

# ENTRE EL EMPRENDEDURISMO Y LA SUBSISTENCIA

## BETWEEN ENTREPRENEURSHIP AND SUBSISTENCE

MSc. Antonio Bustillos Bailey

abustillos@gmail.com

Univ. Cecilia Sánchez Nogales

Univ. Sara López Murillo

Univ. Guerel Campana Arroyo

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES, FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES.

UNIVERSIDAD MAYOR, REAL Y PONTIFICIA DE SAN FRANCISCO XAVIER DE CHUQUISACA

Recibido: Enero 4, 2020

Aceptado: Marzo 29, 2020

DOI: <https://doi.org/10.38147/invneg.v13i21.87>

### Resumen

El propósito de la investigación es realizar una revisión exploratoria de las escuelas de pensamiento existentes acerca de emprendedurismo y contrastar con la situación actual de Bolivia, tomando como referencia investigaciones pasadas hechas por organismos internacionales que nos muestran una situación de emprendedurismo que no se ajusta a la realidad del país.

El primer paso de la investigación fue la revisión de documentos que permitieron tener un concepto claro de lo que es un emprendedor, como resultado se obtuvo varias escuelas de pensamiento y varios autores que dan a conocer que es un emprendedor y cuáles son sus características, posteriormente se toma una postura respecto de las escuelas la cual es la “Escuela de Schumpeter”.

Para poder llevar a cabo esta investigación se procede a tomar un test emprendedor con el cual se determina la cantidad real de emprendedores y diferencia a los supervivientes, la segunda técnica aplicada a esta investigación son las historias de vida a través de las cuales se respalda la información obtenida por el test emprendedor.

### Palabras Claves:

Emprendedurismo, Empresarialidad, Entorno cultural, Impacto económico, escuela Schumpeteriana

### Abstract

The purpose of the research is to conduct an exploratory review of existing schools of thought about entrepreneurship and contrast with the current situation in Bolivia, taking as a reference past research done by international organizations that show us an entrepreneurial situation that does not conform to the reality of the country.

The first step of the investigation was the review of documents that allowed to have a clear concept of what an entrepreneur is, as a result several schools of thought were obtained and several authors who make it known that he is an entrepreneur and what are their characteristics, later a position is taken regarding the schools which is “Schumpeter’s School”.

In order to carry out this research, an entrepreneurial test is used to determine the actual number of entrepreneurs and differentiate the survivors, the second technique applied to this research is the life stories through which the information obtained by the entrepreneurial test.

### Keywords:

Entrepreneur, Entrepreneurship, Cultural environment, Economic impact, Schumpeter’s School

## Introducción

El análisis de la situación emprendedora en Bolivia si bien fue evaluado de forma anterior por organismos internacionales obteniendo resultados positivos hacia esta situación, pero no se ve tal impacto económico, realizando una revisión bibliográfica de estos documentos se puede notar que siguen un concepto y un lineamiento de emprendedor que no va de acuerdo a una de las posturas teóricas revisadas de emprendedurismo.

El objetivo principal de esta investigación es realizar una contrastación de la teoría acerca de emprendedurismo con la situación emprendedora real en Bolivia y la respectiva comparación con los datos presentados por estos organismos internacionales. Para poder cumplir con este objetivo en primer lugar se procede a la revisión teórica de emprendedurismo y por consiguiente tomar la postura de uno de estos autores de acuerdo a la situación emprendedora en Bolivia y poder guiar la investigación.

El siguiente paso de esta investigación es la revisión completa del documento presentado de forma anterior acerca de la situación emprendedora en otros países haciendo mayor énfasis en la investigación presentada para Bolivia, de acuerdo a ella podemos tomar en cuenta dos puntos importantes que son la no adaptación del método de búsqueda de información para Bolivia y el hecho de haber seguido lineamientos que no van con el postulado de alguno de los autores que presenta el emprendedurismo.

El método de trabajo aplicado para esta investigación se basa en un test de emprendedor que fue evaluado de acuerdo al postulado teórico tomado y la técnica de historias de vida. A partir de estas dos herramientas se recabo información haciendo una segmentación en base al rubro formal e informal de la empresa o negocio. Para el segmento informal se procedió a la delimitación aplicándose las encuestas e historias de vida en el mercado campesino de la ciudad de Sucre, del cual se tomó los negocios de una cuadra alrededor del mercado para la investigación. En el caso de las empresas formales se tomaron como listas de referencia los negocios que son parte de la CAINCO y la lista proporcionada por la FEPCH las cuales son de empresas participantes de la FEXPO Sucre.

