



**UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR
SEDE CENTRAL
Sucre – Bolivia**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
XVIII Versión**

**ESTRATEGIA PARA LA TOMA DE DECISIONES DE INVERSIÓN
EN EMPRENDIMIENTOS DE JÓVENES DE LA CIUDAD DE
SUCRE**

**Tesis presentada para obtener
el Grado Académico de
Magister en Administración de
Empresas**

MAESTRANTE: LAURA FÁTIMA PRIETO PEÑARRIETA

Sucre - Bolivia

2021

RESUMEN

La presente investigación propone una estrategia para la toma de decisiones de inversión en emprendimientos de jóvenes de la ciudad de Sucre. La metodología fue de tipo descriptiva, se utilizaron los métodos deductivo, inductivo, analítico – sintético e histórico lógico. La población fueron jóvenes de la ciudad de Sucre, entre 18 y 34 años, siendo ésta de 380 a los cuales se aplicó la encuesta, de igual manera se realizó una entrevista a jóvenes emprendedores. Los resultados fueron que la edad promedio de los jóvenes de 25 años, son solteros, sin hijos, procedencia Sucre, con nivel educativo de licenciatura, con una fuente de empleo informal, e ingreso mensual entre 1.000 a 3.000 bolivianos que no satisfacen todas sus necesidades. Esta situación es considerada como un factor que motiva a los jóvenes a emprender su propio negocio. El principal factor cultural-social que influye al momento de emprender es la aceptación y apoyo de la población con respecto a nuevos emprendimientos y la falta de conocimiento empresarial, es otro factor como un obstáculo. Un emprendedor debe tomar multitud de decisiones, que serán más o menos decisivas para la buena marcha de su negocio, por lo que es necesario plantear una estrategia para la toma de decisiones y así generar inversión de emprendimientos en los jóvenes de la ciudad de Sucre. La estrategia de toma de decisiones para fortalecer emprendimientos consta de un programa de capacitación en emprendimiento (Competencias básicas para el emprendimiento, focos de innovación para emprender, diseño modelo de negocio y gestión de emprendimiento) y Liderazgo y emprendimiento (Características de un liderazgo y espíritu emprendedor y el proceso de cambio). Por lo cual los jóvenes que emprenden un negocio o empresa, dependen de las decisiones que tomen. Esto es una enorme responsabilidad y un gran compromiso.

Palabras clave: Toma de decisiones, emprendimiento, inversión.

ABSTRACT

This research proposes a strategy for making investment decisions in youth ventures in the city of Sucre. The methodology was descriptive, deductive, inductive, analytical - synthetic and logical historical methods were used. The population was young people from the city of Sucre, between 18 and 34 years old, this being 380 to whom the survey was applied, in the same way an interview was carried out with young entrepreneurs. The results were that the average age of the 25-year-olds is single, without children, from Sucre, with a bachelor's degree, with a source of informal employment, and a monthly income of between 1,000 and 3,000 Bolivians who do not meet all their needs. . This situation is considered as a factor that motivates young people to start their own business. The main cultural-social factor that influences the moment of undertaking is the acceptance and support of the population with respect to new ventures and the lack of business knowledge, is another factor as an obstacle. An entrepreneur must make a multitude of decisions, which will be more or less decisive for the smooth running of his business, so it is necessary to propose a strategy for decision-making and thus generate investment in entrepreneurship in the young people of the city of Sucre. The decision-making strategy to strengthen entrepreneurship consists of a training program in entrepreneurship (Basic skills for entrepreneurship, innovation foci for entrepreneurship, business model design and entrepreneurship management) and Leadership and entrepreneurship (Characteristics of a leadership and spirit entrepreneur and the process of change). Therefore, young people who start a business or company depend on the decisions they make. This is a huge responsibility and a great commitment.

Keywords: Decision making, entrepreneurship, investment

ÍNDICE DEL CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	12
1 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	12
1.1 El concepto de empresario	12
1.2 Concepto de emprendedor	12
1.3 Los jóvenes emprendedores	15
1.4 La motivación para emprender: oportunidad vs necesidad	16
1.5 Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor	17
1.6 Habilidades y aptitudes de un emprendedor	19
1.7 Factores determinantes	20
1.7.1 Determinantes económicos	20
1.7.2 Los determinantes culturales.....	21
1.7.3 Los determinantes sociales	24
1.8 Las dimensiones del emprendimiento empresarial.....	24
CAPÍTULO II.....	28
2 DIAGNÓSTICO	28
2.1 Emprendimientos en Bolivia	28
2.1.1 Emprendimientos en el Departamento de Chuquisaca	29
2.1.2 Emprendimientos en el Municipio de Sucre.....	31
2.2 Resultados obtenidos	32
2.2.1 Resultados de la encuesta a jóvenes	32
2.2.1.1 Caracterización de los jóvenes de la ciudad de Sucre	32
2.2.1.2 Caracterización del empleo y los ingresos	38
2.2.1.3 Caracterización de la inversión o negocio	42

2.2.1.4	Factores que influyen al momento de invertir en un negocio.....	50
2.2.1.5	Percepción de dificultades que se presentan al momento de invertir .	52
2.2.1.6	Percepción sobre los factores culturales	54
2.2.2	Resultados de la entrevista	56
2.2.2.1	Análisis de los Resultados de la Entrevista	57
2.3	Conclusiones del Diagnóstico.....	58
CAPÍTULO III.....		63
3	PROPUESTA DE ESTRATEGIA PARA LA TOMA DE DECISIONES DE INVERSIÓN EN EMPRENDIMIENTOS DE JÓVENES DE LA CIUDAD DE SUCRE	63
3.1	Introducción	63
3.2	Misión de la propuesta.....	63
3.3	Visión de la propuesta	64
3.4	Estrategia para la toma de decisiones de inversión en emprendimientos	64
3.4.1	Objetivo general	64
3.4.2	Objetivos específicos.....	65
3.5	Línea estratégicas de la propuesta.....	65
3.5.1	Línea estratégica capacitación	65
3.5.1.1	Objetivo	65
3.5.1.2	Programa de capacitación en emprendimiento	66
3.5.1.3	Resultados esperados	66
3.5.2	Línea estratégica liderazgo y emprendimiento	67
3.5.2.1	Objetivo	67
3.5.2.2	Programa de liderazgo y emprendimiento	67
3.5.2.3	Resultados esperados	69

3.5.3	Resumen de la propuesta.....	69
3.6	Recursos	69
3.6.1	Humano	69
3.6.2	Material.....	70
3.6.2.1	Infraestructura	70
3.6.2.2	Mobiliario, equipo y otros.....	70
3.7	Presupuesto y financiación.....	70
3.8	Cronograma de ejecución.....	72
3.9	Evaluación de la capacitación	72
3.10	Utilidad práctica de la Propuesta	72
	CONCLUSIONES	74
	RECOMENDACIONES.....	76
	BIBLIOGRAFÍA	77
	ANEXOS.....	79

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Población del Municipio de Sucre por distritos	9
Cuadro 2: Variables del proceso de creación de nuevas empresas	26
Cuadro 3: Edad	32
Cuadro 4: Procedencia	34
Cuadro 5: Estado Civil	35
Cuadro 6: Tenencia de hijos	36
Cuadro 7: Nivel académico	37
Cuadro 8: Situación laboral.....	38
Cuadro 9: Sector laboral	39
Cuadro 10: Ingreso mensual.....	40
Cuadro 11: Relación ingreso y satisfacción de necesidades	41
Cuadro 12: Tenencia de una inversión o negocio.....	42
Cuadro 13: Principal motivación para invertir en un negocio	43
Cuadro 14: Rubro al que pertenece el negocio	44
Cuadro 15: Tiempo en marcha del negocio	46
Cuadro 16: Estudio previo de factibilidad.....	47
Cuadro 17: Principal motivo por el cual no ha decidido invertir	48
Cuadro 18: Disposición a invertir en un nuevo negocio	49
Cuadro 19: Factores económicos	50
Cuadro 20: Factores culturales	51
Cuadro 21: Factores legales	51
Cuadro 22: Dificultades al momento de emprender un negocio	52
Cuadro 23: Principales factores culturales que influyen al momento de emprender un negocio	54

Cuadro 24: Resumen de la propuesta	69
Cuadro 25: Presupuesto de materiales.....	70
Cuadro 26: Presupuesto de un evento de capacitación.....	71
Cuadro 27: Presupuesto general de capacitación	71
Cuadro 28: Cronograma del programa	72

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfico 1: Bolivia: Base Empresarial Vigente por gestión, 2014–2019 (En cantidad de empresas)	28
Gráfico 2: Chuquisaca: Matrículas cancela.....	30
Gráfico 3: Edad	33
Gráfico 4: Procedencia	34
Gráfico 5: Estado Civil	35
Gráfico 6: Tenencia de hijos	36
Gráfico 7: Nivel académico	38
Gráfico 8: Situación laboral.....	39
Gráfico 9: Sector laboral	40
Gráfico 10: Ingreso mensual.....	41
Gráfico 11: Relación ingreso y satisfacción de necesidades	42
Gráfico 12: Tenencia de un negocio o inversión	43
Gráfico 13: Principal motivación para emprender un negocio.....	44
Gráfico 14: Rubro al que pertenece el negocio.....	45
Gráfico 15: Tiempo en marcha del negocio	46
Gráfico 16: Estudio previo de factibilidad.....	47
Gráfico 17: Motivo por el cual no ha decidido invertir	48
Gráfico 18: Disposición a invertir en un nuevo negocio	49
Gráfico 19: Factores económicos	50
Gráfico 20: Factores culturales	51
Gráfico 21: Factores legales	52
Gráfico 22: Dificultades al momento de emprender un negocio.....	53
Gráfico 23: Principales factores culturales que influyen al momento de emprender un negocio	55

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Boleta de encuesta	80
Anexo 2: Guía de entrevista	83

INTRODUCCIÓN

El emprendedurismo junto con la creación de fuentes de empleo, se han convertido en temas obligados de discusión como fenómenos mundiales, producto de la crisis laboral que se vive y que afecta particularmente a los países subdesarrollados. *“Los problemas actuales en el mercado laboral son producto de los cambios y situaciones que han ido arrojando resultados, que se han ido a su vez acumulando, provocando la crisis actual, en las últimas tres décadas se han suscitado cambios demográficos, cambios políticos, transformaciones tecnológicas, crisis financieras que a su vez han provocados quiebras a nivel personal y empresarial, cambios en la inserción de la economía mundial, entre otras”*. (Mark, 2013)

Para los jóvenes encontrar trabajo es el desafío más grande; *“el índice de desempleo en Bolivia alcanza un 4.48%; pero en la población juvenil, las oportunidades escasean aún más y esa cifra llega casi al doble, el 9% de los jóvenes bolivianos no tienen acceso a un puesto laboral estable y remunerado, esto significa que, de los tres millones de la población urbana económicamente activa, 270 mil son jóvenes sin empleo”*. (Castillo, 2015)

La tasa de desempleo que registró el país en 2017 fue la más baja de la región, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), una buena noticia. El problema es la calidad del empleo, que continúa siendo en gran medida precario. Además, entre otros sectores, los jóvenes siguen siendo los más afectados, según un análisis del Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA).

El hecho de que Bolivia tenga una baja tasa de desempleo no significa precisamente que se haya mejorado las condiciones laborales, sino que han proliferado los empleos informales. El incremento del comercio informal es un resultado de la tasa de mortalidad de emprendimientos y el desempleo al ser el modo de *“subsistencia más simple en Bolivia”*, el problema es que casi 3 millones de personas se dedican al comercio informal porque no tienen otra forma de subsistir.

El 76% de la población en edad de trabajar en Chuquisaca sostiene su vida y la de su familia con actividades informales, sin estabilidad laboral, sin beneficios sociales para su jubilación ni seguros de salud, lo que muestra la realidad

lacerante de una región carente de empleos. *“El Instituto Nacional de Estadísticas, a través del Censo Nacional de Población y Vivienda, identificó que en Chuquisaca hay unas 350 mil personas consideradas en edad de ser Población Económicamente Activa (PEA), es decir, de 18 a 59 años; sin embargo, sólo el 24% de ellas recibe todos los beneficios establecidos por leyes laborales, lo que representa a más de 80.000 personas de un universo de más de 350 mil en toda la región”.* (Pagola, 2017)

Muchos son los jóvenes que al terminar sus estudios universitarios no hallan una oportunidad laboral, en este contexto el emprendedurismo se presenta como una alternativa de solución, ya que, a la vez que fortalece el tejido empresarial, a través de las iniciativas comerciales juveniles, genera empleo para el emprendedor y su entorno inmediato.

Existen Organizaciones que impulsan oportunidades de trabajo, en Sucre al ver a gran porcentaje de la población desocupada el gobierno en el 2013 lanzó el concurso “Sucre Emprende” que relaciona temas de producción industrial que colaboran a la elaboración de proyectos en competencia por el premio de Bs 35.000 para la ejecución de su emprendimiento. De este concurso se beneficiaron 7 emprendimientos, pero se puede ver que no es suficiente para tener un notable crecimiento económico y posteriormente un desarrollo económico.

Según el análisis de los proyectos presentados los factores económicos, legales y medioambientales configuran el mapa de riesgos de la economía boliviana a la hora de encarar los negocios, dichos factores desalientan a los agentes económicos a invertir, se convierten en trabas y obstáculos, por lo que se ven obligados a desistir de sus ideas empresariales.

Gran porcentaje de los microempresarios jóvenes no quieren o no se ven motivados a invertir en Sucre por lo que se genera un problema en función a este bajo nivel de interés; Puesto que, si esta inversión en iniciativas productivas se daría, no solamente generaría más empleos sino también que se contribuiría a mejorar la calidad de vida de habitantes en la ciudad de Sucre. Es por eso que dicho estudio se orienta a determinar las variables que afectan en la toma de

decisión para una inversión o creación de empresas en los jóvenes de la población de Sucre.

Los **síntomas** que se observan son que no se tienen estrategias adecuadas para la toma de decisiones de invertir en emprendimientos en jóvenes de la ciudad de Sucre.

Las **causas** se deben a que no se toma en cuenta a la población joven en programas de innovación para iniciar actividades emprendimiento empresarial.

La situación problemática es que Bolivia es un país con alta tasa de emprendimiento en etapas iniciales, pero esa condición se opaca por la calidad de los emprendimientos, que son mayormente actividades de autoempleo o de subsistencia, básicamente informales, de muy baja productividad, que no generan valor agregado ni mayor capacidad de innovación y aptitud de diversificación de productos y mercados”. (Ibarra, 2016)

Una de las problemáticas que ha enfrentado la población boliviana en los últimos años, es el desempleo y las consecuencias derivadas de este fenómeno social. Esta temática es abordada desde enfoques multidisciplinarios las causas y las consecuencias, así como posibles estrategias que se podrían impulsar e implementar desde el ámbito público, privado y social para hacer frente a las altas tasas de desempleo e informalidad que actualmente se da en el país. Según resultados de la Encuesta Continua de Empleo (ECE), al cuarto trimestre de 2018, la Población Económicamente Activa (PEA) en el área urbana alcanzó aproximadamente a 3.730.000 personas, y de este total 159.000 se encuentran desocupadas, representando el 4,27%. Esta tasa es menor a la registrada en el mismo período de 2017 cuando llegó a 4,5%. (INE, Bolivia, 2019)

“La población juvenil es la que más sufre en mayor medida los impactos negativos del desempleo y la informalidad, y no solamente este grupo poblacional que por diferentes causas no ha podido acceder a una educación, sino que la actual crisis de empleo ha alcanzado a jóvenes con nivel educativo universitario, incluso con nivel de posgrado, es decir, la crisis de empleo ha impactado en igual proporción tanto a jóvenes con y sin educación universitaria”. (Torrico, 2017)

Las principales determinantes en la decisión de inversión por parte de jóvenes

se encuentran relacionadas directamente con el dinamismo de la economía (financiamiento y crédito), por lo tanto, distinguir sus causas y efectos dentro de la realidad es de suma importancia.

De acuerdo con los datos registrados (en 2018), Chuquisaca continúa siendo uno de los departamentos más relegados del país, donde se advierte la alta dependencia que se tiene de los ingresos generados por la actividad de los hidrocarburos y se observa una escasa promoción a la inversión privada, lo que conduce a una reducida generación de fuentes laborales y un bajo grado de articulación entre el sector público y privado. (Correodelsur.com/, 2019)

Los jóvenes no tienen facilidades en microcréditos para poder generar emprendimientos para la ciudad de Sucre, el pagar un interés alto atemoriza a los emprendedores ya que no saben si podrán ser solventes para hacer frente a esta deuda.

Por otra parte, el marco legal que pone el gobierno para hacer realidad un nuevo emprendimiento cae en la burocracia que obviamente también genera al joven gastos y por ende desmotivación.

En el aspecto cultural los chuquisaqueños tienen una mente cerrada y conservadora y son muy poco visionarios. El temor de que el negocio no genere rendimientos esperados aterra de sobremanera limitándolos en mente y capacidad en nuevos emprendimientos ya que Chuquisaca perdió 268,2 empresas en promedio por año en el último quinquenio. En total, se cerraron 1.341 firmas entre 2014 y 2018, según el último informe de Fundempresa. (Correodelsur.com, 2019); y por otra parte la deficiencia de conocimientos empresariales recae en la estabilidad de los emprendimientos que a la larga fracasan.

Esta falta de inversión generó a la ciudad de Sucre un estancamiento económico, la poca oferta de trabajo y sin duda alguna se vio reflejado en la calidad de vida de cada uno de los sucrenses.

La poca oferta de trabajo que existe en la ciudad de Sucre se enfrenta a la pérdida creciente de la calidad del empleo, que implica la generalización de la precariedad laboral en todos los sectores, ramas de actividad y rubros de la economía nacional.

“La precariedad laboral se expresa en el debilitamiento de una o más de las condiciones de trabajo que permiten un empleo adecuado: Inestabilidad (eventualidad) laboral, ingresos y salarios bajos (insuficientes para cubrir una canasta alimentaria), desprotección social (sin seguridad social, jornadas de trabajo: largas y variables, desconocimiento y violación de derechos laborales”. (Ayer, 2017)

Existen diversos factores que, en vez de dar el impulso necesario a los emprendedores para ser proactivos, se convierten en obstáculos. La poca visión e información para convertir una oportunidad en un negocio (poca visión empresarial) y la posición conservadora de la sociedad que no da oportunidad a nuevas ideas; la falta de empleos en el rubro de su profesión, que conlleva a que el emprendedurismo en jóvenes sea por necesidad de supervivencia para obtener un ingreso mensual con el cual subsistir.

El presente trabajo analiza cómo convertir a esas personas de emprendedoras por necesidad a la oportunidad. Los jóvenes emprendedores están afectando de forma directa a la economía y está claro que tienen un rol protagónico en emprendimientos; ya no sólo son las personas con experiencia las que emprenden, sino que hay jóvenes que tienen todo el conocimiento y el criterio para poder emprender.

Por lo que el **Problema de investigación** de la presente tesis plantea de la siguiente manera:

¿Cómo fortalecer la toma de decisiones de inversión en emprendimientos de jóvenes de la ciudad de Sucre?

El **Objeto de investigación** es una estrategia para la toma de decisión.

El **Campo de acción** son los emprendimiento de jóvenes.

