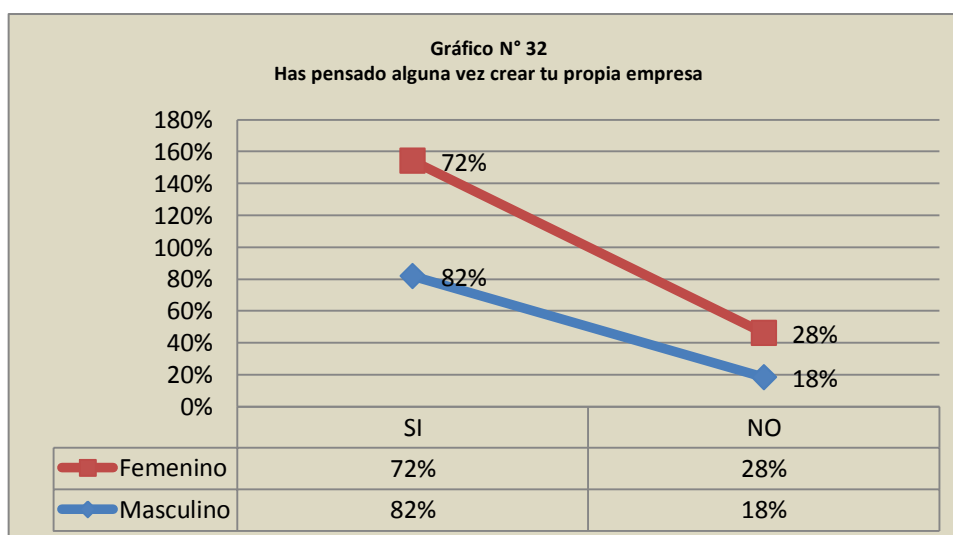
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 31 podemos decir del total de la población estudiantil encuestada el 76% de las mujeres tienen o han tenido alguna idea de negocio, en referencia al 24% que manifiesta que no. El 75% de los hombres tienen o han tenido alguna idea de negocio, en referencia al 25% que manifiesta que no.

32. ¿Has pensado alguna vez crear tu propia empresa?

Tabla N° 33				
¿Has pensado alguna vez crear tu propia empresa?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
SI	152	82%	146	72%
NO	34	18%	56	28%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

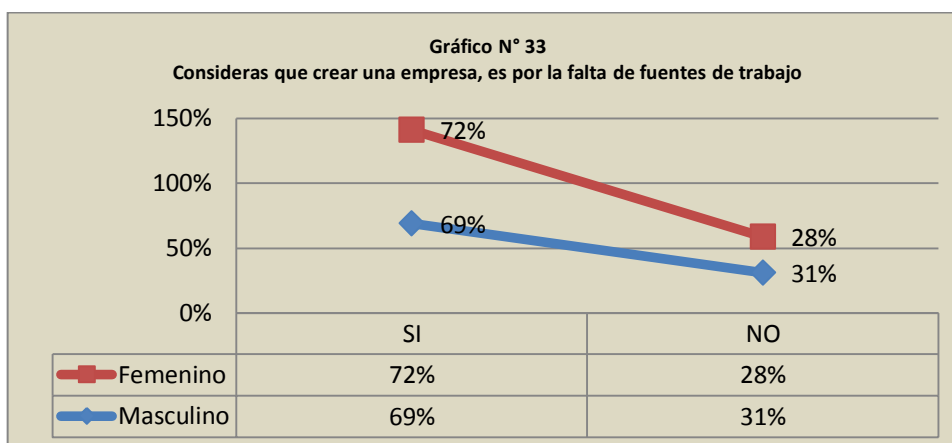
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 32 podemos decir del total de la población estudiantil encuestada el 82% de los hombres

han pensado en crear su propia empresa, en referencia al 18% que manifiesta que no. El 72% de las mujeres han pensado en crear su propia empresa, en referencia al 28% que manifiesta que no.

33. ¿Consideras que crear una empresa, es por la falta de fuentes de trabajo?

Tabla N° 34				
¿Consideras que crear una empresa, es por la falta de fuentes de trabajo?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
SI	128	69%	146	72%
NO	58	31%	56	28%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



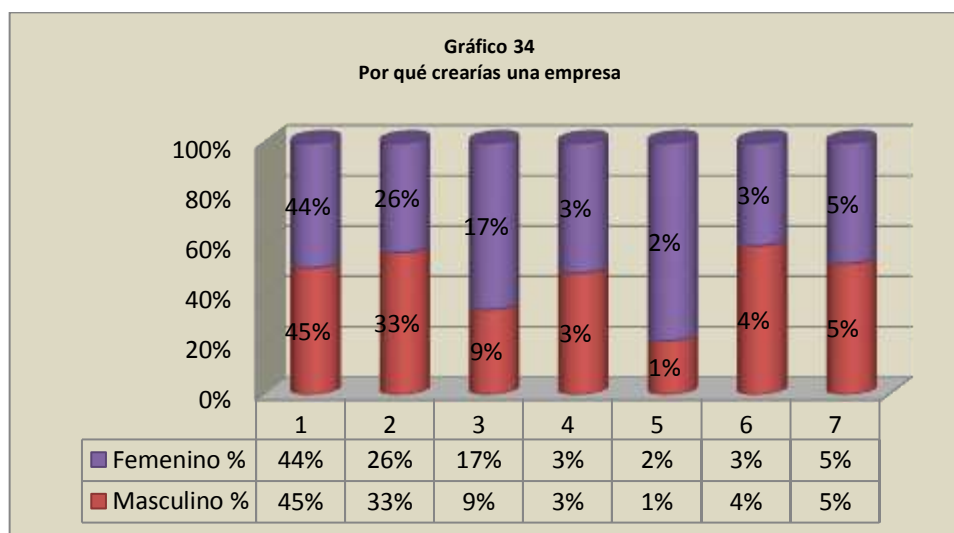
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 33 podemos decir del total de la población estudiantil encuestada el 72% de las mujeres consideran que crear una empresa se debe a las falta de fuentes de trabajo, en referencia al 28% que manifiesta que no. El 69% de los hombres consideran que crear una empresa se debe a las falta de fuentes de trabajo, en referencia al 31% que manifiesta no.

34. ¿Por qué crearías una empresa?

Tabla N° 35				
¿Por qué crearías una empresa?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Fundamentalmente para ganar dinero.	83	45%	89	44%
Porque soy una persona inquieta, independiente y me gustan los desafíos	62	33%	52	26%
Porque quiero obtener reconocimiento.	16	9%	34	17%
Otros. Para tener trabajo y dar trabajo a otras personas	6	3%	7	3%
Otros. Ayudar a las demás personas	1	1%	4	2%
Superación	8	4%	6	3%
Blanco	10	5%	10	5%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

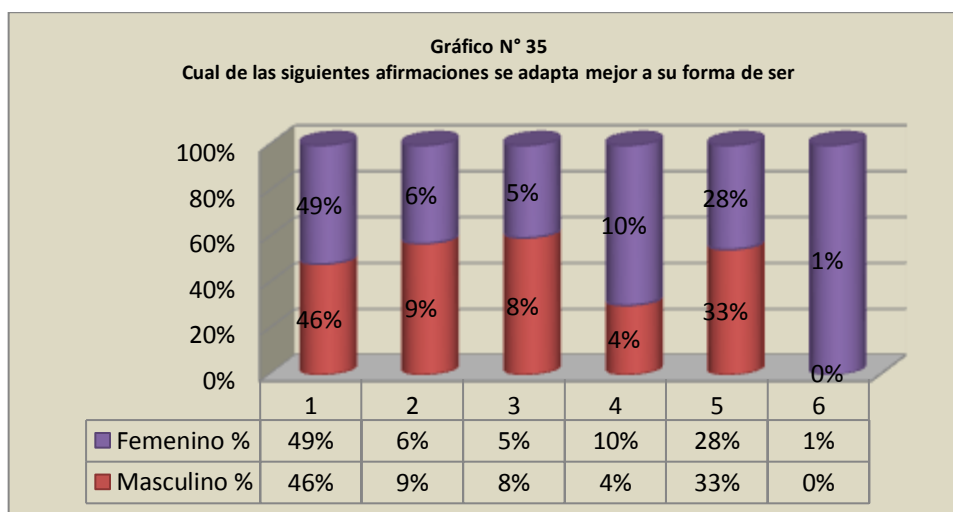
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 34 podemos decir del total de la población estudiantil encuestada el 45% de los hombres consideran que crearían una empresa fundamentalmente para ganar dinero, en relación al 44% de las mujeres, el 33% de los hombres consideran que crearían una empresa porque se consideran personas inquietas independientes y les gustan los desafíos, en relación al 26% de las mujeres, el 17% de las mujeres consideran que crearían una empresa

fundamentalmente para obtener reconocimiento, en relación al 9% de las mujeres, el 4% de los hombres consideran que crearía una empresa por superación, en relación al 3% de las mujeres.

35. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se adapta mejor a su forma de ser?

Tabla N° 36				
¿Cuál de las siguientes afirmaciones se adapta mejor a su forma de ser? Cuando está realizando un trabajo y surge un problema:				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Me desanimo, pero supero el desánimo y continuo	85	46%	99	49%
Abandono el trabajo.	16	9%	13	6%
Casi nunca llevo mis ideas hasta el final	15	8%	11	5%
Lo delego a otras personas	8	4%	20	10%
Cuando tengo un fracaso lo vivo a veces como una experiencia de la que puedo sacar algo positivo	62	33%	56	28%
Blanco	0	0%	3	1%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



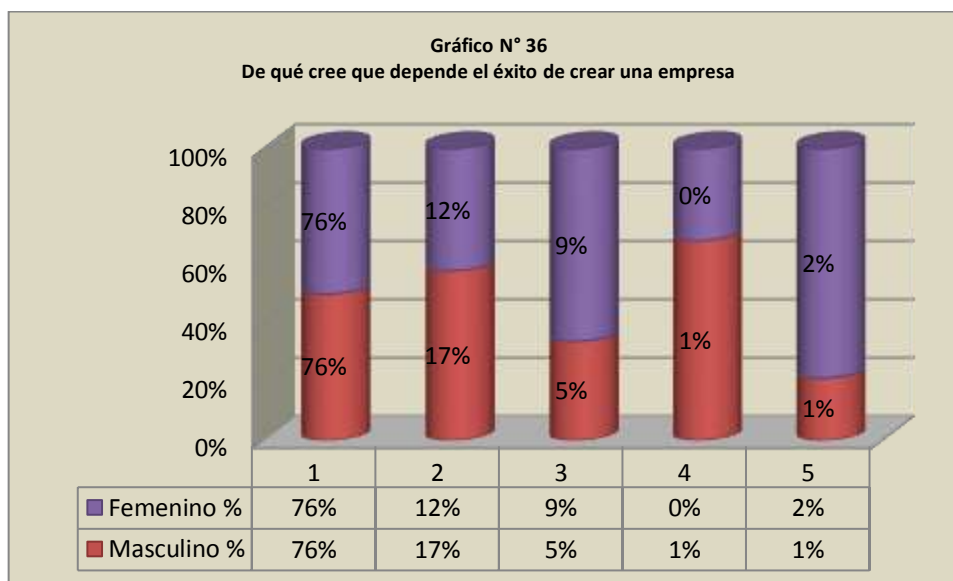
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 35 podemos decir del total de la población estudiantil encuestada el 49% de las mujeres

consideran que cuando están realizando un trabajo y surge un problema, se desaniman pero luego lo superan y continúan, en relación al 46% de los hombres. El 33% de los hombres consideran que cuando están realizando un trabajo y surge un problema lo viven como una experiencia de la que pueden sacar algo positivo, en relación al 28% de las mujeres. El 10% de las mujeres consideran que cuando están realizando un trabajo y surge un problema, lo delegan a otras personas, en relación al 4% de los hombres, el 9% de los hombres consideran que cuando están realizando un trabajo y surge un problema, casi nunca llevan las ideas hasta el final, en relación al 5% de las mujeres, el 9% de los hombres consideran que cuando están realizando un trabajo y surge un problema, lo abandonan, en relación al 6% de las mujeres. Deduciendo que el género femenino con el 49% se desaniman pero superan el desánimo y continúan.

36. ¿De qué cree que depende el éxito de crear una empresa?

Tabla N° 37				
¿De qué cree que depende el éxito de crear una empresa?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
De la dedicación	142	76%	153	76%
Del apoyo de otros	32	17%	25	12%
De la oportunidad de una situación	9	5%	19	9%
De la suerte	2	1%	1	0%
Blanco	1	1%	4	2%
Total	186	100%	202	100%
Fuente: Encuesta				
Elaboración: Los autores				

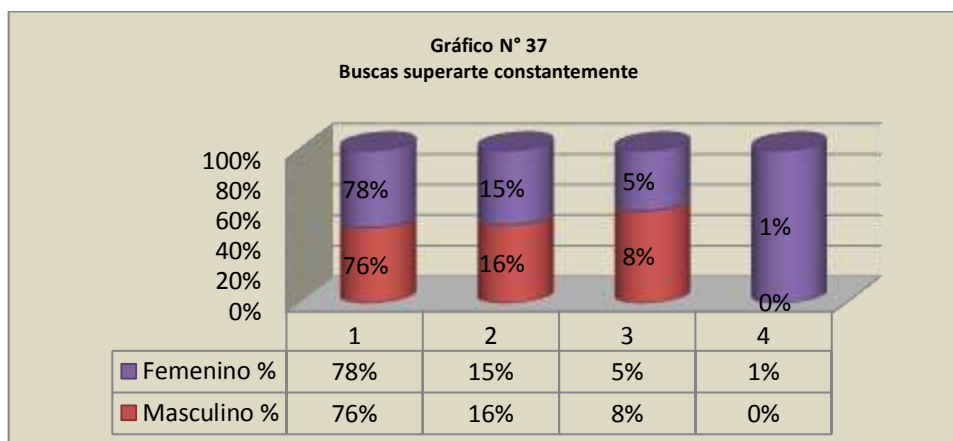


Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 36 podemos decir del total de la población estudiantil encuestada el 76% de las mujeres y hombres respectivamente consideran que el éxito de crear una empresa depende de la dedicación, el 17% de los hombres consideran que el éxito de crear una empresa depende del apoyo de otros en relación al 12% de las mujeres. El 9% de las mujeres consideran que el éxito de crear una empresa depende de la oportunidad de una situación en relación al 5% de los hombres.

37. ¿Buscas superarte constantemente?

Tabla N° 38				
¿Buscas superarte constantemente?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Todo el tiempo, es lo más importante para mí	142	76%	158	78%
Sólo cuando lo considero necesario	30	16%	31	15%
Sólo cuando alguien más me motiva	14	8%	10	5%
Blanco	0	0%	3	1%
Total	186	100%	202	100%
Fuente: Encuesta				
Elaboración: Los autores				

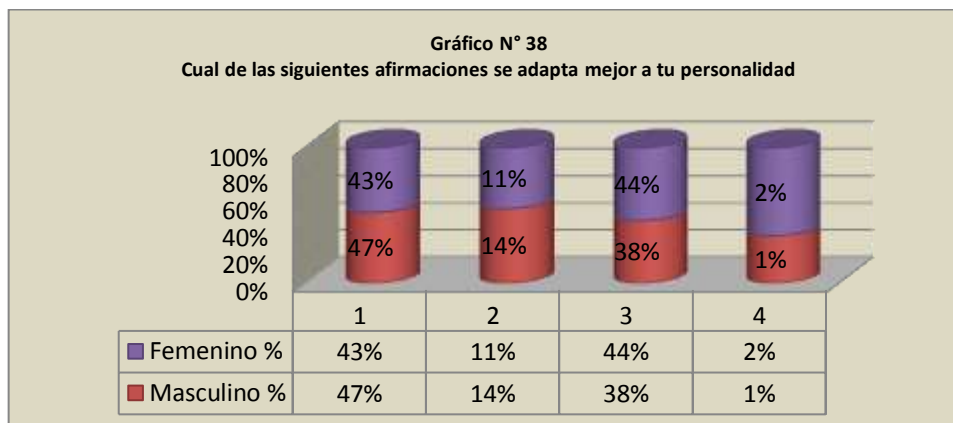


Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 37 podemos decir del total de la población estudiantil encuestada el 78% de las mujeres consideran que superarse constantemente es lo más importante en relación al 75% de los hombres. El 16% de los hombres consideran que solo cuando lo considerarían necesario buscarían superarse constantemente en relación al 15% de los hombres. El 8% de los hombres consideran que solo cuando alguien más los motive buscarían superarse constantemente en relación al 5% de las mujeres.

38. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se adapta mejor a tu personalidad?

Tabla N° 39				
¿Cuál de las siguientes afirmaciones se adapta mejor a tu personalidad?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Acepto fácilmente los criterios de otros	88	47%	87	43%
No me gusta desarrollar actividades	26	14%	23	11%
Me gusta tomar la iniciativa	70	38%	88	44%
Blanco	2	1%	4	2%
Total	186	100%	202	100%
Fuente: Encuesta				
Elaboración: Los autores				

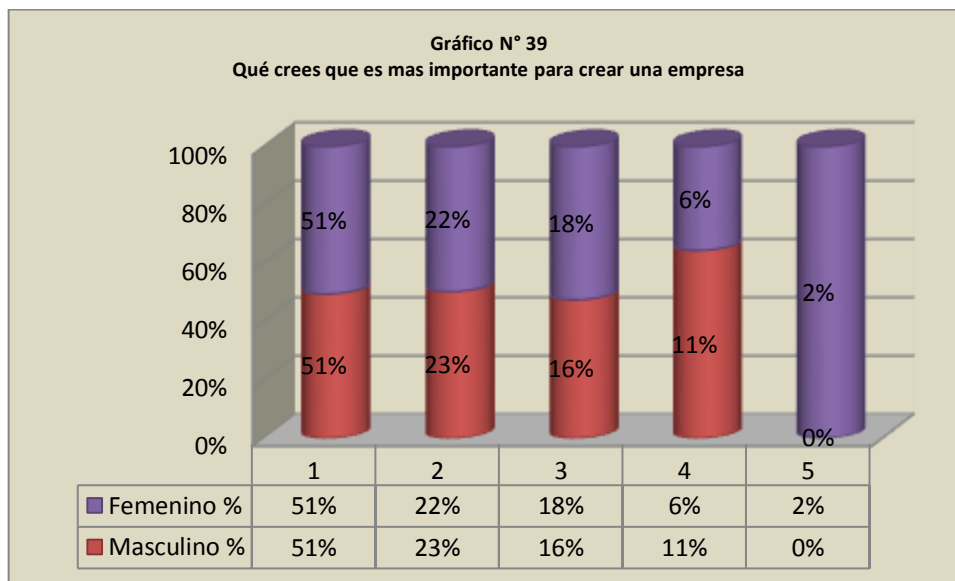


Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 38 podemos decir del total de la población estudiantil encuestada el 47% de los hombres consideran que lo que mejor se adapta a su personalidad es aceptar fácilmente el criterio de otras personas en relación al 43% de las mujeres. El 44% de las mujeres consideran que lo que mejor se adapta a su personalidad es tomar la iniciativa en relación al 38% de los hombres. El 14% de los hombres consideran que lo que mejor se adapta a su personalidad es que no le gusta desarrollar actividades, en relación al 11% de las mujeres.

39. ¿Qué crees que es más importante para crear una empresa?

Tabla N° 40				
¿Qué crees que es más importante para crear una empresa?				
	Masculino		Femenino	
Alternativas	F	%	F	%
Tener una buena idea empresarial.	94	51%	104	51%
Contar con suficiente respaldo económico	42	23%	45	22%
Tener la formación académica adecuada	30	16%	36	18%
Contar con la experiencia adecuada	20	11%	12	6%
Blanco	0	0%	5	2%
Total	186	100%	202	100%
Fuente: Encuesta				
Elaboración: Los autores				



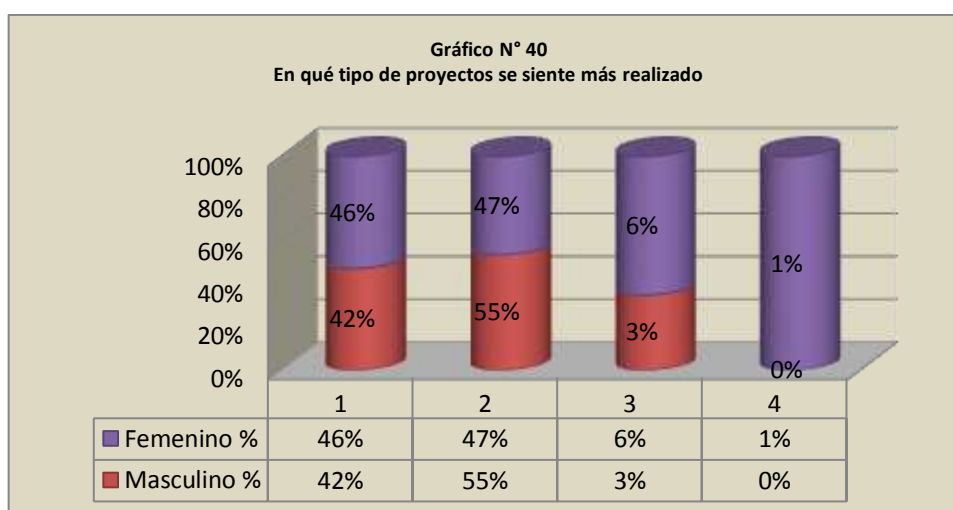
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 39 podemos decir del total de la población estudiantil encuestada el 51% de hombres y mujeres respectivamente consideran que lo más importante para crear una empresa es tener una buena idea empresarial, el 23% de hombres consideran que lo más importante para crear una empresa es contar con suficiente respaldo económico, con relación al 22% de las mujeres, el 18% de las mujeres consideran que lo más importante para crear una empresa es tener la formación académica adecuada, con relación al 16% de los hombres, el 11% de los hombres consideran que lo más importante para crear una empresa es contar con la experiencia adecuada, con relación al 6% de las mujeres. Deduciendo que los estudiantes de bachillerato tanto hombres como mujeres con un 51% dicen que para crear una empresa lo más importante es tener una buena idea empresarial.

40. ¿En qué tipo de proyectos se siente más realizado(a)?

Tabla N° 41				
¿En qué tipo de proyectos se siente más realizado(a)?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Un proyecto con cierto riesgo, pero que suponga un desafío personal	78	42%	93	46%
Un proyecto con mucho riesgo y bastantes beneficios	102	55%	94	47%
Un proyecto con poco riesgo y pocos beneficios	6	3%	12	6%
Blanco	0	0%	3	1%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

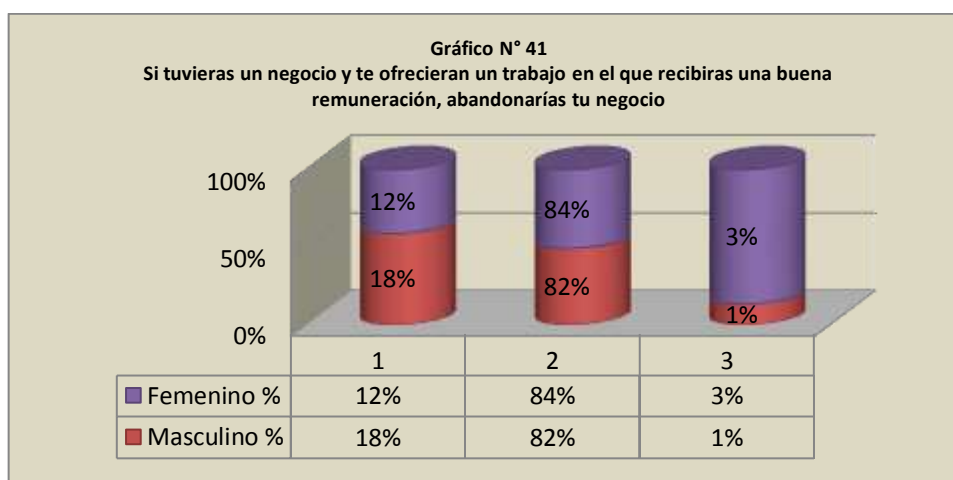
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 40 podemos decir del total de la población estudiantil encuestada el 55% de hombres consideran que en los tipos de proyectos donde se sentirían más realizados son aquellos con mucho riesgo y bastantes beneficios, en relación al 47% de las mujeres. El 46% de las mujeres consideran que en los tipos de proyectos donde se sentirían más realizadas son aquellos con cierto riesgo pero que suponga un desafío personal, en relación al 42%

de los hombres, únicamente el 6% de las mujeres considera que en los tipos de proyectos donde se sentirían más realizadas son aquellos con poco riesgo y pocos beneficios, en relación al 3% de los hombres.

41. ¿Si tuvieras un negocio y te ofrecieran un trabajo en el que recibirás una buena remuneración, abandonarías tu negocio?