### Enfoques teóricos sobre emprendedurismo

*El emprendedor es considerado como una persona con características de personalidad diferenciales, esto es, con capacidades (competencias) que le permiten no solo emprender, si no hacerlo eficientemente (con un alto nivel de desempeño) destacando las siguientes: seguridad personal, creatividad, capacidad para asumir riesgos y para afrontar y solucionar problemas (Alcaraz, 2013: 7)*

Las definiciones dadas acerca de emprendedurismo y quién es emprendedor son bastante amplias y

diferenciadas, lo único que tienen en común es el considerar que el emprendedor debe poseer características y actitudes notables y propias de él.

“El término emprendedor hace referencia a una persona que posee habilidades para crear y construir algo de prácticamente nada, lo que supondría una obsesión por la búsqueda de oportunidades y sobre todo iniciar, hacer, conseguir y construir”. (Alcaraz, 2011:3)

Esta definición acerca del emprendedor es sencilla en comparación a las definiciones y discusiones existentes acerca de quién es emprendedor y que es emprendedurismo.

El emprendedurismo es un campo de estudio bastante amplio, sus inicios datan del siglo XVIII en Francia con los primeros autores siendo el de mayor importancia Richard Cantillon el cual define al emprendedor como “el individuo que asume los riesgos en condiciones de incertidumbre” (Toro y Ortigón, 1999), fue el primero en utilizar el término *entrepreneur* a fin de diferenciar a un individuo distinto al producto de la economía que recibe salarios y rentas, llamado contratado.

En el siglo XVIII-XIX el término emprendedor no era usado como tal, para hacer referencia a lo que actualmente llamamos emprendedor ellos lo denominaban “empresario emprendedor”. Para el siglo XX este término fue separándose tomando como empresario aquel individuo que daba capital o creador de empresa, cuyo objetivo es ganar dinero y a un emprendedor como aquel individuo que es innovador y que posee muchas características propias de él como asumir riesgos, inteligente, líder, seguro, creativo, con buen manejo de problemas y que está inconforme.

En este contexto tenemos la definición de varios autores que van tomando caminos separados para definir a un emprendedor, es por ello que se agrupan en escuelas de pensamiento las cuales son: Clásica, Neoclásica, Schumpeteriana (dentro de la escuela Alemana) y la escuela Austriaca.

Escuelas de pensamiento:

La escuela Clásica tiene como autores a Richard Cantillon, Jean Baptiste Say, Adam Smith, J. H. Von Thunen y H. K. Von Mangoldt, todos ellos hicieron un aporte a la definición de emprendedor. Las autoras Herrera Guerra y Montoya Restrepo hacen síntesis de la opinión general dando a conocer al emprendedor como “la persona que crea empresa asumiendo riesgos” (Pág. 21). A su vez Jean Baptiste caracteriza al emprendedor como una “persona que está expuesto a todos los riesgos aprovechándose de todo lo que puede serle favorable” (Say, J.B. 1821: 413-414). La descripción que dan estos autores acerca de cómo debe de ser un emprendedor es diferente pero también es complementario y siguen un mismo camino, para Cantillon un emprendedor representa la voluntad de enfrentar la incertidumbre, en

cambio y complementando para Say es un individuo líder, previsor, tomador de riesgo y evaluador de proyectos (citado por Herrera Guerra 2012).

La escuela Neoclásica es representada por Max Weber, Alfred Marshall, John M. Keynes, Francis Walter, Frederick Hawley, Bates Clark y Frank Knigh. Al igual que en la escuela clásica no existe acuerdo entre autores es por ello que Herrera Guerra y Montoya Restrepo rescatan de las definiciones dadas por estos autores que el emprendedor es “un trabajador superior refiriéndose a las habilidades de liderazgo requeridas, tomador de riesgos con especial diferencia en riesgos asegurable” (Herrera, 2012: 22).

*Los economistas neoclásicos proyectan una ciencia económica que sigue los principios mecanicistas, evolucionistas y utilitaristas, tiene vocación predictiva y pretende eliminar la incertidumbre. Dos rasgos definitorios de la teoría neoclásica son, por un lado, la teoría de la utilidad marginal y, por otro, el individualismo metodológico. Ambas teorías asientan las bases del capitalismo económico. (Azqueta, 2017: 27)*

La escuela de Schumpeter presenta grandes aportes a la definición de emprender además de ser quien utilizó el término para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidad en los mercados, el artículo de Azqueta Díaz da a conocer una definición la cual indica

*...define al empresario-emprendedor como un tipo excepcional, dotado de lo que Schumpeter llama “espíritu Emprendedor” “unternehmergeist” (Schumpeter, 1966) Es a su vez intuitivo con voluntad de cambio y transformación, rompe rutina, capaz de mantener situaciones de incertidumbre, a través de la actividad económica y consigue beneficios. Importantes mediante una competencia que no se basa en los precios si no en la innovación. (Azqueta. 2017: 29)*

Schumpeter cambia las ideas clásicas y neoclásicas dando a conocer que el emprendedor no solo es un tomador de riesgos si no también un innovador, aquel que busca el desequilibrio del mercado y que a través de este genera mejores beneficios.