Los alcances de la presente investigación son los siguientes:

- El **alcance espacial** en el que se llevó a cabo la investigación es en el Municipio de la ciudad de Sucre.
- El **alcance temporal** es que se realiza una evaluación y análisis del mercado en el periodo **de 2016 a 2019**
- El **alcance poblacional** del municipio de la ciudad de Sucre es de 38,864

jóvenes, con un tamaño de muestra de 380 el cual se obtiene por medio de un muestreo aleatorio simple.

El **Objetivo General** de la investigación es: Elaborar una estrategia de toma de decisiones para generar inversión en emprendimientos de los jóvenes de la ciudad de Sucre.

Los **Objetivos Específicos** son:

- Elaborar el marco teórico referencial a partir de la revisión de la literatura más relevante centrada en el estudio de los factores y variables relacionadas con emprendimientos, el entorno y el proceso que pueden influir en la creación de una empresa.
- Elaborar un diagnóstico de los principales factores determinantes que influyen en la creación de nuevos emprendimientos de jóvenes de la ciudad de Sucre.
- Desarrollar lineamientos estratégicos de toma de decisiones para fortalecer emprendimientos en proceso de creación, considerando los factores determinantes.

Las **Tareas de Investigación** a cumplir son:

- Análisis del marco teórico conceptual con base en la bibliografía, que permita orientar con los elementos teóricos básicos sobre la propuesta del sector.
- Recopilación de información y datos estadísticos para el diagnóstico de factores determinantes en emprendimiento de jóvenes de la ciudad de Sucre.
- Aplicación de instrumentos para el análisis e interpretación de la información cuantitativa y cualitativa obtenida.
- Elaborar los tipos de acciones estratégicas para la propuesta.

La presente investigación asume la siguiente **hipótesis**:

Una estrategia para la toma de decisiones permitirá que los jóvenes de la ciudad de Sucre generen inversión en emprendimientos sólidos, estables y constantes

- **VARIABLE INDEPENDIENTE**

Una estrategia para la toma de decisiones en emprendimientos.

- **VARIABLE DEPENDIENTE**

Permitirá generar inversión en emprendimientos sólidos, estables y constantes.

OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Nivel Descriptivo					
Variable independiente	Dimensión	Indicador	Valor final	Tipo de variables	
Una estrategia para la toma de decisión en emprendimientos.	Factor Económico	Esquema de financiamiento	Dificultad baja, dificultad media, dificultad alta	Ordinal politómica	
		Crédito	Dificultad baja, dificultad media, dificultad alta	Ordinal politómica	
		Institución Financiera	Dificultad baja, dificultad media, dificultad alta	Ordinal politómica	
	Factor cultural y social	Temor al Fracaso	Si/No		Nominal dicotómica
		Autoconfianza en los conocimientos de emprendedor	Si/No		Nominal dicotómica
		Capacidades para la iniciativa emprendedora	Si/No		Nominal dicotómica
		Percepción Social	Dificultad baja, dificultad media, dificultad alta		Ordinal politómica
		La gestión de Impresiones	Dificultad baja, dificultad media, dificultad alta		Ordinal politómica
		Adaptabilidad Social	Dificultad baja, dificultad media, dificultad alta		Ordinal politómica
	Factor legal	La persuasión e Influencia	Dificultad baja, dificultad media, dificultad alta		Ordinal politómica
Variable dependiente	Dimensión	Indicador	Valor Final	Tipo de Variables	
Permitirá generar inversión en emprendimiento sólidos, estables y constantes	Desarrollo económico	Individuo	Psicológicas	Ordinal politómica	
			Motivacionales		
			Experienciales		
	Entorno	Redes familiares	Ordinal		

Nivel Descriptivo				
Variable independiente	Dimensión	Indicador	Valor final	Tipo de variables
			Redes informales de amigos	política
			Redes sociales	
			Comunicación con instituciones u otras empresas (relaciones estratégicas)	
			Ferias empresariales	
			Ruedas de negocios	
			Macro y micro empresas	

La investigación es de tipo **descriptivo**, porque se dedicó a indagar factores que influyen en la toma de decisión de invertir. Se observó y se describió el comportamiento de los jóvenes emprendedores sin influir sobre ellos de alguna manera.

Los métodos a utilizados en el proceso de investigación son:

- **Método deductivo:** El método deductivo se aplicó para revisar teorías ya establecidas acerca de factores que inciden en la creación de una empresa, para posteriormente seleccionar una de ellas que esté relacionada específicamente a la realidad que se quiere analizar en los jóvenes sucrenses.
- **Método inductivo:** Por otra parte, el método inductivo permitió analizar todos los factores que puedan influir en la creación de una empresa, para posteriormente determinar cuál es el factor principal según los jóvenes sucrenses.
- **Método de Analítico – Sintético:** El método analítico - sintético se aplicó para desglosar todos los posibles factores que influyen al momento de crear una empresa y así analizar detalladamente cada uno de ellos, también se los analizó de forma integral para ver cuál tiene mayor predominio según los jóvenes sucrenses.
- **Método Histórico lógico:** Lo lógico y lo histórico se complementan y vinculan mutuamente. Para poder descubrir las leyes fundamentales de los

procesos de emprendimientos, el método lógico debe basarse en los datos que proporciona el método histórico. En el estudio no se limitó sólo a la simple descripción de los hechos, sino también en la lógica objetiva en la toma de decisiones en emprendimiento de los jóvenes.

Entre los **Métodos Empíricos** utilizados se estableció la **encuesta** con una muestra determinada mediante el **Muestreo Aleatorio Simple** para determinar el tamaño de encuestados, con su instrumento el cuestionario, de esta manera se recolectó la información cuantitativa y cualitativa y constatar criterios acerca de la propuesta planteada, dirigida a jóvenes emprendedores de la ciudad de Sucre.

Caracterización de la Muestra:

- **Unidad:** Jóvenes de la ciudad de Sucre que tengan entre 18 y 34 años.
- **Elemento:** Jóvenes de la ciudad de Sucre que tengan entre 18 y 34 años con un grado de instrucción.
- **Extensión:** Área urbana de la ciudad de Sucre. (Distrito 1, 2, 3, 4,5)
- **Tiempo:** 3 meses.
- **Parámetro pertinente:**
 - ✓ Porcentaje de jóvenes de la ciudad de Sucre.
 - ✓ Porcentaje de jóvenes entre 18 y 34 años.
 - ✓ Porcentaje de jóvenes con un grado de licenciatura.

Cuadro 1: Población del Municipio de Sucre por distritos

Distritos	Total familias	Porcentaje (%)
Distrito 1	40,145	11.52%
Distrito 2	182,970	52.49%
Distrito 3	59,832	17.16%
Distrito 4	27,233	7.81%
Distrito 5	38,423	11.02%
Total:	348,603	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del CNPV INE 2012

- **Población:** Jóvenes entre 18 y 34 años (Distrito 1, 2, 3, 4,5) del Municipio de Sucre **38,864**.

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 38,864}{(0.05)^2 \times (38,864 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = 380,41$$

Aplicando la fórmula, como resultado tenemos una muestra de 380 jóvenes del municipio de Sucre, los cuales nos brindaron la información necesaria para el proceso de la investigación.

Se aplicó la **entrevista** para obtener información más profunda y poder indagar más allá de los factores económicos, culturales y legales, se utilizó la técnica de la entrevista, que es dirigida a algunos jóvenes que ya tuvieron experiencia en emprender un negocio y actualmente son exitosos. (Ver guía de anexos)

La **significación práctica** del presente trabajo de investigación se refleja en la difusión de la propuesta, lo cual favorecerá de manera integral a los jóvenes de la ciudad de Sucre.

La **Novedad Científica** del presente tema se constituye en un estudio investigativo nuevo que, a partir de la aplicación de la propuesta, se tiene un enfoque innovador para la toma de decisiones para generar inversión en emprendimientos de los jóvenes de la ciudad de Sucre.

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I

1 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1.1 El concepto de empresario

El Diccionario de la Real Academia define “empresario” como: “Titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa.” (Montenegro, 2013)

Pallares, Romero y Herrera, autores del libro «Hacer Empresa: Un Reto», definen al empresario como “una persona, entidad o grupo de personas que independientemente o asociadas, por voluntad propia y motivaciones individuales (dichas motivaciones pueden ir desde la satisfacción de hacer las cosas por sí mismas, hasta alcanzar cierto tipo de poder o distinción social), decide asumir un riesgo en la realización de una actividad económica determinada y en la cual aspiran a tener éxito”. (Annon, 2012)

Ferrell, H, Adriaenséns, Flores y Ramos, en el libro «Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante», “un empresario es una persona que arriesga su dinero, tiempo y esfuerzo para desarrollar un producto o forma de hacer algo innovador”. (Annon, 2012)

Persona natural o jurídica, titular de una unidad de producción y/o servicio, que independientemente o asociado y con voluntad propia, motivaciones individuales y capacidad de crear, desarrollar y hacer funcionar una empresa asume un riesgo en la realización de una actividad económica, comercial y/o de desarrollo de un producto o forma de hacer algo innovador para satisfacer una necesidad o deseo existente en la sociedad, a cambio de una utilidad o beneficio. (Annon, 2012)

Persona que se encarga de la dirección y gestión de una compañía, negocio o industria y que tiene como finalidad la obtención de beneficios económicos. (Gil, 2016)

1.2 Concepto de emprendedor

Se denomina emprendedor a aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzar y más luego llevarla a buen

puerto. Generalmente, este término, se aplica para designar a las personas que de la nada, solamente, con el capital de la idea, logran crear o fundar una empresa o ayudan a otro a realizarlo. Aunque si bien no existe una definición concreta sobre el término, características como ser la flexibilidad, el dinamismo, creatividad, orientación hacia la aventura y el riesgo, sirven para describir muy bien el perfil que observará la persona emprendedora. (Mendoza, 2014)

Peter Drucker dice esto: “Un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una de las herramientas del emprendedor”. (Drucker., 2013)

Un emprendedor es aquella persona que ha convertido una idea en un proyecto concreto, ya sea una empresa con fines de lucro o una organización social, que está generando algún tipo de innovación y empleos. No todos los emprendedores son iguales, sin embargo, podemos mencionar algunas características esenciales que todo emprendedor debe tener para alcanzar sus objetivos:

- **Disponer de gran energía:** Al comenzar un proyecto nos encontraremos con dificultades. Para poder enfrentarlas y superarlas debemos contar con suficiente energía física y mental, para no dejarnos abatir ante el primer tropiezo. La pasión con la que realicemos nuestro emprendimiento será el motor que nos impulsará para llegar a la meta. Pero la energía que empleemos debe ser racionalizada, y tenemos que tener la capacidad para saber dónde, cuándo y con qué intensidad utilizarla. Por ello es muy importante asumir el mando haciendo cumplir tres acciones importantes: pedir, delegar y supervisar.
- **Pensar como Emprendedor:** Es necesario tomar riesgos, lanzarse a la aventura de recorrer caminos inexplorados y encontrar ideas innovadoras. La creatividad y originalidad se convierten en dos componentes básicos en la mente de un emprendedor, sin perder nuestro sentido crítico que nos permita evaluar la marcha de nuestro proyecto y realizar las correcciones que sean necesarias.
- **Crear en el propio proyecto:** En muchos casos encontraremos barreras

para llevar adelante nuestro proyecto. La primera barrera con la que se encuentra un emprendedor es la cultural, que está presente en las sociedades que no reconocen o celebran la figura del emprendedor. Tendremos que estar convencidos de nuestro proyecto y de que es la forma de vida que queremos seguir pues probablemente las críticas de nuestro propio círculo social – familia, amigos, colegas- sea el primer obstáculo a sortear.

- **Dedicar el 100% del tiempo, recursos y esfuerzos:** En tu emprendimiento, tú serás tu propio jefe y también el líder de tu equipo. Nadie estará más interesado que tú en que tu negocio funcione y logre los objetivos. Por lo tanto, tendrás que dedicar todo tu tiempo, recursos, ingenio y esfuerzos en tu emprendimiento.
- **Disfrutar de los desafíos:** Es propio del ser humano sentir estrés ante situaciones de cambio o riesgo, que ni nuestro entusiasmo y energía por lo nuevo, podrían combatir. Debemos estar preparados para no dejarnos vencer en momentos de crisis, ser capaces de organizarnos y tener a su vez la flexibilidad para garantizar un resultado final exitoso.
- **Ver al fracaso como el camino hacia el éxito:** Un emprendedor es comparable a esos muñecos que se caen y se vuelven a levantar. Muchos emprendedores han vivido varios fracasos empresariales antes de lograr un éxito.
- **Estabilidad en las relaciones personales:** Un emprendedor trabaja en equipo y debe establecer un clima de armonía en sus relaciones personales, con sus compañeros de trabajo, sus proveedores, sus clientes. Por lo que deberá mostrar buena disposición para trabajar en conjunto y no dejar que el “aire se contamine” con las experiencias fallidas e insatisfactorias. Debe velar por el espíritu alentador y motivador de los integrantes del proyecto.
- **Ser un hábil Comunicador:** La comunicación eficaz es la base de las buenas relaciones y los negocios. Esto implica no solamente expresar nuestras ideas con claridad y ser concretos, sino también saber escuchar y no romper la cadena de la retroalimentación. La comunicación debe ser

bilateral para que no se creen confusiones y los integrantes del equipo se sientan comprendidos y tomados en cuenta. Esto nos permitirá tener diferentes puntos de vista y opiniones, que nos despejen el camino a seguir.

- **Tener conocimientos técnicos:** El camino que vamos a tomar y desarrollar nuestro emprendimiento tiene que ser conocido. Debemos manejar la materia con detenimiento, de manera tal de poseer el conocimiento y experiencia necesarios sobre el proceso productivo y los canales de comercialización. No debemos descartar el apoyo de un equipo de expertos en caso de que así se requiera.

Finalmente debemos analizar cuáles son los recursos con los que contamos y reconocer cuáles son nuestras fortalezas y debilidades, para saber en qué rubros necesitamos capacitación o la ayuda de expertos; considerando que el primer capital con el que contamos es nosotros mismos. Solo así estaremos listos para tomar la decisión de ser 100% emprendedores. (Rodriguez, 1014)

1.3 Los jóvenes emprendedores

En la actualidad y en muchos países la carencia de oportunidades laborales para jóvenes ha llevado a que éstos conciban la creación de empresa como una vía alterna para suplir sus necesidades de trabajo y desarrollo profesional. Pero a la vez, el creciente capital humano de los jóvenes les da un mayor espectro de alternativas, así como una mejor capacidad de identificación y explotación de oportunidades de negocio.

Por otra parte, en la incipiente literatura científica con relación a los jóvenes emprendedores ha sobresalido la discusión que desde diferentes perspectivas han comparado su actividad emprendedora con la del resto de emprendedores. Resultando que existe una tendencia que indica que son los jóvenes los que tienen mayor probabilidad de ser emprendedores.

Pasando sucintamente a estos estudios, se propone que la capacidad de aprendizaje y de cambio que las personas jóvenes poseen para asumir retos empresariales es mucho mayor que en personas de mayor edad. De igual forma, los individuos entre más se hacen mayores menos deseable se les hace abrir una nueva empresa porque su capacidad de riesgo disminuye con los años. Es

decir, entre más jóvenes más capacidad para tomar riesgos y por ende más probabilidad de ser emprendedores. De la misma forma, la situación socio-económica desde hace décadas ha llevado a que sean las personas jóvenes (menores de 30 años) las que posean menores costes de oportunidad para crear empresa. Debido a que los jóvenes suelen tener mucho menos responsabilidades de tipo familiar o personal que las personas mayores de 30 años. Además, si un joven fracasara en el intento de ser emprendedor todavía posee edad para buscar trabajo asalariado o reorientar su vida laboral a diferencia de las personas mayores que no les queda fácil encontrar trabajo después de cierta edad. Esa situación de que los costes de oportunidad para crear empresa son menores en los jóvenes, genera al mismo tiempo su capacidad de riesgo sea mayor y por ende posean menor miedo al fracaso que les permita desarrollar sus actitudes emprendedoras. (Fernandez, 2012)

1.4 La motivación para emprender: oportunidad vs necesidad

Las diferencias geográficas en emprendimiento pueden ser mejor comprendidas si se analizan los motivos que llevan a los individuos a iniciar una actividad empresarial. El modelo en el que se sustenta el proyecto GEM tiene en cuenta el poder explicativo de este análisis y, por ello, lo incluye distinguiendo dos motivaciones básicas del emprendimiento: la oportunidad y la necesidad. Estas motivaciones llevan a experiencias empresariales con características y consecuencias económicas distintas, que tienen su origen en dos tipos de actores claramente diferenciados, los emprendedores atraídos y los emprendedores forzados.

El emprendimiento por oportunidad, que hace referencia a los emprendedores atraídos, incluye aquellas iniciativas que se llevan a cabo con el fin de aprovechar una oportunidad de negocio no explotada, o parcialmente explotada, por otras empresas.

Por su parte, el emprendimiento por necesidad, que tiene su origen en los emprendedores forzados, engloba todas aquellas actividades que se ponen en marcha ante la falta de otras alternativas laborales que proporcionen un sustento económico.

Durante la última década se han realizado diversas investigaciones que estudian el impacto sobre el crecimiento y el desarrollo económico de ambos tipos de emprendimiento. Estos estudios han puesto de manifiesto que el emprendimiento por oportunidad suele tener un efecto positivo y significativo sobre el desarrollo de la economía; sin embargo, el emprendimiento por necesidad apenas lo tiene, pues el emprendedor dispone de pocos recursos para realizar inversiones, genera muy pocos empleos, las actividades en las que se centra crean poco valor y presentan una elevada tasa de abandono. (GEM, 2014)

1.5 Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor

Para ser un emprendedor se requiere tener cierto perfil, ciertas aptitudes y ciertas características de personalidad. No es una tarea fácil identificar con claridad cuál debe ser el perfil de un emprendedor, pero muchos autores coinciden que los factores más importantes a tener en cuenta, son los siguientes:

- Personalidad idealista y astuta, preocupada por hacer dinero, pero no obsesionados
- No les interesa demasiado el poder sino la autonomía, les gusta ponerse a prueba, enfrentar riesgos, pero no a lo loco, sino planificados;
- Les gusta demostrar y demostrarse lo que saben, pueden y valen;
- Tienen capacidad de concentración para la resolución y búsqueda de salidas exitosas a problemas, tienen cierto carisma o mística y esperanza respecto a su emprendimiento,
- No tienen todo absolutamente claro, tienen miedos como todo ser humano, pero a pesar de ello se animan;
- Son capaces de sacrificarse por su obra, pero sin perder la cordura, son ansiosos y buscan ofrecer un producto o servicio de calidad superior, distinto, destacado;
- Les gusta dejar su marca en la vida a través de su emprendimiento, están convencidos de que el éxito es 99% transpiración y 1% inspiración,
- Saben que se pueden equivocar, pero también saben que el fracaso es no intentarlo de nuevo.