Tabla N° 42				
¿Si tuvieras un negocio y te ofrecieran un trabajo en el que recibirás una buena remuneración, abandonarías tu negocio?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Si lo abandonaría	33	18%	25	12%
No lo abandonaría	152	82%	170	84%
Blanco	1	1%	7	3%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

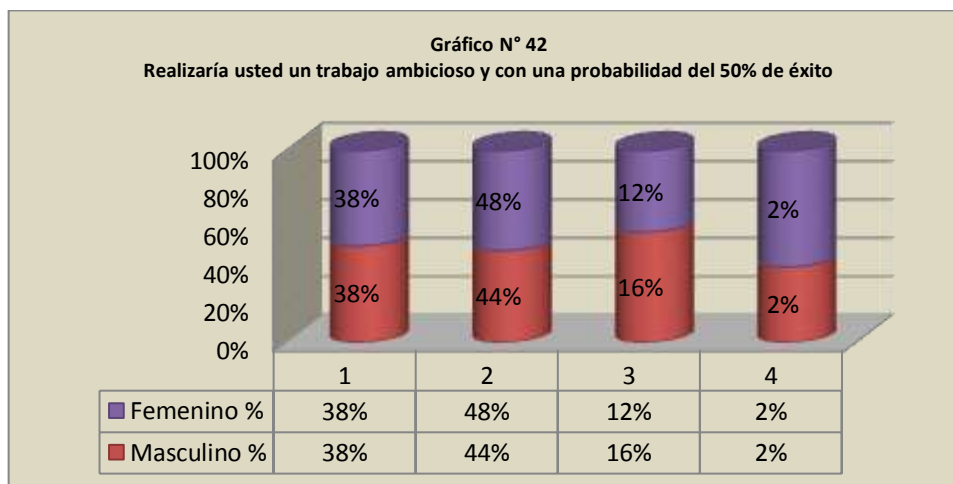
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 41 podemos señalar que del total de la población estudiantil encuestada el 18% de hombres consideran que si tuvieran un negocio y les ofrecieran un trabajo con una buena remuneración lo abandonarían, en relación al 82% que indican que no lo abandonarían. El 12% de mujeres consideran que si tuvieran

un negocio y les ofrecieran un trabajo con una buena remuneración lo abandonarían, en relación al 84% que indican que no lo abandonarían.

42. ¿Realizaría usted un trabajo ambicioso y con una probabilidad del 50% de éxito?

Tabla N° 43				
¿Realizaría usted un trabajo ambicioso y con una probabilidad del 50% de éxito?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Sí, lo aceptaría, tiene muchas posibilidades de éxito	71	38%	76	38%
Depende de lo que me recomienden	82	44%	97	48%
No, son pocas posibilidades de éxito	30	16%	24	12%
Blanco	3	2%	5	2%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

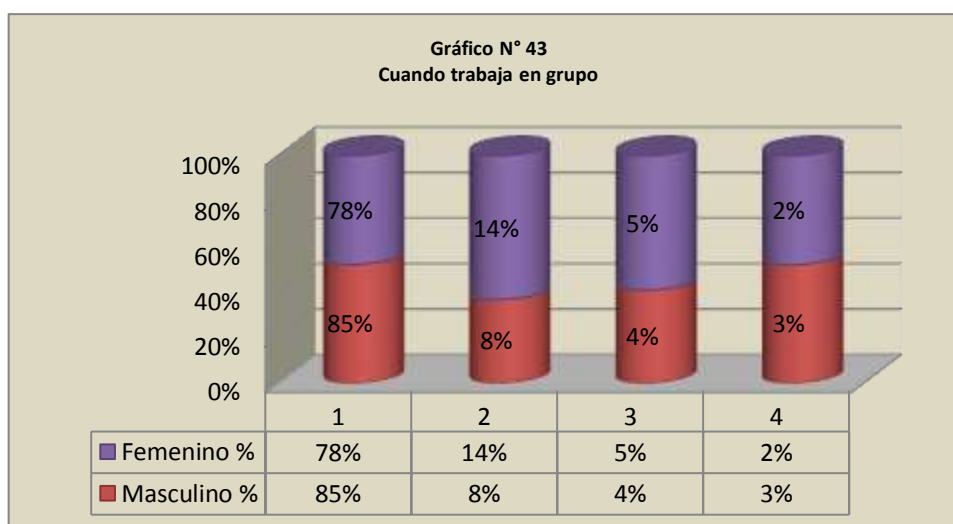
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 42 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 48% de mujeres consideran que para aceptar realizar un trabajo con una probabilidad del 50% de éxito dependería de lo que les recomienden, con relación al 44% de los hombres. El 38% de hombres y mujeres

respectivamente consideran que para realizar un trabajo con una probabilidad del 50% de éxito lo aceptarían porque tiene muchas probabilidades de éxito, el 16 % de hombres consideran que para aceptar realizar un trabajo con una probabilidad del 50% de éxito no lo aceptaría porque son pocas probabilidades de éxito, con relación al 12% de las mujeres.

43. Cuando trabaja en grupo...

Tabla N° 44				
Cuando trabaja en grupo...				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Da su opinión y escucha a los demás	159	85%	158	78%
No le gusta tomar decisiones en grupo, prefiere hacerlas individualmente	15	8%	28	14%
Le gusta dar su opinión, y que el resto lo obedezca	7	4%	11	5%
Blanco	5	3%	5	2%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

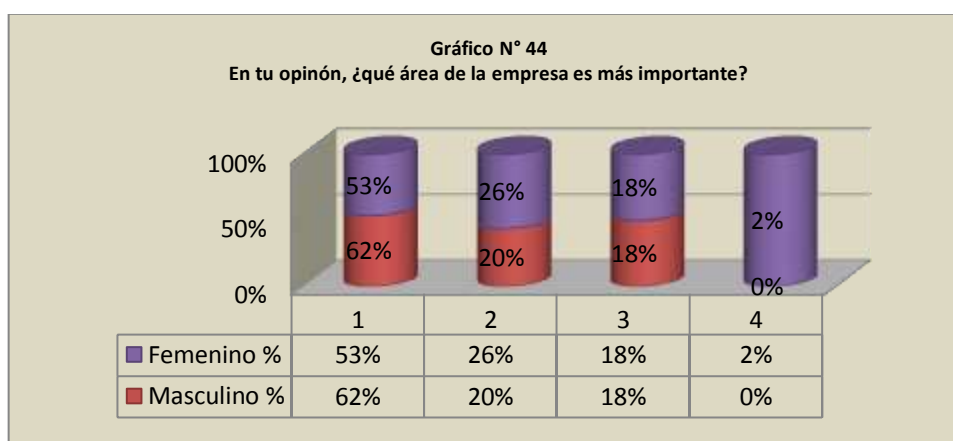
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 43 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 85% de

hombres consideran que cuando trabaja en grupo da su opinión y escucha a los demás, con relación al 78% de las mujeres. El 14% de mujeres consideran que cuando trabajan en grupo no les gusta tomar decisiones y prefieren trabajar individualmente, con relación al 8% de los hombres. El 5% de mujeres consideran que cuando trabaja en grupo les gusta dar su opinión y que el resto les obedezca, con relación al 4% de los hombres.

44. En tu opinión, ¿qué área de la empresa es más importante?

Tabla N° 45				
En tu opinión, ¿qué área de la empresa es más importante?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Económico-Financiera	115	62%	108	53%
Recursos Humanos	38	20%	53	26%
Elaboración del producto o servicio	33	18%	36	18%
Blanco	0	0%	5	2%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

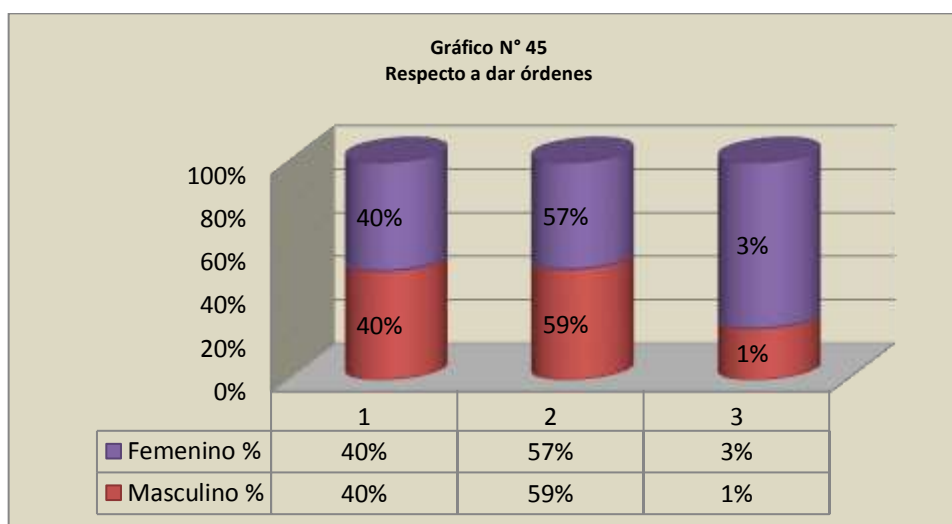
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 44 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 62% de

hombres consideran que el área económica financiera es la más importante de la empresa, con relación al 53% de las mujeres. El 26% de mujeres consideran que el área de recursos humanos es la más importante de la empresa, con relación al 20% de los hombres. El 18% de hombres y mujeres respectivamente consideran que el área donde se elabora el producto o servicio es la más importante de la empresa.

45. Respecto a dar órdenes...

Tabla N° 46				
Respecto a dar órdenes...				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Prefiere que se las den.	74	40%	80	40%
Prefiere darlas.	110	59%	115	57%
Blanco	2	1%	7	3%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

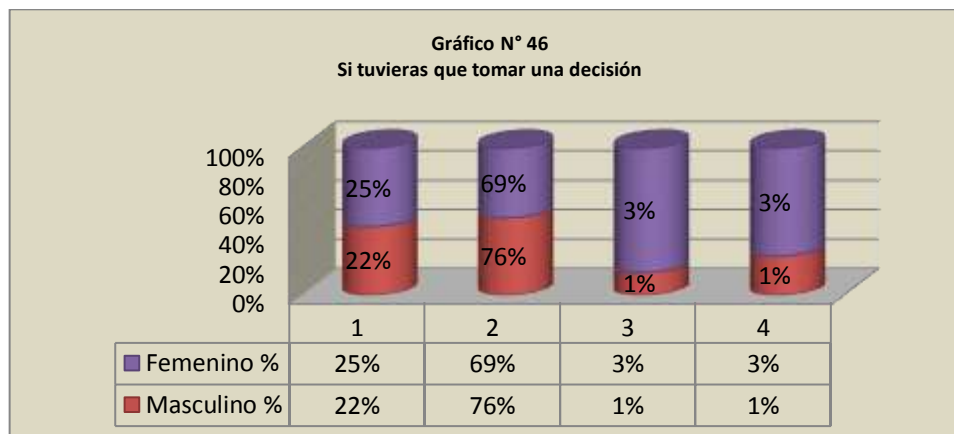
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 45 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 59% de

hombres consideran que prefieren dar órdenes, con relación al 57% de las mujeres. El 40% de hombres y mujeres consideran que prefieren recibir órdenes.

46. Si tuviera que tomar una decisión...

Tabla N° 47				
Si tuviera que tomar una decisión...				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Tomo rápidamente una decisión.	41	22%	51	25%
Necesito pensarlo y verlo todo muy claro.	142	76%	139	69%
No tengo problema, no suelo tomar ninguna decisión	1	1%	6	3%
Blanco	2	1%	6	3%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

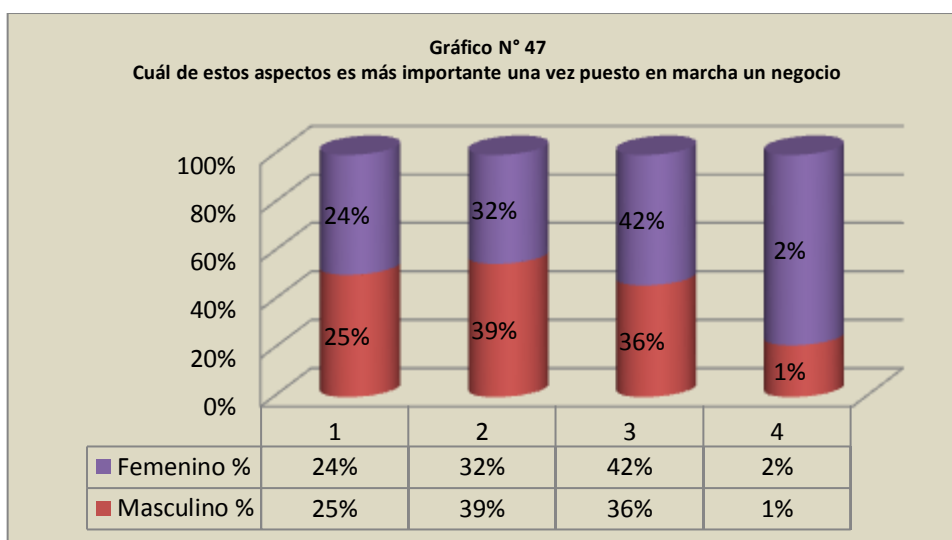
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 46 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 76% de hombres consideran que si tuvieran que tomar una decisión necesitarían pensarlo y verlo todo muy claro con relación al 69% de las mujeres. El

25% de mujeres consideran que si tuvieran que tomar una decisión lo harían rápidamente, con relación al 22% de los hombres.

47. ¿Cuál de estos aspectos es más importante una vez puesto en marcha un negocio?

Tabla N° 48				
¿Cuál de estos aspectos es más importante una vez puesto en marcha un negocio?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Vender al máximo posible	46	25%	49	24%
Obtener un buen margen de ganancia.	72	39%	64	32%
Obtener beneficios y generar recursos que ayuden el sostenimiento y crecimiento del negocio	67	36%	85	42%
Blanco	1	1%	4	2%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

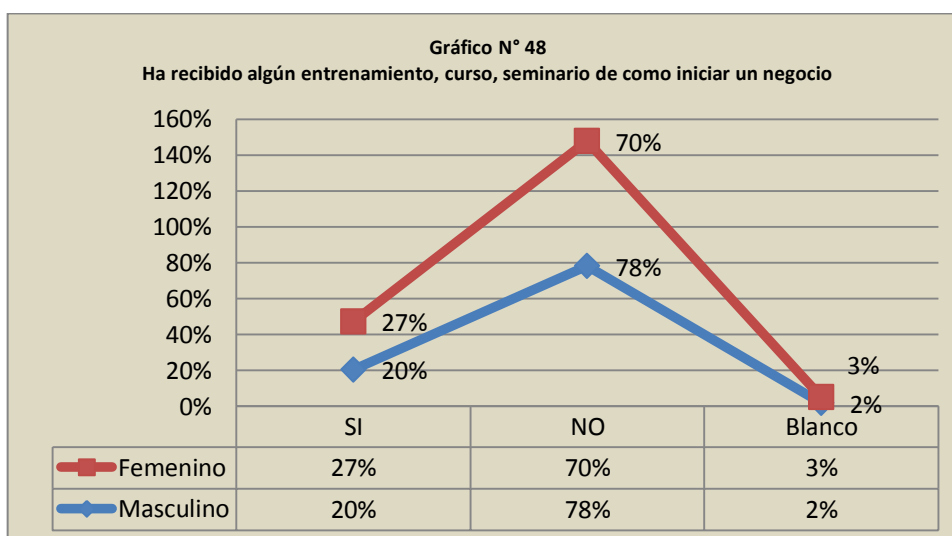
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 47 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 42% de mujeres consideran que una vez puesto en marcha un negocio uno de los

aspectos más importantes es obtener beneficios y generar recursos que ayuden al sostenimiento y crecimiento del negocio, con relación al 36% de los hombres. El 39% de hombres consideran que una vez puesto en marcha un negocio uno de los aspectos más importantes es obtener un buen margen de ganancia, con relación al 32 % de las mujeres. El 25% de hombres consideran que una vez puesto en marcha un negocio uno de los aspectos más importantes es vender al máximo, con relación al 24% de las mujeres.

48. ¿Ha recibido algún entrenamiento, curso, seminario de cómo iniciar un negocio. ?

Tabla N° 49				
¿Ha recibido algún entrenamiento, curso, seminario de cómo iniciar un negocio. ?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
SI	38	20%	54	27%
NO	145	78%	141	70%
Blanco	3	2%	7	3%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



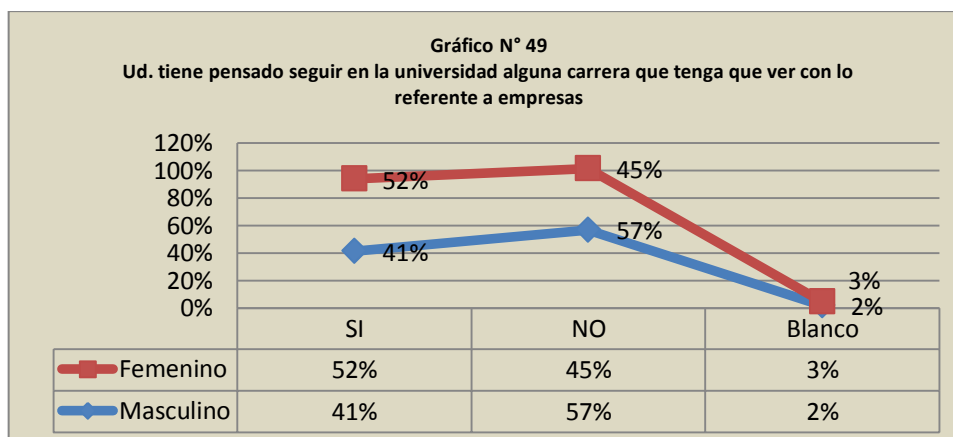
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 48 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 78% de hombres consideran que no han recibido algún tipo de entrenamiento curso seminario de cómo iniciar un negocio, con relación al 20% que manifiesta que si han recibido. El 7% de mujeres consideran que no han recibido algún tipo de entrenamiento curso seminario de cómo iniciar un negocio, con relación al 27% que manifiesta que si han recibido.

49. ¿Ud. Tiene pensado seguir en la universidad alguna carrera que tenga que ver con lo referente a empresas. ?

Tabla N° 50				
¿Ud. Tiene pensado seguir en la universidad alguna carrera que tenga que ver con lo referente a empresas. ?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
SI	77	41%	106	52%
NO	106	57%	90	45%
Blanco	3	2%	6	3%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



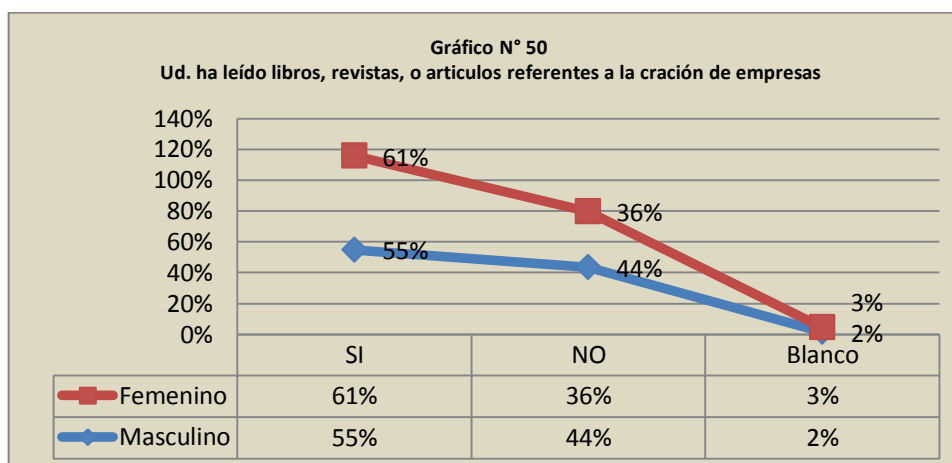
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 49 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 57% de hombres no han pensado seguir en la universidad alguna carrera que tenga que ver con lo referente a empresas, con relación al 41% que manifiesta que sí. El 45% de mujeres no han pensado seguir en la universidad alguna carrera que tenga que ver con lo referente a empresas, con relación al 52 % que manifiesta que sí.

50. ¿Ud. Ha leído libro, revistas, o artículos referentes a la creación de empresas. ?

Tabla N° 51				
¿Ud. Ha leído libro, revistas, o artículos referentes a la creación de empresas. ?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
SI	102	55%	123	61%
NO	81	44%	73	36%
Blanco	3	2%	6	3%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



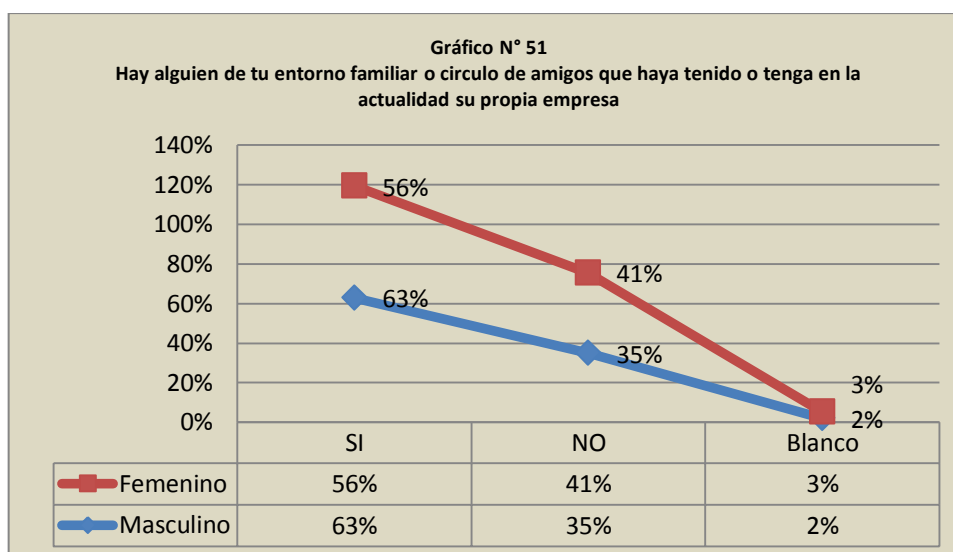
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 50 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 61% de mujeres manifiestan que han leído libros revistas artículos referentes a la creación de empresas, con relación al 36% que manifiesta que no. El 55% de hombres manifiestan que han leído libros revistas artículos referentes a la creación de empresas, con relación al 44% que manifiesta que no.

51. ¿Hay alguien de tu entorno familiar o círculo de amigos que haya tenido o tenga en la actualidad su propia empresa?

Tabla N° 52				
¿Hay alguien de tu entorno familiar o círculo de amigos que haya tenido o tenga en la actualidad su propia empresa?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
SI	117	63%	114	56%
NO	65	35%	82	41%
Blanco	4	2%	6	3%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



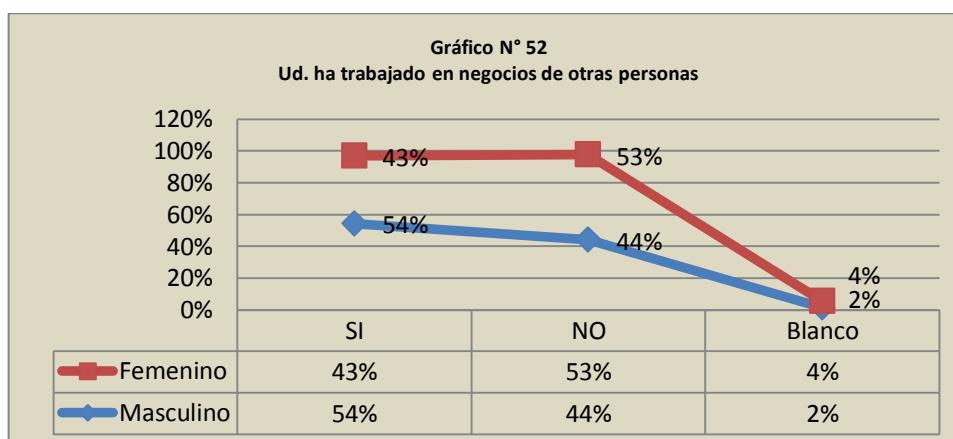
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 51 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 63% de hombres manifiestan que dentro de su entorno familiar existe alguien que haya tenido o tenga su propia empresa, con relación al 35% que manifiesta que no. El 56% de mujeres manifiestan que dentro de su entorno familiar existe alguien que haya tenido o tenga su propia empresa, con relación al 41% que manifiesta que no.

52. ¿Ud. Ha trabajado en negocios de otras personas. ?

Tabla N° 53				
¿Ud. Ha trabajado en negocios de otras personas. ?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
SI	101	54%	86	43%
NO	82	44%	108	53%
Blanco	3	2%	8	4%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

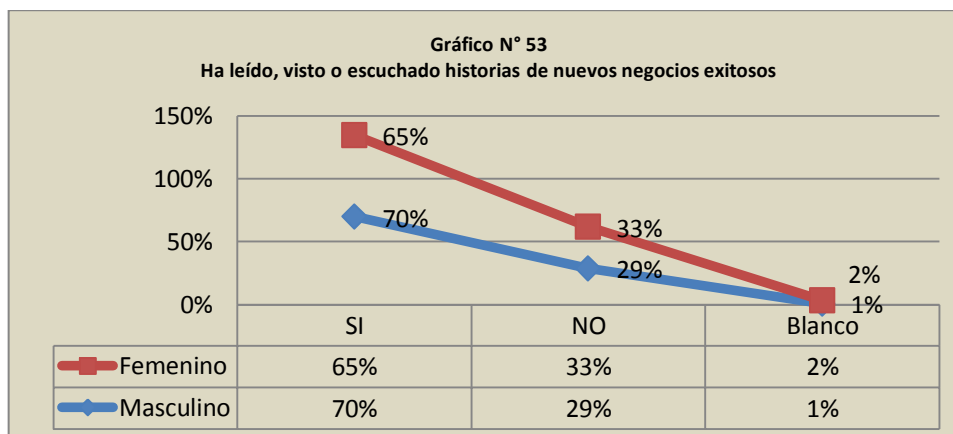
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 52 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 54% de

hombres manifiestan que han trabajado en negocios de otras personas, con relación al 44% que manifiesta que no, el 43% de mujeres manifiestan que han trabajado en negocios de otras personas, con relación al 53% que manifiesta que no.