*En resumen la escuela de Schumpeter se basa en los emprendedores que generan el cambio de una situación existente a otra. Las actividades típicas del sistema Schumpeteriano ocasionan grandes innovaciones y cambios sistémicos que aumentan y crean incertidumbre y promueven el desarrollo de nuestros procesos para crear y aumentar la brecha entre líderes y seguidores. (Castillo, 1999: 6-7)*

La escuela Austriaca está representada por autores como Ludwig Von Mises, Friedrich Hayek e Israel Kirzner de los cuales se define “el equilibrio que genera el emprendedor en el mercado al lograr mejorar y hacer

más eficiente la red comercial, anular turbulencias y crear nuevas riquezas, caracterizándose por su estado de alerta a las oportunidades”. (Herrera y Montoya, 2013:24). Esta definición dada por la escuela Austriaca va en contra de las ideas puesta por Schumpeter, al respecto Kirzner da a conocer que no existe tal oposición si no que sus ideas van a complementar a la escuela Schumpeteriana. Los aportes de Ludwig Von Mises enriquecen la teoría de la escuela Austriaca dando a conocer la existencia de 3 factores que caracterizan a los emprendedores estos son: Es un evaluado analiza el mercado y la actuación de los individuos dentro el, es un empresario y el emprendedor soporta la incertidumbre.

*Estos emprendedores generan el cambio dentro de una situación existente. Las actividades típicas se orientan a la búsqueda de las asimetrías e ineficiencias que otros han percibido y sobre las cuales existe una ganancia potencial. Estas actividades aumentan el conocimiento de la situación reducen el nivel general de incertidumbre a lo largo del tiempo y promueven procesos del mercado que ayuda a reducir o eliminar la brecha existente entre los líderes y los seguidores según Peter Druker, este modo de emprendimiento se fortalece con la enseñanza de los conceptos básicos de la gestión. (Castillo, 1999: 6-7).*

*Los principales rasgos del pensamiento Austriaco son el subjetivismo, mecanicismo y el individualismo metodológico. En primer lugar, la estimación subjetiva según la cual (el valor de los bienes se fundamenta en la relación de los bienes con nuestra necesidad, no en los bienes mismos). El valor no es algo inherente a los bienes, no es una cualidad intrínseca de los mismos (Menger, 1977: 178).*

Según las características que Rodríguez & Jiménez rescatan del emprendedor de las diferentes escuelas, se puede destacar que para los clásicos un emprendedor es aquel tomador de riesgos e innovador, para los neoclásicos debe ser un líder, tomador de decisiones, para la escuela de Schumpeter coincide con lo innovador que debe poseer un emprendedor y destaca que pone en movimientos las ideas con una creatividad potencial y por ultimo Kirzner identifica al emprendedor como individuo alerta ante cambios imprevistos y precavido en relación al mercado. En síntesis todos estos autores apoyan y argumentan los conceptos y las características de los emprendedores.

Teniendo como base las teorías revisadas, para esta investigación se asumirá la postura de Schumpeter acerca de la definición y caracterización que este otorga acerca del emprendedor.

*Schumpeter (1978) define al emprendedor como el responsable de los ciclos desestabilizadores, irrumpe, desequilibra el sistema porque es el innovador, el que pone las ideas en movimiento, haciéndolas poderosas y potencialmente rentables. Para este economista el*

*desenvolvimiento económico se presenta cuando se ponen en práctica nuevas combinaciones, que pueden darse en cinco casos así:*

- 1) *La introducción de un nuevo bien, con el que no se hayan familiarizado los consumidores o la nueva calidad de un bien.*
- 2) *La introducción de un nuevo método de producción, esto no ha sido probado en la experiencia en la rama de la manufactura de que se trate, que no precisa fundarse en un descubrimiento nuevo desde el punto de vista científico, y puede consistir simplemente en una forma nueva de manejar comercialmente una mercancía.*
- 3) *La apertura de un nuevo mercado, esto es, un mercado en el cual no haya entrado la rama especial de la manufactura del país que se trate, a pesar de que existiera anteriormente dicho mercado.*
- 4) *La conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes semi manufacturados, haya o no existido anteriormente, como en los demás casos.*
- 5) *La creación de una nueva organización de cualquier industria, como la de una posición de monopolio (por ejemplo, por la formación de un trust) o bien la anulación de una posición de monopolio existente con anterioridad (Schumpeter, 1978, p. 77).*