Otros aspectos a tener en cuenta:

- **Autoconfianza.** La autoconfianza es la capacidad del individuo en creer en sí mismo, y en la posibilidad de conseguir sus metas personales. La persona emprendedora tiene que tener confianza absoluta en su proyecto y en que está preparada para sacarlo adelante. Va tomar decisiones y lo tiene que hacer de manera decidida, sin miedo y confiando en sí misma, aunque puedan ser erróneas o el resultado no sea el esperado.
- **Orientación al logro.** Se entiende como la persistencia para conseguir metas y objetivos personales, ejemplo emprender un negocio. El emprendedor tiene que saber dónde quiere llegar y estar en disposición de realizar todo lo necesario para lograrlo. Por eso, esta capacidad se relaciona con otras como la voluntad de finalizar correctamente las tareas que se comienzan, y con la energía vital y con el entusiasmo, necesarios para conseguir logros de largo recorrido.
- **Asunción de riesgos.** Supone una predisposición a no evitar situaciones que impliquen incertidumbre o riesgo potencial. La persona emprendedora va a asumir riesgos, pero éstos deben ser calculados. El proceso de creación de una empresa no se acomete (o, al menos, nunca debería hacerlo) de manera aleatoria. El emprendedor ha analizado el entorno, ha diseñado su producto o servicio, ha analizado la viabilidad de su negocio y ha establecido unos resultados previsibles para su actividad.
- **Expectativa de control.** Se relaciona con la capacidad de la persona para asumir la responsabilidad de sus propias acciones. En ocasiones, la persona emprendedora puede culpar de sus propias decisiones a otras personas o circunstancias. Esto sucede porque su expectativa de control es externa, esto es, considera que el resultado de sus acciones se debe a la suerte o a causas no relacionadas con su conducta.
- **Tolerancia a la frustración.** Puede definirse como la capacidad de persistir en la conducta encaminada a obtener un resultado, a pesar de las dificultades o retrasos que hayan de enfrentarse.

Esta es una cualidad fundamental en la persona emprendedora, porque va a tener que enfrentarse a retrasos, dificultades o imprevistos que le pueden llevar al desengaño y al fracaso. Es normal que no todo salga bien a la

primera y tropezar varias veces, pero es necesario saber afrontar los obstáculos que se pueden interponer en el camino y perseverar.

- **Orientación comercial.** Tiene que ver con la preferencia por las relaciones interpersonales laborales, lo que incluye la capacidad de comunicación y de obtención de la información adecuada para lograr los objetivos que se persiguen, o para la generación de relaciones de colaboración. Las habilidades o competencias más directamente relacionadas con este rasgo son las que tienen que ver con las habilidades de comunicación interpersonal, negociación y venta. (Mark, 2013)

1.6 Habilidades y aptitudes de un emprendedor

Las habilidades del emprendedor se pueden aprender, ya que más que un rasgo del carácter es una conducta, una actitud; define al emprendedor como la persona capaz de intuir una oportunidad de negocio y poner en práctica acciones arduas, creativas, difíciles y arriesgadas, que terminan en la creación de una empresa o negocio. (Drucker., 2013)

El emprendedor es una persona con determinadas actitudes, que puede contar con algunas habilidades y competencias. Una actitud se define como: “la predisposición a responder de manera consistente, a diversos aspectos de las personas, situaciones u objetos”. Se infiere la actitud de una persona por la forma como expresan sus creencias y sus sentimientos en base a su conducta. Las creencias son postulados basados en valores y experiencias del individuo. Se forman principalmente en base a sus antecedentes socioeconómicos y demás experiencias durante toda su vida. Son creencias aprendidas, por ejemplo: persevera y vencerás.

La forma de pensar de las personas provoca emociones que son sentimientos dirigidos a otras personas, cosas o situaciones. En una persona que tenga sentimientos positivos hacia la perseverancia, cuando las cosas no salen, su sentimiento naturalmente lo conduce a un comportamiento de perseverar.

Las actitudes se desarrollan como una representación de las personas y su entorno social. Se forman prototipos en la memoria de las personas que les permiten evaluar a priori individuos, situaciones u objetos y actuar en

consecuencia (Mark, 2013)

1.7 Factores determinantes

1.7.1 Determinantes económicos

El capital es un conjunto de recursos dinerarios (o que se pueden convertir en dinero) de una persona. En una empresa, son las aportaciones realizadas por los socios para su creación. También se denomina capital al principal de una deuda, que genera los correspondientes intereses. (Cardenas, 2015) El capital de trabajo para emprendedores cuando se crea un emprendimiento es uno de los rubros más difíciles de financiar. La mayoría de los emprendedores utilizan sus propios ahorros o utilizan sus tarjetas de crédito. Estas no son las mejores formas de financiar a la nueva empresa, por eso se considera:

- **Esquema de financiamiento:** Esta es una opción que no descapitalice a la empresa, además debe ser barata, a largo plazo y se pague con la operación misma del negocio. Depende de la naturaleza de la inversión tendrás que adquirir bienes, rentarlos o en el caso de mano de obra invertir en capacitar gente o conseguir a la más competente.
- **Crédito:** El crédito es un esquema en el que la inversión inicial por lo general es alta, las mensualidades también son altas y el bien que se adquiere es de la empresa. Por lo que se tiene que registrar como un activo, pagar impuestos por él y depreciarlo contable y fiscalmente a lo largo del tiempo.
- **Institución financiera:** Para elegir una institución financiera se debe tomar varios factores en cuenta. Lo de siempre es guiarse por la que ofrecen una tasa muy barata pero siempre manejan conceptos extras que en realidad le quitan lo atractivo. El segundo criterio es el plazo del financiamiento, entre más corto parece más económico, el riesgo es que la mensualidad va a ser más alta y puede ser que el flujo natural del negocio se encuentre con problemas para pagarla. El mejor criterio es guiarse por el flujo de la empresa y que pueda pagar sin problemas. Luego hay que investigar los requisitos que por lo general son muchos, esto quita tiempo y dinero ya que algunas solicitudes son con tanto papeleo que es mucho el tiempo que se le invierte y sin la seguridad que el

financiamiento vaya a ser aceptado. Por último, el tiempo de fondeo, ya que un crédito aceptado no siempre es sinónimo de fondeo rápido, hay instituciones que se tardan mucho tiempo para dar el dinero y esto quita competitividad. (Cardenas, 2015)

1.7.2 Los determinantes culturales

Dado que la actividad emprendedora es considerada una fuente importante de innovación tecnológica y crecimiento económico, se asume que comprender la influencia de la cultura nacional sobre el desarrollo empresarial es de considerable valor teórico, ya que los valores culturales son indicadores del grado en el cual una sociedad considera los comportamientos emprendedores y en todo caso hasta qué punto son deseables en ellas.

El entorno social y cultural incide en la conducta empresarial, particularmente en la decisión de iniciar el proceso de creación de una empresa. Así, en los últimos años ha habido un creciente acuerdo en que los valores culturales, las cogniciones y el ambiente social son factores determinantes en la comprensión de las diferencias de la conducta individual (MacMillan, 2013), pero aún son escasos estos estudios. Esta influencia se verifica, a pesar de que ciertos valores, como la independencia y la libertad, son esenciales para que el individuo decida crear su propia empresa (Schumpeter, 1963). Pues, se indica que un individuo que no valora la libertad o aquello que hace, es probable que no se convierta en empresario.

Otra cuestión diferente ha surgido recientemente en el campo de la Dirección de Empresas, donde se ha venido estudiando la influencia que poseen los valores culturales en las organizaciones, así como las posibles diferencias en relación a los valores entre distintas culturas y la incidencia de éstos en el ambiente organizacional de las empresas. Estos estudios centrados en los valores, de manera semejante a los realizados desde la perspectiva del Desarrollo Organizacional, consideran que las personas y las organizaciones son influenciadas tanto por la experiencia generada en otras organizaciones como también por el entorno social que les rodea.

Esta perspectiva socio-cultural, al igual que se aplica al desarrollo

organizacional, se debe plantear también al estudio de la emergencia empresarial. Así, el empresario, como cualquier otro individuo, está inmerso en una estructura de valores producto de la influencia del entorno el cual preexiste a su pensamiento y conducta. Los valores configuran la conducta del individuo, actuando como principios estratégicos del pensamiento, de la elección y de la acción orientada a la consecución de los objetivos deseados. Es decir, los valores actúan como elementos primordiales para el logro del éxito empresarial, organizativo y personal, ya que los valores también, afectan a los fines motivacionales del sujeto. (MacMillan, 2013)

- **La autoconfianza en los conocimientos y emprendedor**

La autoconfianza es el constructo central de la teoría del aprendizaje social de Bandura. En ésta dicho concepto es definido como la creencia de un individuo en su capacidad personal para organizar y ejecutar un trabajo o una serie específica de tareas, necesarias para alcanzar ciertos objetivos o resultados propuestos. La autoconfianza se adquiere gradualmente mediante el desarrollo de complejos cognitivos, sociales, lingüísticos y/o habilidades físicas que se obtienen a través de la experiencia.

Es importante entender que la autoconfianza en estos términos no se refiere a las habilidades objetivas que una persona tiene, sino a las percepciones que este individuo cree de lo que puede hacer con sus capacidades. Se ha observado que las personas están motivadas a lo largo de sus vidas por la autoconfianza percibida más que por la capacidad objetiva y que tales percepciones afectan profundamente a sus estados afectivos y comportamientos.

La autoconfianza ha sido relacionada teórica y empíricamente con el fenómeno del proceso emprendedor y es un factor que estimula a las personas a ser emprendedoras. Estudios empíricos ha demostrado que la confianza percibida en la propensión para actuar explica más de la mitad de la varianza en las intenciones emprendedoras. Algunos autores afirman que un individuo toma la decisión de ser empresario dependiendo de la evaluación que él o ella hagan de sus habilidades (Pascua, 2014)

- **El miedo al fracaso**

El miedo al fracaso ha sido identificado por numerosos estudios como otro factor significativo que impacta la actividad emprendedora, lo caracterizan más concretamente como un factor de tipo sociocultural capaz de disuadir a las personas a crear empresas. De la misma forma la Comisión Europea (2003) advierte que el estigma social del fracaso que deben asumir los emprendedores europeos aumenta los riesgos asociados con el ejercicio de sus actividades empresariales. Dicha entidad ha considerado tan importante la influencia negativa que ejerce tal estigma sobre los emprendedores y por ello que lo han incluido como unos de los problemas a solucionar dentro del Plan de Acción de la Agenda Europea para el Emprendimiento (European Commission, 2004).

Desde el ámbito académico se indica que, en los territorios con altos niveles de estigma social hacia el fracaso, los individuos tienen menor probabilidad de convertirse en empresarios. A diferencia de las culturas donde existe una mayor tolerancia y aceptación del fracaso empresarial, donde la probabilidad de personas de convertirse en emprendedor es mucho mayor. Desde esta óptica, el miedo al fracaso para los emprendedores es por un lado un estigma o castigo social por no lograr éxito empresarial. Por otra parte, una sensación de incertidumbre por arriesgarse a crear una empresa o tomar una decisión en términos económicos para su negocio.

Así pues, dependiendo del grado de miedo al fracaso del emprendedor lo llevará a tomar la decisión de crear o no la empresa o de generar un cambio o no en su negocio. (Pascua, 2014)

- **Las capacidades para la iniciativa emprendedora**

Se afirma que existen características que definen y orientan el comportamiento de los emprendedores, refiriéndose a ellos como: “personas que poseen una actitud innovadora, determinación para asumir riesgos y capacidad de gestión”, propone la división de dos fuerzas; internas y externas, que dominan y propician las actitudes emprendedoras.

Considera que las fuerzas internas que debe poseer un emprendedor es necesidad de realización personal; es decir sentirse motivado y satisfecho al

realizar un proyecto, afrontar los retos y buscar soluciones a las situaciones que se presentan, vocación innovadora; estar imaginando permanentemente formas novedosas de satisfacer deseos personales, integridad y responsabilidad social; compromiso moral, ético y legal, garantizar sus acciones y las consecuencias de cada uno de ellos, orientación al reconocimiento y recompensas; el deseo de realizar con éxito cada proyecto, visión optimista; en cualquier proyecto que se emprende generar entusiasmo y esperanza, tomar cada fracaso como aprendizaje y autonomía personal; la capacidad de pensar por cuenta propia.

Como fuerzas externas que influyen ya sea en forma positiva o negativa en las actitudes de los emprendedores señala al entorno político y económico, el contexto sociocultural, tecnológico, organizacional, familiar, educacional y la cultura laboral. (Pascua, 2014)

1.7.3 Los determinantes sociales

Baron y Markman (2000), apuntan cuatro de las aptitudes sociales de un emprendedor de éxito y que están directamente relacionadas con las características del liderazgo. Tales aptitudes, capaces de influir en el éxito empresarial, son la percepción social, es decir, aquella capacidad de percibir las motivaciones, características e intenciones de otros individuos; la gestión de impresiones, referida a la capacidad de inducir reacciones positivas hacia su propia imagen; la persuasión y la influencia, se trata de la capacidad de cambiar las actitudes y deseos de los otros en una dirección deseada y; finalmente, la adaptabilidad social, que es la habilidad de adaptarse a las más variadas situaciones sociales. Otras investigaciones empíricas también citan la extraversión – capacidad de comunicarse y relacionarse con otras personas - o el poder de persuasión, como variables que están positivamente relacionadas con la explotación exitosa de oportunidades de negocio (Burke et al., 2000). (Citado por Saboia, Martín, 2006). (Citado en Quintero 2007).

1.8 Las dimensiones del emprendimiento empresarial

Algunos autores han definido las características del emprendimiento (Formichella (2006), Kantis, (2002), Varela (2001), Shapero y Sokol (1982), entre otros. Se destacan los elementos que hacen referencia al emprendimiento

trabajados por Bolaños (2006), y por Gartner (1989). Estos dos autores han coincidido en enunciar la importancia de características que se encuentran por fuera del individuo y que hacen referencia a factores externos en Bolaños y a la dimensión del entorno en Gartner. También resaltan la importancia de relacionar las características intrínsecas del individuo (factores internos o dimensión individuo) con las externas a él a partir del proceso que se lleva a cabo para emprender. De acuerdo con Bolaños (2006), la decisión de emprender es un proceso interno que el emprendedor realiza en su mente. Este proceso se ve influenciado tanto por factores internos como por factores externos.

Los factores externos están agrupados en los tres niveles económicos: macro, meso y micro. Dentro de la macroeconomía factores como las regulaciones, impuestos, oportunidades y tratados de libre comercio podrían influir. En el nivel mismo el tejido empresarial y el asociacionismo de la región juegan un papel fundamental. En el nivel micro, la facilidad de organizar la empresa y la facilidad de encontrar mano de obra y empleados competentes es vital (Bolaños: 2006: 7).

Los Factores Internos están relacionados con un proceso mental del emprendedor. En este modelo el emprendedor combina las condiciones y factores que evalúa, analiza y decide constantemente conforme a las características del individuo (variables independientes) y del ambiente que le rodea (variables moderadoras). Se cree que en el proceso mental se encuentra el involucramiento cautivo del éxito y la concepción misma que la persona tiene de éste (Bolaños, 2006). Los factores adquiridos (hacen parte de los factores internos) tienen que ver con elementos del individuo y a la vez con aspectos adquiridos en el entorno.

Los factores internos no sólo hacen referencia a la actitud del individuo con base en factores hereditarios, sino que tienen que ver con la forma cómo asume su relación con el entorno. Gartner (1985: 6) plantea que la creación de nuevas empresas es un fenómeno multidimensional, cada variable describe sólo una dimensión y no debe ser tomada de forma aislada. Este autor presenta un listado de las variables del marco conceptual que corresponden a las cuatro dimensiones del proceso de creación de nuevas empresas, donde se ilustra el

alto grado de complejidad en la interacción de estas variables del fenómeno multidimensional que implica la creación de empresas. Haciendo un paralelo entre las dimensiones planteadas por Gartner y los factores tanto internos como externos identificados por Bolaños resulta que los factores internos representan las dimensiones del individuo; y los factores externos están relacionados directamente con el entorno, donde las dimensiones proceso y organización son las interfaces entre los factores externos e internos.

Cuadro 2: Variables del proceso de creación de nuevas empresas

Individuo	<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Psicológicas • Motivacionales • Experienciales • Habilidades comportamentales
Proceso	<p>Fase en el proceso de creación de empresas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Idea de negocio - Gestión
	<ul style="list-style-type: none"> • Momento de la creación
	<ul style="list-style-type: none"> • Interrumpieron el proceso
	<ul style="list-style-type: none"> • Desistieron en el proceso
	<ul style="list-style-type: none"> • Momento de la post-creación
Entorno	<p>Relaciones empresa-entorno (redes):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes familiares
	<ul style="list-style-type: none"> • Redes informales de amigos
	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales (grupos, organizaciones)
	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación con instituciones y otras empresas
	<ul style="list-style-type: none"> • Intercambio sectorial (con eslabones de la cadena productiva)

Fuente: <https://1library.co/document/z3on6xdz-dimensiones-empredimiento-empresarial-experiencia-programas-cultura-emprender-medellin.html>

CAPÍTULO II

CAPÍTULO II

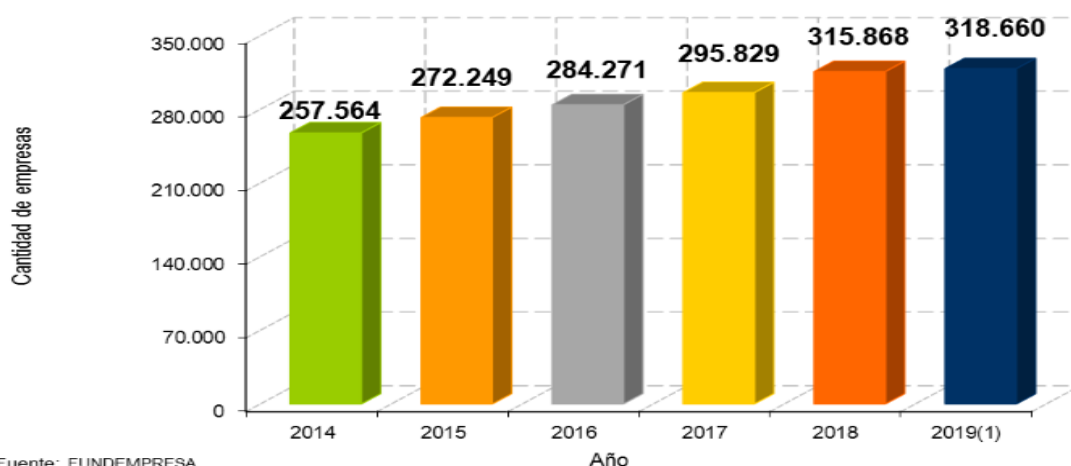
2 DIAGNÓSTICO

2.1 Emprendimientos en Bolivia

Pese al clima económico internacional adverso, entre enero y julio de 2019 se crearon en Bolivia 11.413 nuevas empresas, lo que representa un promedio de 54 unidades económicas por día, aunque la mayoría son unipersonales con poca generación de empleo, según explican economistas con datos de la Fundación para el Desarrollo Empresarial (Fundempresa). (Quenallata, 2019)

A julio de 2019 la base empresarial vigente alcanzó un total de 322.825 empresas a nivel nacional, cifra superior en un 4% a la observada en el mismo periodo de 2018.

Gráfico 1: Bolivia: Base Empresarial Vigente por gestión, 2014–2019 (En cantidad de empresas)



Del universo de empresas activas en Bolivia el 79% son empresas unipersonales, el 19% sociedades de responsabilidad limitada y el 1% sociedades anónimas.

Una encuesta realizada en abril y mayo de 2019 por Herbalife Nutrition y OnePoll precisa que el 79% de quienes han abierto un negocio están felices con el cambio, convirtiendo a Bolivia en uno de los países sudamericanos con el porcentaje más alto de emprendedores.