53. ¿Ha leído, visto o escuchado historias de nuevos negocios exitosos. ?

Tabla N° 54				
¿Ha leído, visto o escuchado historias de nuevos negocios exitosos. ?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
SI	130	70%	131	65%
NO	54	29%	66	33%
Blanco	2	1%	5	2%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

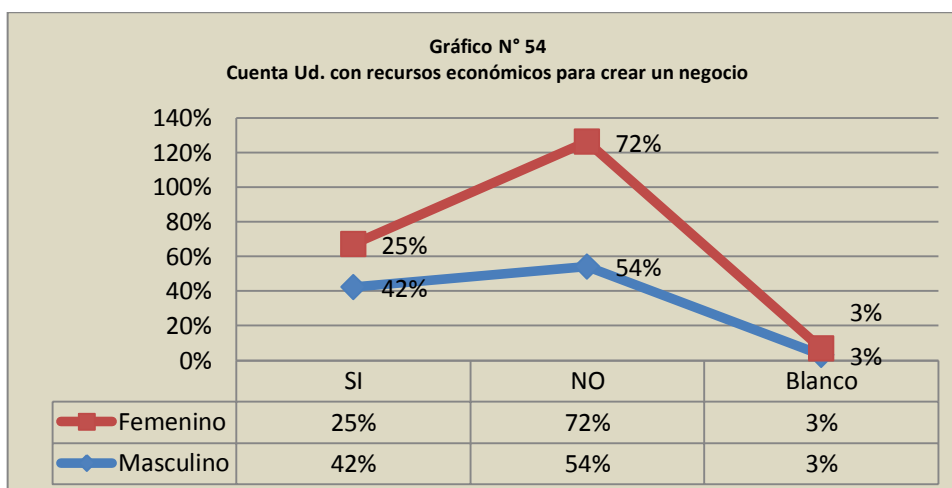
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 53 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 70% de hombres manifiestan que han leído visto o escuchado historias de nuevos negocios exitosos, con relación al 29% que manifiesta que no. El 65% de

mujeres manifiestan que han leído visto o escuchado historias de nuevos negocios exitosos, con relación al 33% que manifiesta que no.

54. ¿Cuenta Ud. con recursos económicos para crear un negocio?

Tabla N° 55				
¿Cuenta Ud. con recursos económicos para crear un negocio. ?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
SI	79	42%	50	25%
NO	101	54%	145	72%
Blanco	6	3%	7	3%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



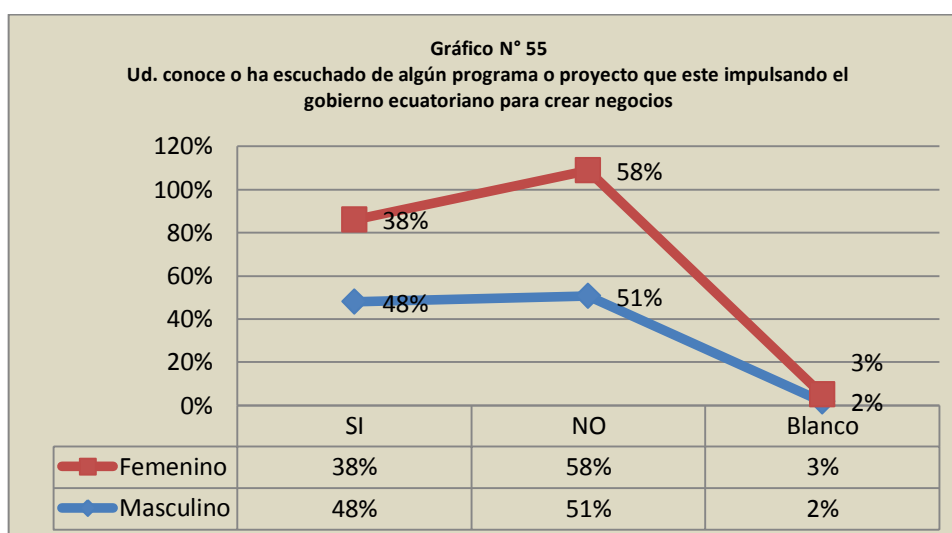
Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 54 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 72% de mujeres manifiestan que no cuentan con recursos económicos para crear un negocio, con relación al 25% que manifiesta que sí. El 54% de hombres manifiestan que no cuentan con recursos económicos para crear un negocio, con relación al 42% que manifiesta que sí.

55. ¿Ud. Conoce o ha escuchado de algún programa o proyecto que este impulsando el gobierno ecuatoriano para crear negocios. ?

Tabla N° 56				
¿Ud. Conoce o ha escuchado de algún programa o proyecto que este impulsando el gobierno ecuatoriano para crear negocios. ?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
SI	89	48%	77	38%
NO	94	51%	118	58%
Blanco	3	2%	7	3%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

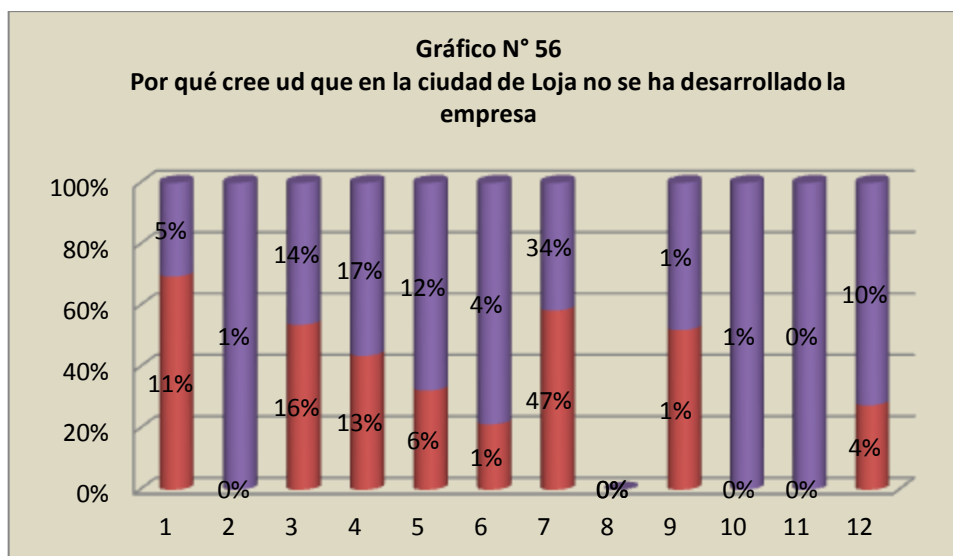
De los datos más significativos obtenidos de la tabla 55 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 58% de mujeres manifiestan que no conocen o han escuchado de algún programa o proyecto que este impulsando el gobierno ecuatoriano para crear negocios, Ud. relación al 38% que manifiesta que sí. El 51% de hombres

manifiestan que no conocen o han escuchado de algún programa o proyecto que este impulsando el gobierno ecuatoriano para crear negocios, con relación al 48% que manifiesta que sí.

56. ¿Por qué cree Ud. Que en la ciudad de Quito y Guayaquil hay más empresas que en la ciudad de Loja?

Tabla N° 57				
¿Por qué cree Ud. Que en la ciudad de Loja no se ha desarrollado la empresa?				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Falta desarrollo	21	11%	10	5%
No tiene puerto	0	0%	3	1%
Falta recursos económicos	30	16%	28	14%
Falta ayuda gobierno	25	13%	35	17%
Falta iniciativa	11	6%	25	12%
Falta información	2	1%	8	4%
Ciudad pequeña	88	47%	68	34%
Nivel de estudios	0	0%	0	0%
Turística	2	1%	2	1%
Alto nivel de competencia	0	0%	2	1%
Poca competencia	0	0%	1	0%
Blanco	7	4%	20	10%
Total	186	100%	202	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Los autores



Análisis e interpretación:

De los datos más significativos obtenidos de la tabla 56 podemos manifestar que del total de la población estudiantil encuestada el 47% de hombres creen que en la ciudad de Loja no se ha desarrollado la empresa porque es una ciudad pequeña, con relación al 34% de mujeres. El 17% de mujeres creen que en la ciudad de Loja no se ha desarrollado la empresa porque falta ayuda del gobierno, con relación al 13% de los hombres. El 16% de hombres creen que en la ciudad de Loja no se ha desarrollado la empresa por falta de recursos económicos, con relación al 14% de las mujeres. El 12% de mujeres creen que en la ciudad de Loja no se ha desarrollado la empresa porque falta iniciativa, con relación al 6% de hombres. El 11% de hombres creen que en la ciudad de Loja no se ha desarrollado la empresa porque falta desarrollo, con relación al 5% de las mujeres.

7. DISCUSIÓN

7.1. Historia del bachillerato.

En la enseñanza española e hispanoamericana de los siglos XIII al XVII o XVIII, el título de bachiller era el grado menor de los estudios universitarios, equivalente a la actual diplomatura, que facultaba para ejercer una profesión sin necesidad de llegar a los grados mayores licenciado y doctor. Se estudiaba en las universidades en las escuelas menores o en los colegios menores. Es conocido, por el Quijote, el Bachiller Sansón Carrasco.

Todo esto entraña un problema de comprensión de lo que el bachillerato significa, de su historia y aparición académica como una necesidad para dar al futuro profesional una comprensión global del mundo natural y de su cultura.

El remoto origen del bachillerato se encuentra en los grupos de estudio del clero regular, en sus monasterios para prepararse para el debate con las demás sectas y corrientes religiosas diversas que existían en la edad media, eran las escuelas Monacales que capacitaban teólogos. También existía el Clero Secular que es el que convive con el siglo, con la gente y que administra los bienes materiales de la iglesia, que hasta el siglo X u XI no tenía enseñanza propia, por lo que a menudo su instrucción dejaba mucho que desear. Los obispos crearon entonces las escuelas

episcopales en donde, a diferencia de las escuelas monacales, no solamente producían teólogos, sino que también estudiaban las ciencias y las artes liberales reconocidas por la iglesia y se admitía la presencia de seglares. En estas escuelas es donde se empezó a aplicar el Trivium y el Quadrivium, programa de enseñanza considerado indispensable de asimilar para que luego el educando pudiera ocuparse del aprendizaje de un oficio del cual habría de vivir.

El Trivium comprendía la gramática y sus tres ramas: etimología, ortografía y prosodia. Además se ocupaba de la retórica, que no consistía únicamente en el estudio de la literatura y de los procesos del lenguaje, sino que además incluía otras materias jurídicas, morales e históricas indispensables para la inteligencia de los tratados de elocuencia y los discursos de antiguos oradores. Por último, la otra parte del Trivium era la dialéctica, que no consistía solamente en el arte de argüir, sino también en el de otros elementos de la filosofía, la lógica y sus diversas cuestiones, estudiando igualmente aquellos que con más ardor se debatían en las escuelas; no se podía entonces optar por el título de filósofo sin ser un aventajado dialéctico.

El Quadrivium o enseñanza superior comprendía la aritmética, la música, la geometría y la astronomía, en cuanto estas disciplinas se relacionaban con la religión y la teología en particular, consideradas en aquellas épocas medievales como el ápice de toda cultura. La aritmética se consideraba

vital para llenar las necesidades de cuantificación de los bienes eclesiásticos. El estudio de la música fue introducido por Carlomagno en las escuelas catedralicias para acompañar las diversas ceremonias del culto. La geometría no era estudiada con tanto interés y sus cálculos se aplicaban a la metafísica y a la física: sus demostraciones eran más bien racionales que empíricas. Con ellas se estudiaba la geografía.

Por último, parte final del Quadrivium era la astronomía, a la cual los árabes dieron un gran impulso en tanto duró su dominación en España. Era poco cultivada en el resto de Occidente, limitándose por lo general al conocimiento del curso del Sol, la Luna, el Zodíaco y otras constelaciones, el anuncio de los eclipses y el manejo del astrolabio.

Luego, a fines del siglo XII, el Papa Inocencio III autorizó la creación de las primeras universidades, destacando la de París y en las que se estableció la independencia de la institución respecto tanto del Rey como del Obispo, para la enseñanza de las ciencias y las artes.

Este es el remoto origen de la autonomía universitaria. Los teóricos de entonces discutieron dónde ubicar la carga cultural del educando y, adoptando en lo esencial al Trivium y al Quadrivium, lo situaron en una etapa previa a la enseñanza de un oficio profesional, a fin de dar al estudiante las bases culturales a las que retornaría una vez graduado para desarrollar su cultura. A este período se le llamó *Baccalaureus* (de

donde procede su nombre de bachillerato). También se le llamaba *Baccaleauriatis*, porque al educando, al graduarse, se le coronaba con una rama de laurel. Modernamente se ha bautizado como escuela preparatoria, por su objetivo funcional de preparar culturalmente al estudiante en una fase previa a su enseñanza profesional. En suma, el bachillerato es la única y privilegiada oportunidad en que el estudiante recibe las bases de la cultura universal de un modo sistemático.

En los países de habla inglesa se ha conservado la titulación como tal (*bachelor's degree*), mientras que en la mayoría de los de habla hispana se ha convertido en un título añadido a la enseñanza secundaria.

En Puerto Rico y Perú, se utiliza todavía la palabra "bachillerato" con el viejo sentido que tenía en la metrópoli, España, que equivalía más o menos a los que los países de habla inglesa se sigue llamando *bachelor's degree*, que constituye los primeros cuatro o cinco años de educación universitaria, cuyo equivalente más cercano en el resto del mundo hispanohablante es la licenciatura o el nuevo título de grado español. Cabe resaltar que en Perú, Bachiller es un grado académico que se obtiene en forma automática al terminar los estudios universitarios pero para poder obtener la licenciatura o el título (BA o BS en los Estados Unidos), el estudiante con Bachiller debe presentar una tesis o rendir un examen con jurado.⁸

⁸ http://www.dgb.sep.gob.mx/tramites/revalidacion/Estruc_sist_edu/Estud-BOLIVIA.pdf

Con estos antecedentes podemos deducir que el bachillerato se lo puede interpretar o definir de la siguiente manera:

- ✓ El bachillerato es el tiempo de estudios con los que se obtiene el grado de bachiller.

- ✓ Es un periodo perteneciente al programa de la educación que puede constar de 2 a 5 años. Éstos se desarrollan después de la educación secundaria y son previos a la educación universitaria. No son obligatorios, al acabar la educación secundaria obligatoria, se puede optar al mundo laboral o bien a los llamados ciclos formativos. Al finalizar el bachillerato, en algunos países el alumno realiza un examen de selectividad, cierto número de pruebas escritas para tener acceso a estudios universitarios.

- ✓ El bachillerato tiene un carácter obligatorio en algunos países, ya que sin él no se puede conseguir un empleo económicamente bien definido. Aunque en la mayoría de los países no es así. Las asignaturas que se imparten son más especializadas que en la secundaria, es decir, están encaminadas a las ciencias, a las letras o a las artes (cada uno de los tres tiene tres asignaturas de modalidad específicas, las demás son todas comunes). El objetivo del bachillerato es preparar académicamente al alumno para que pueda realizar estudios superiores.

7.2. Bachillerato en el Ecuador

En Ecuador, se denomina Bachiller de la República a aquellas personas que han terminado con éxito la escuela o colegio secundario, lo cual les permite estudiar en una Universidad. El egresado obtiene el título de Bachiller de la República del Ecuador técnico o en ciencias con especialización en alguna de las alternativas a elegir. Es decir, un título de bachiller en ciencias con especialización en físico-matemáticas, químico-biológicas, sociales o educación, los cuáles podían ser elegidos dependiendo del colegio en los últimos años de colegio. O un título de bachiller técnico en agropecuaria, industrial, comercio y administración, estos también con su debida especialización. Para obtener el grado de bachiller, los alumnos dan pruebas escritas, orales y/o servicio comunitario después de doce años de estudio. Los colegios aprobados como experimentales tienen más campo de decisión en su currículo que el resto de los centros educativos.

Desde el 2011 se aplica el Bachillerato General Unificado, por lo que los estudiantes en el futuro, dependiendo del colegio, tendrán un título de bachiller en ciencias o uno título de bachiller técnico.⁹

El Ministerio de Educación del Ecuador crea el Bachillerato General Unificado con el propósito de ofrecer una mejor educación para todos los jóvenes ecuatorianos. El triple objetivo de este Bachillerato es preparar a

⁹ Red Educar red social orientada a la educación en Ecuador- (<http://www.rededucar.ec/>)

los estudiantes para la vida y la participación en una sociedad democrática, para sus estudios post-secundarios y para el mundo laboral y del emprendimiento.

Para que los estudiantes estén preparados para estos grandes retos, necesitarán, como mínimo, ser capaces de pensar rigurosamente, comunicarse efectivamente que implica poder expresarse por escrito con corrección y claridad, razonar numéricamente, utilizar herramientas tecnológicas, comprender su realidad natural y su realidad social, actuar como ciudadanos responsables de una sociedad democrática deliberativa y participativa, manejar sus emociones y sus relaciones sociales, cuidar de su salud y bienestar personal, llevar adelante formas de emprendimiento económico, social o cultural, y aprender por el resto de sus vidas.

Para ello, se propone que todos los estudiantes adquieran aprendizajes básicos comunes mediante un programa de estudios generales. Además, se ofrecerán asignaturas optativas que permitirán a algunos estudiantes profundizar en áreas científicas, y también se ofrecerán módulos adicionales que permitirán a otros estudiantes adquirir competencias laborales en distintas áreas profesionales.

Lo importante es que la elección de una u otra opción de estudios no limita las opciones futuras de los bachilleres: todos deberán estar preparados para la vida y para participar en una sociedad democrática,

para continuar con estudios superiores, y para integrarse al mundo laboral o del emprendimiento.

Según el artículo 43 de la LOEI, el Bachillerato General Unificado comprende tres años de educación obligatoria, a continuación de la Educación General Básica.

El BGU tiene como propósito brindar a las personas una formación general y una preparación interdisciplinaria que las guíe para la elaboración de proyectos de vida y en la integración a la sociedad como seres humanos responsables, críticos y solidarios. Desarrolla en los estudiantes capacidades permanentes de aprendizaje y competencias ciudadanas, y los prepara para el trabajo, el emprendimiento, y para el acceso a la educación superior. Los estudiantes de Bachillerato cursarán un tronco común de asignaturas generales y podrán optar por una de las siguientes opciones:

a. Bachillerato en Ciencias: además de las asignaturas del tronco común, ofrecerá una formación complementaria en áreas científico-humanísticas; y,

b. Bachillerato Técnico: además de las asignaturas del tronco común, ofrecerá una formación complementaria en áreas técnicas, artesanales, deportivas o artísticas que permitan a los estudiantes ingresar al mercado laboral e iniciar actividades de emprendimiento social

o económico. Las instituciones educativas que ofrezcan este tipo de Bachillerato podrán constituirse en unidades educativas de producción, donde tanto los docentes como los estudiantes puedan recibir una bonificación por la actividad productiva de su establecimiento.

El artículo 44 de la LOEI establece la creación de los bachilleratos complementarios. Los bachilleratos complementarios son aquellos que fortalecen la formación obtenida en el Bachillerato General Unificado. Según lo establece el artículo 44 de la LOEI, son de dos tipos:

a. Bachillerato Técnico Productivo: Es complementario al bachillerato técnico, es de carácter optativo y dura un año adicional. Tiene como propósito fundamental desarrollar capacidades y competencias específicas adicionales a las del bachillerato técnico. Puede ofrecerse en los mismos centros educativos donde funcione el bachillerato técnico, los cuales también podrán constituirse en unidades educativas de producción; y,

b. Bachillerato Artístico: Comprende la formación complementaria y especializada en artes; es escolarizada, secuenciada y progresiva, y conlleva la obtención de un título de bachiller en Artes en su especialidad que habilitará exclusivamente para su incorporación en la vida laboral y productiva, así como para continuar con estudios artísticos de tercer nivel.

Su régimen y estructura responden a estándares y currículos definidos por la autoridad educativa nacional.

Según el artículo 45 de la LOEI, todos los títulos de bachillerato emitidos por la autoridad educativa nacional están homologados y habilitan para las diferentes carreras que ofrece la educación superior.

7.3. Bachillerato en la ciudad de Loja

El bachillerato en la ciudad de Loja se enmarca en los postulados de la propuesta nacional de la Reforma Curricular Consensuada de la Educación para el bachillerato o sea de la propuesta aplicada a nivel nacional.

7.4. Número de instituciones Educativas

La ciudad de Loja hasta la actualidad cuenta con 223 instituciones educativas las mismas que brindan educación inicial, básica, bachillerato y artesanal, pero vale recalcar que solo 41 que corresponde al 18,38% del total de las instituciones existentes brindan a la población estudiantil la oportunidad de obtener un bachillerato.

7.5. Tipo de instituciones Educativas

Las instituciones educativas en la ciudad de Loja, se agrupan en tres grandes categorías de acuerdo a su sostenimiento las mismas que son: fiscales, fiscomisionales y particulares.

a. Fiscales.- La educación fiscal es una política de estado que tiene como objetivo fomentar una ciudadanía participativa y consciente de sus derechos y obligaciones. Se trata de un proceso de enseñanza y aprendizaje basado en tres ejes: formación en valores, construcción de la ciudadanía y cultura fiscal.

El sistema educativo puede preparar a los jóvenes para el momento en que deban cumplir sus obligaciones como contribuyentes, impartiendo una serie de conocimientos básicos que expliquen el sentido, el alcance y la finalidad de los impuestos y que describan brevemente los capítulos del presupuesto público, así como los requerimientos más simples del sistema fiscal. Es importante que interioricen la idea de la fiscalidad como uno de los ámbitos donde se articula la necesaria correspondencia legal y ética entre derechos y obligaciones, donde se imbrican los intereses personales y los beneficios comunes. Para esto ni se puede ni se debe esperar a que los ciudadanos sean adultos¹⁰

b. Fiscomisionales, están constituidas y administradas por organizaciones y congregaciones religiosas. Solo podrán estar ubicadas en sitios en los que la oferta de la educación pública sea insuficiente.

Contaran con financiamiento total o parcial del estado, con la condición que se cumpla el principio de gratuidad, en igualdad de oportunidades

¹⁰ http://educacionfiscal.eurosocialfiscal.org/index.php/contenido/que_es_la_educacion_fiscal/n/2

para el acceso y la permanencia, de que rindan cuentas de sus resultados educativos y del manejo de los recursos y de que respeten la libertad de creencias de las familias. ¹¹

c. Particulares, las instituciones educativas particulares son constituidas y administradas por personas naturales o jurídicas de derecho privado, previa autorización de la Autoridad Educativa Nacional y bajo su supervisión y control. La educación en estas instituciones puede ser confesional o laica.

Las instituciones educativas particulares están autorizadas a cobrar únicamente matrículas y pensiones, las mismas que serán reguladas por la Autoridad Educativa Nacional, conforme al reglamento respectivo. No tendrán fines de lucro bajo ninguna circunstancia o condición, debiendo reinvertir los excedentes de la gestión financiera en la propia institución o en proyectos educativos de responsabilidad social, debidamente autorizados por la autoridad educativa nacional a través de sus instancias desconcentradas. ¹²

A continuación en la siguiente tabla se detalla el nombre de la institución y el tipo de categorización a la que se pertenece:

¹¹ Art. 42.- Capítulo VIII DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS, Ley Orgánica de Educación Intercultural

¹² Art. 41.- Capítulo VIII DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS, Ley Orgánica de Educación Intercultural

Cuadro N° 58		
N°	Nombre de Instituciones	Tipo
1	I.S.TECNOLOGICO BEATRIZ CUEVA DE AYORA	Fiscal
2	COLEGIO FISCAL MIXTO MANUEL ENRIQUE RENGEL	Fiscal
3	COLEGIO EXPERIMENTAL PIO JARAMILLO ALVARADO	Fiscal
4	COLEGIO EXPERIMENTAL BERNARDO VALDIVIESO	Fiscal
5	UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL PARA CIEGOS LUIS BRAILLE	Fiscal
6	TECNICO FISCAL MIXTO 27 DE FEBRERO	Fiscal
7	MANUEL CABRERA LOZANO	Fiscal
8	ISIDRO AYORA PRESIDENTE	Fiscal
9	COLEGIO NACIONAL ADOLFO VALAREZO	Fiscal
10	MANUEL IGNACIO MONTERO VALDIVIESO	Fiscal
11	HERNAN GALLARDO MOSCOSO	Fiscal
12	DOCTOR BENJAMIN CARRION	Fiscal
13	UNIDAD EDUCATIVA FERNANDO SUAREZ PALACIO	Fiscal
14	COLEGIO POPULAR A DISTANCIA PIO JARAMILLO ALVARADO	Fiscal
15	UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL VICENTE ANDA AGUIRRE	Fiscomisional
16	UNIDAD EDUCATIVA SAN FRANCISCO DE ASIS	Fiscomisional
17	UNIDAD EDUCATIVA A DISTANCIA DE LOJA EXT HNO ANGEL PASTRANA	Fiscomisional
18	UNIDAD EDUC FISCOMISIONAL A DISTANCIA JOSE MARIA VELAZ	Fiscomisional
19	UNIDAD EDUCATIVA CALASANZ	Fiscomisional
20	INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO DANIEL ALVAREZ BURNEO	Fiscomisional
21	U E A DISTANCIA DE LOJA HNO A P C REGIMEN COSTA	Fiscomisional
22	UNIDAD EDUCATIVA A DISTANCIA DE LOJA EXTENSION RENACIMIENTO	Fiscomisional
23	UNIDAD EDUCATIVA A DISTANCIA DE LOJA EXT BEATRIZ GARCIA DE J	Fiscomisional
24	UNIDAD EDUCATIVA EXPERIMENTAL SUDAMERICANO	Particular
25	COLEGIO PARTICULAR ISIDRO AYORA	Particular
26	COLEGIO PARTICULAR JUAN MONTALVO	Particular
27	TAGESSCHULE Y COLEGIO SAN GERARDO	Particular
28	COLEGIO PARTICULAR JOSE MARIA VIVAR CASTRO	Particular
29	IBEROAMERICANO SAN AGUSTIN	Particular
30	COLEGIO PARTICULAR EUGENIO ESPEJO	Particular
31	UNIDAD EDUCATIVA TENIENTE CORONEL LAURO GUERRERO	Particular
32	LICEO DE LOJA	Particular
33	PARTICULAR A DISTANCIA AMAZONAS	Particular
34	COLEGIO PARTICULAR A DISTANCIA LIBERTAD	Particular
35	CORDILLERA	Particular
36	COLEGIO PARTICULAR A DISTANCIA AMAZONAS- REGIMEN COSTA	Particular
37	UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR LA INMACULADA	Particular
38	JOSE ANTONIO EGUIGUREN LA SALLE	Particular
39	UNIDAD EDUCATIVA LA PORCIUNCULA	Particular
40	UNIDAD EDUCATIVA SANTA MARIANA DE JESUS	Particular
41	MIGUEL ANGEL SUAREZ ROJAS	Particular
Fuente: Ministerio de Educación		
Elaboración: Los autores		

Con estos antecedentes y como está detallado en la tabla antes descrita, es importante ampliar y argumentar que en la ciudad de Loja de las 41 instituciones educativas que tienen bachillerato, 14 instituciones que equivalen al 34% pertenecen a la categoría de instituciones fiscales, 9 instituciones que equivalen al 22% pertenecen al sector fiscomisional, mientras que 18 instituciones lo que equivale al 44% pertenecen al sector particular.