“Así pues el perfil tipo del emprendedor Schumpeteriano no es necesariamente el de un inventor, basta con percibir las oportunidades de aplicación (las nuevas posibilidades) a partir de los conocimientos existentes.”(Marulanda, Montoya y Vélez, 2014: 96)

Bajo esta conceptualización y postura dada por Schumpeter podemos decir que el emprendedor en aquel individuo que es innovador, que asume riesgos, que es un líder, una persona creativa, que sabe afrontar problemas y que está inconforme por tanto siempre estará en busca de la perfección.

La teoría presenta en esta primera parte de la investigación tiene poco o nada de relación en las investigaciones presentadas por algunas instituciones u organismos de las cuales el objetivo es ver la actuación emprendedora actual y su crecimiento a través de los años.

Notamos que para estas investigaciones se toman como atributos hacia el emprendimiento la percepción de oportunidad, percepción de capacidades propias para emprender, el temor al fracaso y la intención de emprender además que la orientación hacia la innovación como producto mercado para la evaluación se tomó bajo dos condiciones las cuales son: Tener un producto o servicio que es nuevo para todos o una parte de sus consumidores y ser nuevo en el mercado con pocos o ningún otro negocio ofreciendo el mismo producto servicio.

Los autores Audretsch y Thurick (2011) sostienen que un mayor emprendiendo posibilita el mayor crecimiento economía y un menor desempleo. Los datos dados por el GEM acerca de la situación emprendedora actual en Bolivia empiezan por determinar el tipo de economía que posee, esta es una economía basada en recursos es decir depende de sus materias primas, Bolivia también se sitúa entre uno de los países con mayor índice de emprendimientos en Latinoamérica, siendo sus emprendedores nacientes un 21,5% y propietarios de nuevos negocios es de un 7,1%. El índice de discontinuidad es de igual manera alto, siendo las principales razones las personales con un 37% la rentabilidad un 27% y la posibilidad de ser empleado o iniciar otro negocio el 12%.

La gran cantidad de datos presentados por este organismo muestran el emprendimiento considerando a todas aquellas empresas recién creadas o que están en sus primeros años de funcionamiento, los datos obtenidos se basan en opiniones personales de los emprendedores por tanto consideramos que la calificación y medición es muy subjetiva al ser de auto calificación.

El perfil emprendedor que da el (GEM 2014) son personas entre edades de 25 a 44 años que presentan mayor índice de emprendimiento, representando un 65.7% del total de emprendedores, también consideran el género siendo mayor el porcentaje de hombres con relación a mujeres, la tercer característica es la ubicación geográfica siendo de mayor índice en el área rural que en el área urbano.

Las investigaciones realizadas por estas instituciones u organismos muestran datos acerca del comportamiento emprendedor en Bolivia, que de acuerdo con ellos el país se sitúa entre los países con mayor porcentaje de nuevos emprendimientos, siendo a la vez uno de los países con mayor índice de discontinuidad del negocio.

Haciendo el análisis de las investigaciones anteriores, se puede observar que el problema está en la poca o nada innovación de micro empresas y PYMES, que para estas investigaciones son tomadas en cuenta, incluyendo todas las empresas creadas en la primera etapa del ciclo de vida y en los primeros años de funcionamiento, sin realizar la separación de empresas entre innovadoras y sobrevivientes (tradicionales).

La teoría revisada acerca de emprendedurismo define al emprendedor como aquel individuo que crea algo innovador y como dice Schumpeter es aquel que busca el desequilibrio del mercado, en cambio un sobreviviente es aquella empresa en la que sus productos o servicios son pocos diferenciales de la competencia, buscando solo beneficios.