El mayor porcentaje de empresarios por cuenta propia se encuentra en un rango de edad comprendido entre los 18 y 41 años de edad, lo que demuestra que la gente joven en el país, pese a las adversidades, la excesiva burocracia y el poco apoyo, considera importante tener algo propio y generar ingresos". (Quenallata, 2019)

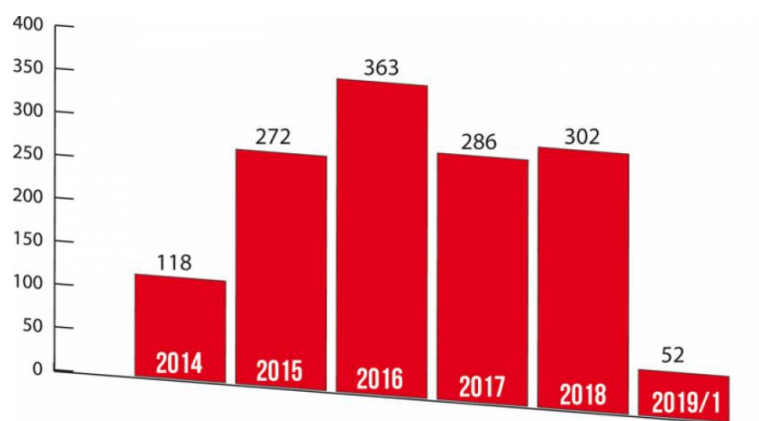
Los emprendimientos en Bolivia se enfocan principalmente en los sectores de hotelería, restaurantes, comida rápida, servicios de cáterin y alimentos naturales o saludables. Les sigue en importancia el comercio en general, principalmente la importación de distintos tipos de artículos para su posterior comercialización.

Santa Cruz de la Sierra, es la ciudad de Bolivia con la más alta tasa de apertura de nuevos emprendimientos (crecimiento del 32% a marzo de 2017), y que a su vez la han convertido en el motor económico del país.

A pesar que constituye un riesgo y bastante trabajo formar una empresa, muchos bolivianos han visto en ella la mejor manera de salir de su zona de confort, ser su "propio jefe" y tener horarios flexibles.

2.1.1 Emprendimientos en el Departamento de Chuquisaca

- **Cancelación de matrícula.** En Chuquisaca el número de empresas que decidió cancelar su matrícula creció en el último quinquenio, según los últimos datos de Fundempresa; las nuevas empresas también bajaron: de 2.079 en 2014 a 976 en 2018. En el resto de los departamentos, también hubo un decremento de empresas. (Redacción Capitales, 2019)

Gráfico 2: Chuquisaca: Matrículas cancela

Fuente: Fundempresa, Chuquisaca, 2019

De acuerdo con los datos de Fundempresa, que opera el Registro de Comercio de Bolivia, el número de cierre de empresas comenzó a escalar en 2014, cuando empezó la desaceleración de la economía. En 2013, se cerraron 83 empresas en Chuquisaca. Al año siguiente, fueron 188.

La escalada no paró hasta 2016, cuando se cerraron 363 empresas, 207,6% más que en 2014. En 2017, la cifra cayó levemente hasta 286, pero volvió a subir el año pasado: 2018 terminó con 302 empresas cerradas. (Redacción Capitales, 2019)

Entre 2014 y 2018, el número de cierre de empresas creció en 155,9%. Del total de las empresas que se cerraron, el 94,6% fueron unipersonales. El resto, sociedades de responsabilidad limitada.

- **Empresas nuevas.** El número de nuevas empresas que registró el departamento entre 2014 y 2018 se situó por encima del número de bajas, pero cada vez menos.
 - ✓ En 2013, Chuquisaca registró 3.022 nuevas empresas. En el año siguiente, el número cayó hasta 2.079.
 - ✓ En 2017, el departamento reportó 713 nuevas empresas. Comparado con la cifra de 2013, la caída fue del -76,4%. (Redacción Capitales, 2019)

- ✓ El 2018 hubo una leve recuperación, cuando el número se situó en 976. De todos modos, entre 2014 y 2018, la caída fue del -53%. (Redacción Capitales, 2019)
- ✓ Hasta abril, de 2019, había 201 nuevas, 51% menos que en el año 2018. La mayoría de las nuevas empresas se abrió en Sucre (169 en total); 13, en Monteagudo; 3, en Camargo; 3, en Muyupampa; 2, en Serrando, y 2 más, en Yamparáez. En Azurduy, Culpina, Las Carreras, Macharetí, Mojocoya, Poroma, San Lucas, Tarabuco y Yotala, una empresa en cada municipio. De las 201 nuevas empresas, 185 fueron registradas como unipersonales y el restante cómo SRL. (Redacción Capitales, 2019)

2.1.2 Emprendimientos en el Municipio de Sucre

Según la teoría económica y la experiencia de países desarrollados, la clave principal para conseguir crecimiento y desarrollo de una región se encuentra en la capacidad y estructura empresarial que esta tenga y, en definitiva, en la creación de nuevos emprendimientos, pues estos serán los que dinamicen la economía.

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad San Francisco Xavier, desde el año 2016, viene desarrollando de forma anual la Feria de Emprendimientos, donde los estudiantes que cursan las diferentes carreras de la Universidad y de la cual se han generado emprendimientos que a la fecha se encuentran interactuando en el mercado local. Sin embargo, para garantizar que estos nuevos emprendimientos tengan éxito se requiere de un soporte de políticas públicas e industriales a nivel micro y macroeconómico que apoye y fortalezca, entre otros aspectos, la forma de financiar los negocios y la tecnología para llevarlos a cabo.

El Municipio de Sucre tiene una generación de jóvenes emprendedores, por cuenta propia se encuentra en un rango de edad comprendido entre los 18 y 41 años de edad, lo que demuestra que la gente joven a pesar de las adversidades, la excesiva burocracia y el poco apoyo, considera importante tener algo propio y generar ingresos.

Los emprendimientos en el municipio se enfocan principalmente en los sectores

de: restaurantes, comida rápida, alimentos naturales o saludables y comercio, esto refleja que la comida y el comercio representan una gran oportunidad para los emprendedores. En los últimos años la tecnología cobró importancia como una alternativa para emprender negocios.

La investigación vio por conveniente utilizar el instrumento de la encuesta para la recolección de información y estaba dirigido a jóvenes emprendedores que se encuentran viviendo en los distritos 1, 2, 3, 4 y 5 de la ciudad de Sucre.

Se tomó en cuenta como unidad de análisis a las “jóvenes emprendedores”, que brindaron información sobre su comportamiento al momento que emprender un negocio y otros factores determinantes que influyen en esta decisión.

2.2 Resultados obtenidos

2.2.1 Resultados de la encuesta a jóvenes

2.2.1.1 Caracterización de los jóvenes de la ciudad de Sucre

2.2.1.1.1 Edad de las jóvenes

Para el análisis de la investigación, fue de relevancia la variable edad, tomando en cuenta que esta investigación está enfocada específicamente para jóvenes.

La edad del individuo como factor demográfico puede ser un elemento atribuible a las capacidades emprendedoras; constituye un indicador que permite tener una idea general respecto a sus posibles tendencias de empresario.

Cuadro 3: Edad

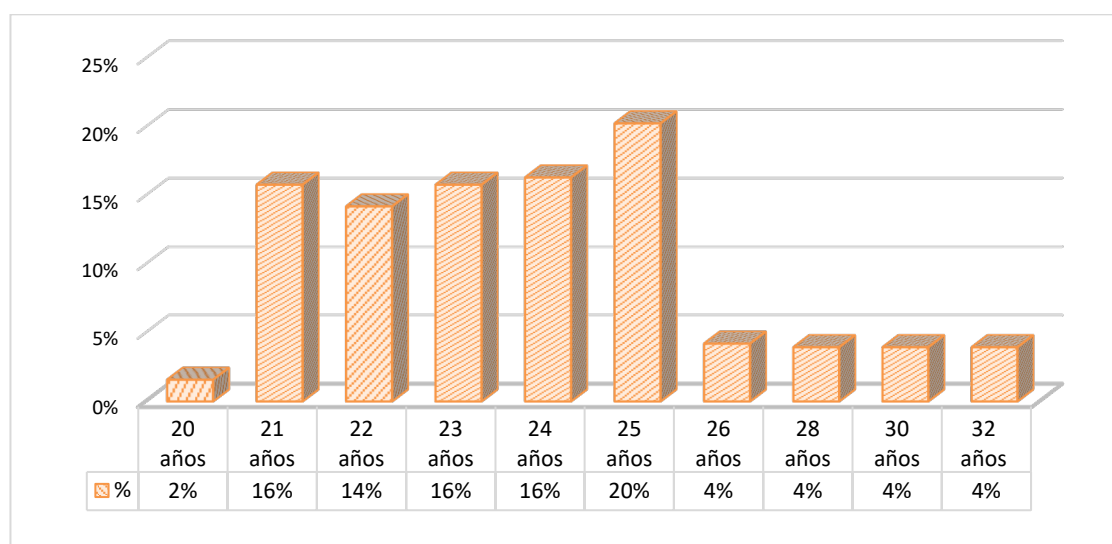
Edad	Frecuencia	Porcentaje
20 años	6	2%
21 años	60	16%
22 años	54	14%
23 años	60	16%
24 años	62	16%
25 años	77	20%

26 años	16	4%
28 años	15	4%
30 años	15	4%
32 años	15	4%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

La mayoría de las encuestados oscilan entre los 25 años, se encuestó a jóvenes entre 20 y 32 años, la razón fue que se encuestó de forma aleatoria es por eso que no se pudo encuestar en la totalidad del rango que se había planteado; no obstante, el rango aún está dentro de lo que se estableció como “jóvenes”.

Gráfico 3: Edad



Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.1.2 Procedencia de los jóvenes profesionales de la ciudad de Sucre

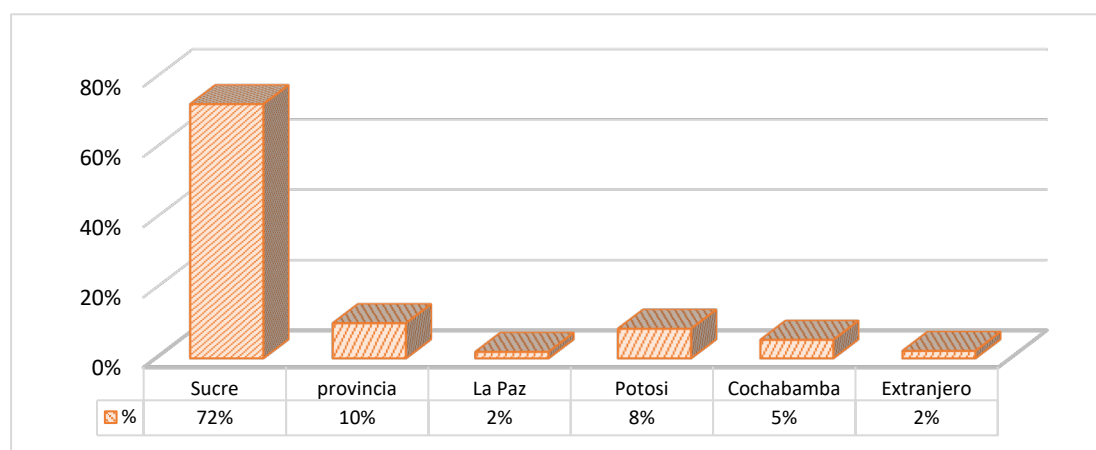
La procedencia de las jóvenes será tomada en cuenta en la investigación, para poder analizar si el comportamiento de cada una de ellas varía con respecto al lugar de donde nació o proviene. Cada país, departamento, provincia posee una cultura, valores, tradiciones distintas a las otras.

Cuadro 4: Procedencia

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Sucre	275	72%
Provincia	38	10%
La Paz	7	2%
Potosí	32	8%
Cochabamba	20	5%
Extranjero	8	2%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

La mayoría de los encuestados fueron de la capital de Sucre, que representan el 72% del total de jóvenes sometidas al estudio; el porcentaje que le sigue es del 10% y está representado por jóvenes de provincias que actualmente viven en la ciudad. El 8% está representado por jóvenes del departamento de Potosí, el cual es un departamento vecino muy cercano.

Gráfico 4: Procedencia

Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.1.3 Estado civil de las jóvenes profesionales de la ciudad de Sucre

Se encuentra relevante el estado civil de los jóvenes encuestados, debido a que de acuerdo a que se encuentren solteras, casadas, divorciadas, entre otras, se hallarán en diversas situaciones a las cuales enfrentarse con respecto al sustento de una familia.

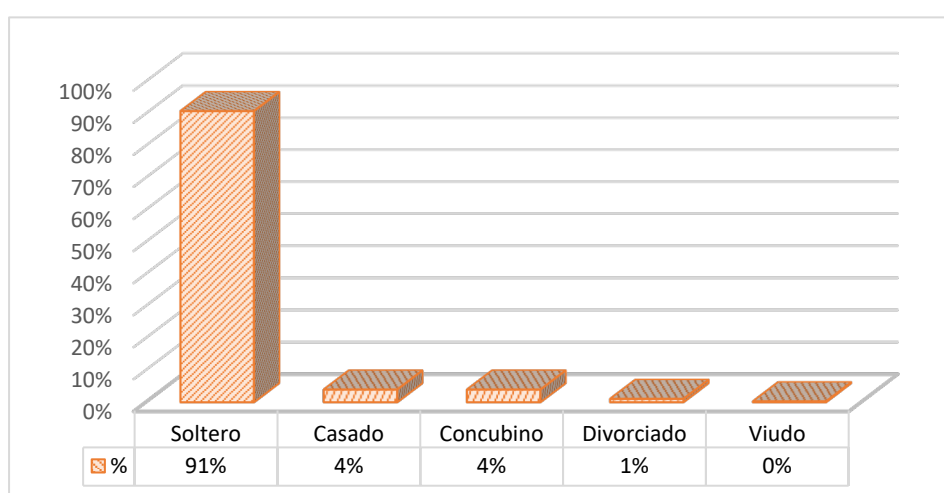
Cuadro 5: Estado Civil

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltera	345	91%
Casado	15	4%
Concubino	15	4%
Divorciado	4	1%
Viudo	1	0%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

El 91% de las jóvenes encuestadas respondió que se encuentran solteras, lo que significa que aún no tienen responsabilidades de mantener o sustentar a una familia.

Gráfico 5: Estado Civil



Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.1.4 Tenencia de hijos en jóvenes profesionales de la ciudad de Sucre

La obtención de datos sobre la tenencia de hijos, ayudará a precisar las características sociodemográficas de los jóvenes encuestados. Los jóvenes que poseen hijos no tendrán el mismo comportamiento que los que no poseen hijos, esto se debe a que un hijo es una responsabilidad muy grande, el cual necesita de bastantes recursos económicos.

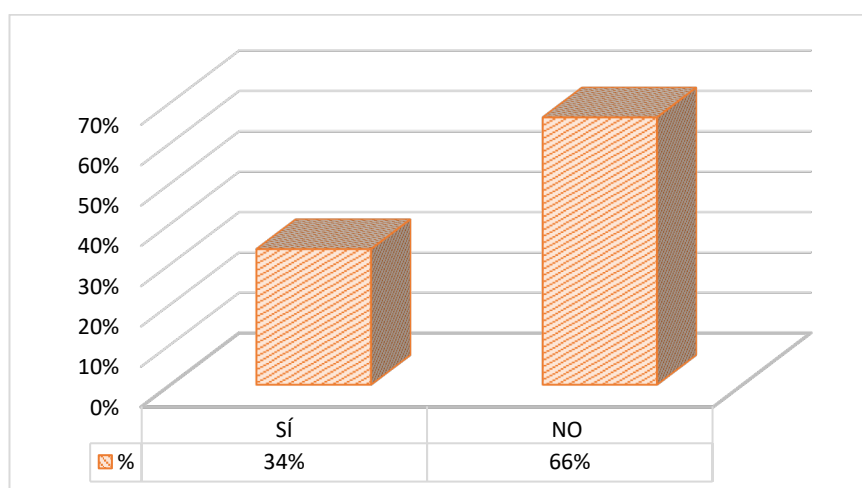
Cuadro 6: Tenencia de hijos

Tenencia de hijos	Frecuencia	Porcentaje
Sí	128	34%
No	252	66%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

El 66% de las jóvenes encuestadas no tiene hijos; no obstante, el otro 34% restante de jóvenes si tienen hijos.

Gráfico 6: Tenencia de hijos



Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.1.5 Nivel académico de las jóvenes de la ciudad de Sucre

La educación sin duda tiene una gran influencia sobre la formación de un perfil emprendedor, ya que permite ver las oportunidades y analizar los recursos existentes, además de lograr la vinculación entre estos aspectos y proyectarse hacia nuevas perspectivas en cuanto al emprendedurismo.

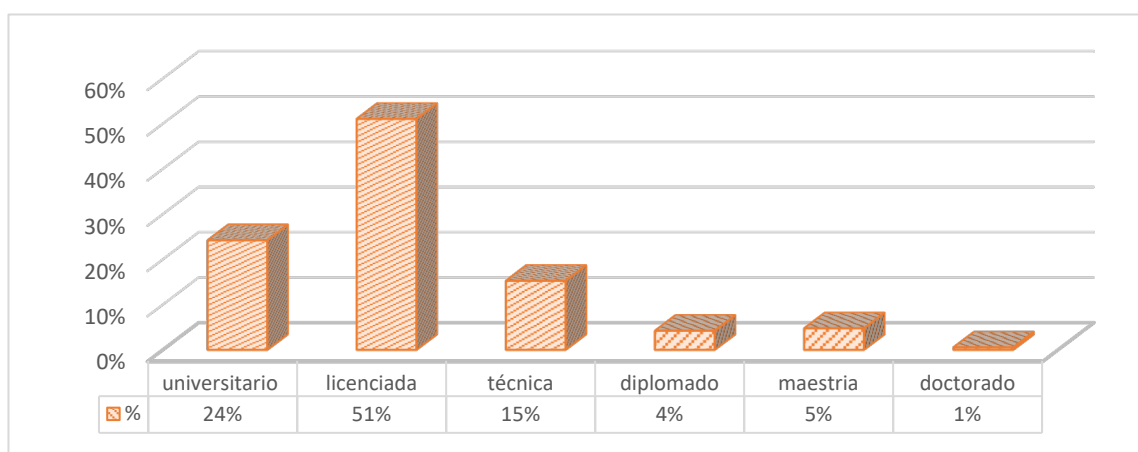
Se cree necesario difundir, entusiasmar, motivar, formar y ayudar al nacimiento de iniciativas emprendedoras entre los jóvenes desde que se van formando académicamente en el colegio.

Cuadro 7: Nivel académico

Nivel académico	Frecuencia	Porcentaje
Universitario	92	24%
Licenciada	194	51%
Técnica	58	15%
Diplomado	16	4%
Maestría	18	5%
Doctorado	2	1%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

Los resultados de la encuesta dieron a conocer resultados relevantes en el aspecto del nivel educativo vencido. Más del 50% de los jóvenes encuestados alcanzaron la licenciatura, el 24% solo culminaron sus estudios universitarios y el 15% obtuvo un grado a nivel técnico.