7.6. Población estudiantil por género

Corresponde al número de estudiantes divididos en género masculino y femenino, que se encuentran cursando los tres años de bachillerato en las instituciones educativas de la ciudad de Loja, estos datos son demostrados en el cuadro N° 59:

Cuadro N° 59			
Población estudiantil			
Tipo de institución	Masculino	Femenino	Total
Fiscal	2169	2866	5035
Fiscomisional	2751	2378	5129
Particular	1391	1587	2978
Total	6311	6831	13142
Porcentaje	48%	52%	100%
Fuente: Ministerio de Educación Elaboración: Los autores			

El cuadro N° 59 nos demuestra que en la ciudad de Loja existen 13142 estudiantes que cursan el bachillerato de los cuales 6311 son estudiantes de género masculino que corresponde al 48%, mientras que 6831 que representa el 52% corresponden al género femenino, datos que son calculados de acuerdo a la población total de bachilleres existentes en la ciudad.

Pero es importante tener presente que de la población total se derivan hombres y mujeres; los mismos que se encuentran en diferentes tipos de instituciones ya sean estos fiscales, fiscomisionales y particulares; por lo que se hace necesario conocer cuál es la participación de cada uno de estos segmentos de acuerdo al tamaño de la población de los bachilleres; y que son demostrados en el cuadro 60:

Cuadro N° 60					
Participación población estudiantil					
Tipo de institución	Masculino		Femenino		Total
	F	%	F	%	
Fiscal	2169	16,5%	2866	21,8%	5035
Fiscomisional	2751	20,9%	2378	18,1%	5129
Particular	1391	10,6%	1587	12,1%	2978
Total	6311	48,0%	6831	52,0%	13142
Fuente: Ministerio de Educación Elaboración: Los autores					

Como podemos observar en el cuadro N° 60 la población total de bachilleres en la ciudad de Loja es de 13142 estudiantes, de los cuales los hombres y con una población de 2169 que equivale al 16,5% estudian en instituciones fiscales, 2751 que equivale al 20,9% estudian en instituciones fiscomisionales, 1391 que equivale al 10,6% estudian en instituciones particulares.

En lo que respecta a las mujeres y con una población de 2866 que equivale al 21,8% estudian en instituciones fiscales, 2378 que equivale al 18,1% estudian en instituciones fiscomisionales, 1587 que equivale al 12,1% estudian en instituciones particulares, deduciendo que el mayor porcentaje está en la población de las mujeres que estudian en instituciones fiscales.

En lo concerniente a la especialidad de estudios y las preferencias que tienen los estudiantes por el tipo de bachillerato que desean obtener y que se encuentran cursando el bachillerato en los diferentes tipos de institución sean estos fiscales, fiscomisionales y particulares, se

obtuvieron datos en el proceso de investigación y que son demostrados en el cuadro N° 61:

Tabla N° 61						
Especialidad de estudios						
Alternativas	Fiscal		Fiscomisional		Particular	
	F	%	F	%	F	%
Contabilidad administración	41	28%	4	3%	3	3%
Estudios Sociales	31	21%	70	46%	28	31%
Químico - Biológicas	43	29%	25	17%	18	20%
Físico Matemáticas	28	19%	26	17%	24	27%
Ciencias Básicas	5	3%	11	7%	16	18%
Mecánica	0	0%	5	3%	0	0%
Informática	0	0%	1	1%	0	0%
Electricidad	0	0%	2	1%	0	0%
Diseño grafico	0	0%	6	4%	0	0%
Marketing	0	0%	1	1%	0	0%
Total	148	100%	151	100%	89	100%
Fuente: Encuesta						
Elaboración: Los autores						

Como se puede observar los resultados demostrados en el cuadro N° 61, podemos determinar que en las instituciones fiscales la mayoría de sus estudiantes prefieren la especialidad de Químico Biológicas con un 29%, seguida por la carrera de contabilidad y administración con un 28%; en el caso de los estudiantes de las instituciones fiscomisionales prefieren la carrera de estudios sociales con un 46% y en las instituciones particulares los estudiantes prefieren la carrera de estudios sociales con el 31% de aceptación.

En lo que respecta al género se pudo determinar, que el género masculino en su bachillerato prefiere seguir la especialidad de estudios sociales con un 37%, seguido de la especialidad de físico matemáticas con un 27% y la especialidad de químico biológicas con un 24%; mientras que el género femenino prefieren la especialidad de estudios

sociales con el 30%, seguido de la especialidad de administración y contabilidad con el 23%, luego la especialidad de químico biológicas con el 21%, y por último la especialidad de físico matemáticas con el 13%; datos que son demostrados en el cuadro N° 62:

Tabla N° 62				
Especialidad de estudios				
Alternativas	Masculino		Femenino	
	F	%	F	%
Contabilidad administración	1	1%	47	23%
Estudios Sociales	68	37%	61	30%
Químico - Biológicas	44	24%	42	21%
Físico Matemáticas	51	27%	27	13%
Ciencias Básicas	10	5%	22	11%
Mecánica	3	2%	2	1%
Informática	1	1%	0	0%
Electricidad	2	1%	0	0%
Diseño grafico	6	3%	0	0%
Marketing	0	0%	1	0%
Total	186	100%	202	100%
Fuente: Encuesta				
Elaboración: Los autores				

7.7. Factores que inciden en el desarrollo empresarial

Se ha determinado dos tipos de características o factores; las características personales o factores individuales y la influencia del entorno o factores empresariales.

7.7.1. Factores individuales que inciden en el potencial empresarial.- Se ha señalado que la orientación de los individuos hacia el trabajo por cuenta propia y la propensión a la actividad empresarial depende fundamentalmente de las características personales de los individuos, especialmente de sus rasgos de personalidad. Entre los

rasgos de personalidad que en mayor número de ocasiones se han relacionado con el potencial empresarial destacan los siguientes:

7.7.1.1. El deseo o necesidad de independencia.- Definida como la preferencia que tienen los individuos para el desempeño de un trabajo por cuenta propia frente a la opción de trabajar por cuenta ajena siendo una clara manifestación del deseo y necesidad de independencia.

7.7.1.2. El control interno.- Definida como la percepción que tiene un individuo de que su destino depende de sus propios actos y no de factores externos que escapan a su control. Las personas con una alta percepción de control interno confían en que sus posibilidades de éxito van a depender de sus propios comportamientos y forma de actuar. Desde este punto de vista la percepción del empresario potencial sobre la viabilidad de iniciarse con éxito en la actividad empresarial se verá influida por su nivel de control interno.

7.7.1.3. La necesidad de logro.- Característica que está relacionada con el control interno y que se define como aquella cualidad que motiva a los individuos a realizar bien las tareas con el fin de alcanzar un sentimiento interno de logro personal, cuanto mayor sea la necesidad de logro del empresario potencial, más persistente será en su intención de crear un nuevo negocio.

7.7.1.4. La autoeficacia.- Definida como la capacidad para realizar una tarea, aunque la autoeficacia no solo se refiere a las creencias de un individuo acerca de sus capacidades, sino además de la confianza en el que sus posibilidades de éxito van a depender de sus propios comportamientos y forma de actuar. De esta manera una persona puede tener un elevado nivel de control interno al considerar que el logro de sus objetivos depende fundamentalmente de su comportamiento, y al mismo tiempo de confiar de sus propias capacidades para desenvolver tareas específicas que son necesarias para lograr dichos objetivos.

7.7.1.5. La propensión a asumir riesgos.- Rasgo de la personalidad que se asocia a la autoeficacia y a la necesidad de logro. El empresario presenta una mayor predisposición que el resto de la población a asumir riesgos, dado que tiene que tomar decisiones en un ambiente de incertidumbre, en el que los sucesos no pueden ser previstos, ni por tanto asegurados. En función de esta observación, se puede admitir que esta característica suele aparecer en los individuos unida a la tolerancia a la incertidumbre.

7.7.1.6. La creatividad o carácter innovador.- Se ha demostrado que los empresarios potenciales obtienen una puntuación más alta en capacidad de innovación que otros segmentos de la población que prefieren trabajar como directivos de empresa por cuenta ajena. O sea que se podría pensar que los empresarios potenciales

prefieren este tipo de actividad laboral porque les van a permitir desarrollar con mayor facilidad su creatividad.

7.7.1.7. La personalidad proactiva.- Concepto que se define como la disposición de la persona a iniciar y mantener un comportamiento proactivo por el cual actúan modificando su entorno. Las personas proactivas no están sujetas a las fuerzas del entorno, sino que actúan para cambiarlas identificando oportunidades y aprovechándolas a través de la iniciativa, acción y perseverancia. En este sentido, se ha considerado que la personalidad proactiva puede tener implicaciones para la vocación empresarial y que el grado en que una persona posee una personalidad proactiva está positivamente asociado con sus intenciones de iniciar una actividad empresarial.

7.7.2. Factores del entorno empresarial.- Los factores del entorno empresarial se dividen en dos grupos que en este trabajo vamos a diferenciarlos, entre los factores del entorno personal del empresario y los factores del entorno global.

Dentro del primer grupo, integraremos su formación, la experiencia laboral así como la influencia de la familia en el potencial empresarial; En el segundo grupo, se incluirá elementos económicos, socioculturales y político-institucionales.

7.7.2.1. Factores del entorno personal.- Los factores del entorno personal del empresario son: formación, experiencia laboral y entorno familiar.

7.7.2.1.1. La Formación.- La educación ofrece al empresario más conocimientos y mejores medios, con lo que amplía su capacidad de innovación e iniciativa; cuanto mayor es la formación del empresario, mayor es la influencia que este le atribuye a sus conocimientos como factor clave para tomar la decisión de crear su empresa.

Parece lógico suponer que los empresarios potenciales con mayor formación tendrán más habilidad para percibir las oportunidades existentes en su entorno y mayor confianza en su capacidad para aprovechar esas oportunidades con éxito. En función de esto, se puede considerar que la probabilidad que un individuo cree que tiene de llegar a ser empresario aumenta en la medida en que su nivel de formación lo hace. Aun así lo que si debemos tener claro es que este proceso de formación debe estar encaminado a la formación estrictamente empresarial, no gerencial.

Se trataría de introducir en el sistema educativo formal una formación empresarial específica dirigida a estimular el espíritu empresarial desde las primeras fases del proceso educativo en los individuos que poseen un

cierto potencial empresarial, para lo cual es muy importante incorporar la esencia de la empresa en el ambiente de clase y aplicar un método de enseñanza empresarial en el que los alumnos aprendan a ser responsables, tengan libertad para tomar sus propias decisiones, aprendan de sus errores y en definitiva se vayan socializando en un entorno en el que sus conductas se van modelando con el objetivo de desarrollar en ellos un comportamiento empresarial. En este sentido debemos apuntar que la formación ofrecida varía según los países. Algunos continúan ofreciendo solamente formación gerencial, otros ya han comenzado el proceso de formación para buenos empresarios.

7.7.2.1.2. Experiencia laboral.- El aprendizaje a través de la experiencia laboral afecta al potencial empresarial de los individuos en la medida en que éstos desarrollan una serie de habilidades y conocimientos que les van a permitir aumentar su confianza en la posibilidad de llegar a desempeñar una actividad empresarial en el futuro. Gracias a la experiencia adquirida, el empresario potencial percibirá más fácilmente las oportunidades existentes en el entorno para ser aprovechada, oportunidades que valorará antes de decidirse a emerger como empresario. No obstante, a través de la experiencia laboral no sólo se adquieren conocimientos y habilidades técnicas, también se aprenden ciertos valores y aptitudes sociales necesarias para desarrollar la función de promoción de una nueva actividad empresarial, se aprende a asumir

responsabilidades, a tomar decisiones, a captar información, a resolver problemas.

7.7.2.1.3. Influencia de la familia.- En los comportamientos empresariales se ha analizado fundamentalmente la teoría del modelo a imitar, la cual afirma que el individuo observa la conducta de las personas que le rodean y se decide a imitarla dependiendo de que la considere más o menos efectiva.

En un principio, los primeros modelos a imitar serán los padres y demás miembros de la familia, posteriormente a lo largo de su proceso de socialización el individuo se puede ver influenciado por otras personas con las que establezca contacto dentro de la sociedad, llegándose a afirmar que el factor más influyente en la decisión de embarcarse en un proyecto empresarial es la presencia de un modelo empresarial familiar.

Pero la influencia del entorno familiar sobre el empresario potencial no se limita a la que se deriva de la observación de un comportamiento empresarial efectivo en uno de sus miembros, sino que además, la familia puede suministrar al empresario potencial una serie de apoyos (financieros, económicos, mano de obra, e incluso apoyo psicológico) que también pueden afectar su decisión de ejercer una actividad empresarial. Cuanta más confianza tenga el empresario potencial en los apoyos

familiares, mayor será su valoración de la probabilidad de iniciar una actividad empresarial, lo que reforzará su propensión a la misma.

7.7.2.2. Factores del entorno global.- En el entorno global, se van a considerar varios factores que inciden de diferente manera en los empresarios potenciales, por un lado están los factores del entorno social y cultural, que afectarán a sus características personales, creencias y actitudes a través del proceso de socialización en el que se ve envuelto desde que nace. Por otro lado, están los factores del entorno económico y político institucional, que proporcionan oportunidades, recursos e información.

7.7.2.2.1. Entorno sociocultural.- Los factores socioculturales son el nexo entre la cultura y la orientación hacia la empresariedad. Eso explica que determinados países tengan un ratio de potencialidad empresarial superior a otros, y por tanto serán más competitivos. En este sentido es importante conocer la cultura organizacional de una sociedad para conocer el desarrollo de las actividades empresariales. Algunas culturas tienden a preservar los caminos tradicionales para hacer negocio, mientras que otras facilitan el cambio

Existen una serie de elementos de carácter sociológico como son la legitimación social del empresario, la integración social, la marginalidad social, la movilidad social, la seguridad, la ideología, etcétera. De entre

todos estos factores han sido los dos primeros los que se han considerado que tienen relación con el potencial empresarial.

La “**legitimación social del empresario**” se refiere a la aceptación por parte de la sociedad de esta actividad, lo cual quedará reflejado en sus valores y normas sociales. En la medida en que la actividad empresarial reciba la confianza de la población, podrá decirse que quienes la desempeñan, los empresarios, gozan de legitimidad social. Pero no es suficiente con que exista una cierta legitimidad del empresario, sino que además, éste debe percibir esta aceptación para que su actitud empresarial sea más positiva.

La “**integración social**” muestra la necesidad de que existan suficientes vínculos sociales como para permitir a los empresarios potenciales tener acceso a los factores y mercados adecuados para realizar su función. Precisamente el capital social es definido como el conjunto de redes y organizaciones horizontales a través de las cuales se materializa la acción colectiva

El capital social afecta a las actitudes del empresario al favorecer la formación de redes interconectadas de cooperación entre empresarios que pueden potenciar la actividad empresarial. Estas redes, que pueden estar relacionadas con la demanda asociadas a clientes, con la oferta asociadas a otras empresas suministradoras o constituir redes de apoyo

asesores, proporcionan información, consejos técnicos, habilidades, recursos financieros y físicos, constituyendo un potencial sinérgico que impulsa la emergencia empresarial y los comportamientos empresariales dinámicos, como por ejemplo la innovación. En función de estas ideas, se puede considerar que los empresarios potenciales tendrán una mayor confianza en la viabilidad de desarrollar una actividad empresarial con éxito dependiendo de su propio nivel de capital social y de la percepción que construyan del capital social civil.

7.7.2.2.2. Entorno económico y político institucional.-

Los factores del entorno económico y político institucional están fuertemente relacionados, y aunque en diversos estudios se analiza su influencia en la actividad empresarial de forma separada, lo cierto es que estos elementos tienen en común que proporcionan oportunidades, recursos e información al empresario y al empresario potencial para el desarrollo de la actividad empresarial, pudiendo contribuir o frenar la aparición de nuevos empresarios.

En este sentido, las características de las instituciones sociales y políticas en torno a las cuales se articula una sociedad, repercuten sobre los procesos económicos al condicionar las decisiones de los agentes sociales, entre los que se encuentran los empresarios actuales y empresarios potenciales; estas instituciones desempeñan un papel crucial al actuar como un mecanismo de regulación de la dinámica económica.

Aunque se asuma que son los empresarios potenciales los que crean las oportunidades de negocio con sus actuaciones, lo cierto es que esas oportunidades deben realmente existir para que se produzca la emergencia empresarial; a pesar de ello, se consideran más determinantes los factores del entorno sociocultural que los elementos del entorno económico y político institucional, pues los factores económicos son condición necesaria para que se produzca el fenómeno de emergencia empresarial, pero además son necesarios otros elementos, principalmente los factores sociológicos.

Uno de los elementos del entorno económico que más puede afectar a la emergencia empresarial es “el nivel de oportunidades económicas” existente en el entorno, entendiendo éstas como la posibilidad que el empresario percibe para emprender un nuevo negocio. Esas oportunidades de negocio se van a ver afectadas por algunos elementos del entorno político institucional como son el nivel de desregulación de la economía y las políticas del gobierno, y por las características que presentan los mercados y factores de productos.

Un modelo explicativo de la función empresarial en el que considera que las oportunidades económicas vienen determinadas por una serie de factores económicos que se podían dividir en dos grupos: por un lado, estarían los que proporcionan incentivos de mercado y por otro los que facilitan recursos y capital.

Al mismo tiempo, se consideraba que algunos de estos elementos afectaban a los costes potenciales de iniciar una actividad empresarial (disponibilidad de capital, de materias primas, de mano de obra y tecnología y calidad de estos recursos) y otros a los ingresos (tamaño y composición del mercado). Otros factores del entorno económico analizados en relación con la actividad empresarial son la disponibilidad de capital, los indicadores económicos, la tasa de desempleo y los ciclos recesivos.

En relación con el **“tamaño y composición del mercado”**, Gartner considera que es una realidad cambiante en la que la organización influye a través de la estrategia de actuación elegida por el empresario (tamaño de la empresa, ritmo de crecimiento, sector de actividad, etcétera), En este sentido, algunos autores relacionan estos elementos con el nivel de potencial empresarial de una sociedad. Según Cáceres, el tamaño y composición del mercado va a afectar al nivel de oportunidades económicas existentes para ser aprovechadas o explotadas por los empresarios potenciales

Otro elemento del entorno económico que puede afectar a los motivos por los que los individuos deciden elegir una actividad empresarial como opción profesional es **“la falta de oportunidades de empleo o de oportunidades de promoción en las organizaciones existentes”**. Este factor está estrechamente relacionado con la valoración que el empresario

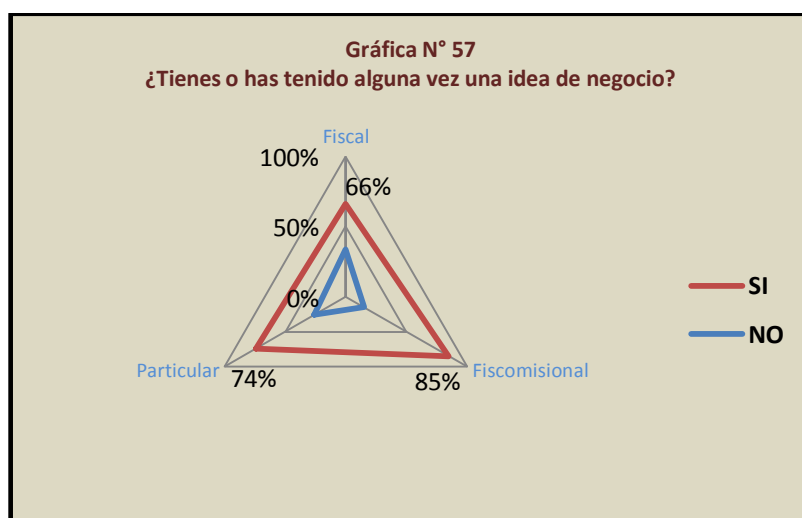
potencial realiza de las alternativas existentes a la actividad empresarial y se considera afecta a las preferencias de los empresarios potenciales hacia a la actividad empresarial frente a otras actividades laborales alternativas. En este sentido, “en la medida que la escasez de dichas oportunidades crezca, menores serán los costes de oportunidades de desarrollar un trabajo asalariado frente al desarrollo de la actividad empresarial”. Este es un factor un tanto difícil de situar porque, aunque existe suficiente evidencia empírica que demuestra que la falta de oportunidades de empleo o de promoción profesional es uno de los motivos que empuja a los individuos hacia la actividad empresarial.

Por lo que se refiere a los factores del **entorno político-institucional** se han considerado principalmente las políticas de apoyo de las agencias públicas. En este sentido Wilken afirma que al Estado le corresponde proteger, impulsar, corregir o desarrollar la actividad empresarial, estableciendo que su influencia se ejerce tanto sobre los factores económicos, como sobre los no económicos, pudiendo llegar a afectar directamente a los comportamientos empresariales. De acuerdo con esta tesis, Gnayawali y Fogel opinan que “los procedimientos y políticas del gobierno” pueden afectar al funcionamiento de los mercados y favorecer la creación de una cultura de empresa, es decir, pueden favorecer el surgimiento de oportunidades económicas y la creación de un clima social que afecte positivamente a la propensión hacia la actividad empresarial.

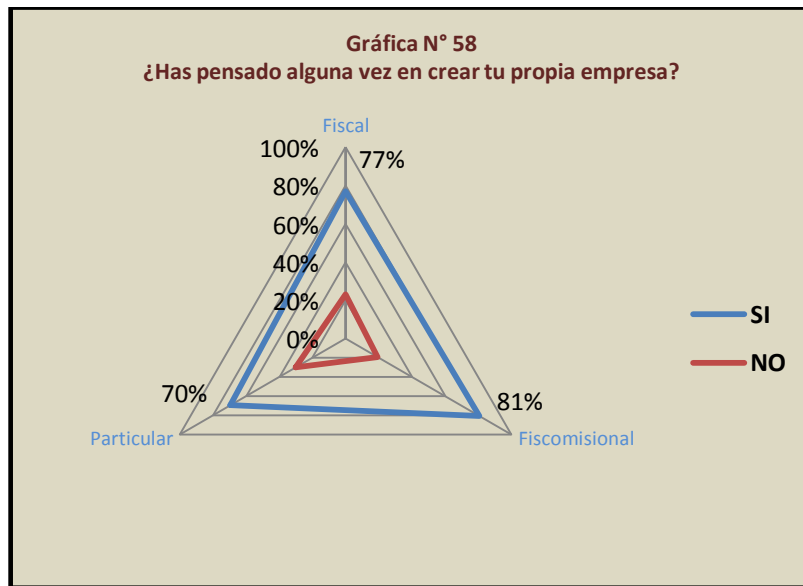
8. Análisis comparativo de los factores condicionantes por tipo de institución y género.