#### **Acerca de los emprendedores en Sucre y Bolivia**

El método usado para la recopilación de datos es un

test que consiste en 89 preguntas de las cuales 31 son los ítems con más valor para la investigación, las demás preguntas son de control. Estas preguntas están divididas en tres categorías que se presentan a continuación:

Cuadro N° 1 Categorías

Nombre de la categoría	Ítems incluidos en la categoría y rasgo característico al que hace referencia
<b>Categoría 1:</b> Rasgos personales y sociales del emprendedor	1y2 (liderazgo) 29y30(Responsabilidad) 33y34 (integración en redes sociales con acceso a información y conocimiento) 40y44 (conciencia social) 43 (cooperación y ayuda) 47 (coherencia y compromiso) 55 (convivencia y respeto por el bien público) 57 (creatividad) 71y76 (capacidad de generar ideas) 84 (capacidad para aprender y evolucionar) 89 (tolerancia al fracaso)
<b>Categoría 2:</b> Rasgos innovadores del emprendedor	37 (estar integrado en redes sociales con acceso a información y conocimiento) 61 (creatividad) 63 (capacidad para identificar oportunidades) 66y70 (iniciativa) 80y81 (capacidad de cambio) 82 (capacidad para aprender y evolucionar)
<b>Categoría 3:</b> Rasgos de ejecución del emprendimiento	6y19 (motivación al logro) 12,13y15 (capacidad para asumir riesgos) 16y17 (confianza)

Fuente: “Construcción para medir el emprendimiento social en Educación Física”; Capella Peris Carlos, Gil Gómez Jesús, Martí Puig Manuel, Ruiz Bernardo Paola

Los primeros datos obtenidos de esta investigación fueron variables como la edad y género sin encontrar diferencia en relación a los datos presentados en otras investigaciones sobre “Emprendedurismo”. Estos datos se presentan en las siguientes tablas:

Tabla N° 1 Edad-Género

Tabla cruzada Edad*Género						
Varón Mujer			Género		Total	
Edad	18-24	Recuento	5	7	12	
		% del total	4,7%	6,5%	11,2%	
	25-34	Recuento	15	17	32	
		% del total	14,0%	15,9%	29,9%	
	35-44	Recuento	18	14	32	
		% del total	16,8%	13,1%	29,9%	
	45-54	Recuento	8	18	26	
		% del total	7,5%	16,8%	24,3%	
	55-64	Recuento	2	3	5	
		% del total	1,9%	2,8%	4,7%	
	Total		Recuento	48	59	107
	% del total			44,9%	55,1%	100,0%

Varones entre 25 y 44 años cuentan con su propio negocio, en relación al género mujeres se puede notar que las edades relevantes están entre 25 y 54 años siendo estas las que tienen mayor cantidad de negocios en la ciudad de Sucre.

Los datos presentados por estos organismos internacionales fueron validados respecto a esta variable, pues no se muestran grandes variaciones en relación a la edad, en cuanto al género se ve más actividad en las mujeres en relación a los hombres pero sin existir una diferencia considerable respecto a estas dos variables.

Para el caso de la investigación tomamos en consideración la división del mercado en dos segmentos los cuales son formales e informales para una mayor comprensión y diferenciación respecto estas dos variables, para ello presentamos la siguiente tabla:

**Tabla N° 2 Edad-Género Diferencia de mercados**

Tabla cruzada Edad*Género						
Mercado			Género		Total	
Varón						
Mujer						
FORMAL	Edad	18-24	Recuento	2	1	3
			% del total	12,5%	6,3%	18,8%
		25-34	Recuento	4	0	4
			% del total	25,0%	0,0%	25,0%
		35-44	Recuento	8	0	8
			% del total	50,0%	0,0%	50,0%
		45-54	Recuento	1	0	1
			% del total	6,3%	0,0%	6,3%
	Total		Recuento	15	1	16
	% del total		93,8%	6,3%	100,0%	
INFORMAL	Edad	18-24	Recuento	3	6	9
			% del total	3,3%	6,6%	9,9%
		25-34	Recuento	11	17	28
			% del total	12,1%	18,7%	30,8%
		35-44	Recuento	10	14	24
			% del total	11,0%	15,4%	26,4%
		45-54	Recuento	7	18	25
			% del total	7,7%	19,8%	27,5%
		55-64	Recuento	2	3	5
			% del total	2,2%	3,3%	5,5%
	Total		Recuento	33	58	91
	% del total		36,3%	63,7%	100,0%	

En este caso se puede notar una mayor tendencia de los varones entre 35 a 44 años en el mercado formal a diferencia del mercado informal que predominan las mujeres de 25 a 34 años, complementando los resultados que obtuvieron estas investigaciones que nos dan a conocer que las mujeres tienen una tendencia a emprender por necesidad y no por oportunidad en contraste de los varones. Estos datos fueron analizados a través del cruce de variables de género y familia que depende de ellos siendo en un 38% de mujeres que amparan a sus hijos.