Gráfico 7: Nivel académico

Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.2 Caracterización del empleo y los ingresos

2.2.1.2.1 Situación laboral de los jóvenes profesionales de la ciudad de Sucre

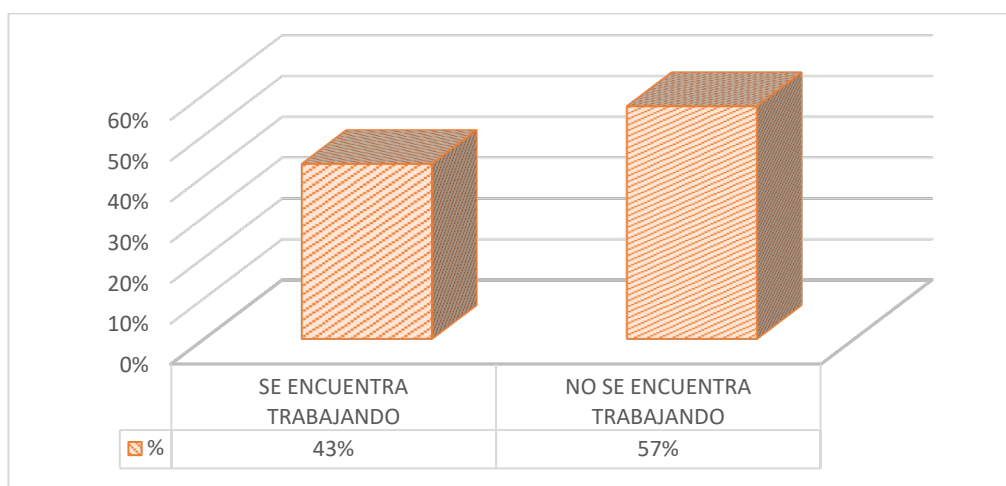
Para la investigación se vio necesario recolectar información sobre la situación laboral de los jóvenes de la ciudad de Sucre, debido a que esta variable nos mostrara si se encuentran empleados o desempleados. Esta variable es de importancia porque tiene una relación directa con los ingresos; si una joven se encuentra trabajando, se entiende también que está percibiendo un ingreso o remuneración.

Cuadro 8: Situación laboral

Situación laboral	Frecuencia	Porcentaje
Se encuentra trabajando	164	43%
No se encuentra trabajando	218	57%
Total	382	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

Según los datos obtenidos, el 57% de las jóvenes encuestadas no se encuentra trabajando o carece de un empleo; el 43% restante se encuentra trabajando, es decir, posee de un salario o sueldo mensual.

Gráfico 8: Situación laboral

Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.2.2 Sector en el que se encuentra trabajando los jóvenes profesionales de la ciudad de Sucre

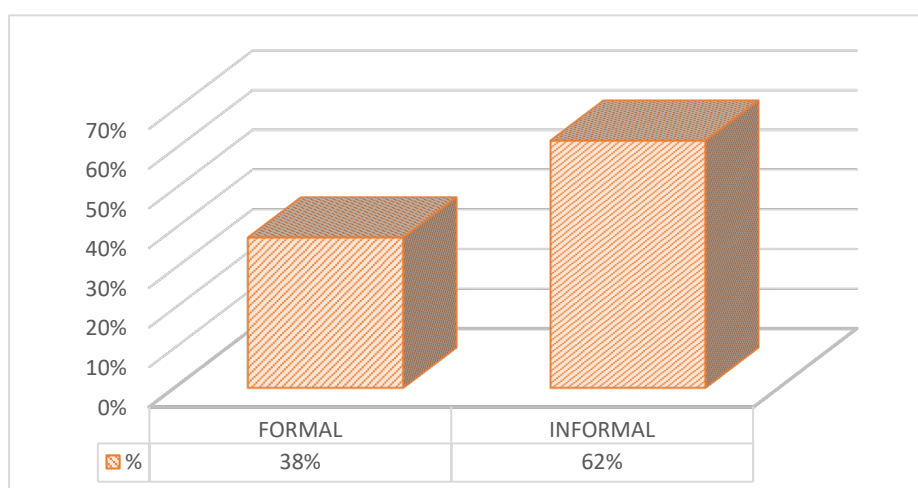
Es importante recolectar información sobre el sector laboral en el que se encuentran trabajando los jóvenes, debido a que esta variable nos mostrará los beneficios que puede gozar. Tanto el sector formal como el sector informal pueden gozar de los mismos beneficios como también de distintos con respecto a la remuneración que perciben, el doble aguinaldo, primas, entre otras.

Cuadro 9: Sector laboral

Sector laboral	Frecuencia	Porcentaje
Formal	62	38%
Informal	102	62%
Total	164	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

En el gráfico se puede observar que el 38% de los jóvenes se encuentran trabajando en el sector formal, lo que significa que pueden gozar de mejores beneficios sociales. El otro 62% se encuentran trabajando en el sector informal.

Gráfico 9: Sector laboral

Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.2.3 Ingreso mensual que perciben los jóvenes profesionales de la ciudad de Sucre

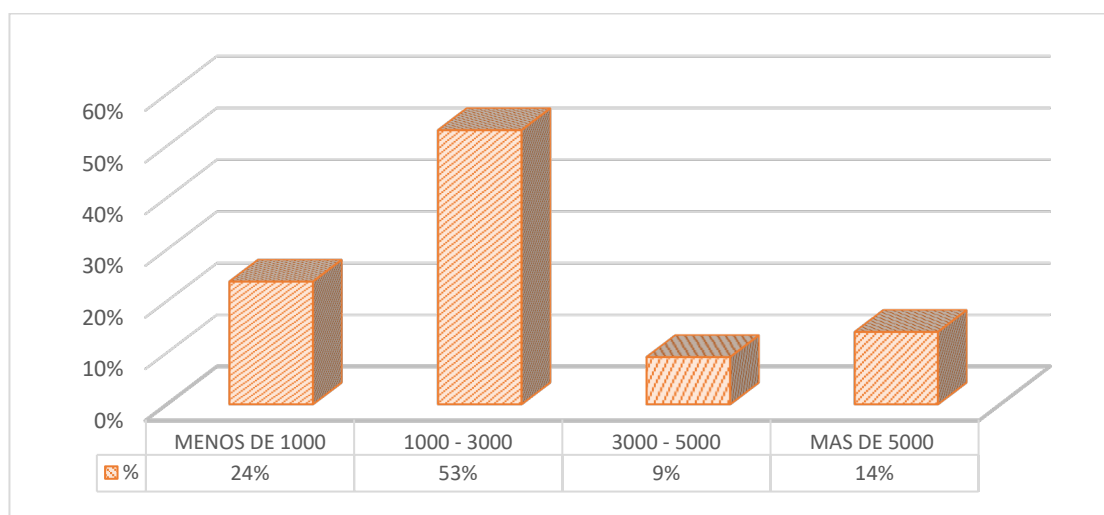
Para la investigación, el ingreso, es una variable que será tomada en cuenta debido a que ayudará a entender la necesidad que tienen los jóvenes de poder emprender un negocio. El ingreso es utilizado para satisfacer las necesidades más importantes; no obstante, hoy en día el poder adquisitivo ha disminuido considerablemente, por lo que no llega a ser suficiente el ingreso mensual percibido.

Cuadro 10: Ingreso mensual

Ingreso mensual	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1000	39	24%
1000 - 3000	87	53%
3000 - 5000	15	9%
MAS DE 5000	23	14%
Total	164	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

Más del 50% de las jóvenes encuestadas señaló que posee un ingreso mensual entre 1.000 a 3.000 bolivianos. El 24% señaló que posee un ingreso mensual menor a los 1.000 bolivianos y el 14% posee un ingreso mensual mayor a 5.000.

Gráfico 10: Ingreso mensual

Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.2.4 Percepción de la satisfacción de necesidades de los jóvenes profesionales de la ciudad de Sucre, en relación a su ingreso mensual

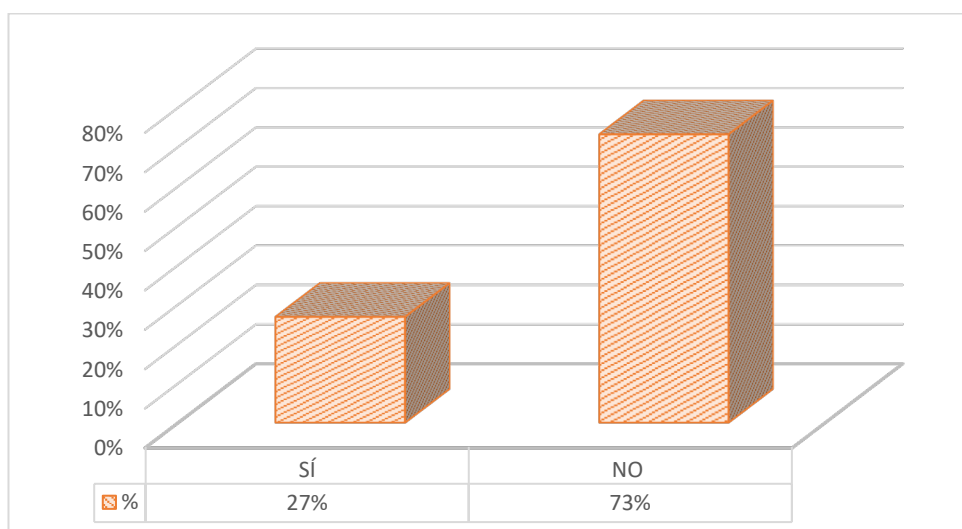
Es de importancia relacionar el ingreso con la satisfacción de necesidades, debido a que, si no se cumple la satisfacción total, será un factor para que los jóvenes busquen nuevas fuentes de empleo que les generen un mayor ingreso.

Cuadro 11: Relación ingreso y satisfacción de necesidades

Relación ingreso y satisfacción de necesidades	Frecuencia	Porcentaje
Sí	44	27%
No	120	73%
Total	164	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

En el gráfico se puede observar, que el 73% de los encuestados percibe no cubrir todas sus necesidades con su ingreso mensual. Definitivamente esta situación es considerada como un factor que motive a los jóvenes a emprender un nuevo negocio, que genere mejores ingresos y a la vez mejores condiciones de vida.

Gráfico 11: Relación ingreso y satisfacción de necesidades

Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.3 Caracterización de la inversión o negocio**2.2.1.3.1 Tenencia de una inversión en negocio de los jóvenes profesionales de la ciudad de Sucre**

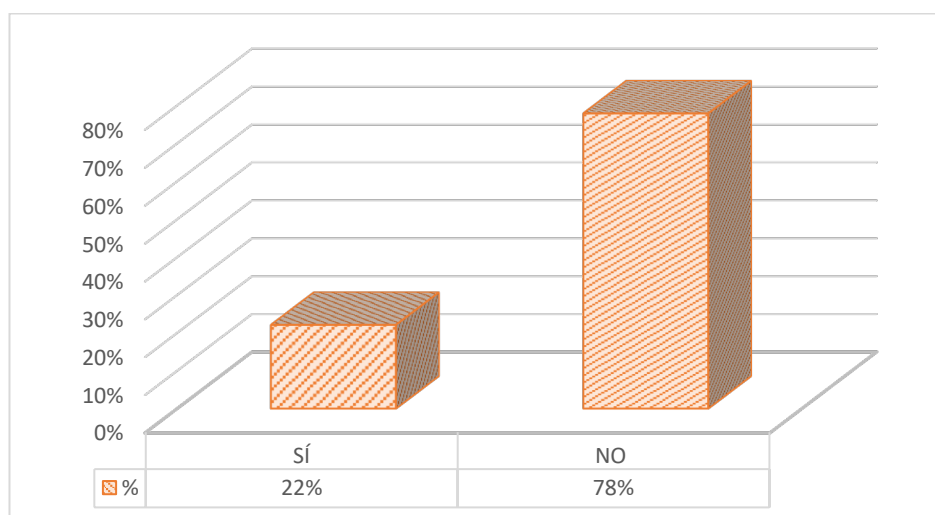
Es importante para la investigación, el analizar a todas aquellas jóvenes que posean un negocio o emprendimiento, debido a que nos arrojarán información sobre los factores que influyeron en la toma de decisión de invertir.

Cuadro 12: Tenencia de una inversión o negocio

Tenencia de una inversión o negocio	Frecuencia	Porcentaje
Sí	84	22%
No	296	78%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

El 78% de la población juvenil encuestada señaló no tener ningún tipo de emprendimiento o negocio. Por otra parte, el 22% respondió sí tener un negocio o inversión, por lo que las siguientes preguntas estarán dirigidas específicamente a ellas, que son un total de 84 jóvenes.

Gráfico 12: Tenencia de un negocio o inversión

Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.3.2 Principal motivación que tuvieron los jóvenes profesionales de la ciudad de Sucre para emprender

Identificar los aspectos motivacionales es muy importante, debido a que esta información será muy útil para determinar la principal motivación que consideran los jóvenes al momento de emprender un negocio.

Cuadro 13: Principal motivación para invertir en un negocio

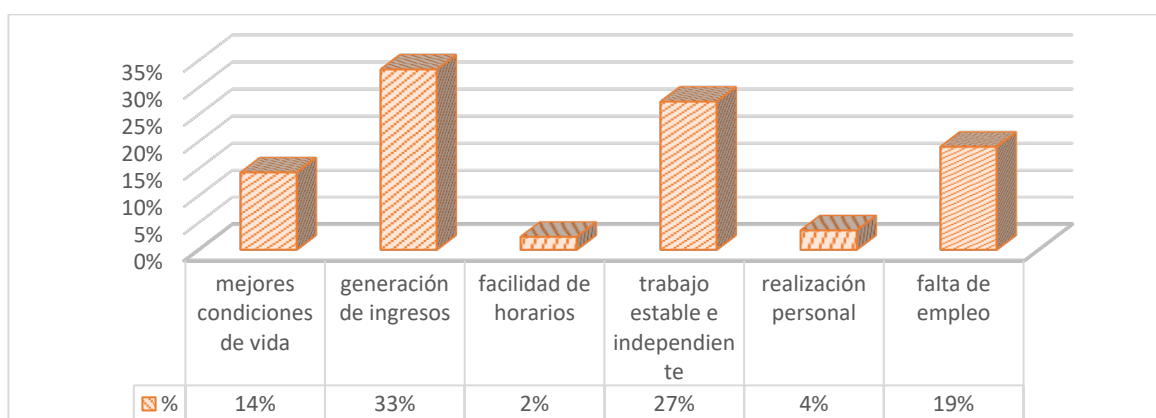
Motivación a invertir en un negocio	Frecuencia	Porcentaje
Mejores condiciones de vida	12	14%
Generación de ingresos	28	33%
Facilidad de horarios	2	2%
Trabajo estable e independiente	23	27%
Realización personal	3	4%
Falta de empleo	16	19%
Total	84	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

En el gráfico se observa que, el 33% de los jóvenes respondió que su principal motivación fue la generación de ingresos, el 27 la motivación fue el de tener un trabajo estable e independiente, y el 19% fue la falta de empleo. Se puede concluir

que estas tres respuestas con mayor porcentaje tienen relación, tomando en cuenta que la falta de empleo, o el hecho de obtener un empleo con un ingreso bajo remunerado es el motivo principal, por el cual los jóvenes decidieron invertir en un negocio propio.

Gráfico 13: Principal motivación para emprender un negocio



Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.3.3 Rubros en los que se encuentran los negocios de los jóvenes de la ciudad de Sucre

Es importante analizar el rubro al que pertenecen los negocios de los jóvenes, ya que ellos tienen una visión muy distinta a comparación de los adultos, al momento de invertir en un negocio, como también la visión es distinta de acuerdo a la experiencia y edad.

Cuadro 14: Rubro al que pertenece el negocio

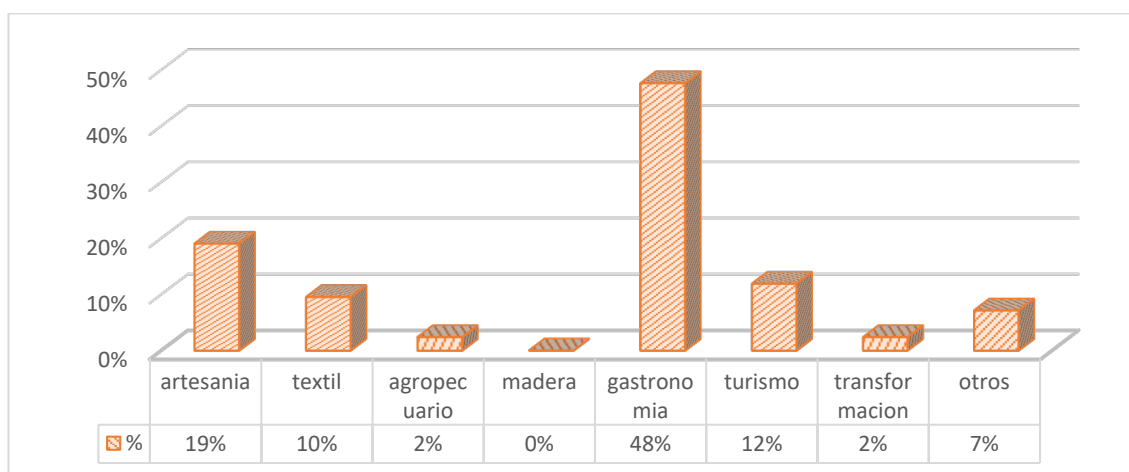
Rubro del negocio	Frecuencia	Porcentaje
Artesanía	16	19%
Textil	8	10%
Agropecuario	2	2%
Madera	0	0%
Gastronomía	40	48%
Turismo	10	12%
Transformación	2	2%

Rubro del negocio	Frecuencia	Porcentaje
Otros	6	7%
Total	84	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

El 48% de las jóvenes indicó que su negocio pertenece al sector gastronómico, esto significa que los jóvenes buscan destacar sus cualidades culinarias y a través de ellas obtener ganancias como generación de una fuente de empleo. El 19% de los jóvenes indicó que su negocio está en el sector artesanal y el 12% está en el sector de turismo.

Gráfico 14: Rubro al que pertenece el negocio



Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.3.4 *Tiempo en marcha de los negocios de los jóvenes de la ciudad de Sucre*

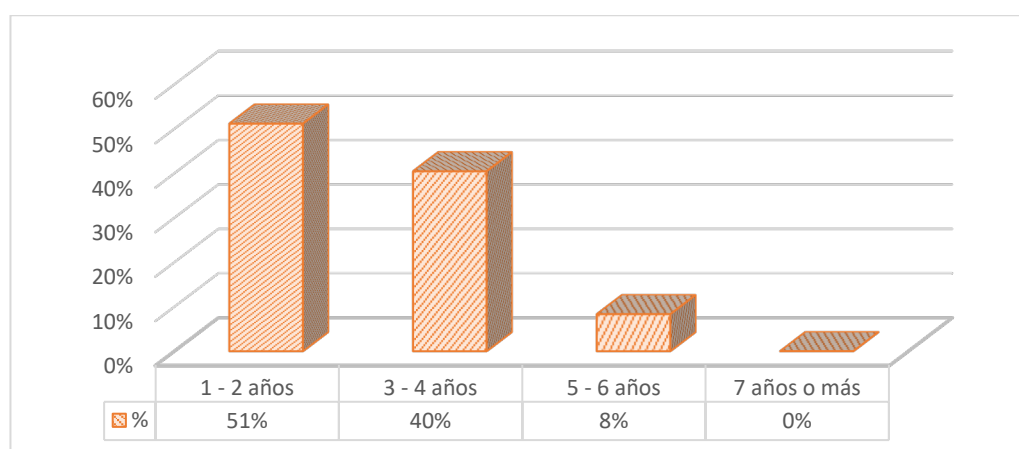
Analizar el tiempo de funcionamiento del negocio es importante, porque a través de estos datos podremos determinar si los negocios recién se están solidificando o ya son negocios sólidos y estables. Emprender un negocio no es una tarea sencilla, sin embargo, mantener en marcha un negocio y volverlo estable es una tarea aún mucho más complicada.