8.1. El deseo o necesidad de independencia.- Definido como el trabajo por cuenta propia. Para realizar el análisis de este factor se plantearon dos preguntas tanto para los tipos de institución como para el género; de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados y que son presentados en las siguientes gráficas:

Por tipo de institución:

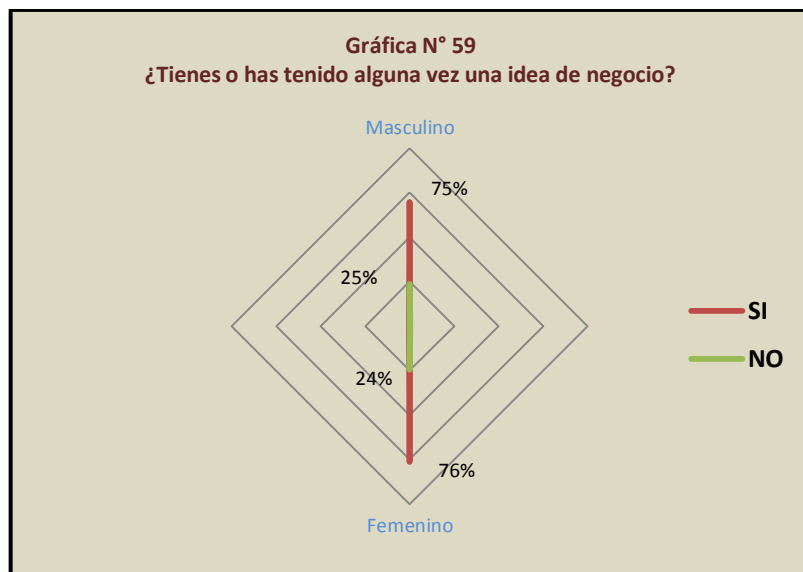


En la gráfica N° 57 y de acuerdo a los resultados podemos manifestar que el 85% de los bachilleres pertenecientes a los establecimiento fiscomisionales han tenido alguna vez una idea de negocio, siendo el porcentaje más elevado frente al 74% de bachilleres que pertenecen a las instituciones particulares y el 66% de bachilleres que pertenecen a las instituciones fiscales.

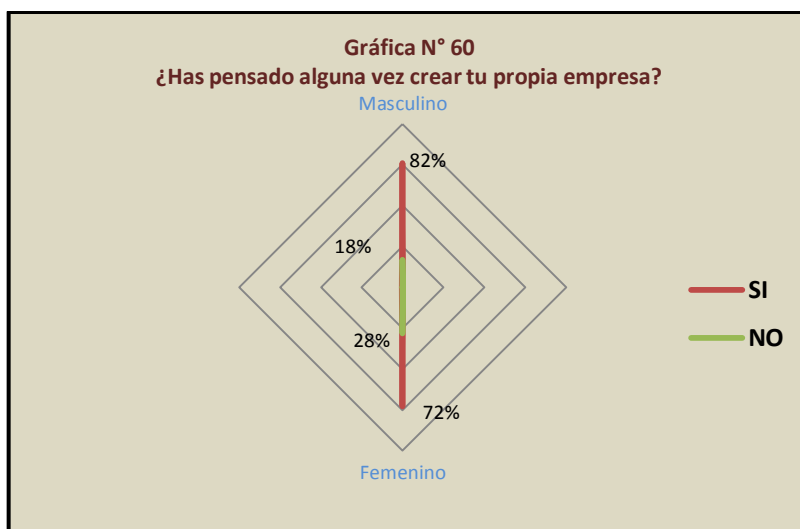


En la gráfica N° 58 podemos manifestar que el 81% de los bachilleres pertenecientes a establecimiento fiscomisionales han pensado en crear su propia empresa siendo este el porcentaje más elevado frente al 77% de bachilleres que pertenecen a las instituciones fiscales y el 70% a las instituciones particulares.

Por género:



En cambio en la gráfica N° 59 podemos observar que el 76% de los bachilleres de género femenino han tenido alguna vez una idea de negocio, siendo este el mayor porcentaje frente al 75% de los bachilleres de género masculino.



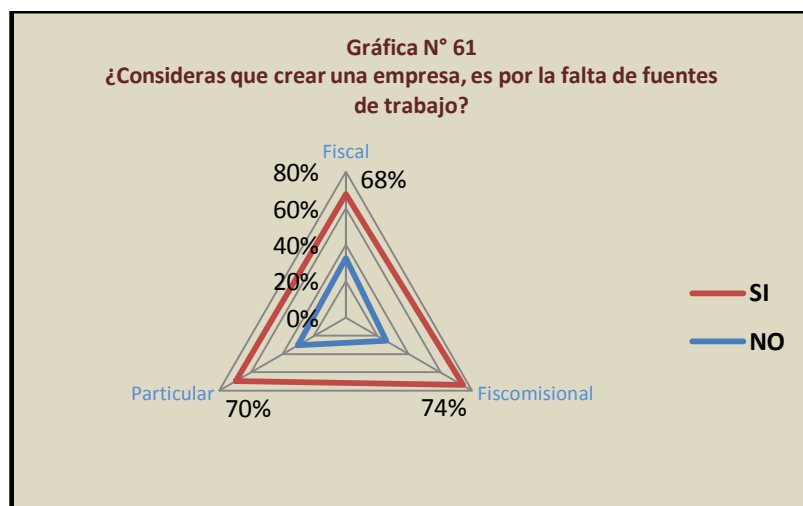
En la gráfica N° 60 se puede observar todo lo contrario el 82% de los bachilleres de género masculino han pensado en crear su propia empresa, frente al 72% de los bachilleres de género femenino.

Con estos resultados podemos manifestar que el deseo o necesidad de independencia o también llamado como el trabajo por cuenta propia se acentúa con mayor porcentaje en las instituciones fisco-misionales con un promedio del 83%, frente al 72% de las instituciones particulares y el 71,5% en las instituciones fiscales, en lo que respecta al género el promedio se acentúa con el 78,5% en el género masculino y en el género femenino el promedio es 74%, deduciendo que el deseo o necesidad de independencia se acentúa en las instituciones fisco-misionales con el 83%

y en el género masculino con el 78,5% de acuerdo a los promedios obtenidos.

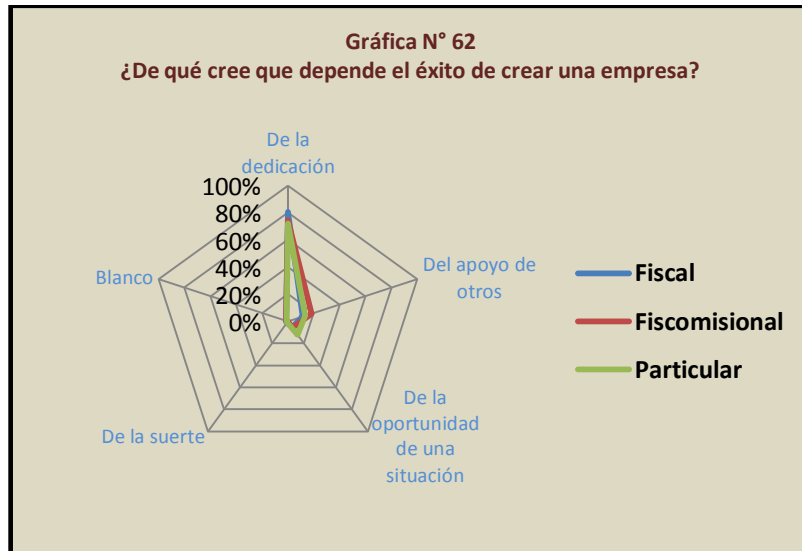
8.2. El control interno.- Definida como la percepción que tiene un individuo de que su destino depende de sus propios actos y no de factores externos que escapan a su control. Desde este punto de vista la percepción del empresario potencial sobre la viabilidad de iniciarse con éxito en la actividad empresarial se verá influida por su nivel de control interno. Para realizar este análisis se plantearon tres preguntas tanto para los tipos de institución como para el género de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

Por tipo de institución:

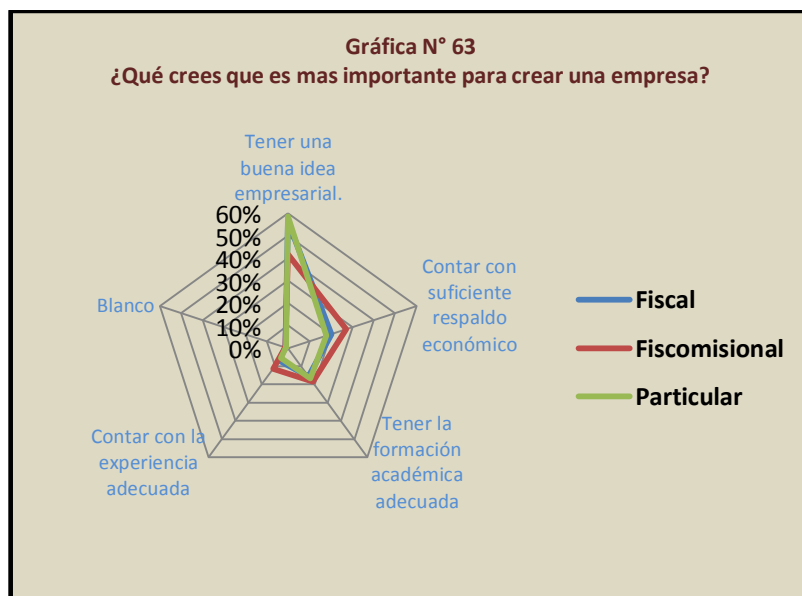


En la gráfica N° 61 se determina que el 74% de los bachilleres pertenecientes a establecimientos fiscomisionales consideran que crear una empresa es por la falta de fuentes de trabajo, frente al 70% de los

estudiantes de las instituciones particulares y con él 68% los estudiantes de instituciones fiscales.

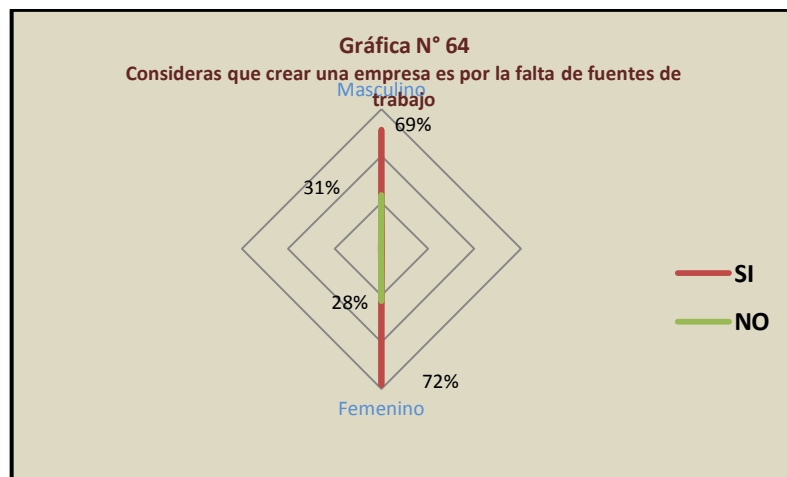


En la gráfica N° 62, se determina que el 80% de los bachilleres pertenecientes a establecimiento fiscales, frente al 74% de los bachilleres que pertenecen a las instituciones fiscomisionales y el 72% de bachilleres que pertenecen a instituciones particulares creen que el éxito de crear una empresa depende de la dedicación.

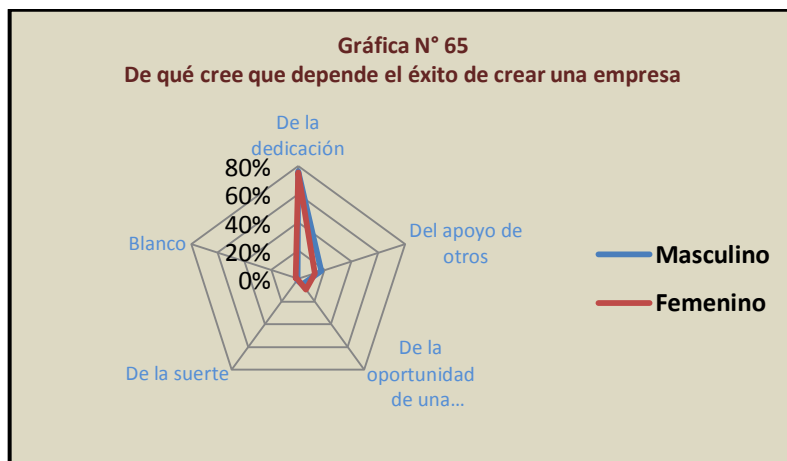


Mientras que en la gráfica N° 63, con el 58% de los bachilleres pertenecientes a establecimiento particulares, frente al 56% de los bachilleres de instituciones fiscales y el 42% de bachilleres de instituciones fiscomisionales, creen que lo más importante para crear una empresa es tener una buena idea empresarial

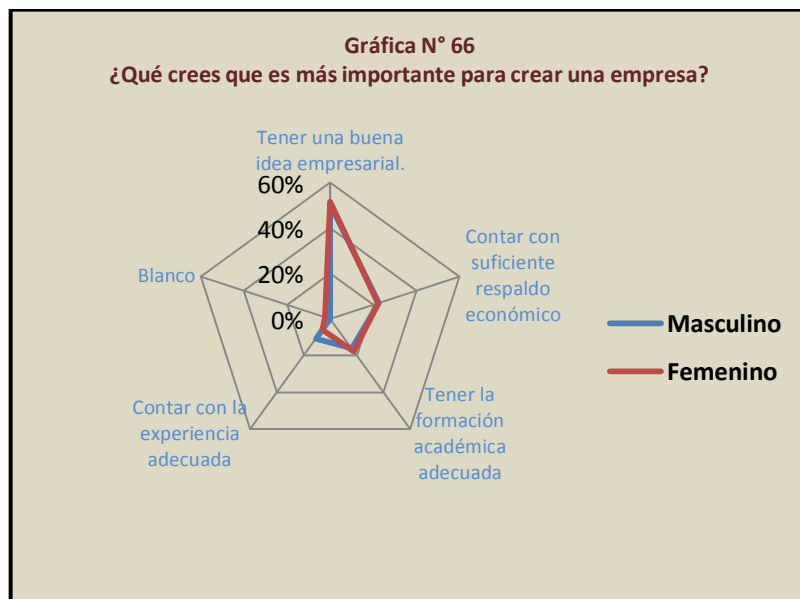
Por género:



En lo que respecta al género en la gráfica N° 64 con el 72% de los bachilleres de género femenino consideran que crear una empresa es por la falta de fuentes de trabajo, frente al 69% del género masculino.



Mientras que en la gráfica N° 65 se puede demostrar que con el 76% de los bachilleres de género masculino y con el mismo porcentaje el femenino creen que el éxito de crear una empresa depende de la dedicación.



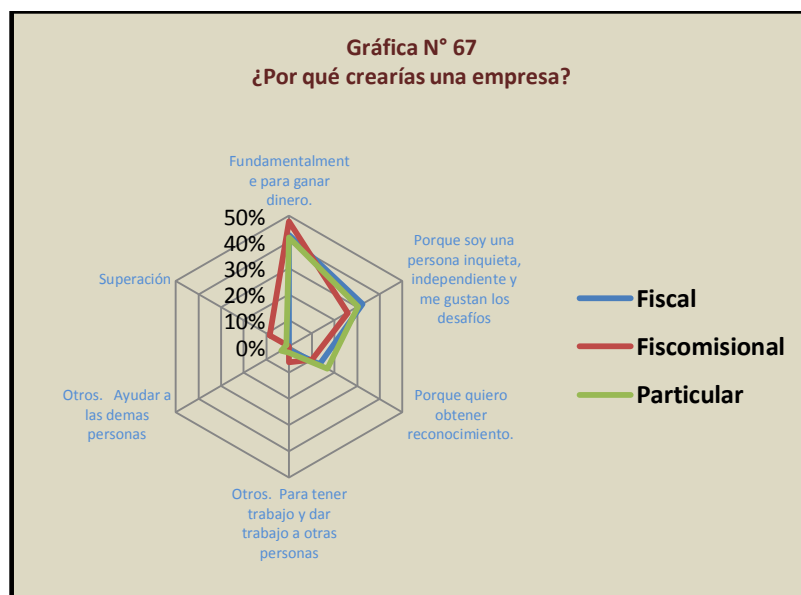
En la gráfica N° 66 con el 51% de los bachilleres de género masculino y con el mismo porcentaje el género femenino creen que lo más importante de crear una empresa es tener una buena idea empresarial.

Con estos resultados se puede determinar que el control interno en los bachilleres de las instituciones educativas prevalece en las instituciones fiscales con un promedio del 68% frente a las instituciones particulares con un 66,67% y las fiscomisionales con el 63,33%, en lo que respecta al género el promedio que prevalece se encuentra en el género femenino con un 66,33% y el género masculino con un 65,33%, deduciendo que la

característica del control interno se acentúa en las instituciones fiscales con el 68% y en el género femenino con el 66,33%.

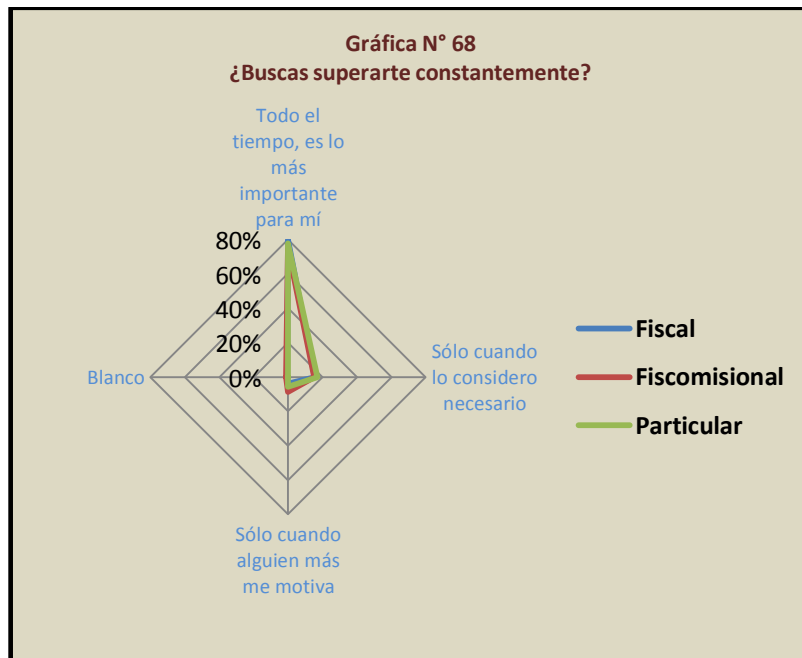
8.3. La necesidad de logro.- Característica que se define como aquella cualidad que motiva a los individuos a realizar bien las tareas con el fin de alcanzar un sentimiento interno de logro personal, cuanto mayor sea la necesidad de logro del empresario potencial, más persistente será en su intención de crear un nuevo negocio, para realizar este análisis se plantearon tres preguntas las mismas que se detallan a continuación:

Por tipo de institución:

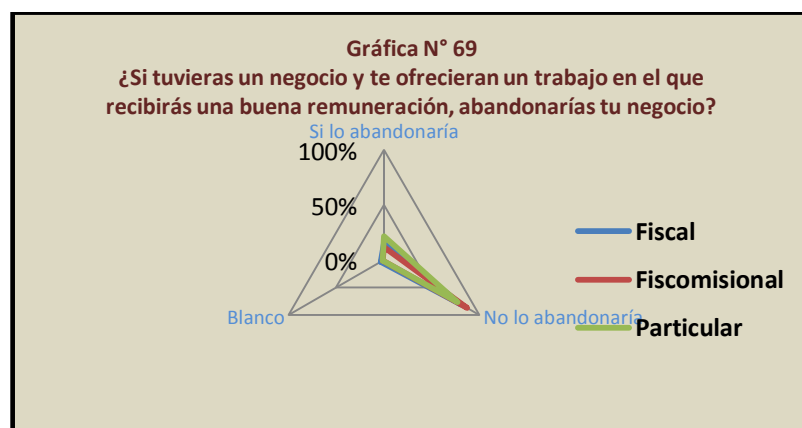


De la gráfica N° 67, con el 17% de los bachilleres pertenecientes a establecimiento particulares, frente al 14% de los estudiantes de instituciones fiscales y con el 10% los estudiantes de instituciones

particulares dicen que crearían una empresa porque quieren obtener reconocimiento característica definida como la necesidad de logro.



En la gráfica N° 68, con un porcentaje del 80% por parte de los estudiantes de las instituciones fiscales, frente al 75% de los estudiantes de las instituciones fiscomisionales y el 78% de los estudiantes de las instituciones particulares que dicen que buscan superarse constantemente todo el tiempo y que eso lo más importante para ellos alternativa que prevalece con mayor aceptación.

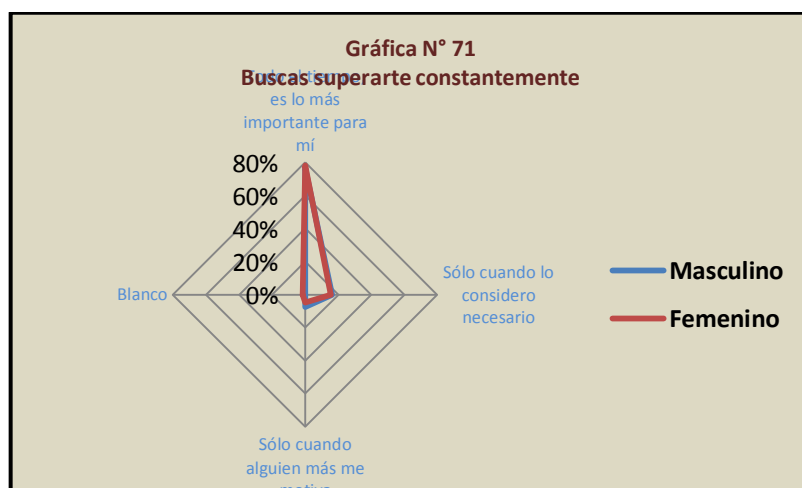


En la gráfica N° 69, se determina con el 87% de los bachilleres pertenecientes a establecimiento fiscomisionales, frente al 82% de los bachilleres de instituciones fiscales y con el 78% los bachilleres de instituciones particulares dicen que no abandonarían su negocio así les ofrecieran un trabajo en el que recibieran una buena remuneración.

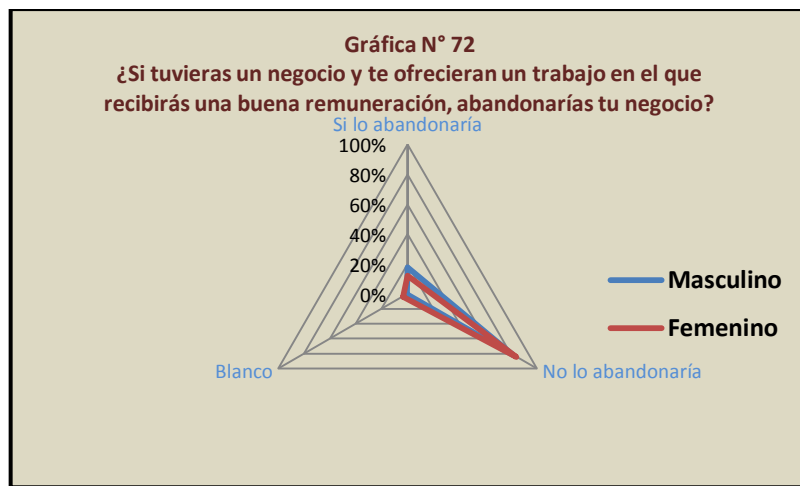
Por género:



Como se puede observar en la gráfica N° 70, con el 17% de aceptación por parte de los bachilleres de género femenino y con el 9% por parte de los bachilleres de género masculino, dicen que si crearían una empresa pero fundamentalmente para obtener reconocimiento.



En la gráfica N° 71, con el 78% de aceptación por parte de los bachilleres de género femenino, frente al 76% de aceptación por parte de los bachilleres de género masculino que dicen que si se superan contantemente todo el tiempo y que eso eslo más importante para ellos.



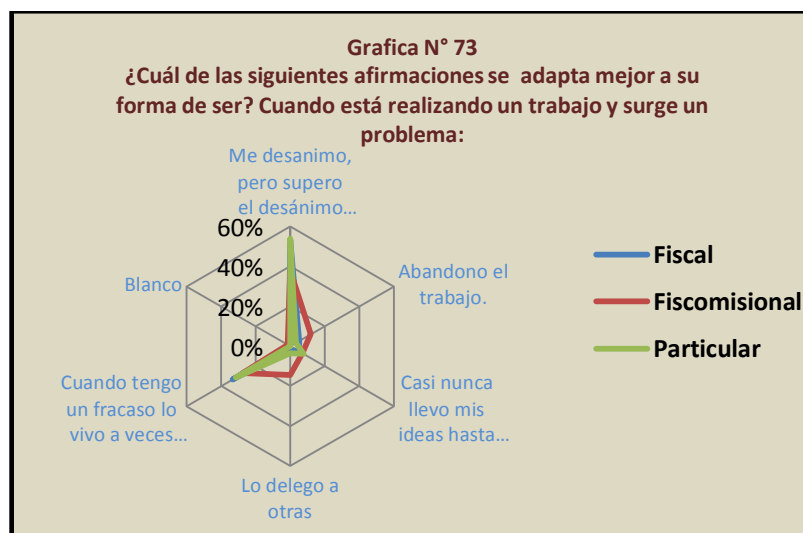
De la gráfica N° 72 podemos manifestar que el 84% de los bachilleres de género femenino frente al 82% del género masculino dicen que no abandonarían su negocio, así les ofrecieran un trabajo que fuera bien remunerado.