Por otra parte estos datos no señalan el grado de conocimiento de estos individuos en relación a la definición o el significado de lo que es emprendedor y emprendedurismo, es por ello que al recopilar los datos se analizó el concepto que ellos manejan de estas palabras, llegando a la siguiente conclusión:

**Tabla N° 3 Definición de Emprendedor**

Definición de emprendedor						
Mercado			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
FORMAL	Válido	ACCION	3	18,8	18,8	18,8
		INDEPEN	1	6,3	6,3	25,0
		LOGRO	9	56,3	56,3	81,3
		RIESGO	3	18,8	18,8	100,0
		Total	16	100,0	100,0	
INFORMAL	Válido	ACCION	21	23,1	23,1	23,1
		INDEPEN	15	16,5	16,5	39,6
		LOGRO	13	14,3	14,3	53,8
		NO SABE	17	18,7	18,7	72,5
		RIESGO	6	6,6	6,6	79,1
		SUBSIS	19	20,9	20,9	100,0
		Total	91	100,0	100,0	

**Tabla N° 4 Definición de Emprendedurismo**

Definición de emprendedurismo						
Mercado			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
FORMAL	Válido	ACCION	4	25,0	25,0	25,0
		INDEPEN	3	18,8	18,8	43,8
		LOGRO	8	50,0	50,0	93,8
		RIESGO	1	6,3	6,3	100,0
		Total	16	100,0	100,0	
INFORMAL	Válido	ACCION	21	23,1	23,1	23,1
		INDEPEN	26	28,6	28,6	51,6
		LOGRO	9	9,9	9,9	61,5
		NO SABE	20	22,0	22,0	83,5
		RIESGO	4	4,4	4,4	87,9
		SUBSIS	11	12,1	12,1	100,0
		Total	91	100,0	100,0	

La definición de emprendedor en el mercado formal la relacionan con la variable logro en 56% (sueños, idea, persistencia, éxito entre otras palabras mencionadas por los encuestados), seguida de las variables acción y riesgo que poseen un porcentaje de 18,8%. En el caso del segmento informal el mayor valor se dirige a la variable acción con 23% y subsistencia con 21%, lo más notable de este segmento es que el 18,7% de los individuos desconoce el significado y la esencia de lo que es un emprendedor. De igual manera sucede con la palabra emprendedurismo obteniendo resultados similares, en este caso la cantidad de personas que desconoce el significado es de 22%, superior al de emprendedor.

**Tabla N° 5 Familiares-Reacción sobre un producto**

Tabla cruzada Familiares con quienes vive*Reacción s sobre un producto nuevo			Reacción sobre un producto nuevo					Total		
Mercado			Compra inmediata mente	Dudo en comprarlo	Espero que otra persona lo compre primero	Analiza como está fabricado	Yo puedo hacerlo también		no le interesa	
FORMAL	Familiares Hijos con quienes vive	Recuento	0			1	0		1	
		% del total	0,0%			6,3%	0,0%		6,3%	
	Padres	Recuento	0			0	1		1	
		% del total	0,0%			0,0%	6,3%		6,3%	
	Espos/a e hijos	Recuento	1			4	2		7	
		% del total	6,3%			25,0%	12,5%		43,8%	
	solo	Recuento	0			5	2		7	
		% del total	0,0%			31,3%	12,5%		43,8%	
	Total		Recuento	1			10	5		16
			% del total	6,3%			62,5%	31,3%		100,0%
INFORMAL	Familiares Hijos con quienes vive	Recuento	4	13	2	14	3	1	37	
		% del total	4,4%	14,3%	2,2%	15,4%	3,3%	1,1%	40,7%	
	Hermanos	Recuento	1	1	0	2	0	0	4	
		% del total	1,1%	1,1%	0,0%	2,2%	0,0%	0,0%	4,4%	
	espos/a	Recuento	0	0	0	1	0	1	2	
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	1,1%	2,2%	
	Espos/a e hijos	Recuento	5	6	0	3	1	0	15	
		% del total	5,5%	6,6%	0,0%	3,3%	1,1%	0,0%	16,5%	
	papas hijos	Recuento	5	8	3	2	1	0	19	
		% del total	5,5%	8,8%	3,3%	2,2%	1,1%	0,0%	20,9%	
	solo	Recuento	1	5	1	2	1	0	10	
		% del total	1,1%	5,5%	1,1%	2,2%	1,1%	0,0%	11,0%	
	todos	Recuento	2	0	0	2	0	0	4	
		% del total	2,2%	0,0%	0,0%	2,2%	0,0%	0,0%	4,4%	
Total		Recuento	18	33	6	26	6	2	91	
		% del total	19,8%	36,1%	6,6%	28,6%	6,5%	2,2%	100,0%	

En las siguientes tablas se presenta los resultados obtenidos por el test emprendedor:

**Tabla N° 6 Estadísticos**

Estadísticos		
PUNTAJE_TOT (Agrupada)		
N	Válido	107
	Perdidos	0
Media	3,12	
Moda	3	
Desv. Desviación	,594	
Varianza	,353	

La media obtenida en el test emprendedor de forma general es de 3,12 lo cual significa que en promedio la respuesta de las personas fue en su mayoría casi siempre, concordando con la moda que es de 3 siendo la cantidad más frecuente de valoración de respuesta.