Cuadro 15: Tiempo en marcha del negocio

Tiempo en marcha del negocio	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2 años	43	51%
3 - 4 años	34	40%
5 - 6 años	7	8%
7 años o más	0	0%
Total	84	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

Más del 50% de las jóvenes encuestadas señaló que su negocio tiene un tiempo de funcionamiento de 1 a 2 años, lo que significa que es un negocio que está aún en proceso de consolidación; el 40% señaló que tiene un tiempo de funcionamiento de 3 a 4 años, es decir, son negocios con mayor recorrido y por tanto son mucho más estables.

Gráfico 15: Tiempo en marcha del negocio

Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.3.5 Realización de un estudio de factibilidad previo para los negocios de los jóvenes profesionales de la ciudad de Sucre

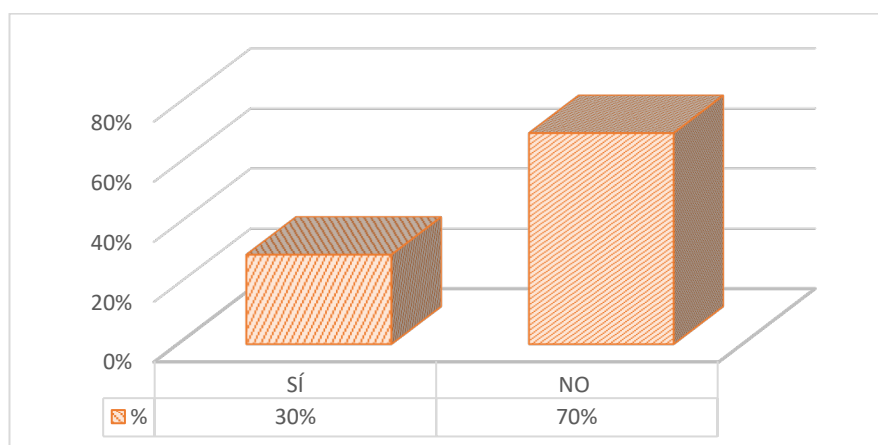
Un estudio de factibilidad previo, es recomendable para poder emprender un negocio de la manera más adecuada; no obstante, la falta de conocimiento empresarial ha llegado a ser un obstáculo para realizar esta etapa de suma importancia. Al realizar este estudio se podrá determinar el negocio será factible o no, y te guiará a que tomes la mejor decisión basada en datos financieros.

Cuadro 16: Estudio previo de factibilidad

Estudio previo de factibilidad	Frecuencia	Porcentaje
Sí	25	30%
No	59	70%
Total	84	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

En el gráfico se observa que, el 70% de los jóvenes encuestados respondió no haber realizado un estudio previo de factibilidad, lo que significa, que la falta de información empresarial se presenta como un problema, tomando en cuenta que este estudio sería de gran ayuda al momento de tomar una decisión de invertir.

Gráfico 16: Estudio previo de factibilidad

Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.3.6 Principal motivo por el cual no han decidido invertir en un negocio los jóvenes de la ciudad de Sucre

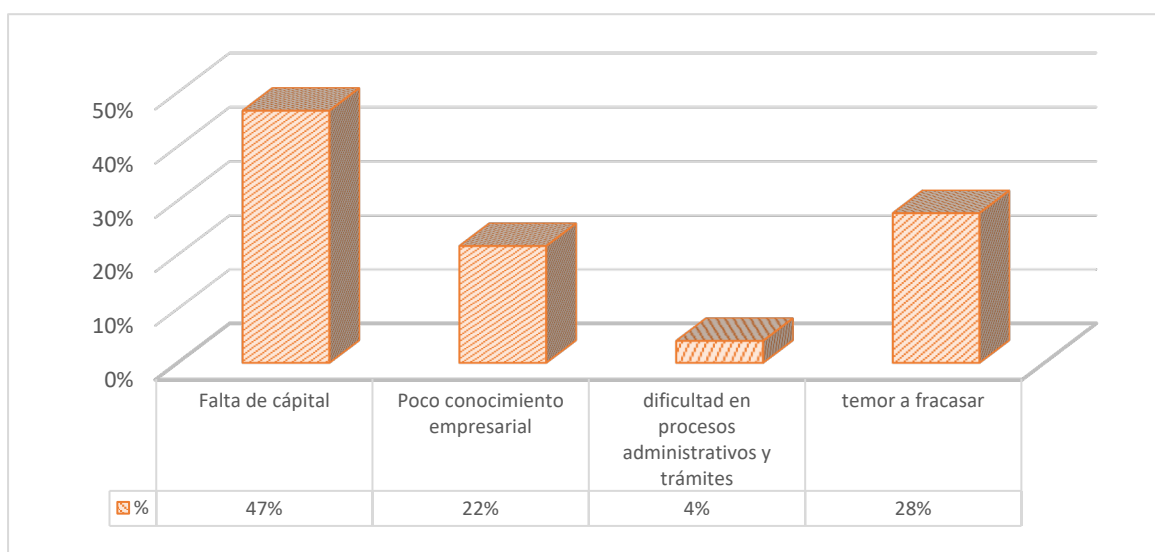
Para la investigación, es necesario también analizar los motivos por los cuales no han decidido invertir en un negocio la población juvenil encuestada; estos motivos, se los consideran como posibles obstáculos.

Cuadro 17: Principal motivo por el cual no ha decidido invertir

Motivo por el cual no ha decidido invertir	Frecuencia	Porcentaje
Falta de capital	138	47%
Poco conocimiento empresarial	64	22%
dificultad en procesos administrativos y trámites	12	4%
temor a fracasar	82	28%
Total	296	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

El 47% de los jóvenes encuestados señaló que el principal motivo por el cual no decidieron invertir en un negocio fue por la falta de capital, esto quiere decir que, sí hay interés por parte de las jóvenes en emprender un negocio, pero el factor económico llega a ser un obstáculo. El 28% señaló que el principal motivo es el temor a fracasar, el cual representa un obstáculo cultural.

Gráfico 17: Motivo por el cual no ha decidido invertir

Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.3.7 Disposición a invertir en un negocio por parte de las jóvenes de la ciudad de Sucre

Poder analizar el interés y la disposición que tienen los jóvenes a invertir en un negocio, resulta importante para la investigación. Se debe de tomar en cuenta que el propósito de este trabajo es poder motivar y ayudar a los jóvenes a

emprender un negocio propio como generación de fuentes de empleo y de ingresos.

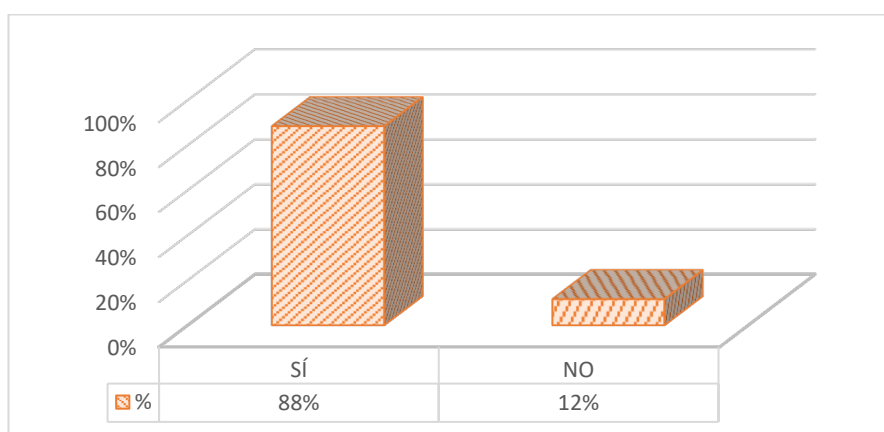
Cuadro 18: Disposición a invertir en un nuevo negocio

Disposición a invertir en un nuevo negocio	Frecuencia	Porcentaje
Sí	336	88%
No	44	12%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

En la información obtenida, se puede apreciar que el 88% de la población encuestada indicó que quiere invertir en un nuevo negocio, por lo que se puede afirmar que sí hay el interés por parte de los jóvenes para emprender un negocio. Hoy en día los jóvenes quieren demostrar que ellos también pueden realizar las mismas actividades que los empresarios de mayor edad con experiencia laboral, como el hecho de liderar una gran empresa.

Gráfico 18: Disposición a invertir en un nuevo negocio



Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.4 Factores que influyen al momento de invertir en un negocio

2.2.1.4.1 Percepción que tienen los jóvenes sobre los factores que influyen al momento de invertir en un negocio

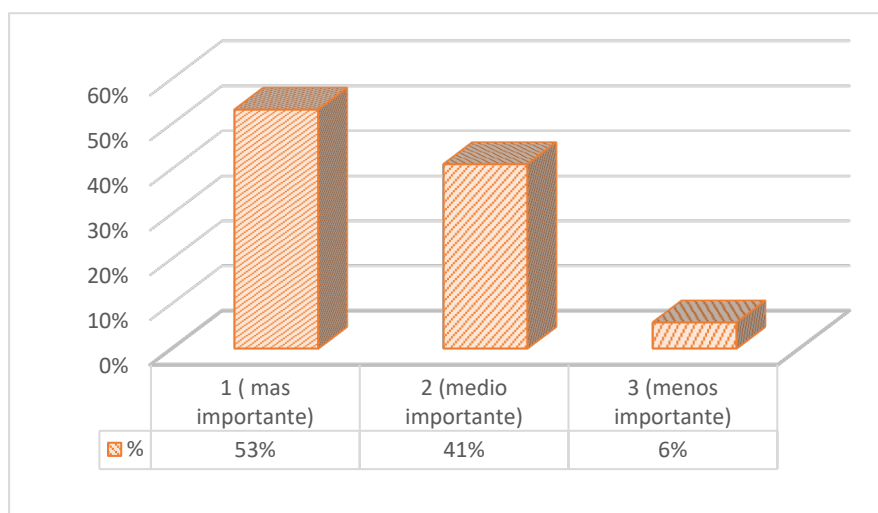
Los jóvenes pueden tener distintas percepciones sobre los factores que influyen al momento de invertir un negocio, por lo que es de suma importante obtener datos sobre estos factores para posteriormente determinar el principal factor que influye a la hora de emprender un negocio.

Cuadro 19: Factores económicos

Factores económicos	Frecuencia	Porcentaje
1 más importante	202	53%
2 medio importante	156	41%
3 menos importante	22	6%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

Gráfico 19: Factores económicos

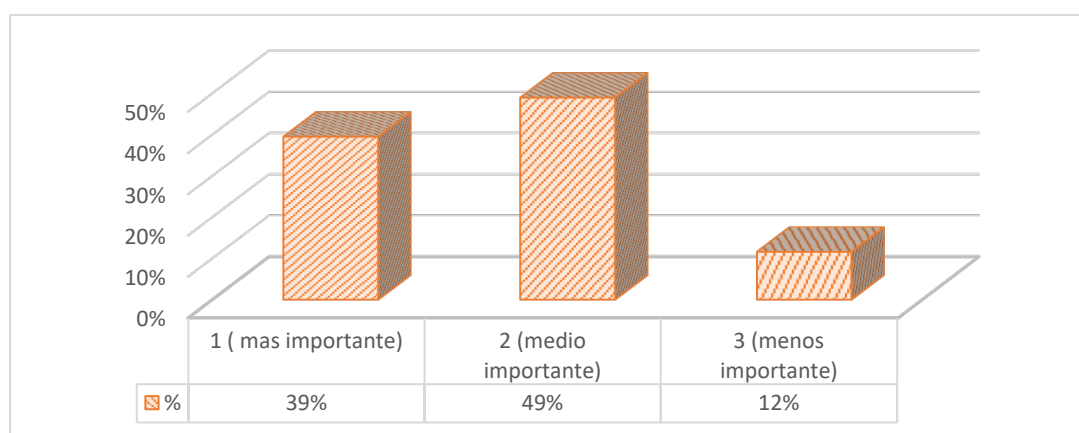


Fuente: Elaboración propia, 2019

Cuadro 20: Factores culturales

Factores culturales	Frecuencia	Porcentaje
1 más importante	150	39%
2 medio importante	186	49%
3 menos importante	44	12%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

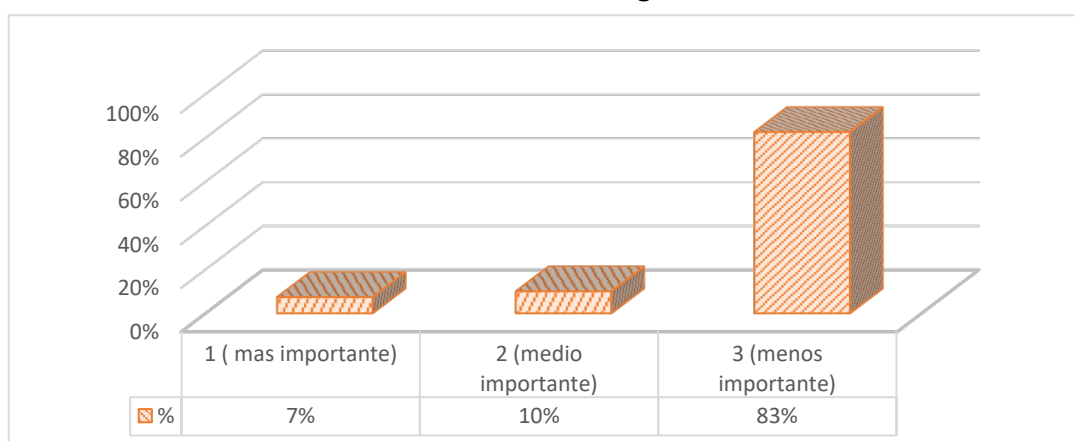
Gráfico 20: Factores culturales

Fuente: Elaboración propia, 2019

Cuadro 21: Factores legales

Factores legales	Frecuencia	Porcentaje
1 más importante	28	7%
2 medio importante	38	10%
3 menos importante	314	83%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

Gráfico 21: Factores legales

Fuente: Elaboración propia, 2019

Los tres gráficos anteriores junto a sus respectivos cuadros, muestran el nivel de importancia que cada encuestada le otorgó a los factores económicos, culturales y legales. Es por eso, que respetando el orden de importancia que le dieron los jóvenes encuestados, se puede concluir que en su mayoría coincidieron que los factores económicos son los que tienen mayor influencia al momento de invertir en un negocio, seguido por los factores culturales y por último los factores legales.

2.2.1.5 Percepción de dificultades que se presentan al momento de invertir

2.2.1.5.1 Percepción que tienen los jóvenes sobre las dificultades que se presentan al momento de invertir en un negocio

La identificación de las principales dificultades que se presentan al momento de emprender un negocio, es primordial para la investigación. A través de los resultados se podrá determinar qué dificultad fue la que tuvo mayor consideración por parte los jóvenes.

Cuadro 22: Dificultades al momento de emprender un negocio

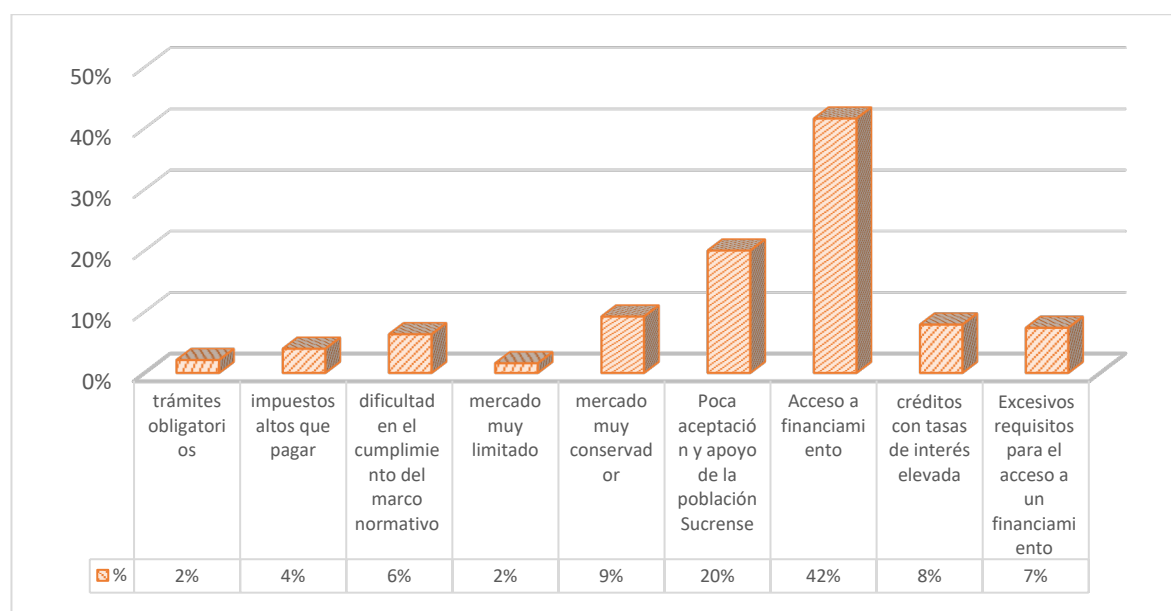
Dificultades al momento de emprender un negocio	Frecuencia	Porcentaje
Trámites obligatorios	8	2%
Impuestos altos que pagar	15	4%
Dificultad en el cumplimiento del marco normativo	24	6%
Mercado muy limitado	6	2%

Mercado muy conservador	35	9%
Poca aceptación y apoyo de la población Sucrense	76	20%
Acceso a financiamiento	158	42%
Créditos con tasas de interés elevada	30	8%
Excesivos requisitos para el acceso a un financiamiento	28	7%
Otros		0%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

En el gráfico se observa que el 42% de los jóvenes encuestados señaló que la principal dificultad al momento de emprender un negocio es el acceso a financiamiento, seguido del 20% que señaló la poca aceptación y apoyo de la población sucrense como su mayor dificultad. Se puede concluir que los factores económicos y culturales son lo que más influyen al momento de emprender o crear un negocio.

Gráfico 22: Dificultades al momento de emprender un negocio



Fuente: Elaboración propia, 2019

2.2.1.6 Percepción sobre los factores culturales

2.2.1.6.1 Percepción que tienen los jóvenes profesionales sobre los factores culturales

Hoy en día, los factores culturales son considerados como los principales factores que influyen al momento de crear o emprender un negocio. Es por esta razón que la investigación vio por conveniente analizar estos factores y su incidencia en la población juvenil de la ciudad de Sucre, para posteriormente determinar si tienen influencia o no.