Con estos resultados podemos darnos cuenta que la necesidad de logro es una característica que motiva a los individuos a realizar bien las tareas con el fin de alcanzar un sentimiento interno de logro personal, esta característica se acentúa en las instituciones fiscales con un promedio del 58,66% frente al 57,66% de promedio en las instituciones particulares y las fiscomisionales con el 57,33% de promedio, en lo que respecta al género con el 59,66% se acentúa en el género femenino frente al 55,66%

de los de género masculino; deduciendo que esta característica se acentúa en las instituciones fiscales con el 58,66% y en el género femenino con el 59,66%.

8.4. La autoeficacia.- Definida como la capacidad para realizar una tarea, aunque la autoeficacia no solo se refiere a las creencias de un individuo acerca de sus capacidades, sino además de la confianza en el que sus posibilidades de éxito van a depender de sus propios comportamientos y forma de actuar. De esta manera una persona puede tener un elevado nivel de control interno al considerar que el logro de sus objetivos depende fundamentalmente de su comportamiento, y al mismo tiempo de confiar de sus propias capacidades para desenvolver tareas específicas que son necesarias para lograr dichos objetivos. Para realizar el análisis se plantearon dos preguntas:

Por tipo de institución:



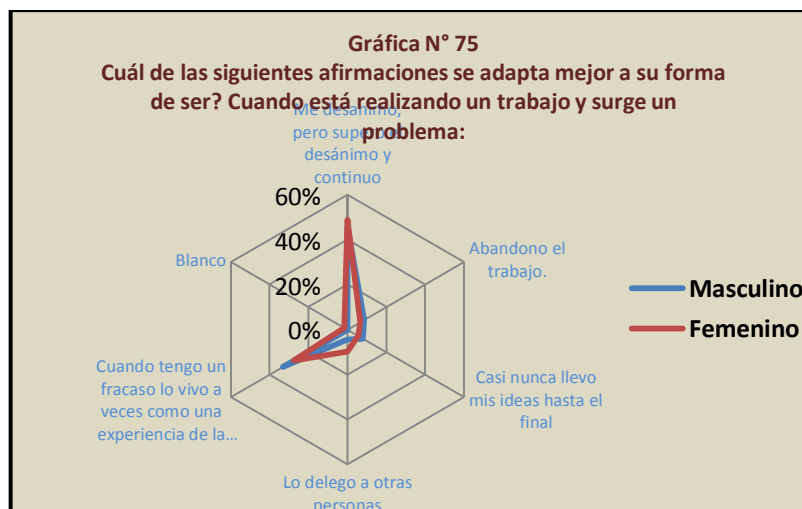
En la gráfica N° 73 podemos manifestar que el 54% de los bachilleres pertenecientes a establecimiento particulares, frente al 53% de los

bachilleres de las instituciones fiscales y con el 38% los bachilleres de las instituciones fiscomisionales, manifiestan que cuando están realizando un trabajo y surge un problema se desanima pero superan el desánimo y continúan.

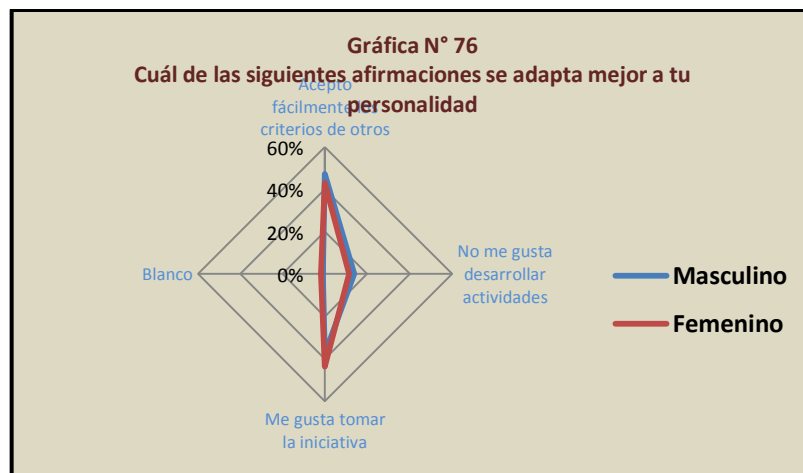


De la gráfica N° 74 se puede observar que el 47% de los bachilleres pertenecientes a instituciones particulares frente al 42% de los bachilleres que pertenecen a instituciones fiscomisionales y con el 36% los bachilleres de instituciones fiscales dicen les gusta tomar la iniciativa

Por género:



En la gráfica N° 75 podemos observar que el 49% de los bachilleres de género femenino frente al 46% de los bachilleres de género masculino dicen que cuando están realizando un trabajo y surge un problema se desaniman pero superan el desánimo y continúan.

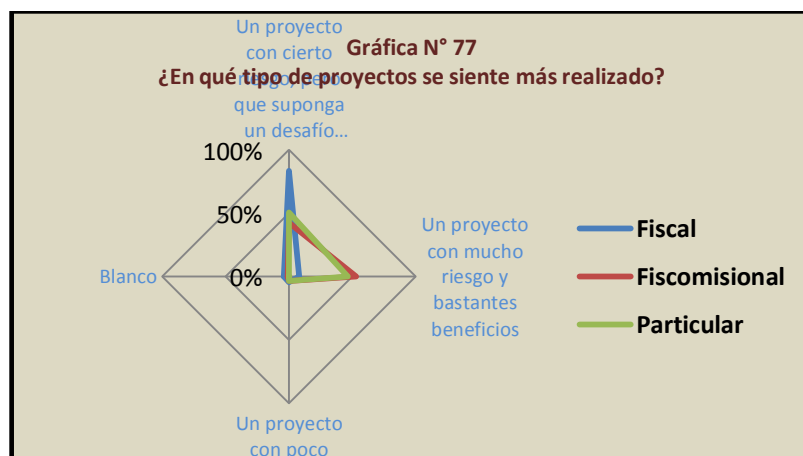


De la gráfica N° 76 podemos manifestar que el 47% de los bachilleres de género masculino frente al 43% de los bachilleres de género femenino manifiestan que la afirmación que más se adapta a su personalidad es la de aceptar fácilmente los criterios que les brindan otras persona.

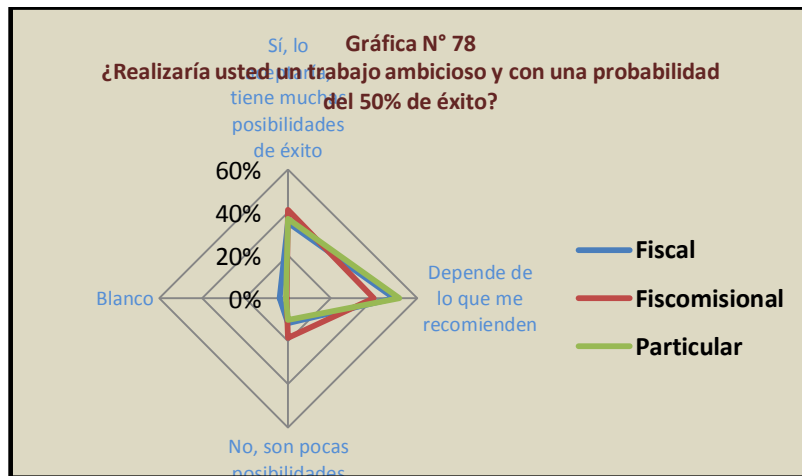
Con estos resultados podemos manifestar que la característica de la autoeficacia se manifiesta con mayor porcentaje en las instituciones particulares con el 50,5%, y con el 44,5% en las instituciones fiscales y en las instituciones fiscomisionales con el 40%; en lo que respecta al género con el 46,5% los de género masculino frente al 46% de los de género femenino, definiendo que esta característica se acentúa en las instituciones particulares con el 50,5% y en el género masculino con el 46,5%

8.5. La propensión a asumir riesgos.- Rasgo de la personalidad que se asocia a la autoeficacia y a la necesidad de logro. El empresario presenta una mayor predisposición que el resto de la población a asumir riesgos, dado que tiene que tomar decisiones en un ambiente de incertidumbre, en el que los sucesos no pueden ser previstos, ni por tanto asegurados. En función de esta observación, se puede admitir que esta característica suele aparecer en los individuos unida a la tolerancia a la incertidumbre; para realizar este análisis se plantearon dos preguntas que se presentan a continuación:

Por tipo de institución:

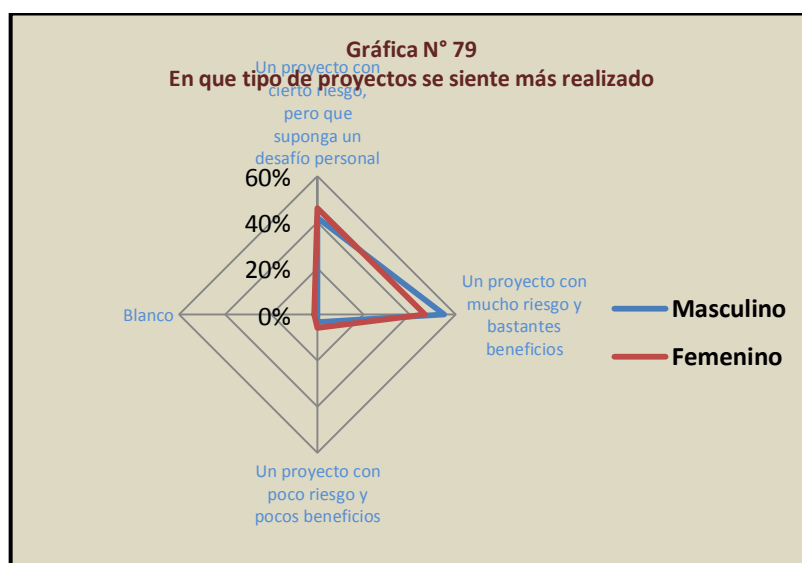


De la gráfica N° 77 podemos determinar que el 53% de los bachilleres pertenecientes a establecimiento fiscomisionales, frente al 46% de los bachilleres de establecimientos particulares y con el 8% los bachilleres de instituciones fiscales manifiestan que en los proyectos en que se sienten más realizados son en los proyectos que tienen mucho riesgo y bastantes beneficios.

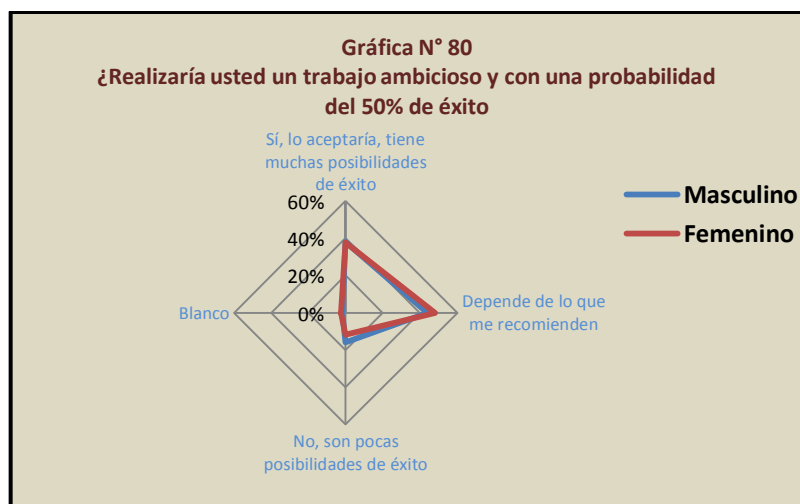


De la gráfica N° 78, podemos manifestar que el 41% de los bachilleres pertenecientes a establecimiento fiscomisionales, frente al 37% de los bachilleres de instituciones particulares y con el 35% los bachilleres de instituciones fiscales manifiestan que si aceptarían realizar un trabajo ambicioso y con probabilidades de éxito del 50% porque tiene muchas posibilidades de éxito

Por género:



De la gráfica N° 79 podemos manifestar que el 55% de los bachilleres de género masculino, frente al 47% de género femenino manifiestan que en los proyectos en que se sienten más realizados son los proyectos con mucho riesgo y bastantes beneficios.



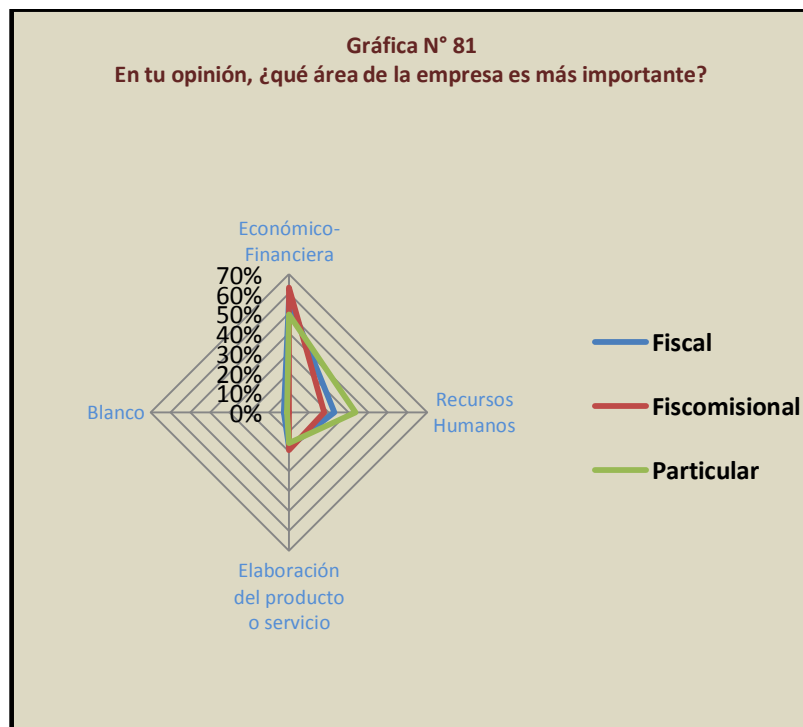
De la gráfica N° 80 podemos manifestar que el 38% de los bachilleres de género femenino, frente al 38% del género masculino manifiestan que si aceptarían realizar un trabajo ambicioso y con probabilidades de éxito del 50% porque tiene muchas posibilidades de tener éxito.

Frente a estos resultados podemos determinar que la característica de la propensión a asumir riesgos rasgo de la personalidad que se asocia a la autoeficacia y a la necesidad de logro se manifiesta en las instituciones fiscomisionales con un promedio del 47%, las particulares con un promedio del 41,5%, y las fiscales con un promedio del 21,5% y en lo que respecta al género esta característica se manifiesta en el género masculino con un 46,5% y el género femenino con un 42,5% llegando a determinar que esta característica se acentúa con mayor aceptación en

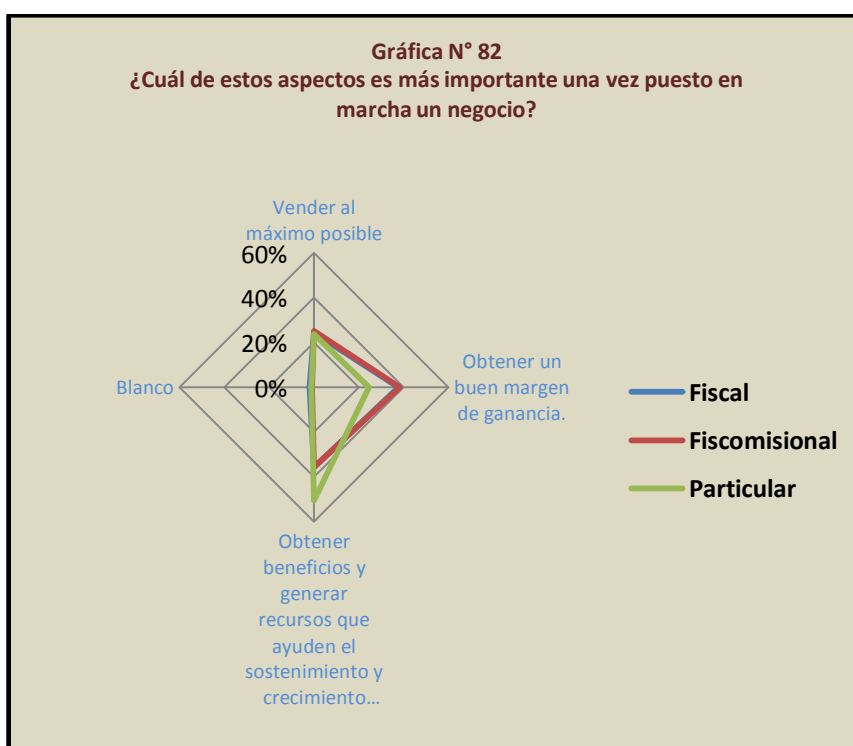
las instituciones fiscomisionales con el 47% y en el género masculino con el 46,5%

8.6. La creatividad o carácter innovador.- Se ha demostrado que los empresarios potenciales obtienen una puntuación más alta en capacidad de innovación que otros segmentos de la población que prefieren trabajar como directivos de empresa por cuenta ajena. O sea que se podría pensar que los empresarios potenciales prefieren este tipo de actividad laboral porque les van a permitir desarrollar con mayor facilidad su creatividad. Para realizar este análisis se plantearon dos preguntas y sus resultados son presentados a continuación:

Por tipo de institución:

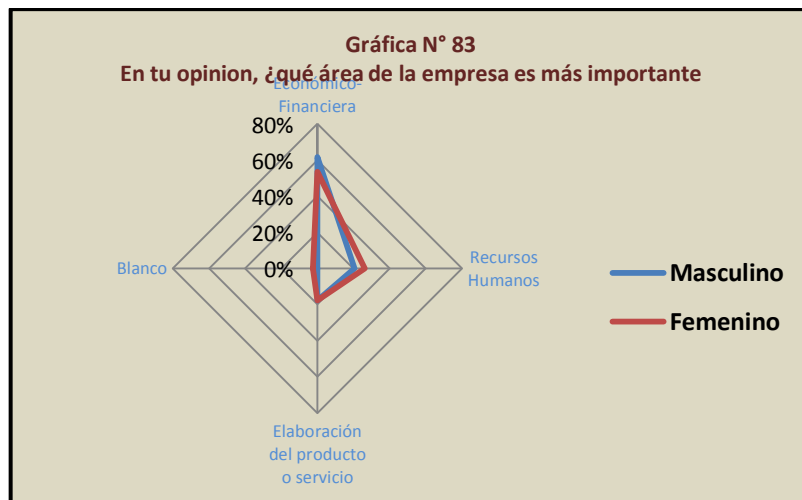


De la gráfica N° 81 podemos manifestar que el 19% de los bachilleres pertenecientes a establecimientos fiscomisionales, frente al 18% de instituciones fiscales y el 16% de instituciones particulares manifiestan que el área menos importante es la de elaboración del producto o servicio de acuerdo a los resultados obtenidos.

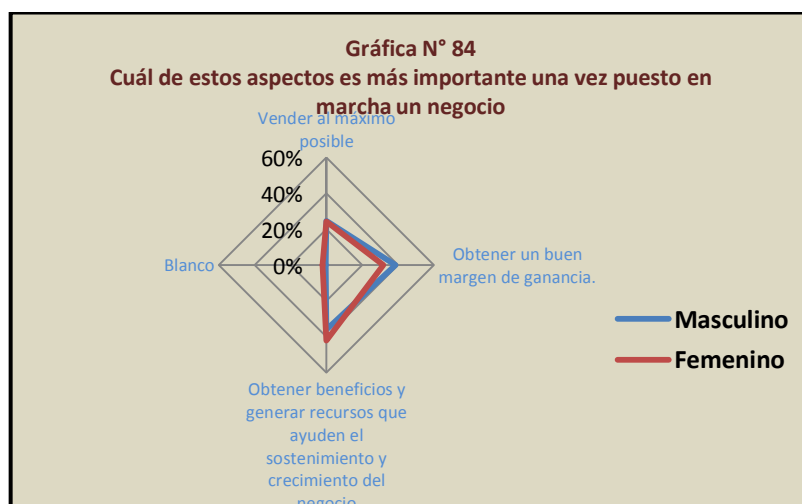


De la gráfica N° 82 podemos manifestar que el 51% de los bachilleres pertenecientes a establecimiento particulares, frente al 36% de los bachilleres de instituciones fiscales y fiscomisionales, manifiestan que los aspectos más importantes una vez puesto en marcha un negocio es el de obtener beneficios y generar recursos que ayuden al sostenimiento y crecimiento del negocio.

Por género:



De la gráfica N° 83 podemos manifestar que el 18% de los bachilleres pertenecientes al género masculino, y con el 18% de los bachilleres de género femenino manifiestan que el área menos importante de la empresa es la elaboración del producto o servicio.



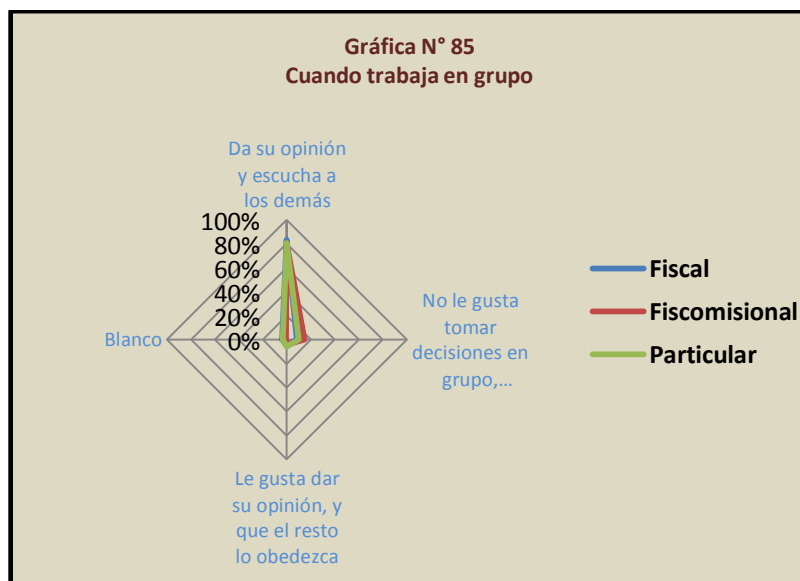
De la gráfica N° 84 podemos manifestar que el 42% de los bachilleres pertenecientes al género femenino, frente al 36% de los bachilleres de genero masculino manifiestan que los aspectos más importantes una vez

puesto en marcha un negocio es el de obtener beneficios y generar recursos que ayuden el sostenimiento y crecimiento del negocio.

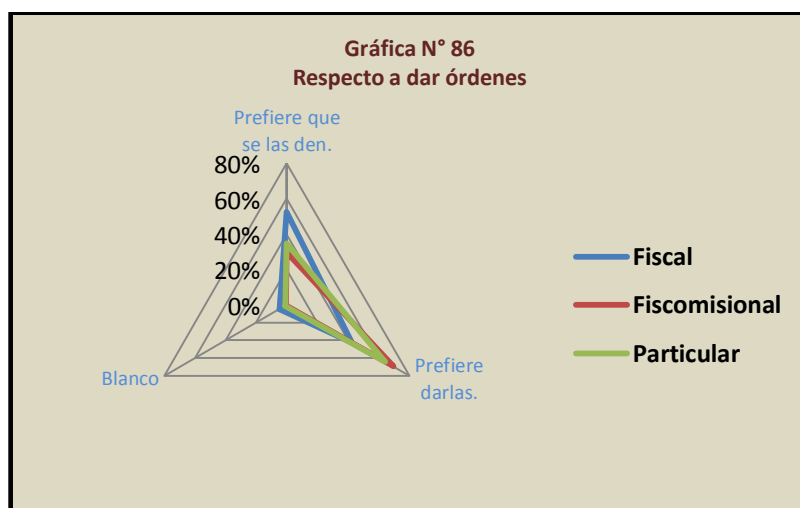
Con estos resultados podemos manifestar que la creatividad o carácter innovador se manifiesta en las instituciones particulares con un porcentaje promedio del 33%, seguida de las instituciones fiscomisionales con el 27,5% y las fiscales con el 27%; en lo que se refiere al género, con el 30% el género femenino frente al 27% del género masculino; deduciendo que el carácter innovador se acentúa en las instituciones particulares con el 33% y en el género femenino con el 30%

8.7. La personalidad proactiva.- Concepto que se define como la disposición de la persona a iniciar y mantener un comportamiento proactivo por el cual actúan modificando su entorno. Las personas proactivas no están sujetas a las fuerzas del entorno, sino que actúan para cambiarlas identificando oportunidades y aprovechándolas a través de la iniciativa, acción y perseverancia. En este sentido, se ha considerado que la personalidad proactiva puede tener implicaciones para la vocación empresarial y que el grado en que una persona posee una personalidad proactiva está positivamente asociado con sus intenciones de iniciar una actividad empresarial. Para este análisis se plantearon tres preguntas tanto para los tipos de institución como para el género y sus resultados se demuestran a continuación:

Por tipo de institución:

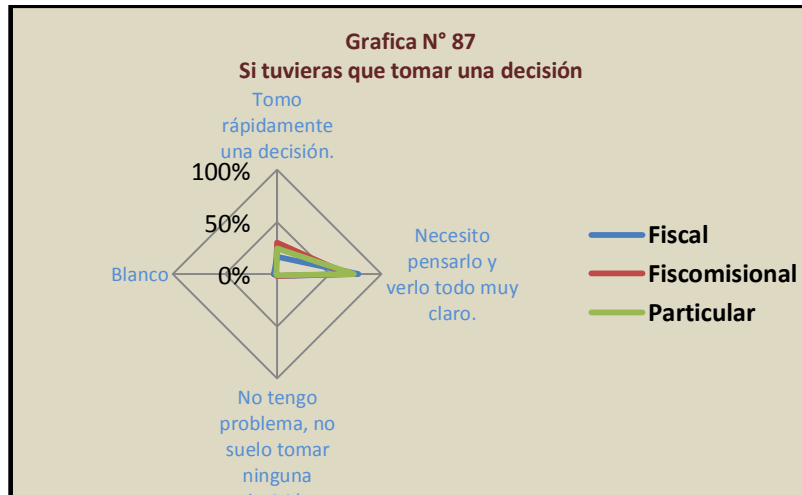


De la gráfica N° 85 podemos manifestar que el 83% de los bachilleres pertenecientes a establecimientos fiscales, frente al 81% de las instituciones fiscomisionales y particulares manifiestan que cuando trabajan en grupo dan su opinión y escuchan a los demás.