La desviación estándar es del 0,594, es decir la respuesta varía en promedio en 0,594 respecto de la media aritmética que es de 3,12. La varianza muestral a partir de los 107 datos dados destaca que los puntos obtenidos por pregunta varían con respecto a la

media aritmética en 0,353 puntos al cuadrado.

**Tabla N° 7 Puntaje Total del Test Emprendedor**

PUNTAJE_TOT (Agrupada)						
Mercado			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
FORMAL	Válido	EMPRESARIO	8	50,0	50,0	50,0
		EMPRENDEDOR	8	50,0	50,0	100,0
		Total	16	100,0	100,0	
INFORMAL	Válido	SUBSISTENTE	13	14,3	14,3	14,3
		NEGOCIANTE	60	65,9	65,9	80,2
		EMPRENDEDOR	18	19,8	19,8	100,0
		Total	91	100,0	100,0	

De acuerdo al test emprendedor en el mercado formal muestra la igualdad del nivel EMPRENDEDOR y el nivel EMPRESARIO que las personas tienen sin existir discrepancia alguna entre ellas, sin embargo en el mercado informal se incluyen dos categorías más NEGOCIANTE con 65,9% y SUBSISTENTE con 14,3%, en el caso de la variable emprendedor tenemos como resultado 19,8% mostrando menor cantidad respecto al mercado formal.

**Tabla N° 8 Test Emprendedor-Reacción a un Producto nuevo**

Tabla cruzada PUNTAJE_TOT (Agrupada)*Reacción sobre un producto nuevo											
Mercado				Reacción sobre un producto nuevo						Total	
				Compra inmediata	Dudo en comprarlo	Espero que otra persona lo compre primero	Analiza como está fabricado	Yo puedo hacerlo también	no le interesa		
FORMAL	PUNTAJE_TOT (Agrupada)	EMPRESARIO	Recuento	1			3	4		8	
			% del total	6,3%			18,8%	25,0%		50,0%	
	EMPRENDEDOR	Recuento	0			7	1			8	
		% del total	0,0%			43,8%	6,3%			50,0%	
	Total			Recuento	1			10	5		16
	Total			% del total	6,3%			62,5%	31,3%		100,0%
INFORMAL	PUNTAJE_TOT (Agrupada)	SUBSISTENTE	Recuento	1	7	1	2	0	2	13	
			% del total	1,1%	7,7%	1,1%	2,2%	0,0%	2,2%	14,3%	
	NEGOCIO PROPIO	Recuento	13	18	5	19	5	0	60		
		% del total	14,3%	19,8%	5,5%	20,9%	5,5%	0,0%	65,9%		
	EMPRENDEDOR	Recuento	4	8	0	5	1	0	18		
		% del total	4,4%	8,8%	0,0%	5,5%	1,1%	0,0%	19,8%		
	Total			Recuento	18	33	6	26	6	2	91
	Total			% del total	19,8%	36,3%	6,6%	28,6%	6,6%	2,2%	100,0%

Los resultados obtenidos por el test emprendedor en el área formal nos dan dos niveles de valoración los cuales son EMPRENDEDOR y EMPRESARIO que al realizar el cruce con la pregunta de reacción ante un producto nuevo en la cual la respuesta con mayor relevancia para la investigación es YO PUEDO HACERLO TAMBIEN, que mide la capacidad que uno tiene para poder innovar, crear, arriesgar y la seguridad en sí mismo que refleja un emprendedor, arrojando un 6,3% en el nivel emprendedor y un 25% en el nivel empresario.

En el caso del mercado informal se obtuvo niveles como EMPRENDEDOR, NEGOCIO PROPIO y SUBSISTENCIA, en este punto es notable la diferencia en relación al mercado formal ya que el dato obtenido en el nivel emprendedor es del 1,1%, en negocio propio 5,5% y en caso del nivel subsistencia no existe tal respuesta.

**Conclusiones**

Corroborando los datos presentados anteriormente se valida la hipótesis de la investigación, dando a conocer que las

investigaciones y datos actuales existentes respecto a emprendedurismo no tienen relación con las teorías revisadas y la situación económica social actual del país. Identificando que existe mayor cantidad de mercado informal que formal y siendo ellos quienes no tienen claro el concepto de emprendimiento y emprendedurismo.