Cuadro 23: Principales factores culturales que influyen al momento de emprender un negocio

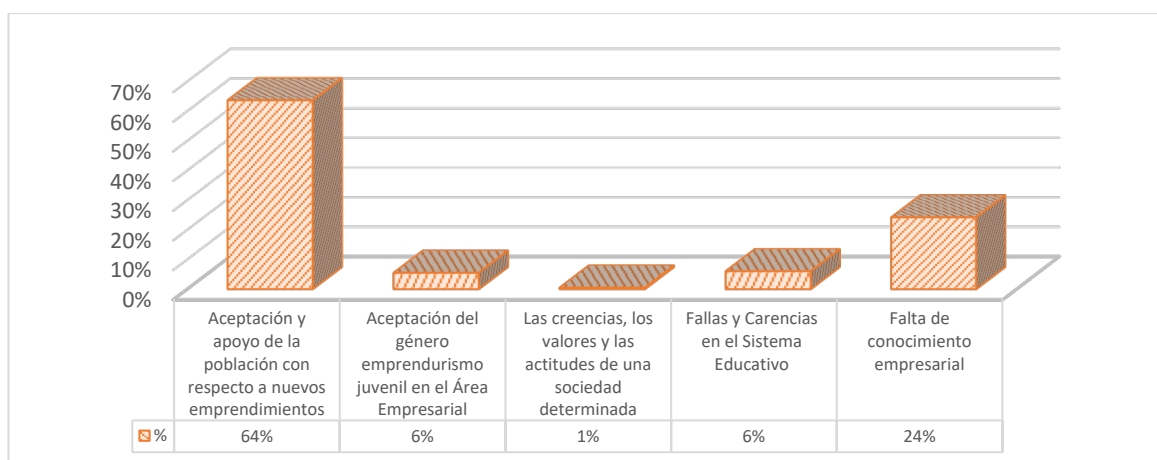
Factores culturales	Frecuencia	Porcentaje
Aceptación y apoyo de la población con respecto a nuevos emprendimientos	242	64%
Aceptación del género emprendurismo juvenil en el Área Empresarial	21	6%
Las creencias, los valores y las actitudes de una sociedad determinada	2	1%
Fallas y Carencias en el Sistema Educativo	23	6%
Falta de conocimiento empresarial	92	24%
Total	380	100%

Fuente: Elaboración propia, 2019

Según la información obtenida, el 64% de los jóvenes señalaron que el principal factor cultural que influye al momento de emprender es la “aceptación y apoyo de la población con respecto a nuevos emprendimiento”, lo que realmente es cierto, ya que la población sucrense es una población con mente cerrada y conservadora y esta se convierte en un obstáculo muy grande al momento de crear un negocio propio.

El 24% de los encuestados señaló que el principal factor cultural es la “falta de conocimiento empresarial”.

Gráfico 23: Principales factores culturales que influyen al momento de emprender un negocio



Fuente: Elaboración propia, 2019

Conclusiones de la Encuesta

La mayoría de los jóvenes encuestados son solteros, sin hijos, en particular para quienes están iniciando un emprendimiento, la oportunidad se muestra como la motivación ya que muchos de ellos no cuentan con un ingreso estable o ante la falta de una fuente de trabajo alternativa.

El trabajo informal prima en los jóvenes y la falta de oportunidades y las normas laborales hacen que la informalidad laboral sea una opción de vida ya que el sector informal es parte estructural del desarrollo económico del área urbana del país.

En gran medida, este tipo de trabajo informal está relacionado a estrategias de subsistencia de las personas y familias y a la búsqueda de fuentes de ingreso para cubrir necesidades básicas, por lo cual este es un factor a considerar para que los jóvenes emprendan nuevos negocios que mejoren su situación económica.

Sin embargo, los pocos jóvenes con negocio indican que poner en marcha un negocio estable tarda de 1 a 2 años, a esto se suma la falta de capital, el aspecto cultural y legal en los trámites. Además, el tema tributario también es muy sensible para los emprendedores. Los jóvenes se ceden más que la gente madura, pues a la hora de montar una empresa, la experiencia pesa bastante. Por eso vale la pena, que los jóvenes con espíritu emprendedor desarrollen habilidades como la falta de liderazgo en la toma de decisiones. Así los jóvenes

tendrán un mínimo de fracaso en su emprendimiento;

En la encuesta realizada ha evidenciado desafíos y potencialidades del espíritu emprendedor de las jóvenes del Municipio de la ciudad de Sucre.

2.2.2 Resultados de la entrevista

Guía de entrevistas véase en Anexo N° 2

Junto a los resultados de la encuesta, la investigación previó recoger información de jóvenes emprendedores con importantes niveles de éxito. Para esto se recurrió a la entrevista; a continuación, los resultados.

Durante las entrevistas, de acuerdo a la guía, abordaron cinco tópicos: Las motivaciones, los miedos, las decisiones propiamente dicha, la respuesta del mercado de Sucre y recomendaciones a otros jóvenes potencialmente emprendedores.

Desde la perspectiva de los entrevistados, los principales motivos que impulsaron la decisión de invertir en algún emprendimiento fueron:

“Lo que me motivó a invertir es que no quería esperar a salir de la universidad y conseguir el típico trabajo en el banco con un sueldo bajo...”
(E1)

“...no me gusta que pongan límites a mi capacidad, entonces exploté mis habilidades y aproveché para ganar dinero; me metí a ferias y me dediqué a conseguir clientes...” (E2)

Las entrevistas permitieron dar cuenta del miedo como otro aspecto presente durante el proceso de decisión para invertir en algún emprendimiento:

“Mi temor era que mi emprendimiento no resulte por exceso de competencia o por otro motivo simplemente fracase, contrario a eso mi otro miedo era que mi empresa crezca tanto que se me salga de control, el éxito no solo conlleva ganancias sino responsabilidad, pero bueno ese miedo se pierde con la experiencia” (E1)

La entrevistada comenta sobre la decisión de inversión que hizo en los siguientes términos:

“Un emprendimiento es estresante pero muy divertido, es algo que te llena de satisfacción y más cuando eres joven, dar la contra a todo lo que dicen desde niño es increíble; un joven puede hacer cosas destacables y no seguir el caminito de tener una carrera y ser el mejor estudiante para conseguir trabajo, en la vida real el valor que te des es lo que vale, uno siempre tiene que auto capacitarse para la vida...” (E2).

“Yo hice una inversión, pero sin endeudarme, creo que no es correcto endeudarte desde muy joven, ahorré de mis actividades y eventos que hacía desde más antes para poder comprar todo lo que necesitaba mi empresa e incluso para la inauguración de ésta ya que la apertura fue grande por el hecho que también tenía su fin publicitario y se esperaba cerrar contratos esa misma noche, pero repito, todo fue con recursos propios” (E1)

Desde la experiencia de las entrevistadas, frente a los emprendimientos puestos en marcha, la respuesta del mercado sucrense fue:

“El mercado reaccionó bien, empecé con precios bajos para que la gente se anime a contratar mis servicios y también conozca mi trabajo...” (E2)

“...luego de que hice conocer la calidad que brindaba mi servicio subí de precio. Mi mayor arma es la publicidad es de boca en boca, gracias a referencias de mi buen trabajo cierro muchos contratos” (E1).

A partir de las experiencias de emprendimiento generados, el grupo de entrevistadas recomienda a otros jóvenes, potenciales emprendedores, lo siguiente:

“Recomiendo a los jóvenes que empiecen con un negocio que les guste, les divierta porque si hacen algo que no les gusta o que representa demasiado esfuerzo van a colapsar por sus estudios y chocará con su vida social, tratan de combinar todo con diversión y exploten sus propias habilidades” (E2).

2.2.2.1 Análisis de los Resultados de la Entrevista

Con las entrevistas se tuvo una visión referente a lo que los jóvenes emprendedores se encuentran al momento de tomar la decisión de querer hacer

realidad su idea de negocio, pasan por facetas de miedos.

- Primero, por la inversión que implica hacer realidad ese emprendimiento.
- Segundo, por no saber con exactitud la respuesta que le dará el mercado.
- Tercero, cada joven no sabe si podrá con la responsabilidad que se requiere para que ese emprendimiento surja y pueda ser sustentable a lo largo del tiempo.

Es por eso que las entrevistadas recomiendan que cada joven explote sus habilidades al máximo, que se sientan enteramente capaces de poder manejar un negocio, un gran negocio. Y que con dedicación y firmeza en sus decisiones llegarán a ser grandes empresarios que aporten de la mejor manera a la economía chuquisaqueña.

2.3 Conclusiones del Diagnóstico

De acuerdo con el análisis de la información obtenida a través de la entrevista a expertos y encuestas se puede afirmar que los resultados obtenidos evidencian que la toma de decisiones en los jóvenes de la ciudad de Sucre para invertir en emprendimientos está determinada por factores económicos, culturales y sociales y no así por un factor legal.

- **Factores económicos**

La mayoría de los encuestados responde que es de suma relevancia este factor al momento de decidir en una inversión en negocio ya que el poseer un capital para poder hacer frente a un negocio es vital, y si es que los jóvenes en este caso no tuvieran ese capital con el que se debe contar se ven obligados a requerir un préstamo, el acceso a este crédito en la mayoría de la veces atemoriza a los jóvenes especialmente, ya que, el interés que ofrecen los diferentes bancos en la ciudad son percibidos por los mismos como elevados.

Muy pocas entidades financieras se enfocan en los jóvenes, a pesar de que las autoridades velan este interés no llega a ser suficiente.

Por otro lado, los requisitos que se exigen para poder acceder a un préstamo en su mayoría no son nada accesibles, porque, al ser jóvenes muchas veces no se cuenta

con garantías, con trabajo seguro e incluso esa es la razón por la que muchos deciden emprender un negocio, pero al verse limitados de recursos, desisten.

Uno de los entrevistados comenta que se debe empezar muchas veces con los pocos recursos propios que se tiene y meter empeño para que estos recursos en un corto plazo generen la posibilidad de aumentar herramientas para el mismo negocio o simplemente den paso para acceder a crédito.

- **Factores culturales - sociales**

Estos factores para los encuestados tienen una alta relevancia para la toma de decisión de una inversión. Estos factores encierran varios puntos entre estos: el miedo, el miedo a invertir, miedo a que el negocio no sea rentable, miedo al fracaso rotundo en general, es lo que hace que los jóvenes renuncien a este futuro emprendimiento.

Las encuestadas respondieron que este factor es tan importante como el factor económico, basándose en las respuestas obtenidas y en las entrevistas; este es el factor tal vez de mayor relevancia. El hecho de luchar contra variables cualitativas y variables impredecibles es lo que atemoriza más al joven emprendedor.

Los sucrenses en su conjunto son personas conservadoras y por ese motivo es que la mayoría de las veces el mercado no es buen receptor de cosas nuevas, empezando por no darle el valor a ese servicio o producto. Diversas veces la gente no paga lo que vale y al percibir eso el emprendedor prefiere no arriesgarse y no invertir o en su defecto no invertir en la ciudad de Sucre.

Para poder complementar más esto; uno de las entrevistadas nos relata que para ser capaz de ser dueño de tu propio negocio y/o tomar la decisión de hacer realidad el mismo no se necesita seguir el caminito que nuestros padres, maestros y tutores trazan, que es el de estudiar, ser el mejor alumno, tener una carrera y demás; para ser emprendedora solo se necesita soñar y tener la fuerza y voluntad para decidir hacerse responsable de esa disposición. Cualquier joven está capacitado para poder hacer realidad su sueño y mejor si este sueño no solo le ofrece una mejor calidad de vida sino también que contribuye con el bienestar y crecimiento de la ciudad.

En la entrevista también se planteó que se debe desarrollar poco a poco habilidades propias para que sea más llevadera esta decisión y por otra parte también esta habilidad futura a desarrollar se convertirá en una ventaja competitiva en el rubro en el que se vaya a desenvolver un joven emprendedor.

Muchos jóvenes viven en un entorno donde sus papás, parientes o conocidos ya tomaron esa decisión de inversión en negocio, por lo que se les hace más fácil el animarse a emprender, básicamente muchas veces jugar el papel de observador o partícipe indirecto de toma de decisión de inversión de una tercera persona sirve de experiencia para que no se cometan errores en un futuro si es que ellos igual optaron por iniciar un negocio y también sirve para perder ese miedo que muchas veces hace desanimar.

Otro factor muy importante, es que los jóvenes no están acostumbrados a hacer un estudio previo para su negocio por lo que el miedo es más grande aún, la incertidumbre de no saber si es o no factible es determinante a la hora de tomar la decisión. Si bien muchos se dejan llevar por su buen instinto, no siempre el futuro negocio arroja rentabilidad y eso conlleva a un fracaso y frustración.

La disposición de invertir también se relaciona con la procedencia de las personas, es decir, un joven de la capital tiene mayor disposición a invertir que uno de provincia, ya sea por conocimientos del mercado o simplemente porque está en su naturaleza; ser más arriesgados. Lo mismo pasa con personas que proceden de Santa Cruz, La Paz, Cochabamba estos jóvenes por naturaleza son más aventurados y desarrollan más la habilidad de ser negociantes ya que su entorno lo permite, todo lo contrario, a la gente conservadora que hay en Sucre.

- **Consecuencia por la falta de toma de decisiones inversión en emprendimientos**

La meta de un emprendedor es hacer crecer su negocio. Por ello deben tomar decisiones eficaces que les permitan pasar de la etapa de la supervivencia al del éxito y que finalmente los coloque en una etapa de solidez de su negocio.

La toma de decisiones es una de las tareas más complejas e incluso difíciles por las consecuencias que tienen en el futuro.

- Falta de capacidad técnica para manejar la producción y las operaciones; desconocimiento del sector en que se opera; negligencia y poco interés en el negocio y desconocimiento de los ciclos de vida de cada actividad.
- Manejo inadecuado de los créditos, las cobranzas y desconocimiento del verdadero estado financiero de la empresa a futuro puede que la empresa no logre alcanzar los objetivos propuestos.
- Incapacidad para rodearse de recursos humanos competentes y excesivas inversiones. Escoger al equipo de trabajo es fundamental, necesariamente debe ser gente que tenga claros los objetivos que tiene el negocio.

Tomar la decisión sobre cómo expandir un negocio es quizá una de las decisiones que más a uno le cuesta trabajo decidir. Una empresa tiene diversas vías que les permiten el crecimiento, pero cada una requiere de un análisis y elegir la mejor alternativa que favorece a la empresa.

Aprender a tomar una decisión es importante para el emprendedor pues de otra forma se le están yendo oportunidades sin aprovechar. Si bien para emprender es necesario contar con algo más que predisposición, por lo cual una formación adecuada, acceso a recursos y un asesoramiento adaptado, cualquier joven puede desarrollar con éxito un proyecto emprendedor y crear así su propio puesto de trabajo.

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III

3 PROPUESTA DE ESTRATEGIA PARA LA TOMA DE DECISIONES DE INVERSIÓN EN EMPRENDIMIENTOS DE JÓVENES DE LA CIUDAD DE SUCRE

3.1 Introducción

El programa de estrategia de toma de decisiones para generar inversiones en emprendimientos de jóvenes está enfocado en dar a conocer y enseñar todas aquellas herramientas necesarias, que permitan desarrollar una propuesta de una idea o proyecto de negocio. Por lo cual, es necesario conocer y practicar las metodologías más importantes para lograr un emprendimiento, proporcionar las bases teóricas prácticas, para que los jóvenes se familiaricen con las teorías que explican las características de cómo pasar de una idea a un proyecto y atender los diversos requerimientos que se dan en el proceso de creación de un negocio.

Por lo tanto, es importante que los jóvenes logren alcanzar las capacidades, respecto a cómo aplicar las diversas técnicas propuestas, para proyectarla en una idea de emprendimiento.

Este programa proporciona una visión transversal del emprendimiento, como un fenómeno que se puede desarrollar en ámbitos distintos al empresarial. Su objetivo principal es que cada uno de los jóvenes tomen conciencia de las oportunidades para emprender y promover el emprendimiento en su entorno particular.

El joven emprendedor estará capacitado para trabajar en micro unidades económicas, emprendimientos asociativos, generar su propio emprendimiento si es de pequeña escala, o participar con otros emprendedores en el desarrollo de diferentes actividades socio productivas ya sea personal, familiar o asociativo con otras personas.

3.2 Misión de la propuesta

Lograr que los jóvenes posean habilidades propias que les permitan desempeñarse en las diferentes áreas que componen un emprendimiento y la toma de decisiones en la implementación de negocios empresariales en el

ámbito personal, familiar o empresarial.

3.3 Visión de la propuesta

Los jóvenes logren adquirir los conocimientos a partir de la experiencia práctica, propiciando el desarrollo de habilidades orientadas a ejercer la capacidad de emprendedor que le permitan generar cambios en la manera de enfrentar la realidad y las oportunidades que se presentan para la creación y gestión de empresas.

3.4 Estrategia para la toma de decisiones de inversión en emprendimientos

No todos estamos hechos para tomar decisiones, y menos cuando estas involucran a las personas de nuestro entorno. Este es, en gran parte, el reto al que se enfrentan los jóvenes en su día a día, es claro que la toma de decisiones depende sobre todo de la actitud de cada persona.

Además, es esencial identificar sistemáticamente las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, combinados con datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome las mejores decisiones en el presente para exportar las oportunidades y evitar los peligros.

Teniendo en cuenta esta problemática del emprendimiento de los jóvenes de la ciudad de Sucre, se ha desarrollado una estrategia educativa con la que se busca promover el espíritu emprendedor a través de la capacitación con un contenido temático que pretende direccionar el emprendimiento como la oportunidad de gestionar nuevas oportunidades e ideas de negocio para convertirlas en realidad.

3.4.1 Objetivo general

Capacitar a jóvenes del Municipio de Sucre con temáticas que les permitan desarrollar su capacidad de toma de decisiones y desempeñarse en las diferentes áreas de un emprendimiento autónomo, desde analizar la lógica organizativa del mismo, asumir criterios de calidad del proceso, promover actividades de difusión del negocio y valorar la creación de lazos asociativos.

3.4.2 Objetivos específicos

- Conocer los conceptos de emprendimiento en sus diversas formas (emprendimiento social, empresarial, etc.).
- Desarrollar las habilidades básicas del trabajo autónomo y creativo en equipo.
- Aprender cómo desarrollar un pensamiento crítico para la toma de decisiones.

3.5 Línea estratégicas de la propuesta

La propuesta se basa en dos líneas estratégicas que pueden fortalecer significativamente a la satisfacción laboral y por ende a la productividad de cada empresa a través de los actores sociales (funcionarios), por ello la propuesta pretende actuar dentro de las siguientes áreas:

- Línea estratégica 1: Capacitación en emprendimiento
- Línea estratégica 2: Liderazgo y emprendimiento

3.5.1 Línea estratégica capacitación

De los resultados del diagnóstico se pudo evidenciar que no existe una capacitación frecuente en el área de emprendimiento empresarial para jóvenes. Por lo que esta línea estratégica tiene el propósito de brindar capacitaciones relacionadas con temas de emprendimiento en el área económica.

La capacitación es una manera de motivar a los jóvenes y también una forma de prepararlos para responder a las demandas del mundo actual en el ámbito empresarial, político, académico y personal.

3.5.1.1 Objetivo

Brindar los conocimientos y las herramientas en gestión y emprendimiento para direccionar negocios en cualquier ámbito que le permitan a los jóvenes visualizar escenarios de oportunidad nacional e incluso internacional a través de un modelo de negocio viable.

3.5.1.2 Programa de capacitación en emprendimiento

El programa de capacitación para la toma de decisiones de inversión en emprendimientos de jóvenes consta de los siguientes módulos:

Módulo 1: Competencias básicas para el emprendimiento

- ✓ Reconocimiento del perfil emprendedor
- ✓ Barreras del emprendimiento
- ✓ Rompiendo modelos mentales para hacer emprendimiento
- ✓ Cómo encontrar oportunidades de negocio

Módulo 2: Focos de innovación para emprender

- ✓ Escenarios de innovación para emprender
- ✓ Metodología para innovar sobre productos y servicios
- ✓ Cómo implementar la cultura de innovación en una compañía

Módulo 3: Diseño modelo de negocio

- ✓ Caracterización de la idea de negocio
- ✓ Desarrollo de las 5 fases de trabajo para construir su idea de negocio
- ✓ Diseño del modelo de negocio.