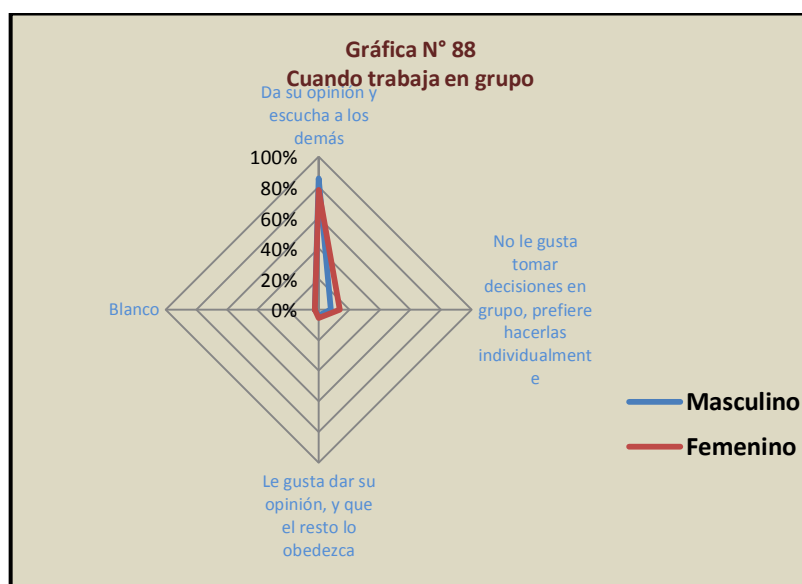
De la gráfica N° 86 podemos manifestar que el 70% de los bachilleres pertenecientes a establecimientos fiscomisionales, frente al 64% de los bachilleres pertenecientes a las instituciones particulares y con el 43% los

bachilleres de instituciones fiscales manifiestan que en lo que respecta a las órdenes ellos prefieren darlas.

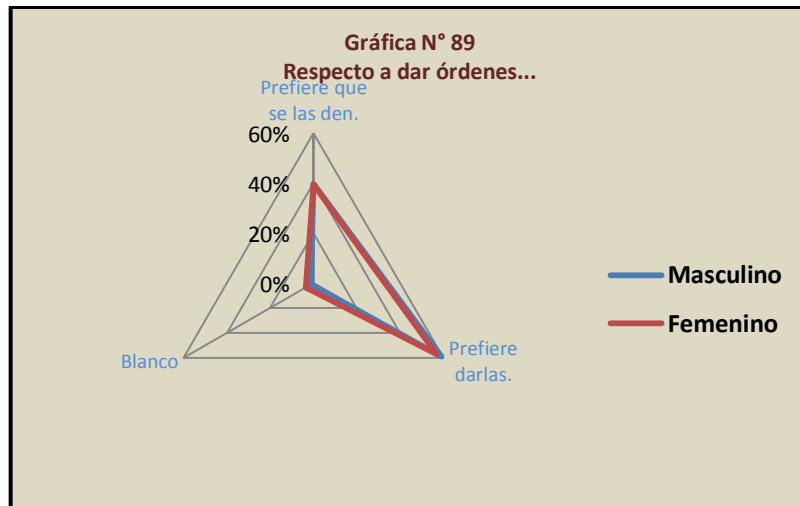


De la gráfica N° 87 podemos manifestar que el 30% de los bachilleres pertenecientes a establecimientos fiscomisionales, frente al 25% de los bachilleres pertenecientes a los establecimientos particulares y con el 17% a los de las instituciones fiscales manifiestan que si tuvieran que tomar una decisión ellos la toman rápidamente.

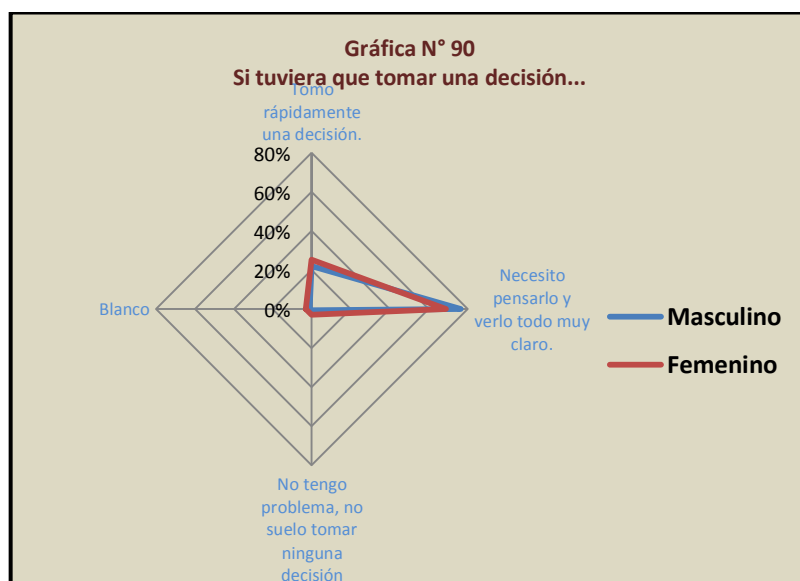
Por género:



De la gráfica N° 88 podemos manifestar que el 85% de los bachilleres pertenecientes al género masculino frente al 78% de los del género femenino manifiestan que cuando trabajan en grupo dan su opinión y escuchan a los demás.



De la gráfica N° 89 podemos manifestar que el 59% de los bachilleres pertenecientes al género masculino frente al 57% de los del género femenino manifiestan que en lo que respecta a las órdenes ellos prefieren darlas.

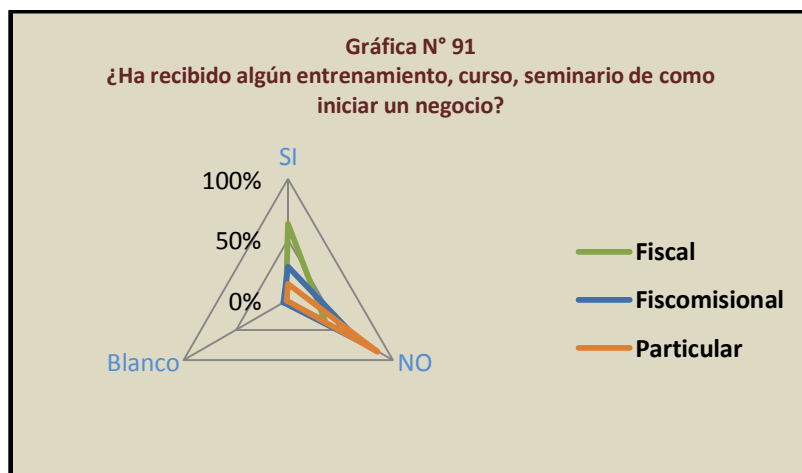


De la gráfica N° 90 podemos manifestar que el 25% de los bachilleres pertenecientes al género femenino, frente a los de género masculino con el 22% manifiestan que si tuvieran que tomar una decisión ellos toman rápidamente una decisión.

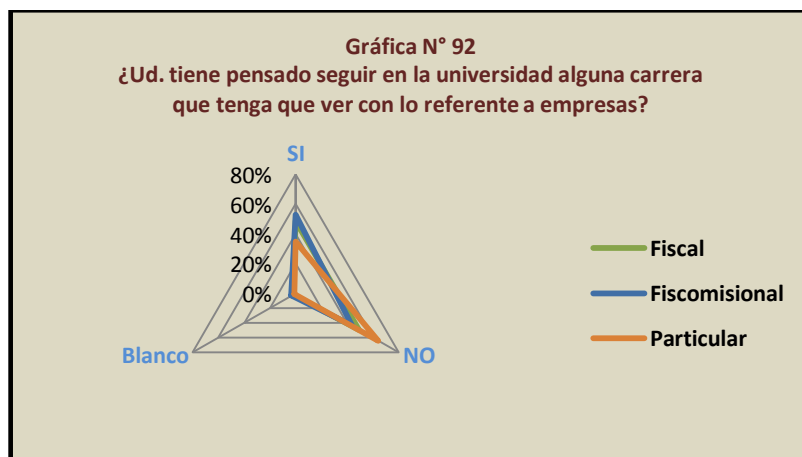
Con los resultados obtenidos podemos darnos cuenta que la característica de la personalidad proactiva la misma que se define como la disposición de la persona a iniciar y mantener un comportamiento para modificar su entorno; esta se manifiesta con mayor énfasis en las instituciones fiscomisionales con un promedio del 60,33% las particulares con un promedio del 56,66% frente a las fiscales con el 47,66%, en cambio en lo que respecta al género esta característica se acentúa en el género masculino con un promedio del 55,33% frente al promedio del 53,33% del género femenino; Deduciendo que esta característica se acentúa en las instituciones fiscomisionales con un porcentaje del 60,33% y en el género masculino con un porcentaje del 55,33%

8.8. La Formación.- La educación ofrece al empresario más conocimientos y mejores medios, con lo que amplía su capacidad de innovación e iniciativa; cuanto mayor es la formación del empresario, mayor es la influencia que este le atribuye a sus conocimientos como factor clave para tomar la decisión de crear su empresa; para realizar este análisis se plantearon tres preguntas y sus resultados se presentan a continuación:

Por tipo de institución:

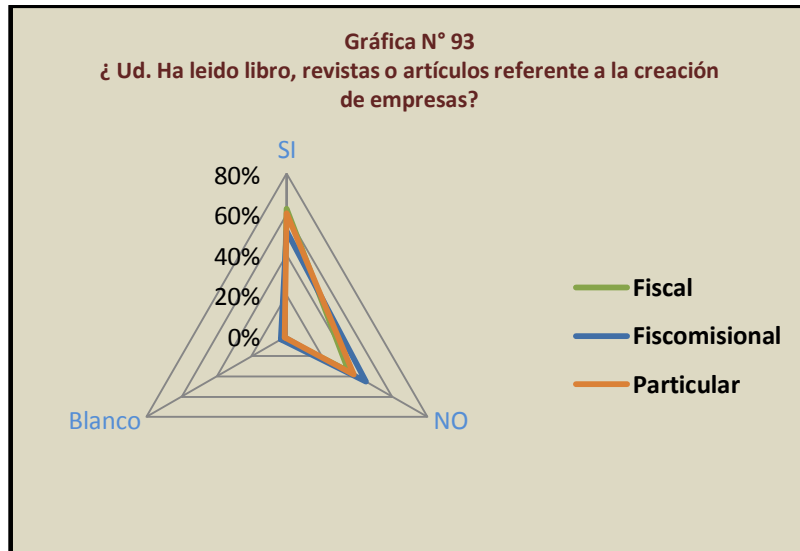


De la gráfica N° 91 podemos manifestar que el 63% de los bachilleres pertenecientes a establecimientos fiscales, frente al 28% de los bachilleres de las instituciones fiscomisionales y con el 13% de las instituciones particulares; manifiestan que si han recibido entrenamiento, curso, seminario de como iniciar un negocio.



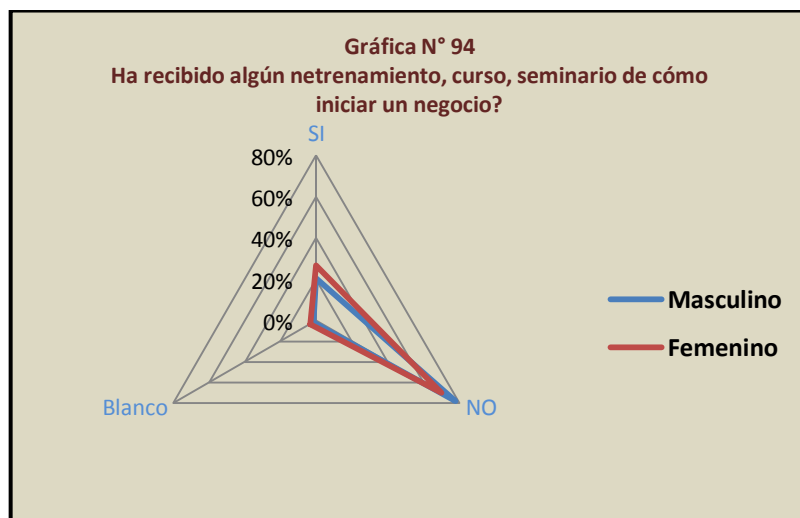
En la gráfica N° 92 podemos determinar que el 53% de los bachilleres pertenecientes a establecimientos fiscomisionales, frente al 49% de los bachilleres pertenecientes a las instituciones fiscales y el 35% de los bachilleres de las instituciones particulares manifiestan que si tienen

pensando seguir en la universidad alguna carrera que tenga relación con la empresa.

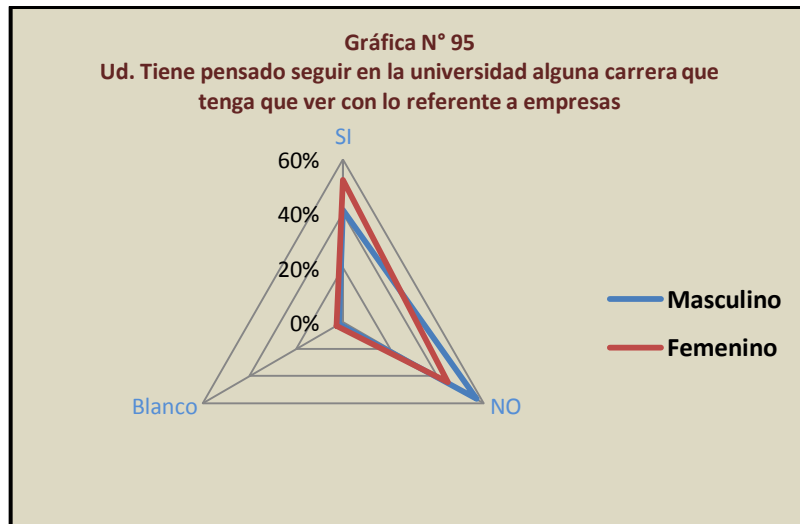


De la gráfica N° 93 podemos manifestar que el 63% de los bachilleres pertenecientes a los establecimientos fiscales, frente al 61% de los particulares y 52% de los fiscomisionales; manifiestan que si han leído libros, revistas y artículos referentes a la creación de empresas.

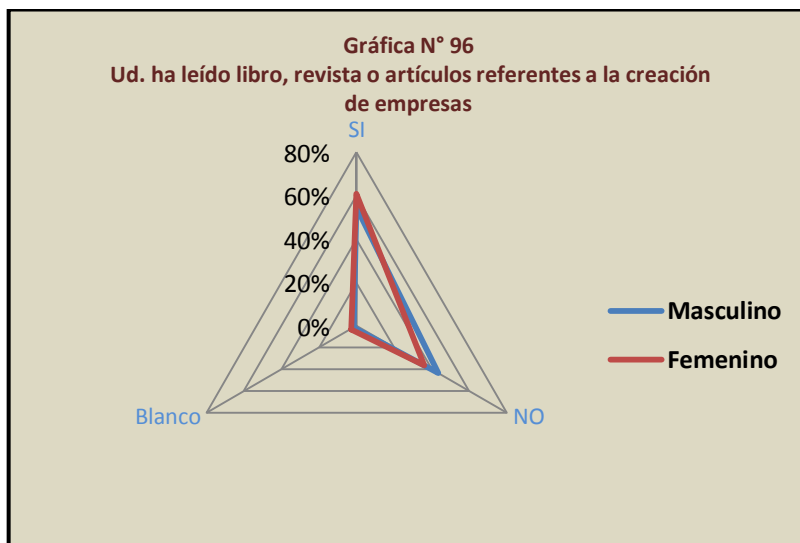
Por género:



De gráfica N° 94 podemos manifestar que el 27% de los bachilleres pertenecientes al género femenino frente al 20% del genero masculino; manifiestan que si han recibido entrenamiento, curso, seminario de como iniciar un negocio.



De la gráfica N° 95 podemos manifestar que el 52% de los bachilleres pertenecientes al género femenino, frente al 41% del género masculino manifiestan que si tienen pensando seguir en la universidad alguna carrera que tenga relación con lo referente a la empresa.

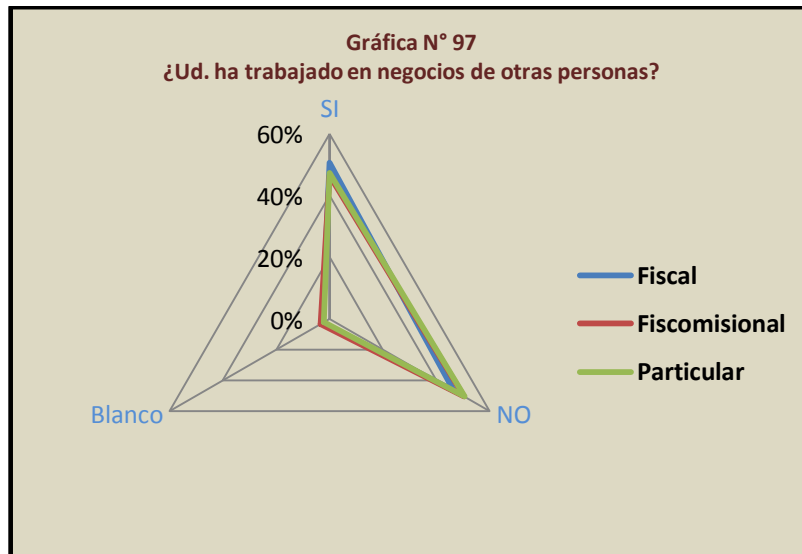


De la gráfica N° 96 podemos manifestar que el 61% de los bachilleres pertenecientes al género femenino frente al 55% del género masculino manifiestan que si han leído libros, revistas y artículos referentes a la creación de empresas.

Con estos resultados podemos concluir que la característica de la formación se acentúa con un buen porcentaje de aceptación en las instituciones fiscales con un promedio del 58,33% frente al 44,33% de las instituciones fiscomisionales y con el 36,33% los bachilleres de instituciones particulares; en cambio en lo que respecta al género con un promedio del 46,66% de aceptación se encuentra el género femenino y el masculino con un promedio de 38,66%; deduciendo que la característica de la formación con el mayor porcentaje de aceptación se acentúa en las instituciones fiscales con el 58,33% y en el género femenino con un porcentaje del 46,66%

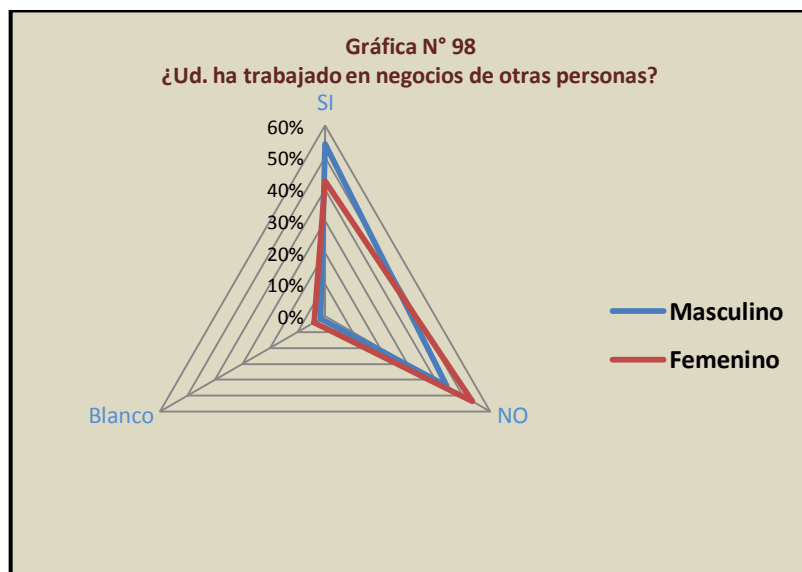
8.9. Experiencia laboral.- El aprendizaje a través de la experiencia laboral afecta al potencial empresarial de los individuos en la medida en que éstos desarrollan una serie de habilidades y conocimientos que les van a permitir aumentar su confianza en la posibilidad de llegar a desempeñar una actividad empresarial en el futuro. Para realizar este análisis se planteó una pregunta y su resultado se presenta a continuación:

Por tipo de institución:



De la gráfica N° 97 podemos manifestar que el 51% de los bachilleres pertenecientes a las instituciones fiscales frente al 47% de los bachilleres de instituciones particulares y con el 46% los bachilleres de instituciones fiscomisionales manifiestan que si han trabajado en negocios de otras personas

Por género:

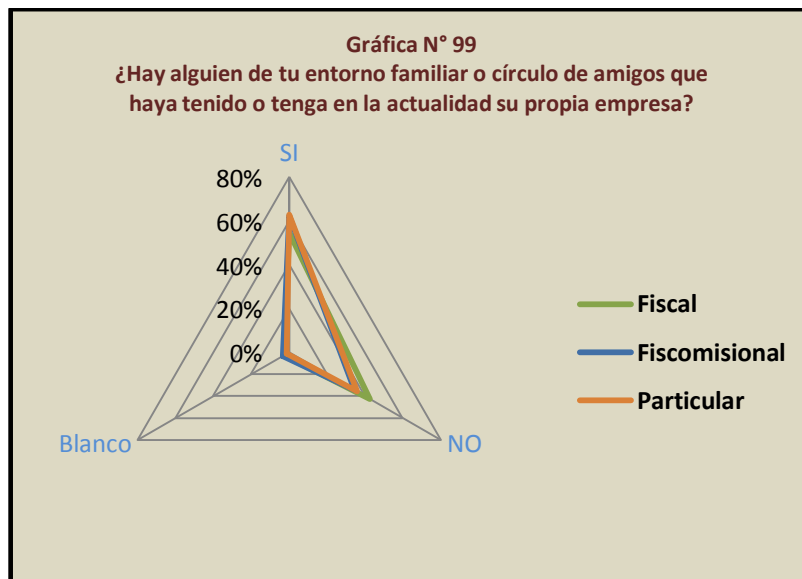


De la gráfica N° 98 podemos manifestar que el 54% de los bachilleres pertenecientes al género masculino frente al 43% del género femenino manifiestan que si han trabajado en negocios de otras personas.

Con estos resultados podemos concluir que la característica de la experiencia laboral se acentúa con un buen porcentaje de aceptación en las instituciones fiscales con el 51% frente al 47% de las instituciones particulares y con el 46% los bachilleres de instituciones fiscomisionales; en cambio en lo que respecta al género con un promedio del 54% de aceptación se encuentra el género masculino y el género femenino con un promedio del 43%; deduciendo que la característica de la experiencia laboral con el mayor porcentaje de aceptación se acentúa en las instituciones fiscales con el 51% y en el género masculino con un porcentaje del 54%

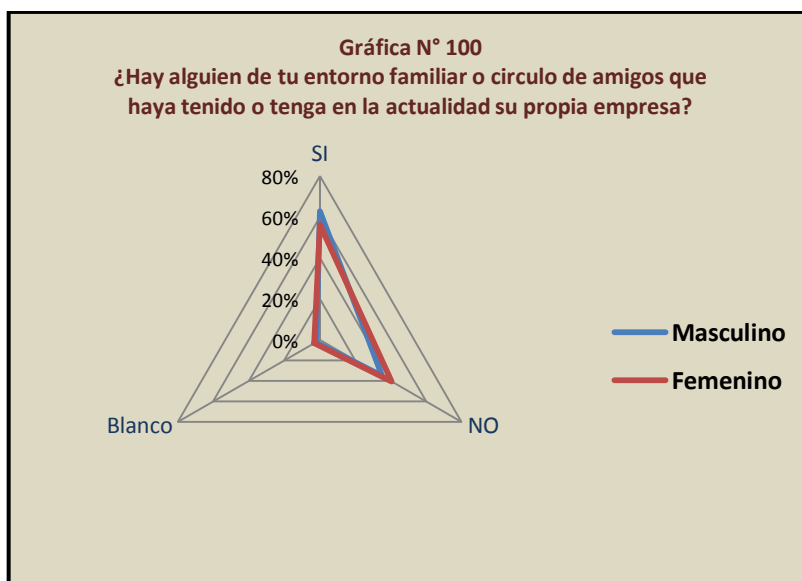
8.10. Influencia de la familia.- En los comportamientos empresariales se ha analizado fundamentalmente la teoría del modelo a imitar, la cual afirma que el individuo observa la conducta de las personas que le rodean y se decide a imitarla dependiendo de que la considere más o menos efectiva.

Por tipo de institución:



De la gráfica N° 99 podemos manifestar que el 63% de los bachilleres pertenecientes a las instituciones particulares frente al 62% de los bachilleres de instituciones fiscomisionales y con el 55% los bachilleres de instituciones fiscales manifiestan que en el entorno de su familia si existen familiares que tienen empresas.