Los individuos encuestados en su mayoría presentan un conocimiento vago, erróneo o nulo del término emprendedor, relacionando la palabra con términos como acción, independencia, subsistencia, logro y riesgo sin una dirección correcta o cercana del concepto. De igual manera sucede con la palabra emprendedurismo, destacando que en el segmento informal hay un porcentaje de individuos que desconoce de forma total dichos términos.

De acuerdo a la revisión bibliográfica de estos documentos y comparando con los datos obtenidos por la investigación es importante notar que las diferencias son mínimas respecto a los resultados de edad y género que forman parte del perfil emprendedor dado por estos organismos. Sin embargo los verdaderos emprendedores que cumplen con las características dadas por la teoría son pocos y se encuentran en mayor cantidad dentro del mercado formal.

El perfil emprendedor manejado por la investigación se basa en la postura tomada respecto la escuela de Schumpeter quien da a conocer que un emprendedor es un tomador de riesgos, capaz de desequilibrar el mercado a través de la innovación en productos, métodos y procesos. El test usado en la investigación recaba características que se adecuan a la teoría, de las cuales las más destacadas son liderazgo, motivación al logro, capacidad para asumir y tomar riesgos, confianza, responsabilidad, integración en redes sociales, compromiso, creatividad, capacidad para identificar oportunidades, iniciativa, capacidad de generar ideas, capacidad de cambio, capacidad para aprender y evolucionar y tolerancia al fracaso, rescatando que muchos tienen las características de ser emprendedor sin embargo son muy pocos los que se lanzan al mercado sin miedo al fracaso y dejando su zona de confort plasmando la idea en físico y no solo dejándola como una ilusión.

El análisis del enfoque aplicado en estas investigaciones no es errónea, pero la metodología usada no fue la adecuada, ya que en Bolivia se debe dividir en dos segmentos respecto el libre comercio que no está normado dentro del país por lo tanto estos negocios que para la investigación son llamados informales no contribuyen o lo hacen en menor cuantía a la economía. Es por ello que la segmentación va de formal a informal estando dentro del área formal las empresas establecidas y con un objetivo de crecimiento a mediano y corto plazo, que además generan fuentes de empleo aportando de forma positiva a la economía y la sociedad. Dentro el

área informal se tomaron negocios establecidos en uno de los mercados de la ciudad, el mercado campesino y una cuadra alrededor de este, dentro de él se encuentran negocios establecidos, ambulantes, casetas e improvisados.

Estas investigaciones tomaron como guía un propio concepto de emprendedor que no va de acuerdo a alguno de los postulados presentados en la problematización de la investigación, también usaron un perfil que consiste en tres características que son edad, género y ubicación geográfica, al igual que el grado de educación, realizando la encuesta en hogares.

## Referencias

- Alcaraz Rodríguez, E. R. (s.f.). Propuesta de un modelo formativo universitario de emprendedores a partir del diseño de un instrumento de medición de características emprendedoras. 2013: 3.
- Alcaraz Rodríguez, R. E. (s.f.). Perfil del Emprendedor, un estudio comparativo entre estudiantes de países de Iberoamérica, 2011.
- Audretsch, & Thurick. (2011).
- Azqueta, D. d. (s.f.). El Concepto Emprendedor: origen, evolución e interpretación. España: Universidad de Navarra, 2017.
- Castillo H, A. (s.f.). Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento, 1999.
- “Construcción para medir el emprendimiento social en Educación Física”; Capella Peris Carlos, Gil Gómez Jesús, Martí Puig Manuel, Ruiz Bernardo Paola Toro, J., & Ortegón, A. (1999).
- Herrera Guerra, C. E. (s.f.). Una investigación en emprendimiento: caracterización del emprendedor. Instituto colombiano del bienestar familia, 2013.
- Herrera Guerra, C. E., & Montoya Restrepo, L. A. (s.f.). El Emprendedor: Una aproximación a su definición y caracterización, 2012.
- Herrera, G. (2012).
- Marulanda Valencia, F. A., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2014). Aporte teórico y empírico al estudio del emprendedor. Colombia: Universidad nacional e Colombia.
- Menger. (1977).
- Sampieri, Fernández, & Baptista. (s.f.). Metodología de la Investigación (5° ed.), 2010.
- Say, J. (1821). Tratado de Economía Política o exposición sencilla de modo en que se forman, se distribuyen y se consumen las riquezas. Madrid: Imprenta de Fermín Villalpando.
- Schumpeter. (1978).