Módulo 4: Gestión de emprendimiento

- ✓ Análisis de clientes
- ✓ Análisis de mercado
- ✓ Partitura de un plan de negocios
- ✓ Ruta para validar su idea de negocio
- ✓ Herramientas para sostener el emprendimiento corporativo
- ✓ Gestión de negocios en Industrias creativas

3.5.1.3 Resultados esperados

Con la capacitación se pretende el desarrollo de las competencias propias de un emprendedor y es por ello que la metodología está direccionada a contextualizar al joven en un ambiente real, de tal forma que el desarrollo práctico le permita experimentar de manera acertada en el ámbito del emprendimiento, la innovación,

la administración estratégica de las empresas, la negociación y la importancia de moverse de la zona de confort para crear nuevas oportunidades de negocio.

La metodología contempla el análisis de la situación, la aplicación de talleres, caso de estudio, dinámicas en escenarios reales a través del juego y la didáctica con el propósito de empoderar y hacer más competitivo al participante en el curso de emprendimiento y desarrollo empresarial.

3.5.2 Línea estratégica liderazgo y emprendimiento

Los jóvenes de hoy deben ser proyectados desde el emprendimiento a diseñar ideas de negocio alternas para potencializar su formación convirtiéndose en activadores de ideas de negocio que les permitan ser altamente competitivos para lo cual la motivación y liderazgo.

Las emociones como la motivación, capacidad, liderazgo y las habilidades son elementos esenciales de la persona que emprende, y de ello depende en buena parte el éxito de un proyecto emprendedor.

3.5.2.1 Objetivo

Valorar la adquisición de características de liderazgo y emprendimiento, como un modo de aprovechar las oportunidades que se presentan, transformándose en instancias de éxito y crecimiento personal e interpersonal de los jóvenes.

3.5.2.2 Programa de liderazgo y emprendimiento

El programa de liderazgo y emprendimiento consta de los siguientes módulos:

Módulo 1: Características de un liderazgo y espíritu emprendedor

- ✓ Motivación y Energía (Pasión), impulsa a superar los obstáculos y la fuerza que permite convertir nuestros sueños en realidad.
- ✓ Autoconfianza el joven necesita tener mucha autoconfianza, dejar el miedo atrás y ser una persona muy segura de sí misma, para permitir que aflore el talento que lleva dentro. Un emprendimiento es básicamente un proyecto de confianza mutua.
- ✓ Creatividad en la solución de problemas. Saber detectar a tiempo los problemas, contextualizarlos, enfrentarlos y resolverlos adecuadamente.

- ✓ Habilidades Sociales. A través de una comunicación efectiva a través de diversos códigos verbales y no-verbales, asertividad y empatía.
- ✓ Pensamiento independiente o autónomo. Generar una visión propia acerca de los acontecimientos, analizar críticamente diferentes opiniones o ideas, buscar las razones que movilizan las acciones.
- ✓ Crecimiento en equipo, integridad e interdependencia. Priorizar objetivos de equipo versus los individuales, equilibrar trabajo y vida personal, activar acciones que tiendan al desarrollo del equipo.

Módulo 2: El proceso de cambio

- ✓ Aproximación al personal branding y al coaching. Lograr construir una marca diferencial desde el autoconocimiento y autoevaluación de sus capacidades de los jóvenes.
- ✓ Descubre tus creencias limitantes (roles y estereotipos de género). Conseguir convertirnos en la mejor versión de nosotros mismos requiere que cambiemos nuestros hábitos y nuestras acciones diarias. Para poder llevar a cabo estos cambios positivos, primero debemos entender las creencias limitantes que nos están deteniendo a lograr lo que queremos en nuestra vida.
- ✓ Proceso de autoconocimiento: fortalezas y debilidades. Todos creemos que nadie nos conoce mejor que nosotros mismos; pero esto no siempre es así, pocas veces nos paramos a reflexionar sobre quiénes somos; de hecho, si no hemos realizado un trabajo previo, nos puede resultar difícil hablar sobre cuáles son nuestras fortalezas, nuestras debilidades, nuestro talento, nuestros valores, nuestras metas, etc...
- ✓ Ejercer liderazgo y poseer un espíritu emprendedor: una posibilidad real y cercana. Es una de las grandes bases del espíritu emprendedor, pues convertirse en inspiración, motivo de trabajo y esfuerzo es importante no perder el norte y que quienes colaboren activamente en el emprendimiento también se contagien de las ganas de éxito.
- ✓ Estrategias orientadas al desarrollo de habilidades que permitan ejercer el liderazgo y espíritu emprendedor en los distintos ámbitos de la vida personal, profesional.

3.5.2.3 Resultados esperados

- ✓ Genera un pensamiento crítico, reflexivo y proactivo en los jóvenes respecto a la toma de inversión en emprendimientos propios, cuya idea puesta en marcha traerá consigo beneficios.
- ✓ Valoración de la importancia del autoconocimiento como una forma de ejercer un buen liderazgo.

3.5.3 Resumen de la propuesta

Cuadro 24: Resumen de la propuesta

Línea estratégica		Responsable	Recursos	Fecha
Programa de capacitación en emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Competencias básicas para el emprendimiento - Focos de innovación para emprender - Diseño modelo de negocio - Gestión de emprendimiento 	Profesional con experiencia en emprendimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Portátil - Data display - Material de escritorio 	Febrero - marzo
Liderazgo y emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Características de un liderazgo y espíritu emprendedor - El proceso de cambio 	Profesional con experiencia en emprendimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Portátil - Data display - Material de escritorio 	Abril

3.6 Recursos

3.6.1 Humano

Este recurso está conformado por los participantes y capacitadores

- a. Participantes:** Jóvenes del Municipio de Sucre.
- b. Capacitadores:** La selección adecuada de los instructores es parte importante del éxito del programa de capacitación. Los esfuerzos de capacitación dependen en gran medida de las habilidades pedagógicas y las características personales de los responsables de la capacitación. Para lograr el éxito se realiza una alianza estratégica pública con la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la cual docentes seleccionados impartirán conocimientos teóricos; asimismo una alianza estratégica privada

con un determinado grupo de empresarios de la ciudad de Sucre que impartirán conocimientos prácticos de acuerdo a su experiencia adquirida.

Tanto los participantes como los capacitadores persiguen un beneficio común, que es lograr un desarrollo económico positivo en la ciudad de Sucre que se verá reflejado en la generación de emprendimientos de triple impacto (Social, ambiental, económico).

3.6.2 Material

3.6.2.1 Infraestructura

Para el desarrollo de programas de capacitación, se ha considerado el salón auditorio de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Si la capacitación se realiza fuera de las instalaciones, se deberá indicar la capacidad de las instalaciones para dividir a los participantes por grupos si así se requiere.

3.6.2.2 Mobiliario, equipo y otros

El mobiliario y equipo serán proporcionada por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, si la capacitación se realiza dentro de las instalaciones, el instructor deberá solicitar al área de capacitación lo necesario para impartir los temas.

3.7 Presupuesto y financiación

El presupuesto para su ejecución de la propuesta planteada es detallado en el siguiente cuadro.

Cuadro 25: Presupuesto de materiales

Ítem	Unidad	Cantidad	Precio unitario (Bs)	Total (Bs)
Material de escritorio	Global	1	500	500
Hojas tamaño carta	Caja	2	480	960
Fotocopias	Global	1	1600	1600
Computadora	Equipo	2	6000	12000
Data display	Equipo	2	2250	4500
Impresora	Equipo	2	1250	2500
Total				22060

Cuadro 26: Presupuesto de un evento de capacitación

Ítem	Unidad	Cantidad	Precio unitario (Bs)	Total (Bs)
Honorarios	Global	1	12000	12000
Refrigerios	Global	1	3500	3500
Fotocopias	Global	1	400	400
Total				15900

Cuadro 27: Presupuesto general de capacitación

Ítem	Total (Bs)
Presupuesto de materiales	22060
Presupuesto de un evento de capacitación	15900
Total	37960

Con base al cuadro anterior, se puede considerar que el presupuesto requerido en el programa de formación de una estrategia para la toma de decisiones para generar inversión en emprendimientos de jóvenes de la ciudad de Sucre, el presupuesto disponible para la capacitación es de 37.960 Bs.

Para el desarrollo de la presente propuesta de estrategia para la toma de decisiones para generar inversión en emprendimientos de jóvenes de la ciudad de Sucre se vio por conveniente alianzas estratégicas con la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, la Federación de Empresarios Privados de Chuquisaca FEPCH, y también se cuenta con el apoyo del Proyecto Chala-i financiado por Helvetas Swiss Intercooperation, a través de la Fundación Emprendimiento e Innovación "Actívate Sucre" (FAS) que será la encargada para llevar adelante los procesos de fortalecimiento a la actividad emprendedora.

Se debe de tomar en cuenta que el proyecto será financiado y colaborado por las entidades públicas y privadas con las que se logró dichas alianzas, asimismo cabe recalcar que este proyecto es sin ningún fin de lucro.

3.8 Cronograma de ejecución

Cuadro 28: Cronograma del programa

Estrategia Programa	Actividades	Febrero				Marzo				Abril			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capacitación en emprendimiento	Competencias básicas para el emprendimiento												
	Focos de innovación para emprender												
	Diseño modelo de negocio												
	Gestión de emprendimiento												
Liderazgo y emprendimiento	Características de un liderazgo y espíritu emprendedor												
	El proceso de cambio												

3.9 Evaluación de la capacitación

La evaluación es una etapa importante dentro del plan de capacitación, permite estimar el logro de los objetivos propuestos. La capacitación debe evaluarse para determinar su efectividad.

La evaluación se realizará a los participantes para medir el nivel de aprendizaje de cada participante, de los temas impartidos en la capacitación. Se realizará efectuando una prueba teórico/práctica, la cual será aprobada arriba de 61 puntos.

3.10 Utilidad práctica de la Propuesta

En todos los negocios de emprendimientos se toman decisiones a diario. No importa si son programadas o imprevistas, lo cierto es que se toman, un riesgo.

La toma de decisiones es sumamente importante, no solo en los negocios, sino también en cualquier situación laboral, profesional y personal, más en la población joven que quiere ser emprender y no se anima. Esta es, probablemente, la que más lleve a la reflexión, para no tomar aquellas decisiones que podrían ser las menos favorables.

Con la presente propuesta se pretende fortalecer la autoconfianza en los jóvenes emprendedores a tomar decisiones de inversión, e identificar factores que se

deben considerar, como: Riesgos, consecuencias, factibilidad y recursos. Así que, a la hora de tomar una decisión, no solo pienses en el presente, sino también en el futuro.

Entre la aplicación práctica de la propuesta están:

- Identifica y analiza el problema
- Identifica criterios de decisión para la toma de decisiones
- Genera y evalúa las alternativas de emprendimiento
- Selecciona la mejor alternativa de emprendimiento.

CONCLUSIONES

En conclusión, se puede afirmar que:

- La edad promedio de los jóvenes es 25 años, son solteros, sin hijos, de procedencia sucrense y alcanzaron el nivel educativo de licenciatura. Poseer una fuente de empleo, en el sector informal, con un ingreso mensual entre 1.000 a 3.000 bolivianos que no satisfacen todas sus necesidades. Esta situación es considerada como un factor que motive a los jóvenes a emprender en un propio negocio.
- La principal dificultad al momento de emprender un negocio es el acceso a financiamiento, seguido de la poca aceptación y apoyo de la población. Por lo cual los factores económicos y culturales son lo que más influyen al momento de emprender o crear un negocio y son los principales determinantes en la toma de decisión de nuevos emprendimientos por parte de los jóvenes.
- El principal factor cultural-social que influye al momento de emprender es la aceptación y apoyo de la población con respecto a nuevos emprendimientos y la falta de conocimiento empresarial, es otro factor como un obstáculo. Los conocimientos empresariales no son opcionales al momento de emprender un propio negocio, es vital tener un enfoque empresarial para poder realizar todos los procesos necesarios para implantar un negocio y posteriormente consolidarlo.
- Un emprendedor debe tomar multitud de decisiones, que serán decisivas para la buena marcha de su negocio, por lo que es necesario plantear una estrategia para la toma de decisiones para generar inversión de emprendimientos en los jóvenes de la ciudad de Sucre.
- El lineamiento estratégico de toma de decisiones para fortalecer emprendimientos en los jóvenes de la ciudad de Sucre consta de un programa de capacitación en emprendimiento (Competencias básicas para el emprendimiento, focos de innovación para emprender, diseño modelo de negocio y gestión de emprendimiento) y Liderazgo y emprendimiento (Características de un liderazgo y espíritu emprendedor y el proceso de cambio)

- Los jóvenes que emprenden un negocio o empresa, dependen de las decisiones que tomen. Esto es una enorme responsabilidad y un gran compromiso. Pero puedes aceptar los retos con el respaldo de decisiones, en las cuales tengas en consideración el capital humano.
- Hoy en día los jóvenes son la generación con un serio compromiso de transformación positiva, el emprendedor más que nunca debe generar cambios positivos en su entorno ya que son considerados como el futuro de un país.
- "EMPRENDER" no es tarea fácil, menos en un contexto socio económico de pobreza, inequidad y una seria crisis; donde muchas veces se debe desaprender y aprender nuevas formas de comportamientos; por lo que formar comunidades emprendedoras, solidarias, éticas, comprometidas con un fin común, crear las condiciones para desarrollar grandes cambios en nuestro entorno y sin duda su impacto valdrá la pena.

RECOMENDACIONES

- La creación de una red de apoyo al emprendimiento de jóvenes que les permitan plasmar sus ideas de negocio a través de capacitaciones continuas en coordinación con las carreras del área económica de las Universidades de la ciudad de Sucre.
- La creación de una incubadora de emprendimientos, del cual su objetivo sea guiar a los estudiantes en la profesionalización de sus proyectos para minimizar riesgos y evitar fracasos, a través de sus tutores y mentores, en el asesoramiento individual de cada proyecto. Formar talentos humanos competitivos, con visión globalizada, espíritu emprendedor y sentido ético; preparados para crear, gestionar y liderar actividades productivas e innovadoras que promuevan la transformación positiva de la ciudad de Sucre.
- Generalizar la aplicación de la propuesta en otros contextos organizacionales, lo que posibilitará valorar el uso e incidencia de la información en la toma de decisiones estratégicas en el ámbito del emprendimiento.
- Es necesario incluir información acerca de las instituciones que brindan apoyo a los emprendedores; con el fin de que los jóvenes puedan aprovechar todos los beneficios que actualmente se le están brindando a los emprendedores.
- Potenciar una cultura emprendedora es fundamental, estamos a las puertas de un mundo con mayor dinámica jamás experimentada en su evolución, se estima que en el futuro se tendrán más problemas que hoy. No existen recetas, ni respuestas correctas para solucionarlos, las soluciones se deberán crear, es por eso que si no pensamos en soluciones creativas, innovadoras y sostenibles es posible que las futuras generaciones hereden un mundo lleno de serios problemas.

BIBLIOGRAFÍA

- Annon, S. (2012). Financiamiento Empresarial. *EL CAPITAL*.
- Ayer, R. (2017). Líderes empresariales. *Correo del Sur*.
- Cardenas, B. (2015). El Capital. *Finanzas Para Todos*.
- Castillo, A. (2015). *El emprendedurismo y la formación de una Empresa*. República Dominicana.
- Correodelsur.com. (18 de 06 de 2019). *En promedio, 268,2 empresas se cerraron por año entre 2014 y 2018*. Obtenido de https://correodelsur.com/capitales/20190618_en-promedio-268-2-empresas-se-cerraron-por-ano-entre-2014-y-2018.html
- Correodelsur.com/. (24 de 03 de 2019). *Chuquisaca creció levemente en 2018 pero sigue rezagada*. Obtenido de https://correodelsur.com/local/20190324_chuquisaca-crecio-levemente-en-2018-pero-sigue-rezagada.html
- Drucker., P. (2013). Emprendedurismo. *Scielo*.
- Fernandez, F. (2012). Jóvenes Emprendedores. *Finanzas y Economía*.
- Gil, S. (2016). *Empresario*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/empresario.html>
- Ibarra, F. (2016). Bolivia: Emprendedurismo sin innovación. *Nueva Economía*.
- INE, Bolivia. (02 de abril de 2019). *Bolivia con tasa de desocupación baja pero con alta informalidad*. Obtenido de <https://eju.tv/2019/02/en-bolivia-tasa-de-desocupacion-baja-pero-con-alta-informalidad/>
- MacMillan, A. (2013). The capital. *The Times*.
- Mark, C. (2013). *Emprendedurismo en América Latina*. Informe económico.
- Mendoza, S. (2014). *Emprendedurismo Latinoamericano*.
- Montenegro, G. (2013). La nueva Era Empresarial.
- Pagola, J. (2017). Emprendimiento juvenil. *ABC Economía*.

Pascua, D. (2014). Autoconfianza. *LA FUENTE*.

Quenallata, R. (2019). *Bolivia: Cerca del 80% de emprendimientos son unipersonales*. Recuperado el 19 de marzo de 2020, de http://spanish.xinhuanet.com/2019-07/13/c_138222463.htm

Redacción Capitales. (2019). *En promedio, 268,2 empresas se cerraron por año entre 2014 y 2018*. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de https://correodelsur.com/capitales/20190618_en-promedio-268-2-empresas-se-cerraron-por-ano-entre-2014-y-2018.html

Rodríguez, P. (1014). "ser emprendedor".

Torrico, J. (2017). Población juvenil. *Correo del sur*.

ANEXOS

17. Agregue un valor del 1 al 3 (1 el factor más importante y 3 menos importante) de acuerdo a la importancia que representa los factores siguientes en la toma de decisión de una inversión para un nuevo emprendimiento:

- Factor Legal Factor cultural social Factor Económico

18. Marque las dificultades que se le presentaron al momento de emprender su propio negocio (o que usted cree que se le presentan al momento de emprender su propio negocio)

- Trámites obligatorios
 Impuestos altos que pagar
 Dificultad en el cumplimiento del Marco Normativo (Ej: Senasag)
 Mercado muy limitado
 Mercado muy conservador
 Poca aceptación y apoyo de la población Sucrense
 Acceso a financiamiento
 Créditos con tasas de interés elevada
 Excesivos requisitos para el acceso a un financiamiento
 Otras

19. ¿Qué factores culturales sociales cree que son los que más influyen al momento de tomar la decisión de invertir?

Aceptación y apoyo de la población con respecto a nuevos emprendimientos

Aceptación del emprendedurismo juvenil empresarial en el Área Empresarial

- Las creencias, los valores y las actitudes de una sociedad determinada
 Fallas y Carencias en el Sistema Educativo
 Falta de conocimiento empresarial

Anexo 2: Guía de entrevista

Guía de entrevista dirigida a emprendedores jóvenes que tiene empresa.

1. ¿Qué le motivó a hacer realidad su idea de negocio?
2. ¿Cuál fue el primer temor al que se enfrentó respecto a la decisión de hacer realidad su emprendimiento?
3. ¿Cuál fue su experiencia en la decisión de invertir?
4. ¿Cuál fue la respuesta del mercado en relación al emprendimiento?
5. ¿Cuáles serían sus recomendaciones a futuros emprendedores?