Por género:

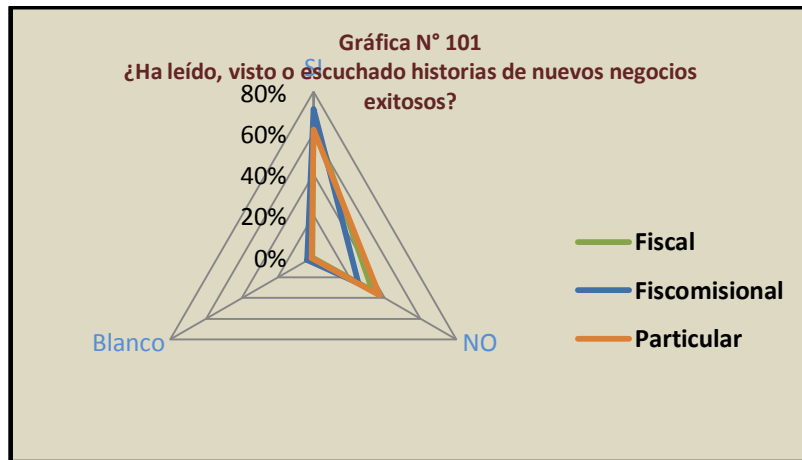


De la gráfica N° 100 podemos manifestar que el 63% de los bachilleres pertenecientes al género masculino frente al 56% del género femenino manifiestan que en el entorno de su familia si existen familiares que tienen empresas.

Con estos resultados podemos concluir que la característica de la influencia de la familia se acentúa con un buen porcentaje de aceptación en las instituciones particulares con el 63% frente al 62% de las instituciones fiscomisionales y con el 55% los bachilleres de instituciones fiscales; en lo que respecta al género con un porcentaje del 63% de aceptación se encuentra el género masculino y el género femenino con un porcentaje del 56% deduciendo que la característica de la influencia familiar con el mayor porcentaje de aceptación se acentúa en las instituciones fiscales con el 51% y en el género masculino con un porcentaje del 54%

8.11. Entorno sociocultural.- Los factores socioculturales son el nexo entre la cultura y la orientación hacia la empresariedad. Eso explica que determinados países tengan un ratio de potencialidad empresarial superior a otros, y por tanto serán más competitivos. Para realizar este análisis se plantearon dos preguntas y sus resultados se demuestran a continuación:

Por tipo de institución:



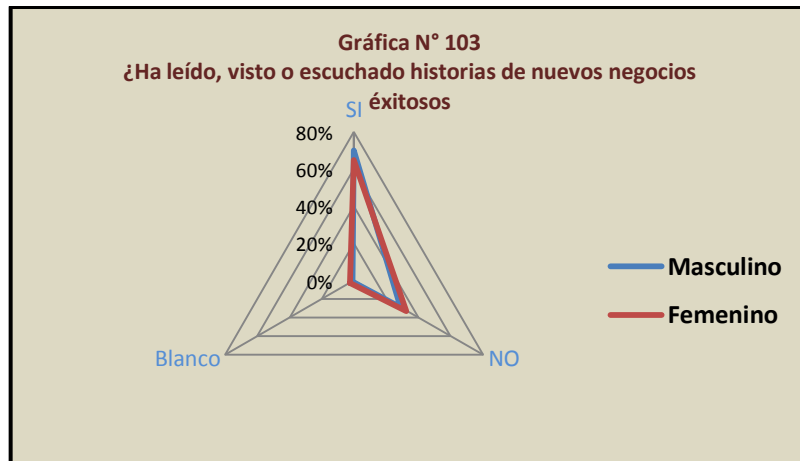
De la gráfica N° 101 podemos manifestar que el 72% de los bachilleres pertenecientes a las instituciones fiscomisionales frente al 66% de los bachilleres de instituciones fiscales y con el 62% los bachilleres de instituciones particulares manifiestan que si han leído visto o escuchado historias de nuevos negocios exitosos.



De la gráfica N° 102 podemos manifestar que el 45% de los bachilleres pertenecientes a las instituciones fiscales frente al 39% de los bachilleres

de instituciones particulares y con el 36% los bachilleres de instituciones fiscomisionales manifiestan que la ciudad no se ha desarrollado empresarialmente porque es una ciudad pequeña.

Por género:



De la gráfica N° 103 podemos manifestar que el 42% de los bachilleres pertenecientes al género masculino frente al 25% del género femenino manifiestan que si han leído visto o escuchado historias de nuevos negocios exitosos.



De la gráfica N° 104 podemos manifestar que el 47% de los bachilleres pertenecientes al género masculino frente al 34% del género femenino manifiestan que la ciudad no se ha desarrollado empresarialmente porque es una ciudad pequeña.

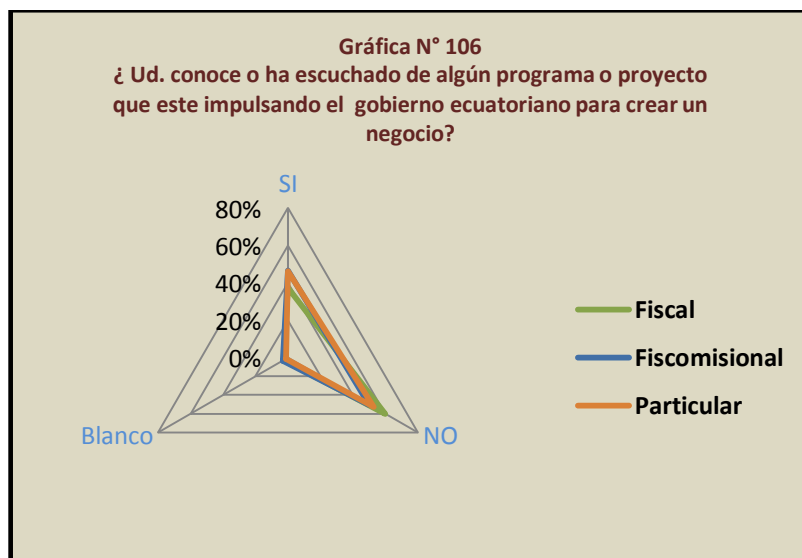
Con estos resultados podemos concluir que la característica del entorno socio cultural se acentúa con un buen porcentaje de aceptación en las instituciones fiscales con el 55,5% frente al 54% de las instituciones fiscofiscomisionales y con el 50,5% los bachilleres de instituciones particulares y en lo que respecta al género con un porcentaje del 44,5% de aceptación se encuentra el género masculino y el género femenino con un porcentaje del 29,5% deduciendo que la característica del entorno socio cultural con el mayor porcentaje de aceptación se acentúa en las instituciones fiscales con el 55,5% y en el género masculino con un porcentaje del 44,5%

8.12. Entorno económico y político institucional.- Los factores del entorno económico y político institucional están fuertemente relacionados, estos elementos proporcionan oportunidades, recursos e información para el desarrollo de la actividad empresarial, pudiendo contribuir o frenar la aparición de nuevos empresarios. Para realizar este análisis se plantearon dos preguntas y sus resultados se demuestran a continuación:

Por tipo de institución:



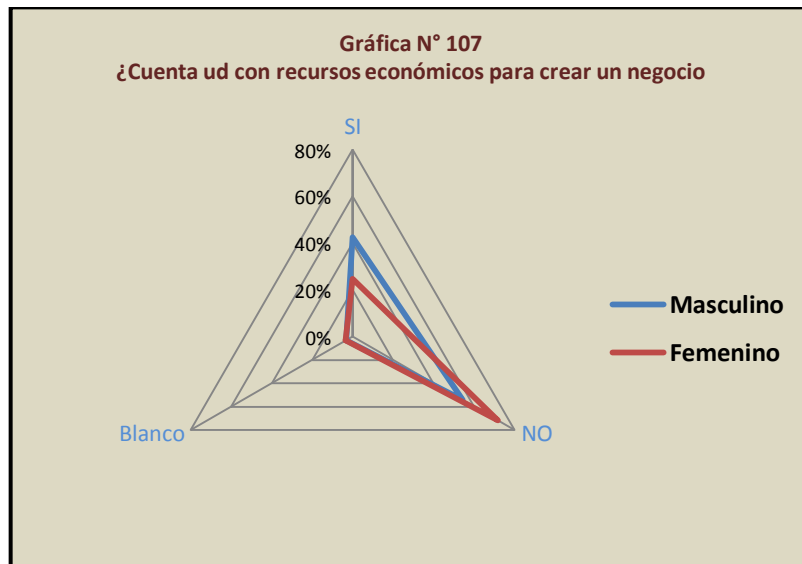
De la gráfica N° 105 podemos manifestar que el 37% de los bachilleres pertenecientes a las instituciones particulares frente al 35% de los bachilleres de instituciones fiscomisionales y los bachilleres de instituciones fiscales con el 29% manifiestan que si cuentan con los recursos económicos para crear un negocio.



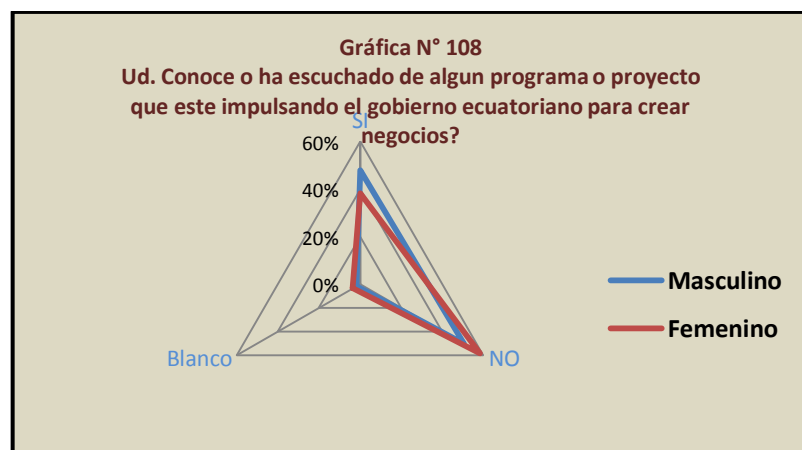
De la gráfica N° 106 podemos manifestar que el 46% de los bachilleres pertenecientes a las instituciones fiscomisionales y con el mismo porcentaje los particulares frente al 37% de los bachilleres de instituciones

fiscales manifiestan que si han escuchado de programas o proyectos que este impulsando el gobierno ecuatoriano para crear empresas.

Por género:



De la gráfica N° 107 podemos manifestar que el 42% de los bachilleres pertenecientes al género masculino frente al 25% del género femenino manifiestan que si cuentan con los recursos económicos para crear un negocio.



De la gráfica N° 108 podemos manifestar que el 48% de los bachilleres pertenecientes al género masculino frente al 38% del género femenino

manifiestan que si han escuchado de programas o proyectos que este impulsando el gobierno ecuatoriano para crear empresas.

Con estos resultados podemos concluir que la característica del entorno económico y político institucional se acentúa con un buen porcentaje de aceptación en las instituciones particulares con el 41,5% frente al 40,5% de las instituciones fiscomisionales y con el 33% los bachilleres de instituciones fiscales y en lo que respecta al género con un porcentaje del 45% de aceptación se encuentra el género masculino y el género femenino con un porcentaje del 31,5% deduciendo que la característica del entorno económico y político institucional se acentúa con el mayor porcentaje de aceptación en las instituciones particulares con el 41,5% y en el género masculino con un porcentaje del 45%

8. CONCLUSIONES

- 1.** En la ciudad de Loja existen 41 instituciones educativas que dan la posibilidad a los estudiantes de seguir su bachillerato, de las cuales 14 pertenecen a las instituciones fiscales, 9 son instituciones fiscomisionales y 18 son instituciones particulares.
- 2.** En la ciudad de Loja existen 13142 estudiantes que cursan el bachillerato de los cuales el 52% son de género femenino y el 48% restante son de género masculino; así mismo podemos decir que el 38,3% del total del estudiantado pertenecen a las instituciones fiscales, el 39% pertenecen a las instituciones fiscomisionales y el 22,7% pertenecen a las instituciones particulares.
- 3.** De acuerdo a la especialidad de estudios, en las instituciones fiscales el 29% de los bachilleres siguen la especialidad de Químico Biológicas, en las instituciones fiscomisionales el 46% siguen estudios sociales y en las instituciones particulares con el 31% siguen también la especialidad de estudios sociales; en lo que respecta al género, el 37% del género masculino sigue estudios sociales y el género femenino con el 30% también sigue estudios sociales.
- 4.** De acuerdo al estudio realizado se pudieron detectar 12 características que potencian el emprendimiento en las personas, de las cuales se dividen en dos grandes grupos; en el primer grupo están las

características personales o también llamados factores individuales y en el segundo grupo están la influencia del entorno o también llamados factores empresariales.

5. La primera característica personal se denomina el deseo o necesidad de independencia y es definido como el trabajo por cuenta propia y se manifiesta con el mayor porcentaje en los bachilleres de las instituciones fiscomisionales con el 83% y en el género masculino con el 78,5%
6. El control interno definida como la percepción que tiene un individuo de que su destino depende de sus propios actos se manifiesta con el 68% de aceptación en las instituciones fiscales, y en el género femenino con el 66,33% de aceptación.
7. La necesidad de logro definida como aquella cualidad que motiva a los individuos a realizar bien las tareas con el fin de alcanzar un sentimiento de logro personal y se acentúa con el 58,66% en las instituciones fiscales y con el 59,66% en el género femenino.
8. La autoeficacia se define como la capacidad para realizar una tarea y de la confianza en que sus posibilidades de éxito depende de su propia forma de actuar y se acentúa en las instituciones particulares con el 50,5% y en el género femenino con el 46,5%.

- 9.** La propensión a asumir riesgos se define como la característica en la que el empresario toma decisiones en un ambiente de incertidumbre en donde los sucesos no pueden ser previstos ni tampoco asegurados por lo tanto esta característica se acentúa en las instituciones fiscomisionales con el 47% y en el género masculino con un porcentaje del 46,5%
- 10.** La creatividad o carácter innovador se define como la alta capacidad que tienen los emprendedores para innovar y esta actividad les permite desarrollar su creatividad, se acentúa en las instituciones particulares con el 33% de aceptación y en el género femenino con el 30% de aceptación.
- 11.** La personalidad proactiva, definida como la característica de actuar y modificar su entorno identificando oportunidades y aprovechándolas a través de la iniciativa, acción y perseverancia, se acentúa en las instituciones fiscomisionales con el 60,33% y en el género masculino con el 55,33%
- 12.** La formación, definida como el mejoramiento de los conocimientos la misma que amplía su capacidad de innovación e iniciativa, se acentúa en las instituciones fiscales con el 58,33% y en el género femenino con el 46,66%

13.La experiencia laboral, definida como el aprendizaje a través de la experiencia a medida que desarrollen sus habilidades y conocimientos les va a permitir aumenta su confianza, esta característica se acentúa en las instituciones fiscales con el 51% y en el género masculino con el 54%

14.La influencia de la familia, definida como la característica a imitar, el individuo observa la conducta de las personas y decide imitarlas, esta se acentúa en las instituciones faciales con el 51% de aceptación y en el género masculino con el 54% de aceptación.

15.El entorno socio cultural, definida como el nexo entre la cultura y la orientación hacia la creación de empresas de ahí que existen países con mayor grado de competitividad, se acentúa en las instituciones fiscales con el 55,5% y en el género masculino con el 44,5%

16.El entorno económico y político institucional, están relacionados directamente, estos elementos proporcionan oportunidades y recursos para la actividad empresarial, y se acentúa con el 41,5% en las instituciones particulares y en el género masculino con el 45%

17.De los resultados obtenidos del procesos de investigación se pudo determinar que el 52,62% del potencial empresarial se encuentra en

las instituciones fiscomisionales, con el 51,58% en las instituciones particulares y con el 50,38% en las instituciones fiscales; en lo que respecta al género con el 51,46% el potencial empresarial se encuentra en el género masculino y en el femenino con un porcentaje del 49,38%

9. RECOMENDACIONES

- 1.** El presente proyecto de investigación cumple con todos los procedimientos establecidos por la institución para llegar a cumplir con éxitos los estudios realizados de postgrado.
- 2.** El presente trabajo investigativo sea considerado como una fuente de consulta o guía de trabajo para estudiantes y futuros profesionales que estén interesados en enriquecer los conocimientos científicos adquiridos en las aulas universitarias.
- 3.** El presente estudio tiene fundamentos científicos, teóricos y estadísticos los cuales permiten recomendar a las instituciones educativas de nivel secundario para que estimulen el emprendimiento en sus instituciones.
- 4.** El estado estimule el emprendimiento y de las facilidades para que los futuros profesionales se encaminen por formarse en el área empresarial y productiva, la misma que permita incrementar la productividad y la competitividad en el país.
- 5.** La universidad cree, innove y actualice su malla curricular y encamine una carrera que permita terminar de formar el emprendimiento y estimule la creación de empresas y la productividad y competitividad en la ciudad de Loja.

6. La Universidad deben estimular a los autores de los mejores trabajos de tesis y que sirven para la graduación de sus estudiantes dándolos a conocer a la sociedad y así justifiquen la razón de su existencia.

7. Que las instituciones públicas y privadas den la oportunidad y confíen en los profesionales y futuros profesionales que salen de las aulas universitarias con títulos de cuarto nivel.

10. BIBLIOGRAFÍA

1. Art. 42.- Capítulo VIII DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS, Ley Orgánica de Educación Intercultural
2. Art. 41.- Capítulo VIII DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS, Ley Orgánica de Educación Intercultural
3. ABDALA, Ernesto. Jóvenes, educación y empleo en América Latina. Papeles de Población. Toluca, Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). 2009
4. CAPT, J. (2000) Cuestiones de Género en el desarrollo de las microempresas. Servicio de desarrollo y gestión de empresas. OIT. Ginebra, páginas 1-22.
5. CÁCERES CARRASCO, F. R. (2001). Entorno socioeconómico y espíritu empresarial. Factores determinantes de la emergencia de empresarios en Andalucía Occidental. Mimeo.
6. Global entrepreneurship monitor Ecuador 2010, ESPAE Graduate School of Management/ Escuela Superior Politécnica del litoral
7. http://educacionfiscal.eurosocialfiscal.org/index.php/contenido/que_es_la_educacion_fiscal/n/2
8. Rodríguez Ramírez Alfonso; Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial
9. Red Educar red social orientada a la educación en Ecuador- (<http://www.rededucar.ec/>)

10. TORIBIO MUÑOZ M^a DEL ROSARIO, RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ M^a
JOSÉ, GARCÍA DE CASASOLA FRUCTOS CARMEN Boletín
económico de ICE N° 2754, 2003
11. TORIBIO MUÑOZ M^a DEL ROSARIO, RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ M^a
JOSÉ, GARCÍA DE CASASOLA FRUCTOS CARMEN Boletín
económico de ICE N° 2801, 2004
12. Várela V. Rodrigo; Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial,
Volumen I Entrepreneurship,. Editor ,Santiago de Cali, 2011

11. ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA NIVEL DE POSTGRADO

El objetivo de este estudio es recolectar información que nos permita determinar las características y los factores que influyen en la juventud emprendedora, tomando como referencia al alumnado que cursa el nivel de bachillerato de los colegios de la ciudad de Loja, esta información nos servirá para plantear estrategias que ayuden al desarrollo y fortalecimiento micro empresarial de la ciudad y provincia.

No te llevará demasiado tiempo contestar las siguientes preguntas.

Nombre de la institución educativa a la que perteneces

.....

La institución educativa es. Pública Privada Combinación de las 2 anteriores

Especialidad de estudios

.....

Jornada de estudio: Mañana Tarde Noche

Sexo. Masculino Femenino

Rango de edad: 12-14 años 15-17 años 18-20 años
21-23 años

1. ¿Tienes o has tenido alguna vez una idea de negocio? Responda una sola opción.

SI	
NO	

2. ¿Has pensado alguna vez crear tu propia empresa? Responda una sola opción.

SI	
NO	

3. **¿Consideras que crear una empresa, es por la falta de fuentes de trabajo? Responda una sola opción.**

SI	
NO	

4. **¿Por qué crearías una empresa? Responda una sola opción.**

Fundamentalmente para ganar dinero.	
Porque soy una persona inquieta, independiente y me gustan los desafíos	
Porque quiero obtener reconocimiento.	
Otros.	

5. **¿Cuál de las siguientes afirmaciones se adapta mejor a su forma de ser? Responda una sola opción.**

Cuando está realizando un trabajo y surge un problema:

Me desanimo, pero supero el desánimo y continuo	
Abandono el trabajo.	
Casi nunca llevo mis ideas hasta el final	
Lo delego a otras personas	
Cuando tengo un fracaso lo vivo a veces como una experiencia de la que puedo sacar algo positivo	

6. **¿De qué cree que depende el éxito de crear una empresa? Responda una sola opción.**

De la dedicación	
Del apoyo de otros	
De la oportunidad de una situación	
De la suerte	

7. **¿Buscas superarte constantemente? Responda una sola opción.**

Todo el tiempo, es lo más importante para mí	
Sólo cuando lo considero necesario	
Sólo cuando alguien más me motiva	

8. **¿Cuál de las siguientes afirmaciones se adapta mejor a tu personalidad? Responda una sola opción.**

Acepto fácilmente los criterios de otros	
--	--

No me gusta desarrollar actividades	
Me gusta tomar la iniciativa	

9. **¿Qué crees que es más importante para crear una empresa? Responda una sola opción.**

Tener una buena idea empresarial.	
Contar con suficiente respaldo económico	
Tener la formación académica adecuada	
Contar con la experiencia adecuada	

10. **¿En qué tipo de proyectos se siente más realizado(a)? Responda una sola opción.**

Un proyecto con cierto riesgo, pero que suponga un desafío personal	
Un proyecto con mucho riesgo y bastantes beneficios	
Un proyecto con poco riesgo y pocos beneficios	

11. **¿Si tuvieras un negocio y te ofrecieran un trabajo en el que recibirás una buena remuneración, abandonarías tu negocio? Responda una sola opción.**

Si lo abandonarías	No lo abandonarías

12. **¿Realizaría usted un trabajo ambicioso y con una probabilidad del 50% de éxito? Responda una sola opción.**

Sí, lo aceptaría, tiene muchas posibilidades de éxito	
Depende de lo que me recomienden	
No, son pocas posibilidades de éxito	

13. **Cuando trabaja en grupo... Responda una sola opción.**

Da su opinión y escucha a los demás	
No le gusta tomar decisiones en grupo, prefiere hacerlas individualmente	
Le gusta dar su opinión, y que el resto lo obedezca	

14. **En tu opinión, ¿qué área de la empresa es más importante? Responda una sola opción.**

Económico-Financiera	
Recursos Humanos	
Elaboración del producto o servicio	

15. Respecto a dar órdenes... Responda una sola opción.

Prefiere que se las den.	
Prefiere darlas.	

16. Se tuviera que tomar una decisión... Responda una sola opción.

Tomo rápidamente una decisión.	
Necesito pensarlo y verlo todo muy claro.	
No tengo problema, no suelo tomar ninguna decisión	

17. ¿Cuál de estos aspectos es más importante una vez puesto en marcha un negocio? Responda una sola opción.

Vender al máximo posible	
Obtener un buen margen comercial	
Obtener beneficios y generar recursos que ayuden el sostenimiento y crecimiento del negocio	

18. ¿Ha recibido algún entrenamiento, curso, seminario de cómo iniciar un negocio? Responda una sola opción.

SI	NO

19. ¿Ud. Tiene pensado seguir en la universidad alguna carrera que tenga que ver con lo referente a empresas? Responda una sola opción.

SI	NO

20. ¿Ud. Ha leído libro, revistas, o artículos referentes a la creación de empresas? Responda una sola opción.

SI	NO

21. ¿Hay alguien de tu entorno familiar o círculo de amigos que haya tenido o tenga en la actualidad su propia empresa? Responda una sola opción.

SI	NO

22. ¿Ud. Ha trabajado en negocios de otras personas? Responda una sola opción.

SI	NO

23. ¿Ha leído, visto o escuchado historias de nuevos negocios exitosos? Responda una sola opción.

SI	NO

24. ¿Cuenta Ud. con recursos económicos para crear un negocio? Responda una sola opción.

SI	NO

25. ¿Ud. Conoce o ha escuchado de algún programa o proyecto que este impulsando el gobierno ecuatoriano para crear negocios? Responda una sola opción.

SI	NO

26. ¿Por qué cree Ud. Que en la ciudad de Quito y Guayaquil hay más empresas que en la ciudad de Loja?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

12. INDICE

CARATULA	I
CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
1. Título	1
2. Resumen	2
3. Introducción	8
4. Revisión de Literatura	10
5. Materiales y Métodos	92
6. Resultados	97
7. Discusión	161
7.1. Historia del Bachillerato	161
7.2. Bachillerato en el Ecuador	166
7.3. Bachillerato en la Ciudad de Loja	170
7.4. Número de instituciones Educativas	170
7.5. Tipo de Instituciones Educativas	170
7.6. Población Estudiantil por Género	174
7.7. Factores que inciden en el desarrollo empresarial	177
7.8. Análisis comparativo de los factores condicionantes por tipo de institución y género	190

8. Conclusiones	229
9. Recomendaciones	234
10. Bibliografía	236
11. Anexos	238
12. Índice	243